

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



Nedeljka Branković

**KONTINUIRANI RAZVOJ KADROVSKIH POTENCIJALA
KAO IMPERATIV POSLOVANJA MARINA**

Studija slučaja razvoj obuke „Dir po Boki Kotorskoj“
na primjeru „Porto Montenegro“

SPECIJALISTIČKI RAD

Tivat, jul 2020.

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

**KONTINUIRANI RAZVOJ KADROVSKIH POTENCIJALA KAO
IMPERATIV POSLOVANJA MARINA**

Studija slučaja razvoj obuke „Đir po Boki Kotorskoj“ na primjeru „Porto
Montenegro“

SPECIJALISTIČKI RAD

Mentor: Doc. dr Nikola Vukčević

Predmet: Nautički turizam i upravljanje marinama

Student: Nedeljka Branković, Br.Indexa: S5/19
Smjer: Nautički turizam i upravljanje marinama

Tivat, jul 2020.

S A D R Ź A J:

1. NAUTIČKI TURIZAM U SAVREMENIM TURISTIČKIM TOKOVIMA	6
1.1. POJAM I DEFINISANJE NAUTIČKOG TURIZMA	7
1.2. SAVREMENI TURISTIČKI TRENDovi I POTREBE TURISTA	8
1.3. ZNAČAJ I ULOGA NAUTIČKOG TURIZMA	9
1.4. VRSTE NAUTIČKOG TURIZMA	11
1.5. NAUTIČKI TURIZAM U CRNOJ GORI	12
2. UPRAVLJANJE KADROVIMA U TURIZMU	15
2.1. STRATEGIJSKO UPRAVLJANJE LJUDSKIM RESURSIMA	15
2.2. OBUKA I RAZVOJ KADROVA	15
2.3. ORGANIZACIONO UČENJE	16
3. KADROVI U NAUTIČKOM TURIZMU	17
3.1. OPŠTI PROFIL ZAPOSLENIH U NAUTIČKOM TURIZMU	18
3.2. ZNANJA I VJEŠTINE ZAPOSLENIH KAO ELEMENT UKUPNOG KVALITETA NAUTIČKOG TURISTIČKOG PROIZVODA	19
4. STUDIJA SLUČAJA MARINA PORTO MONTENEGRO	22
4.1. OSNOVINI RESURSI MARINE PORTO MONTENEGRO	22
4.2. KADROVSKA STRUKTURA MARINE PORTO MONTENEGRO	23
4.3. UNAPREĐENJE ZNANJA KADROVA PORTO MONTENEGRA KROZ OBUKU IZ OBLASTI TURISTIČKOG VOĐENJA	25
4.4. RAZVOJ OBUKE „ĐIR PO BOKI KOTORSKOJ”	29
ZAKLJUČAK	38
LITERATURA	

UVOD

Jedna od karakteristika savremenog turizma jeste razvoj posebnih tj. selektivnih oblika turizma. Nautički turizam je dinamički oblik selektivnog turizma čiji su glavni preduslovi za njegov razvoj plovila i voda, što znači da je za njegovo sprovođenje potrebno plovilo, a prostor u kojem se sprovodi jevoda.

U stručnoj literaturi iz oblasti turizma, ističu se novi turistički trendovi koji se odnose na sve prisutnije potrebe čovjeka da plovi radi zabave i turizma. Iako je riječ o novim turističkim trendovima, ne može se reći da je riječ o novim turističkim potrebama jer čovjekova potreba da koristi razna plovila i vodene površine vrlo je stara, ali je bila prisutna u manjem stepenu u odnosu na današnje. Međutim, sve učestaliji zahtjevi turista koji se odnose na zadovoljenje turističkih potreba na vodi upotrebom plovila, odrazile su se na razvoj turističke industrije nautičkog turizma.

Sve zastupljeniji stavovi teoretičara turizma, koji se odnose na masovnost nautičkog turizma, jesu stavovi da nautički turizam prevazilazi karakteristike masovnosti. Navedeni stavovi su opravdani činjenicama da su se u okviru ovog selektivnog oblika turizma izdvojile posebne ciljne grupe turista čije su karakteristike: visokoobrazovani turisti visokoplatežne moći.

Problematika istraživanja polazi od savremenih turista koji u što većem stepenu pokazuju zainteresovanost za nautički turizam i koji vremenom postaju sve zahtjevniji te prema tome i ponuda mora slijediti takve preferencije gostiju. Tako npr. savremeni turisti sve češće iskazuju potrebe za boravkom u prirodnom i očuvanom ambijentu pa se kroz navedenu studiju slučaja želi istražiti i predstaviti na koji način se kroz razvoj kadrova može odgovoriti na želje, potrebe i težnje savremenih turista u smjeru njihovog "povezivanja" sa prirodom. U radu je prikazano trenutno stanje nautičkog turizma s naglaskom na njegov menadžment i potrebu kontinuiranog razvoja kadrova nautičkog turizma koje se posredstvom razvoja ovog selektivnog vida turizma reflektuje na razvoj savremenog turizma uopšte.

U radu su korišteni raspoloživi podaci i analizane sa postojeće obuke u okviru nautičkog turizma na primjeru Porto Montenegra, a kroz studiju slučaja predstavljeno je ulaganje u razvoj kadrova kroz razvoj novih obuka, koje se razvijaju u skladu sa potrebama turista, što je ujedno i problematika istraživanja ovog specijalističkog rada.

U okvirima ovog rada ukazalo se na koji način i u kojoj mjeri znanja i vještine kojima vladaju kadrovi marina utiču na kvalitet krajnje pružene usluge. Naime, kreirajući pozitivnu sliku o sebi i kontinuitetno pružajući kvalitetnu uslugu kadrovi stvaraju lojalne i zadovoljne goste koji tu kvalitetnu i prepoznatljivu uslugu identifikuju sa marinom.

Pružanje standardizovane i kvalitetne usluge kojom se stvaraju lojalni gosti i privlače novi gosti, jedino je ostvarljivo kroz izgradnju kompetentnih timova i njihovu konstantnu

nadogradnju kroz orijentaciju, obuke, programe edukacije i podizanje svijesti o značaju sticanja novog znanja.

Kroz odgovor na pitanje zašto i koja saznanja se stiču vezano za predmet istraživanja ovog rada, dolazimo do cilja istraživanja. Cilj ovog istraživanja je ukazati na koji način kadrovi svojim kontinuiranim unapređenjem znanja i vještina doprinose poboljšanja kvaliteta poslovanja marina.

Pri analiziranju raspoloživih informacija marine Porto Montenegro, a oslanjajući se na naučna znanja i literature iz ove oblasti, ukazuje se na naučni cilj istraživanja koji se odnosi na neophodnost konstantnog unapređenja znanja i vještina kadrova što je uslov za poboljšanje kvaliteta poslovanja marine.

Takođe, kroz studiju slučaja ukazuje se na potrebu prilagođavanja ponude željama savremenih turista koji sve više iskazuju potrebe za boravkom u prirodnom i očuvanom ambijentu. Studijom slučaja pod nazivom „Dir po Boki Kotorskoj“ želim predstaviti mogućnost da se na želje, potrebe i težnje savremenih turista koje se odnose na njihovo “povezivanje” sa prirodom, može odgovoriti upravo kroz razvoj kadrova.

Razvojem i primjenom obuke koja se odnosi na ovladavanje znanjima iz oblasti turističkog vođenja, u okviru menadžmenta upravljanja marinama, predstavlja se društveni cilj ovog istraživanja jer upravo ova znanja doprinose širenju zajedničke misije UNESCO-a, Porto Montenegro i lokalne zajednice. Navedena misija se odnosi na težnju očuvanja prirodnih ljepota Crne Gore kao nasljeđa za generacije koje dolaze!

U skladu sa navedenim, u radu je postavljena glavna hipoteza, a na osnovu nje i nekoliko pomoćnih hipoteza:

Hg: Kvalitetno postavljen menadžment, kao i stručni i edukovani kadar, čijem usaršavanju se posvećuje posebna pažnja, predstavlja temelje za uspješno poslovanje marina.

H1-razvoj nautičkog turizma, kao i poslovanje marina neophodno je bazirati na održivim principima kako bi se na taj način doprinijelo prepoznatljivosti i konkurentnosti turističke destinacije.

H2 - Prirodni resursi daju značajan doprinos razvoju nautičkog turizma i čine osnovu njegove ponude.

H3 –Sve zahtjevnijim turistima može se odgovoriti jedino ako i turistička ponuda slijedi takve preferencije gostiju.

H-4 - Znanja i vještine zaposlenih su element ukupnog kvaliteta nautičkog turističkog proizvoda

S tim u vezi zahtjeve turista kao što su iskustvo, edukacija, i ekologija ispunjavaju se na osnovu studije slučaja jer zaposleni koji steknu znanja iz oblasti turističkog vođenja mogu

turistima kroz “Đir po Boki Kotorskoj” pružiti edukaciju koja će stvoriti jedinstveno iskustvo u ekološkom ambijentu zaliva Boke Kotorske.

U izradi ovog rada su korištena naučna i stručna djela, stručni časopisi, internet, kao i sekundarne metode tj. analiza relevantne literature. Metodom deskripcije predstavljen je trenutni nivo ulaganja u obrazovanje i proširenje znanja kadrova u nautičkom turizmu na konkretnom primjeru Porto Montenegro. U istraživanju teme ovoga rada, korištena je metoda indukcije i dedukcije, analiza-sinteza, konkretizacija-generalizacija. Studijom slučaja prezentovan je inovativan pristup povezivanja znanja i vještina iz oblasti turističkog vođenja i nautičkog turizma.

Teorijski značaj ovog rada ogledao bi se u potvrdi zaključaka brojnih naučnih studija koja ukazuju na sve veću potražnju turista za nautičkim turizmom.

Praktični značaj rada ogledao bi se kroz studiju slučaja kojom je predstavljen značaj ulaganja u razvoj kadrova i učesnika nautičkog turizma. Sticanje dodatnih znanja i vještina neophodni su za poslovanje i prosperitet marina. Studijom slučaja je predstavljen konkretan primjer razvoja novih obuka koje kadrovima omogućavaju ovladavanje znanjima iz oblasti turističkog vođenja.

Doprinos konkretnoj nauci u okviru koje se vodi navedeno istraživanje ogleda se u inovativnom pristupu kreiranja obuka kadrova koje su usko vezane za oblast turizma, kao npr. obuke vezane za turističko vođenje. Kreiranjem ovakvih vidova obuka doprinosi se kreiranju kompletnog nautičkog proizvoda, ali i promociji kulturno-istorijskih vrijednosti destinacije, što se sve ukupno odražava na konkurentnost destinacije na međunarodnom tržištu.

1. NAUTIČKI TURIZAM U SAVREMENIM TURISTIČKIM TOKOVIMA

Sam pojam turizma vezuje se za period modernog doba što potvrđuje jedna od njegovih prvih definicija iz 1905. godine. U pomenutoj definiciji turizam se opisuje kao pojava modernog doba, izazvana povećanom potrebom za odmorom i promjenom klime, probuđenim i njegovanim smislom za ljepote krajolika, radosti i užitak boravka u slobodnoj prirodi.¹

Brojni su apsekti od kojih se polazi u proučavanju turizma. Proces naučnog istraživanja u oblasti turizma podstaknut je potvrdama da se ekspanzija razvoja turizma odrazila na neekonomski rast i razvoj, razvoju privrede brojnih zemalja. U istraživanjima savremeni teoretičari turizam posmatraju različito, pa mu shodno tome neki teoretičari pristupaju sa aspekta putovanja, neki sa aspekta doživljaja, za neke je turizam privremeni boravak van mjesta stanovanja, a za neke je turizam vrlo važna i strategijska grana razvoja privrede.

Zaključujemo da je nemoguće stvoriti jednostavnu sliku i definiciju turizma ali jedna od najstarijih, opšteprihvaćenih definicija turizma, koja se i danas često koristi, je ona koju su 1942. godine osmislili teoretičari turizma Hunziker i Krapf: "Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost."²

Savremeno doba je sa sobom čovječanstvu donijelo nove navike i promjene u životnom stilu, što se automatski odrazilo i na promjene u turizmu. Kao rezultat navedenih promjena pojavili su se novi, selektivni i savremeni pojavi oblici turizma.

Takođe, promjene savremenog doba su se reflektovale i u načinu funkcionisanja turističke djelatnosti. Konstantna izloženost stresu i negativnim uslovima radne i životne sredine odlika je savremenog načina života, što je usmjerilo čovjeka da u turizmu i putovanjima pronađu način da se odvajaju od svakodnevice i oporave čitav organizam. Iz navedenog zaključujemo da na ovaj način turizam prerasta u primarnu potrebu koja je dostupna svima, a ne kao nekada dostupna samo elitnoj klasi.

Trenutno su evidentne različite vrste turizma koje su nastale zbog velikih razlika u motivima putovanja, željama i potrebama turista. Sljedeća poglavlja rada posvećena su nautičkom turizmu kao posebnoj vrsti turizma.

¹ www.enciklopedija.hr (10.02.2020. u 12:45h)

² Pirjevac, B., *Počela turizma*, Mikrorad, Zagreb, 2002., str. 5.

1.1. Pojam i definisanje nautičkog turizma

Savremeni oblici turizma predstavljaju oblike turističkog prometa manjih grupa, usmjerenih ka upoznavanju kulturnih i prirodnih karakteristika destinacija, u skladu sa principima održivog razvoja turizma. Eko-turizam, nautički turizam, treking, foto-safari, ekstremni sportovi (adrenalinski turizam), upoznavanje arheoloških lokaliteta, samo su neki od selektivnih oblika turizma, koji se nalaze u centru pažnje savremenih turista.³

Veća posvećenost individualnim željama i doživljajima turista moguća je zato što ovi oblici turizma podrazumjevaju manje grupe turista. Individualnost u procesu pružanja usluga u turizmu postala je osnovni preduslov dobijanja zadovoljnih turista.

Kao fenomen nautički turizam vezuje se za period nakon Drugog svjetskog rata. Specifičnim vidom turizma čine ga ne samo plovidba i kretanje, već i stacionarno mirovanje i boravak u nekoj marini, luci, i sl. jer i ove aktivnosti takođe obuhvataju pojam nautičkog turizma.

Nautički turizam je skup aktivnosti i odnosa koji su uzrokovani boravkom turista (nautičara) u ili izvan luka nautičkog turizma te korištenje plovniha i drugih objekata vezanih za nautičku turističku djelatnost radi rekreacije, sporta, razonode i drugih potreba.⁴

Terminološka oznaka "nautički" za ovu vrstu turizma, potiče od grčke riječi *nutas* (mornar), što označava vještinu navigacije i nauku o pomorstvu. Po današnjim shvatanjima to je posebna vrsta turizma koji se temelji na rekreativnim sadržajima vezanim za plovidbu na morima, jezerima i rijekama.⁵ Etimološki pojašnjeno, *nautički turizam* proizlazi iz dvaju pojmova: *nautički* i *turizam*. Drugi pojam u naučnoj turističkoj literaturi je dovoljno objašnjen, a prvi se pored riječi *nutas* vezuje i za grčku riječ *naus* što znači brod, lađa, ali i vještina plovidbe.

Pojam nautički turizam u Crnoj Gori je definisan članom 50 Zakona o turizmu i ugostiteljstvu: "Nautički turizam je plovidba i boravak turista-nautičara na plovnim objektima, kao i boravak u lukama nautičkog turizma-marinama i ostalim prihvatnim objektima, radi odmora i rekreacije".⁶

Pod pojmom „nautički turizam“ obuhvaćena su sva rekreativna putovanja i ona u cilju razonode, koja se odvijaju na moru, bilo velikim brodovima za krstarenja bilo jahtama na motorni pogon ili na jedra, ukoliko su opremljeni kabinama za noćenje.⁷

³ Ibidem.

⁴ Luković, T., Gržetić, Z. ;*Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana*, Split, Hrvatski hidrografski institute, 2007, str. 32.

⁵ Šamanović, J.: *Nautički turizam i management marina*, Split, Visoka pomorska škola, 2002., str. 54.

⁶ *Zakon o turizmu i ugostiteljstvu* ("Službeni list Crne Gore", br. 002/18 od 10.01.2018, 004/18 od 26.01.2018, 013/18 od 28.02.2018, 025/19 od 30.04.2019)

⁷ *Strategija razvoja turizma u Crnoj Gori do 2020. godine*, Vlada Crne Gore, Ministarstvo turizma, Podgorica, 2008.

1.2. Savremeni turistički trendovi i potrebe turista

Prije definisanja bilo kog oblika selektivnog turizma neophodno je krenuti od karakteristika savremenih turista kao potrošača turističkih usluga. Savremeni turisti kao visokozahjevni potrošači su dobro informisani, sa željama da na turističkim putovanjima ne dožive samo odmor i zabavu, već i da nešto novo nauče.

Karakteristika turističkih kretanja, vezanih za ove oblike turizma, jeste manji broj učesnika, a često su to i kretanja individualnog karaktera; zatim to da svaki turista predstavlja jedinku, koja ima svoje specifične potrebe, kao i sve veće učešće lokalnog stanovništva.⁸ Prema istim autorima, razvoj selektivnih oblika turizma omogućio je da se zadovolje, prije svega, zahtjevi savremene tražnje za autentičnošću; iskustvom u lokalnom okruženju, kao i tražnja turiste za uvažavanjem domaćina.

U savremenoj literaturi iz oblasti turizma ovi oblici turizma označavaju se kao „specifični” oblici turizma, „novi turizam”, „alternativni turizam”, „etički turizam”, „odgovorni turizam”, „meki turizam”, „zeleni turizam” i drugi. Koji vid turizma će se razviti određuje se na osnovu dominantnog turističkog motiva (zdravlje, zabava, nautika, lov, ribolov, kultura, sport, gastronomija, manifestacije i drugi).

Shodno tome, pri kreiranju turističkih ponudasada se u centru pažnje nalazi potrošač, jer se turistička ponuda prilagođava upravo njemu i njegovim potrebama i željama. Na ovaj način došlo je do promjena turističke tražnje i kreiranja novih, selektivnih oblika turizma, a među njima i nautičkog turizma kao jednog od vidova turizma koji ima tendenciju stalnog rasta.

Članom 50 Zakona o turizmu i ugostiteljstvu⁹ definisane su i turističke usluge u nautičkom turizmu u Crnoj Gori:

1. Turističke usluge u nautičkom turizmu su:

- iznajmljivanje plovniha objekata sa posadom ili bez posade, sa pružanjem ili bez pružanja usluge smještaja;
- usluge snabdijevanja nautičara (vodom, gorivom, namirnicama, rezervnim djelovima, opremom);
- usluge upravljanja plovnim objektima turista nautičara;
- davanje različitih informacija turistima nautičarima;
- prevoz turista u javnom prevozu plovnim objektima registrovanim za obavljanje djelatnosti prevoza putnika; i
- druge usluge za potrebe nautičkog turizma u skladu sa zakonom.

2. Prodaja i rezervacija usluga iz stava 2 ovog člana može se obavljati neposredno na plovnom objektu ili preko turističke agencije.

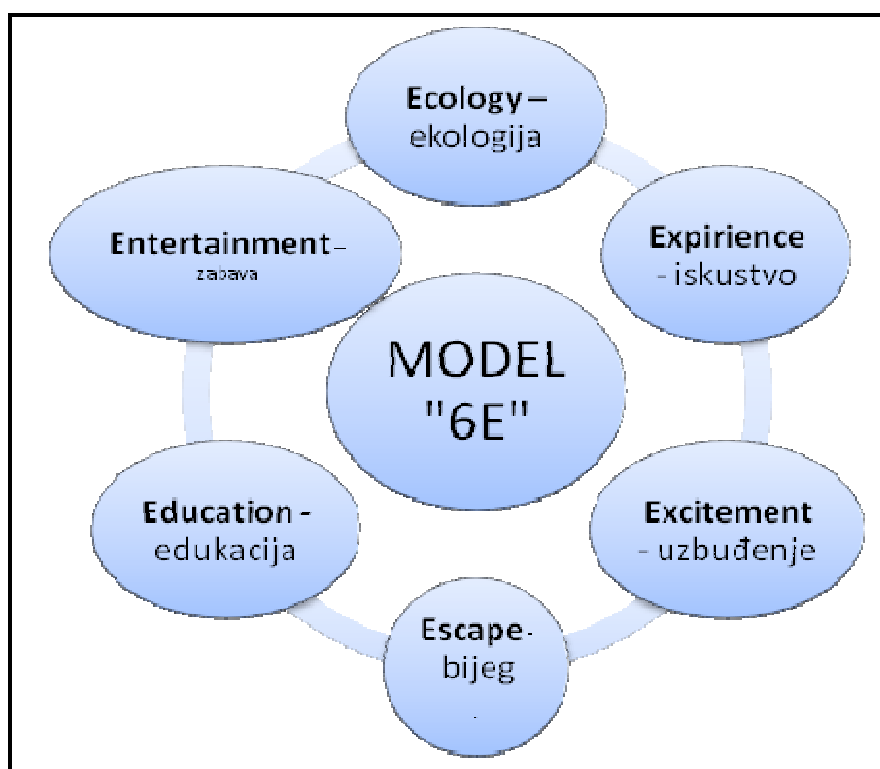
⁸ Todorović, M., Štetić, S.: *Ruralni turizam*, Univerzitet u Beogradu, Geografski fakultet. 2009., str. 43.

⁹ *Zakon o turizmu i ugostiteljstvu op.cit.*, 2019.

Savremena turistička tražnja se usmjerava prema tzv. modelu 6E:

- Experience - iskustvo,
- Excitement - uzbuđenje,
- Escape - bijeg;
- Education - edukacija,
- Entertainment – zabava i
- Ecology – ekologija.

Prema navedenim savremenim turističkim trendovima zaključujemo da menadžment marina treba intenzivno da radi na budućem što većem i boljem prilagođavanju navedenim zahtjevima.



Šema 1. Savremena turistička tražnja prema tzv. modelu 6E:

Izvor: Autor

1.3. Značaj i uloga nautičkog turizma

Kako bi se stekao uvid koliki je značaj i uloga nautičkog turizma u privrednom razvoju određene destinacije polazi se od globalnih turističkih trendova koji oblikuju turističku ponudu:¹⁰

- kraći glavni odmor, a više kraćih odmora tokom godine;
- online revoluciju bookinga;
- sofisticiranije turističke potrošače;
- globalno stabilniji rast putovanja;

¹⁰Horwath consulting HTL, „Strategija razvoja ruralnog turizma Splitskodalmatinske Županije - konačni izvještaj, 2009.

- veću tražnju za novim destinacijama, kao i za specijalnim nišama,
- rast interesovanja za istoriju i autentičnost.

Shodno navedenim turističkim trendovima uviđa se neophodnost keiranja adekvatne turističke ponude koja će kao takva rezultirati zadovoljstvom turista. Sa ciljem ispunjavanja navedenih zahtjeva u Strategiji razvoja turizma Crne Gore među visokim navedeno je: poboljšanje i proširenje rekreacione infrastrukture po međunarodnim standardima, kao i razvoj atraktivne specijalne ponude: zdravstvo, planinski biciklizam i planinarenje, golf, nautički turizam, MICE-sadržaji i sve zamislive tržišne niše iz oblasti sporta, prirode, doživljaja, kulture, religije, ukoliko se one mogu zastupati kao održive.¹¹

Na strani turističke tražnje, naročito u Evropi, kojima značajno mjesto zauzima i nautički turizam, uočavaju se sljedeće tendencije:¹²

- turisti žele da dožive kontrast (kao što su to npr. putovanja na relaciji grad–selo, kopno–ostrvo i sl.);
- iskustva koja ističu kulturno-istorijsko nasljeđe i očuvanu prirodu destinacije „zeleni” pokret ili turizam (poznat i kao alternativni, odgovorni, „meki”, „dobri” ili „novi” turizam, koji nije masovnog karaktera i koji se „prijateljski” odnosi ka prirodnoj sredini);
- „plavi” ili nautički pokret odnosno tražnja;
- tražnja za mjestima, događajima i iskustvima sa izraženim identitetom, integritetom i različitosti;
- tražnja za ruralnim i agroturizmom.

U Strategiji razvoja turizma Crne Gore do 2020.godine navedeno je da se: “Evropski potencijal za krstarenja procjenjuje na 2–3% ukupnog stanovništva. Tu se najčešće radi o starijim i materijalno bolje stojećim ljudima u dobi iznad 40–50 godina. S ekonomskog aspekta, nautička lokacija ima korist od pristanišnih taksi, troškova koji se plaćaju na ime organizacije izleta, izdataka za manje obroke i suvenire, kao i od svih usluga koje su povezane sa krstarenjem. Od velikog je značaja i uticaj reklame koju ovakav luksuzni brod za krstarenja pravi za čitav region.”¹³ U nastavku ovog dokumenta navedeno je da se zbog ograničenosti kapaciteta nosivosti, kao i zbog manjeg opterećenja infrastrukture i životne sredine “mnogo važnije je da privuče jahte jedrilice, nego velike brodove cruisere, kako zbog većih prihoda.”¹⁴

¹¹Strategija razvoja turizma u Crnoj Gori do 2020. godine, op.cit., str.21.

¹²<http://www.cenort.rs/> (05.02.2020. u 22:20h)

¹³Strategija razvoja turizma u Crnoj Gori do 2020. godine, op.cit.,str.51.

¹⁴Ibidem.

1.4. Vrste nautičkog turizma

Temeljna karakteristika i ujedno razlika između nautičkog turističkog prometa u odnosu na druge oblike turističkog prometa je u tome što se nautički turisti koriste plovilom kao sredstvom rekreacije na vodi. Temeljna podjela nautičkog turističkog prometa može se izvršiti prema vodenim površinama na kojima se promet odnosi¹⁵ :

- Pomorski;
- jezerski;
- riječni promet.

Nautički turizam može se podijeliti na određene podvrste prema određenim kriterijumima što je predstavljeno u tabeli u nastavku:

Tabela 1: Podvrste nautičkog turizma

KRITERIJUMI	PODVRSTE NAUČKOG TURIZMA
VELIČINA PLOVILA	• Veliki“ ili brodski nautički turizam – koji se obavlja na trajektima, lebdjelicama, botelima, putničkim, putničko-teretnim i hidrokrilnim brodovima; • “Mali“ nautički turizam – koji se obavlja na različitim vrstama manjih plovila, kao što su čamci, jedrilice, jahte, gliseri, skuteri, kajaci i druga slična plovila.
VLASNIŠTVO PLOVILA	• Nautički turizam u vlastitom ili klupskom plovilu • Nautički turizam u iznajmljenom plovilu na određeno vrijeme (charter)
MOTIV PLOVIDBE	• Rekreacijski nautički turizam • Sportski nautički turizam • Ribolovni nautički turizam
ORGANIZACIJA PLOVIDBE	• Nautički turizam individualnog tipa organizacije • Nautički turizam grupnog tipa organizacije

Izvor:Šamanović, J.: *Nautički turizam i management marina*, Split, Visoka pomorska škola, 2002., str. 105.

Kako se kao jedan od kriterijuma za formiranje podvrsta nautičkog turizma javlja motiv putovanja, u tom dijelu predstavljene su sljedeće podvrste nautičkog turizma: rekreacijski, sportski i ribolovni nautički turizam.

Budući da se kao podvrste javljaju navedene podvrste nautičkog turizma neophodno je naglasiti da „Nautički turizam ne može da bude shvaćen kao sinonim za vodene sportove, bez obzira što upravo putovanje jahtom na jedra posjeduje istaknuta sportska obilježja.

¹⁵ Dulčić, A.: *Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma*, Split, Split, 2002., str. 13.

U vodene sportove ubrajaju se sve sportske aktivnosti koje su povezane s vodom. One najčešće podrazumijevaju postojanje sportske baze na kopnu i obavljaju se tokom dana. U njih se ubrajaju: jedrenje, vožnja kajakom po jezeru, veslanje, surfovanje, ronjenje sa ronilačkom opremom (scuba-diving), ronjenje samo sa maskom (snorkling), iznajmljivanje čamaca, obuka za sportove na vodi itd.”¹⁶

1.5. Nautički turizam u Crnoj Gori

Najpogodniji za razvoj visokokvalitetne i diverzifikovane ponude nautičkog turizma u Strategiji razvoja turizma Crne Gore do 2020.godine označen je Bokotorski zaliv koji je uokviren strmim liticama koje se visoko uzdižu iznad nivoa mora, sa ostacima mletačke kulture – predstavlja unikat na Mediteranu.

Ministarstvo održivog razvoja i turizma donijelo je Pravilnik o vrstama objekata nautičkog turizma, minimalno tehničkim uslovima i njihovoj kategorizaciji. U smislu ovog Pravilnika nautički turizam u Crnoj Gori vezuje se i odvija u objektima nautičkog turizma u koje se ubrajaju:

- Prihvatni objekat nautičkog turizma - objekat instaliran na obali i vodi koji služi za prihvatanje, vezivanje, čuvanje, održavanje i opremanje plovniha objekata koji se koriste u turističke svrhe, kao i pružanje usluga nautičarima;
- Plovni objekat nautičkog turizma- objekat sa tehničkim karakteristikama predviđenim za aktivnosti odmora, sporta i rekreacije.

Vrste objekata nautičkog turizma u Crnoj Gori definisane su navedenim Pravilnikom i predstavljene su u nastavku rada u Tabeli 2:

Tabela 2: Vrste objekata nautičkog turizma u Crnoj Gori

PRIHVATNI OBJEKAT NAUTIČKOG TURIZMA	
MARINE	Marina je objekat nautičkog turizma uz prirodno ili vještački zaštićene vodene površine (more, jezera i rijeke) specijalizovana za pružanje usluga veza, snabdijevanja, čuvanja, održavanja i servisiranja plovniha objekata, pružanje ugostiteljskih usluga, usluga iznajmljivanja

¹⁶Strategija razvoja turizma u Crnoj Gori do 2020. godine, op.cit.str.51.

	plovnih objekata, kao i drugih usluga u skladu sa zahtjevima i specifičnim potrebama nautičkih turista.
LUKE I LUČICE	Luka, lučice i pristanište su objekti nautičkog turizma koji su u cjelosti ili djelimično namijenjeni i prilagođeni zadovoljavanju primarnih plovidbenih potreba plovnih objekata nautičkog turizma (prihvat, vez i snabdijevanje), kao i ostalih osnovnih boravišnih i uslužnih potreba nautičkih turista (pregled i manje popravke plovnih objekata).
PRISTANIŠTA	
PRIVEZIŠTA (MANDRAĆI)	Privezišta (mandraći) su posebno izgrađeni obalni ili sa obalom povezani prostori za uređeni prihvat i privez plovnih objekata nautičkog turizma, sa direktnim pješačkim pristupom do plovila.
SIDRIŠTA	Sidrište je prirodno ili vještački zaštićeni morski, jezerski ili riječni vodeni prostor koji je uređen i opremljen uređajem za vezivanje plovnih objekata nautičkog turizma, bez mogućnosti pješačkog prilaza do plovila.
PLOVNI OBJEKTI NAUTIČKOG TURIZMA	
REKREATIVNI PLOVNI OBJEKTI	objekat koji se pokreće ljudskom snagom, vjetrom ili motorom, a koristi se za zabavu i sportsku rekreaciju na lokalnom području prihvatnog objekta nautičkog turizma (čamac, čamac sa motorom, jedrilica, bicikl na vodi, daska za jedrenje, skuter na vodi i dr.).

IZLETNIČKI PLOVNI OBJEKTI	izletnički plovni objekat je čamac ili brod koji služi za prevoz turista ili dnevna krstarenja sa izletničkim sadržajem (hidrogliser, čamac sa motorom i manji brod za jednodnevne izlete, turistički taksi)
TURISTIČKE JAHTE	Turistička jahta je plovni objekat za duži boravak nautičara, sa kabinom koja je opremljena sa najmanje dva ležaja, toaletom i uređajem za kuvanje (jahta na motorni pogon, jahta na pogon vjetra).
PLOVNI OBJEKTI ZA TURISTIČKA KRSTARENJA	Plovni objekat za turistička krstarenja je plovni objekat sa posadom koja prevozi turiste na krstarenjima i kružnim putovanjima, a opremljen je za višednevni boravak posade i turista.

Izvor:Pravilnik o vrstama objekata nautičkog turizma, minimalno tehničkim uslovima i njihovoj kategorizaciji, ("Služben listu RCG", br. 9/2003 od 18.2.2003. godine.), Ministarstvom održivog razvoja i turizam, Podgorica, 2003, str. 1

2. UPRAVLJANJE KADROVIMA U TURIZMU

2.1. Strategijsko upravljanje ljudskim resursima

Uz pojam upravljanje ljudskim resursima sve češće ide predznak *strategijsko*, pri čemu se ovaj predznak, u zavisnosti od autora, javlja u više različitih značenja. Strategijsko upravljanje ljudskim resursima može biti shvaćeno kao „Šema plana zapošljavanja i aktiviteta ljudskih resursa kako bi se ciljevi organizacije efikasno ostvarili“.¹⁷

Proces strategijskog upravljanja sastoji se iz dvije odvojene, ali ipak međusobno povezane faze, i to: formulisanja strategije i primjenjivanje strategije. Važno je da se ovaj proces ne odvija sekvencionalno, kao i da su obje faze strategijskog upravljanja sprovedene uspješno.

Menadžeri ljudskih resursa treba da :¹⁸

- Ostvaruju uticaj na izradu i sprovođenje strategijskog plana, na izbor, raspoređivanje, obuku, usavršavanje, unapređenje, rotaciju, degradaciju i otpuštanje zaposlenih;
- Upoznaju i razumiju usvojeni strategijski plan i strategijske ciljeve hotelskog preduzeća;
- Znaju koje su vještine, ponašanja i stavovi radnika potrebni da bi se podržao strategijski plan;
- Razvijaju programe koji treba da omoguće da zaposleni ovladaju i primjenjuju navedenim vještinama i znanjima.

Zadatak strategijskog menadžmenta je da omogući preduzeću u turističkoj privredi racionalno i blagovremeno reagovanje na promjene u sredini u kojoj ono obavlja svoju poslovnu i širu aktivnost. Strategijski menadžment obuhvata:¹⁹

- Strategijsko planiranje kao esencijalni dio (strategijsku analizu i strategijski izbor);
- Strategijsku promjenu (strategijsku implementaciju i kontrolu).

2.2. Obuka i razvoj kadrova

Da je obrazovanje zaposlenih osnovna pretpostavka za transformaciju radnika u stručnjake, odnosno profesionalno obavljanje poslova, mišljenja su savremeni menadžeri ljudskih resursa. U savremenim i sve složenijim uslovima poslovanja organizacije su sve zainteresovanije za proširivanje znanja zaposlenih, kroz razne obuke i treninge.

Praksa je pokazala da preduzeće u savremenoj ekonomiji svoju konkurentsku prednost bazira na znanju svojih zaposlenih. Pretpostavimo da jedna firma vrijedi onoliko koliko znaju

¹⁷ Kosar, Lj.: *Hotelierstvo I*, Visoka hotelijerska škola strukovnih studija, Univerzitet u Beogradu, Beograd, 2008, str.36.

¹⁸ Šušnjar, G.Š., Zimanji, V.: *Menadžment ljudskih resursa*, Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet Subotica, 2006, str. 57.

¹⁹ Čerović, S.: *Upravljanje ljudskim resursima u hotelijerstvu*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2012. str.159.

zaposleni u njoj i da intelektualni kapital jedne firme predstavlja njen IQ. To je razlog zašto kompanije sve više pažnje posvećuju obuci i učenju zaposlenih. S druge strane, sami zaposleni imaju potrebu za permanentnim učenjem, obukom i usavršavanjem, kako bi stekli vještine i znanja koja će ih pripremiti za nove poslovne zadatke i izazove.²⁰

Mogućnosti povećanja produktivnosti adekvatnom primjenom informacionih tehnologija i ljudskih resursa su ogromne, s obzirom na to da inovacija počiva na sposobnosti ljudi da nove ideje transformišu u proizvode i usluge koje njihovim klijentima obezbjeđuju dodatne vrijednosti. Taj značaj je globalan, „učeća organizacija“ je moćan generator sveopšteg progressa ljudske vrste i najsnažniji faktor integracije savremenog svijeta.²¹

Obuka i trening zaposlenih mogu se definisati kao planski napor organizacije da poboljša performanse zaposlenih na njihovom radnom mjestu ili na nekom povezanom radnom mjestu. Pod obukom se podrazumijevaju promjene u specifičnim znanjima, sposobnostima, vještinama, stavovima, ili ponašanju zaposlenih.²²

2.3. Organizaciono učenje

Pojam „organizacija koja uči“ odnosi se na organizacije u kojima se programi obrazovanja i obučavanja zaposlenih uspješno i permanentno realizuju, stalno preispituju, modifikuju i prilagođavaju.²³

Proces sticanja i korišćenja novih saznanja kojima preduzeće ostvaruje konkurentsku prednost na tržištu u savremenoj literaturi iz oblasti menadžmenta definiše se kao organizaciono učenje. Sastoji se iz četiri osnovne faze:

- Kreiranje znanja kroz prikupljanje i interpretiranje informacija;
- Diseminacija znanja (znanja se šire i čini da su dostupna svim članovima organizacije);
- Memorisanje znanja;
- Korišćenje znanja za modifikaciju individualnog ponašanja i rutina u organizaciji.

Dva osnovna načina putem kojih se može odvijati organizaciono učenje su:

- Učenje prije djelovanja;
- Učenje tokom djelovanja.

Učenje prije djelovanja obuhvata sve oblike sistematskog prikupljanja, interpretiranja, širenja i memorisanja informacija radi proširivanja baze znanja organizacije²⁴:

1. Prikupljanje stručne i naučne literature, posete predavanjima, seminarima, kursevima;
2. Eksperimenti, laboratorijska i terenska istraživanja;
3. Učenje na iskustvima drugih (imitator, strateške alijanse, benchmarking).

²⁰ Mašić, B.: *Menadžment*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2012. str. 262.

²¹ Atagić, M., Macura, Đ. M.: *Menadžment: organizacija koja uči i savremeno poslovanje*, Originalni naučni rad, Civitas | broj 5, str. 163

²² Bogićević, B.: *Menadžment ljudskih resursa*, Ekonomski fakultet Beograd, Beograd 2003, str.153.

²³ Čerović, S.: op. cit., str.167.

²⁴ Čerović, S.: op. cit., str.167.

Učenje tokom djelovanja podrazumijeva učenje iz sopstvenog iskustva, sopstvenih pokušaja i grešaka. Suština je u tome da se ljudi u organizaciji inspirišu da stalno uče, ispituju, eksperimentišu, istražuju i mjenjaju mišljenje, stavove i pristupe pojavama i problemima u organizaciji. Na taj način ljudi u organizacijama razvijaju svoje sposobnosti da anticipiraju potrebe potrošača i namjere konkurenata, kao i da slušaju potrošače i ispunjavaju njihova očekivanja. Koncept organizacionog učenja obogatio je jezik menadžmenta terminima kao što su: sistemsko mišljenje, kreativan dijalog, timsko učenje, i otvorio novu perspektivu za razumjevanje menadžerske uloge.²⁵

3. KADROVI U NAUČIČKOM TURIZMU

Imajući u vidu rast stope nezaposlenosti u svijetu, turizam se može smatrati jednim od rješenih sektora privrede u kojima se i dalje kreiraju nova radna mjesta.²⁶

Razvojem turističkog sektora, raste tražnja za kadrovima u turizmu što iziskuje da se posveti izuzetno velika pažnja edukaciji kadrova. Brzo zastarivanje znanja uslovljene su konstantnim promjenama na tržištu i napretkom tehnologije, što se odražava na potrebu stvaranja kadrova koji su spremni za promjene, fleksibilni, proaktivni i prilagodljivi. Osnovna znanja kojima je neophodno da vladaju kadrovi u turizmu vezana su za ekonomiju, geografiju, ugostiteljstvo, saobraćaj, kulturu, psihologiju potrošača i strane jezike.

Međutim nisu samo znanja ono čime kadrovi u turizmu trebaju da vladaju, već je za uspješno poslovanje u turizmu neophodno da kadrovi posjeduju određene specifične vještine. Navedeno se odnosi na vještine poslovne komunikacije i prodaje na prvom mjestu, ali su jako bitni i vještine kontrolisanja emocija (nervoza, bijesa i sl.), kao i strpljenje za svakog klijenta. S obzirom na to da kvalitet usluge u turizmu ponajviše zavisi od interakcije između pružaoca usluga i gosta, od zaposlenih se očekuje da budu brižni, ljubazni, uvijek nasmijani, intuitivni, empatični, uslužni i uredni.²⁷

Zaključuje se da ako je cilj kvalitetno razvijanje ponude nautičkog turizma, što bi podrazumijevalo da se ide ukorak s evropskim i svjetskim trendovima potrebo je na svim nivoima puno više ulagati u kvalitet kadrova, njihovo obrazovanje i inoviranje znanja zaposlenih kao i onih koji se sada ili će se tek obrazovati za zanimanja potrebna ovoj djelatnosti.

²⁵ Atlagić, M., Macura, Đ. M., op.cit., str. 163.

²⁶ tourism-review.com, (03.02.2020. u 21:30h)

²⁷ Ćuruvija, I.,: *Upravljanje obrazovnim procesima u funkciji zadovoljenja potreba savremenih turista*, doktorska teza, Novi Sad, Fakultet za sport i turizam, 2008, str. 45.

3.1. Opšti profil zaposlenih u nautičkom turizmu

Turisti u nautičkom turizmu marine prepoznaju kao pouzdane partnere koji ima razvijenu poslovnu saradnju sa drugim preduzećima i ključnim državnim institucijama. Kako turisti kod ovog oblika turizma kreiraju partnerski odnos sa pružaocima usluga neophodno je da zaposleni u marinama pružaju visok stepen stručnosti i da su fokusirani na efikasnost i fleksibilnost u skladu sa potrebama tržišta. Kako je turizam djelatnost gdje su saradnicij.korisnici usluga – turisti sa različitih govornih područja znanje engleskog jezika je neophodno, kao i vještine poslovne komunikacije.

Određene pozicije u marinama iziskuju određeni nivo obrazovanja i pomorsko iskustvo. Nekada iskustvo nije presudan faktor za stupanje u radni odnos jer svi zaposleni prolaze kroz kontinuiranu obuku i usavršavanje, naročito kada se radi o nautičkom turizmu. Mnoge kompanije čija se djelatnost vezuje za nautički turizam organizuju razne vrste obuka i predavanja za svoje zaposlene.

Takođe, zaposleni u marinama, u zavisnosti od svoje radne pozicije i stepena odgovornosti koje to radno mjesto sa sobom nosi, moraju biti upoznati sa domaćim zakonodavstvom vezanim za pomorsko poslovanje kao što su:

- Zakon o Lukama,
- Zakon o sigurnosti pomorske plovidbe,
- Zakon o graničnoj kontroli,
- Zakon o moru,
- Zakon o strancima,
- Zakon o jahtama,
- Carinski zakon i dr., kao i sa svim izmjenama kako bi se na vrijeme obavijestio brodar o eventualnim promjenama.²⁸

Između zaposlenih i potrošača u nautičkom turizmu postoji aktivan odnos odnosno interakcija, što iziskuje potrebu za edukacijom zaposlenih iz oblasti vještina prodaje vještina komunikacije. U nautičkom sektoru postoje aktivnosti u koje turisti nemaju direktan uvid kao što su aktivnosti koje se obavlja u tzv. backstage-u, neke od tih aktivnosti, na primjer su, administrativne aktivnosti, sektor održavanja i sl. Ipak, to što turisti nemaju direktan uvid u sprovođenje ovih aktivnosti ne znači da zaposleni koji rade na ovim poslovima ne treba da budu posebno obučeni za rad u sektoru usluga.

U stručnoj literaturi iz oblasti turizma ukazuje se na neophodnost podizanja kvaliteta ponude i same usluge, kroz dodatnu edukaciju ljudskih resursa koji su zaposleni u sektoru turizma. Od svjetski konkurentne turističke destinacije očekuje se da posveti pažnju opštem utisku koji destinacija ostavlja na goste, npr. da se konobari nasmiješe i požele dobrodošlicu, da trgovci

²⁸ Ćoso, R., *Značaj nautičkog turizma za razvoj turizma Crne Gore*, doktorski rad, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2019. str.40.

nauče da komuniciraju sa turistima na stranim jezicima, da se smanji količina komunalnog otpada i dr. Potrebno je promovisati i kulturno-istorijske spomenike, koji ukazuju na raskošnu istoriju, tradiciju i kulturu ovoga kraja.²⁹

3.2. Znanja i vještine zaposlenih kao element ukupnog kvaliteta nautičkog turističkog proizvoda

Kvalitetan nautički proizvod je ključna karika u procesu razmjene na međunarodnom nautičkom tržištu i osnovni faktor za dolaske nautičara. Uslužni proces mora da bude dizajniran tako da omogući efikasno usluživanje turista, kako na nivou organizatora putovanja, tako i na nivou pružanja usluga u samoj marini. Kada posmatramo ukupan kvalitet turističkog proizvoda među najvažnijim elementima su³⁰:

- kvalitet zaposlenih ljudi,
- struktura sredstava za rad,
- finansijska snaga,
- marketing i
- menadžment snaga.

Sve navedeno utiče na ukupan kvalitet turističkog proizvoda.

Kako bi se kreirao kvalitetan nautički proizvod neophodno je prvenstveno analizirati i evidentirati potrebe ciljnih segmenata. Na taj način stvorićemo proizvod koji će na optimalan način zadovoljiti potrebe turista. Zadovoljni i lojalni turisti su najvažnija karika u poslovanju privrednih subjekata receptivnog tržišta. Ciljni segmenti odnosno gosti u nautičkom turizmu su uglavnom turisti visoke kupovne moći, koji po pravilu ne pitaju za cijenu, pa njihove želje i zahtjeve treba uskladiti sa proizvodom koji im se nudi. „On prvenstveno traži da nivo usluge ne bude slabiji od one u objektima istog tipa bilo gdje u svijetu“³¹.

Turistički proizvod obuhvata „sve što zadovoljava potrebu turiste od momenta napuštanja mikrolokacije ili mjesta u kome živi do povratka na isto mjesto odakle je krenuo.“³²

Svi proizvodi koje konzumiraju turisti mogu se podijeliti na tri kategorije³³:

- proizvodi namijenjeni širokoj potrošnji, koje, pored domaćeg stanovništva, konzumiraju i turisti. U ovu grupu spadaju i usluge komunalnih preduzeća, usluge prevoza, zdravstvene usluge i sl.
- proizvodi standardnog proizvodnog programa djelimično modifikovani za konzumiranje turista (npr. industrijski suveniri, sportski rekviziti, programi kulturnih i drugih institucija);

²⁹ Ibid, str.50.

³⁰ Ibid, str.103.

³¹ Šamanović, J., op.cit., str. 213.

³² Kotler, P., Keller, K. Lane., *Marketing menadžment*, 12. Izdanje. Beograd. Data Status, 2006., str. 403-404.

³³ Mihailović, B., *Marketing u turizmu – principi za menadžment*, Cetinje, Obod, 2005 str. 261.

- proizvodi prvenstveno namijenjeni konzumiranju turista (npr., zanatski suveniri, usluge putničkih agencija i biroa, ugostiteljske usluge i sl.).

Uspješno poslovanje u nautičkom turizmu savremenom turističkom tržištu karakteriše složenost poslovnih operacija što utiče i na kompleksnost formiranja kadrovske strukture. Kompleksnost procesa formiranja kadrovske strukture se prvenstveno odnosi na neophodnost da zaposleni vladaju relativno višim nivoom opšteg obrazovanja, što uslovljava određeni stepen stručne i profesionalne osposobljenosti zaposlenih.

U nautičkom turizmu zaposleni se kategorišu na sljedeći način:

- kadrovi koji kreiraju uslužni program marine;
- kadrove koji rade na poslovima informisanja i prodaje;
- i specijalizovane kadrove.

Kreiranje usluge u nautičkom turizmu je veoma složen proces koji zahtijeva specijalizovana znanja iz više oblasti. Za kreiranje kvalitetnog turističkog proizvoda potrebno je:

- vladati znanjem iz oblasti kulturno-istorijskog nasljeđa, arhitekture, arheologije, etnologije i drugih oblasti koji se odnose na kvalitet turističke destinacije zemlje u kojoj marina posluje;
- poznavati kulturno-istorijskog nasljeđa, arhitekture, arheologije, etnologije i drugih oblasti konkurentnih turističkih destinacija.
- neophodno je kontinualno pratiti promjene u turističkoj ponudi destinacije u kojoj se posluje (npr. uključivanje novih sadržaja koji su namijenjeni zabavi i rekreaciji turista), ali i praćenje promjena i inovacija na međunarodnom turističkom tržištu.

Konsijerž i yacht assist usluge nisu jedine koje su na raspolaganju vlasnicima luksuznih jahti. Direktno snabdjevanje i skladište, obezbjeđenje i 24h nadzor jahti, Wi-Fi i optički internet već su standardne usluge, a kao novitet uveden je potpuno novi nivo sigurnosti za vlasnike koji putem nedeljnog izvještaja dobijaju sve informacije o svojoj jahti, pozicioneru odbojnika, statusu električne energije i dostupnim kreditima, sa propratim fotografijama jahte.

KONSIJERŽ MARINE- konsijerž usluge imaju bogatu istoriju i vuku korijene još iz francuske srednjovjekovne kulture. Međutim, pravu afirmaciju su doživjele tek sa razvojem savremenog hotelijerstva u okviru koga su pronašle novu namjenu i smisao.³⁴ Danas konsijerž usluge predstavljaju neizostavni dio turističkog proizvoda marina.

Odjeljenje konsijerža u marinama sjedinjuje set različitih usluga (dočekivanje gostiju, organizacija usluga popravke i održavanja jahti u obližnjim brodogradilištima, yacht assist usluge...). Kroz konsijerž servis kao novitet uveden je potpuno novi nivo sigurnosti za vlasnike koji putem nedeljnog izvještaja dobijaju sve informacije o svojoj jahti, pozicioneru odbojnika, statusu električne energije i dostupnim kreditima, sa propratim fotografijama jahte.

³⁴www.turizamiputovanja.com (21.02.2020. u 14:20h)

ADMINISTRATIVNI ASISTENT MARINE uz konsijerž servis marine zadužen je za kreiranje povjerenja kod klijenata marine budući da su na usluzi za sve njihove upite (davanje različitih informacija, primanje poruka i pošte za goste). Odgovornosti i obaveze administrativnog asistenta marine obično se odnose na:

- Ažuriranje dokumentacije
- Evidentiranje i rukovanje ulazne i izlazne korespondencije, e-mailova i telefonskih poziva
- Popunjavanje i arhiviranje dokumenata
- Ugovaranje pregovora i dogovora sa klijentima
- Primanje rezervacija
- Upravljanje kasom i odgovornost za povjereni novac i vrijednosti

Da bi zaposleni na ovoj poziciji kvalitetno ispunjavao svoje obaveze neophodno je da ima određena znanjima i osobine:

- Organizovanost i pedantnost;
- izrazita komunikativnost (treba da ima razvijenu sposobnost verbalne i pisane komunikacije);
- Analitičnost, sistematičnost i odgovornost;
- Samostalnost i proaktivnost u rješavanju problema;
- Kooperativnost i ekstrovertnost;
- Poznavanje poslovne dokumentacije i osnova poslovne korespondencije;
- Poznavanje rada na računaru i nekih od rezervacionih sistema
- Znanje stranog jezika, najčešće engleskog

NAUTIČKI TEHNIČARI MARINE čije odgovornosti i obaveze se odnose na³⁵:

- Planiranje i organizaciju sopstvenog rada i potrebnih resursa za pripremu broda za manevrisanje, upravljanje navigacijskom opremom i uređajima, ukrcaj i iskrcaj tereta i putnika, i sprovođenje mjera za održavanje sigurnosti ljudi i broda;
- Pripremi brod za manevrisanje i navigacioni most za navigaciju;
- Vođenje navigacije broda prema instrukcijama;
- Kormilarenje brodom, u skladu sa instrukcijama;
- Manevrisanje i rukovanje brodom prema instrukcijama;
- Izvršavanje pripremni poslova kod ukrcaja i iskrcaja tereta sa broda;
- Rukovanje i slaganje brodskog tereta i vodi brigu o putnicima;
- Održavanje sigurnost i bezbjednost ljudi i broda u skladu sa odgovarajućom procedurom;
- Vođenje brodske dokumentacije u odgovarajućoj formi;
- Održavanje broda, brodske opreme i uređaja u skladu sa odgovarajućom procedurom i uputstvom;

³⁵Obrazovni program nautički tehničar, Centar za stručno obrazovanje, Ministarstvo prosvjete Crne Gore, Podgorica 2018.

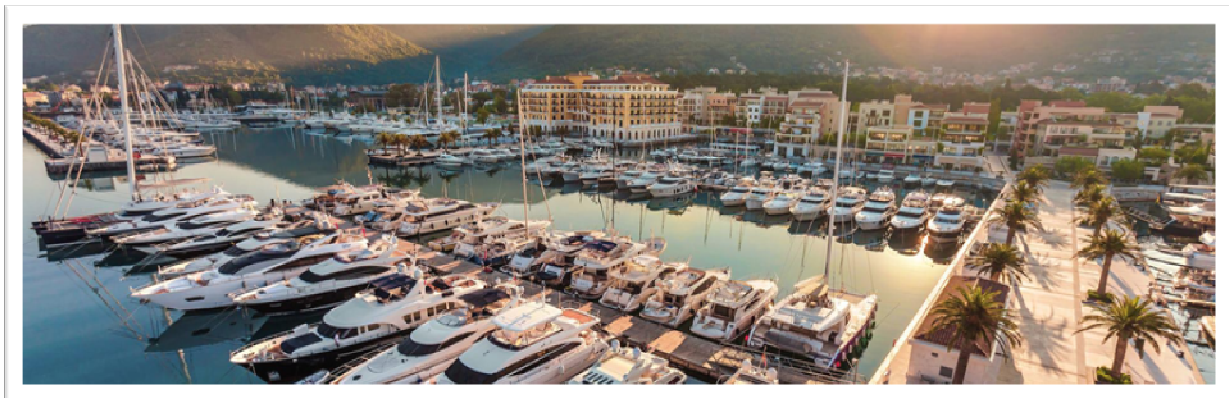
- Komuniciranje sa posadom, osobljem terminala i na relaciji brod - brod i brod – kopno, u skladu sa pravilima komunikacije;
- Pružanje prve medicinske pomoći na brodu u skladu sa odgovarajućom procedurom;
- Primjenu mjera međunarodnih i nacionalnih propisa o zaštiti i zdravlju na radu, i zaštiti okoline.

4. STUDIJA SLUČAJA MARINA PORTO MONTENEGRO

4.1. Osnovini resursi marine Porto Montenegro

Kako se na ovoj lokaciji prethodno nalazila pomorska baza, njenom transformacijom u luksuznu marinu za jahte su rukovodili neki od najuglednijih svjetskih biznismena, uključujući britanskog biznismena lorda Jakoba Rotšilda, osnivača luksuznog konglomerata Louis Vuitton Moët Hennessey, Bernarda Arnaulta, i Pitera Manka, osnivača i bivšeg predsjednika Barrick Gold-a. Investiciona korporacija iz Dubaija (ICD) je 2016. godine kupila Porto Montenegro, a ona predstavlja glavnu investicionu korporaciju Vlade Dubaija, a njene investicije su usmjerene na veliki broj oblasti koje obuhvataju finansijske usluge, prevoz, energiju i grane privrede, nekretnine, rekreativne aktivnosti i maloprodaju.³⁶

Pozicija Crne Gore izvan Evropske unije, povoljan zakonodavni okvir za nautički turizam, kao i centralni položaj u srcu Mediterana, objekti izgrađeni po najvišim standardima kvaliteta i tehnologije, čine Porto Montenegro atraktivnom i finansijski povoljnom matičnom lukom za superjahte.³⁷



Slika 1. Marina Porto Montenegro

Izvor: Autor prema <https://www.portomontenegro.com>, (01.12.2019.,u 19:15h)

Marina Porto Montenegro je locirana u Tivtu, koji je smješten u centralnom dijelu Boke Kotorske. Sa sjevera je zaštićen planinom Lovćen i lovćenskim ogrankom Vrmcem (710 m)

³⁶<https://www.portomontenegro.com>, (01.12.2019.,u 19:15h)

³⁷ Ibidem.

Tivatski zaliv je kroz tjesnac Verige povezan sa risanskim i kotorskim zalivom. Tivat, čija ukupna površina obuhvata 49 km² smatra se, najrasprostranjenijim naseljem u Boki Kotorskoj.³⁸ Blaga mediteranska klima, Tivtu, najsunčanijem gradu Boke Kotorske, pruža idealne uslove za razvoj turizma. Imajući u vidu sve do sada navedeno kao i prirodne resurse, izgradnja marine Porto Montenegro odrazila se na turistički i privredni razvoj Tivta.



Slika 2: Predstavljanje marine na sajtu Porto Montenegro
Izvor: Autor prema <https://www.portomontenegro.com>, (01.12.2019., 19:15h)

4.2. Kadrovska struktura marine Porto Montenegro

U Portu Montenegro navode da je za zadovoljstvo pruženom uslugom njihovih klijenata zadužen tim zaposlenih. Na vrhu hijerarhijske ljestvice nalazi se direktor marine, a njegovim sačinjen čine sljedeći saradnici:

- *ADMINISTRATIVNI ASISTENT MARINE* koji je na usluzi klijentima marine, za sve njihove upite!
- *KONSIJERŽ MARINE* koji je zadužen za stvaranje zajednice za sve članove posade, kao i za prenos energije nautičkog naselja i kroz lifestyle događaje".
- *SUPERVIZOR ZA DOKOVE* koji komunicira sa posadom putem radio veze kako bi predvidio njihov dolazak i osigurao neometano putovanje do nje. Operativni tim marine radi zajedno kako bi pružio uslugu platinum klase.

³⁸<https://me.visit-montenegro.com>, (02.12.2019., 12:15h)



Šema 2. Hijerarhijska struktura marine Porto Montenegro
Izvor: Autor prema <https://www.portomontenegro.com>, (01.12.2019., 19:15h)

Tokom putovanja, savremeni turista se najviše oslanja na svoj telefon jer pomoću brojnih mobilnih aplikacija omogućena je kupovina i/ili rezervacija avio karata, rezervacija i organizacija prevoza pri dolasku u destinaciju (uber i sl), mogućnost kreiranja itinerera, pronalaženje i rezervacija dobrih hotela i restorana, kupovina svih vrsta ulaznica (za kulturna ili sportska dešavanja unutar destinacije, za posjete kulturno-istorijskih lokaliteta i drugih atrakcija ili turističkih manifestacija).

Navedene inovacije koje donose moderne tehnologije direktno se odražavaju i na prilagođavanje poslovanja modernim uslovima života. Dosljedno navedenom, može se zaključiti da zaposleni u turizmu, ukoliko žele pružiti adekvatnu uslugu, moraju ići u korak sa savremenom, što bi podrazumjevalo konstantno ulaganje u ličnu edukaciju.

Kako je kroz moderne tehnologije turistima dostupan veliki broj informacija o destinaciji, neophodno je da je osoblje u marini dobro povezano i informisano o lokalnim atrakcijama, dešavanjima i manifestacijama. Kako bi se pružila usluga koja će stvoriti zadovoljnog i lojalnog gosta osoblje u marini ima ključnu ulogu kroz npr:

- Organizaciju personalizovanih obilazaka grada,
- Rezervaciju obroka u restoranima u kojim se mjesta rezervišu mnogo unaprijed,
- Mogućnost kupovine karata za uveliko rasprodate događaje
- Davanje savjeta i sugestija u vezi sa kulturnim i umetničkim sadržajima, trudeći se da informacije uvijek budu u toku sa najnovijim dešavanjima i trendovima.

Navedeni primjeri samo su neki od pokazatelja kako i na koji način interpersonalna komunikacija gosta i turista obezbjeđuje pružanje kvalitetne i prepoznatljive usluge jer je usluga zasnovana na ličnom pečatu koji čine zaposleni. Takođe, jedna od važnih odlika zaposlenih jeste sposobnost da brzo razmišljaju i rješavaju problem, pružajući gostima osjećaj diskretnosti i nenametljivosti.

U slučaju da marine žele poslovati u korak sa vremenom, posebnu pažnju moraju posvećivati unapređenju znanja zaposlenih kao integralnom dijelu ponude, jer to predstavlja ključ uspješnog poslovanja bez obzira na napredak tehnologija.

U sljedećem poglavlju je predstavljena jedna od ideja koja bi mogla doprinijeti kvalitetu poslovanja marine Porto Montenegro kroz edukaciju zaposlenih i unapređenje njihovog znanja kroz obuku iz oblasti turističkog vođenja.

4.3. Unapređenje znanja kadrova Porto Montenegro kroz obuku iz oblasti turističkog vođenja

Obuka iz oblasti turističkog vođenja omogućila bi ovladavanje sljedećim znanjem:

- opštim znanjem o turističkoj destinaciji;
- o muzejima, arheološkim nalazištima, kulturno-istorijskim mjestima i spomenicima i sl.;
- prirodnim ljepotama i rijetkosti;
- značajnim umjetničkim djelima kao i etnografskim znamenitostima;
- u vezi sa istorijskim događajima, istorijskim ličnostima koje su vezane za određene lokalitete, građevine i istorijska razdoblja;

Turistički vodiče posebno obučeni pojedinac, koji je svojim stručnim usavršavanjem došao do ovog zvanja. Činjenica je da turista može biti svako, alin njihov vođa ne može biti bilo ko. Turistički vodiči su prije svega osobe koje govore bar dva strana jezika, koji vladaju znanjima istorije naroda zemlje u kojoj turisti borave. To su osobe koje su zadužene za interpretaciju i predstavljanje turistima svih znamenitosti koje su bitne za upoznavanje kako određenog grada, tako i cijele države i lokalnog stanovništva.

Iz navedenog se zapaža da je ovaj poziv namijenjen osobama koje su željne avantura i dinamike, ali i koje su spremne na svakodnevno usavršavanje i učenja o novim gradovima i raznim kulturama. Sticanje znanja turističkog vodiča podrazumijeva pohađanje posebnog kursa i obuke koja je sačinjena kako od teorijskog, tako i od praktičnog dijela.

Sve turističke kompanije koje svojim zaposlenima omogućavaju usavršavanje kroz pohađanje obuke za turističke vodiče moraju imati na umu da ovaj posao djeluje previše sjajno iz ugla posmatrača ili turista u autobusu, pogotovo kada je vodič inspirativan i komunikativan pa se stiče slika da on sve radi olako. Navedeno je jako bitno za kompanije kako bi unaprijed završile selekciju zaposlenih, pa čak i odradile testiranje i psiho-testove koji su uveden kao sastavni dio obuke u pojedinim zemljama u regionu.

Ovakav pristup je jako bitan iz razloga što i poslodavac, a i zaposleni bi trebali imati na umu da se izazvanja turističkog vodiča kriju godine i godine posvećenog rada, priprema, iskustava, grešaka, uspona i padova i, prije svega, mnogo učenja.

Od kompanija koje pružaju turističku uslugu vrhunskog kvaliteta, očekuje se i da pruže usluge turističkog vođenja na istom nivou. U tabeli u nastavku kroz iskustva turističkih vodiča sa Balkana i njihovih ličnih zapažanja, do kojih su došli radeći kao vodiči, biće predstavljena njihova uloga i značaj pri kreiranju jedinstvenog doživljaja turiste o nekoj destinaciji, kao i opis njihovog poziva, njihove sposobnosti i kompetencije:

Tabela 3. Opis znanja, vještina i zahtjeva koje podrazumijeva zanimanje turističkog vodiča

ZVANJE TURISTIČKOG VODIČA	KRATAK OPISA RADNE POZICIJE TURISTIČKOG VODIČA
Da li ste spremni da radite lijep posao, koji sa sobom nosi određenu dozu stresa i da kao i svi u turizmu radite dok se drugi odmaraju?	Vodiči rade onda kada se drugi odmaraju (za vrijeme svih praznika i godišnjih odmora), a svoj odmor planiraju onda kada ostali rade. Vrlo često nemaju dugoročan plan radnih obaveza (tura) jer čest je slučaj zakazivanja tura „danas za sutra“. Navedeno iziskuje konstantno i uvijek spremno znanje u glavi.
Turistički vodič je odgovoran za kompletnu brigu o turistima, što iziskuje smirenost i psihičku stabilnost.	Vodiči nisu odgovorni samo za lijepe priče o istoriji i gastronomiji jedne zemlje. Tokom tura ako nekome pozli, ili ako se neko povredi ili padne na ulici, vodič je taj koji će prvi reagovati i riješiti nastalu nepredvidivu situaciju. Brojni su zahtjevi koje vodiči dobijaju od turista, neki objektivni, neki manje objektivni (naći majstora za naočare, prodavnicu sa karticama za foto-aparat, apoteke..) zato u ovaj posao treba ući spreman.
Turistički vodiči su turistički radnici koji se trude da turistima boravak, u destinaciji koju su odabrali, bude što ljepši i ispunjeniji.	Navedeno ukazuje na dozu profesionalnosti koja se odnosi na postavljanje jasne razlike između poslovnog i privatnog. Turistički vodiči kao turistički radnici i tokom obilazaka prije svega suna poslu i na usluzi svojim gostima što podrazumijeva da u tom period vodiči ne mogu ni sa kim sa strane da prčaju, telefoniraju i slično.

Verbalna i neverbalna komunikacija su jako bitne	Kao u većini profesija, verbalna i neverbalna komunikacija su jako bitne. U turizmu je to jako izraženo, kao i u oblasti turističkog vođenja. Turistički vodič treba da izgleda pristojno jer on predstavlja svoju zemlju, svoj grad i sebe lično.
Opšta informisanost jako bitan segment ovog poziva	Istorija, geografija i gastronomija su važni, ali ne i jedini segmenti ovog posla. Turisti su sve više zainteresovani za stil života, manifestacije i dešavanja u gradu (koncerti, sport), političku situaciju, životni standard stanovništva, procedure ulaska i izlaska iz zemlje, poreze, kupovinu cijene nekretnina što uslovljava da vodič posjeduje veliki broj opštih informacija.
Informisanost o svakodnevnim dešavanjima u gradu	Ovo se odnosi i na informisanost o aktuelnim koncertima, sportskim dešavanjima, i drugim manifestacijama i događajima, kursu valuta, eventualnim rekonstrukcijama ulica, izgradnji velikih hotela, zgrada i tržnih centara pored kojih se prolazi, kao i svih noviteta koji su nedavno izgrađeni a pored kojih se prolazi.
Upoznatost sa kulturom i navikama turista koji dolaze	Tako npr. turisti koji dolaze iz azijskih zemalja prvi put će se sresti sa nekim delovima flore i faune pa će biti znatiželjni da čuju par rečenica o njihovim specifičnostima.
	Ovo je veoma važno jer vodič treba da procijeni šta je turistima zanimljivo, a šta ne. Nije svaka grupa ista, pa samim tim ni

Turistički vodič kao psiholog	njihova interesovanja. Osnovna priča svakako mora da se kaže, ali u zavisnosti od ponašanja grupe (primjetite da su turisti nezainteresovani, gledaju okolo, izdvajaju se iz grupe i ne slušaju vodiča) neophodno je skratiti izlaganje ili ispričati neku zanimljivost. Interesovanje grupe može se procijeniti na osnovu pitanja koja turisti postavljaju tokom obilazka.
Tačnost, odgovornost i disciplinovanost	Turistički vodič ne smije da zakasni na turu ili da na neki drugi način ne ispoštuje dogovor koji se odnosi na njegovu tačnost i odgovornost. U ovom poslu nema kraja usavršavanju, učenju i informisanosti jer grade se nove zgrade, niču hoteli, dešavaju se protesti na ulicama, otvaraju se i zatvaraju kvartovi i restorani, suvenirnice, a sve to treba pratiti. Jer, turista želi da odgovorite na svako njegovo pitanje. Učenje, učenje, učenje!

Izvor: prema <https://pricesadusom.com/> (22.02.2020. u 15:40h)

Navedena tabela daje uvid u ulogu i značaj ovog poziva pri kreiranju jedinstvenog doživljaja i iskustva koji turisti dobijaju boravkom u ekološki očuvanim prostorima. Zapaža se da je jedan od načina, za dobijanje konkurentnosti na turističkom tržištu, stvaranje sopstvenog kadra iz oblasti turističkog vođenja.

U Tabeli su predstavljeni podaci koji daju uvid menadžmentu, ali i zaposlenima o kompleksnosti odluke za pristupanje pozivu turističkog vođenja. Dosljedno navedenom menadžment može zapaziti da je jako bitno izvršiti adekvatnu selekciju zaposlenih prije početka edukacije za turističkog vodiča. Nakon toga zaposlenima koji su izabrani za ovaj vid edukacije takođe, je vrlo bitno predložiti sve prednosti i izazove ovog poziva, pa tek nakon saglasnosti obje strane i krenuti u realizaciju obuke. Takođe, za obje strane je vrlo bitno da se saglase sa stavom da je početak obuke samo početak učenja, jer ovaj poziv zahtijeva kontinuitet i pravovremenu, a ne zastarelu informisanost.

4.4. Razvoj obuke „Dir po Boki Kotorskoj”

Menadžment marine Porto Montenegro u kontinuitetu prati želje i potrebe savremenih turista i na osnovu istih kreiraju turističku ponudu. Sa ciljem prilagođavanja ponude željama savremenih turista, koji sve više iskazuju potrebe za boravkom u prirodnom i očuvanom ambijentu, kroz ponudu *DOŽIVI CRNU GORU* žele odgovoriti turistima na njihove potrebe koje se odnose na njihovo “povezivanje” sa prirodom. Ovom ponudom predstavljene su:

1. SKRIVENA BLAGA- Priroda
2. VELIČANSTVENA PRIRODA- Avantura
3. DREVNA ISTORIJA- Kultura

1. SKRIVENA BLAGA - Priroda

Kanjon Tare je drugi po dubini kanjon u svijetu poslije Velikog Kanjona Kolorada, dok je Skadarsko jezero najveće u Evropi. Ovo su samo dva od mnogih nevjerovatnih mjesta koja vas čekaju u nacionalnim parkovima Crne Gore. Oni nude netaknute iskonske pejzaže, uz brojna lokalna gastro iskustva³⁹.

2. VELIČANSTVENA PRIRODA–Avantura

Svake godine u proljeće okolne mrko-sive i smaragdno zelene planine nude mogućnosti za rafting, jahanje, treking i zip-lining. Zimi možete brzo stići na planinske vrhove, što čini ovu destinaciju prepunom različitih vidova aktivnosti tokom cijele godine, posebno za skijanje.⁴⁰

3. DREVNA ISTORIJA- Kultura

Kotor sa svojim veličanstvenim bedemima, ostrvo Gospa od Škrpjela, manastir Ostrog priljubljen uz strmu stijenu, samo su neke od kulturnih znamenitosti Crna Gore, koju možete istraživati.⁴¹

³⁹<https://www.portomontenegro.com>, (02.02.2020., u 19:15h)

⁴⁰Ibidem.

⁴¹Ibidem.



Slika 3: Gospa od Škrpjela

Izvor: www.gogogagatours.com u (20.02.2020. u 20:30h)

Navedeni podaci ukazuju na činjenicu da su u marini Porto Montenegro prepoznali potrebu turista za boravkom u prirodi. Iz tog razloga su kreirali upravo predstavljenu ponudu. Međutim, ova njihova usluga realizuje se na osnovu saradnje sa turističkim agencijama kao partnerima. Takođe, zapažamo da je ponuda usmjerena na cjelokupnu ponudu Crne Gore kao destinacije sa očuvanom prirodom.

Međutim, savremeni turisti sve češće imaju zahtjeve koji su povezni sa dobijanjem iskustva i edukacijom, kao i boravkom u ekološki očuvanim prostorima. Navedeno ukazuje da njihove zahtjeve mogu ispuniti zaposleni koji steknu znanja iz oblasti turističkog vođenja. Kroz studiju slučaja “Đir po Boki Kotorskoj” predstavljeno je efikasno ispunjavanje ovih zahtjeva jer se turistima kroz razmjenu informacija pruža edukacija koja će stvoriti jedinstveno iskustvo u ekološkom ambijentu zaliva Boke Kotorske.

Takođe, navedena tvrdnja doprinijela bi zajedničkoj misiji koju imaju UNESCO, Porto Montenegro i lokalna zajednica, a to je da prirodna ljepota Crne Gore koja je ostala netaknuta preko dvije hiljade godina bude očuvana kao nasljeđe za generacije koje dolaze!

Kroz studiju slučaja “Đir po Boki Kotorskoj” podrazumijeva mogućnost edukacije i obuke zaposlenih, zaposlenih marine iz oblasti turističkog vođenja. Na taj način, zaposleni kroz kvalitetne ture doprinose zadovoljstvu i lojalnosti gostiju.

Svako ko posjeti Boku, doživljava je na sebi svojstven način, bilo da se radi o umjetnicima, naučnicima ili turistima, Boka snažno utiče na sva čulna iskustva. Boka je ono mjesto gdje se suprotnosti susreću i sjedinjavanju tvoreći jedan sasvim poseban ambijent. Suprotnosti se ogledaju u prirodi gdje se u jednom dijelu iz mirne površine mora naglo uzdižu krševite planine, a u drugom dijelu niču prave botaničke bašte, ali isto tako i u kulturno-istoriskom naslijeđu gdje se dvije civilizacije, istoka i zapada nadopunjuju u jedinstvenoj harmoniji. Praistorijsko doba, ilirsko doba, antičko doba, latinsko-vizantijsko doba, gotika, renesansa,

barok, sve se to pretapa u savremeni život pokazujući i dokazujući da prave vrijednosti vječno traju, zajedno u harmoniji.⁴²

Boka Kotorska je od 1997. godine zvanično uvrštena u Asocijaciju 28 najljepših zaliva svijeta, i svrstava se u najjužniji fjord Evrope, predstavljajući biser Mediterana.⁴³

Područje Boke Kotorske, posmatrano kao geo-morfološka i biljno-geografska cjelina, je veoma bogata prirodom, koja sa posebnim karakteristikama čini neobičan kontrast reljefa, ostatke tektonskih poremećaja, krečnjačkih površina, kao i listopadnu vegetaciju u samom priobalnom pojasu.⁴⁴

Zaliv je sa jugoistočne strane opasan krečnjačkim masivima Lovćena (1749m), a sa sjeverozapadne ograncima Orjena (1895m), Radoštaka (1446m) i Dobroštica (1570m). Između ovih prostire se iznad Perasta krečnjački masiv Kason (873m). Na sjeverozapadnoj strani ulaza u zaliv nalazi se Vitaljinsko poluostrvo, a na jugoistočnoj Luštica. Ta dva poluostrva, rastavljena su moreuzom Oštro. U unutrašnjosti zaliva nalaze se još dva poluostrva i to Vrmačko, i Devesinjsko, koja razdvaja tjesnac Verige. Tjesnac Verige dijeli Boko Kotorski zaliv na dva spoljašnja zaliva, i to Herceg-Novski (ili Topljanski) i Tivatski, i dva unutrašnja zaliva Risanski i Kotorski.⁴⁵

Boka Kotorska se sastoji iz četiri proširenja međusobno povezanih moreuzima. Na ulazu od mora smješteni su Herceg-Novski i Tivatski zaliv, međusobno povezani moreuzom Kumbor. Idući prema unutrašnjosti zalazi se u Risanski i Kotorski zaliv koji su sa Tivatskim povezani uzanom morskom cjelinom pod imenom Verige.⁴⁶

Boku ukrašava lanac manjih gradova, mjesta i ostrva (Sveti Marko, Mamula, Gospa od Škrpjela, Sveti Đorđe, Milosrdja, Ostrvo Cvijeća i Mala Gospa). Duž cijelog zaliva može se doživjeti duh raznih kultura koje datiraju iz različitih vremenskih razdoblja jer svaki od gradova, mjesta ili ostrva ima svojupriču.

⁴²www.bestofboka.com(20.02.2020.,u 19:15h)

⁴³<https://trendtravelmontenegro.com>(21.02.2020.,u 20:15h)

⁴⁴www.bestofboka.com (22.02.2020.,u 18:15h)

⁴⁵ Ibidem.

⁴⁶<http://www.adrialine.me> (25.02.2020.,u 19:15h)



Slika 4: Ostro Sveti Marko i ostrvo Cvijeca

Izvor: www.tivat.byethost31.com(25.02.2020.,u 19:15h)

Razvoj obuke „Đir po Boki Kotorskoj“ podrazumijevalo bi ovladavanje znanja i vještina iz oblasti turističkog vođenja od strane zaposlenih u marini. Takođe, obuka bi bila usmjerena na prezentaciju kulturnih i prirodnih vrijednosti tokom plovidbom po zalivu.



Slika 5: Sveti Đorđe

Izvor: www.kasadoo.com (25.02.2020.,u 19:15h)



Slika 6: Perast

Izvor: www.respectacar.com (26.02.2020.,u 19:15h)

Krstarenje Boka Kotorskom podrazumijevalo bi prezentaciju turistima lokalnih vrijednosti koje kreiraju neponovljive doživljaje uživanja u prirodnim ljepotama, visokim planinama opasanim morem, a sve upotpunjeno djelima ljudskih ruku:

- ostrva Sv. Marko i Ostrva cvijeća kao i predivnih primorskih naselja Krašića i Rosa i poluostrva Luštica i Mirišta;
- Kupanje, ronjenje i razgledanje Plave špilje
- ostrvo Mamula i poluostrvo Prevlaka.
- primorskogdrevnog gradića Perasta – gradom sa jedinstvenim primjerom baroknog graditeljstva na Jadranskoj obali. Kotora, grada koji je zbog svojih istorijskih spomenika zaštićen od strane UNESCO-a kao svjetska kulturna baština.
- Ostrvo Sveti Đorđe je prirodno, sa ostacima benediktinskog manastira iz XII vijeka i crkvom sv. Đorđa po kome je i dobilo ime.
- Ostrvo Gospa od Škrpjela (Gospa od Hridi) je vještačko i stvoreno je nasipom oko podmorske hridine. Ovo neobično ostrvo, nastalo je kao rezultat vjekovnog preplitanja legende i tradicije, uz svesrdnu pomoć žitelja Perasta i drugih gradova Boke.⁴⁷ Crkva na njemu podignuta je 1630. godine, na mjestu ranije male crkve iz druge polovine 15. vijeka. Čitava površina crkvene lađe dekorisana je sa 68 stropnih i zidnih slika na platnu. Slike su životno djelo Peraštanina Tripa Kokolja (1661 - 1713). Među njima je i impresivna kompozicija "Smrt Bogorodice". Ikonu Gospa od Škrpjela, je 1452. napravio Lovro Dobričević.⁴⁸



Slika 7: Ostrvo Mamula

Izvor: www.next-travel.me (24.02.2020., u 19:15h)



Slika 8: Plava špilja

Izvor: www.putokaz.me (24.02.2020., u 19:15h)

⁴⁷ <https://www.next-travel.me/> 24.02.2020., u 19:15h

⁴⁸ Ibidem.

Tabela 4: Neke odkulturnih i prirodnih vrijednosti koje je moguće upoznati plovidbom po zalivu

NAZIV KULTURNE I PRIRODNE VRIJEDNOSTI	OPISKULTURNE I PRIRODNE VRIJEDNOSTI
PLAVA ŠPILJA	Nalazi se na poluostrvu Luštica između Zlatne Luke i uvale Mala Gora na rastojanju 6 nautičkih milja od Herceg Novog. Do pećine možete jedino doći morskim putem, brodom ili jahtom. Ova velika pećina predstavlja prirodnu znamenitost Crne Gore, veliku pećinu, površine oko 300 kvadratnih metara. Plavu Špilju nazivaju plavom, jer vedrim sunčanim danima zraci sunca se prelamaju, i osvetljaju vodu spolja, čineći je plavom. Dobija se efekat, kao da voda svijetli iz dubine. Voda, koja ima odraz na zidove pećine, isto je neobičnih nijansi. Mještani preporučuju kupanje u pećini prije podne. Smatra se, da je u to vrijeme ona posebno lijepa.⁴⁹
OSTRVO-TVRĐAVA MAMULA	Ostrvo-tvrđava Mamula se nalazi na vodenoj granici– Hrvatske i Crne Gore, između poluostrva Prevlaka i Luštica. Ranije je ovo ostrvo nosilo naziv Lastavica, sve dok sredinom XIX vijeka general Lazar Mamula nije izgradio utvrđenje – odbrambenu tvrđavu, koja je služila kao zaštita od napada sa morske strane Boko Kotorskog zaliva, kada je ostrvo-tvrđava dobilo naziv Mamula. Prečnik tvrđave je 200 m., a visina 16 m. U vrijeme Prvog svetskog rata Austrijanci su koristili tvrđavu kao zatvor, a u vrijeme Drugog svetskog rata, počevši od 30. maja 1942. godine – italijanski fašisti napravili su od zatvora koncentracioni logor.⁵⁰ Danas je tvrđava zaštićena od strane države kao kulturni spomenik.
PRIMORSKI DREVNI GRADIĆ PERAST	Prema pretpostavkama arheologa, prva naselja se pojavili u oblasti Perasta u neolitu; postoje i spomenici ilirskih, rimskih i ranih hrišćanskih perioda. Grad su osnovali Iliri, i imenovali su ga po jednom od lokalnih plemena - pirusti.

⁴⁹<https://www.next-travel.me/> (24.02.2020., u 19:15h)

⁵⁰Ibidem.

PRIMORSKI DREVNI GRADIĆ PERAST	Perast je imao bescarinsku trgovinu sa Republikom Venecije, zbog ovoga grad je rastao i obogaćen: samo u XVIII vijeku izgrađene su 20 palata u baroknom stilu, 17 katoličkih i 2 pravoslavna crkve. Ovdje bila smeštena jedna od najboljih pomorskih škola.⁵¹ Nekad u gradu živelo je 12 plemenitih porodica, koje su podigle barokne palate i crkve. Perast i dan danas se ponosi sa tim. Najstariji od njih je palata Visković. Najlepše arhitektonsko remek-delo Perasta je Bujovićeva vila, izgrađena na novac Venecijanske Republike, koju je dizajnirao venecijanski arhitekta Giovanni Batista Fontana. U dvorcu se nalazi muzej grada Perasta.⁵²
OSTRVO SVETI ĐORĐE	Ostrvo Sveti Đorđae je ostrvo koje pripada opštini Kotor, nalazi se ispred grada Perast, i nastalo je prirodnim putem. Ostrvo je grobno mjesto poznatih kapetana Perasta, tako da spomenici sadrži jedinstvene heraldske simbole. Danas je ostrvo Svetog Đorđa jedna od glavnih turističkih atrakcija ovog područja.⁵³
OSTRVO GOSPA OD ŠKRPJELA OSTRVO GOSPA OD ŠKRPJELA	U Boka Kotorska, u neposrednoj blizini kulturnih atrakcija - u blizini Perasta se nalazi vještačko ostrvo Gospa od Škrpjela sa crkvom XVIII veka, koji je sagrađen na mjestu malog grebena. Naziv ostrva prevodi se sa srpskog jezika kao "Bogorodica na grebenu". Na grebenu 1452, mornari iz Perasta, braća Mortešići 100 metara od ostrva Svetog Đordjija pronašli su ikonu, koja prikazuje Bogorodicu. Umjetnički radovi, koji su donosili mornari se čuvaju u crkvi. Pored dobro poznate ikone Bogorodice u crkvi ima više od 2,5 miliona ploča od zlata i srebra, koja imaju napisane datume odlaska i dolaska mornara iz plovidbe, ako ima samo jedan datum, to je značilo da se mornar nije vratio. Tako Hicianita Kunić je čekala svog mornara muža cijeli život i sve ovo vrijeme je pravila ikonu od svoje kose, koja čak ima i sijede dlake. Njen muž se nije vratio, a ikona se sada čuva u crkvi na ostrvu. U crkvi se često

⁵¹ <https://waytomonte.com> (24.02.2020., u 19:15h)

⁵² Ibidem.

⁵³ Ibidem.

	održavaju vjenčanja, jer se vjeruje da ikona pomaže mladencima. Takođe crkvu često posjećuje veliki broj hodočasnika i turista cijelog svijeta. ⁵⁴
OSTRVO SVETI MARKO	Ostrvo Sveti Marko je nekada nosilo naziv svetog Gavrila i na njemu je veoma davno postojala istoimena crkva. Prema legendi, ovo ostrvo je još od davnih vremena bilo čuveno po svojoj očaravajućoj prirodi, borovom drveću, koje je mirisalo i raslo na samoj obali Jadrana. Priča se da su grčki bogovi ovamo slali najbolje vojnike da se okrijepe posle boja, da zacijele rane i povrate izgubljeni mir. Grčki vojnici bi odmarali na ostrvu, uživali u dugim šetnjama, pričali jedan drugom o svojim ratnim podvizima, heriozmu, slavi... Jednom prilikom dugo nije bilo ratova. Vojnici su uživali na ostrvu, pa poželješe da tako i ostane – da bude mir. Osjećali su grižu savjesti zbog svega lošeg što su morali da čine u bojama. Molili su se bogovima za mir, između ostalog su poželjeli da divno ostrvo na kome borave zauvijek ostane kakvo jeste. Zauzvrat su dali zavjet da nikada neće započeti niti jedan rat i da će se isključivo braniti, u slučaju da budu napadnuti od strane neprijatelja. A u znak zavještanja su posadili maslinu, od koje je kasnije nastao cijeli maslinjak. Međutim, posle nekog vremena, u vojnicima se ponovo probudi ratnički duh, zaboraviše obećanje i ponovo se uputiše u pohode. To je razljutilo bogove, koji su na ostrvo poslali strašnu buru, – svi brodovi su potopljeni, a vojnici su izginuli. Ostrvo je ostalo pusto – jedino masline svjedoče o jednom vremenu i jednom strašnom događaju. Zbog tragične pogibije grčkih ratnih veterana, stanovnici Tivta odlučili su da ovo ostrvo nazovu Stradioti, što na grčkom znači “vojnici”. Za Ostrvo Sveti Marko se u narodu i dan danas koristi ovaj naziv.
OSTRVO CVIJEĆA (PREVLAKA)	Ostrvo Cviječ (Prevlaka) je relativno malo ostrvo, dužine oko 300 m i širine 200 m. Samo ime govori da se radi o ostrvu sa bujnom mediteranskom vegetacijom. Glavna plaža se prostire kružno, prateći konturu ostrva. Površina plaže iznosi 1.200 m². Na ostrvu ima i nekoliko manjih pješčanih plaža. Na Ostrvu cvijeća nalazi se kategorisani i evidentirani

⁵⁴ Državna studija lokacije “Ostrvo Sveti Marko”, Ministarstvo uređenja prostora i zaštite životne sredine, Urbi Montenegro, 2009.

	spomenik kulture Prevlaka sa ostacima manastira Sv. Mihaila. Ostaci ovog manastira, kojeg su zasnovali Benediktinci, da bi u XIII vijeku postao sjedište Zetske episkopije, nešto kasnije mitropolije, nalaze se na najvišoj tački poluostrva. Na osnovu nalaza na drugim mjestima poluostrva (ostaci građevina i fragmenti mozaičkih podova), posebno u blizini same obale, može se zaključiti da je Prevlaka bila naseljena već u vrijeme rimske dominacije. Prevlaka je registrovana kao spomenik kulture II kategorije.⁵⁵
--	---

Izvor: Sistematizacija autora

⁵⁵ Ibidem.

ZAKLJUČAK

Istaknuto mjesto u crnogorskom turizmu i privredi pripada nautičkom turizmu kao novom privrednom fenomenu i selektivnom obliku turizma. Istraživačka analiza u ovom radu je sprovedena s aspekta aktuelnog nautičkog proizvoda, fokusirajući se na doprinos kvalitetu tog proizvoda kroz obuke kadrova.

Moderni nautički kapaciteti i oprema, zajedno sa primjenom najsavremenijih informacionih tehnologija ne obezbjeđuju i kvalitetno pruženu turističku uslugu koja će dovesti do zadovoljstva turista. Kao neraskidiv dio upravo navedenog postavlja se kvalitetan menadžment, odnosno kvalitetna kadrovska struktura i njeno stalno usavršavanje.

Zaključuje se da je imperativ uspješnog poslovanja luka nautičkog turizma, kao i ostvarivanja profita, racionalno, efikasno, održivo upravljanje postojećim resursima i poslovnim procesima. Unapređenjem znanja kadrova, koji predstavljaju poseban resurs, mogu se maksimizirati poslovni rezultati, uz uvažavanje koncepta održivog razvoja luke na dugoročnoj osnovi.

Kvalitetan i edukovan kadar može se iskoristiti kao posebna konkurentska prednost na tržištu nautičkog turizma. Upravo takav kadar može biti jedan od motiva za izbor Crne Gore kao nautičke destinacije. Praksa je pokazala da preduzeće u savremenoj ekonomiji svoju konkurentsku prednost bazira na znanju svojih zaposlenih. Jedna firma vrijedi onoliko koliko znaju njeni zaposleni. Znanje njihovih zaposlenih predstavlja njen intelektualni kapital, odnosno njen IQ. Navedeno je razlog zašto kompanije sve više pažnje i materijalnih sredstava posvećuju usavršavanju zaposlenih, odnosno njihovim obukama i učenju.

Proces usavršavanja nije samo iniciran od strane kompanija već i sami zaposleni, kako bi stekli vještine i znanja koja će ih pripremiti za nove poslovne zadatke i izazove, imaju potrebu za permanentnim učenjem, obukama i usavršavanjem. Možemo zaključiti da je sve navedeno u vezi obuka i usavršavanja kadrova imperativ i za uspješno poslovanje marina.

Zadovoljstvo turista koji konzumiraju nautičke turističke usluge zavisi od kvaliteta plovidbe i provedenog odmora u destinaciji, ljepote mora, prirode i krajolika, kao i osjećaja sigurnosti i bezbjednosti ali i kao i uslužnošću osoblja u marinama.

Ovladanjem znanjima i vještinama iz oblasti turističkog vođenja kadrovima nautičkog turizma pruža mogućnost da opišu istoriju i tradiciju zemlje, kao i da sprovedu ili predlože turistima obilaske svih znamenitosti koje su bitne za upoznavanje kako određenog grada, tako i cijele destinacije.

Ovaj rad daje analitički pregled značaja kontinuiranog ulaganja u obrazovanje i proširenje znanja kadrova, a studijom slučaja predstavljen je konkretan primjer obuke kojim se može doprinijeti kvalitetu nautičkog turističkog proizvoda. Na ovaj način prihvaćena je, na samom

početku istraživanja postavljena generalna hipoteza, istraživanjem potvrđujući da je imperativ savremenog poslovanja marina kontinuirani razvoj kadrovskih potencijala.

Sprovedenim istraživanjem prihvaćene su i pomoćne hipoteze, zaključujući da strateško planiranje iziskuje razvoja nautičkog turizma, kao i poslovanja marina, koje će biti bazirano na održivim principima jer jedino na taj način se uspostavlja sklad u zadovoljavanju potrebe turista i lokalnog stanovništva. U strateškom planu razvoja turizma neophodno je predvidjeti mjere koje osiguravaju upotrebu resursa i budućim generacijama. Strateškim pristupom razvoja nautičkog turizma i pojedinačnih marina neophodno je predvidjeti izradu programa edukacije i usavršavanja znanja kadrova koji su uključeni u sistemu nautičkog turizma.

Budući da su prirodni resursi baza razvoju nautičkog turizma i čineći osnovu njegove ponude, ovladavanjem i utvrđivanjem temeljnih saznanja o prirodnim turističkim potencijalima, kulturno-istorijskoj baštini, materijalnim osnovama za razvoj turizma u Tivtu. Navedenu obuku predstavljenu studijom slučaja, moguće je predočiti uticaje iste na percpciju i doživljaj turiste.

Kvalitetno postavljen menadžment, kao i stručni i edukovani kadar, čijem usaršavanju se posvećuje posebna pažnja, predstavljatemelje za uspješno poslovanje marina. Znanja i vještine zaposlenih su element ukupnog kvaliteta nautičkog turističkog proizvoda, jer jedino na taj način se može odgovoriti sve zahtjevnijim turistima.

Razvoj nautičkog turizma u budućnosti se može sagledati kroz:

- unapređenje nautičkog turističkog proizvoda, ne samo kroz broj luka, marina i vezova, već kroz čitav niz propratnih nautičkih sadržaja i formiranje kvalitetne kadrvske strukture;
- čitav niz aktivnosti koje će unaprijediti nautički turizam a koje će doprinijeti očuvanju prirodnih resursa, odnosno mora i obale, kao preduslova za razvoj nautičkog turizma;
- Usklađivanje prostora u kojem se odvija nautički turizam i prostor na kojem lokalno stanovništvo živi i sprovodi svoje egzistencijalne potrebe.

Kako nisu samo prisutni pozitivni efekti nautičkog turizma, važno je istaknuti i njegove negativne efekte. Otpad s brodova i drugi vidovi uzurpacije i negativnih odnosa prema prirodnom prostoru predstavlja jedan od negativnih uticaja nautičkog turizma, pa se upravo kao jedan od načina u prevazilaženju istog pronalazi u prezentaciji i upoznavanju turista sa kulturo-istorijskim vrijednostima. To je samo jedna od mogućnosti da se doprinese zaštiti i očuvanju prirodnih resursa koji su bitan faktor za daljnji razvoj nautičkog turizma. Još jedan problem razvoja nautičkog turizma vezuje se za ponudu sadržaja u marinama. Ulaganjem u kadrove se direktno doprinosi kvalitetnijoj i sadržajnijoj ponudi nautičkog turizama.

Dosljedno navedenom zaključujemo da je za valorizaciju prirodnih i infrastrukturnih potencijala neophodno obezbijediti visokoobrazovni kadar marina koji će, pružanjem kvalitetne usluge, osigurati valorizaciju istih. U radu su razmotrene postojeće obuke u okviru nautičkog turizma na primjeru Porto Montenegro. Takođe, kroz studiju slučaja je

predstavljeno ulaganje u razvoj kadrova kroz razvoj novih obuka. Sam naziv studije Đir po Boki Kotorskoj simboličan je budući da se odnosi na obuku koja kadrovima omogućava ovladavanje znanjima iz oblasti turističkog vođenja.

U zavisnosti od opsega djelatnosti na svim nivoima menadžmenta neophodno je razvijati sistem obuka koji osigurava sticanje dodatnih znanja i vještina neophodnih za poslovanje i prosperitet pojedine marine.

Ukoliko se kao uzor uzmu svjetske marine, onda možemo zapaziti da je potrebno konstantno ulagati u obrazovanje stručnog kadra. Svjetske marine se rukovode stavom da samo osposobljen menadžment može stvoriti optimalne uslove za ostvarivanje prihoda i uspješno poslovanje luka nautičkog turizma. Svjetske marine sprovode brojne edukacijske programe, koje razvijaju u skladu sa strateškim upravljanjem. Navedene marine ulažu dodatne napore u cjeloživotno obrazovanje kadrova.

LITERATURA:

I ŠTAMPANI IZVORI:

- Bogićević, B.(2003).*Menadžment ljudskih resursa*, Ekonomski fakultet Beograd, Beograd
- Čerović, S. (2012). *Upravljanje ljudskim resursima u hotelijerstvu*, Univerzitet Singidunum, Beograd
- Črnjar, M. (1953). *Ekonomika i politika zaštite okoliša*. Rijeka: Ekonomski fakultet Rijeka, Glosa Rijeka
- Ćuruvija, I. (2008). *Upravljanje obrazovnim procesima u funkciji zadovoljenja potreba savremenih turista*. Doktorska teza, Novi Sad, Fakultet za sport i turizam
- Dulčić, A.,(2009). *Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma*, Split
- Favro, S., Kovačević, M.(2010).*Nautički turizam i luke nautičkog turizma*, Split
- Kosar, Lj.(2008).*Hotelijerstvo I*, Visoka hotelijerska škola strukovnih studija, Univerzitet u Beogradu: Beograd
- Kotler,P., Keller, K. Lane. (2006).*Marketing menadžment*, 12. Izdanje. Beograd. Data Status
- Kuba, L.Koking,Dž. (2003). *Metodologija izrade naučnog teksta*. Podgorica, CID
- Luković, T., Gržetić, Z. (2007).*Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana*, Split, Hrvatski hidrografski institut
- Marković, M. (2003). *Logika*. Beograd, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva
- Mašić, B., (2012).*Menadžment*, Univerzitet Singidunum, Beograd
- Mihailović, B.,(2005)*Marketing u turizmu – principi za menadžment*, Cetinje, Obod
- Nikić, S. (2008). Metodologija. Kotor, Pomorski fakultet
- Parković, M. (1998).*Mora i oceani*, Ekološki glasnik
- Perić, D. (1989). *Metodologija naučnih istraživanja*, Beograd
- Pirjevac,B.(2002).*Počela turizma*, Mikrorad, Zagreb
- Šamanović, J.(2002). *Nautički turizam i management marina*, Split, Visoka pomorska škola
- Šušnjar, G.Š., Zimanji, V.(2006). *Menadžment ljudskih resursa*, Univerzitet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet Subotica
- Tadeski, S. (1987).*Zaštita voda*. Zagreb, Hrvatsko društvo građevinskih inženjera
- Todorović, M., Štetić, S. (2009).*Ruralni turizam*. Univerzitet u Beogradu: Geografski fakultet
- Vujević,M. (2003). *Uvođenje u znanstveni rad*. Zagreb: Informator
- Vukčević, M. (2011).*Menadžment nacionalne i globalne ekologije*. Herceg-Novi
- Zoričić, M. (1953). *Teritorijalno more*. Zagreb: Yu akademija znanosti i umjetnosti

NAUČNI ČASOPISI, ZAKONI, PROPISI:

- Atlagić, M., Macura, Đ. M., *Menadžment: organizacija koja uči i savremeno poslovanje*, Originalni naučni rad, CIVITAS | broj 5
- Ćoso, R.. (2019). *Značaj nautičkog turizma za razvoj turizma Crne Gore*, doktorski rad, Univerzitet Singidunum, Beograd, str.40
- Državna studija lokacije “Ostrvo Sveti Marko”, Ministarstvo uređenja prostora i zaštite životne sredine, Urbi Montenegro, 2009.
- Horwath consulting HTL. (2009). *Strategija razvoja ruralnog turizma Splitsko-dalmatinske Županije* - konačni izvještaj.
- Jasna Stojanović, J.(2014). *Savremene tendencije u turizmu*, Sinteza, Beograd
- *Obrazovni program nautički tehničar*, (2018) Centar za stručno obrazovanje, Ministarstvo prosvjete Crne Gore, Podgorica
- *Pravilnik o vrstama objekata nautičkog turizma, minimalno tehničkim uslovima i njihovoj kategorizaciji*, ("Služben listu RCG", br. 9/2003 od 18.2.2003. godine.), Ministarstvom održivog razvoja i turizam, Podgorica, 2003
- *Strategija razvoja turizma u Crnoj Gori do 2020. godine*, Vlada Crne Gore, Ministarstvo turizma, Podgorica, 2008.
- *Zakon o turizmu i ugostiteljstvu* ("Službeni list Crne Gore", br. 002/18 od 10.01.2018, 004/18 od 26.01.2018, 013/18 od 28.02.2018, 025/19 od 30.04.2019.)

III INTERNET IZVORI:

- www.enciklopedija.hr
- www.turizamiputovanja.com
- www.travelmagazine.rs
- <https://pricesadusom.com>
- www.gogogagatours.com
- www.next-travel.me
- www.putokaz.me
- <https://waytomonte.com>
- www.respectacar.com
- <http://www.destination-montenegro.com>
- <http://www.montenegro.travel>
- <http://www.crnagora.com>
- <http://www.tokotor.me>

IV POPIS TABELA I SLIKA

a) Popis slika

- **Slika 1.** Marina Porto Montenegro
- **Slika 2:** Predstavljanje marine na sajtu Porto Montenegra
- **Slika 3:** Gospa od Škrpjela
- **Slika 4:** Ostro Sveti Marko i ostrvo Cvijeća
- **Slika 5:** Sveti Đorđe
- **Slika 6:** Perast
- **Slika 7:** Ostrvo Mamula
- **Slika 8:** Plava špilja

b) Popis tabela

- **Tabela 1:** Podvrste nautičkog turizma
- **Tabela 2:** Vrste objekata nautičkog turizma u Crnoj Gori
- **Tabela 3:** Opis znanja, vještina i zahtjeva koje podrazumijeva zanimanje turističkog vodiča
- **Tabela 4:** Neke odkulturnih i prirodnih vrijednosti koje je moguće upoznati plovidbom po zalivu

c) Popis šema:

- **Šema 1.** Savremena turistička tražnja prema tzv. modelu 6E