

FAKULTET ZA MEDITERANSKE POSLOVNE STUDIJE

TIVAT

ZORICA MJESEČEVIĆ

**STRATEGIJA RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA
SA POSEBNIM OSTVRTOM NA
"PORTO MONTENEGRO"**

SPECIJALISTIČKI RAD

TIVAT, SEPTEMBAR 2014. GODINA

FAKULTET ZA MEDITERANSKE POSLOVNE STUDIJE

TIVAT

STRATEGIJA RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA SA
POSEBNIM OSVRTOM NA PORTO MONTENEGRO

SPECIJALISTIČKI RAD

Predmet: Strateški menadžment

Ime i prezime mentora:
studenta:

Doc.dr Vinko Nikić
Mjesečević

5/13

Ime i prezime

Zorica

Br. ideksa: S

Tivat, septembar 2014. god.

SADRŽAJ

UVOD	3
1. LUKE NAUTIČKOG TURIZMA	11
1.1. MARINE	12
1.1.1. Funkcije marine.....	13
1.1.2. Izgradnja marina za nautički turizam	14
1.1.2.1. Prostorno planiranje i izbor lokacije za izgradnju marine.....	15
1.1.2.2. Vrednovanje i optimizacija lokacije za izgradnju marine.....	17
1.1.2.3. Programiranje	18
1.1.2.4. Projektovanje	18
1.1.3. Uticaj marine na životnu sredinu	20
1.1.3.1. Uticaj na životnu sredinu u toku izgradnje marine.....	20
1.1.3.2. Uticaj na životnu sredinu u toku eksploatacije marine	20
1.1.3.3. Mjere zaštite životne sredine tokom eksploatacije marine.....	21
1.1.3.4. Mjere za sprječavanje i ublažavanje mogućih ekoloških akcidenata	22
1.1.4. Sadržaji i oprema marine.....	22
1.1.5. Upravljanje marinama	25
2.1.5.1. Menadžment i upravljanje.....	27
2.1.5.2. Menadžer.....	28
2. PLOVILA NAUTIČKOG TURIZMA	31
2.1. JAhte I MEGAJAhte	31
2.2. JEDRILICE, GLISERI I ČAMCI	32
2.3. KRUZERI.....	34
3. ELEMENTI NAUTIČKOG TURIZMA.....	35
3.1. JEDRENJE	35
3.2. RONJENJE.....	36
3.2.1. Podvodni ribolov i ronjenje na dah	37
3.3. SURFOVANJE	38
3.3.1. Surfovanje uz pomoć zmaja	39
3.4. RAFTING.....	39
4. MORE I PRIOBALJE - PRIRODNI RESURS NAUTIČKOG TURIZMA	42
4.1. POSTANAK I EVOLUCIJA MORA I OKEANA	42
5. KOMPANIJA ADRIATIC MARINAS ULAGANJE U OPŠTE DOBRO	
LOKALNE ZAJEDNICE TIVTA	44
5.1. RAZVOJ PROJEKTA PORTO MONTENEGRO	45
5.2. JAČANJE IMIDŽA CRNE GORE	46
5.3. SAJAM NAUTIKE	47

5.4. MARINA ZA SUPER JAhte I LUKSUZNO NAUTIČKO NASELJE - PORTO MONTENEGRO	49
5.5. KOMPANIJA ADRIATIC MARINAS NA SAJMU NAUTIKE U KANU	49
5.6. DIMENZIJE ASPEKTA MARKETINGA PORTO MONTENEGRA	49
ZAKLJUČAK.....	52
LITERATURA.....	58

- UVOD -

Nautički turizam je vid turizma koji se obavlja na vodi i uz vodu. Ime je nastalo od grčke riječi *naus* (lat. *navis*) koja znači brod. U širem smislu njeno značenje se vezuje za pomorstvo, plovidbu, brodarenje.

Nautički turizam je danas dostigao masovne razmjere u svim razvijenim krajevima svijeta, posebno u Evropi i SAD. Trenutno u raznim pomorskim zemljama svijeta, razmješteno je i plovi oko sto pedeset miliona plovila nautičkog turizma (jahte, jedrilice, motorni čamci). U isto vrijeme u nautički turizam aktivno je uključeno, radi rekreacije psihosomatskog uravnoteženja i zdrave razonode, preko 500 miliona ljudi. Iskustva u svim razvijenim turističkim zemljama pokazuju da ni u jednoj regiji uz topla mora ne može biti intenzivnog i uspješnog turističkog prometa bez učešća i razvoja nautičkog turizma. Turistički promet na moru bez obzira na sve druge turističke vrijednosti i povoljnosti ostaje hendikepiran, ako ga ne prati i odgovarajuća savremena nautička ponuda i infrastruktura.

Počeci plovidbe radi zabave, rekreacije i sporta obilježeni su regatama po nizozemskim kanalima, već u 16-tom vijeku. Nautički turizam se kao oblik savremene turističke aktivnosti počeo razvijati u 19-tom vijeku. Intenzivnija izgradnja specijalizovanih luka za vez čamaca i jahti i boravak njihovih posada počela je u 19-tom vijeku. Intenzivnija izgradnja specijalizovanih luka, za vez čamaca i jahti i boravak njihovih posada, počela je u 20-tom vijeku. Za takve je luke, njihove uređaje i opremu Udruženje konstruktora motora i brodova iz New Yorka 1928. godine, upotrijebilo pojam *marina*, koji od tada postaje međunarodno priznat i korišćen naziv za osnovne objekte nautičkog turizma, 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.

U stranoj literaturi nautički turizam se često poistovjećuje sa pojmom *marine tourism* ili *nautički turism*. Ovako definisan pojam se direktno povezuje za plovidbu i druge aktivnosti na moru. Nautički turizam se ostvaruje na rijekama i jezerima, njihovim obalama na vlastitim ili iznajmljenim plovilima za rekreaciju, razonodu i sport, nacionalno ili u plovidbi. S druge strane *marine tourism*, kako ga neki autori definišu obuhvata i aktivnosti turista na plaži koji obično nijesu obavezno i direktno povezani s plovidbom.

Kada se navedenim pojmovima *nautical tourism* i *marine tourism* dodaju i drugi, kao *yachting tourism*, *lesuire boating*, već postaje jasniji pojam *nautičkog turizma* koji obuhvata sadržaje i aktivnosti na vodi (moru, jezerima, rijekama), a koji se dopunjavaju sa određenim aktivnostima na kopnu i boravkom turista nautičara na plovilima.

Turističke usluge u nautičkom turizmu su:

- 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 (charther, crusing i sl.);
- Prihvat, 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;

- Obezbeđivanje službe spasavanja i pružanja hitne medicinske pomoći;
- Druge usluge za potrebe nautičkog turizma.

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 adekvatna, jedinstvena definicija niti njegovo sadržajno određenje. Za razliku od ruralnog turizma, kulturnog turizma, definicija nautičkog turizma, nemože se naći u dokumentima svjetske turističke organizacije (WTO). Šta se pod pojmom nautički turizam najčešće podrazumijeva sadržano je u sledećim definicijama:

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

Osnovna podjela nautičkog turizma je napravljena prema vrsti djelatnosti –nautičko turističke ponude. Prema toj podjeli nautički turizam se dijeli na: luke nautičkog turizma, charter, kruzing. Unutar ove podjele praksa je ustanovila i druge tipove nautičkog turizma. Sa stanovišta veličine i vrste plovila nautički turizam se dijeli na:

- Brodski (putnički, putničko-turistički brodovi, putničko-teretni brodovi, trajekti, hidrokrilni brodovi, brodovi ploveće kuće ili ploveći hoteli i sl.
- Jahting turizam (jahte raznih tipova i veličina za krstarenje i izlete)
- Moto-nautički turizam (jahte raznih veličina i tipova za krstarenje i izlete)

Sa stanovišta obima plovidbe:

- Veliki nautički turizam (plovidba u većim plovnim objektima-okeanska krstarenja, krstarenja u zatvorenim morima, kruzing duži izleti),
- Mali nautički turizam ili zabavna navigacija (jahte, jedrilice, sportski čamci, gliseri, razni plovni objekti za zabavu i razonodu i sl.)

Sa stanovišta organizacije nautički turizam se dijeli na:

- Individualni i
- Grupni-masovni.

Podjela nautičkog turizma na tipove prema ambijentu u kome se realizuje:

- nacionalni, međunarodni, obalni, prekomorski, u zatvorenim morima, na unutrašnjim vodama, rijekama i jezerima).

Tipovi nautičkog turizma prema motivu (cilju):

- Kupališni (uz korišćenje raznih plovila na vodi na nožni, ručni ili motorni pogon), podvodni (ronilački), izletnički, boravišni (u turističkim lukama, kamping), plovidba radi sporta i razonode, krstarenje, jedrenje, nautički turizam na otvorenim morima-ostrvski (robinzonski), turistički prevoz, kombinovani.
- 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 rekreacije (Zakon o turističkoj djelatnosti Republike Hrvatske).
- Nautički turizam je plovidba i boravak turista- nautičara na plovnim objektima (jahta, brodić i sl.), kao 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, ili izvan njih, te korišćenje plovnih objekata i drugih objekata vezanih za nautičku turističku djelatnost, radi rekreacije, sporta, razonode i drugih potreba.

Treba ući u strukturu pojma "nautičkog turizma". Nautički turizam je složen sistem koji može u potpunosti funkcionisati, jedino ako njegovi pojedinačni konkurenti funkcionišu u potpunosti. Iz definisanja pojma nautičkog turizma prepoznaju se njegovi konstruktivni djelovi. Kao osnovna baza pojavljuje se voda prirodni resurs, medij bez koga nautički turizam ne bi egzistirao. Na bazu se nadograđuju faktori i elementi koji zajedno sa sobom čine sistem nautičkog turizma. Prirodni resursi kao osnova razvoja nautičkog turizma uvijek su povezani sa vodenim prostorom (more, jezera, rijeke), obalnim rubom ili klimom koja vlada u tom području. Mnoge svjetske metropole, su nastale i razvile se na obalama mora, uz riječne tokove ili u blizini jezera.

More i obalni rub je najznačajniji prirodni elemenat za razvoj nautičkog turizma.

Prirodna i vještačka jezera su specifične destinacije i predstavljaju bogatu turističku ponudu. Osim prirodnih aktivnosti jezera nude brojne rekreacijske i sportske sadržaje. Nerijetko se na jezeru organizuju veslačke i jedriličarske regate, trke sportskih čamaca, pogvodne aktivnosti itd.

Rijeke su takođe, područja interesantna za nautičke turiste. One mogu da ponude niz aktivnosti koje savremeni nautički turista potražuje npr. kajakarstvo, splavarenje, jedrenje, ribolov itd.

Posmatrano kroz teoriju sistema, nautički turizam je sistem ili podsistem turizma)koji sačinjavaju faktori i elementi koji su u međusobnoj zavisnosti, a skupa djeluju u zajedničkom medijumu-vodi.

Pod faktorima nautičkog turizma se podrazumijevaju luke nautičkog turizma i plovila.

Luka nautičkog turizma je turistički objekt, koji u poslovnom, prostornom, građevin

skom i funkcionalnom pogledu čini cjelinu ili koji u okviru šire prostorne cjeline ima izdvojeni dio i neophodne uslove za potrebe nautičkog turizma.

Plovila za nautički turizam su plovni objekti sa motorom ili bez njega, prikladni za krstarenje na moru, rijekama, jezerima i kanalima radi razonode, zabave i rekreacije. Razlikuje se 6 osnovnih vrsta plovila za nautički turizam: turistički brod, jahta, jedrilica, gliser, čamac i ostala plovila.

Elementi nautičkog turizma se dijele na 3 grupe: grupa zazadovoljenje potreba iz Oblasti sportova na vodi, grupa za rekreaciju i zabavna grupa elemenata.

Tipovi nautičkog turizma predstavljaju njegove elemente koji se pojavljuju kao vrsta upravljanja nautičkih potreba (jedrenje, veslanje, ronjenje, krstarenje, rafting, surfovanje, robinsonski, boravišni i izletnički turizam.

Crna Gora je prostorno mala, ali je bogata prirodnim komparativnim prednostima kao i kulturno-istorijskim znamenitostima, što je čini veoma interesantnom receptivnom turističkom destinacijom. Turizam kao privredna grana je veoma važan u Crnoj Gori, prihvodi od turizma premašuju predviđanja Svjetskog savjeta za putovanja i turizam, kao i ona definisana Ekonomskom politikom Vlade Crne Gore. Značaj ekonomskog turizma bio bi još upečatljiviji, ako bi se uzelo u razmatranje i sivo tržište. Jer i ono iako u manjoj mjeri nego profesionalni turizam, doprinosi pozitivnim ekonomskim efektima i obezbjeđenju radnih mjesta u turizmu. Prema tome turizam čini najvažniju privrednu granu Crne Gore, tim prije što je ona danas u svijetu prepoznata kao veoma atraktivna turistička destinacija. Na tom polju Crna Gora se u relativno kratkom vremenu dokazati i dostići međunarodni nivo kvaliteta usluga, pa i premašiti

očekivanja kada je riječ o valorizaciji i zaštiti prirodnog bogatstva održivosti i inovacijama. Njena budućnost je u razvoju turizma. Prirodni potencijali Crne Gore su idealni za razvoj nautičkog turizma. S jedne strane izlazi na Jadransko mediteranski prostor, a s druge strane je okrenuta Srednjoj Evropi.

U nautičkom turizmu segmentu turističke ponude, kojeg karakteriše luksuz, očituje se rastući renome Crne Gore. Kao specifični oblik turizma, nautički turizam je obilježen kretanjem turista plovilima po moru, jezerima ili rijekama, uključujući njihovo pristajanje u luke nautičkog turizma i obuhvata svu infrastrukturu luka potrebnu za prihvatanje nautičkih turista. Prema prihodima koji se ostvaruju takvim kretanjima, nautički turizam je jedan od unosnijih oblika turizma, za turistički receptivnu zemlju, pa svakako i Crnu Goru.

Pri razvoju nautičkog turizma u Crnoj Gori, treba imati u vidu dva pravca koji vode ka istom cilju:

- Maksimalno korišćenje kapaciteta za vezove u već postojećim lučicama i marinama i
 - Izgradnja kvalitetne infrastrukture za nautičare u marinama
- Polazeći od specifičnih infrastrukturnih i logističkih zahtjeva marina, te potreba i očekivanja nautičkih gostiju, treba gdje god je to moguće, prilikom izbora lokacija za nove objekte, nastojati da se koriste lokacije koje su manje atraktivne za ostale vrste turizma, a zadovoljavaju uslove za izgradnju luka za nautički turizam. Ključni faktor prilikom donošenja odluka o izgradnji ili proširenju luka, za nautički turizam, kao i ostalih sadržaja u njihovoj blizini je uticaj na životnu sredinu i njena maksimalna zaštita.

Razvojem dopunskih sadržaja (sport, rekreacija, zabava) u lukama nautičkog turizma, koji kvalitetom i raznovršnošću odgovaraju kvalitetu osnovnih smještajnih kapaciteta luke, obogatila bi se turistička ponuda i smanjila zavisnost turizma od ograničenih resursa kupališnog turizma, koji kao turističku ponudu daje sunce i more.

Razvoj dopunske ponude (unutar i van smještajnih objekata) u lukama nautičkog turizma neophodan je preduslov za povećanje iskorišćenosti smještajnih kapaciteta i povećanje prosječne potrošnje turista.

Za pomicanje turističke ponude "sunce i more, potrebno je motivisati, inicirati i pomoći razvoj dopunske turističke ponude koja se bazira na iskorišćavanju postojećih potencijala (nacionalni parkovi, muzeji, istorijski lokaliteti...) i stvaraju nove turističke ponude-aktivnosti i sportovi na vodi (moru, jezerima i rijekama).

Kupališni turizam, kao tip nautičkog turizma, predstavlja značajan dio turističke ponude zemalja Mediterana. S obzirom na geografski položaj Crne Gore, kupališni (masovni) turizam je veoma zastupljen u turističkoj ponudi naše zemlje.

Brojne pjeskovite i šljunkovite plaže pogoduju kupališnom turizmu, a Crna Gora, sa dužinom obale od 293 km i brojnim pjeskovitim i šljunkovitim plažama predstavlja izuzetno atraktivnu destinaciju. Računa se da kapacitet naših plaža iznosi oko 230.000 kupaca.

Mogu se kupati turisti ne samo u primorskom djelu na moru, već i na brojnim rijekama i jezerima. Tu treba imati u vidu prelijepe kanjone Pive, Komarnice, Sušice, tare i Morače sa preko 35 živopisnih jezera. Takođe su veoma atraktivni nacionalni parkovi Biogradska Gora i Skadarsko jezero.

Naše rijeke i jezera su privlačna i sa ekološkog stanovišta, jer su prilično očuvana. Ona pružaju mogućnost aktivnog i pasivnog odmora.

Skadarsko jezero predstavlja najveće jezero na balkanskom poluostrvu, površine 391 km². Ono je atraktivno ne samo sa razvoja kupališnog turizma, već i zato što pruža mogućnost razvoja eko-turizma. Smatra se jednim staništem pelikana na jugu Evrope.

Geografski položaj nam je omogućio razvoj kupališnog turizma, jer ne samo da imamo izlaz na more i brojne rijeke i jezera, već imamo i mediteransku klimu bez koje ne bi bio moguć razvoj kupališnog turizma na nivou na kojem je on danas razvijen. U prilog već imamo mediteransku klimu bez koje ne bi bio moguć razvoj kupališnog turizma, na nivou na kojem je on danas razvijen. U prilog nam ide činjenica da je temperatura vazduha tokom šest mjeseci godišnje veća od 18⁰ C, to prouzrokuje temperaturu vode. S tim u vezi Crnogorsko primorje spada u grupu najtoplijih i najsučanijih turističkih regija Evrope. Mediteranska klima pruža mogućnost kupanja u čistom moru već početkom maja, pa sve do novembra.

Crna Gora je postala veoma atraktivna i poželjna turistička destinacija. O tome govori i zvanična statistika o turističkom prometu, uz pozitivan trend stranih turista kao i interesovanje medija za Crnu Goru.

Sada se javlja dilemma: da li Crna Gora treba da ostane pri razvoju masovnog tj. kupališnog turizma, ili treba da se okrene razvoju visokog turizma? Odnosno, da li je vrijeme masovnog turizma u našoj zemlji iza nas, te da li zemlja treba da nastoji da izgradi imidž ekskluzivne destinacije, izgradnjom specijalizovanih hotela (kazino i golf hoteli, velnes hoteli) i marina za megajahte sa svim sadržajima koji prate visoki turizam?

Najbolje je napraviti balans između masovnog i visokog nautičkog turizma, jer Crna Gora ima mjesta za razvoj oba, uz pametno istraživanje tržišta i planiranje turizma u budućnosti.

Bez obzira na strategiju daljeg razvoja nautičkog turizma kod nas, turista može da odluči da li želi da provede odmor pasivno, uz kupanje i sunčanje, ili aktivno upražnjavajući neki od sportova na void kao npr: splavarenje, ronjenje, vožnja skuterom, skijanje, može da se oprobava u ekstremnim sportovima na void, koji u zadnje vrijeme postaju sve popularniji (surfovanje, rafting). Surfovanje kao tip nautičkog turizma, postaje sve popularniji sport na vodi i svojevrsan izazov za nautičke turiste.

Surfovanje kod nas bi se moglo osmisliti na području Velike ulcinjske plaže. Taj dio Južnog Jadrana posjeduje sve geografske i metodološke elemente za razvoj ovog elementa nautičkog turizma. Najpogodnije vrijeme za surfovanje bi bilo kada duvaju vjetrovi sa mora prema kopnu, a to su jugozapadni i zapadni smjerovi. Pjeskovita obala, sa blagim porastom dubine mora, je izvanredna pogodnost za surfovanje.

Prvi korak u promociji surfovanja kao nautičko turističke ponude u Crnoj Gori bio bi osnivanje surfovskog kluba. To bi prezentovalo našu zemlju, kako kod naših ljubitelja sportova na vodi tako i u drugim zemljama koje već upražnjavaju surfovanje kao turističku ponudu.

U blizini ulcinjske plaže već postoje izrađeni hoteli, što je veoma značajno sa aspekta nautičkog turista-surfera. U većini zemalja u kojima je surfovanje zauzelo značajnu poziciju u nautičko- turističkoj ponudi, surferi od objekta za smještaj i ishranu moraju da putuju po nekoliko sati da bi došli do dijela obale koji je pogodan za surfovanje. Prednost blizine hotela je i to što su na istom mjestu smješteni surferi, a tu se mogu održavati seminari i teorijska predavanja, kondicioni treninzi za surfere profesionalce.

Rafting (splavarenje na divljim vodama) nastao je iz potrebe za jeftinijim i efikasnijim transportom šumske građe iz visokih planinskih predjela do pilana, a za taj transport koristili su se riječni tokovi. Ljudi koji su na taj način prevozili građu, preskakajući sa debela na deblo zvali su se *triftari*, među kojima su bili poznati *triftari* sa Tare, Lima, Drine, Ibra. Pošto je vremenom taj vid transporta građe prevaziđen i zamijenjen drumskim, splavarenje je ostalo kao vid naše turističke ponude. Na taj način se čuva uspomena na naše pretke koji su na jedinstven način

savladavali brzake, bukove i tjesnace zahuktalih planinskih rijeka. Od nekada čuvenog splavarenja drvenim splavovima na Tari i drugim rijekama, koje je otišlo u legendu, došlo se danas do raftinga.

U Crnoj Gori rafting se obavlja prvenstveno rijekom Tarom i Limom. Može se reći da rijeka Tara spada u sam vrh divljih rijeka, pa je ona naša najatraktivnija lokacija za rafting. Nastaje od riječica Opačice i Veruše ispod planinskog masiva na sjeveru Crne Gore, duga je 149km i veoma je snažna. Sa Pivom od Šćepan Polja čini Drinu, koja je takođe atraktivna za rafting.

Rijeka Tara je napravila najdublji kanjon u Evropi čija je dužina 82 km, a prosječna dužina je oko 1.000 m i jedan je od najvećih kanjonskih kanala na svijetu.

1977. godine, zbog kvaliteta vode Tara je uvrštena u UNESCO-v program "Svjetski ekološki rezervoar biosfere. "Taru odlikuje nekoliko pritoka veliki broj vrela i brzaka što čini idealnom za rafting. Kanjon rijeke tare posjeduje više od 80 većih pećina. Duž kanjona se smijenjuju stijenovite i šljunkovite terase, podovi, plitke uvale, pješćane plaže, luke, vrtače, visoke litice. Pored zelenkasto plave tirkizne boje rijeke i njene brzine, Tara je najveći evropski rezervoar pitke vode, a voda je pitka cijelom dužinom rafting staze. Rafting se odvija od Brštanovice do Bastasa u dijelu toka gdje je Tara najuzbudljivija. Polazi se sa Splavišta sa vodopadima Ljutice mostom na Tari visokim 165 m, starim Rimskim prolazom, Lever Tarom, zatim slijede bukovi Funjički i Bijele ploče, Mišovo vrelo sa najvećom dubinom kanjona od 1300m ispod vrha Čurevac 1650 m, vodopad rijeke Drage i Radovan luke. Ljepotom prirode snagom brzaka zautavlja dah dio-Tepački bukovi, kanjon Sušice, te jedinstveni vodopadi Bailovića sige i Brštanovički bukovi. Splavarenje se završava kod Šćepan polja. Jednodnevno splavarenje kod kampa brštanovica kod Šćepan polja u dužini od 18 km traje 2-3 sata. Na ovom najuzbudljivijem dijelu kanjona, najveća je visinska razlika između polazišta i cilja. Karakteriše ga 21 brzak ili buk od ukupno 50, koliko ih je na Tari. Splavarenje ovom brзом i bistrom planinskom rijekom privlači veliki broj turista iz cijelog svijeta. U ponudi mnogih turističkih agencija se nalazi upravo splavarenje Tarom.

Lim se 2000-te godine priključio ponudi splavarenja i za vrlo kratko vrijeme je stekao veliki broj zaljubljenika. Od skoro nepoznate rijeke, Lim postaje poznat ljubiteljima riječnih izazova i zaljubljenicima u prirodu. Naziv Lim vuče korijene od latinske riječi "*limes*" što znači granica. Svojim tokom on to i jeste bio, granica Istočnog i Zapadnog rimskog carstva, Otomanske i Austrougarske imperije.

Lim izvire u području prokletija, kao otoka iz Plavskog jezera, na 999m nadmorske visine. Svojim tokom prolazi kroz gradiće - varoši: Andrijevicu, Berane, Bijelo Polje, Prijepolje, Priboj i Rudo u podnožju Medveđe na 299 m nadmorske visine svoj put završava kao pritoka Drini. Za razliku od Tare, Lim je doista toplija rijeka.

Rafting turizam u Crnoj Gori bazira se na entuzijazmu i prirodnim ljepotama i na žalost još nema neku širu podršku. Nije ni brojčano tako jak kao u nekim drugim zemljama. Prevelika brojnost nije ni cilj sam po sebi, ali bi u cilju promocije ovog vida turizma i svega što on sa sobom nosi bilo dobro iskoristiti kapacitete koje država ima. Najveći broj turista se vozi rijekom Tarom, a zanemaruje se ljepota ostalih rijeka kojih ima bar deset. Sve te rijeke su ljepše od prosječne rijeke koja se koristi za rafting u Evropi. Uz saznanje da je moto svih savremenih mladih gostiju "iskoristi dan", pruža nam se šansa da upravo na tim rijekama, a u okviru višednevnih turističkih aranžmana, ponudimo gostu čitav spektar aktivnosti, gdje bi uz rafting on mogao da oproma i planinarenje, veranje, mountain biking...

Kompletna aktivnost vezana je za rafting, najvećim dijelom još uvijek je pravno neuređena. Nezna se ni koje ministarstvo je nadležno za propise i zakone u vezi raftinga. Nijesu

do kraja riješena pitanja plovidbe cijelokupnom dužinom kanjona na rijekama koje dijelimo sa susjedima. Rafting vodiči nemaju važeće licence i ne podliježu neophodnim provjerama iz domena posjedovanja turističkog znanja, poznavanja plovnog puta, znamenitosti u kanjonu, mjera bezbjednosti, procedura spasavanja. Većina gostiju nije osigurana kao ni vodiči. Veći dio plovila je neprimjeren za plovidbu kanjonom. Ne postoje ni norme koje definišu kakva plovila mogu ići kanjonom, niti one koje definišu bezbjednost plovidbe. Automobili dolaze direktno na zelene površine pored rijeke koje su pretvorene u parkirališta. Stalno raste broj plovnih objekata i turista. Tako dolazi do povećanja ekoloških rizika. Splavarenje u Crnoj Gori još uvijek liči na jagmu za lakom zaradom nego na turizam. Nedostaju informacije o stanju na rijekama, mogućnostima noćenja i interesovanje posjetilaca, promocije i unapređenje iz ove oblasti. Potrebno je kroz zakonske regulative dati još veći značaj. Međutim ugovorima potrebno je regulisati zaštitu prirode i korišćenje kanjona u oblasti splavarenja odnosno opšteg plovljenja i razvoja turizma. U postupku edukacije rafting vodiča, centar za stručno obrazovanje bi mogao angažovati i same vodiče i vlasnike agencija, jer su ti ljudi tokom godina stekli značajna iskustva, ali i uključiti stručnjake iz inostranstva. Predavači bi morali biti iz Ministarstva odbrane, Lučkih kapetanija, MUP-a, DIF-a, Ministarstva sporta i turizma.

Da bi rafteri učestvovali ravnopravno u edukaciji potrebno je da se organizuju u nekoliko rafting udruženja ili saveza, koji bi pokrivali i neke druge sportive tj. vidove turizma osim raftinga i splavarenja, npr. kajak, kanu itd.

- Zadaci ovog udruženja odnosno saveza mogli bi biti: pomoć u izradi programa obuke, evidencija izdatih licenci, dozvola i uvjerenja o osposobljenosti, evidencija eventualnih nesreća, izrada analiza i izdavanje smjernica i uputstava, preporuke u vezi sa standardizacijom opreme, izrada planova spasavanja, tretmana prve pomoći, evakuacije i transporta povrijeđenih, izrada obrazovnog i promotivnog materijala za info mjesta i sredstva javnog informisanja. Zadatak da se istraže i definišu atraktivni djelovi ostalih rijeka, koji bi bili pogodni za treniranje i izvođenje takmičenja, raftinga, što bi se i samo prtočilo u popis svih ostalih plovnih domaćih rijeka od strane Saveza.
- Sljedeći korak bila bi organizacija takmičenja čime bi se povećao nivo znanja, motorike, timskog rada i reagovanja u nepoznatim uslovima i na bilo kojim rijekama. Sve ovo bi vodilo ka većim nivoima osposobljenosti kadra, kako u sportskom tako i u turističkom smislu. Plovidba divljim rijekama postala je pravi hit koji ima sve više poklonika. Rafting je osvojio ne samo osobe avanturističkog duha, već i sve ostale.

Uslovi koji postoje u Crnoj Gori ugodna klima zimi, dobre vode, garant su uspješnosti i sporta, ali i nautičkog turizma koji se promovise raftingom. Da bi se svemu ovome pridao što veći značaj obaveza domaćeg stanovništva je da posveti maksimalnu pažnju unapređenju i održavanju životne sredine, kao atraktivnih činilaca turističke privrede.

Strateški koncept razvoja nautičkog turizma kao uslužne djelatnosti, zahtijeva i poseban osvrt na specifičnosti primjene marketinga u uslužnim djelatnostima. Sam pojam *marketing* znači *tržištarenje* odnosno sve ono što je vezano za opstanak preduzeća u uslovima tržišne privrede. Turistička preduzeća "tržištare" zahvaljujući uslugama koje proizvedu i prodaju. Radi koncipiranja svoje marketing strategije, a sve u cilju donošenja što kvalitetnijih preporuka o koncipiranju strateškog razvoja nautičkog turizma u Boki Kotorskoj.

Razvoj marketing strategije u Porto Montenegro proteklih je godina, uporedo sa postepenom izgradnjom samog nautičko turističkog centra i marine, tekao od početne faze

marketinga jedne destinacije (Crna Gora) do sada već mnogo veće usmjerenosti na marketing samih sadržaja i svih aspekata Porto Montenegra.

Korak I-promocija na makro nivou: U početnoj fazi promovisana je sama vizija projekta "Porto Montenegro", ali je ključni naglasak stavljen na mjesto gdje će se on realizovati-destinacija Crna Gora. Ključne riječi u propagiranju i promovisanju Crne Gore kod budućih klijenata marine (bogatih nautičara) bile su privacy (privatnost), intimacy (intimnost) i sense of discovery (osjećaj otkrivanja nečeg novog i nepoznatog). Pri tome su svjesno ciljane tipične karakteristike ljudi koji dio svog slobodnog vremena provode na jahtama- njihova radoznalost, želja za istraživanjem i sagledavanjem nečeg novog što do sada niko nije vidio, avanturizam i spremnost da pristanu i na manji komfor u smislu infrastrukture samo da bi bili među prvima koji će doći na neku novu atraktivnu jahting destinaciju.

Pri tome je kreiran i poseban pristup ovoj problematici sublimiran u četiri ključna postulata:

1. Premisa (stvaranje nove elitne jahting destinacije-"novog Monte Karla istočnog Mediterana")
2. Autentična priča (bogata i slojevita prošlost Boke Kotorske i Crne Gore)
3. Pusti druge da govore o nama (PR strategija)
4. Neposredna iskustva (dovedi gosta, oduševi ga i puti da priča drugima svoje iskustvo)

Korak II-povezivanje i promocija na mikro nivou: "Porto Montenegro" primjenjuje i za naše prostore neuobičajenu i jedinstvenu marketing taktiku nazvanu "Sistem ambasadora". Njena suština je u tome što se "Porto Montenegro"na raznim za njih interesantnim stranim emitivnim tržištima povezao sa ljudima iz svijeta biznisa, sporta ili nauke, a koji su kao uslov morali zadovoljiti i dva kriterijuma-da budu jasno i nedvosmisleno prepoznati kao nautičari ili relevantni poslovni ljudi u svijetu jahtinga čija riječ ima težinu u toj zajednici. Ti pojedinci kao npr. George Nicolson, predsjednik čuvene jahting kompanije "Champer&Nicolson" svojim autoritetom i renomeom, "Porto Montenegro" i priču o tom nautičko turističkom projektu, na najbolji i najefikasniji mogući način uvode u svoj krug poslovnih partnera, prijatelja i poznanika.

"Porto Montenegro" svoju marketinšku poruku želi da plasira ključnim klijentima-kupcima nekretnina, vlasnicima jahti, korisnicima usluga marine, odnosno partnerima koji otvaraju komercijalne sadržaje unutar samog novog nautičko-turističkog naselja u Tivtu i potencijalnim korisnicima tih sadržaja. Iako je važan aspekt cijelog ovog posla prodaja retidencijalnih sadržaja, "Porto Montenegro" nema praksu da nastupa na sajmovima nekretnina, već svoju ponudu i za tu vrstu klijenata prezentira prvenstveno na sajmovima nautike, želeći i na taj način javnosti poslati poruku, da je ovaj projekat prvenstveno nautički-jahtaški, a tek onda razvojni u smislu nekretnina. S toga je fokusiran na nautičare i zaljubljenike u more i brodove kao preovlađujuće klijente za kupovinu nekretnina, pa se i većina do sada prodatih stanova u "Porto Montenegro" plasirala upravo preko raznih sajмова nautike u inostranstvu.

Sajmovi na kojima je Porto Montenegro posljednjih godina redovni izlagač su najrenomiraniji skupovi takve vrste u Evropi - boat show-ovi u Antibu, Monte Karlu, Đenovi, Londonu i Kanu, a ove godine je po prvi put nastupio u Abu Dabiju.

1. LUKE NAUTIČKOG TURIZMA

Početak razvoja ljudske civilizacije vezan je za more. More se koristi u različite svrhe i na različite načine, a prvenstveno u funkciji prometa, kao prirodna saobraćajnica. Približno 70% zemljine kugle pokriveno je morem. Uz vazdušno prostranstvo, more je najveći besplatni infrastrukturni potencijal. Luke i pristaništa na morima su mjesta gdje brodovi ukrcavaju i iskrcavaju robu i putnike. Danas luke, lučice i pristaništa dobijaju još jednu ulogu - prihvata nautičkih turista.

Nautički turizam je danas dostigao masovne razmjere u svim razvijenim krajevima svijeta, posebno u Evropi i SAD. Trenutno u raznim pomorskim zemljama svijeta razmješteno je i plovi oko sto pedeset miliona plovila nautičkog turizma (jahte, jedrilice, motorni čamci, čamci i ostala plovila). U isto vrijeme u nautički turizam aktivno je uključeno, radi rekreacije, blizu petsto miliona ljudi u njegovoj opštoj rekreaciji, psihosomatskom uravnoteženju i zdravoj razonodi. Iskustva u svim razvijenim turističkim zemljama u svijetu pokazuju da ni u jednoj regiji uz topla mora ne može biti intenzivnog i uspješnog turističkog prometa bez učešća i razvoja nautičkog turizma. Turistički promet na moru, bez obzira na sve druge turističke vrijednosti i pogodnosti, ostaje hendikepiran ako ga ne prati i odgovarajuća savremena nautička ponuda i infrastruktura.

Pod nautičkom infrastrukturom se podrazumijevaju četiri tipa baza za nautički turizam: lučice, marine, rekreacione baze i brodomarine, prema pretežnim vrstama djelatnosti koje se na njima odvijaju¹.

Lučice prvenstveno obavljaju lučku delatnost; marine pružaju kompletne usluge nautičkim turistima i njihovim plovilima; rekreacione baze, pored akvatorije za plovila, imaju i prostore za sportska igrališta i društvene igre, a vezane su uz velika turistička naselja i gradove; brodomarine prvenstveno pružaju servisne usluge za turistička plovila i smještene su uz veća ili manja remontna brodogradilišta.

Većina autora, koji se bave problemom nautičkog turizma, definišu pojam luke za nautički turizam. Luka nautičkog turizma je turistički objekt koji u poslovnom, prostornom, građevinskom i funkcionalnom pogledu čini cjelinu ili koji u okviru šire prostorne cjeline ima izdvojeni dio i neophodne uslove za potrebe nautičkog turizma.

Luke za nautički turizam se dijele na: sidrišta, privezišta, suve marine i marine.

Sidrište je dio akvatorije namijenjen za prihvata plovnih objekata u uvali zaštićenoj od nevremena.

Privezište je dio akvatorije i obale uređen za pristajanje plovnih objekata i opremljen sredstvima za vez.

Suva marina je ograđeni dio obale uređen za pružanje usluga čuvanja i održavanja plovnih objekata te pružanje usluga transporta plovnog objekta u vodeni prostor ili iz vodenog prostora do suve marine.

Marina je dio akvatorije i obale posebno sagrađen i uređen za pružanje usluga veza, čuvanja i održavanja plovnih objekata te smještaja i opsluživanja turista - nautičara u plovnim objektima ili u smještajnim objektima marine.

Marina je specijalizovana turistička luka uz prirodno ili vještački zaštićene vodene površine (mora, jezera, rijeke i kanali), osposobljena za prihvata, snabdijevanje i opsluživanje

¹ Pomorska enciklopedija, Jugoslovenski leksikografski zavod, Zagreb 1978.god

nautičara, te za prihvata, snabdijevanje, čuvanje, održavanje i opremanje plovila na vezu i mogućnošću korišćenja plovila u svakom trenutku².

Brodomarine, kao servisne ustanove, dopunjavaju cjelinu nautičke infrastrukture.

1.1. MARINE

Marine, kao faktor nautičkog turizma, predstavljaju veoma važan i ograničavajući činilac u njegovom razvoju.

Francuska je prva evropska zemlja koja je uočila značenje novog masovnog fenomena - nautičkog turizma, pa je planski, svjesna svojih prirodnih i radom stvorenih vrijednosti, potpomogla izgradnju brojnih marina za prihvata sve veće turističke flote. Marina, kao osnovni objekt nautičkog turizma, razvijena je i uređena tako da u sebi sjedinjuje više društvenih, rekreacionih, uslužnih, trgovačkih i administrativnih djelatnosti, namijenjenih da zadovolje potrebe njenih posjetilaca.

Francuske marine na obali Sredozemnog mora postale su uzor ostalim zemljama Zapadne Evrope i Sredozemlja kojima nedostaju prikladne turističke luke za smještaj flote domaćih i stranih nautičkih entuzijasta. Na svojih 500 kilom obale Sredozemnog mora Francuska je stvorila evropsko i svjetsko središte turizma, prvo na Azurnoj obali, a zatim je na neprivlačnom obalnom potezu Languedoc - Roussillon planski podigla više rekreacionih turističkih cantara sa 12 marina u kojima ima 8.000 vezova.



Slika br. 1 Marina (uvučeni tip)

² Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji objekata nautičkog turizma, Institut za turizam, Zagreb, 1990.god

Vrijemenom se razvilo više vrsta i tipova marine jer one ne predstavljaju unificirane infrastrukturne objekte koji ne podliježu promjenama. Savremene marine mogu se podijeliti po nekoliko kriterijuma na sljedeće vrste:

- S obzirom na položaj vodenog dijela u odnosu na kopno može biti otvoreni, poluuvučeni, uvučeni i potpuno uvučeni tip marine
- Prema tipu izgradnje i nivou opremljenosti razlikuje se američki, evropski i mediteranski tip marine³
- Prema odnosu vlasništva marine mogu biti privatne, komunalne i javne
- U odnosu na lokaciju marine se dijele na morske, jezerske i riječne.



Slika br. 2 Marina (poluuvučeni tip)

1.1.1. Funkcije marine

Marina je međunarodni pojam koji označava specijalizovanu turističku luku na obali mora, rijeka, kanala i jezera. U Zapadnoj Evropi marine se često nazivaju i lukama za jahte, a imenom i djelatnošću su vezane za određeni nautički ili sportski klub. Marina je osnovni objekat nautičkog turizma, dakle skup objekata, uređaja i opreme na vodenoj i kopnenoj površini koji služe potrebama nautičkih turista. Marine su dobro zaštićene luke, privlačno uređene i dovoljno opremljene za smještaj manjih plovnih objekata i za njihovo održavanje; one su ujedno sastajalište vlasnika i korisnika tih objekata⁴.

³ Američki tip - jednostavna, kvalitetna i relativno jeftina izgradnja, funkcionalan razmještaj sadržaja. Evropski (atlantski) tip - u arhitektonskom smislu nema jedinstven tip izgradnje, slabije je opremljena i u prosjeku, ima manji kapacitet od američke. Mediteranski tip - manji kapacitet, arhitektonski projektovana u mediteranskom stilu gradnje.

⁴ Pomorska enciklopedija, Jugoslovenski leksikografski zavod, Zagreb 1978.god.

Usluge koje pruža marina, mogu se podijeliti na: glavne (usluga veza), sporedne (priključci na struju i vodu, odlaganje smeća, administrativne usluge, pomoć pri spuštanju i vađenju plovila u/iz vode, servis plovila, opskrba namirnicama, sportskom opremom i sl.) i dodatne usluge zabave, sporta i rekreacije.

Imidž marine čini zbir nivoa kvaliteta glavne i sporednih usluga i odgovarajućeg asortimana i kvaliteta dodatnih usluga.

U marini se odvija nekoliko djelatnosti:

- lučke djelatnosti: prihvat, čuvanje i otpremanje plovila te carinska, zdravstvena, radio služba i meteorološka služba;
- trgovačko-servisne: opskrba gorivom, hranom, rezervnim djelovima, veće i manje popravke i prodaja plovila, pružanje ličnih usluga, prodaja sportske robe,
- mjenjačka, agencijska i PTT služba,
- ugostiteljsko-zabavne,
- sportsko-rekreativne i društvene,
- promocijske aktivnosti za turizam i nautiku.

Obim pojedinih djelatnosti u marini zavisi od njene lokacije, prirodnim i radom stvorenih uslova, saobraćajnih veza, planiranih ciljeva i ekonomskih mogućnosti⁵. Iz djelatnosti koje se odvijaju u marini proizlaze njene osnovne funkcije:

- boravak plovila,
- održavanje plovila,
- opsluživanje plovila koja dolaze morem,
- opsluživanje plovila koja dolaze kopnom,
- čuvanje plovila,
- boravak nautičkih turista,
- opsluživanje nautičkih turista

1.1.2. Izgradnja marina za nautički turizam

Zbog znatnog udjela u privredi i ukupnoj ekonomiji, a posebno zbog izgradnje kapaciteta potrebnih za njegovu realizaciju na neiskorištenim morskim i obalnim resursima, nautički turizam privlači sve veću pažnju u cijelom svijetu.

Luke nautičkog turizma postaju mjesta realizacije tog segmenta turizma. Radi toga je neophodno obratiti pažnju na njihovo pozicioniranje. Lokacija za izgradnju marine mora se pažljivo odabrati kako bi zadovoljila sadržaje koji će joj omogućiti kvalitetan razvoj sa jedne strane, i usuglašavanje tih aktivnosti sa stvarnim mogućnostima održivosti prirodnog potencijala, sa druge strane.

Nautički turizam, svojom specifičnom aktivnošću i potrebom za prostorom oko obalnog ruba, odnosno u prostoru javnog morskog dobra, potencira probleme zaštite prirode, a uređenje prostora, s tim, postaje sve važnije.

Shvatanje obalnog područja kao integrisanog morskog i kopnenog prostora podrazumijeva njegov uravnoteženi razvoj. On mora biti održiv na duži period, što naglašava važnost razumnog upravljanja prirodnim bogatstvima, pri čemu je taj prostor jedan od najvažnijih

⁵ Pomorska enciklopedija, Jugoslovenski leksikografski zavod, Zagreb 1978.god.

resursa. Treba imati na umu da se prostor ne može tretirati kao neobnovljivi prirodni resurs, jer jednom iskorišćen za neku aktivnost, postaje zbog zakonskih, socijalnih i ekonomskih razloga teško dostupan za druge aktivnosti. To naglašava važnost ovog kriterijuma kod određivanja prioriteta pri izboru makro i mikro lokacije za izgradnju marina za nautički turizam.

Razvojem nautičkog turizma intenziviraće se izgradnja luka posebne namjene (luka nautičkog turizma), pri čemu može doći do negativnih promjena u prostoru, ako se nautički turizam sistemski ne planira. Radi toga je neminovno utvrditi kapacitet obalnog područja (uzimajući u obzir i akvatorijalni dio), što podrazumijeva utvrđivanje maksimalnog broja korisnika koje neki prirodni resurs (eko-sistem) može primiti, a da se ne ugrožava njegov prirodni kvalitet.

Planiranjem (u idejnoj fazi planiranja) se utvrđuju kriterijumi koji su, u stvari, smjernice za praktičnu realizaciju prihvaćenih planskih i razvojnih ciljeva.

Da bi se pristupilo izgradnji marine za nautički turizam, potrebno je realizovati sveobuhvatne, naučno utemeljene, pripremne radnje:

- prostorno planiranje i izbor lokacije za izgradnju marine,
- vrednovanje i optimizacija lokacije za izgradnju marine,
- programiranje,
- projektovanje.

1.1.2.1. Prostorno planiranje i izbor lokacije za izgradnju marine

Izbor lokacije za izgradnju marine predstavlja jednu od strateških menadžerskih odluka. Prostor je sa svojim prirodnim karakteristikama jedan od najvažnijih i istovremeno ograničavajući faktor turističkog razvoja. Pod prostornim planiranjem u širem smislu, podrazumijeva se istraživanje, uređenje i oblikovanje prostora u svim njegovim elementima. U užem smislu prostorno planiranje podrazumijeva izradu urbanističkih planova za izgradnju novih i uređenje postojećih objekata na nekom prostoru. Planiranje i uređenje prostora je pretpostavka za postizanje boljeg razmještaja privrednih funkcija u prostoru, zaštita i unapređenje prirodnih i stvaranih vrijednosti, te optimalan razmještaj objekata.

Polazeći od definisanih funkcija marine i zahtjeva koji ove funkcije postavljaju, prije pristupanja vrednovanju varijanata potencijalnih lokacija marine (izbor mikro lokacije), treba izvršiti izbor kriterijuma mjerodavnih za ocjenu povoljnosti svake od mogućih lokacija.

Pod lokacijom za izgradnju marine podrazumijeva se cjelokupno zemljište i akvatorijalni prostor na kojem se planira izgradnja marine. Najznačajniji mjerodavni kriterijumi koji se razmatraju pri izboru lokacije za izgradnju marina za nautički turizam su:

1. Urbanistički planovi obalskog ruba (priobalja). Izbor lokacije za izgradnju marine zahtijeva njezino prilagođavanje postojećim urbanističkim planovima i planovima budućeg razvoja određenog šireg područja.

Na načelima održivog razvoja moraju se utvrditi osnovni kriterijumi za uravnoteženo korišćenje i razvoj vodenog i priobalnog prostora, uz zaštitu prirodnih karakteristika životne sredine. U tom smislu je izbor određene lokacije za izgradnju marine adekvatan ako ispunjava sljedeće zahtjeve:

- izbjeći ili ublažiti do prihvatljivog nivoa negativan uticaj na eko-sisteme;

- izbjeći ili ublažiti do prihvatljivog nivoa negativan uticaj na obalne procese (strujanje vode, procesi sedimentacije) u blizini marine, duž obale i od obale prema otvorenomu moru;
- izmjena vode mora obezbijediti dobru prozračenost akvatorije marine, a da se prethodni kvalitet vode unutar marine zadrži ili poboljša;
- da aktivnost marine bude usklađena sa socijalnim, ekonomskim, kulturnim i rekreativnim vrijednostima područja.

Treba izbjegavati:

- područja koja imaju izuzetnu važnost za ribolov,
- područja koja imaju izuzetnu važnost za mrijest, odrastanje, hranjenje, skrivanje i migraciju morskih organizama,
- izuzetno važna područja zbog njihove visoke biološke različitosti,
- područja koja su pod određenim stepenom zaštite (nacionalni parkovi, parkovi prirode, rezervati itd.).

2. Karakteristike prostora (akvatorijalni i kopneni dio):

- veličina, oblik, fizičke osobine i tip tla,
- dubina vode,
- visina plime i osjeke,
- morske struje,
- vjetrovi.

Kod izbora lokacije za izgradnju marine, s obzirom na fizičke karakteristike prostora, važno je obezbijediti:

- dobru izmjenu vode u marini čime je obezbijeđena prozračenost bazena i onemogućena ustajalost vode;
- nagib dna – poželjan je kontinuirani nagib od područja vezova prema većim dubinama, čime se obezbjeđuje bolja izmjena vode i odnošenje zagađivača vode;
- da lokacija marine ne bude u duboko uvučenom kanalu i zalivu;
- akvatoriju koji ne zahtijeva bagerisanje jer bagerisanje utiče na živi svijet u vodi;
- Stabilnost obale, da se ne zahtijeva saniranje i kontrola erozije.

3. Akvatorij marina treba izabrati na atraktivnom mjestu, tako da turista-nautičar u blizini marine može zadovoljavati svoje potrebe (krstarenje, jedrenje, ronjenje itd).

4. Blizina afirmisanih turističkih centara

5. Razvijenost javnog saobraćaja

- vazdušni,
- drumski,
- željeznički

6. Postojanje komunalne infrastrukture

- vodovod,
- kanalizacija

7. Mogućnost izgradnje infrastrukture

- trgovačko- servisne,
- ugostiteljsko-zabavne,
- sportsko-rekreativne

8. Blizina remontnih zavoda i servisa za popravak plovila

9. Uticaj planirane marine na životnu sredinu (održivi razvoj)

Uticaj marine na životnu sredinu zavisi od njene lokacije i opreme, uvažavajući, pri tom, važne činioce:

- veličinu luke nautičkog turizma,
- konstrukcijska rješenja lukobrana i vezova (fiksni, plutajući),
- karakteristike bazena u kojemu je smještena marina (dubina, nagib tla, dinamika izmjene vode),
- prirodni kvalitet morske vode,
- blizinu uzgajališta ili ribolovnog područja,
- druge rekreativne aktivnosti u blizini marine,
- prisutnost osjetljivih, ugroženih, vrijednih ili zaštićenih staništa, zajednica ili vrsta.

Gotovo je nemoguće pronaći idealnu lokaciju, koja bi zadovoljila sve mjerodavne kriterijume, pa je potrebno izvršiti optimalan izbor, uvažavajući date kriterijume, između različitih varijanti - alternativa lokacije.

1.1.2.2. Vrednovanje i optimizacija lokacije za izgradnju marine

Definisanje modela vrednovanja. Problem koji se u praksi često srijeće je rangiranje određenih alternativa - varijanti. Na izbor određene alternative najčešće utiče veći broj faktora, kao i značaj pojedinih kriterijuma na osnovu kojih se vrši rangiranje.

Rangiranje se vrši na osnovu jednokriterijumskog i višekriterijumskog vrednovanja. Većina marina u svijetu je izgrađena samo na osnovu projekta, bez ulaženja u dublja teorijska razmatranja mikro lokacije marine. Ekonomska situacija i investicije ne dozvoljavaju "promašaj" u izboru lokacije za izgradnju marine, te je neophodno izvršiti detaljno vrednovanje svih parametara koji, na bilo koji način, utiču na pravilan izbor lokacije.

Pod vrednovanjem se podrazumijeva, u manjoj ili većoj mjeri, formalizovan postupak kvantitativnog i kvalitativnog odmjerenja varijantnih rješenja radi ocjene nivoa zadovoljenja postavljenih ciljeva. Tako se krajnji cilj procesa vrednovanja ogleda u stvaranju podloge za izbor optimalnog, iz mnoštva rješenja, to jest onog koje u najvećoj mjeri zadovoljava postavljene ciljeve i poštuje prisutna ograničenja. Zbog toga vrednovanje treba posmatrati kao elemenat procesa odlučivanja, koji za cilj ima procjenjivanje kritičnih razlika između alternativa.

Pravilan izbor alternative uslovljen je kvalitetno utvrđenim odnosom "dobrih" i "loših" strana objekta vrednovanja. Sam proces vrednovanja obuhvata čitav niz aktivnosti vezanih za:

1. preciznu formulaciju problema,
2. generisanje realnih alternativa,
3. definisanje ciljeva i kriterijuma,
4. izbor metode vrednovanja i postupaka za kvantifikaciju "vrijednosti" parcijalnih kriterijuma,
5. utvrđivanje "vrijednosti" alternativa,
6. izbor najprihvatljivije alternative i
7. analizu osjetljivosti i rizika.

Uporedo sa razvojem teorije vrednovanja razvijali su se i modeli vrednovanja. Pri tome su različiti ciljevi vrednovanja, kao i druge razlike u samom postupku vrednovanja, uticali na razvijanje različitih modela vrednovanja prilagođenih različitim situacijama. Savremena računarska tehnika uvela je i stalno uvodi nove modele vrednovanja i računarske programe za njihovu primjenu.

Modeli vrednovanja mogu se generalno podijeliti na:

1. jednokriterijumske modele po kojima se zaključci donose na osnovu samo jednog kriterijuma. Od jednokriterijumskih modela vrednovanja mogu se navesti: Metoda roka povraćaja, metoda toka gotovine, metoda neto sadašnje (buduće) vrijednosti, metoda odnosa koristi i troškova, metoda interne stope rentabiliteta (ili interne stope povraćaja);

2. višekriterijumske modele po kojima se zaključci donose na osnovu više kriterijuma. Razvijena je cijela familija višekriterijumskih modela vrednovanja od kojih treba naglasiti: Metoda bodovanja, metoda "Elektre", metoda frakcione selekcije, metoda prostog sabiranja težinskih vrijednosti kriterijuma, metoda linearne raspodjele težina kriterijuma, metoda PROMETEE itd.

Ovakva podjela na jednokriterijumske i višekriterijumske modele je opšteprihvaćena u literaturi. Ovdje treba napomenuti da, bez obzira što se pod ovakvom podjelom samo jednokriterijumski modeli zasnivaju na ekonomskom aspektu, isto važi i za višekriterijumske modele. Razlika je jedino u jedinici kojom se izražava vrijednost. Kod jednokriterijumskih modela to je novac, a kod višekriterijumskih modela poeni (bodovi), što se, u konačnom, opet svodi na novac.

Radi više funkcija i djelatnosti marine koji se postavljaju kod izbora optimalne lokacije za izgradnju marine, jednokriterijumsko vrednovanje nije dovoljno, zbog čega je potrebno izvršiti višekriterijumsko vrednovanje.

Iz okvira višekriterijumskog vrednovanja se izdvaja metoda linearne raspodjele težina kriterijuma, koja je jedna od jednostavnijih metoda, ali može zadovoljiti potrebe pri izboru optimalne lokacije za izgradnju marine za nautički turizam.

Razmatrane varijante - alternative se, ovom metodom, rangiraju po pojedinim kriterijumima, odnosno, za svaki od kriterijuma se odredi poredak varijante po tom kriterijumu. Prvoj (optimalnoj) varijanti po određenom kriterijumu dodjeljuje se 1 poen, drugoj 2 poena, itd. Varijanta sa najmanjim zbirom poena po svim kriterijumima je, relativno, najbolja varijanta.⁶

Ukoliko se dogodi da dvije varijante imaju isti broj poena, vrednovanje se vrši po metodi frakcione selekcije.

Suština ove metode je da se sve varijante - alternative poređaju po najvažnijem kriterijumu. Ukoliko više varijanti ima iste vrijednosti po najvažnijem kriterijumu, tada se varijante porede po sljedećem kriterijumu po važnosti.⁷

1.1.2.3. Programiranje

Program definiše buduću izgradnju. Planom se odabere lokacija za izgradnju marine, a kroz kvalitetan program se stvaraju pretpostavke za ostvarenje maksimalne profitabilnosti ulaganja kapitala u određenu marinu.

1.1.2.4. Projektovanje

Zadatak projektovanja je da prostorno postavi i kreativno izrazi program. Od kvaliteta projektovanja u dobroj mjeri zavisi stepen racionalnosti izgradnje, funkcionalnost i rentabilnost

⁶ Termin "relativno" je upotrebljen zbog toga što je ova metoda vrednovanja podložna subjektivnom sudu onoga ko vrši vrednovanje. Naime, ovdje je relativan broj poena dodeljen pojedinoj varijanti, a on može da varira zavisno od ocjenjivača.

⁷ Vrednovanje u optimiziranju planova i projekata puteva, Dr Ljubiša Kuzović, Beograd, 1984.god.

poslovanja buduće marine. Pri projektovanju marine vrlo je važno poštovati stil ranije izgradnje. Glavni elementi koji moraju biti zastupljeni pri projektovanju marine su:

- lukobrani (valobrani),
- operativna obala i obalni zid,
- gat,
- vez i privez,
- plovni put između redova privezišta, okretišta i ulaz u marinu,
- oprema i uređaji marine,
- infrastruktura (komunalna i uslužna),
- uređenje marine sa aspekta zaštite životne sredine (ekologija)⁸.

Lukobrani (valobrani) su građevinski objekti u moru, po pravilu spojeni s kopnom, a cilj im je da zaštite unutrašnjost marine od vjetrova i većih talasa koji bi mogli ugroziti plovila.

Operativna obala i obalni zid. Operativna obala (riva) je odvojena od vodene površine obalnim zidom i uređena je tako da, najčešće, služi kao šetalište.

Gat je osnovni element svake marine, a služi za privez plovila. Na njemu se nalaze priključci za struju i vodu. Gat može biti fiksni i plutajući, što zavisi od dubine mora, visoke i niske vode (plima i osjeka) i na kraju, od samih troškova izgradnje. Fiksni gatovi su stabilniji, bolje podnose udare talasa, jeftiniji za održavanje i trajniji su. Izgrađuju se od betona, plastike, metala, drveta ili kombinovano. Plutajući gatovi se, zakačkama (koje moraju biti takve da izdrže velika naprezanja), spajaju za operativnu obalu (ili operativni zid). Dobar plutajući gat mora biti jak, lagan i fleksibilan.

Vez i privez. Plovilo u luci nautičkog turizma može biti smješteno na vez u vodi ili na kopnu (suva marina). Kod veza u vodi, važno je, uz dubinu i veličinu pristaništa, da vez bude okrenut u smjeru struje, a ne vertikalno na nju. Vezovi su projektovani pod pravim uglom u odnosu na gat. Kod projektovanja vezova treba voditi računa o veličini (dužini i širini) plovila koja se planiraju vezivati, da ne bi došlo do njihovog oštećenja usljed neprilagođenosti veza. Određeni broj vezova se mora predvidjeti za kraći boravak u luci (tranzit).

Plovni put između redova privezišta, okretišta za plovila i ulaz u marinu. Smatra se da bi plovni put između redova privezišta trebao iznositi od 1,25 do 1,5 puta dužine najdužeg privezišta. Širina okretišta za plovila i ulaz u marinu treba iznositi najmanje 2,25 puta dužinu najdužeg plovila planiranog za ulaz u marinu.

Oprema i uređaji marine. Marine su opremljene s više vrsta ručnih i mehanizovanih sredstava za opsluživanje plovila. Tu se podrazumijevaju: pokretne i fiksne dizalice, traktori, viljuškari, prikolice, kranovi, navozi za porinuće i izvlačenje plovila itd.

Infrastruktura su svi objekti koji se nalaze ispod i iznad površine zemlje na kojoj je smještena marina. Dijeli se na komunalnu infrastrukturu koja obuhvata kanalizacioni sistem, sanitarne čvorove, vodovodnu i električnu mrežu, gasovode, parkiralište i prostor za manipulisanje plovilima, i uslužnu infrastrukturu koju čine radionice u marini, recepcija, info-centri, salon za prodaju plovila i trgovine, hotelsko-ugostiteljski i sportski objekti itd.

Projektovanje marine sa aspekta zaštite životne sredine postalo je prioritet na nacionalnom i lokalnom nivou, pa je neophodno tu problematiku šire tretirati.⁹

⁸ Riječ "ekologija" potiče od grčke riječi "oikos" - dom, kuća, prebivalište i riječi "logos" - nauka. U svojoj knjizi "Porijeklo vrsta", Čarls Darvin (Charles Darwin) je 1859. god. definisao pojam ekologije kao nauku koja proučava odnose između organizama (živih bića) i sredine u kojoj žive.

⁹ U Prilozima je dat primjer projekta Studije o procjeni uticaja izgradnje marine na životnu sredinu.

1.1.3. Uticaj marine na životnu sredinu

1.1.3.1. Uticaj na životnu sredinu u toku izgradnje marine

U toku izgradnje marine naći će se na relativno uskom i ograničenom prostoru veći broj građevinskih mašina, odnosno neophodne mehanizacije, teretnih vozila koja svojim funkcionisanjem mogu privremeno prouzrokovati nepoželjne emisije (buku, prašinu, vibracije), te biti izvor onečišćenja kopnene površine i mora uljima, raznim vrstama naftnih derivata, na šta treba obratiti posebnu pažnju.

Preuređenjem postojećih objekata, odnosno izgradnjom novih, proizvodi se neopasni građevinski, i u manjim količinama metalni otpad, koji je potrebno propisno zbrinjavati uz izbjegavanje nekontrolisanog nasipanja u more.

Kod izgradnje gatova i lukobrana (valobrana), kao i plutajućih objekata (pontona) koji će se sidriti, odnosno fiksirati za obalu, dolazi do određenih onečišćenja mora, manjeg intenziteta, dok se sva moguća veća onečišćenja i zagađenja mora sprječavaju pažljivim planiranjem radova i zaštitnih predradnji.

Takođe, kod izgradnje marine i sređivanja obale dolazi do negativnog efekta za pridnene zajednice uz samu obalu, a obnavljanje onih koje su uništene može se očekivati za par godina.

1.1.3.2. Uticaj na životnu sredinu u toku eksploatacije marine

Nakon postavljanja pontonskih lukobrana i završetka građevinskih radova dolazi do naseljavanja morskih organizama na nosače, plutače pontona, betonske djelove rive, te na sve ostale izgrađene djelove marine koji su potopljeni u more. Na sedimentnom i kamenitom dnu, populacije organizama koje su tu prije živjele će se djelimično ili čak potpuno obnoviti.

Negativan uticaj na pridnene biocenoze u području marine moglo bi imati korišćenje antifauling boja za brodove, lanci za sidrenje i zasjenjenja zbog usidrenih brodova.

Treba napomenuti da moguće ispuštanje otpadnih voda iz usidrenih brodova i otapanje biocida s podvodnih djelova brodova posredno može uticati na pridnene biocenoze, pa zbog toga i taj uticaj može biti značajan.

Zagađenje, odnosno zagađenje je, sigurno, jedan od najvažnijih mogućih negativnih uticaja marine na životnu sredinu, odnosno akvatorij u kojem se nalazi.

Zagađenje akvatorijalnog i kopnenog dijela marine može biti prouzrokovano:

- otpadnim vodama koje nastaju tokom pranja brodova;
- bojama tokom bojadisanja brodova;
- otpadnim vodama koje nastaju tokom pranja motora, za vrijeme popravke, te otpadnim vodama od pranja podvodnih površina;
- zauljenim padavinskim vodama s asfaltiranih manipulativnih površina, površina za odlaganja plovila i vozila, te internih saobraćajnica;
- otpadnim vodama s brodova (fekalne, sanitarne, kaljužne i balastne);
- sanitarnim otpadnim vodama;
- mineralnim uljima s brodova;
- sitnim česticama poliesterskih smola prilikom rada na plastičnim djelovima plovila;
- biocidima koji su sastavni dijelovi antifauling boja, tokom boravka plovila u marini.

Potrebno je spriječiti svako i najmanje odbacivanje otpada u more, te obezbijediti uklanjanje svih otpadaka i ulja, kako sa morske površine tako i sa obale. Posljedice mogućeg usporavanja izmjene mora unutar marine, treba kompenzovati zabranom unošenja bilo kakvih otpadnih materija, naročito organskih (nitrata i fosfata), koji bi mogli nastati kao posljedica pranja posuda, tuširanja ili pripreme hrane na brodovima. Takođe, treba strogo zabraniti odbacivanje bilo kakvog krutog otpada u more, kao i ispuštanje kaljužnih voda iz brodova.

1.1.3.3. Mjere zaštite životne sredine tokom eksploatacije marine

Jedan od najvećih problema u zaštiti životne sredine tokom eksploatacije marine je sprječavanje onečišćenja koja nastaju redovnim radom i odvijanjem života na brodovima (razne vrste otpada, kaljužne i sanitarne vode). U tom smislu treba razraditi i odrediti način pražnjenja tankova sa sanitarnim otpadnim vodama.

Isto tako, treba s brodova prazniti i zbrinjavati kaljužne vode što treba da radi ovlašćena institucija za poslove takve vrste. Takođe, iz brodova treba prihvatati kruti otpad i zbrinjavati ga prema postojećim propisima.

Sve radnje suprotno navedenom treba strogo zabraniti.

Kruti otpad treba držati na, za to određenim, prikladnim mjestima, odakle će ga ovlašćene institucije transportovati do punktova reciklaže ili trajnog smještaja. O tome se mora voditi propisana dokumentacija.

Unutar prostora marine je potrebno urediti kanalizacioni sistem, koji treba priključiti na zajednički, gradski kolektor. Na sistem odvoda fekalnih otpadnih voda potrebno je priključiti sve sadržaje marine. Objekti i pogoni (praonice, restorani, servis plovila...), koji zbog tehnoloških procesa proizvode otpadne vode koje ne zadovoljavaju granične vrijednosti i dopuštene koncentracije za ispuštanje u zajednički sistem odvoda, moraju imati uređaj - separator za prethodno prečišćavanje.

Padavine se prikupljaju površinski preko slivnika i linijskih rešetki, sistemom šahtova i PVC cijevi do separatora i taložnika prije puštanja u more.

Kod eksploatacije marine posebno je važno zbrinjavanje tehnološki opasnog otpada. To podrazumijeva:

- stare baterije i akumulatori moraju biti odlagani u posebne nepropusne kontejnere;
- istrošena ulja i taloge iz separatora čuvati u nepropusnim bačvama;
- otpadne vode nastale skidanjem antifauling boja i pranjem površina, obavezno se prečišćavaju na taložnicima i separatorima prije ispusta u more.

Povrijeđenim hemijskim analizama mora se pratiti sadržaj ekotoksičnih metala zbog mogućih velikih koncentracija naročito bakra, kadmijuma i cinka.

Tehnološki neopasan otpad koji se pojavljuje tokom eksploatacije marine, na kopnenom ili vodenom dijelu, a koji je po svojoj strukturi sličan običnom komunalnom otpadu treba zbrinjavati na način kako to rade nadležne komunalne organizacije.

U cilju zaštite vazduha, a u slučaju većih radova na trupu plovila: brušenje, struganje, farbanje, i slično, treba raditi u za to predviđenim zatvorenim prostorijama sa filterima na ventilacijskim sistemima. Sva pripadajuća sredstva koja imaju isparavanja opasna po životnu sredinu treba držati u posebnim ormarima ili kutijama s ventilacijom.

Gdje god je to moguće treba ozelenjavati područje marine i urediti drvorede, koji osim estetskog utiska obavljaju ulogu čistača vazduha i smanjuju uticaj buke.

Pravilima i propisima koji regulišu unutrašnji red kod eksploatacije marine kontrolisati buku u ugostiteljskim objektima i odrediti vrijeme kada se mogu obavljati radovi koji stvaraju buku.

Kod nabavke opreme obratiti pažnju na snagu moguće emitovane buke od tih uređaja, vodeći računa o zakonskim propisima i direktivama. Periodičnim mjerenjima kontrolisati buku, kako u radnim prostorima (radionice), tako i u ugostiteljskim objektima. U slučaju anomalije mora se smanjiti buka unutar propisane granice.

Tokom korišćenja marine, obavezno se jedanput godišnje obavlja čišćenje morskog dna oko pontona, odnosno privezišta, zbog uglavnom neželjenih, ali neizbježnih odbacivanja krutog otpada s brodova. Čišćenje treba obavljati autonomnim ronjenjem pazeći da se izbjegne podizanje mulja s dna.

Prilikom uplovljavanja plovila koja će boraviti u marini, posada se obavještava da je zabranjeno koristiti WC na brodovima koji imaju otvoreni sistem ispuštanja otpadnih voda i upućuju se na korišćenje postojeće infrastrukture na obali.

Zbog mogućeg zagađenja mora, zabranjuje se korišćenje deterdženata na plovilima koja nemaju zatvoreni sistem otpadne vode. Takođe se zabranjuje pranje plovila deterdžentima, osim u slučaju kada se otpadna voda može pokupiti i deponovati u sistem javne kanalizacije na kopnu.

1.1.3.4. Mjere za sprječavanje i ublažavanje mogućih ekoloških akcidenata

Da bi se spriječili ekološki akcidenti, neophodno je izraditi operativni plan za zaštitu akvatorija marine od onečišćenja naftom i naftnim derivatima.

Marina treba da bude opremljena i da koristi plutajuću branu za slučaj ispuštanja nafte, naftnih derivata ili drugih plutajućih, tečnih polutanata. Takođe, marina mora biti opremljena uljnim disperzantima, koji su dozvoljeni za korišćenje prema propisima, te odgovarajućim sredstvima za čišćenje, kako kopnenog tako i morskog dijela.

Marina se mora opremiti efikasnim protivpožarnim sredstvima, uz redovno sprovođenje protivpožarnih mjera:

- redovno kontrolisati sve instalacije, kako na obali tako i na plovilima;
- protivpožarnim vježbama obučavati osoblje za stručno i brzo gašenje požara;
- obezbijediti vatrogasni pristup marini tako da su gatovi uzdužno dostupni vatrogasnim vozilima;
- uz izgrađene objekte je obavezno obezbijediti površine za operativni rad vatrogasnih vozila;
- novoizgrađene objekte treba zaštititi sistemom za brzu dojavu i gašenje požara;
- trafostanice graditi kao izdvojene građevine;
- redovno kontrolisati i po potrebi pojačavati hidrantnu mrežu.

Otpad nastao akcidentnim situacijama odložiti u odgovarajuće prostore ili posude, a za konačnu likvidaciju i čišćenje angažovati odgovarajuće ovlašćene institucije.

1.1.4. Sadržaji i oprema marine

Da bi se neki prostor smatrao lukom nautičkog turizma moraju biti zadovoljeni minimalni uslovi¹⁰ 19:

¹⁰ Brčić, I.: «Model istraživanja saobraćajnih uslova za izgradnju marina za nautički turizam», magistarski rad, Saobraćajni fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd, 1996.god.

1. Luke nautičkog turizma moraju biti građene, uređene i opremljene tako da omogućavaju racionalno korišćenje prostora, nesmetano kretanje plovila, gostiju i zaposlenog osoblja, nesmetan prenos materijala, zaštitu zdravlja gostiju i zaposlenog osoblja, te stručno i efikasno opsluživanje korisnika usluga, turiste - nautičara. U pogledu izgradnje, uređenja, opreme i usluga, luke nautičkog turizma moraju udovoljavati građevinskim, urbanističkim, tehničkim i sanitarnim propisima o zaštiti okoline i zakonskim odredbama o razvrstavanju, minimalnim uslovima i kategorizaciji objekata (luka) nautičkog turizma.

2. Luke nautičkog turizma moraju imati zaštićenu (prirodno ili vještački) dovoljno veliku akvatoriju za sigurno zadržavanje i kretanje plovila i za vrijeme najniže niske vode, odnosno vodostaja. Sidrište mora imati najmanje jedan interventni vez.

3. Širina izrađene obale ili veza mora biti šira od plovila koje ga koristi najmanje za širinu bokobrana na jednoj strani plovila. Vezovi moraju imati opremu za siguran privez plovila.

4. Luke nautičkog turizma, osim sidrišta, moraju biti priključene na javnu električnu mrežu ili na drugi način osigurati snabdijevanje električnom energijom. Električno osvjetljenje mora biti uvedeno u sve prostorije i instalirano na kopnenim djelovima objekata nautičkog turizma. Prostorije, odnosno prostori u kojima se kreću ili zadržavaju gosti, noću moraju biti osvijetljene potpuno ili orijentacionim svjetlom.

5. Luke nautičkog turizma, osim sidrišta, moraju biti priključene na javnu telefonsku mrežu, osim u mjestima gdje takve mogućnosti ne postoje. U okviru ili neposrednoj blizini (u radijusu od 500 m) mora se osigurati opskrba osnovnim živežnim namirnicama i davanje usluga ishrane.

6. Luke nautičkog turizma, osim sidrišta, moraju stalno raspolagati dovoljnim količinama higijenski ispravne vode. Odvod otpadnih tečnih materija (otpadne vode, otpadna ulja i drugo) mora se riješiti u skladu sa zdravstvenim propisima i propisima o zaštiti okoline. Čvrste otpadne materije moraju se redovno odstranjivati iz objekta, sakupljati na određenim i za to uređenim mjestima, uz osiguranje potrebnih higijenskotehničkih uslova, i redovno odvoziti na deponije koje odrede nadležni organi uprave.

7. Luke nautičkog turizma, osim sidrišta, moraju raspolagati s odgovarajućim sanitarnim prostorijama i uređajima (WC, umivaonici, tuševi). U tim prostorijama mora stalno vladati besprekoran red i čistoća. Svaki objekat mora imati najmanje jednu sanitarnu grupu koja se sastoji od odvojenog WC-a za muškarce i žene, sa predprostorom sa umivaonikom i priborom za pranje i sušenje ruku. Veličina sanitarija (broj WC-a, umivaonika, tuševa) mora biti srazmjerna veličini (kapacitetu) objekta izraženo brojem vezova.

8. Luke nautičkog turizma moraju udovoljavati i propisima zaštite od požara i zaštite na radu, posjedovati odgovarajuću ispravu i na vidnom mjestu u objektu istaknuti znak, te u skladu sa tim propisima, biti opremljene aparatima i drugom opremom za gašenje požara, a zaposleno osoblje osposobljeno za rukovanje aparatima i opremom.

Marine su luke nautičkog turizma koje osim akvatorije za vez, podrazumijevaju i priobalne lučke sadržaje koje koriste plovila i nautičari za rekreaciju. Konceptija tih sadržaja,

koja je zahvatala sve ono što su nekadašnje male lokalne sportske lučice mogle ponuditi, proširena je na dodatne servise i usluge koje su postale dio modernog nautičkog i rekreacionog turizma.

Marina je centar gdje turista-nautičar, pomorac, sportista, brodovlasnik i posada imaju vez za svoj brod, gdje ga mogu izvući, urediti, porinuti, popraviti i snabdjeti. To je ujedno i mjesto gdje se može doći motornim vozilom ili na prikolici dovesti plovilo, ostaviti vozilo na čuvanje i zaploviti plovilom nakon što je ono porinuto i snabdjeveno. Gosti se u marini mogu odmarati, snabdjeti svim potrebnim zalihama i imati na raspolaganju rekreativne i zabavne sadržaje. Ona je, prema tome, matična luka za brodove koji u njoj imaju svoj vlastiti vez i boravište kada nijesu u plovidbi. S druge strane, to je uslužna luka za brodove u tranzitu.

Evolucija marina dala je u različitim djelovima svijeta i različite tipove gradnje. To su američki tip (na pustim plitkim obalama, karakterističan jednoliki izgled, veliki broj vezova, lagane konstrukcije, autoput i aerodrom u blizini, često stalan boravak), zatim atlantski tip na obalama Zapadne Evrope (na ušćima rijeka, u zelenilu, ograničen broj vezova sa mnogo pojedinačnih bliskih marina, manji brodovi i mnogo jedrilica, kraće zadržavanje, čak samo za vrijeme vikenda) i najinteresantniji, mediteranski tip, najljepše realizovan u francuskoj varijanti na Azurnoj obali. Te su marine podignute po tipu modernih tvrđava nastamba ili po tipu romantičnih sela, sa relativno malo kopna, čvrstom izgradnjom, sa turističkim naseljem, ograničenim brojem vezova, sa klijentelom ljetovališnog karaktera koja dolazi iz unutrašnjosti, pretežno avionom¹¹.

Još uvijek preovladava izgradnja marina za plovila koja su duga od 5m do 35 m.¹² Broj i veličina plovila, njihov smještaj u luci i usluge koje marina nudi korisnicima, definišu njezine sadržaje i opremu.

Lučki akvatorij marine mora biti dobro zaštićen da se kod uzburkane vode u luci ne oštete brodovi koji su vezani jedan uz drugi na propisanom razmaku. Zaštitne građevine, ukoliko ih ima, uglavnom su slične kao i u trgovačkim lukama, samo sa nešto estetskim vanjskim izgledom. Gatovi i oprema sasvim se razlikuju. Potrebna dubina u bazenima marine zavisi od veličine i gaza plovila koja se tu smještaju.

Vezovi na koje se plovila vezuju, vertikalno s obje strane gata, široki su od 2m do 4 m. Mogu biti od različitog materijala: betona, čelika, drveta ili plastike. Najčešće se upotrebljavaju šipovi za fiksne gatove, a često su i plutajući, od betona, plastike ili metala, usidreni na prikladnim položajima i međusobno povezani. Plutajući gatovi podesni su za luke s velikim razlikama u plimi i osjeci. Neke marine u SAD, Kanadi i V.Britaniji imaju uske pristupe za pristajanje plovila bočno, izrađene vertikalno na gatove. Iako je to određena udobnost, istovremeno je i veliki gubitak prostora, a poskupljuje izgradnju. Na gatovima se postavljaju priključci preko kojih se brodovi opskrbljuju vodom i električnom energijom, a mogu se priključiti na telefonsku mrežu. Gatovi moraju biti osvijetljeni.

¹¹ Crnogorska varijanta tipa marine još nije definitivna, ali je opredjeljenje da se naše marine moraju prilagoditi našoj prirodi, potrebama i mogućnostima (ograničen broj vezova, pretežno manji brodovi, mala površina kopna, često samo djelimična zaštita od talasa, strogo racionalne konstrukcije, nužan komfor na obali, kupališni karakter, pretežno orjentisan na strane turiste pa i one koji dovoze svoje plovilo kopnom).

¹² Još uvijek prevladavaju nautička plovila ovih dimenzija, međutim, u svijetu je sve više megajahti koje dostižu dimenzije od 50 do 100 (i više) m, tako da pri projektovanju marine treba voditi računa o određenom broju vezova za ova plovila.

Pramac broda vezuje se za matični sidreni lanac, rastegnut i učvršćen na dnu na potrebnoj daljini, paralelno sa gatom. Krmom se manja plovila vezuju za gat gdje su postavljene bitve, prsteni ili zategnut lanac.

Za vađenje i spuštanje u more manjih plovila, upotrebljavaju se obično dizalice različitih veličina i tipova, koje istovremeno mogu poslužiti za servisne usluge (npr. vađenje i postavljanje jarbola na jedrilicama).

Za veće brodove, uz razne navoze, platforme i druga sredstva, danas se najviše upotrebljava tzv. travel lift. Taj lift dolazi nad poseban bazen u koji se uvodi plovilo, ovo se zatim opasuje posebnim remenima, diže i prenosi na mjesto gdje se čisti, popravlja ili uskladištava.

Uz siguran vez, vodu i struju, marina mora korisnicima pružiti i mnoge druge usluge, kao na primjer snabdijevanje gorivom i mazivom, brodsku opremu i prehrambene artikle, a može imati brodograđevne i motorne radionice, servis za pranje, zimski smještaj za brodove na kopnu, hotele, restorane, kafane, sportske terene itd.

Marine se smatraju lukama otvorenim za međunarodni saobraćaj, te u tom duhu moraju biti osposobljene za prijem plovila pod stranom zastavom (carinarnice, kontrolno-propusna služba, policija, oficiri za bezbjednost luke, agencije za prihvat i opsluživanje itd.)

Plovila bez posada, koja su povjerena marini, treba posebno čuvati i održavati.

Opremljenost marine zavisi od njenog položaja prema najbližem turističkom mjestu. Što je marina bliže turističkom mjestu biće joj potrebna manja opremljenost.

Marine se kategorišu u tri kategorije:

I kategorija označava marinu najvišeg standarda,

II kategorija označava marinu srednjeg standarda,

III kategorija označava marinu najnižeg standarda.

Kategorija marina utvrđuje se zavisno od ispunjavanja uslova propisanih Pravilnikom za pojedinu kategoriju, a zavisi od: kvaliteta opreme i uređenja, standarda osnovnih usluga, raznovrsnosti nadopunjujućih usluga koje se turistima-nautičarima pružaju u marini, kao i ostalih usluga i sadržaja na raspolaganju turistima nautičarima u neposrednoj blizini marine, te kvaliteta održavanja marine u cjelini.¹³

1.1.5. Upravljanje marinama

Marine su, obično, organizovane kao privredna preduzeća koja grade i upravljaju marinom, a iznajmljuju vezove i prodaju nautičko - turističke usluge.

Najdelikatniji i najodgovorniji zadatak upravljanja (menadžmenta) marinama je njihovo ekonomično i rentabilno poslovanje.

Ekonomično i rentabilno poslovanje marine podrazumijeva ekonomsku i tehničko-tehnološku uspješnost, pri čemu posebnu pažnju treba posvetiti očuvanju ambijentalnih osobina i prirodnog ekosistema. Primjena načela održivog razvoja, uvođenje ekološke politike u poslovanje marine i sprovođenje mjera pravilnog ponašanja prema resursima mora biti prioritet, počevši od

¹³ RH - Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma (Narodne novine, br.142/99, 47/00, 121/00 i 45/01) -prim. autora

radnika zaposlenog u marini, preko turiste-nautičara, do upravljačkih struktura marina. Osnovna načela poslovanja u marinama su:

Ekonomičnost poslovanja je načelo koje zahtijeva da se za određenu količinu rada, predmete rada, sredstva za rad i pružene usluge ostvari što veći učinak. U suštini, ekonomičnost predstavlja odnos između ostvarenih učinaka i utrošenih elemenata radnog procesa.

Rentabilnost poslovanja je načelo uspješnosti poslovanja koje zahtijeva da se sa određenom vrijednošću kapitala ostvari što veći poslovni rezultat.

Proizvodnost rada. U marini se to načelo ispoljava kao težnja da se poveća broj nautičko-turističkih usluga, a da se smanji količina rada.

Organizacijska struktura svakog poslovnog sistema je sredstvo kojim se postižu ciljevi. Ona usklađuje materijalne i kadrovske resurse preduzeća, te je podložna stalnim promjenama, prouzrokovanim njegovim poslovanjem.

Poslovanje marine obuhvata sljedeće segmente:

Prihodi. Pod ukupnim prihodom smatra se ukupna vrijednost proizvoda i usluga koje je nautičko preduzeće proizvelo i prodalo u određenom vremenu. Osim prihoda od zakupa veza, marina ostvaruje još i prihod od zimskog čuvanja plovila, servisa plovila, iznajmljivanja plovila, prodaje ugostiteljskih usluga, rezervnih djelova, boja, lakova itd.

Troškovi marine. Troškovi su važan instrument poslovne politike bilo kojeg preduzeća i od njih zavisi profit. Troškovi u poslovanju marine se mogu svrstati u četiri osnovne grupe:

- amortizacija,
- bruto plate zaposlenih (cijena rada, doprinosi za zdravstveno i penzijsko osiguranje, troškovi odjeće i razni bonusi koji zavise od kvalifikacije i vrste zanimanja),
- troškovi održavanja (alat, rezervni djelovi, potrošni materijal),
- opšti troškovi (troškovi nastali u procesu proizvodnje kao direktni troškovi koji se pravdaju po mjestu nastajanja i učinka koga proizvode i indirektni troškovi koje nije moguće neposredno obuhvatiti ili su ekonomski neopravdani).

S obzirom na kretanje razlikuju se fiksni (stalni) i varijabilni (promjenljivi) troškovi. Zbir fiksnih i varijabilnih daje ukupne troškove poslovanja marine.

Fiksni troškovi – vremenska amortizacija, investicijsko i tekuće održavanje, porez na imovinu, kamate na kredite, plate koje su prema kolektivnom ugovoru fiksne, najamnine itd.

Varijabilni troškovi – mijenjaju se promjenom stepena zaposlenosti u kratkom roku tako što se povećanjem količina usluga u marini za određeni postotak, isto toliko povećavaju i troškovi.

Poslovni rezultat poslovanja marine predstavlja razliku između ukupnih prihoda i ukupnih rashoda. Utvrđuje se računom dobiti i gubitka na kraju obračunskog perioda, a obavezan je na kraju svake godine za prethodnu godinu.

Organizacijsko rješenje marine za nautički turizam, kao preduzeća, zahtijeva preciznu računovodstvenu podjelu rashoda i prihoda po organizacijskim jedinicama. Kao organizacijske jedinice, sa statusom profitnih cjelina, mogu se organizovati:

- vezovi (u vodi i na kopnu),
- servis i popravak plovila,
- maloprodaja,
- ugostiteljstvo i
- sportska djelatnost.

Vezovi pružaju usluge veza i skladištenja plovila, održavanje terena, porinuća i vađenja plovila iz vode. Uz rukovodioca, profitnu cjelinu sačinjavaju: mornari, kućni majstori – vodoinstalateri i električari, a po potrebi se zapošljavaju i sezonski radnici.

Servis i popravak plovila vrši tekuće i investicijsko održavanje, popravak plovila poslije havarija, farbanje i čišćenje plovila. U ovoj profitnoj cjelini još se mogu prodavati nova i polovna plovila, motori i rezervni djelovi. Zaposleni su mehaničari, bojadiseri i stolari.

Maloprodaja opskrbljuje marine prehrambenim proizvodima, sportskom opremom, ribarskim priborom itd. Zapošljavaju se radnici trgovačke struke i pomoćno osoblje. Prodaja plovila vrši se komisionom prodajom, a prodaja prehrambenih proizvoda i drugih potrepština vrši se na klasičan način.

Ugostiteljstvo. U svakoj marini se pružaju usluge hrane, pića, često i usluge smještaja, što obezbjeđuju razni ugostiteljski objekti kao što su hoteli, restorani, barovi itd.

Sportska djelatnost. Ukoliko u marini postoje sportski sadržaji, neophodno je obezbijediti servise za iznajmljivanje sportske opreme i rekvizita kao i zapošljavanje instruktora za odgovarajuće sportove: skijanje na vodi, ronjenje, ribolov, tenis...

Na čelu svake od organizacijskih jedinica nalazi se rukovodilac koji rukovodi jedinicom i odgovoran je za ostvarenje poslovnih rezultata.

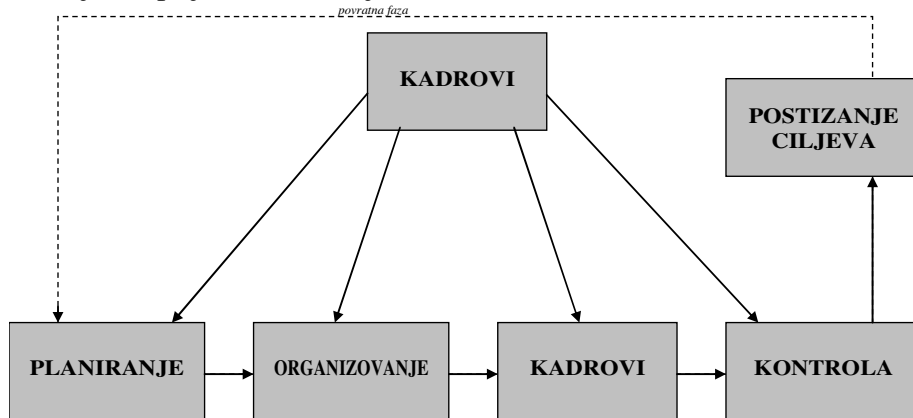
1.1.5.1. Menadžment i upravljanje

Menadžment je multidisciplinarna oblast ljudskog znanja koja sadrži mnoštvo upravljačkih funkcija, i kao takav neophodan je svim zdravim sistemima u kojima se susreću dva ili više podsistema ili činilaca. Gdje god ima dva ili više "nečega", javlja se potreba za koordinacijom, usmjeravanjem, podržavanjem, kontrolom..., a to su upravljačke funkcije.

Razni autori različito definišu pojam menadžmenta:

- Proces donošenja odluka usmjerenih na izvršenje ciljeva;
- Generisanje funkcija svih organizacija i efikasno korišćenje resursa za postizanje željenih ciljeva;
- Kreativna aktivnost koja razvija organizaciju i njene zaposlene da bi postigli specifične zadatke...

Kada se spozna suština menadžmenta, jednostavno se može doći do definicije koju navodi većina autora: Menadžment je proces sastavljen iz više upravljačkih funkcija (planiranje, organizovanje, zapošljavanje kadrova i kontrola), koje spajaju nepovezane resurse u kompaktan sistem za postizanje unaprijed zadatih ciljeva.



Slika br. 3 Menadžment

Ova definicija sama po sebi negira pojednostavljeno shvatanje pojma menadžment, gdje se on izjednačava sa pojmom upravljanje (vođenje). Menadžment nije posebna funkcija (upravljanje-vođenje) sama po sebi, nego zbir više funkcija koje se realizuju tek u odnosu menadžera sa osobljem koje treba voditi, odnosno planirati njegove aktivnosti, organizovati, kadrovski popunjavati i kontrolisati.

1.1.5.2. Menadžer

U literaturi nema jedinstvene definicije i opisa rada menadžera, ali ipak preovladava mišljenje da on ima rukovodeću ulogu na raznim nivoima i sektorima organizacije, i da ta rukovodeća uloga dolazi do izražaja u svim funkcijama menadžmenta.

Menadžeru je povjerena međukadrovska, informaciona i preduzetnička uloga, koje su hijerarhijski strukturirane i međusobno zavisne, tako da se on pojavljuje u raznim oblicima, npr: lider, posrednik u kontaktima, distributer informacija, inovator, alokator resursa, pregovarač, preduzetnik, itd.

Menadžer je najčešće u ulozi lidera. Riječ "lider" sama po sebi govori da je u pitanju neko prvi, vođa, neko ko "konce drži u svojim rukama". Njegova uloga kao "prvog" jeste da, u vremenu jake konkurencije, stalno sprovodi krupne promjene, uz poboljšanje poslovnih rezultata organizacije. Kao takav, od njega se očekuje da generiše energiju, inicira promjene, blagovremeno uviđa potrebu transformacija, razvija jasnu viziju preduzeća, orijentiše, tj. usmjerava preduzeće prema ostvarenju vizije, usklađuje sve podsisteme preduzeća, kreira vremensku, prostornu, tehnološku, informacionu i drugu dimenziju transformacionog procesa, u cilju ostvarenja brzog, ali sigurnog prelaza iz sadašnjeg u željeno stanje.

U savremenom poslovnom ambijentu, lider, pored posjedovanja standardnih (tehničkih, organizacionih, edukativnih, rada sa ljudima, vještina shvatanja i oblikovanja rješenja i sl.) vještina, mora da ima i neke dodatne, neophodne za uspješno liderstvo. U literaturi se ističe da poslovni pristup, koji se zasniva na upravljanju krupnim promjenama i visokom rastu, zahtijeva tzv. transformaciono liderstvo, koje obuhvata sljedeće elemente:

- **idealizovani uticaj** – harizmu i magnetizam lidera,
- **inspirativnu motivaciju** – lider kreira viziju, postavlja visoke i izazovne ciljeve i prenosi entuzijazam,
- **intelektualno podsticanje** – lider stvara nove ideje i podstiče sljedbenike u kreativnosti,
- **uzimanje u obzir pojedinca** – lider u potpunosti uvažava ličnost osoba sa kojima je u kontaktu.

Dolazi se do činjenice da lider, kao ličnost mora da bude obrazovan, iskusan, pouzdan, da bude talentovan za menadžerski posao, da ima takmičarski nagon, želju za uspjehom, samopouzdanje pred konkurencijom, ali prije svega da bude karakterni i autoritativni ličnost. Samo takav menadžer - lider može da se suoči sa promjenama u poslovnom svijetu, sa rizikom koji je neizbježan, da traži informacije i mišljenje drugih, bude otvoren prema novim idejama i promjenama, te da pravilno podnese uspjeh, ali i eventualni neuspjeh. Zato lider, kao talentovani strateg, utiče na druge tako što ih: usmjerava, motiviše, angažuje, selektuje, a sve to čini sagledavajući cjelokupnu situaciju, taktički, pravično rješavajući probleme. On izgrađuje organizaciju i timski rad, obezbjeđuje transfer znanja i vještina, obezbjeđuje aktivne i pouzdane komunikacije, identifikuje otpore promjenama, itd.

Kreirajući strategiju¹⁴ i odgovarajuće ciljeve, strateg utiče na čitav dalji proces donošenja odluka i njihovu realizaciju. Menadžer, sa svim svojim osobinama koje bi trebao posjedovati je, u stvari, strateg koji upravlja elementima strategije kao što su vizija, misija, organizaciona kultura, vrijednosti, ciljevi, akcije i odluke. Sve te elemente menadžer (strateg) mora da integriše u jedinstvenu cjelinu.

Kod pojedinih autora preovladava mišljenje da su menadžer i lider dvije ličnosti ili jedna ličnost sa dvojnomo ulogom, koje se, u svakoj organizaciji, pojavljuju komplementarno: uloga vođstva (liderstva) u smislu činjenja prave stvari koja je povezana sa vizijom i usmjeravanjem, i menadžmenta u smislu primjene, odnosno funkcionalnog činjenja (realizacije) stvari na pravi način.

Tabele br. 1 Lider i menadžer

<i>lider</i>	<i>menadžer</i>
stvara i komunicira viziju	stara se o sprovođenju vizije
motiviše zaposlene	rukovodi zaposlenima
ustanovljava fundamentalne vrijednosti	prevodi fundamentalne vrijednosti u rezultate
fokusiran je na budućnost	razumije budućnost, ali je koncentrisan na sadašnjost

Bez obzira na ulogu u kojoj se pojavljuje, onovni zadatak menadžera je da obezbijedi normalan rad organizacije za koju radi, opstanak i razvoj iste kroz realizaciju ciljeva, odnosno, funkcija menadžmenta, na nivou za koji je zadužen da rukovodi.

Osnovni cilj svakog menadžera, bez obzira u kojoj sferi i u kojoj zemlji radi, jeste ostvarivanje profita. Primarni zadaci menadžera marne su: organizacija procesa rada, rukovođenje, planiranje i kontrola izvršenja poslova i radnih zadataka.

Tabela br. 2 Šef i lider

<i>šef</i>	<i>lider</i>
rukovodi ljudima	inspiriše ljude
naređuje	ohrabruje
radi stvari na pravi način	radi prave stvari
saopštava svoje ideje	generiše ideje drugih
najprije govori	najprije sluša
određuje rokove	pomaže rukovodiocima da planiraju
oslanja se na status i autoritet	oslanja se na ličnost i volju
izaziva strah	podstiče podršku
govori šta treba uraditi	pita šta treba raditi
uvijek kaže "ja"	uvijek kaže "mi"
ukazuje ko griješi	ukazuje šta je pogrešno
zahtijeva poštovanje	izaziva poštovanje

¹⁴ Strategija - način ostvarenja ciljeva

Sposoban menadžer mora dobro poznavati probleme poslovanja, uspostaviti dobre međuljudske odnose sa zaposlenim i gostima marine.

Posebnu pažnju menadžer mora usmjeriti na:

- izbor kvalifikovanog osoblja koje će raditi u marini,
- koordinaciju rada prilikom izvršavanja zadataka,
- komunikaciju sa članovima radnog kolektiva i gostima,
- kreiranju pozitivne radne atmosfere i njegovanju međuljudskih odnosa u marini,
- brzo rješavanje problema i konfliktnih situacija među članovima kolektiva, radnicima i gostima,
- proces obrazovanja koji treba postati dio radnog procesa, a ne izolovan od njega,
- organizacijskim pravilima i mjerama,
- bezbjednost ljudi i opreme,
- zaštitu od požara,
- pravovrijemeno i adekvatno informisanje vlasnika plovila i ostalih gostiju o sadržajima i uslugama marine, meteorološkoj situaciji u području, plimi i oseci, mogućnostima kupovine, zdravstvenim uslugama, zabavi i rekreaciji itd.

Zbog kompleksne i odgovorne uloge menadžera, u praksi se menadžment (upravljanje) velikim marinama, najčešće oslanja na tim stručnjaka za određeno područje poslovanja. Osim menadžera, u upravi marine zaposlen je još jedan ili više izvršilaca na administrativnim poslovima, poslovima prijema gostiju, bezbjednosti i sigurnosti, računovodstva i čišćenja.

2. PLOVILA NAUTIČKOG TURIZMA

2.1. JAHTE I MEGAJAHTE

Jahta je plovni objekat namijenjen za razonodu, sport i rekreaciju, dužine veće od 7 m, a koja nije angažovana u međunarodnoj trgovini¹⁵, a pogodan je za duži boravak na moru. Jahta je naziv koji se koristi za brodove čija je jedina svrha sport odnosno rekreacija. U doba jedrenjaka pod jahtama su se prvenstveno podrazumijevali brzi brodovi sagrađeni za prevoz važnih putnika. Danas se pod tim izrazom podrazumijevaju luksuzno opremljeni čamci ili brodovi koji putnicima omogućavaju veliki komfor tokom dugotrajnih putovanja.

Megajahte su posebna kategorija jahti koja nije precizno definisana dimenzijama.

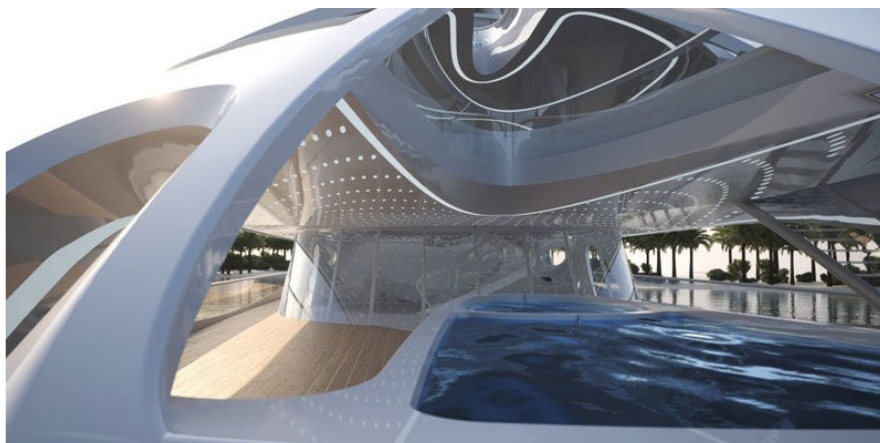
Pod pojmom megajahta se može smatrati svaka jahta duža od 25m. Od januara 2009.god, u svijetu se gradi 777 megajahti, što je rast od 2,2 puta u posljednjih 10 godina. Od brodova koji se trenutno grade, njih 154 su duži od 50 m. Dakle, jahte "rastu" nevjerovatno brzim tempom, što je iznenadilo mnoge marine i remontna brodogradilišta, koji svojim kapacitetima ne mogu adekvatno odgovoriti izuzetno velikoj potražnji i potrebama sve većih luksuznih jahti.



Sika br. 4 Megajahta

Vlasnici jahti i njihovi gosti su pretežno bogata klijentela.. Svaka megajahta je kao hotel sa šest zvjezdica. Svaki gost na jahti, u prosjeku, potroši deset puta više nego regularni hotelski gost ili turista na velikim brodovima - kruzerima. Ono što je još značajnije je to da vlasnici jahti u toku godine izdvajaju izuzetno visoke sume novca za snabdijevanje i servisiranje jahti.

¹⁵ Zakon o jahtama, Podgorica, 2007.god.



Slika br. 5 Unutrašnji izgled megajahte

Megajahte obično troše 10-15 % svoje početne vrijednosti na veće remonte svake četvrte godine, što na primjeru broda vrijednog 10 miliona eura znači da obimniji remont košta oko 1,5 milion €. Godišnji troškovi održavanja i korišćenja megajhte iznose od 6-8 % njene vrijednosti. Oko 40 % tih troškova su plate posade, a preostalih 60 % troškova ostaje u matičnoj luci - marini (za snabdijevanje, sitnije opravke, turističke usluge...), gdje se uključuje čitav lanac privrednika raznih profila.

2.2. JEDRILICE, GLISERI I ČAMCI

Pojam **jedrilica** se u pomorstvu obično koristi za čamce koji za pogon pomoću jedara koriste vjetar. Danas su čamci koji koriste jedra prilična rijetkost, osim ukoliko ne služe za sport i rekreaciju, te je jedrilica postala gotovo sinonim za sportsku jedrilicu.



Slika br. 6 Jedrilica

Čamac (čije ime dolazi od turske riječi *çam* za jelu, odnosno jelovu brodicu) je otvoren ili poluzatvoren plovni objekt koritastog oblika, a manjih dimenzija, pogonjen ljudskom snagom, vjetrom ili mehaničkom snagom. Ponekad se čamcima nazivaju (pogotovo u ratnoj mornarici) brodice pokrivene palubom, pa i manji brodovi koji se upotrebljavaju u posebne svrhe, npr. patrolni, torpedni i drugi čamci. Prema vodi u kojoj plove čamci se dijele na riječne, jezerske i morske čamce.

Prema upotrebi čamci se dijele na:

- čamce ratne mornarice;
- čamce na trgovačkim brodovima;
- lučke čamce;
- peljarske čamce;
- ribarske čamce;
- sportske čamce;
- čamce za obalno spašavanje;
- brze čamce - glisere

Trimaran je naziv za čamac, odnosno brod koji se sastoji od glavnog i dva pomoćna trupa (*ama*). Izmislili su ga Polinežani prije 4.000 godina, te im je, uz katamaran (dvotrupac), omogućio naseljavanje udaljenih ostrva Oceanije. Trimaran je mnogo brži, lakši i stabilniji od jednotrupnih brodova. Danas je jako popularan među sportskim jedriličarima.



Slika br. 7 Gliser

2.3. KRUZERI

Kruzeri (cruiseri) su brodovi - ploveći hoteli, obično većih dimenzija, opremljeni i osposobljeni da, u toku krstarenja morima, zadovoljavaju potrebe nautičkih turista koji na njima borave.



Slika br. 8 Kruzer

Na slici br.9 je pokazan kruzer "Opera" koji je izgrađen 2004.god, ima 12 paluba, dugačak je više od 250 m, tonaže veće od 58.000 bruto tona. Može da ukrca i opslužuje više stotina turista.

Činjenica da oko jedanaest miliona turista godišnje u svijetu koristi usluge "plovećih hotela – cruzera" jasno govori da je izletnički turizam (u formi krstarenja morima), kao tip nautičkog turizma, veoma zastupljen. Takođe je statistička činjenica da oko 60% nautičkih turista koji plove kruzerima, ne izlazi sa broda u luke koje posjećuju. Da li je uzrok toj činjenici turistička ponuda koju ta luka pruža? U svakom slučaju, treba valorizovati prirodne dragocjenosti, kulturno-istorijske sadržaje i druge pogodnosti koje je moguće ponuditi nautičkim turistima koji dolaze kruzerima i veoma kratko borave u luci.

3. ELEMENTI NAUTIČKOG TURIZMA

3.1. JEDRENJE

Jedrenje je vještina plovidbe isključivo uz pomoć vjetera kao pokretačke snage. U početku je jedrenje bila osnovna vještina potrebna za upravljanje ratnim, trgovačkim i turističkim brodovima. Sa pojavom parne mašine, a kasnije i drugih vrsta motora, jedrenje gubi ekonomsku važnost.

Pretvaranje trgovačkih jedrenjaka u brodove za rekreacijsko jedrenje uglavnom je pojava koja se srijeće u 20. vijeku, a tek od kraja Drugog svjetskog rata doživljava sve veću popularnost.

Danas je jedrenje za većinu ljudi rekreacija i zabava, kao i vrlo popularan i raširen sport. Jedriti se može na dasci, u čamcu ili brodu, na jezeru ili moru.¹⁶



Slika br.9 Jedrenje na dasci - izazov za nautičke turiste

Jedrenje je savršeno za avanturiste i ljubitelje prirode, kao i za sve one koji obožavaju sunce i more. Šum talasa i vjetera koji pokreće jedrilicu stvara osjećaj stapanja sa prirodom i njenim ljepotama koje mogu da se dodirnu samo na ovaj način. Mogućnost da turistanautičar sam bira destinaciju i određuje koliko dugo će se zadržati na nekom malom ostrvu ili u skrivenoj uvali, velika je prednost u odnosu na klasičan način ljetovanja.

Iako je razvoj rekreacionog jedrenja sasvim savremena pojava, njegovi se počeci mogu nazreti već tokom 17. vijeka u Holandiji. U to vrijeme Holandija je bila na vrhuncu svoje pomorske moći, obavljajući neprekidan saobraćaj sa prekomorskim kolonijama, a uz ovo, riječ je i o zemlji ispresijecanoj mrežom kanala i drugih vodenih puteva.

¹⁶ Posebne vrste jedrenja su: jedrenje na ledu (gdje je pilot na klizaljicama, skijama ili snoubordu) i jedrenje na kopnu (obično na pješčanim plažama u kolicima sa 3 točka i jedrom)



Slika br. 10 Jedrenje - takmičarskog karaktera

Uz veliki broj ratnih brodova imali su i mnoštvo drugih za ribarenje i trgovinu, kao i brodove za privatni transport putnika. Ove različite potrebe utiču na brzi razvitak malih, odlično izgrađenih brodova od kojih su neki zamišljeni kao jahte i služe samo za zabavu - jednom riječju, Holandija postaje jedna od prvih zemalja u kojoj jedrenje predstavlja i razbibrigu.

3.2. RONJENJE

Ronjenje je danas jedan od sportova koji se najbrže širi svijetom, a oduvijek je postojala čovjekova želja da se spusti ispod površine mora, jezera, bilo u svrhu spasavanja, lova, rekreacije ili vojne svrhe.

Ronjenje je aktivnost u kojoj turista-nautičar boravi ispod površine vode. Ko želi ozbiljnije roniti, mora proći ozbiljnu obuku, inače ugrožava sebe i sve koji s njim rone. U sklopu ronjenja razvilo se više vrsta podvodnih sportova, neki čak i takmičarskog karaktera.



Slika br. 11 Ronilac sa kompletnom opremom

3.2.1. Podvodni ribolov i ronjenje na dah

Podvodni ribolov je oblik ronjenja na dah. Takmičarskog je karaktera. Takmičenje se odvija i po nekoliko dana na raznim terenima. Takmičari su u moru pet sati, minimalna težina ulova je 400 gr. Ulov se daruje nekoj ustanovi, bolnici, Crvenom krstu, ili se pojede na svečanosti poslije proglašenja pobjednika.



Slika br. 12 Ronjenje na dah

Nema sporta koji može više razbuditi čovjekovu maštu od podvodnog ribolova.



Slika br. 13 Podvodni ribolov

Podvodni ribolov je izazovan, a ronjenje na dah je svjetski trend s početka 21. vijeka, što ima velikog odraza i na nautički turizam. Ko jednom zaroni i spozna čari podmorskog svijeta ostaje mu trajno vjerman i uvijek mu se vraća.

3.3. SURFOVANJE

Surfovanje je sport na vodi gdje se, pomoću daske za surfovanje, skija po brijegu talasa uz pomoć brzine i snage talasa, uz posjedovanje određenih surferskih vještina.

Surfovanje, koje se računa kao ekstremni sport, nije toliko opasno kao što se čini na prvi pogled. Dr Endrju Netanson je vršio istraživanja, koja su pokazala da je košarka opasniji sport od surfovanja. Recimo, devet sportskih povreda se desi za 1.000 časova učestvovanja u košarci, dok se za 1.000 časova surfovanja desi samo 6,6 povreda. Ta brojka bi se mogla udvostručiti pod uticajem ekstremno velikih talasa, što nije čest slučaj, tako da na surfovanje treba gledati kao na jedan od sigurnijih sportova. Najviše od tih povreda zarade profesionalci, jer oni izvode razne akrobacije i trikove, tako da kod njih često dođe do povrede koljena. Kod amatera su povrede veoma rijetke, a ako i dođe do njih, to su obično upale mišića ili posjekotina zarađena na dasci za surfovanje.

Kod surfovanja je veoma važno poznavati vjetrove. Svaki vjetar ima neke karakteristike koje pomažu da utvrdimo njegov intenzitet ili ostala njegova svojstva: hoće li prestati, pojačati se ili najaviti neki drugi vjetar. To je važno znati, jer je vjetar, uglavnom, najvažniji uzrok stvaranja velikih talasa, koji su neophodni za surfovanje.



Slika br. 14 Surfovanje - jahanje na talasima

Izgled obale je, takođe, veoma važan faktor za surfere. Nikako se ne smije surfovati gdje je kamenita obala, nego isključivo gdje su pješčane plaže, sa blagim rastom dubine mora. To je važno iz razloga što talasi usporavaju što se više približavaju obali, tako da je surferima lakše da siđu sa sporijeg talasa, da u slučaju neke nezgode ne bi došlo do ozbiljnije povrede. To nije slučaj kod kamenite obale, sa velikom dubinom mora, jer na tim mjestima talas i dalje ima veliku brzinu, i silaženje sa takvog talasa surferima je daleko teže i gotovo bi bilo nemoguće izbjeći povredu udarom o kameniti obalu.

Kod surfovanja je važna stavka posjedovanje odgovarajuće opreme. Pored daske za surfovanje, koja je neophodan element u ovom sportu, potrebno je imati i prsluk. Prsluk koji se koristi kod surfovanja dizajniran je tako da u slučaju nezgode i gubljenja svijesti, surferu uvijek drži glavu iznad površine vode, a istovremeno održava tijelo u uspravnom položaju, da unesrijećenom ne bi zapao jezik u grlo. Važno je imati i tzv. skijaška odijela koja čuvaju tijelo od

povreda u slučaju pada. Tip daske koja se koristi zavisi da li je u pitanju profesionalni surfer (oni koriste teže daske), ili su u pitanju amateri (koriste lakše daske). Profesionalci koriste teže daske jer se na njima može lakše manevrisati po velikim talasima, a mogu se brže kretati po brijegu talasa i izvoditi akrobatske figure. S druge strane, na tim daskama mnogo je teže popeti se na talas, tako da amateri, nautički turisti, isključivo koriste lakše daske.

3.3.1. Surfovanje uz pomoć zmaja

Surfovanje uz pomoć zmaja (KiteSurfing) se izmislili Francuzi, a popularizovali Havajci. Smatra se najekstremnijim novim sportom na vodi, a stekao je toliku popularnost zato što predstavlja uspješan spoj elemenata mnogih drugih dinamičnih sportskih disciplina, kao što su surfovanje, paraglajding i letjenje motornim zmajem. Britanac Mark Sin je nedavno sa zmajem prevalio rastojanje od Španije do Maroka. Od jačine vjetra zavisi veličina zmaja (jači vjetar - manji zmaj). Za ovu aktivnost neophodni su vještina i snaga.



Slika br. 15 Surfovanje uz pomoć zmaja

3.4. RAFTING

Rafting¹⁷ je oblik nautičkog turizma za koji je karakteristično kretanje turista čamcima, rijekama i jezerima, pomoću vesala. U novije vrijeme rafting je postao turistička atrakcija, koja je opšteprihvaćena u cijelom svijetu i jedan od najpopularnijih oblika aktivnog odmora. Jedan od razloga je činjenica što za učešće na raftingu nije potrebno iskustvo, zato što čamcima upravljaju iskusni skiperi, čime je osiguran prolaz i kroz najveće brzake i bukove. Ova vrsta turizma svake godine postaje sve atraktivnija iako nema adekvatnu valorizaciju u strateškim dokumentima koji definišu turizam u Crnoj Gori, gdje je rafting definisan kao sporedna vrste sporta koja može biti dopuna drugim sportskim aktivnostima u sklopu turističke ponude na planini.

¹⁷ Rafting - eng. Raft, Rafting, što znači splav, splavarenje



Slika br. 16 Rafting

Kao ilustracija popularnosti ovog novog oblika nautičkog turizma mogu se uzeti podaci Rafting saveza Slovenije prema kojima su oko 70.000 turista u 2008.god, bili učesnici turističkog raftinga u Sloveniji. Takođe, broj kajak i kanu turista nije mnogo manji.

Rafting je spuštanje niz rijeku u gumenom čamcu, specijalno izrađenom za divlje vode. Izvorni raft-splav, napravljen je od drvenih balvana. Gumeni raft potiče od čamaca iz Drugog svjetskog rata, desantnih i čamaca koji su korišćeni za spasavanje. Čamci za rafting napravljeni su od izuzetno otporne višeslojne gume te imaju više odvojenih vazdušnih komora. Bolji su i kvalitetniji od vojničkih čamaca, tako da je veslanje sigurno i zabavno. Za savremeno splavarenje se koriste gumeni čamci kapaciteta od 6 do 10 osoba. Dužina čamca je između 3 i 6 m. Današnji rafting čamci su zapravo moderni splavovi i, kako su mnogo lakši i sa plitkim gazom, mnogo su pokretniji. Osamdesetih godina u upotrebu su ušli rafing čamci sa šupljim dnom za samopražnjenje vode, čime su postali još pokretniji i lakši za upravljanje.

Rafting je prije svega zamišljen kao dobar provod na rijeci - spoj ljepote, adrenalina, avanture, odmora, zabave, zadovoljstva, drugarstva, atrakcije, pozitivne energije, povratka netaknutoj prirodi, ali i kao sport koji se sastoji u nadmetanju sportskih rafting timova u profesionalnim takmičarskim čamcima sa 4 do 6 članova, u 3 discipline: slalomu, sprintu i spustu. Praktikuje se na rijekama 3. Klase, prema međunarodnoj klasifikaciji.¹⁸

Jedan od razloga atraktivnosti raftinga jeste činjenica da svaki splavar aktivno učestvuje u splavarenju. Zaštitna oprema koju dobija svaki od splavara (sigurnosni pojas, kaciga i zaštitni prsluk) štiti ih od bilo kakvih fizičkih povreda. Zaštitni prsluk ima dvojako dejstvo jer čuva splavara prilikom ispadanja, ali i od hladne vode u slučaju proljećnih i jesenjih kiša. U dodatnu opremu spadaju i neoprenska odijela i nepromočive košulje, tako da je rafting stvarno udoban i

¹⁸ Kategorizacija rijeka po stepenu atraktivnosti za rafting se obavlja tokom juna u cijelom svijetu. Radi poređenja rijeka Kolorado ima 5. klasu, dok je naša Tara stepenovana kao rijeka atraktivnosti 3-4. (prim. autora)

primjeren za svakog. Zavisno od vremenskih uslova na raspolaganju su duga ili kratka neoprenska odijela, neoprenske čizme ili papuče, nepromočive jakne i kabanice. Oprema za rafting mora biti pouzdana, atestirana i proizvedena kod poznatih svjetskih proizvođača, tako da garantuje maksimalnu sigurnost na raftingu. Jedna od karakteristika i privlačnosti raftinga jeste neponovljivost.

Svako naredno spuštanje rijekom različito je od prethodnog – ništa se ne može ponoviti dva puta zbog, prije svega, vodostaja koji varira gotovo iz dana u dan. Svaka rijeka ima svoje mirnije i brže dionice, na kojima vodostaj varira u zavisnosti od doba godine. Viši vodostaj je obično početkom sezone u maju i junu, a mirnije vode počinju bivati nakon otapanja i nestanka snijega na planinskim vrhovima i ostaju takve tokom jula i avgusta. Rafting nije preporučljiv tokom kasnih jesenjih i zimskih mjeseci. U svim ovim mjesecima rijeke se na drugačiji način doživljavaju. One su plahovite, moćne i divlje tokom zime i naročito proljeća, da bi postale uspavane i tajanstveno mirnije u toplim ljetnjim mjesecima, kada pored splavarenja nude kupanje u svojim tišacima.

U zavisnosti od vodostaja rafting se uslovno može podijeliti na:

ekstremni rafting - april, oktobar, novembar, karakteriše ga odsustvo ekstremnih vremenskih uslova, ali i visok vodostaj rijeke prouzrokovan naglim otapanjem snijega, te prolječnim i jesenjim kišama;

adrenalinski rafting - maj, jun, karakteriše ga izuzetno visok vodostaj i ekstremni uslovi na rijeci, rezervisan za profesionalce;

turistički rafting - jul, avgust, septembar, karakteriše ga nizak vodostaj i odsustvo bilo kakvih ekstremnih uslova, što omogućava turističku valorizaciju;

zimski rafting - decembar, januar, februar i mart, vodostaj nije visok, ali su vremenski uslovi ekstremni tako da je rezervisan za fizički spremne splavare.

Rafting se može upriličiti za pojedince, prijatelje, društva ili porodice, ali i za poslovne saradnike, kao poslovni sastanak uz dodatne aktivnosti. Posebno je interesantan tzv. "*team buildin*" rafting, u kojem se na razne načine razvija osjećaj zajedničke pripadnosti i uvježbava timski rad. Uz čitav spektar dodatnih aktivnosti "*team building*" rafting doprinosi razvijanju i jačanju tima i povećanju uspjeha zajedničkog posla i poduhvata. Uzajamna zavisnost članova tima dovodi do bolje koordinacije pojedinaca i shvatanja da sami mogu uraditi malo, ali kao tim mogu prevazići i one najteže prepreke. Na "*team bulding*" raftingu učesnici mogu više naučiti jedni o drugima i lakše naći ravnotežu kvaliteta različitih osoba.

4. MORE I PRIOBALJE - PRIRODNI RESURS NAUTIČKOG TURIZMA

Opšte karakteristike prirodnih resursa, kao osnove za razvoj nautičkog turizma (more, jezera, rijeke) mogu se posmatrati kao:

- reljef obalnog ruba i priobalja,
- fizičke, hemijske i termalne osobine akvatorije i
- meteorološki elementi (temperatura vazduha, padavine, vlažnost, insolacija...).

Razuđenost obale posebno se ističe na obalnom rubu (dodir kopna i vode). Pod djelovanjem morskih talasa, akumulacijskog rada rijeka, nanosa nastalih obilnim padavinama, nastaju zalivi, uvale, pjeskovite i šljunčane plaže, a sve to je potencijal nautičko-turističke ponude.

Nizinska područja sa pjeskovitim plažama predstavljaju prirodni kapacitet za izgradnju hotela i objekata za opsluživanje turista, luka nautičkog turizma. Idealan su potencijal za boravišni turizam, obogaćen rekreativnim, sportskim i zabavnim objektima na vodi, pod vodom i na obali.

Razuđenost obale se ogleda i u broju i veličini ostrva. Ostrvski arhipelazi predstavljaju veoma pogodne prostore za izgradnju objekata za nautički turizam (sidrišta, privezišta, marine), a plovidbu takvim područjem čine atraktivnom i zanimljivom.

Osim atraktivne ljepote, razuđena obala omogućava krstarenja, kao segment nautičkog turizma i pruža dobra prirodna skloništa od nevremena.

4.1. POSTANAK I EVOLUCIJA MORA I OKEANA

Sunčev sistem, uključujući i planetu Zemlju, smatra se da je nastao prije otprilike 5 milijardi godina. Moderne teorije porijekla i postanka solarnog sistema govore da su planete postale zgušnjavanjem i agregacijom ogromnih oblaka kosmičke prašine i gasova. Ove ogromne "grudve" čvrste materije su dalje rasle i privlačile se međusobno zahvaljujući sili gravitacije. Kako je planeta Zemlja dostizala današnju veličinu, pritisak njenih spoljašnjih slojeva je sabijao i zagrijavao njen centar. Potpomognut toplotom radioaktivnih elemenata, odnosno termonuklearnim reakcijama, njena unutrašnjost se topila i na kraju postala tečna. Gvožđe, nikal, kao i niz drugih "teških" elemenata našli su se u jezgru, dok su "lakši" elementi ostajali na površini, hladili se i na kraju formirali tanak sloj Zemljine kore. Kroz mnogobrojne vulkanske kanale koji su prolazili kroz koru izbijali su tečni materijali i gasovi koji su se razlivali po površini mlade planete i formirali primitivnu atmosferu. Vodena para je, takođe, bila prisutna. Kako se planeta hladila vodena para se kondenzovala i tako je došlo i do prvih kiša koje su se nakupljale u najnižim djelovima Zemljine kore formirajući primitivne okeane. Atmosferski gasovi su se rastvarali (difundovali) u akumuliranoj vodi zajedno sa drugim hemijskim jedinjenjima iz podloge. Moćni riječni tokovi su spirali znatnu količinu hemijskih jedinjenja i elemenata sa kopna i donosili ih u primitivni okean. Na ovaj način je nastala morska (okeanska) voda. Od tog momenta, okeanski baseni i sami okeani su se stalno mijenjali.

Na mnogo kraćoj vremenskoj skali neki drugi procesi su uticali na sadašnji oblik i veličinu mora i okeana. Prije samo 18.000 godina, sjeverni dijelovi Evrope, Azije i Sjeverne Amerike su bili zaleđeni i pod ledenom kapom najskorijeg ledenog doba ili u zadnjem glacijalnom maksimumu. Ogromne količine vode koje su bile zarobljene u obliku tadašnjeg

ledenog pokrivača (slično današnjem Arktiku i Antarktiku) uzrokovale su spuštanje nivoa obalnih mora za 150 m ispod sadašnjeg nivoa. Između 18.000 i 10.000 godina, topljenjem tih kontinentalnih glečera, nivo mora se podigao za 150m i poplavio djelove kopna koji su bili na suvom za vrijeme zadnjeg glacijalnog maksimuma. Koralni grebeni, estuari i drugi plitki morski habitati su, tokom tih promjena, značajno modificovani. Svjetsko more se prostire na 360 mil. km² Zemljine kugle i zauzima 70,8 % površine naše planete, a vodena masa iznosi 1.368 mil. km³. Ovo izgleda kao ogromna zapremina, ali ako se uporedi sa Zemljinim dijametrom od 13.250 km, okeani su, u stvari, tanak film vode koji se nalazi na Zemljinoj kori¹⁹.

Prosječna dubina iznosi 3.800 m, a srednja visina kopna 875 m. Najveća izmjerena dubina prelazi 11.000 m (Čelindžer - nalazi se u Marijanskoj brazdi, Tihi okean).

Oko 1650. god, Varenus je podijelio more na okeane, mora, zalive i morske prolaze. Po toj podjeli su definisani: • Tihi, • Atlantski, • Indijski, • Sjeverni ledeni i • Južni ledeni okean.

Komisija za nazive i podjelu mora pri Geografskom društvu u Londonu je 1845.god, prihvatila ovu podjelu, a od kraja 19. vijeka Sjeverni ledeni okean (Sjeverno ledeno more) se ubraja u Atlantski okean, a vode Južnog ledenog okeana su razdijeljene na tri velika okeana, tako da je prihvaćena podjela na:

- Tihi okean (Pacifik) oko 179 mil. km² ili 50%
- Atlantski okean 106,5 mil. km² ili 29%
- Indijski okean 77,4 mil. km² ili 21%

Još se, kod podjele mora, u literaturi može pronaći i Arktički, kao četvrti okean, ali realno oni su svi jedinstveni i međusobno povezan okeanski sistem. Prema geografskim karakteristikama, mora se dijele na:

- **sredozemna mora** - mora koja su gotovo sa svih strana okružena kontinentskim masama, a s okeanom ih vežu relativno uski morski prolazi (npr. evropsko Sredozemno more). U sredozemnim morima nalaze se manja mora drugog, trećeg ili četvrtog stepena (npr. u evropskom Sredozemnom moru mora drugog stepena su: Jadransko, Egejsko, Crno more; trećeg stepena Jonsko, Levantsko, Tirensko; četvrtog stepena: Ligursko, Balearsko, Alboransko);

- **unutrašnja mora** - leže unutar kontinenata (npr. Baltičko more);

- **rubna mora** - nižu se duž rubova kontinenta (npr. Sjeverno, Beringovo, Kalifornijsko, Tasmansko more);

- **međuostrvska mora** - mora koja su nizom ostrva odvojena od okeana, a voda im je po hemijsko-fizičkim svojstvima slična vodi okeana (npr. Sulu, Celebsko, Javansko).

Bez obzira na geografsku različitost, morsko se prostranstvo odlikuje tijesnom povezanošću. Okeani i sporedna mora su povezani međusobno strujanjima, pa je ta ogromna masa vode u neprekidnom pokretu. Strujanje vode se odvija u horizontalnom smjeru između raznih mora i njihovih djelova, i u vertikalnom, od površine do najvećih dubina, što rezultira jednakim ili vrlo sličnim hemijskim i fizičkim osobinama morske vode.

Blizu dvije trećine ukupnog kopna je smješteno na sjevernoj hemisferi, dok je južna hemisfera pretežno okeanska sa skoro 80% površine koja je pokrivena vodom. Pacifički okean je sam polovina od totalne okeanske površine.

¹⁹ Vodena masa iznosi oko 0,25 promila ukupne Zemljine mase

5. KOMPANIJA ADRIATIC MARINAS ULAGANJE U OPŠTE DOBRO LOKALNE ZAJEDNICE TIVTA

Kompanija Adriatic Marinas – Porto Montenegro, dobitnik je Specijalnog priznanja za razvoj lokalne zajednice koje već petu godinu dodjeljuje Fond za aktivno građanstvo fAKT. Priznanje je uručeno PR menadžeru Porto Montenegra Danilu Kaleziću, na svečanoj dodjeli nagrade Iskra održanoj u Kraljevskom pozorištu Zetski dom na Cetinju²⁰.

Konkurs za nagradu za filantropiju Iskra, namijenjenu pojedincima, privrednim društvima, iseljeničkim udruženjima i organizacijama građanskog društva koji su na najdjelotvorniji način podržali neprofitne akcije od opšteg dobra i interesa, realizuje je Fond za aktivno građanstvo fAKT u partnerstvu sa Privrednom Komorom Crne Gore, Ministarstvom za održivi razvoj i turizam i Upravom za dijasporu. Iskra je jedina nagrada ovakve vrste u Crnoj Gori i postaje tradicionalna manifestacija i referentno mjesto za one koji ulažu u opšte dobro.

Ova nagrada obavezuje na intenziviranje saradnje sa lokalnom zajednicom, ali i institucijama iz čitave Boke Kotorske. Ona predstavlja simboličan završetak jedne uspješne godine kada su društveno odgovorne aktivnosti i projekti naše kompanije u pitanju, a kojih je bilo više od 30. Nastavlja se saradnja sa brojnim institucijama, savjetima roditelja, udruženjima i nevladinim organizacijama, umrežavamo se i dijelimo dobru enegriju, jer u Tivtu i dalje postoje oni kojima je pomoć svih nas potrebna.

Od početka izgradnje marine i naselja Porto Montenegro do sada, kompanija Adriatic Marinas je za donacije, stipendije, sponzorstva i podršku tivatskoj zajednici izdvojila više od 2.300.000 €. Tokom ove godine, obrazovnim, kulturnim, sportskim i zdravstvenim institucijama Tivta donirana je brojna informatička, tehnička i kancelarijska oprema, sportski mobilijar, ali i podržani projekti u saradnji sa nevladinim organizacijama u vrijednosti od preko 50.000 €.



Slika br. 17 Danilo Kalezić, na svečanoj dodjeli Nagrade

²⁰ <http://www.portomontenegro.com/me/corporate/pm-recvies-special-recognition-awar...>

5.1. RAZVOJ PROJEKTA PORTO MONTENEGRO

Razvoj projekta Porto Montenegro, u koji će se ove i naredne godine uložiti po 40 miliona eura, od velikog je značaja za turistički razvoj Crne Gore i jačanje našeg imidža u svijetu²¹.



Slika br. 18 Ministar Gvozdenović u posjeti tivatskoj marini / naselju

- Ova godina je izuzetno važna, u njoj ćemo nastaviti saradnju sa Vladom Crne Gore, a tokom ljeta otvorićemo hotel „Regent“, što će predstavljati konačan korak u transformaciji Tivta iz industrijskog grada velike tradicije u prepoznatljiv turistički grad – kazao je izvršni direktor kompanije „Adriatic Marinas“, Oliver Korlet.

Treba zajedno raditi na jačanju, ne samo ljetnje, nego i zimske turističke sezone, veoma je važno da Crna Gora bude jedinstvena turistička destinacija, pa smo razgovorali i o tome kako da se u Boki tokom zimskog perioda naprave dodatne ponude i stvore uslovi za otvaranje novih hotela i razvoja sektora nekretnina.

Treba intenzivno raditi na dodatnim podsticajima kako bi nekretnine na prostoru Crne Gore bile bolje korišćene na posebnim programima manifestacija i događaja koji treba da se dešavaju u zimskom periodu, što je značajno poboljšano u 2013. godini.

Konstatovano je da je Porto Montenegro projekat koji izaziva posebnu pažnju jer je na jedan dodatan način promovisao Crnu Goru, koja je sa industrijskih projekata prešla na projekat visokokvalitetnog razvoja turizma.

Crna Gora je atraktivna turistička destinacija u koju kapital investira 107 zemalja svijeta, ali se treba dodatno poboljšavati ambijent za nova investiranja, zbog toga što je jako velika konkurencija u svijetu.

Država će uvijek raditi na podsticanju i podršci da budu što manja finansijska opterećenja kada su u pitanju turistički projekti.

- Naša opredjeljena su za striktna pravila upravljanja, a manje u dijelu vlasništva. Ako frakciono vlasništvo može da ubrza investiciju, taj će projekat dobiti našu podršku – istakao je Gvozdenović dodajući da Ministarstvo turizma podržava projekte „miks juz rizorte“, kondo i hibridne hotele.

²¹ <http://www.pobjeda.com>.

- U marini i naselju Porto Montenegro do sada je izgrađeno 50.000 kvadrata korisne površine, a oko 50 odsto svih izgrađenih objekata služi u turističke svrhe – kazao je Korlet istakavši da je to 75 posto ako se u obzir uzme marina koja takođe ima turističku namjenu.

- Naš uspjeh ne zavisi od prodaje nekretnina već od mogućnosti da privučemo jahte da borave kod nas. Sa jahtam koje budu ovdje provodile zimske mjesece i sa pogonom za remont jahti koji će poslovati tokom čitave godine stvaramo privrednu i ekonomsku djelatnost sa kojom će doći otvaranje novih radnih mjesta – objasnio je Korlet istakavši da nautički turizam može značajno smanjiti sezonske oscilacije nivoa turizma u Crnoj Gori „posebno sa strategijom razvoja Porto Montenegra da budemo matična luka za jahte koje će boraviti u Portu najveći dio godine“.

5.2. JAČANJE IMIDŽA CRNE GORE

„Porto Montenegro je od velikog značaja za jačanje imidža Crne Gore u svijetu i zbog toga smatramo da je njegov razvoj jako važan za turistički razvoj Crne Gore. Ove godine u Porto Montenegro investiraće se preko 40 miliona eura, takođe i u sledećoj godini. Otvaraće se nova radna mjesta. Trebamo da radimo na jačanju ne samo ljetnje već i zimske turističke sezone“, istakao je Gvozdenović²².

„Smatramo da je važno da Crna Gora bude jedinstvena turistička destinacija. Razgovorali smo kako u Boki u zimskom periodu napraviti dodatnu ponudu kako bi imali veći broj gostiju. To bi stvorilo uslove za otvaranje novih hotela i razvoja sektora nekretnina“, rekao je ministar održivog razvoja i turizma ističući da je rukovodstvo Porto Montenegra upoznao i sa novim rješenjima Zakona u turizmu koja treba da podstaknu nove investicije. On je rekao da vlada traži nova rješenja koja bi stvorila uslove za nove investicije i produženje sezone.



Slika br.19 Ministar Gvozdenović u Porto Montenegru

²² <http://www.radiotivat.com>

Gvozdenović je naveo da je Crna Gora u oktobru imala povećanje broja turista za 20, a u novembru i decembru preko 10 odsto i ocijenio „ozbiljnim progresom u postsezoni“.

„Treba intenzivno raditi na dodatnim podsticajima kako bi nekretnine na prostoru Crne Gore bile bolje korišćene. Radimo na više aspekata. Sa aspekta dostupnosti, posebnog programa koji je vezan za manifestacije, posebnim projektima vezanim za regate i događaje koji treba da se dešavaju zimskom periodu. To je značajno poboljšano u 2013. godini, ali to su procesi na kojima rade i visokorazvijene zemlje i na kojima moramo da radimo svi zajedno“, rekao je Gvozdenović ponavljajući da je Crna Gora proglašena za destinaciju sa najbržim turističkim rastom.

Odgovorajući na novinarska pitanja vezana za praksu neplaćanja boravišne takse nautičkim turistima, ministar turizma i održivog razvoja je rekao da „finansijska opterećenja trebaju da budu što manja u periodu predsezone i postsezone“. Gvozdenović je istakao da kompanija „Katari Diar“ ima dozvolu za pripremne radove i da je u toku završavanje izmijenjene studije lokacije.

Ministar Gvozdenović je rekao da će sa svojim saradnicima da se bliže upozna sa početkom izgradnje kondo hotela na tivatskoj gradskoj plaži i da je aktuelna izgradnja kondominijum hotela na tivatskoj rivijeri u skladu sa inostranom praksom. „Postoje putevi koji su na neki način usmjereni ka pravcu upravljanja a ne vlasništva. Naša opredijeljena su za striktna pravila upravljanja, a manje u dijelu vlasništva. Ako frakciono vlasništvo može da ubrza investiciju, taj će projekat dobiti našu podršku“, istakao je Gvozdenović dodajući da njegovo Ministarstvo podržava projekte „miks juz rizorte“, kondo i hibridne hotele. On je istakao da su u prošloj godini izdali dozvole za izgradnju 24 hotela sa preko 1.000 ležajeva, od kojih je pola sa četiri i pet zvjezdica koji su oslobođeni plaćanja komunalija. Naglasio je da je svake godine prosjek naplate komunalija oko 70 miliona eura i da je važno da se otvori prostor za investicije i onda u dugom periodu se ubiraju sredstva od poreza na dodatnu vrijednost i poreza na nekretnine. „Za Sveti Marko nemamo informaciju o početku realizacije projekta. Namjeravamo da narednih mjeseci obavimo dodatne konsultacije. Najave „Metropola“ su da će sa tim projektom krenuti 2014. godine“, rekao je Gvozdenović.

Izvršni direktor Porto Montenegro, Oliver Korlet je rekao da su do sada izgradili 50.000 m² korisne površine, a oko 50 odsto svih izgrađenih objekata služi u turističke svrhe. „Ako uzmete u obzir i marinu koja takođe ima turističku namjenu onda taj procenat raste na 75 odsto. Uspjeh turističke djelatnosti u Crnoj Gori ne zavisi od broja hotela, već od podsticaja koji će dovesti ljude. Kao što vidite, danas je veoma kišovit dan, kao što je bilo tokom ove zime, pa ovakvi vremenski uslovi predstavljaju veliki izazov za turističku industriju. Naš uspjeh ne zavisi od prodaje nekretnina već od mogućnosti da privučemo jahte da borave kod nas. Sa jahtam koje budu ovdje provodile zimske mjesece i sa pogonom za remont jahti koji će poslovati tokom čitave godine stvaramo privrednu i ekonomsku djelatnost sa kojom će doći otvaranje novih radnih mjesta“, istakao je Korlet.

5.3. SAJAM NAUTIKE

Ministar održivog razvoja i turizma Branimir Gvozdenović otvorio je danas 32. Sajam nautike, opreme za sport, kamping i rekreaciju "Nautic show", treći po redu koji se organizuje u marini Porto Montenegro.²³

On je naglasio da jahting turizam Crnu Goru sve više promovise na kvalitetan način doprinoseći da ona bude prepoznata kao jedna od kvalitetnijih nautičkih destinacija u svijetu. "Crna Gora je proglašena za jednu od najbrže rastućih turističkih destinacija u narednih 10 godina. Da bi to opravdali moramo da radimo na produženju turističke sezone, a jedan od takvih projekata je i ovaj nautički sajam koji treba da nas ohrabri da u predsezoni i postsezoni uradimo maksimalne napore da organizujemo manifestacije, pozovemo naše partnere i pozovemo turiste da dođu u Crnu Goru", rekao je ministar Gvozdenović dodajući da to doprinosi eliminisanju sezonalnosti kao ključnog problema domaćeg turizma.

On je istakao da će Vlada i resorno ministarstvo u narednom periodu pomagati ovakve manifestacije i da će u narednih mjesec dana objaviti nove posebne forme u cilju produženja sezone.



Slika br.20, Porto Montenegro - 23. Sajam nautike u Tivtu

"Zahvaljujući ovom prostoru koji je napravio možda najveću transformaciju u Crnoj Gori, od jednog zatvorenog prostora postalo je značajno mjesto za okupljanje kvalitetne ponude crnogorskog turizma, svake godine bilježimo rast u ovakvoj ponudi, tako da u jahting i nautičkom turizmu ove godine bilježimo rast od 26 odsto", rekao je Gvozdenović ističući da projekat Porto Montenegro podstiče slične projekte u Baru, Budvi, Kotoru, Herceg Novom kao i manje projekte kakav je hotelska marina Prčanj. Gvozdenović je najavio ozbiljne investicione aktivnosti uz porast jahting turista i dodao da je Porto Montenegro model koji treba da posluži da se niskim porezima i taksama obezbijede kvalitetni investitori.

²³ <http://www.welcome2montenegro.com>

Njemački ambasador u Crnoj Gori, Pius Fišer najavljen kao veliki zaljubljenik u nautiku rekao je da dan otvaranja sajma nautike dokazuje da je u Porto Montenegro lijepo boraviti i kad pada kiša. On je istakao da se tokom tri godine koliko je ambasador u Crnoj Gori, uvjerio da je Porto Montenegro najuspješniji investicioni projekat iako je upoznat sa velikim brojem ostalih investicija.

Sa marinom, luksuznim nautičkim naseljem i brojnim prodajnim mjestima, Porto Montenegro je postavio standard i uzor. Za razliku od nekih drugih projekata Porto Montenegro se dobro arhitektonski planira i uklapa u mediteransku cjelinu Crne Gore i Boke Kotorske. Diplomatski kor u Crnoj Gori, organizovao je u Porto Montenegro "Diplomatsku regatu", koja je imala za cilj da okupi biznis i sektor investicija kako bi proveli dan na moru. On je najavio sljedeću regatu ovog tipa sredinom septembra i podsjetio da Njemačka vlada učestvuje u finansiranju projekta izgradnje kanalizacionog sistema u bokeljskim opštinama. Njemački ambasador je istakao da je to izuzetno značajno kako bi more u Boki bilo čisto i poželio organizatorima upsgeh u organizaciji sajma.

"Činjenica je da smo prethodne godine u ovom terminu imali temperature iznad 30 stepeni svjedoči da nije moguće uvijek sve imati pod kontrolom. Međutim, vjerujemo da će ljubitelji nautičkog turizma i oni koji su vezani uz more i prirodu i pored loših vremenskih prilika da posjete ovu sajamsku manifestaciju.

"Porto Montenegro je posvećen ne samo razvoju marine svjetske klase i nautičke destinacije, već takođe i produžnju turističke sezone, što ovaj sajam i dokazuje. Vjerujemo da to donosi korist ne samo Porto Monenegru i Tivtu, već Crnoj Gori i cijelom Jadranskom regionu. Narednih nekoliko dana posjetioći će imati priliku da vide izložene eksponate visokokvalitetne opreme za nautičare, opremu za jahting i kampovanje, kao i da posjete više pratećih događaja i prezentacije, koktele i zabave u našoj marini", rekao je Toni Braun, direktor marine Porto Montenegro.

Među 23 ekskluzivna izlagača po prvi put se predstavljaju brendovi Suzuki Marine, Cwowline, Jobe Sport, a na sajmu će biti prisutni i Azimut, Marquis, Sessa Marine, Mar Co, Mastercraft, Yamaha, Honda, Toyota, Sea Keeper, Atlas Marine, Autopower, Valvoline, i drugi. Svoju ponudu na sajmu predstavljaju i tivatske firme "Una", "Navar" i Fakultet za mediteranske studije.

5.4. MARINA ZA SUPER JAhte I LUKSUZNO NAUTIČKO NASELJE - PORTO MONTENEGRO

Kompanija "Adriatic Marinas" predstavlja svoj projekat, marinu za superjahte i luksuzno nautičko naselje – "Porto Montenegro" na Sajmu nautike u Kanu, koji se održava od 9. do 14. septembra²⁴. Uz pristaništa i na pontonima, kao u plutajućoj vitrini, pravo iz brodogradilišta premijerno se predstavlja preko 100 novih dostignuća jahting industrije, a Sajam nautike u Kanu i ove godine predstavlja više od 550 brodova, brokerskih kuća i nautičkih centara, među kojima je i "Porto Montenegro". Veliku zainteresovanost za "Porto Montenegro" iskazali su novinari i potencijalni klijenti, koji su prisustvovali prezentaciji projekta, i još jednom potvrdili da je ovaj nautički centar jedan od najkonkurentnijih na evropskom tržištu zbog beneficija koje ima: položaj i kulturno-istorijsko nasljeđe Bokokotorskog zaliva i specijalne pogodnosti za klijente – usluge snadbijevanja gorivom oslobođenim od poreza u okviru marine i dvadesetčetvorosatna usluga "Yacht Assist" tima. Dominantno tržište i ovogodišnjeg sajma u Kanu je evropsko, sa 87 odsto

²⁴ <http://www.radiokotor.com>

izlagača iz Italije, Njemačke, Španije, Holandije i Švedske. Sajam je do sada posjetilo preko 40 hiljada posjetilaca koji uživaju u najvećim dostignućima jahting dizajna, njegovim kapacitetima i luksuznosti.

5.5. KOMPANIJA ADRIATIC MARINAS NA SAJMU NAUTIKE U KANU

Kompanija *Adriatic Marinas* predstavila je svoj projekat Porto Montenegro - marinu za superjahte i luksuzno nautičko naselje – Porto Montenegro, na Sajmu nautike u Kanu, koji je održan 10. do 15. septembra.

Na jednom od najznačajnijih sajmova nautike u Evropi, predstavljeno je više od 580 brodova koji su bili izloženi u vidu i na kopnu, sa više od 150 svjetskih primjera.

Između ostalih, predstavljeno je 22 broda duža od 40 metara, 97 jedrilica, 450 izlagača iz 34 zemlje, na 250.000 m² površine. Dominantno tržište je bilo evropsko, sa 87 odsto izlagača iz Italije, Njemačke, Španije, Holandije i Švedske, a izlagači iz SAD-a zablistali su sa svojim primjercima plovila na vodi.

Ove godine, rekordnih 45 hiljada posjetilaca je uživalo u najvećim dostignućima jahting dizajna, njegovim kapacitetima i luksuznosti.



Slika br.21 Kompanija Adriatic Marinas - Predstavila projekat Porto Montenegro

Uz pristaništa i na pontonima, kao u plutajućoj vitrini, pravo iz brodogradilišta premijerno se predstavlja preko 100 novih dostignuća jahting industrije, a Sajam nautike u Kanu i ove godine predstavlja više od 550 brodova, brokerskih kuća i nautičkih centara, među kojima je i Porto Montenegro.

Veliku zainteresovanost za Porto Montenegro iskazali su novinari i potencijalni klijenti, koji su prisustvovali prezentaciji projekta, i još jednom potvrdili da je ovaj nautički centar jedan od najkonkurentnijih na evropskom tržištu zbog beneficija koje ima: položaj i kulturno-istorijsko nasljeđe Bokotorskog zaliva i specijalne pogodnosti za klijente – usluge snadbijevanja gorivom oslobođenim od poreza u okviru marine i dvadesetčetvorosatna usluga Yacht Assist tima.

Dominantno tržište i ovogodišnjeg sajma u Kanu je evropsko, sa 87 odsto izlagača iz Italije, Njemačke, Španije, Holandije i Švedske.

Sajam je do sada posjetilo preko 40 hiljada posjetilaca koji uživaju u najvećim dostignućima jahting dizajna, njegovim kapacitetima i luksuznosti - saopšteno je iz Porto Montenegra.

5.6. DIMENZIJE ASPEKTA MARKETINGA PORTO MONTENEGRA

Osnovne karakteristike predmeta razmjene na turističkom tržištu, kao i turističke potrošnje, uslovljavaju da proučavanje primjene marketinga predstavlja preduslov za definisanje i utvrđivanje osobnosti marketinga u turizmu. Povećanje udjela i značaja uslužnih djelatnosti u skoro svim privredama, nije imalo za posljedicu i odgovarajuću primjenu marketing koncepcije.

Sve usluge podrazumijevaju određeni broj korisnosti za potrošače koji ih procjenjuju u zavisnosti od:

- a/ korisnosti oblika (materijalni elementi: hrana, hotelska soba i bazen u hotelu;
- b/ korisnosti mjesta (pogodnosti lokacije)
- c/ korisnosti u vremenu (radno vrijeme)
- d/ fizičke korisnosti 8osjećanje na uslugu ili objekat
- e/ korisnosti izražene u novcu (troškovi i dojeljena vrijednost u odnosu na uložena novčana sredstva)

Specifičnosti usluga i rezultirajući marketing problemi:

- a/ Neopipljivost (usluge ne mogu biti skladištene, usluge se ne mogu zaštititi patentima, usluge se mogu izložiti ili predstaviti, otežano je određivanje cijene.
- b/ Neodvojivost/nedjeljivost (potrošači i ostali su uključeni u proces stvaranja usluga
- c/ Heterogenost (teško je ostvariti standardizaciju i kontrolu kvaliteta)
- d/ Neuništivost (usluge ne mogu biti skladištene-lagerovane)

Karakteristike usluga su razlog da se marketing usluga dijeli u 3 osnovne grupe:

- a/ masovni marketing- vezan za sva masovna tržišta
- b/ interaktivni marketing- ili marketing odnosa (relation ship marketing, ima odnos kupac-prodavač.
- c/ interni marketing- osnovni cilj je poboljšavanje odnos među zaposlenima

Kompanija „Adriatic Marinas“ predstavlja svoj projekat, marinu za super jahte i luksuzno nautičko naselje - „Porto Montenegro“ u sajmu nautike u Kanu, koji se održava od 09. do 14. septembra. Uz pristaništa kao i na plutajućoj vitrini, pravo iz brodogradilišta, premijerno se predstavilo preko 100 novih dostignuća jahting industrije, a sajam nautike u Kanu i ove godine predstavlja više od 550 brodova, brokerskih kuća i nautičkih centara među kojima je i Porto

Montenegro. Veliku zainteresovanost za porto montenegro iskazali su novinari i potencijalni klijenti, koji su prisustvovali prezentaciji projekta i još jednom potvrdili da je ovaj nautički centar jedan od najkonkurentnijih na evropskom tržištu zbog beneficija, koje ima položaj i kulturno historijsko nasljeđe Bokokotorskog zaliva i specijalne pogodnosti za klijente, usluge snabdijevanja gorivom oslobođenim od poreza. Dominantno tržište ovogodišnjeg sajma u Kanu je evropsko sa 87% izlagača iz Italije, Njemačke, Španije, Italije i Švedske. Sjam je do sada posjetilo preko 40 hiljada posjetilaca, koji uživaju u najvećim dostignućima jahting dizajna, njegovim kapacitetima i luksuznosti.

- ZAKLJUČAK -

Važno je napomenuti da Crna Gora, iako je mala kao država ima ogromni potencijal za razvoj nautičkog turizma. Veoma je zastupljen kruzing i jahting turizam. Ide se ka tome da Crna Gora bude jedinstvena turistička destinacija, da se stvore uslovi za izgradnju većeg broja hotela, otvaranjem i razvojem sektora nekretnina. Na taj način bi priliv stranog kapitala bio veći u zavisnosti od toga šta se nudi stranoj klijenteli.

Vlada Crne Gore je ta koja mora da pruži najpovoljniju moguću ponudu za posticanje novih investicija. Na taj način bi se privukli strani investitori visoke platežne moći, a sa novim investicijama došlo bi do produženja turističke sezone, kako u ljetnjem tako i u zimskom periodu. Treba raditi sa aspekta dostupnosti posebnim programima vezanim za regate, kulturnim manifestacijama koje treba da se odvijaju i u zimskom periodu. Tako bi se zaokružila jedna cjelina, a sa druge strane svi turistički potencijali bi bili jednako obuhvaćeni i zadovoljeni.

LITERATURA

- Ilija Brčić - Radovan Orlandić, *Nautički turizam-faktori i element i- Tivat 2010.g.*
- J. Popesku, *Marketing u turizmu*
- [http://www.fms.-tivat.me/predavanja 4.god/NTPM-3.pdf](http://www.fms.-tivat.me/predavanja%204.god/NTPM-3.pdf)
- <http://www.portomontenegro.com/me/corporate/pm-recieves-special-recognition-awar...>
- <http://www.welcomemontenegro.com>
- <http://www.pobjeda.com>.
- <http://www.radiotivat.com>
- <http://www.radiokotor.com>