

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

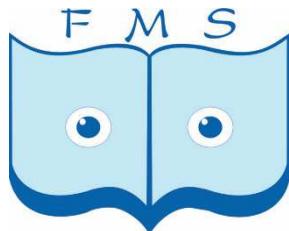
**Ilija Mlinarević**

**UZAJAMNI UTICAJ KRUZING TURIZMA I KULTURNE  
TURISTIČKE PONUDE KOTORA**

**SPECIJALISTIČKI RAD**

**Tivat, februar 2020.**

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



**UZAJAMNI UTICAJ KRUZING TURIZMA I KULTURNE  
TURISTIČKE PONUDE KOTORA**

**SPECIJALISTIČKI RAD**

Mentor: Doc. dr Nikola Dragomanović

Predmet: Nautički turizam i poslovanje marinama

Student: Ilija Mlinarević Br.Indexa: S27/14  
Smjer: Nautički turizam i upravljanje marinama

**Tivat, februar 2020.**

## SADRŽAJ:

<b>UVOD .....</b>	<b>5</b>
<b>1. TURISTIČKI PROIZVOD KOTORA .....</b>	<b>7</b>
1.1. PRIRODNI I GEOGRAFSKI USLOVI ZA RAZVOJ TURIZMA U KOTORU .....	7
1.2. KULTURNI POTENCIJAL GRADA KOTORA.....	8
1.1.1. ISTORIJSKE ČINJENICE.....	9
1.2. RECEPTIVNI ELEMENT TURISTIČKOG PROIZVODA KOTORA .....	11
<b>2. POTENCIJALI ZA RAZVOJ KULTURNOG TURIZMA U KOTORU .....</b>	<b>12</b>
2.1. MUZEJI I GALERIJE .....	12
2.2. TVRĐAVE I FORTIFIKACIJE.....	14
2.3. ARHEOLOŠKI LOKALITETI .....	14
2.4. URBANE I RURALNE CJELINE .....	15
2.4.1. <i>Perast</i> .....	16
2.4.2. <i>Risan</i> .....	17
2.5. SAKRALNE GRAĐEVINE .....	18
2.6. NEMATERIJALNA KULTURNA BAŠTINA .....	19
2.6.1. <i>Legende i ličnosti</i> .....	19
2.6.2. <i>Manifestacijski turizam</i> .....	21
2.6.1.1. Kulturne manifestacije.....	22
2.6.1.2. Vjerske manifestacije .....	23
2.6.1.3. Sportske manifestacije.....	24
2.7. KULTURA ŽIVLJENJA I OBIČAJI .....	24
<b>3. KOTOR KAO KRUZING DESTINACIJA .....</b>	<b>26</b>
3.1. RAZVOJ KRUZING TURIZMA U CRNOJ GORI .....	26
2.1. KRUZING POSJETIOCI KAO CILJNI SEGMENT U KULTURNOM TURIZMU .....	28
2.2. KONKURENTSKE KRUZING DESTINACIJE U OKRUŽENJU .....	31
<b>4. UPRAVLJANJE TURISTIČKOM PONUDOM KOTORA .....</b>	<b>34</b>
4.1. KOTOR KAO PRESTIŽNA DESTINACIJA MEĐUNARODNIH KRITERIJUMA.....	34
4.2. OČUVANJE BAŠTINE OD DEVASTACIJE I KONCEPT ODRŽIVOG RAZVOJA .....	35
<b>5. ANALIZA REZULTATA EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA .....</b>	<b>38</b>
<b>ZAKLJUČAK .....</b>	<b>41</b>
<b>LITERATURA</b>	
<b>POPIS SLIKA, TABELA, GRAFIKA I SHEMA</b>	
<b>PRILOG1: ANKETNI LISTIĆ</b>	

## **APSTRAKT**

Značajan potencijal Kotora u smislu razvoja turizma kao dominantne privredne grane grada, ali i kao bitnog doprinosa ukupnoj ekonomiji Crne Gore, zahtjeva pažljiv pristup i analizu sa više aspekata.

Ovaj rad imao je kao zadatak prepoznavanje okvira razvoja popularnog kruzing turizma, ali kroz dokaz o njegovom utemeljenju na kulturnom turizmu. Ova dva vida turizma, istovremeno su kompatibilna i direktno zavise jedan od drugog, ali i u suprotstavljanju svojih suštinskih elemenata tokom procesa realizacije vlastitih ciljeva.

O tim elementima procesa savremena turistička nauka veoma sveobuhvatno i detaljno analizira fenomen velikih turističkih podjeta kulturnim spomenicima, posebno onima nulte kategorije, kao i međusobnim negativnim uticajem na očuvanje i cjelovitost spomenika kulture koji su stalno izloženi negativnim uticajima čestih i slabo organizovanih posjeta turista kao i faktorima vremena.

Ova problematika uticaja na kulturne spomenike i briga zajednice o njihovom održavanju i konzervaciji – postaje sve kompleksnija i utiče na relacije i sadržaje kruzing posjeta turiste kulturno-istorijskim spomenicima i na njihovu valorizaciju.

Nesumnjivo je da se dva fenomena savremene turističke prakse suštinski prožimaju, ali i negiraju do izuzetne angažovanosti i sposobnosti dobrog menadžmenta.

Kultura, identitet i naslijede ključni su motivi posjete gradu kao što je Kotor. Prepoznatljivi vizuelni identitet i evropska istorija kojom je grad vidno odisao, privlače pažnju i predstavljaju primarni povod za dolazak u grad, kako stacionarnim turistima, tako i posjetiocima na kružnim putovanjima.

Kultura sama po sebi nije samoodrživa. Iziskuje ulaganje kako bi se očuvala i prezentovala, bez obzira na to da li je riječ o materijalnoj ili nematerijalnoj kulturnoj baštini. Dok materijalna baština zahtjeva održavanje u smislu konzervacija, rekonstrukcija, sanacija, zaštite od devastacije pod uticajem vremena, nematerijalna baština predstavlja duhovnu vrijednost podneblja, koja se čuva kroz planirane aktivnosti, poput manifestacija, ceremonija, festivala i sličnih događaja, koji njeguju tradiciju življenja i čuvaju je od zaborava. Tada se prošlost prožima sa budućnošću i oplemenjuje sadašnjošću. Iako je duhovna važnost nesaglediva, ona zahtjeva određena sredstva kako bi opstala i otgla se uticaju vremena (pozitivnom i negativnom). Upravo sprega između kruzing turizma i kulture grada Kotora, bila je motiv i poticaj za rad na navedenu temu, sa ciljem da prikaže potencijale uspješne korespondencije kulture i kruzinga, duhovnog i materijalnog, tradicionalnog i savremenog. Moguće je da čak i dva suprotstavljeni fenomena djeluju u skladu i u uzajamnom interesu, a posebno u interesu grada, samo ukoliko se njima spretno upravlja.

U izradi rada, bilo je teško ostati nepristrasan i zanemariti subjektivnu percepciju negativnih djelovanja masovnog turizma na kulturnu baštinu, ali upravo i to je bio izazov za pristupanje obradi tematike mnogo kompleksnije nego što izgleda na prvi pogled.

## **ABSTRACT**

Kotor's significant potential in terms of tourism development as dominant economic branch of the city, but also as an important contribution to the overall economy of Montenegro, requires careful access, research and analysis from multiple aspects.

The aim of the paper was to unify and recognize the development frameworks for currently sought cruise ship tourism, proving its roots in cultural tourism. Even two types of tourism mentioned are at the same time compatible and mutually dependent on each other, still their essential elements are opposing during the process of implementation of their own goals.

Contemporary tourism science is very comprehensive on these elements of the process and it thoroughly analyses the phenomenon of large tourist visits to cultural monuments, especially those of the zero category, as well as the mutual negative effect on the preservation and integrity of monuments of culture that are constantly exposed to the negative effects of frequent and poorly organized visits of tourists, as well as effects of the outside conditions. The issue of impact on cultural monuments and care of the community on their maintenance and conservation becomes more and more complex and it influences relations and contents of cruise ships visits of tourists to the cultural and historical monuments and to the valorisation of those monuments.

It is undoubtedly that the two phenomena of modern tourism practice essentially pervade, but are also in conflict, until there is exceptional engagement and ability of good management. Culture, identity and heritage are the key motives for visiting the city like Kotor. Recognizable visual identity and European history that characterizes Kotor attracts attention and represents the first motive for coming to the city, both to stationary tourists, and to visitors on round trips. Culture itself is not self-sustaining. It requires investing in order to be preserved and presented, regardless of whether it was material or intangible cultural heritage. While the material heritage demands maintenance in terms of conservation, reconstruction, rehabilitation, protection from devastation under the outdoor influences, the intangible heritage presents the immaterial value of the area, which is kept through the planned activities, such as events, ceremonies, festivals and similar events that cultivate tradition of life and protects it from the limbo. That is where the past pervades the future, and enhances today's presence. Although immaterial importance is incomprehensible, it requires certain resources in order to survive and escape the influence of time (positive and negative). It is the connection between the cruising tourism and the culture of the city of Kotor that is motive and incentive to work on this topic, with the aim of showing potentials of successful correspondence of culture and cruising tourism, immaterial and material, traditional and contemporary. It's possible that even two opposing phenomena act in harmony and in mutual interest, especially with regard to the interest of the city, only if skilfully managed.

It was difficult to remain impartial and to ignore subjective perception of the negative effects of mass tourism on cultural heritage while working on this paper, but it was exactly this that was a challenge for the research of this topic, which is much more complex than it seems at first glance.

## UVOD

Pojava grada Kotora na međunarodnoj mapi kruzinga, znatno je uticala na cijelokupan razvoj njegovog društvenog života, posebno u domenu turizma, odnosno turističke ponude, koja se počela prilagođavati novoj potražnji. Specifičnosti tražnje u kruzing turizmu ogledaju se u svemu što uzrokuje vremenski ograničen boravak na destinaciji. Uz to, potrebno je pomenuti i intenzivne promjene na turističkom tržištu, posebno u pogledu tražnje koja postaje sve zahjevnija.

Sve navedeno je od izuzetnog značaja za dalji razvoj Kotora, u ekonomskom i društvenom smislu, imajući u vidu multiplikativne efekte. Kruzing turizam vidno je proširio trajanje turističke sezone i uticao na način rasta i razvoja turističke privrede grada. Ne samo u poređenju sa Kotorom iz perioda prije dolaska kruzera, već i mnogo očiglednije, u poređenju sa susjednim gradovima koji nisu kruzing luke.

Multiplikativnost se, u konkretnom slučaju, ogleda u niovu uticaja na ostale djelatnosti, pored osnovnih usluga vezanih za kruzing luku. Tokom minulog perioda, svjedoci smo naglog razvoja ugostiteljstva, trgovine, te intezivne ponude suvenira, namirnica ili usluga. Ovo je ostavilo trag i na razvoj izletničkog turizma u drugim sredinama, odnosno povećalo promet turističkim agencijama koje se bave organizacijom izleta i ekskurzija.

Problem specijalističkog rada predstavlja upravo pretpostavku da je osnovni motiv posjete Kotoru upravo kulturna ponuda i impozantan broj spomenika, potrebno je ustanoviti odgovarajući balans između onoga čime će kruzing turizam doprinijeti, ili potencijalno ugroziti kulturni resurs. Ovo pitanje uzajamne podrške i održivosti u odnosu na potencijalni rizik od devastacije i druge vrste narušavanja faktora kulture, potrebno je posebno pažljivo analizirati, uz napomenu da je sklad turizma svake vrste i kulture provjereno moguć, samo je potrebno primijeniti potrebne menadžment metode. Problematika analizirana u ovom specijalističkom radu odnosi se na uzajamni uticaj kruzing turizma i kulturno - turističke ponude Kotora, odnosno definisanje svih pozitivnih i negativnih uticaja koje iz takvog uzajamnog odnosa proizilaze kao i mogućnosti kvalitetnim upravljanjem ovako atraktivnom kruzing destinacijom koja posjeduje izuzetno veliki kulturni potencijal.

Kao oblast pod zaštitom UNESCO-a, Kotor se može pohvaliti vanrednim znamenitostima, kako predjelima izuzetne ljepote, tako i kulturno istorijskim spomenicima i kulutrnim blagom. Zapravo, sve navedeno i jeste primarni motiv dolaska većine turista u ovaj grad. Kulturna turistička ponuda je, svakako bila uticajna i kada je riječ o dolascima brojnih kruzing kompanija i brodova čiji se broj iz godine u godinu povećava. Mnogobrojni posjetioci širom svijeta dolaze da iskuse posebnu atmosferu starog UNESCO-vog grada.

Ova dva fenomena – vanredna kulturna blaga i pojava kruzing turizma, dakle, konstantno se prepliću i njihovo uzajamno prožimanje predstavlja predmet ovog rada. Analiza ne može biti jednostrana, jer je činjenica da je uticaj naizmjenično povoljan i nepovoljan, samo se postavlja pitanje na koji način i u kojoj mjeri, te kako je moguće minimizirati negativne uticaje, a istovremeno ne ugroziti one pozitivne. Duga tradicija razvoja turizma u Kotoru, mijenjala je svoj modus rada kroz godine. Ipak, pitanje kulturnog i vizuelnog identiteta prostora Starog grada Kotora je ostalo neupitno, a potvrđeno je i ulaskom na Listu UNESCOa.

Predmet ovog specijalističkog rada jeste bogata kulturna baština i burna istorija Kotora koja je oduvijek plijenila, i danas animira turiste. Profil turiste se, ipak promijenio, jednako dinamično kao što su se promijenili kanali prodaje, distribucije informacija i sredstva prevoza. Savremeni turista je dobro informisan, informacija mu je dostupna, a kada je riječ o uobičajenom posjetiocu Kotora, dodatno je bitno napomenuti da je riječ o jednodnevnim izletnicima na kružnim proputovanjima. Njihov motiv za silazak sa kruzera u grad, je upravo kulturni aspekt turističke ponude.

Cilj istraživanja sprovedenog u ovom specijalističkom radu jeste iznalaženje zaključaka o načinu upravljanja i potencijalima turističke privrede Kotora, uz poseban akcenat na kulturnu turističku ponudu, odnosno turističku tražnju sa kruzera. U obzir je potrebno uzeti sve argumente i okolnosti i trenutnu metodologiju i postojeće planove rada u ovoj oblasti. Takođe, važno je osvrnuti se na međunarodne preporuke, kada je riječ o vrlo osjetljivom obliku turizma – kulturnom turizmu, koji zahtjeva pažljivo planiranje i racionalnu mjeru valorizacije. Tada i kao takav može biti okosnica turističke ponude Crne Gore u cjelini, a posebno Kotora, kao grada UNESCO-a. Izuzetan značaj u ovom kontekstu pridaje se ekologiji i njenim zahtjevima. Presjek dva fenomena – kruzing turizma i kulturnog turizma svrha je ovog rada koji će odgovarajućim metodama istraživanja izvesti zaključke iz ponuđenih postojećih informacija. Nastojalo se da doneseni zaključci, u smislu budućnosti, budu primjenjivi i za istraživanja slične i kompatibilne tematike. Na osnovu navedenog formulisana je glavna hipoteza istraživanja u radu koja glasi:

**H0:** Kulturni potencijal Kotora značajan je faktor u razvoju kruzing turizma.

Iz osnovne hipoteze izdvojeno je nekoliko pojedinačnih hipoteza istraživanja koje glase:

**H1:** Turistički proizvod Kotora posjeduje određene specifične karakteristike koje ga čine konkurentim na međunarodnom turističkom tržištu.

**H2:** Grad Kotor posjeduje veliki potencijal za razvoj kulturnog turizma u funkciji razvoja konkurentne kruzing destinacije.

**H3:** Razvoj kruzing turizma predstavlja važan element ekonomskog razvoja Kotora.

**H4:** Kvalitetno upravljanje turističkom ponudom Kotora preduslov je konceptu održivog turizma na ovom prostoru.

Metode korišćene prilikom izrade rada bile su u skladu sa predmetom istraživanja – induktivna i deduktivna, metode analize i sinteze u kombinaciji sa metodom komparacije, potom deskripcija, dokazivanje ili opovrgavanje. Takođe korišćene su metode generalizacije i konkretizacije. Radi preglednosti i preciznosti podataka, koristiće se statistička metoda. Na konkretnom primjeru korišćena je studija slučaja. U cilju prikupljanja dodatnih podataka korišćena je metoda intervjeta, dok se u pregledu literature koristila istorijska metoda. Pored toga na samom kraju rada korišćena je empirijska metoda prikom sprovođenja ankete putem koje su anketirani turisti koji posjećuju grad Kotor. U izradi ovog rada, upotrebljavana je domaća i strana literatura, udžbenici, knjige, enciklopedije, zatim naučni članci i publikacije pojedinačnih autora ili stručnih organizacija.

# 1. TURISTIČKI PROIZVOD KOTORA

Kotor je u okviru turističke cjeline zaliva Boke Kotorske, prepoznat kao grad impresivne urbane srednjovjekovne arhitekture i ljepote. U gradu, dominantan utisak ostavlja bogato kulturno naslijeđe u vidu zanimljivih građevina, sakralnih objekata i utvrđenja koja okružuju grad. U skladu sa očuvanom prirodnom mediteranskog rastinja, obale mora, i specifičnog reljefa, koji prati zalivsku raznolikost, male ponte i mandraće, pristaništa za prihvat brodova – jedrenjaka koji su nekad dominirali Bokom i Mediteranom.

Brodovi i nekadašnji manji jedranjaci ostavili su svoje tragove na morskoj obali, znakove svog nekadašnjeg smisla za prilagođavanje moru i obalama i umjeća gospodarenja pomorskim vještinama koje su značile život na tjesnim obalama zaliva Boke i okeanima svijeta.

Danas su samo tragovi nekadašnje slave, resursi spoznaje za nove oblike života i plovidbe, djelovi nekadašnje civilizacije i kulture naroda koji je znao osmislitи način življenja i komunicirati sa svijetom po morima i obalama Mediterana i okeana. S toga nije ni slučajno ni stihiski da su se brodovi vratili ovom kraju i da dalje dominiraju kao najznačajniji resurs u načinu života ljudi na njegovim obalama i morima.

## 1.1. Prirodni i geografski uslovi za razvoj turizma u Kotoru

Značajan argument koji ide u prilog razvoju specijalizovanih vidova turizma, u odnosu na masovni turizam, je rizik od potencijalne devastacije prirodnih dobara određenog turističkog područja. Ovo je posebno značajno za predjele vanredne prirodne ljepote i značaja, poput Kotora i njegovog okruženja.

Uz navedeno, nije ni manje bitno pomenuti geografske karakteristike podneblja. Naglašava se da prirodna dobra, kao što su podneblje, more, rijeke, jezera, nacionalni parkovi, planine, banje, biodiverzitet, imaju fundamentalnu ulogu pri stvaranju određenih vidova ili vrsta turizma.<sup>1</sup>

Boka Kotorska obuhvata turističke zone Herceg Novog, Kotora i Tivta, na površini od oko 83m<sup>2</sup> i dužinom obale od oko 106km. Nalazi se na sjeverozapadnom dijelu Crnogorskog primorja. Zaliv Boke karakteriše reljefno hidrografski i istorijsko - kulturološki fenomen, sa sedam ostrva, što u cijelini garantuje izuzetnu perspektivu u turističkom progresu i njegovoј atraktivnosti.

Unutrašnji dio zaliva, koji čini Kotorsko-risansi zaliv sa gradom Kotorom, proglašeni su za svjetsku prirodnu i kulturnu baštinu, a cijelokupan Zaliv je na listi najljepših zaliva svijeta.<sup>2</sup> Turistička zona Kotora pozicionirana je u vrhu Bokokotorskog zaliva, zahvatajući Kotorski i Risanski zaliv, te padine Lovćena i Orjena.

Konkretni potencijali za ekonomski, kulturni i turistički razvoj su, između ostalog – razuđena, duga morska obala, sa znatnim fondom šljunkovitih, pješčanih i kamenitih plaža, kulturno- istorijske vrijednosti, povoljna saobraćajna infrastruktura (Aerodrom, luka), značajan prostor za razvoj industrije i poljoprivrede (Grbaljsko i Mrčeve polje), veliki

<sup>1</sup> Radović M., *Turistička geografija Crne Gore*, Fakultet za turizam, Kotor, 2010, str.12.

<sup>2</sup> Ibidem.

neiskoiršten prostor za izgradnju smještajnih kapaciteta u unutrašnjem Zalivu (Morinj, Ratac, Ljuta)<sup>3</sup>

Prema navedenom, potencijali za razvoj turizma su veliki. Ovo svakako ne znači da turizam već nije u neprekidnom progresu, ali je potrebno biti i prema tome obazriv, imajući u vidu izvjestan rizik od devastacije kulturnih i prirodnih dobara na kojima se turistička atraktivna ponuda i zasniva.

Pejzažna estetika sama po sebi nije dovoljna i zahtjeva odgovarajuću valorizaciju, uz neprekidni oprez od moguće preeksplotacije, koja nas neminovno dovodi na početak – što ćemo ponuditi turistima i pokolenjima koja dolaze, ukoliko pogrešno upravljamo dobrima koja imamo.

Ovo kompleksno i vitalno pitanje dotiče svaki segment turizma, njegovu perspektivu, metodologiju valorizacije turističkih potencijala, odnose socio-kultурне, ekonomske i egzistencijane prirode kao i samu suštinu održivog razvoja u njegovim suptilnim segmentima. U razvoju novih civilizacijskih sadržaja, suprostavljanju cjelina i fragmenata, turističkoj nauci se otvara niz novih metodologija, različitih odnosa i perspektiva prema ustaljenim relacijama. Nužno prilagođavanje novim odnosim kao produktu promjena tehnologija i digitalnih tehnika otvaraju se putevi novim dometima mišljenja i spoznaje, prilagođavanja, a prije svega uspješnog marketinga.

Turistička nauka kao produkt savremenih potencijala o odnosim čovjeka i prirode, čovjeka i psihofizičkih potencijala, čovjeka i želje za novim doživljajima, spoznajama i putovanjima, stalno je podložna promjenama. Pozivi za putovanje od antičkih vremena do danas dio su istinske duše čovjeka i njegove intelektualne radoznalosti.

Turistički sadržaji i izazovi dio su individualne i kolektivne psihe ljudi. Oni racionalno i iracionalno utiču na ljude, a novi oblici turističkih ponuda su stalni izazovi i atrakcije, motivi i iskustva.

Kruzing turizam i njegovi potencijali danas predstavljaju posebne sadržaje koji u sebi spajaju more, rijeke i jezera sa kulturom, arhitekturom, muzikom, tradicijom i svim onim što ga u humanim relacijama približava sadašnjosti.

Racionalnom upotrebom resursa, na bazi prirodnih ljepota, moguće je kreirati kvalitetan turistički proizvod, kad se ima u vidu bogata kulturna baština. Značaj i uloga grada Kotora bogate kulturne i istorijske baštine prepoznatog i u mediteranskoj kulturnoj civilizaciji i u spoznaju UNESCO-a višeslojno i multimedijalno se nameće.

## 1.2. Kulturni potencijal grada Kotora

Kotor je grad bogate i zanimljive istorije, koja sa prirodnim ljepotama stvara izvanrednu cjelinu ipečatljivog turističkog potencijala. Stvaranju današnjeg izgleda Kotora, doprinijela je burna prošlost i smjene različitih kultura i etnosa, koji su ostavljali traga na ovom prostoru između brda i mora.

---

<sup>3</sup> Ibidem.

Danas Kotor obiluje kulturno-istorijskim spomenicima iz različitih perioda, koji su uvjerljivi svjedoci bogate istorije, koji svojim prisustvom pričaju bogatu povijest grada.

### **1.1.1. Istorische činjenice**

Rimski Kotor, koji se u tom periodu nazivao Arcuvium ostavio je malobrojne arheološke nalaze koji ne mogu u potpunosti dočarati organizaciju grada. U 5 vj. n.e. grad je uključen u kraljevinu Dalmaciju, a nakon pada Rimskog Carstva zauzimaju ga Goti.

Za vrijeme Vizantije, car Justinijan gradi utvrdu Sveti Ivan i gradske bedeme (535. godine). Godine 809. Kotorani su kupili tijelo Svetog Tripuna koji je po tadašnjim običajima postao zaštitnik grada. Po legendi, tijelo se nalazilo na brodu koji je plovio sa istoka uz bok broda koji je prevozio tijelo Svetog Marka za Veneciju.

Nevrijeme ga je zadržalo na obale Boke. Kasnije, 840. godine, grad su srušili Saraceni, a o tom događaju u svom djelu „De administrando imperio“, piše i Konstantin VII Porfirogenet. Ovaj tekst spominje i donji Kotor, koji opisuje kao grad koji su zauzeli Saraceni, sa izuzetkom gornjeg dijela, koji karakteriše kao nedostupan i na visokom mjestu gdje se i danas vidi čvrsta utvrda.

Godine 1002. zauzeli su ga Bugari, i već iduće godine predali Srbiji. U periodu od 1184. do 1379. nastupa doba Nemanjića. Grad je potražio zaštitu srednjovjekovne kraljevine Srbije kako ne bi bio zauzet i razoren.

Prostor Boke Kotorske kao i naselja na obalama Zaliva veoma je slojevit istorijsko i etnički što potvrđuje i njegova epigrafija, arheologija i arhivska građa. Boka Kotorska je prožeta duhom i civilizacijskim refleksijama Mediterana.

Bokokotorski zaliv kao i sam grad Kotor u istorijskoj hronologiji dijele sudbinu mnogih drugih gradova na jadranskoj obali.

Veliki dio istrorijske građe o gradu Kotoru sadržan je u Statutu i notarskim knjigama. Značajna godina u političko-ekonomskoj i kulturnoj istoriji Kotora bila je 1420. godina kada je grad priznao i prihvatio vlast Venecije. U to vrijeme stanovništvo grada bilo je romanskog i slovenskog porijekla i bilingavno. Slavenizacija se nameće kao duži, ali konstantni proces koji postepeno postaje realnost u svim segmentima života i običaja.

Mletačka republika je ostavila najviše materijalnih i kulturnih tragova svog prisustva i svoje kulture u periodu od oko 370 godina svoje vladavine gradom Kotorom i Bokom.

Tragovi materijalne kulture vidljivi su danas u arhitekturi, umjetničkim stilovima, u cjelovitoj urbanističkoj matrici starog grada i njegovih odbrambenih utvrđenja.

Na položaju današnjeg Kotora, po navodima grka Plinija starijeg (Plinio senior), prepostavlja se da se nalazio stari Decaderon, Catarum, tj. današnji grad Kotor.

Od 1391. godine do 1420. Kotor je bio samostalna republika kada je zatražio zaštitu Venecije. Vladavina Venecije trajala je do njenog pada 1797. godine.

Znatno mnoštvo spomenika duhovne kulture nalazi se u sakralnim građevinama, seoskim crkvama, samostanima, arhivima, u tradicionalnim običajima kao što je ceremonijal proslave Sv. Tripuna, Bokeljske mornarice, starog bratstva pomoraca koji se i danas slavi u svom punom ritualu. Njeguju se i tradiocinalni običaji kao fašinada u Perastu i izrada dobrotske čipke, te čitav niz tradicionalnih svečanosti tipičnih za grad Kotor i bližu okolinu.

Svi običaji su izraz nekadašnjeg načina života i pogleda na svijet koji se i danas uklapaju u običaje ponašanja i stilove života.

Budući da su svi ti običaji u okvirima tradicije veoma su atraktivni i dio su nekadašnjih navika i stilova života. Oni privlače pažnju turista sa kruzera koji dolaze iz različitih zemalja bez prave predstave o raznolikosti života, običaja, nošnji, muzike, jelovnika i navika ljudi koji su tu pored njih u okruženju, čiji jezik ne poznaju, ali sve što je ljudsko (kako kafe grčki filozof), nije im i nemora biti strano i ostati nepoznato.

Grad Kotor je u svojoj dugoj istoriji staroj oko tri hiljade godina, ostao do danas fenomen na istočnoj jadranskoj obali, ne samo po svojoj „dubokoj“ starosti već i po brojnosti stranih okupacija u kojima je opstao i sa čijim uticajima se borio, obnavlja svoju duhovnu i materijalnu kulturu.

Ljudi ovog kraja danas obnavljaju svoje kuće, ulice, zidine i žive život kao da je tek otpočeo. Strani tursiti sa kruzera koji dolaze na obale grada dive se njegovoj elegantnoj arhitekturi po mjeri čovjeka, zadivljeni su nemetljivom ljepotom njegovih crkava, skulptura, oltara, a iznad svega gostoprivrstvom ljudi koji sa jednakom ljubaznošću pozdravljaju sve dobronamjerne posjetioce koji su odabrali njihov grad, isto kao i UNESCO, da ga vide, upoznaju i da mu se srdačno osmjejuju kao starom prijatelju na obali Mediterana.

Sadržaji turističkih posjeta se iz dana u dan obogaćuju. Nerijetko Italijani traže svoje tragove, Austrijanci pitaju za svoje tvrđave i zdanja (Austrija je vladala Bokom u dva navrata od 1797. do 1805. i od 1814. do 1918. godine).

Stvara se novi, obnovljeni interes za tragovima prošlosti, u kreativnoj komunikaciji zanemaruje se etnički faktor, turisti žele vidjeti, čuti, saznati te se zbližavaju među sobom i sa autohtonim stanovništvom.

Humani aspekt kruzerskih putovanja i kontakata među različitim ljudima se na svoj poseban način realizuje. Metodologiju tog procesa izabiru sami ljudi.

Kako se navodi na zvaničnoj stranici organizacije UNESCO – U Srednjem vijeku, ova prirodna ruka Jadranske obale u Crnoj gori, bila je značajan umjetnički i trgovinski centar, sa sopstvenim čuvenim školama građevinarstva i ikonografije. Veliki broj spomenika (uključujući romanske crkve i zidine grada), bile su ozbiljno oštećene u zemljotresu 1979. ali grad je restauiran, velikim dijelom uz UNESCO-vu pomoć.



Slika 1UNESCO – priznanje kulturi i tradiciji

Izvor:<https://americanlibrariesmagazine.org/wp-content/uploads/2017/10/unesco-logo.jpg>

## 1.2. Receptivni element turističkog proizvoda Kotora

Kako je prethodno navedeno, perspektiva za izgradnju odgovarajućih turističkih kapaciteta, dodatnih u odnosu na postojeće, nalazi se u unutrašnjem Zalivu, na području Risna, Morinja i Ljute. Međutim, najčešća primjedba na mogućnosti razvoja turizma u Kotoru odnosi se upravo na smještajne kapacitete u samom gradu, izvjesno, zbog nedostatka hotela koji su nekada postojali i poslovali punim kapacitetom.

U periodu do 2020. godine, planirano je formiranje ponude od oko 16000 ležaja, kako se vidi prema tabeli.

**Tabela 1.** Obim i struktura smještajnih kapaciteta, Predlog prostornog plana Crne Gore do 2020.god.

KOTOR	2007.	%	2020.	%
Hoteli	1351	17	7000	44
Odmarališta	1601	8	500	3
Kampovi	394	4	500	3
Privatni smještaj	5711	71	8000	50
Ukupno	8057	100	16000	100

**Izvor:** Prostorni plan Crne Gore do 2020 godine, Ministarstvo za ekonomski razvoj, Podgorica 2008

Prema navedenoj tabeli iz Predloga prostornog plana Crne Gore do 2020., vidljivo je da bi u narednom periodu obim smještajnih kapaciteta treba da se uveća za 50%, čime bi učešće zone Kotora, u ukupnim smještajnim kapacitetima Boke iznosilo oko 23%, a u primorskoj turističkoj regiji oko 7%. Autor Miljan Radović navodi i značaj povećanja učešća hotela i kapaciteta hotelskog tipa, do nivoa od 44%, odnosno 25% na nivou Boke.

Na zvaničnom sajtu lokalne turističke organizacije, prikazano je 59 privatnih smještaja u formi apartmana ili soba. Ovaj vid poslovanja od velikog je značaja za receptivnu ponudu, ali ne može biti jedini.

Takođe, važno je spomenuti sve popularniji oblik smještaja, hostele, posebno važne za popularizaciju destinacije među mlađim turistima i onima koji su na propovijedanju, u okviru ekskurzija, ili kao backpacker-i. U Kotoru su registrovana četiri hostela.

Sve veća potreba za avanturom, a ne samo najosnovnijim odmorom uz more i restorane, u budućnosti će zahtijevati bolju pokrivenost kampovima. U Kotoru ih postoji šest i nalaze se u Stolivu, Kostanjici i Morinju, tj. u bližoj okolini grada.

Nedovoljan broj smještajnih kapaciteta visoke kategorije, te potpuno nepostojanje većih hotelskih kompleksa, može se navesti kao prvi problem u turističkom razvoju grada. Imajući u vidu, sve dužu i obimniju kruzing sezonom, možemo zaključiti da jednodnevni izletnici, te putnici sa kruzera donekle kompenzuju nedostatak hotela, ali se onda postavlja pitanje, u kome pravcu želimo razvijati turističko tržište Kotora.

## 2. POTENCIJALI ZA RAZVOJ KULTRUNOG TURIZMA U KOTORU

Kulturni turizam može imati utemeljenje u materijalnim i nematerijalnim kulturnim dobrima. Širom svijeta, oba oblika kulturnog blaga animiraju turiste i predstavljaju ključni motiv turističke posjete na destinaciji, bilo da je riječ o Ajfelovom tornju u Parizu ili čuvenom karnevalu u Veneciji.

U suštini ljudske prirode je radoznalost. Ona je pokretač spoznaja, ona nas dovodi do otkrivanja ljepote i značaja spomeničkog blaga i kulture predjela. U nastavku ovog specijalističkog rada je prikazano što Kotor u tom pogledu nudi.

### 2.1. Muzeji i galerije

Pomorski muzej Crne Gore u Kotoru nastao je postepenim razvitkom prvobitne zbirke Bratovštine "Bokeljska mornarica", iz oko 1880. godine, koja je od 1900. godine otvorena za javnost, a 1938. godine preuređena i otvorena na prvom spratu sadašnje muzejske zgrade. Tek nakon završetka Drugog svjetskog rata u godinama od 1949-1952. godine čitava zgrada, barokna palata plemićke porodice Grgurina iz početka XVIII vijeka, bila je kompletno restaurirana i adaptirana za potrebe Pomorskog muzeja.

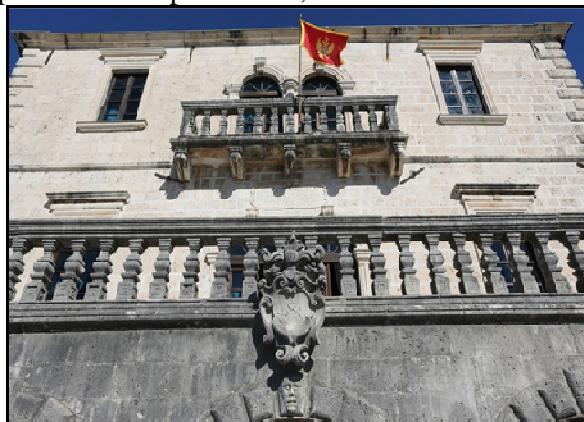


Slika 2. Pomorski muzej Kotor

Izvor:[http://www.museummaritimum.com/mn/#!prettyPhoto\[galleryd3314a18c0\]/0/](http://www.museummaritimum.com/mn/#!prettyPhoto[galleryd3314a18c0]/0/)  
(2.4.2019., u 12.43h)

Muzej čini Centralna izložbena sala, Salon porodice Ivelić iz Risna (19. vijek), Salon porodice Florio iz Prčanja (19. vijek), Etnografska postavka, Sala sa oružjem, Centralna sala na drugom spratu, Postavka iz Prvog i Drugog svjetskog rata, Prostorija Bokeljske mornarice, Postavka o razvoju pomorskog školstva i začecima crnogorskog pomorstva, Odjeljenje

parobrodarstva, Biblioteka i nedavno otvoreno odjeljenje za lica sa invaliditetom koja nijesu u mogućnosti da obidu postavke na spratovima, u nedostatku lifta.<sup>4</sup>



Slika 3. Muzej grada Perasta,

Izvor:<https://muzejikotor.me/wp-content/uploads/2018/09/muzej-grada-perasta-muzeji-kotor-8.jpg>,  
(2.4.2019., u 12.45h)

**Peraški muzej**<sup>5</sup>osnovan je u periodu osnivanja mnogih zavičajnih muzeja, 50-tih godina prošlog vijeka pod nazivom Zavičajni muzej u Perastu. Pozicioniran je u palati Bujović, sagrađenoj u 17. vijeku. Rekonstrukcija palate urađena je 1957. godine, tako da nakon dvadeset godina od osnivanja muzej u Perastu dobija jedinstven i do danas, u etapama, sređen prostor.



Slika 4 Portret rimskog imperatora Domicijana,

Izvor: <https://muzejikotor.me/wp-content/uploads/2018/09/muzeji-kotor-lapidarium-1.jpg>, (5/5/2019)

Fond Muzeja grada Perasta danas je klasifikovan u pomorsku, etnografsku i istorijsko-umjetničku zbirku, sa svojim podzbirkama. Pod njegovim okriljem je i fond memorijalnog muzeja porodice Visković (njihov arhiv i biblioteka), arhiv peraške opštine, arhiv osnovne škole i biblioteka Muzeja grada Perasta.

Galerija Solidarnosti<sup>6</sup> nalazi se u palati Pima u Kotoru, a osnovana je 1981. godine. Umjetnička zbirka broji 370 likovnih djela (slika, grafika, crtež, skulptura). Ovaj umjetnički fond dodijelen je Kotoru, 1981.g. i nazvan Galerijom solidarnosti. Fond je 2013. obogaćen donacijom od 40 umjetničkih fotografija nastalih u Kotoru, poslije zemljotresa 1979. autora Željka Jovića iz Splita.

<sup>4</sup> [www.museummaritimum.com](http://www.museummaritimum.com) (2.4.2019., u 12.45h).

<sup>5</sup> [www.muzejperast.me](http://www.muzejperast.me) (2.4.2019., u 12.54h).

<sup>6</sup> <http://www.kotor.montenegro.travel/> (2.4.2019., u 13.10h).

## 2.2. Tvrđave i fortifikacije

Pejzaž Kotora okružuju bedemi i tvrđava San Giovanni iznad grada. Ona predstavlja značajnu atrakciju grada koju je u sezoni 2012. posjetilo 41.750 turista, a od ulaznica je prihodovano 125.265 eura. Tvrđava nosi ime po brdu, San Giovanni, od oko 260m nadmorske visine, čije ime potiče od istoimene crkvice iz 15. vijeka, posvećenoj sv Jovanu Krstitelju.<sup>7</sup>



Slika 5. Tvrđava Goražda, Izvor:<http://www.radiodux.me/naslovnica/4926-unitavanje-austro-ugarskih-tvrava-u-boki-nastavlja-se-nesmanjenom-estinom>, (1/6/2019)

Bedemi dugi preko četiri kilometra, atrakcija su za turiste, ali, uprkos tome, u lošem su stanju. Osim nezadovoljavajućeg opšteg utiska, staza je neodržavana i nesigurna. Njihova atraktivnost i impresivan pogled koji se pruža pred onim ko ima snage i sposobnosti da se popne, su dovoljno jak motiv za obilazak. Proteklih godina, pominje se i izgradnja žičare ili lifta koji bi omogućio posjetu zidinama i onima koji nijesu u mogućosti ili želji da pređu zahtjevnu stazu. Ipak, i sa žičarom i bez nje, bedemi zahtjevaju sanaciju i održavanje.

U blizini prevoja Trojica iznad Kotora, nalazi se austrougarska tvrđava Goražda, završena 1886. godine. Ona bi mogla biti vrlo atraktivno izletište i posjećena atrakcija, jer je konstrukcija očuvana, a pogled impresivan. Međutim, ostavljena je zбу vremena, obilaze je rijetki mještani i na žalost, nerijetko i trgovci gvožđa koji sa tvrđave odvaljuju metalne djelove. Tako je, između ostalog, ostala bez kružnih stepenica u unutrašnjosti, ograda, zaštita...

Nedaleko od Goražde je tvrđava Vrmac, takođe iz doba Austrougarske, iz 1897. godine. Vrmac predstavlja svojevrsna „pluća Boke“ i lijep prostor za pješačenje i boravak u prirodi, a sama tvrđava, mada očuvane građe, nije turistički valorizovana.

## 2.3. Arheološki lokaliteti

U Boki se nalazi i nekoliko lokaliteta iz starijeg perioda, **crteži u Lipcima** iz 8. vijeka prije naše ere, **Risanski mozaici** iz 2. vijeka nove ere i **lokjalitet Carine** iz perioda od 2. do 4. vijeka prije nove ere. O navedenim lokalitetima i njihovoj turističkoj valorizaciji, više je navedeno u nastavku rada.

<sup>7</sup> [www.radiodux.me](http://www.radiodux.me) (2.4.2019., u 14.21h).



Slika 6. Risanski mozaici

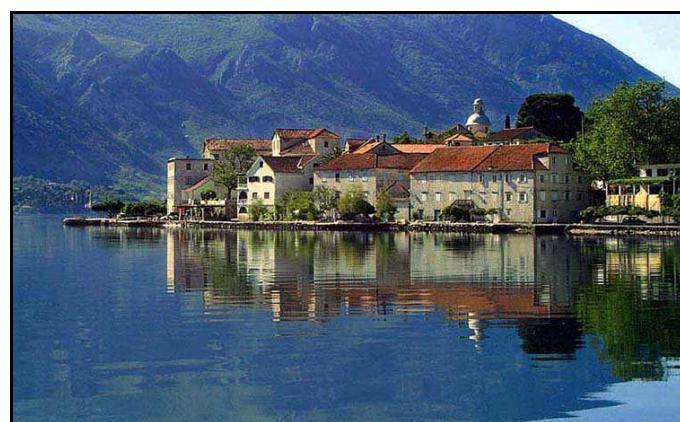
Izvor: <http://www.risanmosaics.me/iv-soba/>, (2.4.2019., u 14.52h)

**Tumuli na Vrmcu**, preko tivatskog polja do Krtola – oni su specifični grobovi iz doba Ilira, koji predstavljaju značajna svjedočanstva o ovom razdoblju i kulturi od bronzanog doba do početka rimske vlasti. Ovi grobovi, nijesu samo nanosi kamenja, već i karakteristične riznice priloga koji su se polagali uz pokojnike – alatke, nakit, oružje, keramika.

**Franjevački samostan** - na mjestu sadašnjeg Franjevačkog samostana kod crkve Sv. Klare iz početka 18. vijeka, nalazio se ženski Benediktinski samostan iz polovine 13. vijeka. U crkvi koja privlači brojne turiste sa kruzera i druge, nalazi se barokni oltar venecijanskog vajara Frančeska kabjanke iz 1708. godine. Oko Kabjankinog mramornog oltara nalaze se 37 skulptura. Oltar su poklonili crkvi poznati plemići Kotora Ivan Bolica i Vinčenco Buća. Važno je naglasiti da crkva posjeduje biblioteku sa preko 30.000 knjiga i više od 100 inkunabula (knjige koje su štampane od 1450. do 1500. godine), a među njima dva primjerka koje je štampao poznati kotorski štampar koji je radio u Veneciji Andrija Paltašić- kotoranin. Paltašić je u Veneciji imao štampariju od 1477. do 1499. godine i štampao više od 40 knjiga teološkog karaktera i djela antičke literature

## 2.4. Urbane i ruralne cjeline

Stari grad Kotor, Perast, cjeline Dobrota i Prčanj predstavljaju zanimljive primjere očuvanih urbanih cjelina u kojima se prepliću svjedočanstva bogate prošlosti kroz očuvanu arhitekturu i savremeni dizajn nove gradnje, koja se, više ili manje, u zavisnosti od podobnosti lokalnih planova, uklopila u ambijentalnu cjelinu.



Slika 7. Prčanj

Izvor: [http://www.rehabilitacija.com/vrmac-prcanj/galerija/prcanj\\_911adad4133884606a421dc4439680a2/](http://www.rehabilitacija.com/vrmac-prcanj/galerija/prcanj_911adad4133884606a421dc4439680a2/), (2.4.2019., u 16.10h)

Ove urbane cjeline mogu predstavljati zasebnu turističku atrakciju, posebno one čija je autentičnost očuvana i koje uz lijepе primjere tradicionalne gradnje, mogu ponuditi još neke atraktivnosti poput plaža, sakralnih objekata, muzeja i autentične ruralne ambijente.

Značaj ruralnih cjelina za razvoj turizma dolazi do izražaja sa novim promjenama u turističkoj ponudi. Na cijeni je ono što modernom čovjeku nedostaje, mir, zdrava hrana, prijatan i nesvakidašnji ambijent u prirodi, čime se nesumnjivo i podstiče razvoj eko i etno turizma.

Selo Gornja Lastva nalazi se na brdu Vrmac na oko 300m nadmorske visine, okrenuto ka osunčanoj strani, sa pogledom na Tivat. Karakterišu ga kamene kuće autentične gradnje, zidane međe i maslinjaci. Mlin za masline iz 19. vijeka i danas okuplja mještane kada na tradicionalan način melju masline, njegujući time tradiciju podneblja. U selu se nalazi i crkva Sv. Marije, posvećena rođenju Bogorodice iz 14. vijeka, dograđena naknadno, u 16. vijeku.

#### **2.4.1. Perast**

Crkve u Perastu u današnjem obliku nijesu građene prije 15. vijeka, a najstarija među njima je crkva Svetog Krsta, koja je u potpunosti porušena. Jedina starija od nje je van grada, tj. na ostrvu Svetog Đorda, i u više navrata rušena crkva, na čijim se temeljima danas nalazi današnja crkva, približno iste veličine i osnovnih oblika.



Slika 8. Grad Perast

Izvor: <https://monvista.com/tour-item/kotor-perast/> (2.5.2019., u 10.11h)

Tu je već pomenuta crkva Svetog Nikole iz 16. vijeka, kao i crkva Gospe od Škrpjela na istoimenom ostrvu, te crkva Svetog Marka (1760.), građena u stilu mletačkog baroka. Posebno je važno spomenuti peraške zvonike, gdje možemo uočiti tri forme: na crkvi Gospe od Škrpjela, na Gospe od Rožarija i Sv. Nikoli.

Peraške kuće, pretstavljaju značajan segment arhitekture kraja, građene tako da ostavljaju uvjerljiv utisak o nekadašnjoj „staroj otmenosti, kojoj je vrijeme zadalo udarac.“ (P. Butorac, 1999.).

Palata Viskovića se nalazi u priobalnom dijelu, a njen kompleks se sastoji od četiri dijela – kule, palate, lode sa đardinom i novog dijela palate. Kula, iz perioda oko 1500 godine, bila je jedan od centara sistema odbrane grada. Na nadvratniku je uklesano pet slova P – „Parvum Propugnuculom Pro Praesidio Perasti“, a na poslijednjoj etaži je sačuvan top.

Na portalu na južnoj strani, ka moru, nalazi se raskošni grb u čijem gornjem dijelu je zubatac, simbol kazade „Dentali“ kojoj su pripadali Viskovici.

Palata Zmajevića nalazi se na zapadnom dijelu Perasta i poznata je kao „biskupija“, jer su u njoj stolovali biskupi Andrija i Vicko Zmajević. Palata ima osmougaoni zvonik i porodičnu kapelu posvećenu Gospi od Rozarija, koja čini najsnažniji detalj peraškog pejzaža i njegovu najvrijedniju ambijentalnu cjelinu. Konačni barokni izgled dobila je u vrijeme Andrije Zmajevića.

Građena je na stijeni od lokalnog kamenja, sa simetričnom organizacijom i izbačenim centralnim dijelom iznad pećine u stijeni, sa krilima na snaznim nosećim zidovima i velicanstvenim spoljasnjim stepenistom.

Palata Bujović nalazi se blizu obale, u zapadnom dijelu Perasta. Smatra se jednom od najljepših građevina na cijelom jadranskom primorju i djelo je arhitekte Dovania Batista Fontane iz Venecije. U prizemlju palate je terasa, cijelom dužinom fasade. Izgradnjom priobalnog puta 1912. podigao se nivo terena, pa se stiče utisak da je cijeli priobalni dio Perasta, a posebno palata Bujović, utonuo, čime se gubi njegova harmonična proporcija.

Jedna od dobrih ideja koja je uspješno realizovana jeste zabrana saobraćaja gradom u periodu sezone, kada se može kretati se električnim vozilima.

Projekat pod nazivom „Integrисани i održivi sistem saobraćaja u Perastu“, ima za cilj poboljšanje i održavanje pristupa gradu, korišćenjem savremenih ekoloških vozila i ograničenjem upotrebe privatnih vozila turista (uz izuzimanje rezidenata, lica sa posebnim potrebama, starijih osoba i snabdjevača).

Projekat je realizovalo Mistarstvo turizma Crne Gore i Ministarstvo životne sredine, kopna i mora Republike Italije, na osnovu Memoranduma o razumjevanju iz 2004. godine i Sporazuma iz 2007. godine o pružanju finansijske podrške projektima koji su vezani za održivi razvoj na crnogorskoj teritoriji i za doprinos ublažavanju i prilagođavanju klimatskim promjenama, uz punu podršku i u saradnji sa Opštinom Kotor.

U upotrebi su električni automobili, električni minibus, električne bicikle, klasični bicikl i segway, a projekat podrazumijeva i informativne kioske, stanice za solarno napajanje, informativne punktove, kontrolni sistem, upravljački centar, rampe za bicikla i dr.

Za sezonu 2015. u periodu od 1.6. do 1.10. (u intervalu od 08.00h do 01.00h) u Perastu je bio zatvoren saobraćaj, a posjetioci su svoja vozila mogli ostaviti na jednom od parkinga na ulazu ili izlazu iz grada.

Ono što je nedostatak projekta je sistem održavanja, jer prethodne sezone, veliki broj navedenih vozila dobijenih ovim projektom nije bilo u funkciji, uz obrazloženje da su „dotrajali i ne rade“.

#### **2.4.2. Risan**

U Risnu, na oko 17 km od Kotora, nalaze se čuveni Rimski mozaici iz 2. i 3. vijeka nove ere. Latinski naziv grada bio je Rhison i imao je status municipiuma, a građani su uživali ista prava kao i građani Rima, u prvom redu, pravo glasa. Rimska vila čiji su podovi zapravo bili mozaici, vjerovatno je građena u periodu od 96. - 192. god. Rimski mozaici predstavljaju ostatke rimske Vile Urbane s kraja II vijeka nove ere.

Početkom 19. vijeka ih otkrivaju Francuzi, a 1930. ih zvanično otkriva direktor cetinjskog muzeja, Dušan Višan. Otkriven je kompleks površine od 790 m<sup>2</sup> sa 5 prostorija prekrivenih mozaicima, čija je konzervacija, restauracija i prezentacija rađena u periodu od 1957. do 1959. Istraživački arheološki centar iz Varšave, 2004. godine otkriva još dva mozaika, a konačnu rekonstrukciju i turističku valorizaciju učinila je 2007. Turistička organizacija Kotor u saradnji sa Vladom Crne Gore.

## 2.5. Sakralne građevine

Brojne crkve, hramovi i manastiri u Boki Kotorskoj predstavljaju značajno kulturno blago Crne Gore. Osim njihovog religijskog značaja, oni su i svjedočanstvo o stilovima gradnje iz raznih razdoblja, ali i raznih graditelja, kao i značajne riznice različitih umjetničkih stilova i pristupa kreativnoj realizaciji.



Slika 9. Katedrala Svetog Tripuna,

Izvor: <http://www.tokotor.me/sites/default/files/2018-10/sv.tripun-1200x700.jpg> (2.5.2019., u 10.19h)

Kotorski stari grad je živopisan labyrin lavića, pjaca i pjaketa nad kojima se uzdižu izvanredna djela tradicionalne arhitekture. Svakako, poseban značaj imaju sakralni objekti, među kojima se svojom simbolikom ističe Katedrala Svetog Tripuna. Nedaleko od nje, dominira kupola crkve Svetog Nikole, a na trgu pred njom je i vrlo značajna crkva Svetog Luke, karakteristična po dvostrukom oltaru, katoličkom i pravoslavnom, koji svjedoče o značaju međuvjerskog razumijevanja i solidarnosti. Na bedemima nad gradom ističe se crkva Gospe od Zdravlja, sa vidikovcem i jedinstvenom panoramom zaliva.

Crkva Svetog Petra Cetinjskog posvećana je 22.maja 2006. U njenom oltarskom prestolu se nalaze cestice Moštiju Sv. Velikomučenice Varvare i cestica moštiju Sv. Velikomučenika Merkurija. Malo zdanje, posvećeno crnogorskom sveću, zaduženo za očuvanje crnogorske tradicije, ali i interesantno posjetiocima Kotora, upravo zbog karakterističnog položaja, ambijenta i unutrašnjosti.

U starom gradu se nalaze i crkva Blažene Ozane ili Marije Koleđate,čija su vrata umjetničko djelo čuvenog kotorskog slikara i vajara Vaska Lipovca.

U Kotoru treba istaći i crkvu Sv. Mihaila iz 14. vijeka u kojoj su otkriveni ostaci fresaka koje se pripisuju kotorskom gotičkom slikaru iz XIX vijeka Lovru Marinovu Dobričeviću

Mjesta Prčanj, Muo, Stoliv, Dobrota, Perast i Risan, takođe karakterišu brojne crkve, značajne za tradiciju i kulturu mjesta.

## **2.6. Nematerijalna kulturna baština**

Nematerijalna kulturna baština predstavlja širok pojam jer ne postoji jasna granica između onoga što čini svakodnevnicu života u određenom podneblju i improvizovanog odnosno, sceniranog ili evociranog, za potrebe turističke valorizacije. Zapravo, bilo koji segment svakodnevnog života može biti pretočen u turističku kulturnu ponudu ukoliko se njime upravlja i kvalitetno raspolaže.

Osim običaja, legendi, tradicije, znamenitih ličnosti, tu su i organizovane manifestacije čiji se poseban značaj ogleda u promovisanju destinacije i kreiranju brenda (kao što je to učinjeno tradicijom velikih koncerata povodom dočeka Nove Godine u Budvi).

Nematerijalna kulturna baština se može se razvrstati na legende, manifestacije, kulturu življenja i običaje.

### **2.6.1. Legende i ličnosti**

Legende i priče o ljudima i događajima jednog kraja značajno su nematerijalno kulturno blago koje mnogo govori o podneblju, njegovoj tradiciji i istoriji. Uz to, možemo se pozvati na brojne primjere legendi i pripovjedanja koje su zapravo postale značajan segment (ako ne i najznačajniji) turističke ponude jednog grada ili zemlje.

Možemo navesti primjer Verone, gdje postoji kuća gdje se sastajao čuveni Šekspirov par, Romeo i Julija, gdje je ona, navodno, stanovaла, a on dolazio pod prozor. Tu je čak i balkon sa koga mu se ona obraćala.

Uprkos činjenici da je ova ljubavna priča umjetničko djelo i da, dokazano, Romeo i Julija vjerovatno nijesu ni postojali, a još manje da je ona zaista stanovaла u navedenoj kući, objekat „Casa di Giulietta“ je izuzetno posjećena turistička atrakcija, u potpunosti zasnovana na legendi.

Uz ovaj primjer, možemo navesti i Rumuniju i priču o Grofu Drakuli, po kome je obilježena Transilvanija, a turisti mahom dolaze na „drakula ture“.

Zahvaljujući izuzetnim potencijalima pisane riječi i legendi koje se prenose sa koljena na koljeno, Boka Kotorska bi dobar dio svog turističkog proizvoda mogla baštiniti upravo na legendama kojih ima zavidno mnogo, ali i na ličnostima koje su obilježile istoriju Crne Gore, čak Evrope.

Zato možemo među legendama izdvojiti čuvenu priču o tri sestre, poznatu kao „Tri sorele“, sa Prčanja. One su, kao kćeri imućnog oca, dobole o njega na poklon lijepu veliku kuću u kojoj bi mogle, kada se udaju, zaasebno sve tri da žive sa svojim muževima. Zbog bogatstva i vanredne ljepote, mogle su birati među proscima, ali su se sve tri nesrećno zaljubile u istog mornara. Shvativši to, dogовориле су se da ga se sve tri odreknu i povuku se u svoje odaje, u svom „zatvoru ljubavi“. Mladić je želio da oženi najmlađi među njima, ali su one ostale doslijedne odluci i on je otišao na putovanje, gdje je i nasrtadao. Ipak, one su mu se očajno nadale do smrti i sve tri ostale ujedinjene u bolu, umirući sa njegovim imenom kao

poslijednjim riječima. Kako je koja umirala, ostale su zazidale prozor njenog dijela kuće, te je poslijednji ostao otvoren, jer nakon smrti poslijednje sestre, nije imao ko da ga zazida. Među mještanima se govori da najmlađa sestra i danas, kada je vjetrovito sa svog otvorenog prozora doziva nesrećnu ljubav.

Kuća i dan danas postoji, autentična, relativno očuvana, uprkos promjenama koje je učinio novi vlasnik. Kao takva mogla bi biti od velikog značaja, ali nažalost, nedovoljno je valorizovana, iako je legeda dovoljno snažna da se na njoj može temeljiti inspirativni kult specifične ljubavi i stila života.

Legende o Pestingradu govore da su u doba Grka, tamo živjele vile, na čelu sa vilom Alkimom. Brojne legende i vjerovanja se vežu za ovaj lokalitet i za vilu Alkimu koja je imala dodirima sa božanstvima čuvene grčke mitologije.

Vjeruje se da je po legendi sam Posejdon, na želju vile Alkime uspostavio „most“ među brdima iznad Kotora, odakle se vile u noći punog mjeseca spuštaju na pučinu. U narodu, mašta to zove Vilin most.

Cijela priča odiše bajkovitošću i specifičnim šarmom, te može biti izvanredna podloga za kreativan i dosjetljiv kulturni proizvod Kotora i Boke, kroz predanje, štampanu literaturu, suvenire, film. Oko Alkime i njenog djelovanja na ovim prostorima moguće je stvoriti čitav krug proizvoda i usluga, te je učiniti još jednim jedinstvenim simbolom ovdašnje ponude.

Kraljica Teuta, čije se ime veže za grad Risan (koji je svakako potrebno turistički valorizovati i omogućiti mu da se u tom pravcu razvija na temelju postojećih kapaciteta), moćna žena vanredne ljepote (o kojoj nema svjedočanstva, već samo legende), hrabrosti i odlučnosti za ženu toga doba (IV vijek p.n.e.). Period njene vladavine, po mnogo čemu je specifičan, ali i njena tragična sudbina, samoubistvo pred porazom u politici i ljubavi, a potom legenda o utonulom gradu koga je uništilo zemljotres, pa progutalo more, čine bogatu riznicu inspirativnih motiva za dolazak u Risan, grad kraljice Teute.



Slika 10. Vrata crkve Blažene Ozane u Kotoru

Izvor:<http://www.radiodux.me/search/site/bla%C5%BEena%20ozana%20vrata>, (2.5.2019., u 12.31h)

Zatim, tu su priče o plovidbi kapetana Iva Visina, pomorca za koga možemo reći da je jedan od prvih preduzetnika sa ovih prostora, koji se nije zadovoljio plovidbom za druge, već je pokušao da ode korak dalje i napravi sopstveni brod, kojim će višestruko vratiti uloženi

novac, vrijeme i trud. Za svoju ambicioznost i predanost uprkos svemu, dobio je ličnu satisfakciju oplovivši svijet, ali i zasluživši prestižnu počasnu bijelu zastavu „Merito navalii“ austrijskog cara.

Blažena Ozana rođena krajem 15. vijeka u Lješanskoj nahiji pod imenom Katarina Kosić, u Kotor je došla sa sedam godina, kao i brojne djevojčice iz njenog kraja, kako bi stupila u službu u nekoj plemićkoj porodici.

Nepismena i dobromanjerna, pobožna i skromna služila je u imućnoj porodici Buća, što je vjerovatno bila velika promjena u odnosu na skromni život u rodnom selu koje je ostavila iza sebe. Imala je vizije prikaza Isusa Hrista i bila je izuzetno pobožna, nikad ponesena materijalnim vrijednostima koje je grad nosio u svojoj klasnoj opredijeljenosti.

Odrekla se svjetovnog života, provodeći život u molitvi kao „zazidana djevica“. Uprkos izolaciji, imala je izuzetan ugled u društvu, zbog svog humanitarnog rada, milosrđa i duhovnosti. Osnovala je samostan časnih sestara dominikanki, davala značajne savjete sugrađanima svih staleža, mirila vlastelu, a pripisuje joj se i da je molitvom spasila grad od epidemije kuge 1526. godine, te molitvom i razboritim savjetom hrabrilu Kotorane prilikom napada Hajredina Barbarose. Proglašena je blaženom 1927. godine, a njen kult, ime i legende o njenoj požrtvovanosti, skromnosti, plemenitosti i mudrosti i dalje se njeguju.<sup>8</sup>

Kruzing turizam i turistička ponuda grada Kotora u nizu svojih segmenata nalaze se u sinesteziji koja revitalizuje opažanje, multiplikuje radoznalost putnika i samih autoktonih stanovnika, traži potvrde svojih traganja za iščezlom prošlošću u ambijentima novih spoznaja sadašnjosti.

Sve ima svoje mjesto i svoju opravdanost postajanja u ambijentu starog grada Risna i njegovim mozaicima, u tragovima na morskom dnu i zaboravljenom kamenu. Plovidba kapetana Iva Vizina kao da još traje u šumovima savršenih mašina na kruzerima, u njihovim okretanjima na mjestu u tjesnom prostoru Zaliva. Blažena Ozana i dalje propovijeda dobrotu i toleranciju, vezuje dva svijeta onaj sa crnogorskih brda i ovaj uz more i kruzere. Tako to traje kao život i svako iz te ljudske ljudske harmonije uzima dio, po izboru ili ljepoti i to je cilj – senzibilitet života koji nameće ljepota prošlosti i stvarnost sadašnjosti.

## 2.6.2. Manifestacijski turizam

Razlog za organizaciju manifestacija (spektakularnih događaja) može biti:

- Ostvarivanje većih prihoda
- Obilježavanje posebnih, istorijskih, kulturnih i drugih događaja
- Kulturno i obrazovno iskustvo
- Podsticanje osjećaja ponosa pojedinih zajednica (Pančić-Kombol, 2000.).<sup>9</sup>

Ne smijemo zanemariti da veliki događaji imaju značajnu promotivnu komponentu, a neki od njih i istorijsku tradiciju. Mogu se podijeliti na: kulturne, vjerske, sportske, privredne (sajmovi, modni festivali), ostale manifestacije (proslave, memorijski skupovi, eko susreti i sl.).

<sup>8</sup> Sbutega A., *Ljudi iz Boke*, Pomorski Muzej Crne Gore Kotor; Ekumenski centar „Don Branko Sbutega“ Prčanj, Kotor, 2012, str. 95-100.

<sup>9</sup> Bartoluci M., *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*, Školska knjiga, Zagreb, 2013, str.12.

Opšti pojam manifestacija, potiče od latinske reči „manifestatio” (javno ispoljavanje, pokazivanje, objava, objavljivanje, odnosno javno izražavanje i priređivanje).

Turističke manifestacije su unaprijed organizovana dešavanja koja mogu da svojim sadržajima i kvalitetom privuku posjetioce, nezavisno od ostatka ponude destinacije.<sup>10</sup>

S obzirom na to da je riječ o specifičnoj organizaciji koja ima za cilj afirmaciju mesta, ali i nosi veliku odgovornost, navedimo pozitivne i negativne učinke manifestacija:

Tabela 2 Pozitivni i negativni učinci manifestacija u turizmu (Kesar, 2011)

Pozitivni učinci razvoja manifestacija na turizam	Negativni učinci razvoja manifestacija na turizam
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jednostavno i učinkovito privlačenje ciljne tražnje</li> <li>- Povećanje prosječne dužine boravka</li> <li>- Povećaje prihoda gradova domaćina</li> <li>- Dodatno zapošljavanje, posebno rezidenata</li> <li>- Privlačenje velike mase posjetilaca/potrošača</li> <li>- Uticaj na preusmjeravanje turističkih tokova</li> <li>- Izgradnja ili adaptacija onjekata</li> <li>- Unaprijeđenje poslovanja subjekata turističke ponude i javnog sektora</li> <li>- Proširenje turističkog tržišta</li> <li>- Jačanje konkurentnosti i podizanje kvaliteta ponude</li> <li>- Publicitet i međunarodna medijska izloženost</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Veliki troškovi organizacije</li> <li>- Neiskorišteni smještajni i drugi kapaciteti nakon završetka manifestacije</li> <li>- Neizbjegna kalendarska preklapanja (sa drugim manifestacijama)</li> <li>- Gubitak stalne klijentele</li> <li>- Onečišćenje životne sredine (otpad, buka...)</li> <li>- Nedostatak pojedinih usluga zbog gužve (npr. turistički vodići, taksi službe itd.)</li> <li>- Porast cijena proizvoda i usluga</li> <li>- Djelimično narušavanje imidža zemlje</li> </ul>

Izvor: Bartoluci, M., Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Školska knjiga, Zagreb, 2013.

Manifestacije se, kako je navedeno u prethodnom poglavlju, mogu podijeliti na kulturne, vjerske, sportske, privredne i ostale.

#### 2.6.1.1. Kulturne manifestacije

Kotor Art je umjetnički festival nastao sa ciljem njegovanja najboljeg od kulturnog proizvoda Kotora, sa akcenatom na obavezujuću činjenicu da je Kotor grad pod zaštitom UNESCO-a i da odabir festivala mora imati izuzetni kulturni potencijal i vrijednost

„Jedna od stalnih težnji Festivala jeste da razvija najbolji identitet Kotora, obogaćuje dijela nasljeđe stvaranjem žive umjetnosti u javnom prostoru, afirmiše i podržava sve što je u gradu kreativno i umjetnički kvalitetno.“<sup>11</sup>

Na nesvakidašnji način, ukazujući na potencijale Kotora, ali, ne prikrivajući ni nedostatke njegovog devastiranog prostora, upravo u cilju njegovog poboljšanja, Kotor Art je ujedno turistički značajan i atraktivni festival, ali i kritičar svakodnevnog, te velika podrška u očuvanju identiteta i udobnosti mještana. Kotor art svojim idejama i umjetničkom vizijom treba da pokrene sve one potencijale koje je grad Kotor vjekovima njegovao, a koji su i danas vitalni dio njegove građanske i progresivne kulture i načina života.

<sup>10</sup>[www.turizamiputovanja.com](http://www.turizamiputovanja.com) (2.4.2019., u 16.22h).

<sup>11</sup>[www.kotorart.me](http://www.kotorart.me) (2.4.2019., u 16.35h).



Slika 11. Bokeška noć

Izvor:<https://www.antenam.net/uploads/5/3/9/539aa5b557f0ee1b3c02115400ad261e.jpg>,  
(4.5.2019., u 12.19h)

Bokeška noć u Kotoru – Tradicionalno-kulturna manifestacija takmičarskog karaktera, održava se svake godine u avgustu i privlači veliki broj turista, ali i domaćih posjetitelja. Ova tradicija datira još od 18. vijeka, po ugledu na Venecijanske noći, i od tada se održava (uz pauzu) u periodu od 1936. do 1959.

Godine 2013. Uprava za zaštitu kulturnih dobara donijela je rješenje kojim se Bokeškoj noći dodjeljuje status nematerijalnog kulturnog dobra od nacionalnog značaja.

Kotorski ljetnji i zimski karneval su tradicionalne manifestacije, koje se održavaju dva puta godišnje – zimi, u periodu održavanja brojnih karnevala širom svijeta, ali i ljeti, kako bi karneval okupio i animirao turiste.

Tradicionalni zimski karneval je jedinstvena animaciona manifestacija koja se tradicionalno održava na području Kotorske opštine u februaru mjesecu, a datira od kraja XIX vijeka.<sup>12</sup>

Ljetnji internacionalni karneval u Kotoru, održan je po četrnaesti put 2015. godine. Kroz nekoliko dana kulturno-zabavnog programa koji podrazumijeva koncerte, maskenbale, „papalade“<sup>13</sup> i igre bez granica na vodi, program se završava karnevalskom povorkom i proslavom u ugostiteljskim objektima i na trgovima.

Ostrvo, Gospa od Škrpjela, (Gospa od Stijena) nastalo je tako što su peraški pomorci dovozili svojim barkama veliko, bijelo kamenje i bacali ga u more, oko stijene gdje se navodno pojavila slika Madone. Tako su podigli školj, a na školju crkvu - "Gospa od Škrpjela". Pošto se ostrvo moralo održavati, pomorci su nastavili običaj sa dovoženjem kamenja i bacanjem u more. Tradicija se nastavlja i danas kao čuvena manifestacija p e r a š k a F a š i n a d a, koja se održava svake godine, 22. jula u kasno predvečerje, kada je, prema legendi, nađena čudotvorna ikona.<sup>14</sup>

#### 2.6.1.2. Vjerske manifestacije

Shodno običajima prisutnih religija, obilježavaju se značajni religijski praznici, kao i dani proslave svetaca zaštitnika. Karakteristično za ovo podneblje, bez obzira na vjeru, praznici se

<sup>12</sup> [www.tokotor.me](http://www.tokotor.me) (4.5.2019., u 12.20h).

<sup>13</sup> Papalada, papalada alla maka – posluženje hrane za narod, obično jela tradicionalne kuhinje, prikladne za masovno serviranje, besplatno (prim.aut.)

<sup>14</sup> [www.montenegrina.net](http://www.montenegrina.net) (4.5.2019., u 12.25h).

proslavljuju zajedno, uz uzajamno poštovanje i podršku, u cilju njegovanja zajedničkog života i kulture multietničnosti. Ove manifestacije čine dio razvijenog vjerskog turizma koji je danas u trendu.

#### 2.6.1.3. Sportske manifestacije

Posebno interesantna manifestacija koja je sportskog karaktera, ali je ujedno značajan segment tradicije je jedriličarska regata Fašinada Cup u Perastu.

U čast tradicije peraškog pomorstva na jedra, na dan manifestacije „Fašinada“ stotinak jedrilica seniorskih i juniorskih kategorija, bore se za prelazni pehar (umjetnicku statuu) i počasno mjesto na trajno naznacenoj plocici svetionika na ostrvu Gospa od Škrpjela gdje se i dodjeljuju nagrade.<sup>15</sup>

Manifestacije i proslave ovoga tipa privlače tursite na kruzerima, osobito mlađu populaciju koja u tome vidi način rekreacije i zabave kao i izuzetan oblik druženja ljudi.

### 2.7. Kultura življenja i običaji

Boka Kotorska, a posebno grad Kotor mjesto su poznatog i razvijenog gradskog života, običaja i navika koje je život uz more i pomorstvo vjekovima modifikovao, usavršavao i njegovao u svim vidovima ponašanja.

Stil života i način ponašanja gradskog stanovništva bili su matrica na koju su se ugledali ljudi došljaci uz poštovanje i razumijevanje navika i običaja autohtonog stanovništva. Međutim, djelovanje dva ili više socioetička sloja u posebnim uslovima kakvo uslovjavaju putovanja kruzerima gdje je masovnost ljudi dominantna kao i njihova etnička raznolikost, uticaji nisu nikako jednosmjerni. Na sličan način etnički i sociološko različiti slojevi takođe djeluju jedni na druge. Često smo svjedoci kako grupe ljudi sa kruzera pjevaju svoje pjesme ili igraju svoje igre na našim trgovima ili parkovima, sviraju na svojim tipičnim narodnim instrumentima i grupe se sjedinjuju, spajaju u prijateljstvu i srdačnosti i sve to stvara nove vrijednosti jednog putovanja i njegovih sadržaja.

Specifičnost kulture podneblja je ono što to podneblje čini drugačijem od mjesta stalnog boravka gostiju. Tako da sve ono što predstavlja svakodnevnicu turističke lokacije, gostu je atraktivno u onoj mjeri u kojoj mu se učini zanimljivim i dostupnim. Posebno je dobro u smislu turističke valorizacije prikazati stil života iz prošlosti kraja, počevši od narodnih običaja, pa do svakodnevnih aktivnosti, starih zanata i zanataskih proizvoda.

Koliko zapravo svaki kraj ima svoj mikrokosmos u narodnom stvaralaštvu i kulturu življenja, najbolje pokazuju i razlike u pjesmama nošnjama, navikama, u pripremanju istih proizvoda, stilu stvaranja rukotvorina. Očuvanje tradicionalnog načina života kroz zanate i običaje, značajno je ujedno i za identitet kraja, a istovremeno, je i osnov za kreiranje turističkog proizvoda baziranog na autentičnosti.

**Tradicionalni zanati i djelatnosti** (Pomorstvo, ribolov, maslinarstvo, vinogradarstvo, čipkarstvo).

<sup>15</sup> [www.perast.com](http://www.perast.com) (4.5.2019., u 12.36h).

Tradicionalne djelatnosti mogu biti inspiracija za kreiranje manifestacija ili animacionih projekata u turizmu. Cilj je očuvanje djelatnosti karakterističnih za određeni kraj, u periodu promjena u privredi, ali i približavanje istih turistima. Kroz to čime su se ljudi bavili i čime se bave, može se saznati više od samog načina privređivanja i borbe za opstanak. Upravo na tradiciji određenih zanata, počivaju ostale navike vezane za svakodnevni život i trgovinu.

Animacioni projekti vezani za stare zanate mogu imati u slučaju bokeljskih gradova jedan značajan benefit – oživljavanje naselja van centra grada. Uz preduslov dostupnosti i promotivnih aktivnosti, kao i dobre organizacije same ponude, osim što finalni proizvodi čipkarstva, vinogradarstva, maslinarstva predstavljaju korisne i lijepo suvenire, na lokacijama koje nijesu dovoljno turistički valorizovane, može se omogućiti i direktni susret sa procesom stvaranja – kroz vinske ture, aktivno učešće u branju maslina i tradicionalnom cijeđenju. Kratki kursevi izrade predmeta od čipke na tradicionalan način, priprema ribljih specijaliteta kao što se to činilo prije dolaska električne energije itd. modusi su atraktivnosti turističkih potencijala koji se još uvijek nalaze na marginama ustaljenih i značajnih manifestacija. Navedeni potencijali predstavljaju znatan dio kulturnog turističkog proizvoda Boke Kotorske, ali i dio cjelokupne turističke ponude.

Kvalitet ponude, ali i brend destinacije zavise od toga do koje mjere su iskorišteni postojeći potencijali.

Postojeći potencijali sa svim svojim atraktivnostima i originalnošću moraju se temeljito osmislati i zadovoljiti radoznalost i interes turista, a prije svega opravdanost nastojanja da je među ljudima gostoprимstvo dominiralo.

### **3. KOTOR KAO KRUZING DESTINACIJA**

Pod nautičkim turizmom podrazumijevamo sva rekreativna putovanja i ona u cilju razonode, koja se odvijaju na moru, velikim brodovima za krstarenje ili jahtama na motorni pogon ili na jedra ukoliko su opremljene kabinama za noćenje.

Prema široj definiciji, nautički turizam je sastavni dio maritimnih djelatnosti, koje uključuju i organizaciju djelatnosti vezanih za ambijent (šetnje uz obalu...), pa sve do pružanja logističkih usluga na pontonu i oblasti marine. Riječ je o raznim oblicima aktivnosti u nautičkom turizmu kao što su boravak u lukama nautičkog turizma radi odmora, čarter i krstarenje (kruzing, cruising).

#### **3.1. Razvoj kruzing turizma u Crnoj Gori**

Značajno je primijetiti i da se turističko interesovanje ka moru neprekidno povećava pod uticajem povećanja rekreativne potražnje sve većeg broja ljudi za suncem, čistim vazduhom, mirom, sportskim aktivnostima i dokolicom jer more može najbolje zadovoljiti te elemente i pojedinačno i u njihovim najrazličitijim kombinacijama. Nautički turizam, uz to je, jedan od najbrže rastućih djelova maritimnih djelatnosti. Njegov intenzivan rast i razvoj veže se za devedesete godine prošlog vijeka.



Slika 12. Kruzer u luci Kotor

Izvor:<http://www.portofkotor.co.me/images/galerije/kruzing/1.jpg>, (6.5.2019., u 11.05h)

Procjenjuje se da se na krstarenje odlučuje 2-3% ukupnog svjetskog stanovništva. Ako govorimo o starosnoj kategoriji, riječ je o putnicima između 40-50 godina.

Kružno putovanje (kruzing), je prevoz ljudi po posebnom voznom redu i programu različitih sportsko rekreacionih, zabavnih i drugih aktivnosti i usluga putnicima – turistima u svrhu odmora, rekreacije i zabave. (Šamanović J, 2002, Nautički turizam i menadžment marina, Visoka pomorska škola, Split)

U periodu od 1990 do 2000 godine, tržište kružnih putovanja bilježi godišnju stopu rasta od 7.9%, rast međunarodne turističke potražnje od 4,3%, rast procjenjenog broja putnika sa 10

miliona na 16 miliona, kao i povećanje interesa za krstarenjem starim motornim jedrenjacima.

Iako se prvi brodovi namijenjeni samo za krstarenja, grade već 1970-ih, razvoj počinje polovinom 1990-ih kada je izgrađen prvi brod veći od transatlantika *Queen Elizabeth – cruiser Carnival Destiny*. Od tada se grade sve veći brodovi tog tipa jer su zahtjevi za takvim turističkim putovanjima u znatnom porastu.<sup>16</sup>

Jedan od pokazatelja razvoja ovoga turizma su i stope rasta ponude koje se u razdoblju od 1980. do 2003. procjenjuju na oko 8% godišnje [14]. Navedeni podaci pokazuju da je *cruising-turizam* u znatnom porastu pa je već danas značajan turistički proizvod kojem treba posvetiti posebnu pozornost.<sup>17</sup>

Jedina kruzing luka u Boki Kotorskoj je Kotor. Od 2002. godine u Kotoru postoji kruzing sezona, koja se iz godine u godinu širi. Ovo je izuzetno važno, jer na kruzing možemo gledati kao na jedan način prevazilaženja sezonskog karaktera turističkog poslovanja, ili makar kao način za proširenje sezone preko dva ljetnja mjeseca.

Za 2015. godinu, kruzing sezona je počela u aprilu (u koliko ne uzmemo u obzir dva manja broda koji dolaze tokom cijele godine naizmjenično), a predviđa se da će do novembra u luku Kotor uploviti 400 kruzera, sa 400 000 putnika.

Prihodi od kruzinga odnose se na takse, ali i na potrošnju putnika, koja je najčešće vezana za suvenire ili manje obroke i ugostiteljske usluge. Uz to, kruzing destinacija je uvijek atraktivna, čak i zbog prizora velikog luksuznog broda u njoj.

Ipak, za malu zemlju kakva je Crna Gora, u interesu je da se orijentiše na jahte i jedrilice, kako zbog većih prihoda, tako i zbog smanjenja opterećenja infrastrukture (grupe kruzing turista na jednom mjestu u isto vrijeme, usporavanje prohodnosti kroz Kotor i sl.) i očuvanja životne sredine.

U cilju razvoja ovog vida turizma, potrebno je unaprijediti postojeće lučke kapacitete i modernizovati marine. U Boki Kotorskoj, možemo se fokusirati na luke Herceg Novi (Škver), Kotor, Risan, Tivat i Zelenika od čega je značajno istaknuti Tivat i savremenu, luksuznu marinu, Porto Montenegro.

Nautički turizam, a posebno kruzing, izuzetno su značajni za budućnost kulturnog turizma Boke Kotorske, a naročito Kotora kao kruzing luke. Činjenica je da su kulturne znamenitosti bude značajne interese (mada su postale i preopterećene) dolaskom kruzera.

Najjednostavnije rečeno, primarni motiv dolaska kruzera u Kotor jeste njegova zanimljiva istorija i kulturne znamenitosti. Kruzeri su ujedno izuzetna promocija destinacije, kojoj je potrebno daleko više vremena da se plasira svojom ponudom na međunarodno turističko tržište, a posredstvom kružnih putovanja, postao je sastavni dio njega.

Dominantna ciljna grupa turističke ponude Kotora jesu putnici sa kruzera. Procjenjuje se da će u toku 2015. godine, na ovaj način Kotor posjetiti oko 400 000 gostiju. Imajući u vidu da

<sup>16</sup> Peric T., Orsulic M, „Cruising-turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji održivoga razvoja“, „Naše more“ 58(5-6)/2011.

<sup>17</sup> Cruising turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji održivog razvoja, dipl. Ing Tina Perić i dr. sc. Marijo Orsulić, Stručni članak, Nautički turizam.

Kotor, kao i Boka Kotorska, ne raspolaže zadovoljavajućim brojem smještajnih kapaciteta, kruzing putnici koji borave u gradu nekoliko časova, ostavljajući u njemu novac, ali i prenoseći svoje utiske i preporuke o gradu, izuzetno su značajni.

Kulturna turistička ponuda se mora prilagoditi svojoj ciljnoj grupi, odnosno posjetiocima sa kruzera koji obilaze kulturne turističke objekte najčešće u grupama u pratnji turističkog vodiča. Važno je omogućiti pristup atrakcijama licima sa invaliditetom, ponuditi animaciju, saznanje, dodir sa tradicijom kroz autentične suvenire ili gastronomске specijalitete. Potrebno je učiniti sve da kratki boravak posjetioca sa kruzera bude kompletan, interesantan, da ga privuče, navede ga da preporuči ovaj grad i svakako, ostavi u njemu novac.

Takođe je jako bitno voditi računa i o negativnim učincima nautičkog i kruzing turizma. On se jednim dijelom odnosi na sociokulturni uticaj, ali prevashodno na pitanje ekoloških učinaka. Ovo pitanje se reguliše isključivo donošenjem propisa i uvođenjem adekvatne kontrole, koja neće inicirati pad kruzing tražnje i osporiti uspješne ugovore sa kruzing kompanijama ili korinicima usluga vezova u lukama i marinama. Suštinski je značajno jednak zaštiti postaje i buduće goste, ali i stanje okoline i bezbjednost ljudi. Ponovo je riječ o dugoročnom planiranju, kao što je rečeno ranije. Iz perspektive održivog razvoja, nikome nije u interesu da nekontrolisanim djelovanjem ugrozi sopstveni resurs i time ga u potpunosti obezvrijedi i onemogući njegovu valorizaciju dolazećim generacijama.

Kako je navedeno i prethodno, značajno je uskladiti dobar trend rasta u oblasti nautičkog i kruzing turizma, sa potrebama očuvanja životne sredine, ali i kulturnih znamenitosti koje mogu biti ugrožene posredstvom emisije štetnih gasova drumskog i pomorskog saobraćaja, uslijed specifičnog reljefa Kotora. Nastankom kiselih kiša postoji rizik od stvaranja krečnjaka i oštećenje spomenika.

Nasuprot stavovima koji eliminišu jedno u korist drugog, ekologija i ekonomija mogu biti u savršenoj saglasnosti, samo je potrebno i jednim i drugim stručno rukovoditi i na taj način omogućiti im dugoročnost i prosperitet.

## 2.1. Kruzing posjetioci kao ciljni segment u kulturnom turizmu

Glavno emitivno tržište je tržište Sjeverne Amerike, koje je 2005. godine obuhvatilo 65% ukupne potražnje. U Evropi se ostvaruje oko 24% od ukupnih *cruising* noćenja, od čega 18% na Sredozemlju.<sup>18</sup>



Grafik 1 Broj putnika na krstarenjima u Svijetu<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Ibidem.

<sup>19</sup> Ibidem.

U kontekstu teme rada, značajno je napomenuti da je ključni motiv dolaska turista u grad Kotor usko vezan za kulturnu baštinu. Bilo da je riječ o gostima smještenim u hotelskim objektima, ili putnicima sa kruzera, Kotor je prevashodno destinacija kulturnog turizma i kulturnih znamenitosti, kao i specifični prirodni ambijent što, predstavlja primarni motiv dolaska.

Može se reći da je zapravo kompletan identitet Kotora, vizuelni i duhovni, ono što stimuliše putnika za dolazak. Tzv. „kulturni turista“, ima tri značajne karakteristike:

- Obrazovanje – veća je vjerovatnoća da je najmanje fakultetski obrazovan, nego kada je riječ o putniku motivisanom drugim vidom turizma. Nerijetko se dolazi sa predznanjem o nekoj atrakciji.
- Prihodi – Obično ima veća primanja od prosječnog putnika, zahvaljujući starijem demografskom profilu i stepenu obrazovanja.
- Putovanje – putuje više nego obični putnik.

Prema određenim autorima “Većina kulturnih putnika želi da obogati svoj život novim iskustvima putovanja. Za njih, putovanje radi uživanja ili odmora nije kompletno bez posjete muzeju, istorijskom lokalitetu ili znamenitosti ili bez, osjete nekom kulturnom događaju ili umjetničkom performansu.”<sup>20</sup>

Nije lako odgovoriti na potrebe ovako zahtjevnog tipu turista, prevashodno zbog toga što on najčešće dolazi sa određenim predznanjem. Postavlja se pitanje da li među izletnicima koji dolaze na nekoliko sati i na inicijativu organizatora putovanja posjećuju lokalitete, zatim putnicima sa kruzera, među “nautičkim turistima” i posebno onima zainteresovanim samo za more i sunce i niskobudžetni smještaj, možemo stvoriti adekvatnu ponudu koja bi privukla turiste kojima je primarni motiv putovanja kultura.

S obzirom na njihovu prepoznatljivu spremnost da potroše više novca, vrijedilo bi uložiti određene napore u modifikovanje ponude.

Ovo se odnosi na saobraćajnu povezanost, smještajne kapacitete i redukciju atraktivne ponude, konkretno, kulturne, čiji su resursi u Boki Kotorskoj veliki, ali nedovoljno valorizovani i čak, nespremni za valorizaciju. Potrebno je posvetiti vrijeme i uložiti ga u stvaranju imidža kulturne destinacije.

Kanadska turistička komisija (CTC) definisala je alatku za segmentiranje i dostizanje do različitih tipova posjetilaca pod nazivom Explorer quotient (EQ).

EQ je baziran na ulaznim informacijama, daleko obuhvatnjim od tradicionalnih parametara poput godina, interesovanja u putovanju i omiljenih aktivnosti. Pretpostavka je da dva putnika na istom mjestu, dok učestvuju u istoj aktivnosti žele i doživljavaju sasvim različit doživljaj. Kod kulturnog turizma, izdvajaju se četiri tipa putnika:

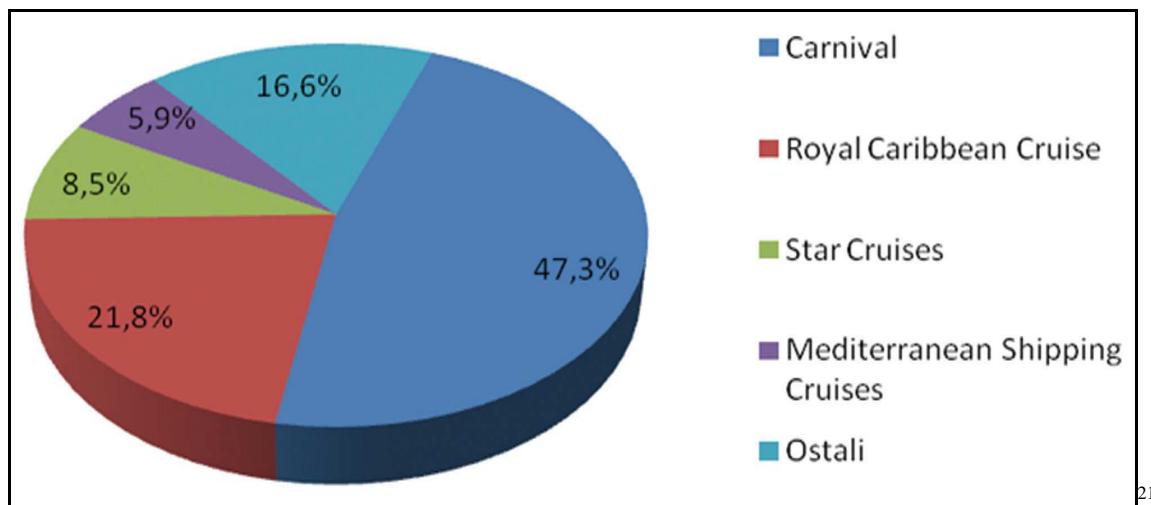
- The Cultural History Buff - Putnik koji želi da istraži novu kulturu, obično putuje sam ili u maloj grupi i nastoji da upozna novu kulturu na svoj način, možda kroz svoj hobi.

---

<sup>20</sup> Whyte B., Hood T., Whyte B., *Cultural and heritage tourism*, Federal Provincial Territorial Ministries of Culture and Heritage, Gatineau, Quebec, 2012, str.45.

- Obično za smještaj traži noćenje sa doručkom, a posjećuje galerije, muzeje, lokalitete kulturne baštine, festivale, ali i večere sa lokalnim stanovništvom. Želi da istraži što više o kulturi i istoriji mesta u koje je došao, kroz putovanje “provlači” sopstveni hobi i interesovanja, želi da upozna stare kulture i njihovu savremenu ulogu.
- The Cultural Explorer - Ovaj tip putnika traži izazove, želi da istražuje i otkriva novu kulturu spreman da se u potpunosti uklopi u njene tekovine. Ne želi samo da obide znamenitosti već da učestvuje u savremenim kulturnim dešavanjima i kulturi življenja mesta u koje je došao. Posjećuje lokalne proslave (fešte), komunicira intenzivno sa mještanima i pokušava osjetiti lokalni način života. Zahitjeva jednostavan smještaj – noćenje sa doručkom ili hostele.
- Putuje sa ljudima sličnog razmišljanja i potreba, jednako uživa u drevnoj istoriji i modernoj kulturi, nastoji naučiti sve o mjestu, vremenu i kulturi i uvijek planira slijedeću aktivnost.
- The Authentic Explorer - Jednako cjeni ljepotu prirode i kulture i želi uživati u njima. Voli da koristi sva svoja čula, uživa u izazovima i rizicima i izbjegava putovanja u grupama i po utvrđenim pravilima. Cjeni doživljaje u prirodi i ima izraženu ekološku svijest.
- Uživa u prirodi, kulturnoj baštini, pješačenju, posjećuje muzeje, traži smještaj u kućama i kampovima. Rado se uklapa u domaći ambijent mesta koje posjećuje i teži samopopoljšanju kroz upoznavanje drugih.
- The Personal History Explorer - Putuje prvenstveno radi boljeg upoznavanja prošlosti i drevne kulture i istorije. Voli da odsjeda u luksuznim, brendiranim hotelima, jer voli komfor i sigurnost. Obično slijedi određeni raspored kako bi obišao najznačajnije dijelove turističke ponude, često kao dio organizovane turističke grupe.

Voli luksuzan smještaj, skupe restorane, najznačajnije lokalitete određenog mesta, kupovinu i muzeje. Iskustvo putovanja dijeli sa porodicom i bliskim prijateljima i želi da dobije najviše moguće od svega što se nudi. Želi da vidi i doživi po nešto od svega.



Grafik 2. Udjeli najvećih kruzing kompanija prema broju lezajeva 2010.<sup>22</sup>

<sup>21</sup> Peric T., op.cit., str. 140.

<sup>22</sup> Ibidem.

## 2.2. Konkurentske kruzing destinacije u okruženju

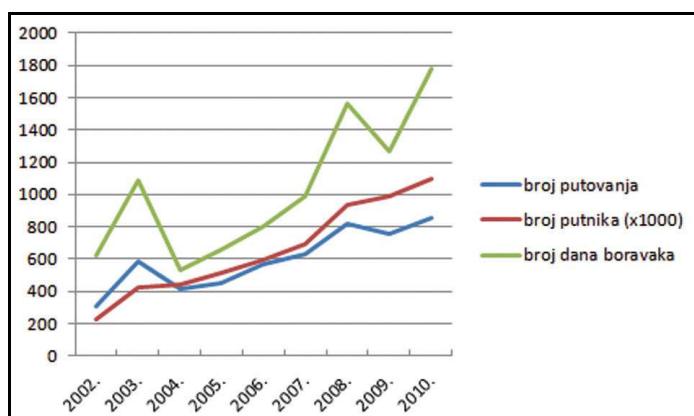
U smislu geografskog položaja, klime, socijološkog ambijenta, političkih okolnosti i turističke ponude, kao destinacije sličnih karakteristika možemo izdvojiti kruzing luke u Hrvatskoj, a prije svega Dubrovnik. Podatke o prometu brodova za kružna putovanja u Hrvatskoj službeno prati i objavljuje, od 2002. godine, Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. Podaci iz ove institucije govore da je u 2010. kružnih putovanja stranih brodova u hrvatskom teritorijalnom moru bilo 856, odnosno 11,3% više nego u 2009., dok je broj putnika porastao za 7,5%, i iznosi približno 1,1 miliona.<sup>23</sup>



Slika 13. Luka Dubrovnik

Izvor:<https://www.portdubrovnik.hr/images/full/dubrovnikterritory22018112582423.jpg>, (6.5.2019., u 15.06h)

U okolnostima visoke dinamike tržišta pomorskih krstarenja i intenzivne borbe za tržišnu poziciju, konkurentnost će biti od sve većeg značaja. Po definiciji autora Rathman i Varez, *konkurentnost turističke destinacije predstavlja sposobnost destinacije da udovolji zahtjevima potrošača/posjetitelaca uspješnije od konkurencije, te da pruži zadovoljavajuću vrijednost za novac.*



Grafik 3. Godišnji promet putnickih brodova za kružna putovanja u hrvatskim lukama<sup>24</sup>

Oni dalje navode kako je - Osnovni činilac konkurentnosti destinacije za pomorska krstarenja turistički resurs. U kontekstu Dubrovnika, ovo je prevashodno kulturno-istorijska baština, čija je vrijednost priznata i prepoznata u svijetu. *Turizam pomorskih krstarenja postavlja specifične zahtjeve pred destinaciju pa je valorizuje u skladu s mogućnostima iskorištavanja*

<sup>23</sup> Ibidem.

<sup>24</sup> Ibidem.

*destinacije za što kvalitetnije poludnevne ili cjelodnevne posjete. Dubrovnik u velikoj mjeri odgovara ovim zahtjevima.*<sup>25</sup>

Definicija konkurentnosti evoluirala je s vremenom od klasičnih ekonomista (Ricardo, Smith) koji su kao osnovne odrednice komparativnih prednosti identificirali raspoloživost činilaca proizvodnje kao što su zemlja, rad i kapital, pa sve do Trabolda koji devedesetih godina dvadesetog vijeka, sublimirajući dotadašnje teorijske spoznaje o konkurentnosti analizira četiri značajna aspekta konkurentnosti<sup>26</sup>:

- mogućnost prodaje na globalnom tržištu,
- mogućnost privlačenja investicija,
- mogućnost prilagodbe gospodarstva,
- mogućnost stvaranja i povećavanja raspoloživog dohotka.

*„Konkurentska prednost nastaje prvenstveno iz vrijednosti koju je tvrtka sposobna stvoriti za svoje kupce, a koja premašuje njezine troškove proizvodnje. Vrijednost je ono što su kupci spremni platiti, dok dodana vrijednost proizlazi iz ponude nižih cijena od konkurenčkih uz jednaku korist koju kupac ostvaruje ili iz pružanja jedinstvenih koristi koje i više nego nadoknađuju cijenu.“*<sup>27</sup>

Paket usluga koji predstavlja turistički proizvod destinacije u osnovi se sastoji od servisnog dijela, tj. prihvata broda i putnika u luci, te konzumiranja turističkih resursa. Obzirom da je poslovanje turoperatora uvijek orijentisano na zadovoljenje krajnjeg potrošača, kod odabira destinacija kompanija će prvenstveno uzeti u obzir privlačnost destinacija za potencijalnog turista, tj. privlačnost itinerera. Ako je, međutim, iz skupa destinacija koja pripada istoj kategoriji prema značaju, imidžu i ostalim karakteristikama, tj. turističkom proizvodu, pripadaju istom konkurenčkom okruženju potrebno napraviti izbor, konkurentske prednosti luke, tada dolazi do izražaja kao značajan kriterij. Ovo je potvrđeno nizom istraživanja o faktorima koji utiču na konkurentnost luke.<sup>28</sup> Vezano za funkcionalnost poslovanja, sa stajališta kompanije suradnja sa lokalnim receptivnim agencijama u vezi organizacije izleta i drugih oblika ponude javlja se kao značajan činitelj. Za kompaniju, značajniji kriteriji za odabir destinacije su:

- turistički proizvod, značaj, imidž destinacije,
- geografski položaj destinacije,
- funkcionalnost lučkog sustava,
- opremljenost luke – stanje lučke infrastrukture i lučki putnički sadržaji,
- cijena prihvata broda u luci, tj. lučkih pristojbi i naknada,
- suradnja sa lokalnim turističkim agencijama i cijena izleta.<sup>29</sup>

Autori su za potrebe svog istraživanja, u osvrtu na konkurentnost Luke Gruž u Dubrovniku, napravili tabelarni prikaz:

---

<sup>25</sup> D. Rathman, K. Varez, *Konkurenčnost luke na kruz tržištu: Primjer luke Dubrovnik*, Poslovna izvrsnost: znanstveni časopis za promicanje kvalitete i poslovne izvrsnosti, Vol 8, No. 2, 2014, str.12.

<sup>26</sup> Ibidem.

<sup>27</sup> Porter, M. E., *Konkurentska prednost, postizanje i održavanje vrhunskog poslovanja*, Masmedia, Zagreb, 1985, str.56.

<sup>28</sup> „Konkurenčnost luke na kruz tržištu – primjer Luke Dubrovnik“, Rathman Deša, Varez Katarina, UDK / UDC: 339.137:656.615(497.5 Dubrovnik) Prihvaćeno za tisk: 10. lipnja 2014, str. 234.

<sup>29</sup> Ibidem.

**Tabela 3.** Poredjenje naknada u konkurentskim lukama

Br.	Luka	Lučke pristojbe i naknade	% od najniže vrijednosti	Ocjena obilježja (1-5)	Indeksi/Gruž = 100	Ideksi/Grad = 100	Ukupni iznos po putniku
1.	<b>Gruž</b>	17.072	71,16	3,56	100	120,70	8,62
2.	<b>Grad</b>	14.144	85,89	4,29	82,85	100,00	7,14
3.	<b>Split</b>	15.464	78,56	3,93	90,58	109,33	7,81
4.	<b>Kotor</b>	12.148	100,00	5,00	71,16	85,89	6,14
5.	<b>La Valletta</b>	18.874	64,36	3,22	110,56	133,44	9,53
6.	<b>Bari</b>	96,257	12,62	0,63	563,83	680,55	48,61
7.	<b>Venezia</b>	120,570	10,08	0,50	706,24	852,45	60,89
8.	<b>Pirej</b>	26.090	46,56	2,33	152,82	184,46	13,18
9.	<b>Krf</b>	19.428	62,53	3,13	113,8	137,36	9,81
10.	<b>Izmir</b>	31.508	38,56	1,93	162,18	222,77	15,91
11.	<b>Kusadasi</b>	44,809	27,11	1,36	262,47	316,81	22,63

Izvor: „Konkurentnodt luke na kruz tržištu – primjer Luke Dubrovnik“, Rathman Deša, Varez Katarina, UDK / UDC: 339.137:656.615(497.5 Dubrovnik) Prihvaćeno za tisak: 10. lipnja 2014.

**Tabela 4.** Ocjena konkurentnosti Dubrovnika na tržištu pomorskih krstarenja

Luka	Ocjena tehničkih obilježja luke	Ponderirana ocjena, ponder=0,6	Ocjena visine izdatka za pristajanje u luku	Ponderirana ocjena, ponder=0,4	Ukupna ocjena luke	Rang
Dubrovnik-Gruž	3,50	2,10	3,56	1,42	3,52	2
Dubrovnik-Grad	3,00	1,80	4,29	1,72	3,52	2
Dubrovnik ukupno	3,25	1,95	3,93	1,57	3,52	2
Split	3,00	1,80	3,39	1,57	3,37	3
Bari	4,00	2,40	0,63	0,25	2,65	8
Venecija	5,00	1,80	0,50	0,20	3,20	5
Kusadasi	4,00	2,40	1,36	0,54	2,94	6
Izmir	3,00	1,80	1,93	0,77	2,57	9
Pirej	4,00	2,40	2,33	0,93	3,33	4
Krf	2,50	1,50	3,13	1,25	2,75	7
La Valletta	4,00	2,40	3,22	1,29	3,69	1
Kotor	2,00	1,30	5,00	2,00	3,20	5

Izvor: „Konkurentnodt luke na kruz tržištu – primjer Luke Dubrovnik“, Rathman Deša, Varez Katarina, UDK / UDC: 339.137:656.615(497.5 Dubrovnik) Prihvaćeno za tisak: 10. lipnja 2014.

**Tabela 5.** Ocjena konkurentnosti Dubrovnika na tržištu pomorskih krstarenja uz razmatranje turističkog proizvoda kao kriterija ocjene,

Luka	Ukupna ocjena luke	Ponderirana ocjena, ponder=0,4	Ocjena atraktivnosti destinacije	Ponderirana ocjena, ponder = 0,6	Ukupna ocjena	Rang
Dubrovnik	3,52	1,41	4,50	2,70	4,11	3
Split	3,37	1,35	3,50	2,10	3,45	5
Bari	2,05	1,06	3,00	1,80	2,86	10
Venecija	3,20	1,28	5,00	3,00	4,28	2
Kusadasi	2,94	1,18	3,50	2,10	3,28	6
Izmir	2,57	1,03	3,50	2,10	3,13	8
Pirej	3,33	1,33	5,00	3,00	4,33	1
Krf	2,75	1,10	3,50	2,10	3,20	7
Valleta	3,69	1,48	4,00	2,40	3,88	4
Kotor	3,20	1,28	3,00	1,80	3,08	9

Izvor: „Konkurentnodt luke na kruz tržištu – primjer Luke Dubrovnik“, Rathman Deša, Varez Katarina, UDK / UDC: 339.137:656.615(497.5 Dubrovnik) Prihvaćeno za tisak: 10. lipnja 2014.

## **4. UPRAVLJANJE TURISTIČKOM PONUDOM KOTORA**

### **4.1. Kotor kao prestižna destinacija međunarodnih kriterijuma**

Više puta spomenute karakteristike Bokokotorskog zaliva, prepoznate su i na međunarodnom nivu. Osim brojnih turista, neskriveno oduševljenih prirodom, građevinama, te uopšte vizurom ovog podneblja, posebnu pohvalu ističu i potvrde stručnjaka.

Naime, Bokokotorski zaliv nalazi se na listi Najljepših zaliva Svijeta u organizaciji The Most Beautiful Bays in the World. Ovo članstvo obavezuje na:

- Čuvanje prirodne baštine Zaliva
- Očuvanje identiteta
- Uvažavanje stila života i tradicije onih koji naseljavaju oblast i omogućavanje ekonomskog razvoja kompatibilnog sa ovom obavezom.

Dalje, ciljevi Najljepših zaliva svijeta su:

- Okupiti se radi boljeg upoznavanja
- Promocija područja i postizanje nacionalnih i međunarodnih priznanja
- Zajedničko saniranje problema povezanih sa regulacijom turističkih tokova, očuvanje i valorizacija pejzaža i lokalni ekonomski razvoj
- Biti primjer razumnog odnosa ka turizmu u trećem milenijumu
- Ohrabriti razmjenu iskustava i znanja.

Uslovi za prijem u Klub najljepših zaliva svijeta:

- Zadovoljava definiciju Zaliva: Zaliv mora biti otvoren, sa dominantno konkavnim oblikom
- Struktura mora predstavlja u potpunosti ili dio Zaliva, i lokalno je prepoznata kao takva
- Zaliv mora biti pod mjerama zaštite
- Zaliv mora predstavljati zanimljivu floru ili faunu
- Zaliv mora predstavljati izvanredno i atraktivno stanište
- Zaliv mora biti nacionalno prepoznat
- Zaliv mora biti simbolično značajan lokalnoj populaciji
- Ekonomski aktivnosti u okolnim područjima Zaliva moraju biti u mogućnosti da koegzistiraju
- Mora postojati potencijal za ekonomski razvoj
- Želja da se predstavi Zaliv i da se pridržava vrijednosti i aktivnosti ONG , mora biti jasno iskazana.

Na kraju, Zaliv mora imati najmanje dvije naznačene karakteristike u smislu kulturnih ili prirodnih vrijednosti. Kulturne vrijednosti zaliva su sledeće:

1. Predstavlja remek-djelo ljudskog inženjeringu
2. Svjedoči o razmjeni značajnih uticaja na razvoj arhitekture i umjetnosti tokom određenog vremenskog perioda.
3. Pruža jedinstveno i jedinstveno svjedočenje o sadašnjoj ili nekadašnjoj civilizaciji
4. Pruža primjer gradnje ili pejzaža koji predstavljaju značajan period ljudske istorije

5. Čini primjer iskorištenosti tradicionalnog prostora, značajnog za kulturu, gdje je prostor podložan mogućim efektima trajnih transformacija
6. Direktno je vezan za događaje, tradiciju življenja i zanata koji imaju univerzalno prepoznatljivu vrijednost

U svakom slučaju, bilo da je riječ o dizajnu, prirodnom okruženju, upotrebi materijala koji odgovaraju ambijentu, lokalitet mora zadovoljavti kriterijum autentičnosti. Prirodne vrijednosti koje karakterišu Zaliv su sledeće:

1. Predstavlja važan stadijum u istoriji Zemlje, geološki proces od posebne važnosti;
2. Predstavlja kontinuirani ekološki i biološki proces, uz razvoj značajnih i homogenih eko sistema (kopnene i vodene životinje i biljke, morsko i obalno okruženje);
3. Prirodni fenomen ili oblast izuzetne ljepote;
4. Sadrži prirodni habitat za floru i faunu, posebno za ugrožene vrste;
5. Predstavlja međuzavisnu, koherentnu i homogenu cjelinu koja čini funkcionalan zaliv;
6. Ima koherantan plan upravljanja i razvoja.

U svakom slučaju, zaliv mora biti zakonski i institucionalno zaštićen u cjelini ili po djelovima.

#### **4.2. Očuvanje baštine od devastacije i koncept održivog razvoja**

U savremenom marketinškom konceptu u turizmu, često se pominju termini „humani turizam“, „odgovorni turizam“, „turizam orijentisan prirodnom sredinom“, odnosno sve što se stavlja nasuprot terminu „masovni turizam“ i onome što on podrazumijeva.

Težnja za razvojem tzv „alternativnog“ ili „održivog turizma“, zasnovana je upravo na ideji racionalne valorizacije resursa i spriječavanja devastacije prirodnog i kulturnog bogatstva, do čega, u masovnom turizmu, koji je ekonomski razumljiv, ali ujedno i surov, nerijetko dolazi. Limitirani prostor Crne Gore, kao i Kotora, upravo sugerise potrebu za razvojem održivog turizma, koji bi doprinosiso ekonomskom bilansu grada i države, pri tom ne narušavajući ono što je ključni turistički resurs Kotora – kulturnu baštinu.

Na ovo, donekle, obavezuje i UNESCO. Međutim, nije moguće u potpunosti zaštititi područje od prekomjerene ekspolatacije do koje, nesumnjivo, postepeno dolazi razvojem kruzing turizma, sa predznakom omasovljavanja.

Vrijednost kulturne baštine Kotora, upravo i jeste u njenoj jedinstvenosti, ali i nivou očuvanosti. Perspektiva razvoja kulturnog turizma Kotora, koji je temelj razvoja grada kao kruzing destinacije, je samo u tome da se postojeće kulturno blago prezentuje na adekvatan način i uz to racionalno koristi i očuva u korist dolazećih generacija. Održivi turizam bi prema UNWTO, trebao:

1. Optimalno koristiti resurse koji konstituišu ključni element turističkog razvoja, održavajući suštinske procese zaštite okruženja i očuvanja prirodnih resursa i biodiverziteta.
2. Retrospektovati socio-kulturnu autetničnost lokalnih zajednica, očuvati njihovu kulturnu baštinu i tradicionalne vrijednosti i doprinositi interkulturnalnom razumijevanju i toleranciji.

3. Osigurati vidljive, dugoročne ekonomski aktivnosti obezbjeđujući socio-ekonomski koristi svim stekholderima distribuirane na fer način, uključujući stabilno zapošljavanje i zadovoljavajuće prihode, socijalnu zaštitu i smanjivanje siromaštva.

Nesmotreno rukovođenje kulturnim turizmom može dovesti do preeksploatacije i devastacije kulturnih dobara. Možemo takođe navesti i stanovište da pretjerana konzumacija lokaliteta narušava njegovu autentičnost.

Uz to, nagli razvoj turizma, podrazumijeva i izgradnju putne infrastrukture i smještajnih objekata, koji se često doživljavaju kao remetilački element kada je riječ o očuvanju netaknutoj autentičnosti podneblja, arhitekturnoj ili prirodnoj cjelini.

Međutim, i sama kultura zahtjeva određeno marketinško djelovanje, kroz turizam ili sama po sebi. Afirmacija kulture je u ovim intenzivno promjenljivim vremenima bitnija nego ikad i zahtjeva efikasno prilagođavanje, kako se kultura ne bi najjednostavnije zanemarila.

Lokalno stanovništvo je najčešće ponosno na kulturu podneblja, bilo da je riječ o običajima, dijalektu, arhitekturi, gastronomiji ili religiji. Međutim, bez organizacije i plana, malo je vjerovatno da će se ta kultura očuvati. Koliko god da se brinemo za očuvanje duha i autentičnosti, uz kvalitetan menadžment, vjerovatnije je da bi marketing pospješio dodatni razvoj kulture, a ne samo očuvanje postojećeg.

Turizam može biti poguban po kulturu. Umjetnost nije nastala da bi bila privlačna posjetiocima, već ljubiteljima umjetnosti. Kultura se nije stvarala i njegovala da bi nekome bila interesantna. Nastajući sa sasvim drugim motivima, umjetnost i kultura moraju uživati ozbiljnu zaštitu nadležnih, kako se ne bi izgubila njihova prvobitna suština, duh i značaj.

Ipak, činjenica je da bez turizma, ne bi bilo uvijek lako naći sredstva za finansiranje umjetnosti i očuvanje kulture. Često je upravo animacija turističke tražnje povod za njegovanje tradicije, rekonstrukcije objekata kulture i eksponiranje značaja umjetnosti.

Možemo navesti neke od pozitivnih, ali i potencijalno negativnih uticaja turizma na kulturu zajednice ili regiona :

#### ***Potencijalni pozitivni uticaji:***

- stvaranje osjećaja ponosa kod lokalne zajednice
- njegovanje osjećaja identiteta zajednice ili regiona
- promocija interkulturnog/internacionalnog shvatanja
- oživljavanje tradicionalnih zanata
- osnaživanje spoljnje podrške manjinama i očuvanje njihove kulture
- širenje vidika lokalne zajednice
- obezbjeđivanje finansiranja zaštite i upravljanja lokalitetom
- jačanje lokalne i spoljnje zahvalnosti i podrška kulturnom naslijeđu...

#### ***Potencijalni negativni uticaji***

- pojefitnjenje kulture i tradicije;
- otuđenje i gubitak kulturnog identiteta;
- podrivanje lokalne tradicije i načina života;

- preseljenje tradicionalnih rezidenata;
- podjela između onih koji ostvaruju i onih koji ne ostvaruju benefite od turizma;
- sukobi oko prava na zemljište i prilaza resursima (atrakcijama);
- oštećenja atrakcija;
- gubitak autentičnosti;
- selektivnost u razvoju pojedinih atrakcija.

Suština je u održivosti. Cilj je valorizovati kulturu u turističke svrhe, ali je pri tome ne devastirati i ne narušiti, sa ciljem da ona mora ostati i pokoljenjima i nakon nas.

Ovo se postiže kreiranjem i primjenom odgovarajućih strategija, gdje nailazimo na nadležnost institucija, čiji je zadatak da na stručnom i pravnom nivou postave okvire za razvoj kulturnog turizma u duhu održivog razvoja.

U procesu istraživanja, diferenciranje proizvoda i segmentacija tržišta su od velikog značaja, jer je cilj, umjesto nekontrolisane masovnosti i kvantiteta, insistirati na kvalitetu, odnosno karakteristikama i potrebama upravo određene ciljne grupe. U literaturi, turisti motivsani kulturom, obično su „big spenders”, odnosno veliki potrošači.

Takođe, značajan element je partnerstvo i saradnja, kako unutrašnja, tako i spoljna, posebno kada je riječ o srodnim djelatnostima. Ovo doprinosi kompaktnosti i cjelovitosti proizvoda i racionalizuje njegovu eksploraciju.

## 5. ANALIZA REZULTATA EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA

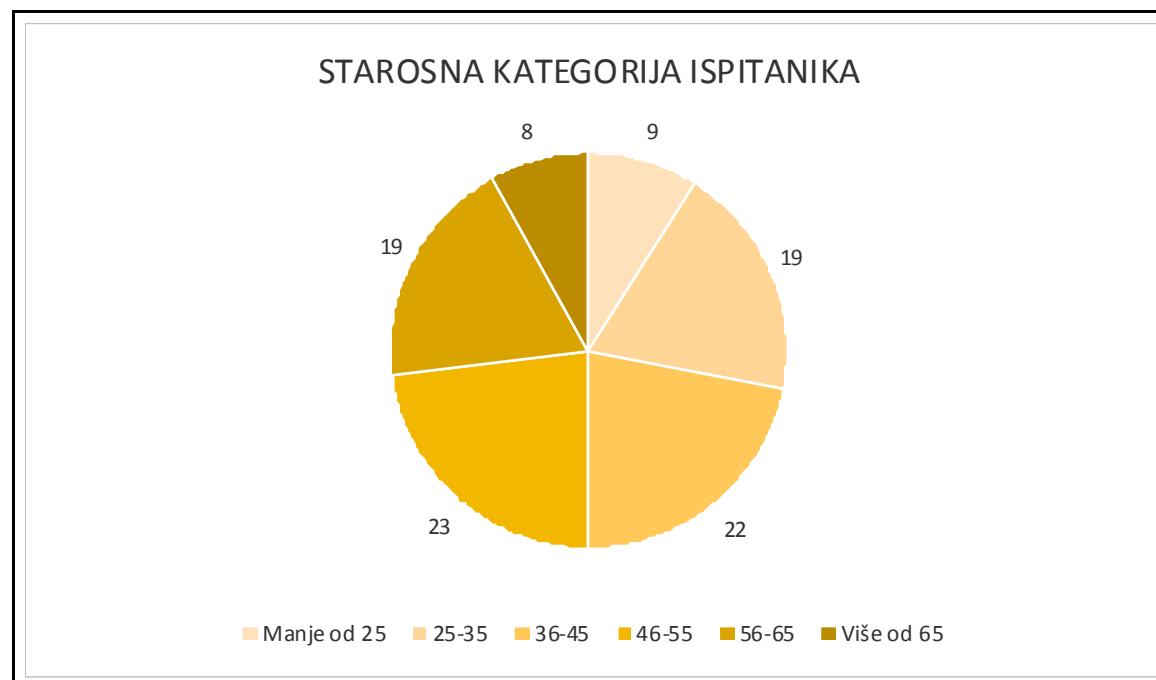
Anketa sprovedena za potrebe ovog istraživanja, imala je za cilj da na uzorku od 100 turista koji su boravili u Kotoru u različitim periodima tokom godine (iako znatna većina u periodu između maja i oktobra), utvrdi ključni motiv posjete Kotoru, kao i način dolaska do Kotora. Odgovori na postavljena pitanja dobijeni su isključivo ličnim kontaktom sa turistima, koji su odgovarali na anketu na engleskom, italijanskom ili francuskom jeziku.

### 1. Zemlja porijekla ispitanika:

Tabela 6 Zemlja porijekla ispitanika

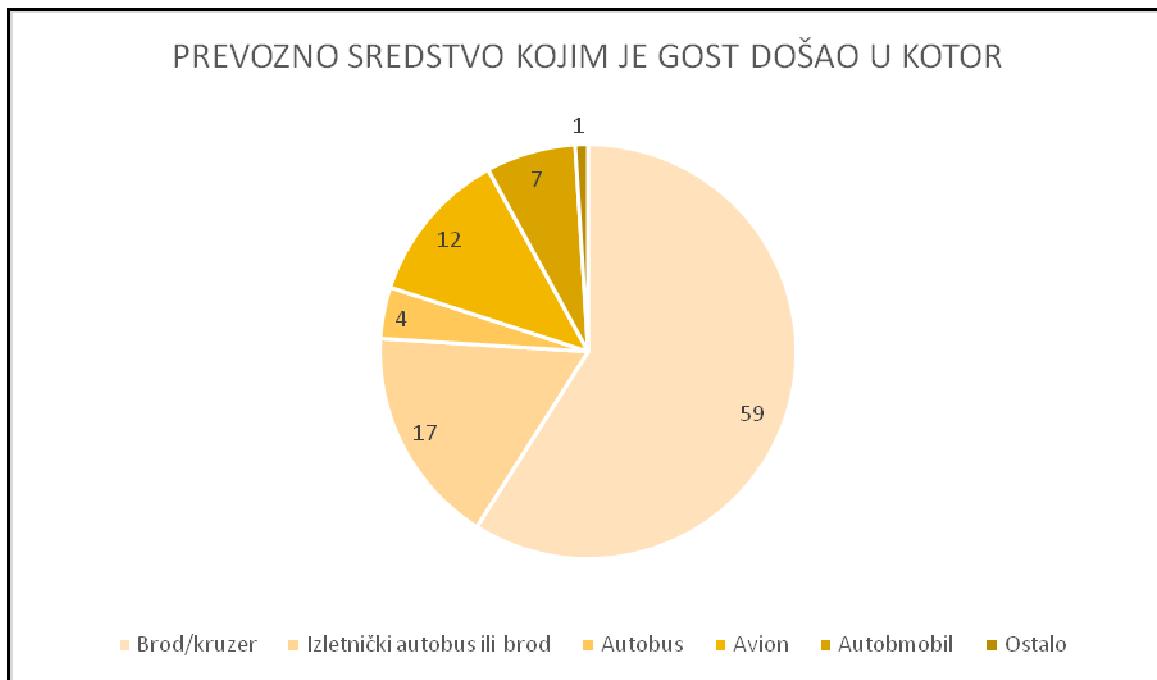
ZEMLJA PORIJEKLA	BROJ	ZEMLJA PORIJEKLA	BROJ
Francuska	10	Rusija	6
SAD	9	Norveška	5
Velika Britanija	9	Kanada	4
Italija	8	Švedska	3
Poljska	7	Češka	3
Srbija	7	Turska	3
Izrael	7	Ukrajina	3
Njemačka	6	Južna Koreja	2
Holandija	6	Brazil	2

Izvor: Autor



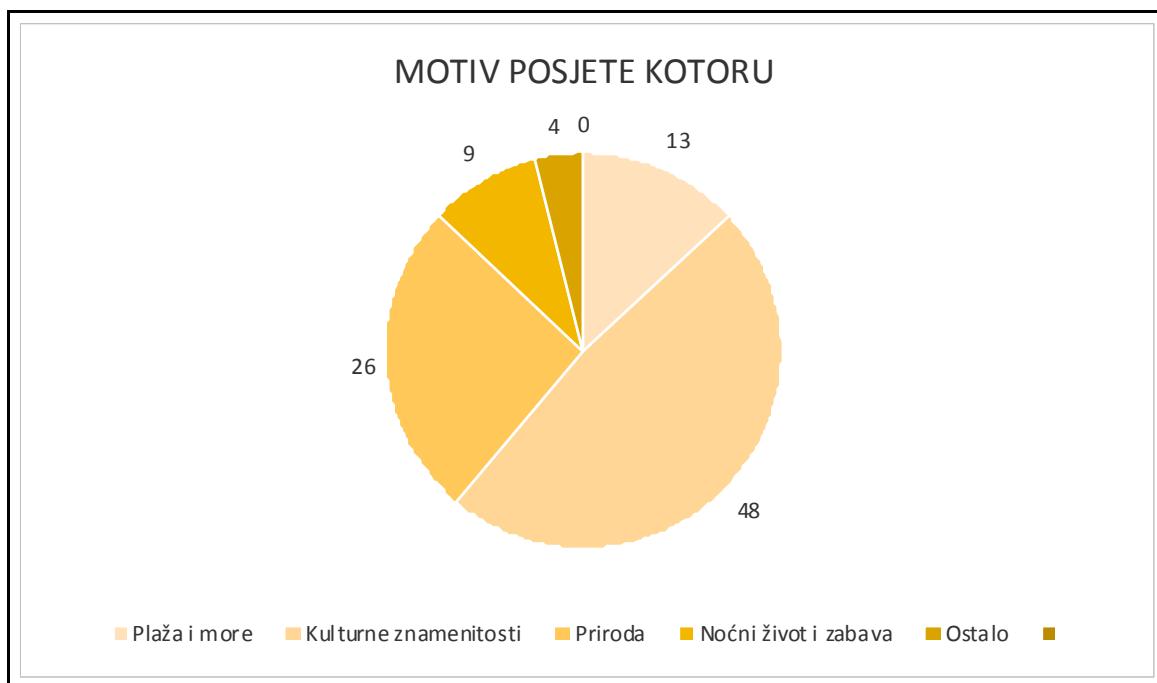
Grafik 4 Starosna kategorija ispitanika

Izvor: Autor



Grafik 5. Prevozno sredstvo dolaska na destinaciju

Izvor: Autor



Grafik 6. Motiv posjete Kotoru

Izvor: Autor

Analizirajući rezultate ankete dolazimo do saznanja o više podataka koji su važni za sagledavanje i dalje izučavanje turističke ponude grada Kotora.

Prije svega iz priloženih rezultata ankete da se zaključiti da je većina anketiranih turista sa područja Evropske unije, nakon čega po brojnosti slijede tursiti iz Sjednjenih Američkih država, Srbije, Izraela, Rusije, Kanade, Turske, Ukrajine, Južne Koreje i Brazila.

Kad je u pitanju starosna kategorija ispitanika ove akete dominanta broj ispitanika pripada dijapazonu godina od 25 do 45, nakon kojih slijedi starosna kategorija od 46 do 56 godina.

Na pitanje „Da li ste nekad ranije posjetili Crnu Goru“ 84% ispitanika je odgovorilo da nije. Ovaj podatak nam pokazuje da je Crna Gora novootkrivena destinacija za većinu turista, što predstavlja dodatni izazov u smislu promocije turističkog proizvoda grada i države. Takođe, ovaj podatak nam pokazuje da upravu dolaskom velikog broja kruzera turisti se prvi put se upoznaju sa gradom Kotorom.

Po pitanju prevoznih sredstava kojima gosti dolaze u Kotor rezultat ankete pokazuje da je skoro 60% gostiju stiglo u Kotor upravo putem kruzera, što potvrđuje koliko je kruzing turizam bitan faktor za privredu grada, regije i države. Nakon kruzera kao prevozno sredstvo anketirani turisti su naveli izletnički autobus, autobus, avion i automobil.

Kod pitanja motiva posjete Kotoru skoro polovina anketiranih kao razlog dolaska je navela kulturne znamenitosti i prirodu, dokle plaže i more se stavljaju u drugi plan. Ovi podaci nam ukazuju da su upravo kulturne znamenitosti najveći pokretač turističke privrede grada Kotora i u direktnoj je korelaciji sa temom ovog rada.

## ZAKLJUČAK

Grad Kotor svoj turistički proizvod dominantno zasniva na kulturnim resursima, materijalnim i nematerijalnim. Sam koncept baziranja ponude na kulturnom proizvodu, podrazumijeva i svijest o značaju zaštite od preeksloplacije sasmog kulturnog dobra.

Kulturni potencijal Kotora međunarodno je priznat. Kultura predstavlja osnovni motiv posjete, kako u smislu materijalnih dobara, tako i kada je riječ o nematerijalnoj kulturnoj baštini. Obje vrste kulturnih vrijednosti iziskuju jednaku posvećenost, kako bi kao resurs opstali.

Kulturni turistički proizvod grada je izuzetno bogat. Tradicija očuvanja unikatne mikrokulture prenosi se na generacije, pa se, uprkos propustima, kulturno biće grada razvija, postajući upečatljiv turistički proizvod. Muzeji, galerije, sakralni objekti i građevine od značaja čine upečatljivu, autentičnu cjelinu Starog grada Kotora. Zatim, arheološka nalazišta i ambijentalne cjeline starih naselja, ali ništa manje ni manifestacije, legende, znamenite ličnosti, kultura življenja i stari занатi.

Kompleksnost turističke ponude koju kultura i njeni faktori sadrže korespondira i sa nizom drugih segmenata koji čine istorija, sociologija, umjetnost, umjetnički žanrovi, arhitektura, istorija umjetnosti, etnologija i niz drugih oblasti koje utiču i isprepliću se sa kulturnom vizijom i dometima njenih perspektiva od prošlosti do sadašnjeg trenutka. Većina posjetilaca u Kotor dolazi kruzerom, dominantno motivisana kulturnim ambijentom grada, a Kotor se kao kruzing destinacija uveliko ravnopravno takmiči sa lukama kruzing turizma u susjednoj Hrvatskoj. Grad se definisao kao izuzetno konkurentna destinacija u cjelini.

Ono što je posebno značajno u kontekstu rada, jeste kreiranje balansa između potreba heterogene tražnje i mogućnosti uglavnom homogene ponude. Kako kulturna dobra, ne možemo posmatrati isključivo kao turistički resurs, poseban osvrt napravljen je na principe očuvanja kulturnog blaga od devastacije, ali istovremeno i sprječavanja njihovog ekstremnog konzerviranja i potpune distanciranosti od mogućnosti komercijalne upotrebe.

U cilju boljeg definisanja potencijala i perspektive za razvoj kulturnog turizma na kruzing destinaciji, rad obuhvata i analizu specifične ciljne tražnje, odnosno kruzing posjetilaca u kulturnom turizmu. Analiza u teoriji ali i kroz empirijsko istraživanje, potvrđuje postojanje važnih poveznica ova dva fenomena, kao i brojne mogućnosti za unaprjeđenje.

Kruzing turizam i kulturna ponuda destinacije imaju za zadatku da sinhrono funkcionišu, da kreiraju imidž destinacije i kruzinga, da sadržajno i motivaciono oblikuju i planiraju sve zadate ciljeve u težnji da stvore kompaktnu, funkcionalnu ponudu koja će biti višeivalentna i prilagodljiva te zadovoljiti marketing i oba elementa u funkciji: kruzing turizma i kulturnu turističku ponudu. Može se zaključiti da kulturna turistička ponuda Kotora je izuzetan preduslov za razvoj savremenih vidova turizma. Ujedno, velika prednost je i već postojeća tradicija u upravljanju turizmom, kao i činjenica da se Kotor uspješno profilisao na mediteranskom kruzing tržištu kao važna receptivna luka. Ono što mora ostati imperativ, jeste održivi razvoj, koji bi podrazumijevao nesmetani razvoj turizma, uz plansku i konstantnu zaštitu kulturnih dobara.

## LITERATURA:

### Knjige, radovi i publikacije:

1. "Il turismo delle citta d'arte – Caratteristiche, tendenze e strategie di sviluppo", *Osservatorio Nazionale dell turismo*, Roma 2009.
2. "La valorizzazione della cultura fra stato e mercato", *Confcultura, Servizio Italiano Pubblicazioni internazionali*, Roma, 2008.
3. "Menadžment plan prirodnog i kulturno – istorijskog područja Kotora", *Ministarstvo kulture*, Cetinje 2011.
4. "Muzeji Crne Gore", *Ministarstvo kulture, sporta i medija Republike Crne Gore*, Podgorica 2007.
5. "Nacionalna strategija održivog razvoja Crne Gore – Konačni nacrt", *Vlada Republike Crne Gore, Ministarstvo zaštite životne sredine i uređenja prostora; Program za životnu sredinu Ujedinjenih Nacija, Vlada Italije, Ministarstvo životne sredine i teritorije; Program za razvoj Ujedinjenih Nacija UNDP, LO Podgorica*; Podgorica, 2006.
6. Bakić O., *Marketing u turizmu*, Čigoja štampa, Beograd, 2007.
7. Bartoluci M., Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Školska knjiga, Zagreb, 2013.
8. Butorac P., *Kulturna povjest grada Perasta*, Gospa od Škrpjela – Perast, 1999.
9. Catania G., Vultaggio G., Metodologie per la creazione di itinerari di turismo culturale, Litotipografia Abate, Paceco, 2005.
10. Perić T., Orsulić M., *Cruising turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji održivog razvoja*, Stručni članak, Nautički turizam, 2010.
11. Rathman D., Varez K., „Konkurentnost luke na kruz tržištu: Primjer luke Dubrovnik“, Poslovna izvrsnost: znanstveni časopis za promicanje kvalitete i poslovne izvrsnosti, Vol 8, No. 2, 2014.
12. Demonja D., *Kulturni turizam: Hrvatska iskustva*, Institut za međunarodne odnose, Zagreb, 2011.
13. Dikard R. Evropska kulturna baština, Savjet Evrope, Ministarstvo kulture Republike Crne Gore
14. Gredičak T., *Kulturna baština u funkciji turizma*“, Acta turistica nova, Vol.2 No2, 2008.
15. Grgurević T., *Odjeci slavnih vremena*, Uliks, Kotor, 2004.
16. Grgurević T., *Boka kraj bez kraja*, Uliks, Kotor, 2008.
17. Bulatović V.“Kultурне manifestacije – poticaj razvoju kulturnog turizma”, Muzej Mimara, Zagreb (prezentacija za 6. Nacionalni dan kulturnog turizma u Zagrebu, 2013.
18. Kasalica V., *Kulturna baština Crne Gore*, Kulturni centar Bar, Bar, 2008.
19. Lacmanović D., *Marketing planiranje održivog turizma*, Univerzitet Mediteran, Podgorica, 2014.
20. Martinović J. J., Sto kotorskih dragulja, Intersistem, Beograd, 2007.
21. Martinović M., Antički gradovi snovi i sudbine, Matica crnogorska, Cetinje/Zagreb, 2012.
22. McKercher B., Cros H., *Cultural tourism*, Taylor&Francis, 2002.
23. Neri G., *Arte, turismo culturale e indotto economico*, Price Waterhouse Coopers Advisory, Rome, 2009.
24. Perić T., Orsulic M, „Cruising-turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji održivoga razvoja“, „Naše more“ 58(5-6)/2011.
25. Porter, M.E., “Konkurenčna prednost, postizanje i održavanje vrhunskog poslovanja”, Masmedia, Zagreb, 1985.
26. Prostorni plan Crne Gore do 2020 godine, Ministarstvo za ekonomski razvoj, Podgorica 2008.
27. Radović M., *Turistička geografija Crne Gore*, Fakultet za turizam, hotelijerstvo i trgovinu Bar, Fakultet za turizam i hotelijerstvo, Kotor, 2010.
28. Radović M. „Turistička geografija Crne Gore“, Fakultet za turizam, hotelijerstvo i trgovinu, Bar; Fakultet za turizam, Kotor, 2010.
29. Sbutega A., *Ljudi iz Boke*, Pomorski Muzej Crne Gore, Kotor, Ekumenski centar „Don Branko Sbutega“, Kotor, 2012.
30. Unković S., Čačić K., Bakić O., *Savremena kretanja na turističkom tržištu*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2001.
31. Vrtiprah V., *Kulturni resursi kao činitelj turističke ponude u 21. stoljeću*, Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju, Sveučilište u Dubrovniku, 2006.
32. Vučenović S., *Graditeljstvo Kotora*, Pomorski muzej Crne Gore, Kotor, 2012.

33. Vuleković N. T., *Kultura i turizam*, Obod, Cetinje, 2009.
34. Whyte B., Hood T., Whyte B. *Cultural and heritage tourism*, Federal Provincial Territorial Ministries of Culture and Heritage, Gatineau, Quebec, 2012.

## **INTERNET IZVORI:**

- [www.kotor.montenegro.travel/](http://www.kotor.montenegro.travel/)
- [www.museummaritimum.com/](http://www.museummaritimum.com/)
- [www.dubrovnik.hr](http://www.dubrovnik.hr)
- [www.kotorart.me](http://www.kotorart.me)
- [www.kulturni-turizam.com](http://www.kulturni-turizam.com)
- [www.luxuryculturaltourism.com](http://www.luxuryculturaltourism.com)
- [www.ministarstvokulture.gov.me/ministarstvo](http://www.ministarstvokulture.gov.me/ministarstvo)
- [www.montenegrina.net](http://www.montenegrina.net)
- [www.mrt.gov.me/ministarstvo](http://www.mrt.gov.me/ministarstvo)
- [www.muzejperast.me](http://www.muzejperast.me)
- [www.perast.com](http://www.perast.com)
- [www.portofkotor.co.me](http://www.portofkotor.co.me)
- [www.radiodux.me](http://www.radiodux.me)
- [www.sitiunescoadriatico.org](http://www.sitiunescoadriatico.org)
- [www.sustainabletourismonline.com](http://www.sustainabletourismonline.com)
- [www.tokotor.me](http://www.tokotor.me)
- [www.turizamiputovanja.com](http://www.turizamiputovanja.com)
- [www.americanlibrariesmagazine.org](http://www.americanlibrariesmagazine.org)
- [www.muzejikotor.me](http://www.muzejikotor.me)
- [www.risanmosaics.me](http://www.risanmosaics.me)
- [www.monvista.com](http://www.monvista.com)
- [www.kotor.travel.me](http://www.kotor.travel.me)
- [www.bokanews.me](http://www.bokanews.me)
- [www.portdubrovnik.hr](http://www.portdubrovnik.hr)

# **POPIS SLIKA, TABELA I GRAFIKA**

## **POPIS SLIKA**

SLIKA 1UNESCO – PRIZNANJE KULTURI I TRADICIJI .....	11
SLIKA 2. POMORSKI MUZEJ KOTOR	
IZVOR:HTTP://WWW.MUSEUMMARITIMUM.COM/MN/#!PRETTYPHOTO[GALLERYD3314A18C 0]/0/, (2/4/2019) .....	12
SLIKA 3. MUZEJ GRADA PERASTA,.....	13
SLIKA 4 PORTRET RIMSKOG IMPERATORA DOMICIJANA,.....	13
SLIKA 5. TVRĐAVA GORAŽDA, IZVOR:HTTP://WWW.RADIODUX.ME/NASLOVNICA/4926- UNITAVANJE-AUSTRO-UGARSKIH-TVRAVA-U-BOKI-NASTAVLJA-SE-NESMANJENOM- ESTINOM, (1/6/2019) .....	14
SLIKA 6. RISANSKI MOZAICI.....	15
SLIKA 7. PRČANJ .....	15
SLIKA 8. GRAD PERAST.....	16
SLIKA 9. KATEDRALA SVETOG TRIPUNA, .....	18
SLIKA 10. VRATA CRKVE Blažene Ozane u Kotoru.....	20
SLIKA 11. BOKEŠKA NOĆ .....	23
SLIKA 12. KRUZER U LUCI KOTOR .....	26
SLIKA 13. LUKA DUBROVNIK .....	31

## **POPIS TABELA**

TABELA 1 OBIM I STRUKTURA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA, PREDLOG PROSTORNOG PLANA CRNE GORE DO 2020.....	11
TABELA 2 POZITIVNI I NEGATIVNI UČINCI MANIFESTACIJA U TURIZMU (KESAR, 2011) .....	22
TABELA 3 POREDJENJE NAKNADA U KONKURENTSKIM LUKAMA.....	33
TABELA 4 OCJENA KONKURENTNOSTI DUBROVNIKA NA TRŽIŠTU POMORSKIH KRSTARENJA ....	33
TABELA 5 OCJENA KONKURENTNOSTI DUBROVNIKA NA TRŽIŠTU POMORSKIH KRSTARENJA UZ RAZMATRANJE TURISTIČKOG PROIZVODA KAO KRITERIJA OCJENE .....	33
TABELA 6 ZEMLJA PORIJEKLA ISPITANIKA .....	38

## **POPIS GRAFIKA**

GRAFIK 1. BROJ PUTNIKA NA KRSTARENJIMA U SVIJETU .....	28
GRAFIK 2. UDJELI NAJVECIH KRUZING KOMPANIJA PREMA BROJU LEZAJEVA 2010.....	30
GRAFIK 3.GODISNJI PROMET PUTNICKIH BRODOVA ZA KRUZNA PUTOVANJA U HRVATSKIM LUKAMA .....	31
GRAFIK 4. STAROSNA KATEGORIJA ISPITANIKA .....	38
GRAFIK 6. PREVOZNO SREDSTVO DOLASKA NA DESTINACIJU.....	39
GRAFIK 7. MOTIV POSJETE KOTORU .....	39

## **PRILOG1: ANKETNI LISTIĆ**

Rezultata ankete pred Vama biće korišten u svrhe izrade naučnog rada. Molim Vas da isti popunite dopunjavanjem ili zaokruživanjem odgovora.

Unaprijed hvala na izdvojenom vremenu.

1. Vaša zemlja porijekla: \_\_\_\_\_
  
2. Vaša starosna kategorija:  
a) Mlađi od 25  
b) 25-35  
c) 36-45  
d) 46-55  
e) 56-65  
f) Stariji od 65
  
3. Da li ste ranije posjetili Crnu Goru:  
a) Da  
b) Ne
  
4. Kojim prevoznim sredstvom ste došli u Kotor?  
a) Brodom (kružno putovanje)  
b) Izletničkim brodom ili autobusom (jednodnevni izlet)  
c) Autobusom  
d) Avionom  
e) Automobilom  
f) Ostalo
  
5. Koji je glavni motiv Vaše posjete Kotoru?  
a) Plaže i more  
b) Kulturne znamenitosti  
c) Prirodne ljepote  
d) Noćni provod  
e) Ostalo