

STRATEŠKI I OPERATIVNI CILJEVI U TURIZMU

STRATEŠKI CILJ

INVESTICIONIM ULAGANJIMA I FORMALIZACIJOM TURISTIČKOG PROMETA CRNA GORA SE AFIRMIŠE KAO GLOBALNO PREPOZNATA TURISTIČKA DESTINACIJA, SA SMANJENOM SEZONALNOŠĆU POSLOVANJA, UMJERENIJIM REGIONALNIM DISBALANSOM I PRIORITIZACIJOM TURIZMA U RAZVOJNIM POLITIKAMA.

Realizacija ovog strateškog cilja, a na bazi analize iz drveća problema i datih smjernica razvoja, podrazumijeva sedam (7) ključnih operativnih ciljeva u turizmu, a to su:

- ✓ Operativni cilj 1 – Unaprijeđen regulatorni okvir u turizmu uz formalizaciju turističkog prometa;
- ✓ Operativni cilj 2 – Unaprijeđena turistička i prateća infra i supra struktura;
- ✓ Operativni cilj 3 – Unaprijeđen kvalitet i kvantitet smještajnih kapaciteta;
- ✓ Operativni cilj 4 – Unaprijeđen kvalitet diverzifikovanog turističkog proizvoda;
- ✓ Operativni cilj 5 – Unaprijeđeni ljudski resursi, znanja i vještine u turizmu;
- ✓ Operativni cilj 6 – Razvoj digitalnih, inovativnih rješenja i novih tehnologija u turizmu;
- ✓ Operativni cilj 7 – Crna Gora - globalno prepoznata turistička destinacija.

Istraživanja pokazuju da uspješne destinacije pružaju posjetiocima doživljaje koji zadovoljavaju kako potrebe, tako i očekivanja posjetilaca, a sve u skladu sa onim iskustvima koje brend destinacije garantuje. Destinacije moraju kontinuirano održavati i unapređivati svoje postojeće, uz stalno ulaganje u nove proizvode, ali i u supra i infrastrukturu, kao i u ostale komponente koje doprinose jačanju atraktivnosti i konkurentnosti same destinacije.

Savremeni turisti sve više traže zanimljiva i jedinstvena iskustva koja prate “slikovite priče”, kako bi ugođaj bio kompletan. Na taj način destinacija postiže lojalnost turista, uz njihovo “pretvaranje” u najbolji marketing instrument jer, kako su analize pokazale, preporuke predstavljaju jedan od najefikasnijih kanala promocije i prodaje. Dizajniranje iskustvenog turizma zahtijeva dobro planiranje i razumijevanje ciljanih tržišta, kako bi se stvorila nezaboravna iskustva, visok nivo zadovoljstva, uz prevazilaženje očekivanja.

U pravcu obezbjeđivanja navedenih uslova, neophodno je podsticati preduzetničko razmišljanje, povezivanje sa drugim sektorima u kojima postoje komplementarne prednosti i obostrane koristi.

Operativni cilj 1: Unaprijeđen regulatorni okvir u turizmu uz formalizaciju turističkog prometa

Poboljšani institucionalni okvir kojim se prije svega unapređuje zakonska regulativa i usklađuje sa EU legislativom, predstavljaće osnov za sigurno poslovanje, dobar poslovni ambijent i smanjenje neformalne ekonomije. Siva ekonomija, iz vizure ekonomskih tokova, poboljšanje javnih finansija, kao i sveukupne dobrobiti lokalnog stanovništva, predstavlja jedan od najvećih izazova u turizmu, a prisutna je u skoro svim segmentima turizma.

Prema različitim analizama, oko 30% poslovanja u turizmu je u takozvanoj "sivoj zoni", a procenat raste sa proširenjem poslovanja u virtuelni prostor. Neki od konkretnih problema su obavljanje spektra turističke i ugostiteljske djelatnosti od strane neregistrovanih fizičkih i pravnih subjekata, prodaja programa na ilegalan način (nelicencirani turistički vodiči, avanturistički i izletnički programi), posebno putem online platformi, i dr.

Sve navedeno utiče na stvaranje nelojalne konkurencije, neplaćanje poreza i taksu, a prije svega na stvaranje lošeg imidža lokalnih, tj. mikro destinacija, kao i crnogorske destinacije u cjelosti. Zato je neophodno jačanje zakonskog i institucionalnog okvira, kao i jačanje institucije inspekcija, uvođenje kazni za izdavaoce smještaja preko "sharing" platformi, česte kontole i generalno visokokaznena politika.

Uvođenje fiskalizacije će poboljšati tržišnu situaciju ali će i dalje procjena vrijednosti tokova skrivenih od javnosti i zakona biti izazov u narednom periodu.

Dakle, samo uspostavljanje zdrave konkurencije može doprinijeti smanjenju nivoa ovog problema, čijem se minimiziranju, zajedničkim naporima, treba težiti.

Potrebno je obezbijediti racionalizaciju čitavog procesa, uključujući između ostalog i registraciju preduzeća, naplatu poreza i namjenskih prihoda i sl., zatim uklanjanje administrativnih barijera, kao i objedinjavanje postojećih, uz definisanje novih podsticajnih mjera za prelazak sa neformalne na formalnu ekonomiju.

Operativni cilj 2: Unaprijeđena turistička i prateća infra i supra struktura

Infrastruktura je od ključnog značaja za turistički rast i konkurentnost crnogorske destinacije. Turističku infrastrukturu možemo shvatiti kao sistem objekata i organizacija koji služe turistima, a ona podrazumijeva prevoz putnika, puteve, vodosnabdijevanje, elektrosnabdijevanje, sisteme za pročišćavanje, grijanje, klimatizaciju, izvore energije i dr. Razvoj infrastrukture ima fundamentalni značaj za razvoja turizma. Generalni cilj je da se uz državne podsticaje pomogne razvoj infrastrukture, da privatni sektor prepozna ovu potrebu i počne ulagati u izgradnju prije svega smještajnih kapaciteta, a zatim i pratećih komercijalnih i komplementarnih sadržaja. Na ovaj način jača se javno-privatno partnerstvo koje treba za rezultat da ima obostranu korist, kao i benefite za lokalno stanovništvo. Razvojem dopunskih sadržaja poboljšava se ponuda, produžava se vrijeme boravka gostiju na destinaciji.

Analizom stanja infra i supra strukture, kao neodvojivom dijelu turističke ponude, može se konstatovati da je neophodno dalje aktivnosti usmjeriti ka unaprijeđenju dostupnosti Crne Gore, komunalne infrastrukture, elektro i vodo-snabdijevanje. Zato se, imajući u vidu ograničenost prostora i potencijala, Crna Gora mora posvetiti održivom razvoju turizma. Navedeno znači da svaka karika u lancu kompleksnog turističkog proizvoda mora zadovoljiti sve standarde kvaliteta jer održivi turizam znači preuzimanje odgovornosti.

Unaprijeđenje postojeće infra i supra strukture jedan je od prioriteta razvoja svake turističke destinacije. Crna Gora je zbog geografskog položaja prevashodno avio destinacija, iako je sa pojedinih tržišta dostupna i kopnenim i pomorskim putem. Imajući u vidu spremnost turista sa značajnih emitivnih tržišta da Crnu Goru posjete i u periodima pred i post sezone, poseban akcenat treba staviti na što kvalitetniju mrežu avio-dostupnosti Crne Gore. Takođe, pitanje kvalitetnog vodosnabdijevanja, kao i adekvatan tretman otpadnih voda i čvrstog otpada postavlja se kao imperativ daljeg razvoja. Navedeno se odnosi i na snabdijevanje električnom energijom, a ukoliko nije na adekvatan način razvijeno, dovodi se u pitanje i kvalitet svih drugih preduzetih aktivnosti na planu unaprijeđenja turističkog proizvoda.

Stepen izgrađenosti turističke supra strukture mora biti značajno povećan, a posebno u pogledu ugostiteljskih objekata, galerija, kongresnih objekata, sportskih dvorana otvorenog i zatvorenog tipa, i dr. Razvojem infra i supra strukture podiže se atraktivnost i konkurentnost destinacije. Turisti obično očekuju da će objekti na odabranoj destinaciji biti uporedivi sa onim u čemu uživaju kod kuće. Dakle, dobra infrastruktura na destinaciji podstiče potražnju za njenim proizvodima, a istovremeno i smanjuje "pritisak" na samu destinaciju. Pritisak na destinaciju smanjuje se i "širenjem" mogućnosti lociranja turista glavnih turističkih lokaliteta, preusmjeravanjem aktivnosti na pred i post sezonu uz adekvatnu cjenovnu i promotivnu politiku, kreiranjem atraktivnih programa posjeta koji povezuju aktivnosti, obezbjeđuju popuste na izletničke ture i sl., zatim poboljšanjem gradskog prevoza i dr.

Na **Jedinstvenoj listi prioriternih infastrukturalnih projekata Crne Gore**, čija je implementacija planirana kroz Kapitalni budžet, uvršteno je i 16 projekata koji se odnose na unaprijeđenje turističke infrastrukture na Sjeveru Crne Gore. Ukupna procijenjena vrijednost datih projekata je 222,7 miliona €.

Operativni cilj 3: Unaprijeđen kvalitet i kvantitet smještajnih kapaciteta

Crna Gora treba pažljivo da upravlja razvojem turističke smještajne ponude, kroz izgradnju novih i unaprijeđenje kvaliteta postojećih smještajnih kapaciteta, na način da se prioritet daje održivom razvoju smještajnih kapaciteta koji kreira najveće koristi za ekonomiju, kako sa aspekta prihoda tako i zaposlenosti. Glavni akcenat se stavlja na izgradnju i unaprijeđenje smještajnih turističkih kapaciteta koji će zadovoljiti kriterijume srednjih i viših kategorija, jer se u njima ostvaruje najbolja popunjenost tokom cijele godine, a samim tim i veći prihodi. Kao preduslov za realizaciju istog, potrebno je kreirati siguran i motivišući investicioni ambijent, kako bi se Crne Gora pozicionirala kao sigurna destinacija za ulaganja u turizam.

Na tom planu, potrebno je u daljem periodu raditi na optimizaciji troškova u cilju skraćanja perioda povrata investicije u hotele visoke kategorije, a kroz obezbjeđivanje stimulativnog investicionog ambijenta. Treba raditi na racionalizaciji administracije, zatim usklađivanju katastarskih evidencija sa stvarnim stanjem na terenu, smanjivanju dugih rokova izdavanja dozvola za gradnju, na usklađivanju zakonskih propisa, kao i uvođenju međunarodnih modela upravljanja turističkim nekretninama. Potrebno je imati sistematizovan pregled svih relevantnih dokumenata kroz jednu platformu, u cilju kreiranja jasne procedure – investicionog puta realizacije investicija. Neophodno je uraditi situacioni presjek stanja, gdje bi se targetirale sve sporne tačke funkcionisanja realizacije investicije i raditi na otklanjanju istih.

Mogućnost unaprijeđenja smještajnih jedinica direktno je uslovljena prihodima koje turističke nekretnine generišu, a prihodi su uslovljeni popunjenošću i smanjenjem sezonalnosti destinacije. U cilju omogućavanja turističkoj privredi da generiše veće prihode, a samim tim i unaprijeđuje kvalitet smještajnih kapaciteta, potrebna je snažna institucionalna podrška hotelima, malim hotelima i porodičnim hotelima, kroz lokalne turističke organizacije, koje trebaju da pojedinačnu prodaju smještajnih kapaciteta definišu kao jedinstveni turistički proizvod, koji bi dalje plasirali na inostranim tržištima i nudili globalnim touroperatorima. Takođe, potrebno je raditi i na skraćanju sezonalnosti i turistički proizvod ne vezati samo za primorski turizam, već unaprijediti turističku ponudu i u ostatku zemlje, kroz organizovanje različitih eventa, manifestacija, izletničkih tura, eno-gastro ponude, itd.

Takođe, u cilju unaprijeđenja smještajnih kapaciteta na Sjeveru Crne Gore, neophodno je realizovati infrastrukturne projekte koji će biti osnov za pojedinačne investicije, kako za nove smještajne kapacitete, tako i za postojeće, a koji će opravdati buduća ulaganja. Na tom planu potrebno je da Vlada Crne Gore intenzivira kontinuirano održivo ulaganje u infrastrukturne projekte na Sjeveru u pravcu stvaranja daljih pretpostavki za razvoj planinskog turizma. Kapitalnim budžetom za 2022. godinu opredijeljena su značajna sredstva za realizaciju ovih projekata i očekivanja su da se i u narednom periodu nastavi takav trend ulaganja na Sjeveru Crne Gore.

Ulaganjem u infrastrukturne projekte na Sjeveru Crne Gore obezbjeđuje se ravnomjerniji regionalni razvoj, otvaraju se nova radna mjesta i povećava se atraktivnost cjelokupnog prostora za domaće i strane investitore. Na taj način, država aktivno učestvuje u stvaranju osnova za razvoj novih turističkih kapaciteta od strane privatnih investitora.

U narednom periodu nastaviće se investicione aktivnosti u hotelske kapacitete koji su u prethodnom periodu bili predmet privatizacija koje nijesu dovedene do kraja ili čija realizacija nije otpočeta uopšte. S tim u vezi, zbog neispunjavanja ugovorene investicije od strane investitora, pokrenuti su postupci za raskid ugovora, što daje mogućnost da se isti ustupe potencijalno novom investitoru, koji je spreman da realizuje investicioni projekat.

Ciljevi:

- povećanje udjela hotelskog smještaja u ukupnim kapacitetima na nivou Crne Gore za minimum 3%;

- povećanje hotelskih kapaciteta na Sjeveru Crne Gore za minimum 15% u odnosu na trenutnu ukupnu hotelsku ponudu Crne Gore;

- podizanje standarda postojećih smještajnih kapaciteta sa 1 i 2 zvjezdice na 3, 4 i 5 zvjezdica;

- izgradnja novih kapaciteta sa 4 i 5 zvjezdica, kao i smještajnih wild beauty resort i eco lodge kapaciteta;

- Podsticanje razvoja seoskih domaćinstava u svim regijama, naročito na tom području.

Da je Crna Gora kao turistička destinacija privlačna i da ima šta da ponudi, potvrđuje i prisustvo nekih od vodećih svjetskih hotelskih brendova, kao što su "Chedi", „Hilton“, „Aman“, „Regent“, „Four Points by Sheraton“, „Melia“, „Iberostar“, „Falkensteiner“, Ramada, kao i prvi „One & Only“ resort u Evropi, dok je u izgradnji hotel brenda "Accor", a u najavi i „Ritz Carlton“. Uz navedeno, zajedno sa domaćim investitorima i preduzetnicima, Crna Gora polako dobija sve ozbiljniju i kvalitetniju hotelsku ponudu.

Operativni cilj 4: Unaprijeđen kvalitet diverzifikovanog turističkog proizvoda

Održivost destinacija je odlika savremenog turističkog razvoja, dok je izražena sezonalnost odlika neodrživog turizma. Tendencija razvoja cijelogodišnjeg turizma kao i pronalaženje rješenja koje doprinose boljem razvoju društva, u vidu korišćenja prirodnih potencijala i stavljanje istih u funkciju razvoja specifičnih vidova turizma, treba da bude strateški cilj destinacija.

Produženje turističke sezone je moguće samo u slučaju postojanja diverzifikovane turističke ponude, odnosno ako destinacija kao ciljani proizvod posjeduje spektar turističkih segmenata, koji obuhvataju više vrsta turističke potražnje, a koji udovoljavaju većem broju zahtjeva za putovanjem u širem vremenskom razdoblju.

Raznolikost Crne Gore, kako po pitanju prirodnih, socio-kulturoloških, istorijskih i etničkih karakteristika, tako i s aspekta opredijeljenosti za dalji razvoj turizma, predstavlja snažnu osnovu za razvijanje specifičnih i jedinstvenih vidova turističke ponude.

Shodno navedenom, potencijali razvoja turizma Crne Gore su u razvoju i unapređenju, specifičnih oblika turizma, između ostalih: ruralnog, kulturnog i vjerskog, zdravstvenog, sportsko-rekreativnog, ski, avanturističkog, MICE, turizma zasnovanog na prirodi (hiking, biking, planinarenje), kamping, glamping, golf turizma, kazino turizma i dr.

- **Ruralni turizam**

Posebno zbog uslova koje je nametnuo COVID-19, ruralni turizam se izdiferencirao kao najbrže rastući segment turizma. Kao takav, stvara uslove za zadovoljenje potreba sve većeg broja turista koji teže zdravom načinu života i traže doživljaje koji podrazumijevaju osjećaj zadovoljstva u prirodi, tradicionalnoj kuhinji, gostoprimstvu gazdinstava/domaćinstava u ruralnim područjima, uživanju u tradiciji i očuvanim običajima i drugim autentičnim iskustvima.

Prepoznajući potencijale ruralnih područja Crne Gore, odnosno želeći da se omogući njihova turistička valorizacija, prvenstveno je unaprijeđena zakonska i podzakonska regulativa za ovaj segment turističke ponude. Na taj način, pružaocima usluga u ruralnom turizmu, odnosno seoskim domaćinstvima, ponuđen je zakonski osnov u cilju pojednostavljenja procedure registracije istih. Ministarstvo nadležno za poslove turizma je izradilo Program razvoja ruralnog turizma sa akcionim planom do 2021. godine. Takođe, od strane resornog Ministarstva publikovane su brošure: Mali vodič za seoska domaćinstva, Brošura sa svim registrovanim domaćinstvima i Rečnik namijenjen za što lakšu komunikaciju domaćinstva sa gostima (u sedam jezičkih varijanti). Usled posledica pandemije COVID-19, Program se nije u potpunosti realizovao, pa ova Strategija predviđa nastavak njegove realizacije.

U prethodnom periodu snažna podrška razvoju ruralnog turizma pružena je kroz obezbjeđenje finansijskih sredstava od strane Ministarstva nadležnog za poslove turizma i Ministarstva nadležnog za poslove poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede, usmjerena ne samo na povećanje broja seoskih domaćinstava, već i na diverzifikaciju i specijalizaciju ponude koja je bitna komponenta za dalji razvoj ovog oblika turizma. Kroz IPARD II¹ program koje sprovodi Ministarstvo nadležno za poslove poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede, kroz mjeru 7, Diverzifikacija gazdinstava i razvoj poslovanja, podmjeru /Javni poziv: Podrška

¹ https://ipard.gov.me/IPARD_program

investicijama za razvoj ruralnog turizma - pruža se podrška zainteresovanim licima koja žele da investiraju u ruralnim područjima u pravcu razvoja turističke ponude. Pored navedenog, cilj je podsticanje zapošljavanja, otvaranja novih i očuvanja postojećih radnih mjesta kroz razvoj poslovnih aktivnosti i valorizaciju prirodnih i poljoprivrednih dobara, promociju zdrave i organske hrane, kao i podsticanja privredne aktivnosti i ublažavanja trenda migracije iz ruralnih područja. Međusektorska saradnja među komplemetarnim zainteresovanim stranama će doprinijeti poboljšanju ambijenta kako u turizmu tako i u poljoprivredi.

Osim navedenog, kroz Program razvoja poljoprivrede i ruralnih područja Crne Gore u okviru IPARD III 2021-2027 (IPARD III program)² omogućiće se korišćenje evropskih pretpristupnih sredstava kroz IPA III – oblast politike poljoprivrede i ruralnog razvoja.

Za sprovođenje IPARD III programa poljoprivrednicima će biti dostupno više od 80 mil.€ bespovratne podrške, od čega EU sredstva čine 63 mil.€ dok nacionalno kofinansiranje iznosi oko 19 mil.€. Uz doprinos korisnika IPARD III programa, od preko 50 mil.€, u crnogorsku poljoprivredu će biti investirano preko 130 mil.€ u programskom periodu 2021-2027. godina.

U Crnoj Gori je u 2019. godini bilo svega 60 registrovanih seoskih domaćinstava, dok ih je u 2021. godini 189, što potvrđuje već uspostavljen trend razvoja ovog vida turizma i pravce budućih razvojnih politika u turizmu.

Prema istraživanju organizacije “Udružena seoska domaćinstva – turizam na selu” i Regionalne razvojne agencije “Bjelasica, Komovi i Prokletije” iz 2021. godine, najveće interesovanje za ovaj vid ponude iskazali su turisti iz Francuske, Belgije, Njemačke, Rusije, SAD-a i dr.

Tokom 2022. godine biće pripremljen Program razvoja ruralnog turizma sa Akcionim planom 2023-2025. godine, kao nastavak prethodnog, kako bi se obezbijedio kontinuitet u razvojnim projektima ovog vida turizma.

Potencijal ruralnog turizma u Crnoj Gori, prepoznala je i UNWTO, nagradivši u novembru 2021.godine, na Generalnoj skupštini održanoj u Madridu, dva (2) crnogorska sela, Gornja Lastva Grbaljska i Godinje, prestižnom nagradom **Best Tourism Villages – upgraded program**. Nagrada podrazumijeva dalju podršku UNWTO navedenim selima, obezbjeđujući kontinuiranu promociju ruralnog turizma u Crnoj Gori, dodjelu tehničke podrške, angažman eksperata i pronalazak partnera, koji bi mogli znatno uticati na dalje perspektive razvoja sela i okruženja.

- **Kulturni turizam**

Potencijal za formiranje i razvoj turističkog proizvoda koji se zasniva na kulturi je bogata materijalna i nematerijalna kulturna baština, nastala kao posljedica burne crnogorske istorije.

Prema brojnim analizama, kulturni turizam je jedan od glavnih pokretača razvoja gradova, regija i zemalja. Socijalni uticaj kulturnog turizma je ne samo materijalan, već ima i nematerijalne efekte, kao što su na primjer razvoj svijesti o značaju i briga o očuvanju kulturnog nasljeđa, kao i kreiranje kulturnog identiteta destinacije. Tema Četvrte Svjetske konferencije UNWTO/UNESCO o turizmu i kulturi, održane 2019. godine je bila „Ulaganje u

² https://ipard.gov.me/IPARD_III_PROGRAM

buduće generacije³ i odnosila se na kulturni prenos, zajednicu i izgradnju kapaciteta. Izveštaj UNWTO o sinergijama turizma i kulture⁴, iz 2018. godine naglašava tijesan odnos između turizma i kulture i međuzavisnost ova dva sektora. Izveštaj, koji je napravljen kroz anketu zemalja članica UNWTO, potvrđuje da kulturni turizam danas igra glavnu ulogu u globalnom turizmu, i da je u skladu sa promjenama u turizmu u cjelini, transformisan i promjenom načina života, novim oblicima kulture i kreativnosti, evolucijom i inovacijama u tehnologiji.

Kulturni turizam u Crnoj Gori treba razvijati jer doprinosi jačanju brenda destinacije, produženju turističke sezone, održavanju, kao i zaštiti kulturne baštine, pod uslovom da imaju održivi razvoj. Zapravo održivi kulturni turizam, u okviru kojeg se vodi briga o kulturi koja se konzumira, symbol je kvalitetnog turizma. Lokalna kultura je važno obilježje svake destinacije, pa tako i Crne Gore, a zahvaljujući turizmu može postati zamajac njenog društvenog i privrednog razvoja.

Prateći savremene trendove i sve raznolikije potrebe i zahtjeve turista, kao i u cilju smanjenja sezonalnog karaktera poslovanja turističke privrede, izrađen je Program razvoja kulturnog turizma Crne Gore s Akcionim planom 2019-2021. godine, kako bi se i ovaj vid turističke ponude razvijao na što bolji način, zaokružujući doživljaj odnosno boravak turista i sa aspekta kulturnog uzdizanja i upoznavanja kulturne baštine i naslijeđa Crne Gore. Tokom 2022. godine biće pripremljen Program razvoja kulturnog turizma sa Akcionim planom 2023-2025. godine kako bi se obezbijedio kontinuitet u razvijanju ovog izuzetno važnog segmenta turističke ponude.

- **Vjerski turizam**

Ovo je jedan od najstarijih oblika turističkog kretanja, a predstavlja bitni element kulturnog turizma Crne Gore. Uključuju posjete religijskim centrima sve tri religije, kulturnim dobrima, zdanjima, različitim lokalitetima, kao i učešće u značajnim religijskim događajima i posvećivanje pažnje na crkvenu, manastirsku i arhitekturu džamija, ikonopis, autentične suvenire i dr. Kada je riječ o razvoju ovog oblika kulturnog turizma u Crnoj Gori može se reći da je potencijal ogroman. Česte su i redovne posjete svetilištima kao što su recimo: Manastir Ostrog, Katedrala u Kotoru, Husein pašina džamija i dr. koje iz godine u godinu privlače sve veću pažnju stranih turista i hodočasnika, a naročito su povezane sa svjetkovinama vezanim za datume koji obilježavaju ova sveta mjesta.

Prema istraživanju Guest Survey iz 2017., za 7,8% turista upoznavanje kulturnih znamenitosti, manifestacija i događanja vodeći je motiv dolaska u Crnu Goru. Prema starosnoj dobi, to izgleda ovako: do 29 godina – 6,3%, između 30 i 49 godina – 8,1%, 50 i više godina – 9,9%.

Navedeni podaci ukazuju da interesovanje postoji, ali da je za kvalitetnu turističku ponudu neophodno valorizovati postojeće resurse, učiniti kulturnu baštinu vidljivijom i dostupnijom, i iskoristiti prednosti tehnologija (npr. virtuelna realnost i audio vodiči). Pored navedenog, od posebne važnosti je da se posjete lokalitetima kulturne baštine sprovode na kvalitetan i održiv način, vodeći računa o krajnjim granicama kapaciteta nosivosti istih. Takođe, neizostavan dio i važna komponenta za razvoj kulturnog turizma su ljudski resursi, a

³ <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422579>

⁴ <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418978>

potencijal je u lokalnom stanovništvu koje je u najvećoj mjeri najbolje upućeno u poznavanje sopstvene kulture. S tim u vezi, lokalne zajednice bi trebalo da prepoznaju direktni interes za razvoj i valorizaciju lokalnog kulturnog nasleđa, odnosno da prepoznaju potencijal i kreiraju linije podrške, iz korišćenje sredstva iz EU fondova.

- **Sportski turizam**

Za turizam postoji unificirana definicija, dok za sportski turizam ne postoji. Ovo iz razloga što kao takav može da bude aktivni ili pasivni, da se odnosi na individualna putovanja, grupna, profesionalna, amaterska, učestvovanje na takmičenjima, praćenje takmičenja sa aspekta publike, kamp pripreme, itd . Ono što nedvosmisleno povezuje turizam i sport su putovanja, tako da je sportski turizam s pravom ocijenjen kao značajna perspektiva razvoja turizma.

Dominantno, razvoj sportskog turizma podrazumijeva adekvatnu infrastrukturu, uključujući i sportske kapaciteta, kao i ljudske resurse. Navedeni segmenti nedostaju u ponudi Crne Gore i predstavljaju limitirajuće faktore koji ograničavaju razvoj ovog segmenta turističke ponude, posebno kada su u pitanju kamp pripreme profesionalnih sportista i organizacija elitnih takmičenja. Međutim, uplivom stranih-direktnih investicija, razvojem putne, smještajne i sportsko-komercijalne infrastrukture, te adekvatnom strategijom marketinga i promocije, Crna Gora može privući znatno veći broj turista čiji su razlozi putovanja vezani za profesionalne sportske aktivnosti. Navedeno pretpostavlja definisanje strateškog investicionog plana koji bi dao jasne smjernice potencijalnim investitorima. Takođe, detaljna situaciona analiza je preduslov definisanja ciljeva razvoja sportskog turizma, jer se moraju identifikovati potencijali, kao i prikazati postojeći, iako limitirani kapaciteti. Potrebno je napraviti detaljno istraživanje tržišta, kako bi se odredila ciljna grupa i razvojni pravac jer se, kada je u pitanju sportski turizam, ne smije odstupiti od ponuđenog, tj. kvalitet usluge mora odgovarati cijeni i prethodno definisanoj ponudi. Pored navedenog, treba istaći da povoljna klima stimulatивно utiče na razvoja sportskog turizma čime se stimuliše skraćenje sezonalnosti, smanjenje regionalnog disbalansa, povećanje turisticke potrošnje, produžetak boravka gostiju na destinaciji, itd. To su sve razlozi da se sportskom turizmu mora posvetiti posebna pažnja. Ako se uzme u obzir da je prije pandemije COVID-19, na globalnom nivou sportski turizam generisao 10% ukupnih turističkih prihoda, u pitanju je cifra koja se ne smije zamenariti i koja potvrđuje značaj ovog turističkog segmenta.

Imajući u vidu višestruki značaj sporta, kao i uticaj na turizam, neophodno je osnažiti međuresornu saradnju i definisati strateška partnerstva među stakeholderima, uz jačanje javno-privatnog modela funkcionisanja.

Među prioritetima sportskog turizma, čiji Program razvoja je identifikovan kroz ovu Strategiju, naći će se i infrastruktura za razvoj cikloturizma (Euro Velo 8 i druge staze), ronjenje kao rekreativna aktivnost, te mnogi drugi, a Crna Gora ima potencijala i da bude dominantno destinacija za sportske kamp pripreme, koje inače imaju i najveći komercijalni efekat.

Prema istraživanju Guest Survey iz 2017., za 7,7% turista bavljenje sportom i rekreacija vodeći je motiv dolaska u Crnu Goru. Prema starosnoj dobi, to izgleda ovako: do 29 godina – 10,1%, između 30 i 49 godina – 7,5%, 50 i više godina – 4,9%.

Dakle, imajući u vidu komparativne prednosti Crne Gore kao destinacije, potrebno je napraviti situacionu i analizu globalnih trendova, te tražnje u kontekstu sportskog turizma i definisati buduće perspective razvoja. U skladu sa Programom rada Vlade Crne Gore u 2022.

godini je planirano donošenje Programa razvoja sportskog turizma u Crnoj Gori 2023-2025. godine s Akcionim planom.

- **Zdravstveni turizam**

Sektor turizma i putovanja postaju sve značajniji faktor ekonomskog prosperiteta, dok zdravstveni turizam kao oblik turizma od posebnog značaja, doživljava veliku ekspanziju i predstavlja jedan od rastućih segmenata svjetske turističke ponude. Značaj ovog segmenta turizma je povećala situacija COVID-19 pandemija. Prema istraživanju Guest Survey iz 2017, za 6,5% turista zdravstveni i wellness razlozi su motiv dolaska u Crnu Goru. Prema starosnoj dobi, to izgleda ovako: do 29 godina – 3,5%, između 30 i 49 godina – 8,2%; 50 i više godina – 3,6%.

Ako analiziramo trenutno stanje u Crnoj Gori, možemo zaključiti da naša zemlja ima veoma dobre preduslove koji nijesu u dovoljnoj mjeri iskorišćeni, niti promovisani, za razvoj profitabilnih zdravstveno-turističkih aktivnosti: prirodne resurse, bogato historijsko, kulturno i industrijsko nasljeđe, povoljan geografski položaj, tradicionalnu gostoljubivost ljudi, postojeću turističku infrastrukturu, multietnički karakter Crne Gore i multikulturne tradicije, kao i rastuću svijest turističkih poslenika o koristima koje razvoj zdravstvenog turističkog sektora može donijeti ukupnom privrednom razvoju. Takođe, jačanje javno-privatnog partnerstva, može značajno doprinijeti širenju potencijala na ovom polju. Zbog nedostatka slobodnog vremena, stresa, nezdravog stila života, tehnologija, zagađenja i ostalih uticaja, zdravstveni turizam preuzima sve značajniju ulogu u revitalizaciji psiho-fizičkih sposobnosti čovjeka, tako da ekspanzija industrije zdravlja uključuje i zdravstveni turizam.

Turizam i zdravlje predstavljaju osnovne stubove posvećenosti održivom razvoju, a saradnja između sektora turizma i zdravstva u Crnoj Gori omogućava postizanje sinergijskog efekta u cilju unaprjeđenja zdravstvenog turizma, cjelogodišnje turističke sezone i smanjenja regionalnog disbalansa.

Imajući u vidu značajne prirodne i infrastrukturne potencijale za razvoj ovog oblika turizma, Vlada Crne Gore je usvojila Program razvoja zdravstvenog turizma Crne Gore 2021-2023. godine s Akcionim planom do 2023. godine.

- **Nautički turizam**

Nautički turizam u Crnoj Gori sve više dobija na značaju, kao nova vrijednost turističke ponude. Crna Gora se pozicionirala kao destinacija koja, uz veliko prirodno bogatstvo i značajno kulturno-istorijsko nasljeđe, ima potencijal da postane prepoznatljiv centar nautičkog turizma. Crna Gora je u proteklom periodu ubrzanog turističkog razvoja prepoznala značaj ulaganja u visokokvalitetnu turističku ponudu i razvoj ovog vida turizma, koji predstavlja novu razvojnu šansu za potpuniju valorizaciju evidentnih potencijala Crne Gore, sa značajnim unapređenjem nivoa kvaliteta ponude i usluga u svim postojećim marinama. U prethodnom periodu, kroz različite razvojne dokumente, definisano je strateško planiranje i gradnja znatnog broja savremenih marina, na koji način se Crna Gora može pozicionirati kao prepoznatljivi centar nautičkog turizma. Turisti u sve većem broju

stižu morem, pa kruzing turizam postaje osnova za razvoj cjelogodišnjeg turističkog proizvoda, tj. značajno smanjenje sezonalnosti i povećanje turističkog prihoda.

Ne uzimajući u obzir COVID-19 implikacije, broj jahti u Crnoj Gori, kako stacioniranih tako i onih u tranzitu, iz godine u godinu se povećavao, što predstavlja relevantan pokazatelj pravog razvojnog puta naše zemlje u pravcu ostvarivanja zacrtanih ciljeva u sferi nautičkog turizma.

U novom kontekstu održivog razvoja, mora se obezbijediti finansiranje razvoja infrastrukture, na način kojim se eliminišu uska grla u saobraćaju i postiže ravnoteža korišćenja između pomorskog i željezničkog saobraćaja u odnosu na drumski saobraćaj. U 2019. godini u teritorijalno more Crne Gore ušlo je 4.775 stranih plovila za razonodu, sport i rekreaciju (MONSTAT), što je za 1,4% više u odnosu na 2018. godinu. Od toga, 4.211 plovila je doplovilo morem, a 564 su dovezena kopnom. Broj putnika koji su prispjeli ovim plovilima u 2019. godini iznosio je 28.562, što je za 3,2% više u odnosu na 2018. godinu.

Glavni izazovi sa kojima se susrijeće nautički turizam na Jadranu su:

- nedostatak resursa u postojećim lukama - mali broj vezova,
- nepostojanje adekvatne infrastrukture za prijem putnika,
- nepostojanje infrastrukture za preuzimanje otpada i otpadnih voda,
- nedostatak kvalitetnih lokalnih malih i srednjih preduzeća koji bi podržali organizaciju izletničkih programa i transfera i dr.

Sa velikim investicijama u sektoru turizma i ugostiteljstva u Crnoj Gori poslednjih godina došlo je do dinamičkog razvoja ponude nautičkog turizma. U okviru najvećih investicija u ovom dijelu Jadrana, poput Porto Montenegro, Porto Novi i Luštice Bay, razvijena je ponuda nautičkog turizma kao jedan od centralnih proizvoda. Nerazdvojiv segment razvoja nautičkog turizma predstavljaju i ažurirane nautičke karte, novi servisi za plovila, škole jedrenja, a rađeno je i na poboljšanju poslovnog ambijenta za razvoj nautičkog turizma, jer ovaj vid turizma privlači dobro platežnu klijentelu.

U skladu sa Programom rada Vlade Crne Gore u 2022. godini planirano je donošenje Programa razvoja nautičkog turizma u Crnoj Gori 2023-2025. godine s Akcionim planom.

- **Turizam zaštićenih područja Crne Gore**

U svjetskoj praksi, zaštićena područja predstavljaju izuzetne turističke potencijale i direktno utiču na kreiranje imidža destinacije. Značaj zaštićenih područja usko se vezuje za turizam, što potvrđuje i uloga Međunarodne unije za zaštitu prirode (IUCN)⁵ i Komisije za zaštićena područja (WCPA)⁶, u definisanju međunarodnih standarda u oblasti kategorija i principa upravljanja zaštićenim područjima, pored ostalog i u turističke svrhe. Iz navedenog proističe podatak da zaštićena područja, pored sistema, nivoa i mjera zaštite, predstavljaju značajnu nišu svjetske turističke ponude.

Usvajanje statusa zaštite nad određenim prostorom, direktno kreira i obim i strukturu turističke posjećenosti. Definisana kao takva, destinacija donosi direktne i indirektno benefite svim subjektima.

⁵ <https://www.iucn.org/>

⁶ <https://www.iucn.org/commissions/world-commission-protected-areas>

Međuzavisnost turizma kao društvene pojave i životne sredine je neraskidiva. Zaštićeni prostori direktno su zaslužni za razvoj destinacije, utičući na oblike i strukturu posjeta, donoseći sa jedne strane ekonomsku dobit lokalnoj zajednici, a sa druge strane doprinoseći unapređenju prirodne i kulturne vrijednosti destinacije. Pored navedenog, turizam direktno utiče na prirodno okruženje, odnosno resurse koji se eksploatišu i koriste kao ključni elementi turističkog proizvoda ili usluga. Sve to skupa može da stvori konflikt, kada je zaštita jedini način očuvanja i održivosti turističke destinacije. Međutim, uporedo sa tim jača i svijesti stanovništva da destinacije sa rijetkim i osjetljivim elementima treba zaštititi u što većoj meri i da je turizam zapravo inicijator date konzervacije koja donosi prihode lokalnoj zajednici. S obzirom, da su za upravljanje zaštićenim područjem neophodni i resursi, razvoj ekoturizma predstavlja idealno rješenje.

Crna Gora sa pet nacionalnih parkova, šest parkova prirode, dva proglašena morska i obalna zaštićena područja, pet UNESCO zaštićena dobra, i to: prirodno i kulturno-istorijsko područje Kotora, Nacionalni park Durmitor sa kanjonom rijeke Tare, Stećci – srednjovjekovna groblja (3 lokaliteta u okviru multinacionalne nominacije: Grčko groblje i Bare Žugića na Žabljaku, kao i Grčko groblje u Plužinama) i Venecijanska utvrđenja od XVI do XVII vijeka (Kotorska tvrđava u okviru multinacionalne nominacije i Bokeljska mornarica), te brojni drugi prirodni potencijali, predstavlja idealna destinacija za razvoj ovog vida turizma. U prilogu navedenog su i rezultati "Guest Survey" istraživanja iz 2017., prema kojem je za 21,1% turista upoznavanje prirodnih ljepota motiv dolaska u Crnu Goru. Prema starosnoj dobi, to izgleda ovako: do 29 godina – 20%, između 30 i 49 godina – 20,7%, 50 i više godina – 28,2%.

NP Skadarsko jezero, NP Lovćen, NP Durmitor i NP Prokletije sa izuzetkom NP Biogradska gora, su otvoreni za posjete tokom cijele godine, ali s obzirom na izraženu sezonalnost, bilježi se nedovoljna posjećenost parkovima. Posjetoci nacionalnih parkova Crne Gore su najčešće individualni turisti koji dolaze u vlastitom aranžmanu, a onda i organizovane grupe posjetilaca koje dolaze posredstvom turističkih agencija.⁷

Ukoliko se uporede podaci 2019. sa 2018. godinom, došlo je do ukupnog rasta posjetilaca za 30,0%. Najveći broj posjetilaca bilježi se u NP Durmitor, koji čini 46,1% ukupnog broja posjetilaca u 2019. godini, međutim na osnovu podataka može se zaključiti da NP Durmitor bilježi najmanji rast broja turista ukoliko se uporede podaci iz 2019. i 2018. godine (rast od 22,8%), dok najveći rast bilježi NP Skadarsko jezero od 52,3% (Tabela br. 20).

Tabela br. 20 : Broj posjetilaca, Nacionalni parkovi Crne Gore, 2009-2019. godine

	NP Durmitor	NP Skadarsko jezero	NP Biogradska gora	NP Lovćen	NP Prokletije
2009	35.946	32.070	30.855	26.444	0
2010	41.099	40.242	30.900	36.463	0
2011	67.245	45.362	27.828	33.429	0
2012	82.307	60.304	25.280	1.735	0
2013	101.609	74.242	25.405	946	0
2014	109.462	64.916	26.417	32.406	0

⁷ Nacionalni parkovi Crne Gore (2020): „Izvještaj o realizaciji godišnjeg programa upravljanja za 2019. god.“, str. 27

2015	130.755	71.488	30.213	74.614	2.524
2016	131.717	66.682	28.313	90.496	3.178
2017	184.654	65.935	45.637	19.551	10.168
2018	220.207	95.363	58.506	62.868	14.488
2019	270.315	145.237	72.209	80.560	18.644

Izvor: Nacionalni parkovi Crne Gore

Podaci za 2020. godinu nijesu prikazani, jer ne pokazuju realno stanje, s obzirom da je godinu obilježila pandemija COVID-19 i nedolazak stanih gostiju, kao i odluka Vlade da crnogorski građani ne plaćaju ulaznice u nacionalne parkove.

Proglašenjem Tivatskih solila specijalnim rezervatom prirode 2008. godine i Ulcinjske solane zaštićenim područjem 2019. godine, te uspostavljanjem dva parka prirode "Platamuni" i „Katič“, kao prva morska i obalna zaštićena područja u Crnoj Gori, stvorile su se pretpostavke za primjenu najboljih praksi za efikasno upravljanje i kontrolu aktivnosti, obuka i jačanja kapaciteta ovih zaštićenih područja. Ulcinjska Solana, močvarno područje od globalnog značaja za ishranu, gniježdenje i prezimljavanje ptica gotovo polovine broja vrsta evropskih ptica i područje izuzetnog biodiverziteta kao i Tivatska solila, predstavljaju izuzetne turističke lokalitete za posmatranje ptica (Bird watching) u Crnoj Gori, kao i dobru osnovu za razvoj eko turizma baziranog na valorizaciji soli u turističke svrhe. Osim toga treba podstaći i diverzifikaciju ponude kroz posmatranje divljih životinja (Wildlife observation), koja uključuje izgradnju osmatračnica i hranilišta za divlje životinje, čime se može ponuditi jedinstveno iskustvo u zaštićenim područjima, ali i drugim područjima Crne Gore gdje postoji bogatstvo faune. Širom svijeta prisutan je trend povećanja broja amaterskih posmatrača životinja, a zaštićene prirodne cjeline su najbolja područja za takvu aktivnost. Za razliku od uobičajenih oblika turizma, posmatranje divljih životinja omogućava neograničeno korišćenje resursa i ujedno, razvojem ovog vida turizma kod lokalnog stanovništva jača svijest o vrijednostima koje ih okružuju. Shodno svemu navedenom, evidentno je da prirodni potencijali privlače veliku pažnju turista koji posjećuju našu destinaciju, te je od velike važnosti unapređenje ponude u ovom segmentu i pružanje turistima nezaboravnog iskustva, a lokalnoj zajednici i državi generisanje novih radnih mjesta i prihoda.⁸

U predstojećem periodu planirana je izrada Programa razvoja turizma u zaštićenim područjima 2025-2027. godine s Akcionim planom, kako bi strateški planirali razvoj održivog turističkog proizvoda u zaštićenim područjima.

Pored navedenih vidova turizma čiji se razvoj već odvija ili planira kroz posebne programe, u nastavku je dat pregled i drugih vidova turizma za koje Crna Gora posjeduje potencijale za razvoj.

- **Avanturistički turizam**

Avanturistički turizam je oblik rekreativnog turizma kome je temelj rekreacija, ali uz prisustvo rizika i uzbuđenja, a od učesnika zahtijeva fizičku i psihičku pripremljenost. Zapravo ovaj oblik turizma je spoj sporta, rekreacije i zabave, a namijenjen je turistima koji žele da na svom putovanju imaju poseban doživljaj, ali i da uživaju u prirodnim ljepotama odabrane destinacije.

⁸ <https://orien.me/ponuda-parka/posmatranje-zivotinja/>

Udruženje za trgovinu avanturističkim putovanjima (ATTA)⁹ definiše avanturistički turizam kao putovanje koje uključuje najmanje dva od sledeća tri elementa: fizičku aktivnost, prirodno okruženje i kulturni doživljaj.

Prema UNWTO Globalnom izvještaju o avanturističkom turizmu iz 2014. godine, avanturistički turizam je otporan, privlači turiste visoke kupovne moći, donosi benefite lokalnoj ekonomiji/zajednici i podstiče održivu praksu.¹⁰

Avanturistički turizam postaje sve popularniji u svijetu zbog svog pozitivnog djelovanja na ljude, životnu sredinu i ekonomski rast destinacije. Na razvoj ovog vida turizma najveći uticaj imaju trendovi, ali i brz životni tempo ljudi. Ljudi sve više žele da slobodno vrijeme ispune aktivnostima na kojima bi utrošili višak energije i kako bi doživjeli nesvakidašnju avanturu.

Razvoj avanturističkog turizma u Crnoj Gori se najviše bazira na očuvanim prirodnim resursima. Vlada Crne Gore je u 2019. godini donijela Uredbu o minimalno-tehničkim uslovima i načinu pružanja pojedinih turističkih usluga koje uključuju sportsko-rekreativne i avanturističke aktivnosti, čime je stvorena osnova za pružanje usluga u različitim oblicima avanturističkog turizma.

U Crnoj Gori već duži niz godina se praktikuju brojne avanturističke aktivnosti, poput nezaobilaznog splavarenja na Tari, kanjoninga u kanjonu Nevidio rijeke Komarnice, kao i rijeke Mrtvice i Međureč, speleoloških tura u Lipskoj pećini, zatim vožnja na sajli (zip line) na mostu Đurđevića Tari, Brajićima i drugim još uvijek manje poznatim aktivnostima koje je neophodno marketinški bolje promovirati. Turistima su na raspolaganju i brojne druge avanturističke aktivnosti poput planinarenja na planinskim vrhovima Durmitora, Prokletija, vožnja bicikla po planinskim stazama, bungee jumping, safari ture, paragliding, paintball i dr.

Windsurfing i kitesurfing su izuzetno popularni na Adi Bojani, kao i Velikoj plaži u Ulcinju. Takođe, potencijal za razvoj ponude ovog vida avanturističkog turizma posjeduju i Skadarsko jezero. Osim toga, ronjenje je danas jedan od avanturističkih sportova koji je sve popularniji na svjetskom nivou. Ono spada u ekstremne sportove ne samo zbog uslova u kojima se odvija, već i zbog neophodne psiho-fizičke zahtjevnosti, opreme i rizika koji nosi ovaj vid turističke usluge. Ronjenje u vodama Crne Gore, pruža izuzetne doživljaje u podvodni pejzaž, pećine i potopljene kako ratne brodove, tako i brodove koji su namjenski potopljeni. Ronjenje kao poseban vid turističke ponude u Crnoj Gori biće u narednom periodu dodatno unaprijeđeno, kako kroz pravnu regulative tako i programski dokumenta.

Ovaj vid turizma ne zahtijeva značajna ulaganja, već uglavnom zavisi od dobro osmišljene strategije razvoja. Unapređenje i dalji razvoj sadržaja avanturističkog turizma trebao bi da posluži kao sredstvo građenja imidža i prepoznatljivosti Crne Gore, a što će imati pozitivne ekološke i socio ekonomske efekte i biti sredstvo kojim će se obezbijediti očuvanje i održivo korišćenje prirodnih resursa.

- **MICE turizam**

⁹ <https://www.adventuretravel.biz/>

¹⁰ Copyright © 2014, World Tourism Organization (UNWTO), AM Reports, Volume nine – Global Report on Adventure Tourism

MICE je akronim koji se koristi za grupisanje četiri tipa turizma – sastanci, podsticajna putovanja, konferencije, izložbe (Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions). MICE turizam je veoma popularan među poslovnim ljudima, jer dovodi do žive interakcije, koja je još uvijek ispred virtuelne komunikacije, bez obzira na velike tehnološke napretke i okolnosti koje je nametnula pandemija. Najčešće se odvija na atraktivnim turističkim destinacijama, a u post COVID eri predstoji dalji potencijal njegovog razvoja.

Veličina globalne MICE industrije procijenjena je na 805 milijardi dolara u 2017. godini i procjenjuje se da će dostići 1.337,4 milijarde dolara do 2028. godine.¹¹

Da bi bila poželjna destinacija za MICE, zemlja treba da se razvija po međunarodnim standardima, prije svega kada je riječ o smještaju, ali i da ima kvalitetan i adekvatan pristup infrastrukturnim objektima i mjestima održavanja. Ovaj segment putovanja značajno je pogođen pandemijom COVID-19, pa su se službena putovanja, sastanci, konferencije i forumi, iz koncepta “licem u lice” preselili u najvećoj mjeri na brojne online platforme. O učinkovitosti realizacije istih na ovaj način moglo bi se mnogo govoriti, ali tendencija povratka na stare MICE forme je neupitna.

U Crnoj Gori postoje potencijali za razvoja ove ponude u svim regijama države. Svi hotelski kapaciteti koji sadrže kongresne sale, manje sale za sastanke sa neophodnom tehničkom podrškom, imaju predispoziciju za MICE turizam. Sa značajnijim ulaganjima u tom dijelu, Crna Gora bi se mogla bolje pozicionirati na listi MICE destinacija. U tom smislu, potrebno je da se narednom periodu intenzivnije posveti pažnja na unapređenju, rekonstrukciji i izgradnji novih objekata i prostora, koji bi maksimalno odgovarali ciljanoj klijenteli.

O značaju ovog segmenta turizma govori i podatak da ga vođeće svjetske MICE destinacije (Barselona, Berlin, Kopenhagen, Pariz, Beč i dr.) tretiraju ne samo kao podoblast turizma, već ga prepoznaju kao jednog od bitnijih pokretača ekonomske razvojne strategije.¹² Ono što je karakteristično za sve MICE destinacije jeste dobar geograski položaj, dobra saobraćajna povezanost kako na međunarodnom tako i na nacionalnom nivou, bogata ponuda visokokvalitetnih hotela i restorana i raznovrsni kulturni sadržaji.

- **Manifestacioni turizam**

Manifestacioni turizam je jedan od pojavnih oblika turističkih kretanja. Postoje različiti oblici manifestacija, u zavisnosti od toga da li su zasnovane na kulturi, sportskim i rekreativnim aktivnostima, na etnografskim i istorijskim ili vjerskim sadržajima, te promociji lokalne gastronomije ili tradicije.

Manifestacije se koriste u naporu da se u lokalnu sredinu privuče veći broj turista, te time generišu veći prihodi, pa ukoliko su organizovane na pravi način, mogu biti pokretač cjelokupne turističke privrede i stimulans lokalnoj zajednici.

Važnu ulogu u njihovoj organizaciji i sprovođenju imaju lokalne turističke organizacije, ali i kulturne, obrazovne, sportske, naučne i druge institucije i organizacije u nastojanju da organizuju kvalitetne, masovno posjećene manifestacije različitog sadržaja, unaprjeđujući imidž sredine.

¹¹ Mice Industry by Event Type (Meeting, Incentive, Conventions and Exhibitions): Global Opportunity Analysis and Industrz Forecast 2017-2028

¹²https://www.themeetingsindustry.org/storage/industry_news/14.3_UNWTO_Global+Report+on+Mtgs+Industry

Pozitivna karakteristika manifestacionog turizma je to što nije vezan isključivo za neku sezonu kao neki drugi vidovi turizma, te je samim tim sjajan mehanizam za podsticanje turističkog prometa van tzv. špica sezone.

Manifestacije služe i kao sjajna prilika da mali lokalni proizvođači hrane, pića, suvenira i sl. predstavljaju svoje proizvode većem broju ljudi. Za turiste i domaće stanovništvo sa druge strane, manifestacije su prilika da učestvuju u nekoj vrsti lokalne fešte, da degustiraju hranu i piće te kupe lokalne proizvode.

- **Kamping i glamping turizam**

Kampovanje, a posebno kampovanje sa “mobile-home” vozilom, ubraja se u veoma favorizovane vrste odmora na skoro svim tržištima Evrope. Svake godine desetine miliona Njemaca, Francuza, Britanaca, Holanđana i Skandinavaca odlazi na ovaj sve popularniji vid odmora. Suprotno predrasudama, ovaj vid odmora bliskog prirodi nije rezervisan za niskoplatežne turiste, s obzirom na tržišne cijene mobile-home vozila, kamp prikolica, šatora i ostale neophodne opreme. S druge strane, turisti koji su ljubitelji kampovanja, kao oblika održivog turizma, nijesu zahtjevni i izgradnja istih ne zahtijeva velike investicije i daje brze rezultate, u smislu ostvarivanja ekonomske dobiti. Zahtjevni su samo u smislu higijensko-sanitarnih i infrastrukturnih standarda koji se podrazumijevaju.

Prema podacima EUROSTAT¹³ (Kancelarije za statistiku Evropske unije) u 2018. godini u Evropi je poslovalo 23.200 registrovanih kampova. Većina njih nalazila se u ruralnim područjima (68%) ili gradovima i predgrađima (26%), dok se 6% kampova nalazilo u gradovima. Posjetioci su ostvarili ukupno 352 miliona noćenja u kampovima EU u istoj godini, što čini 13% svih noćenja u turističkim smještajima unutar EU. Navedeni podaci jasno ukazuju na stabilnost i razvojni potencijal ove turističke ponude.

Glavni motivi kampera da Crnu Goru izaberu kao destinaciju za odmor i zabavu, nesumnjivo jeste specifičan doživljaj netaknute prirode, živopisni pejzaži, zaštićena prirodna dobra, prirodne pješčane plaže, brojna lednička jezera i planinski vrhovi, bogati biodiverzitet itd. S tim u vezi, Crna Gora posjeduje sve predispozicije za razvoj ove turističke ponude i uslove da budemo poznata kamp destinacija. U narednom periodu je neophodno preduzeti sve neophodne aktivnosti na afirmaciji i razvoju kampova u Crnoj Gori, odnosno omogućiti ozbiljnije pozicioniranje naše zemlje kao destinacije sa pozitivnim trendom razvoja ponude visokokvalitetnih kampova, koji će zadovoljiti sve zahtjeve savremenog kamp turiste.

Pravni osnov za razvoj kampova definisan je Zakonom o turizmu i ugostiteljstvu, kao i Pravilnikom o klasifikaciji, minimalno-tehničkim uslovima i kategorizaciji kampova. Trenutno u Crnoj Gori posluje 19 kampova koji imaju odobrenje za obavljanje djelatnosti izdato od strane nadležnog Ministarstva.

Glamping, poznat i kao luksuzno ili glamurozno kampovanje, za razliku od tradicionalnog kampovanja predstavlja aktivni odmor koji omogućava uživanje u prirodi i smještaju koji zadovoljava visoki kvalitet usluge. Zapravo, glamping je postao posebno popularan poslednjih godina među turistima koji traže luksuz hotelskog smještaja sa pet zvjezdica, ali u uslovima koji bi se mogli opisati kao kampovanje u prirodi. U vrijeme masovnog turizma, koji nanosi višestruku štetu brojnim turističkim destinacijama i istorijskim lokalitetima širom

¹³ <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/ddn-20200611-1>

svijeta, sve više ljudi prihvata ovaj ekološki koncept putovanja. COVID-19 pandemija je povećala razvojne aspekte ovog turističkog segmenta.

U novije vrijeme se pojavila glamuroznija vrsta kampovanja, koja nosi naziv "glamping" a podrazumijeva smještaj luksuzniji od onih kod tradicionalnog kampovanja.

Tri glavne razlike između kampovanja i luksuznog kampovanja su u pogledu: električnog priključka, sopstvenog toaleta, kuhinje i izdvojene sobe, dostupnosti wi-fi signala, pratećoj tehničkoj opremi koja boravak čini udobnijim, ali i činjenici da u prvom slučaju troškovi boravka budu znatno niži, ali i sama udobnost.¹⁴

- **Eno-gastro turizam**

Savremeni turista je u stalnoj potrazi za autentičnim i jedinstvenim iskustvima prilikom posjete određene turističke destinacije. Upoznavanje i konzumacija lokalne hrane i vina stvara kod turista poseban doživljaj koji ga povezuje i upoznaje sa kulturom lokalnog stanovništva. Eno-gastro turizam predstavlja putovanje i boravak turista u destinaciji sa dominantnim motivom uživanja u gastronomskim specijalitetima i vinima određenog područja.

Zahvaljujući zanimanju za gastronomiju i kulturu jela i pića raznih zemalja i krajeva, kulinarska i enološka putovanja su sve omiljenija u cijelom svijetu, a gastronomski i enološki turizam polako postaje zaseban proizvod unutar turizma. Ipak, obzirom na činjenicu da brojne destinacije imaju ovu vrstu ponude, pa su turisti postali zahtjevniji, izazov je veći u smislu kreiranja autentičnih proizvoda.

UNWTO percipira eno-gastro turizam kao veoma važan za turizam u cjelini, tako da je 2015. godine kreirana UNWTO gastronomska mreža, a ujedno ova organizacija je i koorganizator do sada šest održanih globalnih konferencija o vinskom turizmu.

Sa šestog UNWTO Svjetskog foruma gastronomskog turizma¹⁵ poručeno je da gastronomski turizam daje vitalnost ruralnim zajednicama, podržava male, lokalne proizvođače hrane i jača njihovu poziciju na tržištu. Prema UNWTO istraživanju o gastronomiji iz 2016. godine¹⁶, većina (87%) ispitanih organizacija (turističke organizacija, akademska zajednica, istraživački centri i dr.) vjeruje da je gastronomija karakterističan i strateški element u definisanju imidža i brenda svake destinacije. Na petoj UNWTO Konferenciji o vinskog turizmu¹⁷, zaključeno je da vinski turizam i njegova povezanost sa teritorijom, lokalnim proizvodima i tradicijom otvara nove mogućnosti za unaprijeđenje radnih mjesta i inkluzivnost u ruralnim područjima.

Glavna karakteristika bogate crnogorske gastronomske ponude je njena tradicija. Generacijama se prenose vještine uzgajanja voća i povrća, autohtonih vrsta vinove loze i pripremanja hrane, te se Crna Gora može pohvaliti sa nizom proizvoda po kojima je prepoznatljiva. Bogatstvo prirode, reljefnog oblika i klimatskih zona, oblikovali su i raznovrstnu kuhinju i markirali je u tri tzv. "zone": primorska, kuhinja središnjeg dijela i

¹⁴ <https://glampsource.com/en/differences-entre-le-camping-et-le-glamping/>

¹⁵

<https://www.unwto.org/news/unwto-bcc-forum-highlights-gastronomy-tourism-as-driver-of-rural-development>

¹⁶ <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>

¹⁷ <https://www.unwto.org/event/5-unwto-global-conference-on-wine-tourism>

planinska kuhinja. Naime, geografske raznolikosti i prirodni uslovi diktirali su vrstu poljoprivredne proizvodnje, raspoložive namirnice i način ishrane.

NTO Crne Gore pripremio je Vodič kroz crnogorsku gastro kulturu¹⁸, u kojem su prikazana jela i proizvodi prije svega iz kontinentalnog dijela Crne Gore, počev od pršute, njeguške kobacise, košeta, kastradine, maslinovog ulja, različitih vrsta sira, kajmaka, cicvare i kačamaka, kisjelog mlijeka, različitih vrsta ribe (pečene ili dimljene), jagnječeg i jarećeg pečenja ispod sača, itd. Tokom godine u Crnoj Gori održava se značajan broj manifestacija koje predstavljaju izuzetnu priliku za goste da se upoznaju sa lokalnim običajima, tradicionalnom hranom i vinima sa crnogorskog podneblja.

Prema istraživanju Guest Survey iz 2017, za 33,6% turista je uživanje u jelu i piću (gastronomija) motiv dolaska u Crnu Goru. Prema starosnoj dobi, to izgleda ovako: do 29 godina – 33,7%, između 30 i 49 godina – 34,8%, 50 i više godina – 27,4%.

Kao destinacija koja pretenduje da bude visoko razvijena i privuče visoko platežne turiste, važno je posvetiti pažnju unaprijeđenju ponude i usluga vezanih za nacionalnu kuhinju, organizovanje događaja/manifestacija na temu prezentovanja lokalne gastronomije i vina, sa ciljem obogaćivanja ponude i produženja trajanja turističke sezone.

- **Kazino turizam**

Ovo je segment turizma koji sve više destinacija koristi kao mogućnost oživljavanja svoje ekonomije. Turiste koje privlače ovaj vid turizma, odnosno destinacije sa razvijenom kazino ponudom, svoje posjete koriste i za sticanje jedinstvenih doživljaja i novih iskustava. U cilju povećanja prihoda, većina zemalja koje posjeduju razvijenu kazino ponudu, unapređuju i diverzifikuju svoju turističku ponudu i nude različite sadržaje u blizini kazina, kako bi turisti koji dolaze u načelu zbog igre i zabave mogli da uživaju u ponudi drugih sadržaja.

Prema Izvještaju o radu Uprave za igre na sreću Crne Gore, za 2019. i 2020. godinu, ukupni prihodi po osnovu poslovanja kazina u 2019. godini su iznosili 4,6 mil. €, dok je taj iznos u 2020. godini bio 1,4 mil. €.

Osim na ekonomiju države, kroz poreske obaveze, ovaj vid turizma ima veliki uticaj na lokalno stanovništvo u mnogim segmentima rada i života. Kvalitetno pružanje usluga u kazinima zahtijeva poboljšanje znanja i vještina kadrova, tj. neophodne su razne vrste obuka, što bi otvorilo prostor za prekvalifikaciju i dokvalifikaciju kadra. Kazino turizam, kao dopunska ponuda, svakako čini samu destinaciju interesantnijom i popularnijom za širu ciljnu grupu, ali i privlačnom za period u pred i post sezoni. Dobra aviopovezanost destinacije predstavlja osnov za razvoj kvalitetne turističke destinacije, ali i za razvoj i unapređenje kazino turizma.

- **Golf turizam**

Predstavlja jedan od najkonkurentnijih i najprofitabilnijih oblika turizma u svijetu. Turistička putovanja motivisana igranjem golfa u velikoj su ekspanziji na vodećim svjetskim emitivnim turističkim tržištima. Golf je veoma popularan i broji 4,11 miliona registrovanih igrača u Evropi¹⁹. Bogatu sportsku istoriju Crne Gore čini i prvi golf klub u Crnoj Gori, formiran od

¹⁸ <https://www.montenegro.travel/files/multimedija/16014764.pdf>

¹⁹ <https://www.statista.com/statistics/807374/europe-numbers-of-golf-players-by-country/>

strane kraljevske porodice Petrović, na Cetinju 1906. godine, ali nažalost ovaj, kako ga često karakterišu kao “plemički sport” nije doživio ekspanziju u Crnoj Gori.

Golf tereni su sastavni dio turističke ponude i stvaraju dodanu vrijednost i atraktivnost destinacijama svih razvijenih zemalja. Prema određenim strategijama razvoja turizma u svijetu, zemlje koje u svojoj turističkoj ponudi nemaju terene za golf ne mogu ozbiljnije konkurisati na svjetskom turističkom tržištu u segmentu potrošača visoke platežne moći. Imajući u vidu da se ovaj vid turizma smatra kao relativno skup, pa golferi imaju veću kupovnu moć od ostalih turista, čak i nautičara, golf rizorti u svijetu ostvaruju visoke prihode po različitim osnovama.

S obzirom na to da se golf tereni grade u najljepšim prirodnim okruženjima, treba ih pretvoriti u “prijatelje prirode”. Zato razvoj golf turizma u Crnoj Gori podrazumijeva očuvanje prirodne sredine i valorizacija iste, na način da se prirodne ljepote i resursi stave u funkciju razvoja golfa, ali bez narušavanja istih.

- **Filmski turizam**

Usled ubrzanog razvoja industrije zabave, filmski turizam pokazuje kontinuiranu tendenciju rasta na globalnom nivou. Filmska industrija utiče na promociju i marketing destinacije, doprinosi kreiranju atraktivnosti destinacije, što sve ukupno utiče na veću konkurentnost destinacije na turističkom tržištu.

Sve je više destinacija koje se trude da privuku pažnju filmskih produkcijskih kuća, jer na taj način se ostvaruju prihodi po osnovu snimanja (naplata korišćenja lokacije, korišćenje hotela, restorana i ostalih sadržaja destinacijske ponude od strane filmske ekipe) ali i po osnovu kreiranja pozitivnog imidža nakon emitovanja filma ili serije, s obzirom da lokalitet postaje prepoznat i samim tim izbor u budućim turističkim putovanjima.

Da li će destinacija postati lokacija za snimanje zavisi od odluke produkcije filma, ali na osnovu marketing strategije destinacije. Bez obzira na način na koji određena destinacija postaje lokacija snimanja budućeg filma, gotovo je izvjesno da će ista nakon prikazivanja na filmu postati još atraktivnija, čega smo i bili svjedoci nakon prikazivanja niza filmova koji su snimani u Crnoj Gori ili su spominjani u kontekstu mjesta odvijanja radnje.

Mogućnost povezivanja crnogorskog turizma i svjetske filmske industrije predstavlja potencijal razvoja i brendiranja Crne Gore kao “filmske” destinacije. Raznolikost crnogorskih predjela može biti inspiracija za odabir lokacije snimanja tj. kadrova za potrebe filmske industrije. Osim toga, Crna Gora kao destinacija je već pokazala potencijal i za nefilmske proizvode (reklame), od kojih su neke doživjele prepoznatljivost u svjetskoj javnosti. Nefilmski proizvodi su posebno interesantan izvor turističkih prihoda koji nisu posebno zahtjevni u procesu realizacije, za razliku od filmskih proizvoda, a mogu predstavljati izvor učestalih prihoda.

Uredbom o bližim kriterijumima, načinu i postupku za ostvarivanje prava na povraćaj dijela sredstava utrošenih za proizvodnju kinematografskog djela (“Sl. list CG” br. 54/17) definisani su uslovi pod kojim inostrani producenti imaju pravo na povraćaj dijela sredstava utrošenih u Crnoj Gori za proizvodnju kinematografskog djela, kao podsticajnu mjeru, u iznosu od 25% ukupnih troškova proizvodnje, što predstavlja dobru podsticajnu mjeru u odabiru Crne Gore kao lokacije za snimanje. Filmski centar Crne Gore²⁰ kao javna ustanova, osnovana 2017.

²⁰ <https://fccg.me/>

godine, u cilju unaprijeđenja i razvoja crnogorske kinematografije posvećen je obezbjeđivanju neophodnih uslova za filmsku produkciju i koprodukcionu saradnju. Godine 2020. od strane Filmskog centra pokrenut je poseban program Film in Montenegro, putem kojeg promoviše Crnu Goru kao filmsku destinaciju.

Strateške aktivnosti DMO (Destination marketing organization) promovišu lokacije za filmske producente i ističu podsticajne pakete koje čine snimanje na njihovim lokacijama isplativim. Podsticaji uključuju poreske olakšice, dodatne troškove u vezi sa putovanjem i smještajem, bezbjednost. Dakle, potencijal povećanja turističkog prometa od "filmskog novca" predstavlja jednu od brojnih razvojnih šansi Crne Gore.

Operativni cilj 5: Unaprijeđeni ljudski resursi, znanja i vještine u turizmu

Ljudski resursi su ključna snaga sektora. Kako je sektor turizma i ugostiteljstva jedan od najvažnijih sektora crnogorske ekonomije, te generiše značajan broj radnih mjesta, ovaj sektor je samim tim od velikog ekonomskog značaja za našu državu.

Shodno Nacionalnoj strategiji održivog razvoja Crne Gore do 2030. godine²¹, znanje predstavlja glavni resurs održivog razvoja, obrazovanje je prioritetni strateški interes Crne Gore, što zahtijeva najveću moguću odgovornost u pristupu svim nivoima obrazovanja. U strukturi bogatstva razvijenih zemalja čak 81% pripada tzv. neopipljivom kapitalu, dok u zemljama s visokim srednjim dohotkom ovaj udio iznosi 69%. Ta činjenica govori u prilog stavu da sticanje novih znanja, vještina i vrijednosti kroz obrazovanje predstavlja garant da jedno društvo može da prati intenzivne društvene i tehnološke promjene i izazove.

Turizam, predstavlja visoko radno-intenzivnu djelatnost, pa njegovi rezultati u velikoj mjeri zavise od kvaliteta ljudskih resursa. Da bi se postigao visok stepen efikasnosti u sektoru veoma je važno adekvatno upravljanje ljudskim resursima, jer iz istog proističe povećanje ekonomskih performansi i konkurentnosti na turističkom tržištu.

U sektoru turizma i ugostiteljstva u Crnoj Gori godinama je prepoznato da postoji nedostatak kvalifikovane radne snage, a dodatno je situaciju pogoršao odliv radne snage zabilježen usljed krize izazvane pandemijom COVID-19, kada je određeni broj zaposlenih u ovom sektoru ostao bez posla, zbog čega je i zatražio zaposlenje u drugim sektorima ili van granica Crne Gore.

U cilju unaprijeđenja kvaliteta radne snage u sektoru, prepoznata je prvenstveno potreba razvoja dualnog obrazovanja, te nezaobilazno unapređenje saradnje obrazovnih ustanova iz oblasti turizma sa privredom, kako bi se realizovali programi i treninzi praktičnih vještina, neophodnih za pružaoce usluga u sektoru. Sve navedeno će realizovati srednje stručne škole za turizam i ugostiteljstvo, kao i visokoobrazovne ustanove (Univerzitet Crne Gore - Fakultet za turizam i hotelijerstvo u Kotoru, Univerzitet Mediteran – Fakultet za turizam, Fakultet za biznis i turizam - Budva, Fakultet za menadžment - Herceg Novi, Univerzitet Donja Gorica - Fakultet za kulturu i turizam i drugi) koje predstavljaju potencijal kvalitetnog razvoja srednjeg i visokog obrazovanja u oblasti turizma u Crnoj Gori.

Kako je turistima na destinaciji najvažnije pružiti iskustvo za pamćenje, neophodno je unaprijediti brojne vještine pružalaca usluga, poput komunikacionih vještina, poznavanja stranih jezika, IT vještina, ali i praktičnih znanja i kompetencija kod operativnog osoblja u

²¹ <https://www.gov.me/dokumenta/6852d215-af43-4671-b940-cbd0525896c1>

turistično-ugostiteljskim objektima (recepcioneri, konobari, sobarice, kuvari, turistički vodiči i dr.), kod osoblja uključenog u segment transporta, ali i kod kvalitetnog menadžerskog kadra koji nedostaje. Prateći savremene trendove, ističe se neophodnost stalnog sprovođenja obuka zaposlenih u turizmu i podizanje nivoa stručnosti i kompetencija radne snage.

Operativni cilj 6: Razvoj digitalnih, inovativnih rješenja i novih tehnologija u turizmu

Pandemija COVID-19 je uslovlila da sektor turizma ubrza svoju digitalizaciju i primijeni inovativna tehnološka rješenja, kako bi se turizam što prije oporavio, uz poštovanje principa održivosti. Novi trendovi u putovanjima i turisti koji su postali zahtjevniji, novi procesi u uslužnim djelatnostima, IT platforme i mobilne aplikacije, "contact-less" alternative, samo su neki od digitalnih polazišta i solucija koje današnji turista očekuje. Iako je sve navedeno u funkciji pojednostavljenja i ubrzavanja turističkih kretanja, turisti su u stvari primjenom ovih trendova postali obazriviji zahtjevniji, insistirajući na njima. Ovo se posebno odnosi na visokoplatežnu klijentelu, koja prilikom odabira destinacije veoma vodi računa o pomenutim, novonastalim normama. Turistička tražnja je postala specifičnija, a samim tim i ponuda koja joj se prilagođava.

Digitalizacija i inovacije se prije svega odnose na sigurnost i bezbjednost turista i lokalnog stanovništva. Bolja vidljivost kroz tehnološke alate je nova prilika za sve, od onih koji se po prvi put pozicioniraju na tržištu, preko onih koji žele da poboljšaju svoju poziciju, do destinacija sa visokim stepenom razvijene infrastrukture. Dakle, digitalizacija i inovativna tehnološka rješenja poboljšavaju produktivnost, kao i otpornost destinacija, što je garancija bolje prilagođenosti krizama.

Dakle, digitalizacija i inovacije u turizmu biće fokusirane na podršku pružaocima turističkih usluga, podstičaju razvoja i promocije turizma na održiv i inkluzivan način, podstičaju turističkih iskustava, kvalitetnog sadržaja sa fokusom na kulturno nasljeđe i prije svega na autentičnost destinacije.

6.1. Jačanje i optimizacija nacionalnog statističkog sistema

Praćenje turističkog prometa i kvantifikacija rezultata u bitnom dijelu uslovljavaju strateško planiranje u turizmu. Jedan od pokazatelja uspješnosti i napretka u razvoju turističke destinacije jeste ostvareni turistički promet izražen kroz broj turista i realizovana noćenja, kao preduslov za realno utvrđivanje i projektovanje ciljeva ekonomske politike, objektivno sagledavanje postignutih rezultata, kao i za pravilno utvrđivanje pozicije Crne Gore u međunarodnim okvirima.

S obzirom na to da nemamo pouzdane zvanične statističke podatke, koji se odnose na individualni, tzv "privatni smještaj", zatim ni približne podatke o učešću sive ekonomije, kao i činjenicu da zvanični obrađivač statistike Uprava za statistiku – MONSTAT krajem tekućeg mjeseca objavljuje podatke za prethodni mjesec i to samo za kolektivni smještaj, a u prvom kvartalu godine podatke o registrovanom individualnom smještaju za prethodnu godinu, dolazi se do zaključka da se ne mogu pratiti aktuelni parametri u turizmu. Neophodno je unaprijediti metodologiju prikupljanja podataka i preciznost date metodologije, kako bi se podaci prikazivali u realnom vremenu, u svim vidovima smještaja i to na način da se

unaprijede postojeći administrativni izvori podataka. Isti bi tako obezbijedili precizne informacije na osnovu kojih bi se vršila obrada podataka prema evropskoj metodologiji koju propisuje EUROSTAT, a koja zadovoljava i nacionalne potrebe za podacima. Od presudne važnosti je postojanje mogućnosti da tokom turističkih sezona (zimске i ljetnje) možemo da pratimo odvijanje prometa u sektoru turizma, sa ciljem donošenja dobrih i pravovremenih odluka u budućnosti.

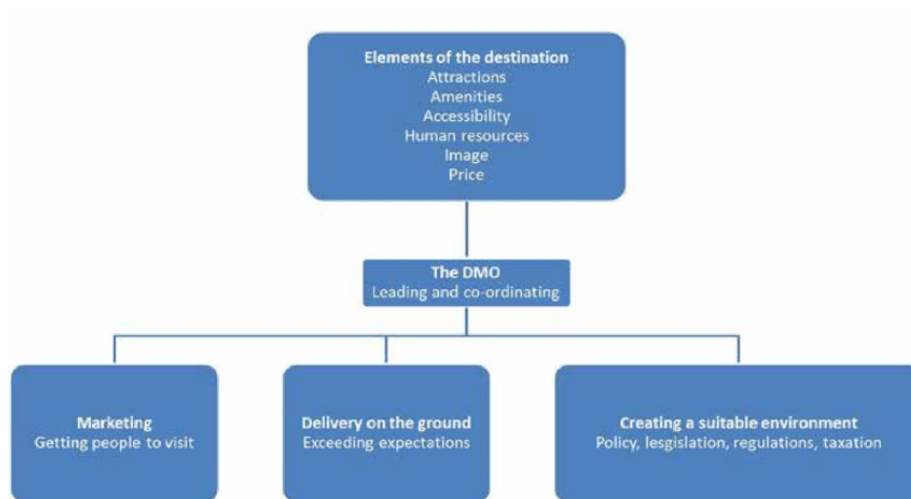
U cilju prevazilaženja nedostataka koji se odnose na obuhvat turističkog prometa i njegovo praćenje u realnom vremenu, kao i objedinjavanje i bržu dostupnost podataka, nadležno Ministarstvo za poslove turizma će realizovati projekat izrade informacionog sistema uz prateću mobilnu aplikaciju, za praćenje turističkih parametara. Sistem će obezbijediti objedinjavanje podataka o turističkom prometu i to kroz reformu svih institucija i organizacija koje učestvuju u njegovom kreiranju. Predviđeno je da procesni sistem kroz aplikaciju omogući izradu različitih vrsta izvještaja i automatski objedini informacije u realnom vremenu.

Aplikacija će predstavljati integrisani informacioni sistem koji će povezivati sve neophodne institucije i organizacije čiji podaci će doprinijeti kvalitetnom i tačnom obračunu turističkog prometa, omogućavati dnevni uvid u stanje i predstavljati jedinstvenu bazu sa podacima o smještajnim objektima i pružaocima usluga smještaja, broju i strukturi gostiju, destinacijama iz kojih dolaze turisti, prijavi i odjavi turista u svrhu bolje naplate boravišne takse i drugih taksu i dažbina, a generisaće različite vrste izvještaja, sve sa ciljem što realnijeg sagledavanja ostvarivanja prihoda u sektoru turizma, zahvaljujući boljem strateškom planiranju. Takođe, aplikacija će omogućiti svim zainteresovanim državnim organima: Ministarstvu nadležnom za poslove turizma, Ministarstvu nadležnom za finansije, Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore, Upravi za statistiku - MONSTAT, Ministarstvu unutrašnjih poslova, Upravi za inspeksijske poslove, Upravi prihoda i carina, Centralnoj banci Crne Gore i dr., da podatke iz sistema koriste za ostvarivanje svojih zakonom propisanih nadležnosti, bez dodatnih administrativnih zahtjeva ili barijera, na veoma jednostavan način, što će imati brojne administrativne i finansijske benefite i za ove državne institucije.

Operativni cilj 7: Globalno prepoznata turistička destinacija

Destinacijski menadžment (DMO – Destination Management Organisation) podrazumijeva proces upravljanja svim elementima koji čine destinaciju, tj. koordinisane radnje usmjerene ka poboljšanju ekonomskih, socio-kulturnih i ekoloških dimenzija turističke destinacije. Ovaj novi koncept podrazumijeva sveukupni menadžment, a ne samo marketing destinacije. Dakle, destinacijski menadžment ima strateški pristup povezivanja svih subjekata, koji nerijetko djeluju desinhronizovano, u cilju boljeg upravljanja destinacijom. Kao takav, DMO obuhvata proces istraživanja tržišta, planiranja, organizacije i koordinacije upravljanja svim aspektima destinacije, kako bi se poboljšalo iskustvo turista i povećali benefiti lokalnog stanovništva, uz integraciju mikro turističkih proizvoda u diverzifikovanu i cjelovitu destinacijsku turističku ponudu. DMO podrazumijeva strateške, organizacione i operative odluke s ciljem komercijalizacije turističke destinacije, a uključuje javne i privatne stejkholdere koji funkcionišu u okviru modela partnerstva, s aspekta učešća ali i finansiranja. DMO može biti prepoznat u vidu (nacionalnih) turističkih savjeta ili drugih akreditovanih tijela i organizacija, treba da bude strateški lider u razvoju destinacije. Dakle, od tradicionalno marketinškog i promotivnog fokusa, trend je formiranje vodeće DMO

organizacije sa širim mandatom, koji uključuje strateško planiranje, koordinaciju i upravljanje aktivnostima unutar državne strukture, integrišući u svoj rad privatni sektor i sve zainteresovane stakeholdere.



Izvor: <https://www.unwto.org/policy-destination-management>

Koncept destinacijskog marketinga podrazumijeva proces istraživanja, promocije, brendiranja, upravljanja imidžom destinacije, te kreiranje njene superiorne pozicije u odnosu na konkurenciju, kao i komunikacije usmjerene na privlačenje turista i investitora, kroz različite komunikacijske kanale, naglašavajući njene potencijale koji je čine unikatnom i jedinstvenom. Dakle, destinacijski marketing pomaže u pozicioniranju destinacije kao atraktivnog brenda, superiornog u odnosu na alternative, naglašavajući stvari koje je čine poželjnom i unikatnom, dok destinacijski menadžmenta predstavlja strateški pristup upravljanja destinacijom.

- **Marketing i branding destinacije**

Brendiranje destinacije predstavlja strategiju, dok marketing destinacije predstavlja set taktičkih ciljeva i alata koje se koriste tokom procesa marketing i promocije. Definisane destinacijskog brenda je od ključnog značaja za uspješnu realizaciju marketinških ciljeva.



Izvor: <https://brandingcompass.com/>

Moć destinacijskog brenda je u njegovoj sposobnosti da privuče turiste. Za razliku od dosadašnjeg imidža crnogorske destinacije, "re-branding" podrazumijeva promjenu istog i predstavljanje destinacije u skladu sa novim trendovima. Jednom uspostavljen, novi brend destinacije biće osnova svih marketinških aktivnosti dizajniranih da promovišu destinaciju i privuku turiste. Dakle, re-brendiranje destinacije je aposlutno neophodno crnogorskom turizmu, a novi brend destinacije je ključan za nove poruke koje želimo da saopštimo svijetu i to putem marketinga destinacije.

Rebrendirana destinacija podrazumijeva novi turistički portfolio i inovirani način planiranja, marketinga, promocije i suočavanja sa izazovima. Međutim, sa praktičnog aspekta govoreći i koristeći primjere dobre prakse, ako postoji jedinstvena formula za uspješan marketing destinacije, onda je to primjena strategije integrisanih marketing komunikacija (IMC – Integrated Marketing Communication).



IMC predstavlja koordinisanu strategiju koja obezbeđuje intenzivno online prisustvo, aktiviranjem svih relevantnih kanala komunikacije i svih modela marketinških aktivnosti, a sve sa ciljem boljeg pozicioniranja destinacijskog brenda. IMC omogućava da na više načina i putem korišćenja više platformi, stignemo do ciljne grupe.

Putem višestrukih i različitih kanala koji djeluju sinhronizovano, prenosimo istovjetnu poruku i na taj način je osnažujemo.

TURISTIČKI KLASTERI

Crna Gora kao turistička destinacija, dijeli se na **osam turističkih klastera**, koje se međusobno razlikuju po socio-kulturološkim, istorijskim, tradicionalnim, prirodnim i ekonomskim karakteristikama, a ujedno predstavljaju osnovu za jedinstven i specifičan turistički proizvod Crne Gore:

1. Ulcinj sa Adom Bojanom
2. Barska rivijera sa Skadarskim jezerom
3. Budvanska rivijera
4. Bokokotorski zaliv

5. Prijestonica Cetinje
6. Glavni grad sa Centralnom regijom
7. Bjelasica, Komovi i Prokletije
8. Durmitor i Sinjajevina sa rijekama Tarom i Pivom

TURISTIČKI KLASTERI



VIZIJA RAZVOJA PRIMORSKOG REGIONA

”Destinacije Primorskog regiona prepoznate su na globalnom nivou kao odredišta visokog ranga kvaliteta usluge i sofisticacije prostora, koje na inovativan i napredan način isporučuju turistički doživljaj Mediterana i mediteranskog zaleđa najzahtjevnijim tržišnim segmentima.”

– Koncept Prostornog plana Crne Gore do 2040. godine

TURISTIČKI KLASTER 1 - Ulcinj sa Adom Bojanom

KARAKTERISTIKE

Ulcinj sa svojim plažama, rijekom Bojanom, Solanom, Šaskim jezerom, Starim gradom, i dr. posjeduje izuzetan potencijal za razvoj visokokvalitetnog turizma. Velika plaža je jedna od najatraktivnijih surf destinacija na Mediteranu, a Ulcinjska Solana, kao zaštićeno područje, i njenih 14,5 km² slanih bazena, predstavlja stanište za preko 241 vrstu ptica, što čini 50% od ukupnog broja registrovanih ptica u Evropi. Uvala Valdanos i njeni maslinjaci predstavljaju najveći živi spomenik maslinarstva u Crnoj Gori, izvanredne ekonomske i ekološke vrijednosti. Pored prirodnih potencijala, Ulcinj sa svojom istorijom od 25 vjekova, tri religije i bogatim kulturnim nasleđem, predstavlja dragulj crnogorske obale.

VIZIJA RAZVOJA KLASTERA

Ulcinj sa Adom Bojanom postaje kvalitetna cjelogodišnja destinacija, sa smještajnim kapacitetima visokog nivoa usluge i diverzifikovanom turističkom ponudom orjentisanom na prirodi (plažni turizam, posmatranje ptica – “birdwatching”, pješačenje, pješačke ture unutar Solane uz turističku valorizaciju “soli”, kao i jahanje konja i dr.), sportsko rekreativnim aktivnostima (kajtsurfing, paraglajding, vindsurfing i dr.), kulturi i turistička valorizacija brojnih legendi, istorijskih događaja (Ulcinj kao pijaca robova i poznati gusarski centar u 17. vijeku i dr.), više potopljenih brodova i galija iz raznih epoha, kao i druga bogata kulturna baština.

INVESTICIJE, PROSTOR, HOTELSKI STANDARDI I INFRASTRUKTURA

Prostor i investicije

- ✓ Interdisciplinarno razraditi strategije/modele i moguće scenarije te najprihvatljivije (najodrživije) ugraditi u planska dokumenta, kako bi se obezbijedila osnova za održivi razvoj turizma;
- ✓ Maksimalno iskoristiti brownfield lokacije i analizirati opravdanost eventualnih greenfield investicija;
- ✓ Zaustaviti neformalno širenje naselja i sanaciono djelovati za već postojeća neformalna naselja;
- ✓ Uskladiti nove i rekonstruisane zgrade sa uslovima njihovog šireg konteksta (usklađenost sa okruženjem prirodnim, urbanim, kulturnim), pritom poštujući planom definisane standarde koji upućuju na dobro promišljenu arhitekturu urbanih struktura koja vješto kombinuje lokalnu tradiciju sa elementima moderne arhitekture;
- ✓ Prilikom sanacije i planiranja novih zona, potrebno je raditi na standardizaciji objekata u smislu spratnosti i oblika građevina, njihovoj materijalizaciji i primjeni boja i odgovarajućem parternom uređenju;

- ✓ Zaštititi prostor uz rijeku Bojanu zaustaviti dalje građenje privremenih objekata uz Bojanu i zaustaviti eroziju plaže na Adi Bojani, kroz trajno rješenje. Takođe, zaštititi i prostor u okolini Šaskog jezera (gdje se ujedno nalaze i ostaci grada Svača) i samo jezero kao stanište 240 različitih ptica. Kroz posebne programe turističke ponude na bolji način valorizovati Šasko jezero i njegovu okolinu, jer isto predstavlja odličan potencijal za razvoj izletničkog turizma;
- ✓ Nastaviti aktivnosti na valorizaciji lokaliteta bivšeg hotela Galeb, bivšeg hotela Jadran i bivšeg hotela Grand Lido i apartmana Lido, pratiti aktivnosti na unaprijeđenju standarda smještajnih kapaciteta hotela „Mediteran“;
- ✓ Kreirati projektne aktivnosti kroz programe podrške u cilju povezivanja turizma i poljoprivrede, malog biznisa i preduzetništva.

Standardizacija i unifikacija objekata

U cilju kreiranja imidža grada Ulcinja, a kroz definisane programe privatno – javnog partnerstva (npr. „Novo lice grada“) potrebno je raditi na osvježenju fasada objekata u urbanom dijelu grada, standardizovati rješenja kroz upotrebu materijala i boja koji su estetski prihvatljivi, neutralni i uklopivi sa okolinom.

Objekte graditi u mediteranskom stilu, kombinujući izuzetnu estetiku i funkcionalnost u cilju postizanja potpune unifikacije dizajna enterijera i spoljašnjeg prostora.

Na nivou lokalnih samouprava targetirati najstarije građevine koje imaju kulturnu i istorijsku vrijednost, kao i građevine u kojima su živjele ili boravile značajne istorijske ličnosti i iste zaštititi, revitalizovati i turistički valorizovati.

U djelovima grada koji imaju istorijsku vrijednost objekte graditi na motivima lokalne etno-arhitekture, sa autohtonim materijalima.

Prilikom kreiranja novih sadržaja potrebno je posebnu pažnju posvetiti arhitektonskom oblikovanju i materijalizaciji objekata, naročito vodeći računa da se volumeni objekta pažljivo projektuju sa ciljem dobijanja homogene slike naselja i grada. Fasade objekata i krovne pokrivače treba predvidjeti od kvalitetnog i trajnog materijala i kvalitetno ih ugraditi.

Hotelski standardi

U I liniji do mora težiti hotelskoj ponudi kategorije 4 i 5 zvjezdica, sa raznovrsnim dodatnim sadržajima.

Prilikom planiranja hotela uz Veliku plažu, poštovati kriterijum da se za jednu smještajnu jedinicu obezbijedi 100 m² zelene površine.

U zoni zaleđa hotelska ponuda bi trebala da bude kategorije 3-5 zvjezdica, koji će biti otvoreni tokom cijele godine. Hoteli moraju biti građeni tematski sa dopunskim sadržajima, koji će se oslanjati na diverzifikovanu ponudu grada, a ne samo na plažni turizam.

Potrebno je raditi na povećanju standarda postojećih smještajnih kapaciteta i unaprijeđenju kvaliteta usluge u sektoru turizma.

Infrastruktura

Potrebno je realizovati aktivnosti na:

Poboljšanju neodgovarajuće i izgradnji nedostajuće saobraćajne mreže, naročito sekundarne mreže saobraćajnica;

Suzbiti uzurpaciju javnog i privatnog dobra kroz privremene objekte;

Rješavanju ekološkog problema kanala „Port Milena“;

Hitnom rješavanju problema erozije Velike plaže i Ade Bojane;

Poboljšati postojeću i izgraditi nedostajuću infrastrukturu u cilju snabdijevanja stanovništva kvalitetnom vodom za piće;

Završiti radove na izgradnji kanalizacione mreže;

Poboljšanju elektroinženjeringa posebno u zoni uz Veliku plažu.

TURISTIČKI PROIZVOD

Glavni turistički proizvodi	Dodatni turistički proizvodi
<p>Turizam zasnovan na prirodi (posmatranje ptica, pješaćenje, biciklizam, pješaćke ture “soli” u Ulcinjskoj solani, jahanje konja, i dr.)</p> <p>Sportsko-rekreativni turizam (kajtsurfing, vindsurfing, wakeboard, paraglajding i surfing, kampovi za sportiste, škole sporta, MICE (broj hotela sa kongresnim sadržajem)</p> <p>Zdravstveni turizam (Ženska plaža, ljekovito blato)</p> <p>Nudistički turizam</p> <p>Govornički i eno turizam.</p>	<p>Kulturni turizam - manifestacije, kulturna baština, legende (gusari, trg robova, i dr.)</p> <p>Porodični turizam</p> <p>LGBT turizam</p> <p>Digitalni nomadi</p>

TURISTIČKI KLASTER 2 - Barska rivijera sa Skadarskim jezerom

KARAKTERISTIKE

Barska rivijera obuhvata teritoriju opštine Bar, Sutomore i druga turistička mjesta na teritoriji ove opštine. Prepoznata je po šljunkovitim i kamenitim plažama na teritoriji opštine Bar i pjeskovitoj sutomorskoj plaži, Starom gradu Baru, Dvorcu Kralja Nikole, Staroj maslini koja je zaštićena kao spomenik prirode (1957. god.) i jedna je od najstarijih u Evropi, kao i po brojnim manifestacijama koji se realizuju na ovom području. Opština Bar se nalazi između dvije obale, tj. i morske i jezerske, a za njen položaj je važna i Luka Bar. Značajno mjesto u ponudi imaju i vjerski objekti, crkve i džamije, stari i po više vjekova. Zaštitni znak barske rivijere su i maslinjaci, a lokalno stanovništvo je prepoznato kao proizvođač maslinovog ulja. Pored brojnih hotela i privatnog smještaja ponuda i dalje nije na značajnijem nivou, i ovom segmentu nedostaju komplementarni sadržaji – MICE, spa&wellness, itd.

Skadarsko jezero je jedan od pet nacionalnih parkova u Crnoj Gori /od 1983. godine/, površine cca. 400 km². 1989. godine dobija status područja od međunarodnog značaja za boravak ptica, a 1995. godine je upisan na Ramsar listu - Svjetsku listu močvara od međunarodnog značaja. Skadarsko je najveće jezero, stanište za 280 vrsta ptica i 48 vrsta riba. Ovo područje je povezano za Glavnim gradom i opštinom Bar i

Lukom Bar magistralnim putem i Željeznicom, što potvrđuje da ima preduslove za dalji razvoj, između ostalog i kao turistička mikro destinacija. Na ovom području se nalazi bogato kulturno - istorijsko nasljeđe - arheološka nalazišta, utvrđenja, srednjovjekovni manastiri, crkve, tradicionalno seosko graditeljstvo. Tu se nalazi nekoliko nalazišta iz ilirsko-helenističkog i rimskog perioda, kao i manastiri iz XIV i XV vijeka, iz doba vladavine dinastija Balšića i Crnojevića i fortifikacioni kompleksi iz perioda osmanske dominacije. Specifična narodna arhitektura - stare ruralne cjeline, pojedinačni primjeri ribarskih i stambenih objekata, kamenih mostova i mlinova na vodotocima rijeka, potvrđuju kulturni pejzaž od posebne graditeljske vrijednosti. Na ovom području je i jedan od najznačajnijih vinarskih regiona u Crnoj Gori – Crmnica. U ovoj regiji se realizuje niz turističkih manifestacija.

VIZIJA RAZVOJA KLASTERA

Barska rivijera sa Skadarskim jezerom – jedinstvena destinacija sa visokokvalitetnim hotelima sa razvijenom MICE i spa&wellness ponudom, koja privlači turiste tokom cijele godine, sa tipičnom mediteranskom gastro ponudom, te manifestacijama i koncertima tokom cijele godine, ali i organizovanom ponudom kulturnog turizma.

Oblast Skadarskog jezera – destinacija za ponudom za aktivni odmor – ribolov, sportove na vodi, pješačke i biciklističke staze, prepoznata kao regija u kojoj se uzgaja i proizvodi vino od autohtonih crmničkih sorti.

INVESTICIJE, PROSTOR, HOTELSKI STANDARDI I INFRASTRUKTURA

Prostor i investicije

Pozicioniranje opštine Bar kao opštine dinamičnog i održivog privrednog rasta i razvoja;

Pozicioniranje Barske rivijere sa Skadarskim jezerom kao destinacije koju karakteriše turizam u prirodi, sportski i ruralni turizam, a u okviru gradske opštine MICE i kulturni turizam;

Na teritoriji opštine Bar, postoje preduslovi za razvoj nautičkog turizma, koje bi pratili hotelski smještajni kapaciteti odgovarajućeg kvaliteta i standarda;

Zaustaviti neformalno širenje naselja (Utjeha, Dobre Vode, Sutomore) i sanaciono djelovati za već postojeća neformalna naselja, kako bi se riješila komunalna opremljenost, saobraćajna mreža, poboljšao kvalitet života i ekološki standardi. Potrebno je riješiti problem nedovoljno razvijenog sistema za selektivno odlaganje otpada, sanirati veliki broj odlagališta komunalnog i građevinskog otpada;

Netaknuti predjeli, NP” Skadarsko jezero” - fokus razvoja zone na boljoj valorizaciji prostora, kroz strogo kontrolisanu gradnju smještajnih i ugostiteljskih objekata, pritom vodeći se principom očuvanja životne sredine;

Potrebno je uraditi Menadžment plan Nacionalnog parka “Skadarsko jezero”;

Održivi razvoj graditeljskog razvoja Skadarskog jezera je apsolutni imperativ prilikom daljeg razvijanje ovog podneblja. U zoni jezera ne planirati novu izgradnju većeg obima osim u pojedinačnim objektima ili manjim grupacijama primjerenih objekata.

Standardizacija i unifikacija objekata

U cilju kreiranja imidža opštine Bar, a kroz definisane programe privatno – javnog partnerstva (npr. „novo lice grada“) raditi na osvježenju fasada objekata u urbanom dijelu grada, standardizovati rješenja kroz upotrebu materijala i boja koji su estetski prihvatljivi, neutralni i uklopivi sa okolinom.

Raditi na usklađivanju novih i rekonstruisanih zgrada poštujući planom definisane standarde koji upućuju na dobro promišljenu arhitekturu urbanih struktura, koja vješto kombinuje lokalnu tradiciju sa elementima moderne arhitekture.

Objekte graditi u mediteranskom stilu, kombinujući izuzetnu estetiku i funkcionalnost u cilju postizanja potpune unifikacije dizajna enterijera i spoljnog prostora.

Na nivou lokalnih samouprava targetirati najstarije građevine koje imaju kulturnu i istorijsku vrijednost, kao i građevine u kojima su živjele ili boravile značajne istorijske ličnosti i iste zaštititi, revitalizovati i turistički valorizovati.

Kreirati projektne aktivnosti na lokalnom nivou, kroz različite programe podrške kreirane od strane lokalne turističke organizacije u cilju povezivanja turizma i poljoprivrede, malog biznisa i preduzetništva. Razvoj ruralnog turizma u zaleđu urbane cjeline Bara je potrebno snažno podržati od strane nadležnih organa na državnom i lokalnom nivou.

Hotelski standardi

U prvoj liniji do mora težiti hotelskoj ponudi kategorije 4 i 5 zvjezdica, sa raznovrsnim dodatnim sadržajima.

U zoni zaleđa hotelska ponuda bi trebala da bude kategorije 3-5 zvjezdica, koji će biti otvoreni tokom cijele godine. Za nove hotele, naročito u dijelu koji su van urbane matrice grada, prilikom izgradnje hotela potrebno je poštovati kriterijum da se za jednu smještajnu jedinicu obezbijedi 100 m² zelene površine.

Potrebno je raditi na povećanju standarda postojećih smještajnih kapaciteta i unaprijeđenju kvaliteta usluge u sektoru turizma.

Infrastruktura

Potrebno je realizovati aktivnosti na:

Strateškom pristupu u rješavanju komunalnih problema na teritoriji opštine Bar, koji se ogledaju u nedovoljno razvijenoj vodovodnoj mreži, nepostojanju sistema za odvod otpadnih voda, nedovoljnoj pokrivenosti kanalizacionom mrežom, nepostojanju sistema za prečišćavanje otpadnih voda, lošem kvalitetu lokalnih puteva u ruralnim područjima i slaboj povezanosti seoskih područja sa gradskim jezgom, kao i preopterećenosti magistralnog puta u toku ljetnje turističke sezone;

Proširenju postojećih kapaciteta regionalne sanitarne deponije na Možuri i na izgradnji reciklažnog centra i centra za obradu biorazgradivog otpada u cilju zaokruživanja sistema upravljanja komunalnim otpadom;

Poboljšanju neodgovarajuće i izgradnji nedostajuće saobraćajne mreže, naročito sekundarne mreže saobraćajnica i suzbijanju uzurpaciju javnog i privatnog dobra kroz privremene objekte.

TURISTIČKI PROIZVOD

Glavni turistički proizvodi

Dodatni turistički proizvodi

<p>Kupališni turizam – pješčane i šljunkovite/kamenite plaže</p> <p>Visokokvalitetni i ekskluzivni hoteli sa razvijenom MICE i spa&wellness ponudom</p> <p>Nautički turizam</p> <p>Gastro i eno turizam (proizvodnja maslinovog ulja)</p>	<p>Kruzing turizam</p> <p>Ronilački turizam</p> <p>Kulturni turizam</p> <p>Manifestacioni turizam i koncerti, noćni život</p>
---	---

TURISTIČKI KLASTER 3 – Budvanska rivijera

KARAKTERISTIKE
<p>Budvanska rivijera je jedno od najstarijih naselja na Jadranu, a prepoznata je po lijepim plažama, visoko-kvalitetnim hotelima i smatra se metropolom turizma u Crnoj Gori. Budvansku rivijeru čine opština Budva i turističko mjesto Petrovac. Najprepoznatljiviji simboli ponude Budvanske rivijere su, u domenu kulturnih atrakcija, Stari grad sa sakralnim objektima, Muzej grada sa arheološkom i etnografskom postavkom i Rimski mozaici u Petrovcu, a kad je riječ o prirodnim atrakcijama poluostrvo Sveti Stefan, ostrvo Sveti Nikola, Miločerski park i plaže, od kojih je najduža Slovenska plaža. Sem po kupališnom turizmu, Budva je prepoznata i po velikom broju manifestacijama, ali i po noćnom životu, zbog čega privlači veliki broj mladih turista.</p> <p>Takođe, na Budvanskoj rivijeri postoji veliki broj visokokvalitetnih hotela, od kojih neki posluju pod poznatim svjetskim brendovima, posjeduju MICE i spa&wellness sadržaje. Povezana je magistralnim putem sa aerodromom Tivat, ali i sa Glavnim gradom i aerodromom Podgorica, te Lukom Bar, što je čini dobro pozicioniranom turističkom destinacijom.</p>
VIZIJA RAZVOJA KLASTERA
<p>Budvanska rivijera – jedinstvena destinacija sa visokokvalitetnim hotelima sa razvijenom MICE i spa&wellness ponudom, koja privlači turiste tokom cijele godine, sa tipičnom mediteranskom gastro ponudom, te manifestacijama i koncertima tokom cijele godine, ali i organizovanom ponudom kulturnog turizma.</p>
INVESTICIJE, PROSTOR, HOTELSKI STANDARDI I INFRASTRUKTURA
<p>Prostor i investicije</p> <p>Pozicioniranje opštine Budva kao savremene, razvijene lokalne zajednice i primamljive turističke destinacije u regionu oslanjajući se na bogato kulturno-istorijsko naslijeđe i prirodne resurse, koji zadovoljavaju raznovrsna interesovanja posjetilaca;</p> <p>Kroz PUP opštine Budva potrebno preispitati princip planiranja objekata većih od četiri etaže uz Slovensku plažu, jer se na taj način blokiraju vizure prema moru. Takođe, prilikom planiranja prostora voditi se principom opšteg dobra društva;</p> <p>Planirati što veći broj javnih uređenih prostora, koji će rasteretiti trenutnu preizgrađenost u njenoj gradskoj zoni;</p> <p>Zaustaviti neformalno širenje naselja Rafailovići i sanaciono djelovati za već postojeća neformalna naselja, kako bi se riješila komunalna opremljenost, saobraćajna mreža, poboljšao kvalitet života i</p>

ekološki standardi. Potrebno je riješiti problem nedovoljno razvijenog sistema za selektivno odlaganje otpada, sanirati veliki broj odlagališta komunalnog i građevinskog otpada;

Maksimalno iskorišćavanje brownfield lokacija, kao i stručna analiza opravdanosti eventualnih greenfield investicija (Buljarica i Jaz).

Nastaviti aktivnosti u cilju turističke valorizacije započetih investicionih projekata hotel „Crystal rivijera“ u Petrovcu i hotel „As“ u Perazića Dolu, kao i lokaliteta hotela „Kraljičina plaža“ u Miločeru.

Standardizacija i unifikacija objekata

U cilju kreiranja imidža opštine Budva, a kroz definisane programe privatno – javnog partnerstva (npr. „novo lice grada“) raditi na osvježenju fasada objekata u urbanom dijelu grada, standardizovati rješenja kroz upotrebu materijala i boja koji su estetski prihvatljivi, neutralni i uklopivi sa okolinom.

Raditi na usklađivanju novih i rekonstruisanih zgrada poštujući planom definisane standarde koji upućuju na dobro promišljenu arhitekturu urbanih struktura, koja vješto kombinuje lokalnu tradiciju sa elementima moderne arhitekture. Objekte graditi u mediteranskom stilu, kombinujući izuzetnu estetiku i funkcionalnost u cilju postizanja potpune unifikacije dizajna enterijera i spoljnog prostora.

Na nivou lokalnih samouprava targetirati najstarije građevine koje imaju kulturnu i istorijsku vrijednost, kao i građevine u kojima su živjele ili boravile značajne istorijske ličnosti i iste zaštititi, revitalizovati i turistički valorizovati.

Kreirati projektne aktivnosti na lokalnom nivou, kroz različite programe podrške formulisane od strane lokalne turističke organizacije, a u cilju povezivanja turizma i poljoprivrede, malog biznisa i preduzetništva. Razvoj ruralnog turizma u zaleđu urbane cjeline Budve je potrebno snažno podržati od strane nadležnih organa na državnom i lokalnom nivou.

Hotelski standardi

U prvoj liniji do mora težiti hotelskoj ponudi kategorije 4 i 5 zvjezdica, sa raznovrsnim dodatnim sadržajima;

U zoni zaleđa hotelska ponuda bi trebala da bude kategorije 3-5 zvjezdica, koji će biti otvoreni tokom cijele godine. Za nove hotele, naročito u dijelu koji su van urbane matrice grada, prilikom izgradnje hotela potrebno je poštovati kriterijum da se za jednu smještajnu jedinicu obezbijedi 100 m² zelenih površina;

Potrebno je raditi na povećanju standarda postojećih smještajnih kapaciteta i unaprijeđenju kvaliteta usluge u sektoru turizma.

Infrastruktura

Potrebno je realizovati aktivnosti na:

Poboljšanju postojeće i izgradnji nedostajuće komunalne infrastrukture;

Zaštiti životne sredine koja je u proteklom periodu naročito narušena usled prekomjernih građevinskih aktivnosti, loše primjene tj. implementacije urbanističkih planova, zatim nedostatka planske dokumentacije, neuvažavanja posebnih kriterijuma za zaštitu životne sredine u planiranju, kao i usled neplanskog korišćenja prostora i zauzimanja građevinskog zemljišta;

□ Poboljšanje postojeće i izgradnje nedostajuće saobraćajne mreže, naročito sekundarne mreže saobraćajnica uz suzbijanje uzurpacije javnog i privatnog dobra kroz izgradnju privremenih objekata.

TURISTIČKI KLASTER 4 – Bokokotorski zaliv

KARAKTERISTIKE

Boka Kotorska je najveći zaliv Jadranskog mora i obuhvata područje Kotora, Herceg Novog i Tivta ali i područje manjih naseljenih mjesta – Perasta, Igala i Risna. Ovo je najjužniji fjord Evrope, a u njemu su poslednjih godina realizovani i otpočeti projekti luksuznih turističkih resort-a – Porto Montenegro, Porto Novi i Luštica Bay, koji čine ovaj dio naše obale najekskluzivnijim. Sa pomenutim investicijama Boka je dobila i marine za luksuzne jahte, ekskluzivne restorane i trgovinske lance, ali i bogatu klijentelu.

Ovaj dio obale posjeduje i kulturne znamenitosti među kojim se u **Kotoru** izdvajaju Stari grad sa utvrđenjem iznad grada, koji se nalaze na UNESCO listi zaštićene kulturne baštine, zatim religijski objekti, i dr. Kotor je međunarodno poznat kao kruzing destinacija, ali i grad karnevala. Takođe, jedna od prepoznatih turističkih atrakcija je i “Akvarijum Boka” osnovan 2020. godine i sastoji se od javnog akvarijuma i spasilačkog centra za morske kornjače. Akvarijum Boka predstavlja jedinstvenu instituciju u Crnoj Gori koja kombinuje istraživanje i obrazovanje kako bi promovisala i praktikovala efikasnu zaštitu morskih životinja.

U **Herceg Novom** su najprepoznatljivije znamenitosti Citadela i Sat kula, Tvrđave Španjola i Forte Mare, Kanli kula, muzeji, avanturistički park Vrbanj, ali i park prirode Orjen, Titova vila “Galeb” i manastir Savina.

Tivat jedan od najmodernijih gradova na crnogorskom primorju, u okviru kojeg se nalaze ostrva Cvijeća, Svetog Marka, Gospe od Milosti, Tivatske Rive i sela Donja Lastva. Takođe, u novije vrijeme prepoznat je i po hotelskom kompleksu Portu Montenegro sa ekskluzivnom marinom, zatim po brojnim manifestacijama i aktivnostima usmjeren na razvoj turizma kako gradskog jezgra tako i njegovog šireg okruženja.

Perast je prepoznat po tipičnoj arhitekturi, ostrvima Sveti Đorđe i Gospa od Škrpjela, ali i muzejima i vilama koje su bile u vlasništvu bogatih moreplovačkih porodica, a danas su nerijetko u funkciji hotela.

Risan, drevno mjesto, najstarije na ovom području, a posebno prepoznato po Rimskim mozaicima.

Igalo, poznato po ljekovitom blatu i Institutu “Dr Simo Milošević” predstavlja centar zdravstvenog turizma Crne Gore.

Bokokotorski zaliv je prepoznat i po autentičnom bokeškom folkloru i nošnji - Bokeškoj mornarici koja se od decembra 2021. godine nalazi na reprezentativnoj listi svjetske nematerijalne kulturne baštine UNESCO-a , ali i po brojnim legendama o moreplovcima (Tri sorele itd.). Kao i na preostalom dijelu obale, karakteristična je tipična mediteranska gastronomija.

VIZIJA RAZVOJA KLASTERA

Boka Kotorska – ekskluzivna cjelogodišnja destinacija koja nudi turistima autentična iskustva u visokokvalitetnim resort-ima i hotelima, uz mogućnost razvoja MICE ponude, zdravstvenog, jahting turizma, kao i bogate ponude turizma zasnovanog na prirodi (planinarenje, biciklizam, pješčačenja i dr.)

INVESTICIJE, PROSTOR, HOTELSKI STANDARDI I INFRASTRUKTURA

Prostor i investicije

Pozicioniranja Boka Kotorske kao visokokvalitetne destinacija autentičnog identiteta, čiju će osnovnu ponudu predstavljati njeni predjeli i kulturna raznolikost, koja će tržišno biti orjentisana na kulturni, sportski, kupališni, zdravstveni turizam i koja će predstavljati međunarodnu destinaciju sa ukupno do 10.000 hotelskih kreveta kategorije od 3 do 5 zvjezdica;

Fokus na poboljšanje izgleda okoline i stvaranje mogućnosti za bavljenje sportom kao osnove za poboljšanje atraktivnosti instituta Igalo (okolina Igala), integracija zapuštenih sela u brdima u turistički razvoj (Gornja Lastva i dr. seoska naselja), stvaranje dopunskih ponuda da bi se gosti podstakli na duži boravak u Boki (koncept boravka), proširenje kapaciteta i osavremenjavanje aerodroma u Tivtu;

Zonu treba usmjereno i kontrolisano razvijati, koristeći na održiv način prirodne, kulturne i stvorene potencijale;

Razvoj turističkog smještaja je potrebno veoma pažljivo planirati, jer je kapacitet nosivosti opština u ovom klasteru, naročito u Kotoru, gotovo već iscrpljen;

Raditi na produženju trajanja sezone, kroz valorizaciju i revitalizaciju postojećih objekata i izgradnju novih smještajnih kapaciteta. Pažnju usmjeriti na pretvaranje bivših vojnih i industrijskih kapaciteta u hotelske kapacitete i objekte nautičkog turizma;

Zaustaviti gradnju stambenih prostora u zaleđu, koji su neplanski i bez reda pozicionirani u prostoru i vrlo često i bez adekvatne infrastrukture;

Zona je sjajan potencijal za razvoj nautičkog turizma, a postojeće luke i marine potrebno je značajno unaprijediti u pogledu proširenja kapaciteta i kvaliteta usluga;

Maksimalno iskoristiti potencijal pojedinih naselja (Prčanj, Risan, Meljine, Igalo) za razvoj zdravstvenog i wellness turizma i uvezati manje porodične hotelske kapacitete sa velikim nosiocima programa zdravstvenog i wellness turizma;

Posebnu vrijednost na teritoriji opštine Kotor čine prirodne karakteristike na području Kotorsko-risanskog zaliva koje se kao prirodno i kulturno-istorijsko područje Kotora nalazi na Listi svjetske baštine UNESCO. Zaštita kulturnog nasljeđa predstavlja apsolutni imperativ prilikom daljeg planiranja i razvoja grada;

Pratiti i dalje kroz izradu detaljnih planova poštovati postulate koje zastupa PPPN za obalno područje;

Pri izradi strateških dokumenata i prilikom sprovođenja aktivnosti imati u vidu i međunarodne sporazume i konvencije.

Standardizacija i unifikacija objekata

U cilju kreiranja imidža gradskih opština Kotor, Tivat i Herceg Novi, a kroz definisane programe privatno – javnog partnerstva (npr. „novo lice grada“) potrebno je raditi na osvježenju fasada objekata u urbanom dijelu grada, pritom standardizovati rješenja kroz upotrebu materijala i boja koji su estetski prihvatljivi, neutralni i uklopivi sa okolinom.

Neophodno je raditi na usklađivanju novih i rekonstruisanih zgrada pritom poštujući planom definisane standarde koji upućuju na dobro promišljenu arhitekturu urbanih struktura.

Objekte graditi u mediteranskom stilu, kombinujući izuzetnu estetiku i funkcionalnost u cilju postizanja potpune unifikacije dizajna enterijera i spoljnog prostora.

Potrebno je na nivou lokalnih samouprava targetirati najstarije građevine koje imaju kulturnu i istorijsku vrijednost, kao i građevine u kojima su živjele ili boravile značajne istorijske ličnosti i iste zaštititi, revitalizovati i turistički valorizovati.

Nastaviti aktivnosti na sprovođenju turističke valorizacije započetih investicionih projekata i to prvenstveno za lokaciju bivšeg hotela Fjord u Kotoru, bišeg hotela Igalo, hotela Tamaris, starog hotela Boka, kao i unaprijeđenje standarada u hotelu Plaža, koji je ujedno i najveći hotel na teritoriji opštine Herceg Novi.

Kreirati programe podrške u cilju povezivanja turizma i poljoprivrede, malog biznisa i preduzetništva.

Hotelski standardi

U I liniji do mora treba težiti hotelskoj ponudi kategorije 4 i 5 zvjezdica, sa dodatnim sadržajima.

U zoni zaleđa, hotelska ponuda bi trebala da bude kategorije 3-5 zvjezdica, sa dopunskim sadržajima.

Potrebno je raditi na povećanju standarda postojećih smještajnih kapaciteta i unaprijeđenju kvaliteta usluge u sektoru turizma.

Cilj pozicioniranja je da predmetni klaster postane destinacija sa ukupno do 10.000 kreveta, i to da sa većim turističkim kompleksima sa do 800 kreveta u opštini Herceg Novi, Tivat i na poluostrvu Luštica (Porto Montenegro, Porto Novi, Luštica Bay), dok u Kotoru i selima oko zaliva u formi malih porodičnih hotela sa maksimumom do 100 kreveta. Pojedinačno, može doći do odstupanja od predmetno postavljenog cilja, ukoliko se detaljnim analizama dođe do opravdanosti realizacije drugačijeg koncepta investicija.

Infrastruktura

Potrebno je realizovati aktivnosti na:

- Ravnomjernom, kvalitetnom i dugoročno održivom razvoju i unapređenju saobraćaja i ukupne infrastrukture predmetne zone;
- Strateškom pristupu u rješavanju komunalnih problema naročito na teritoriji opštine Herceg Novi, koji se ogledaju u nedovoljno razvijenoj vodovodnoj mreži i nepostojanju sistema za odvod otpadnih voda, nedovoljnoj pokrivenosti kanalizacionom mrežom, nepostojanju sistema za prečišćavanje otpadnih voda, lošem kvalitetu lokalnih puteva na ruralnim područjima i slaboj povezanosti seoskih područja sa gradskim jezgom, kao i na preopterećenosti magistralnog puta u toku ljetnje turističke sezone;
- Poboljšanju neodgovarajuće i izgradnji nedostajuće saobraćajne mreže, naročito sekundarne mreže saobraćajnica, ali i suzbijanju uzurpaciju javnog i privatnog dobra kroz privremene objekte;

- Poboljšanje postojeće i izgradnja nedostajuće komunalne infrastrukture u cilju snabdijevanja stanovništva kvalitetnom vodom za piće, sa akcentom na Herceg Novi;
- Realizovati projekat vodosnabdijevanja i odvođenja otpadnih voda u Bokotorskom zalivu - izgradnja kanalizacionog sistema za naselja Risan, Perast, Stoliv i Prčanj kojim će se otpadne vode ovih naselja prikupljati i transportovati do priključenja sa centralnim kolektorskim sistemom Opštine Kotor.

TURISTIČKI PROIZVOD	
Glavni turistički proizvodi	Dodatni turistički proizvodi
Visokokvalitetni i ekskluzivni resorti i hoteli sa razvijenom MICE i spa&wellness ponudom Zdravstveni turizam Nautički turizam Kulturni turizam - muzeji, dvorci, vjerski objekti, arheološka nalazišta, autentična arhitektura, Bokeljska noć, Fašinada (nematerijalna kulturna dobra – običaji, obredi, svečanosti) Gastronomski turizam	Ronilački turizam Manifestacioni turizam Izletnički turizam

VIZIJA RAZVOJA CENTRALNOG REGIONA

„Centralni region kroz raznovrsnost doživljaja tokom cijele godine stvara motiv posjete inovativnom, naprednom i atraktivnom području koje spaja urbani i ruralni karakter Crne Gore.“ – Koncept Prostornog plana Crne Gore do 2040. godine.“ – Koncept Prostornog plana Crne Gore do 2040. godine

TURISTIČKI KLASER 5 – Prijestonica Cetinje

KARAKTERISTIKE
<p>Prijestonica Cetinje je kulturno i istorijsko jezgro Crne Gore. Mala udaljenost, te povezanost magistralnim putem sa crnogorskom obalom (cca. 29 km do Budve i 49 km do aerodroma Tivat) i Glavnim gradom Podgorica (cca.37 km), te Lukom Bar (cca. 67 km), predstavljaju odlične preduslove za njegov razvoj. Prijestonica posjeduje izvanredne potencijale za razvoj aktivnog turizma povezanog sa prirodom (pješačke, biciklističke i planinarske rute, sportovi na vodi, i dr.), imajući na umu da je njenom teritorijom obuhvaćen nacionalni park, te brojne pećine od kojih je najpoznatija Lipska, i neka od najljepših izletišta u Crnoj Gori poput Rijeka Crnojevića, Žabljak Crnojevića i Njeguši. Na teritoriji Prijestonice se nalaze i brojne kulturne znamenitosti, i to – Mauzolej na Lovćenu, Mauzolej na Orlovom kršu, dvorac Kralja Nikole, Plavi dvor, Biljarda, Istorijski muzej, Umjetnički muzej, Etnografski muzej Muzej novca, Njegoševa rodna kuća i drugi, kao i nekoliko vjerskih objekata od kojih je najznačajniji Cetinjski manastir. Na Cetinju se nalaze i objekti u kojima su nakon proglašenja crnogorske nezavisnosti na Berlinskom kongresu 1878. godine bila poslanstva velikih sila. Sada su to bivše ambasade država Engleske, Italije, Francuske, Njemačke, Rusije, Turske, Bugarske, Belgije, Srbije i Austrougarske, u kojima su smješteni univerzitetski i umjetnički centri Crne Gore, poput Fakulteta likovnih umjetnosti, Fakulteta dramskih umjetnosti, Muzičke akademije, Fakulteta za crnogorski jezik i književnost. Sve navedeno, Prijestonicu čini idealnim područjem za dalji razvoj ponude kulturnog turizma, koji je prema svim istraživanjima, globalno, jedan od povoda najvećeg broja turističkih putovanja.</p>
SCENARIO/VIZIJA
<p>Prijestonica Cetinje - destinacija sa cjelogodišnjom ponudom, razvijenoj na bazi prepoznatih kulturnih i prirodnih znamenitosti, orijentacijom ka aktivnom, kulturnom i manifestacionom turizmu.</p>
INVESTICIJE, PROSTOR, HOTELSKI STANDARDI I INFRASTRUKTURA
<p>Prostor i investicije</p>

Pozicioniranje zone Prijestonice Cetinje sa NP Lovćen kao destinacije koju karakteriše prije svega kulturni turizam, a zatim i sportski, ruralni turizam i MICE turizam;

Zaštita kulturnog nasljeđa Prijestonice Cetinje;

Pojačati kontrole realizacije planskih rješenja, kako bi se sačuvao kulturno istorijski izgled Prijestonice Cetinje;

Zaštita Istorijskog jezgra Prijestonice Cetinje učlanjenjem na UNESCO listi;

Usmjeriti pažnju na promociju investicionih potencijala i realizaciju razvojnih projekta na teritoriji Prijestonice Cetinje;

Valorizacija brownfield lokacije kroz uspostavljanje višenamjenskog kompleksa na prostoru nekadašnjeg "Oboda", gdje je potrebno planirati uspostavljanje različitih kulturnih, umjetničkih, turističkih i privrednih sadržaja;

Gradnja Žičare koja će povezivati Kotor, Lovćen i Cetinje predstavlja razvojni projekat i njenom realizacijom Crna Gora bi posjedovala jedinstveni, savremen, nov i atraktivan segment turističke ponude;

Cetinju "vratiti" hotel Lokandu, koji se nalazio u samom centru Cetinje, a koji je srušen usljed oštećenja nakon zemljotresa 1979. godine, a koji je imao status spomenika kulture;

Nastaviti aktivnosti na realizaciji projekta "Beautiful Cetinje", koji podrazumijeva rekonstrukciju objekata u istorijskom jezgru grada, uz primjenu najasavremenijih mjera energetske efikasnosti;

Dekoratívna rasvjeta eksterijera turističkih atrakcija, koja podrazumijeva postavljanje savremene visoko-funkcionalne dekorativne LED rasvjete na fasadama muzejskih jedinica, bivših ambasada i vjerskih objekata. Projektom se dobija na sigurnosti, funkcionalnosti i estetskom izgledu naznačajnijih turističkih atrakcija;

Projekat "Cetinje smart city" u punom kapacitetu—povezivanje "stejkholdera" i potpuna funkcionalnost kartice koja omogućava turistima objedinjavanje usluga na jednom mjestu;

Valorizacija lokaliteta "Ševrlja" u funkciji izgradnje turističkog kampa. Obezbijediti neophodnu dokumentaciju i učiti u njegovu izgradnju (javno ili privatno-javno partnerstvo);

Dopuniti projekat "tematske staze" koji podrazumijeva kulturno-istorijske i gastro rute;

Izvršiti adekvatne radove kako bi tvrđava Žabljak Crnojevića bila dostupna i adekvatno turistički valorizovana kao kulturno istorijsko nasljeđe Crne Gore;

Netaknuti predjeli NP "Lovćen" - fokus razvoja zone na upravo boljoj valorizaciji prostora, kroz strogo kontrolisanu gradnju smještajnih i ugostiteljskih objekata, pritom vodeći se principom očuvanja životne sredine.

Standardizacija i unifikacija objekata

U cilju kreiranja imidža gradskih opština, a kroz definisane programa privatno – javnog partnerstva (npr. „novo lice grada“) potrebno je raditi na osvježenju fasada objekata u urbanom dijelu grada, pritom standardizovati rješenja kroz upotrebu materijala i boja koji su estetski prihvatljivi, neutralni i uklopivi sa okolinom.

Neophodno je raditi na usklađivanju novih i rekonstruisanih zgrada sa uslovima njihovog šireg konteksta pritom poštujući planom definisane standarde koji upućuju na dobro promišljenu arhitekturu urbanih struktura, koja vješto kombinuje lokalnu tradiciju sa elementima moderne arhitekture.

Van urbanih zona objekte graditi u tradicionalnom stilu, kombinujući izuzetnu estetiku i funkcionalnost u cilju postizanja potpune unifikacije dizajna enterijera i spoljnog prostora.

Na nivou lokalnih samouprava targetirati najstarije građevine koje imaju kulturnu i istorijsku vrijednost, kao i građevine u kojima su živjele ili boravile značajne istorijske ličnosti i iste zaštititi, revitalizovati i turistički valorizovati.

Potrebno kreirati programe podrške u cilju povezivanja turizma i poljoprivrede, malog biznisa i preduzetništva. Razvoj ruralnog turizma u okolini urbanih cjelina Prijestonice Cetinje je potrebno snažno podržati od strane nadležnih organa na državnom i lokalnom nivou.

Hotelski standardi

U gradskoj zoni potrebno je težiti hotelskoj (mali hoteli) ponudi minimum kategorije 4 zvjezdice, sa dodatnim sadržajima.

U ostalim zonama, hotelska ponuda bi trebala da bude kategorije minimum 3 zvjezdice, koji će biti otvoreni tokom cijele godine, a podsticati i razvoj seoskih domaćinstava.

Potrebno je raditi na povećanju standarda postojećih smještajnih kapaciteta i unaprijeđenju kvaliteta usluge u sektoru turizma.

Infrastruktura

Potrebno je realizovati aktivnosti na:

- Ravnomjernom, kvalitetnom i dugoročnom održivom razvoju i unaprijeđenju saobraćaja i ukupne infrastrukture predmetne zone. Posebnu pažnju potrebno je posvetiti obezbjeđenju razvoja nedovoljno razvijene vodovodne mreže i nepostojanju sistema za odvod otpadnih voda, nedovoljnoj pokrivenosti kanizacionom mrežom, nepostojanju sistema za prečišćavanje otpadnih voda, lošem kvalitetu lokalnih puteva u ruralnim područjima i slaboj povezanosti seoskih područja sa gradskim jezgom;
- Poboljšanju neodgovarajuće i izgradnji nedostajuće saobraćajne mreže, naročito sekundarne mreže saobraćajnica, ali i suzbijanju uzurpacije javnog i privatnog dobra kroz privremene objekte.

TURISTIČKI PROIZVOD	
Glavni turistički proizvodi	Potporni turistički proizvodi
Proizvod koji počiva na aktivnom turizmu - pješaćenje, planinarenje, biciklizam i dr. Kulturni turizam - muzeji, dvorci, vjerski objekti, arheološka nalazišta, autentična arhitektura i dr. Ruralni turizam Gatronomski i eno turizam	Sportski turizam Izletnički turizam Avanturistički turizam Manifestacioni turizam

TURISTIČKI KLASTER 6 – Glavni grad sa Centralnom regijom

KARAKTERISTIKE

Glavni grad Podgorica je grad koji se odlikuje harmonijom tradicionalnih i modernih arhitektonskih stilova, te skladom u spoju starog i novog. Glavni grad Crne Gore i njegova bogata kulturna baština - Stara Varoš i Sahat kula, arheološki lokaliteti Duklja i Medun, kao i prirodne atrakcije, kao što su kanjoni rijeka Morače i Cijevne, zatim kampovanje, rekreacije i planinarenja u Kučkim planinama, obilazak panoramske rute "Krug oko Korita"²² i vidikovaca predstavljaju glavnu turističku ponudu Glavnog grada. Pored navedenog, krstarenje Skadarskim jezerom, posmatranje ptica, jezerskih pejzaža, posjeta brojnim autentičnim selima ovog područja i raznovrsna eno i gastro ponuda, koja predstavlja spoj mediteranske i kontinentalne nacionalne kuhinje i bogate vinske riznice autohtonih vina vrhunskog kvaliteta, predstavljaju dio kvalitetne ponude.

Danilovgrad je kao destinacija prepoznat po manastirima Ostrog i Ždrebaonik, po relativno očuvanoj arhitekturi užeg gradskog jezgra sa specifičnim starim balkonima, jedinoj Umjetnička koloniji u Crnoj Gori sa zavidnim brojem skulptura, Zavičajnim muzejem, Spuškom tvrđavom i Martiničkom gradinom, te rijekom Zetom sa brojnim plažama, koja je proglašena parkom prirode. Jednu od turističkih atrakcija predstavlja i Farma magaraca u Martinićima, koja je za kratko vrijeme privukla pažnju ne samo domaćih, već i velikog broja stranih medija. Na rijeci Zeti nalazi se više mostova iz različitih vremenskih perioda, koji svjedoče o bogatoj istoriji minulih vremena.

Tuzi imaju dobar geografski položaj i prirodna bogatstva, udaljeni su od morske obale cca. 40 km, a od susjedne Albanije cca. 14 km. Imaju izlaz na Skadarsko jezero, rijeku Cijevnu, te se prostiru na dijelu Ćemovskog polja. Potvrda kulturno-istorijskog značaja je dokaz da je ovo područje bilo naseljeno još u neolitu. Nalazi se na starom rimskom putu ka Skadru, a u vrijeme Ilira naseljavali su ga Labeati. Na području Tuzi postoje ostaci iz perioda vladavine Ilira, Rimljana, Osmanlija, kao i ostaci rano-hrišćanskih crkava.

VIZIJA RAZVOJA KLASTERA

Klaster Glavni grad sa Centralnom regijom koju čine Glavni grad Podgorica, opštine Danilovgrad i Tuzi predstavlja destinacije izletničkog, eno-gastronomskog, MICE, vjerskog, ali i porodičnog turizma.

INVESTICIJE, PROSTOR, HOTELSKI STANDARDI I INFRASTRUKTURA

Prostor i investicije

Podgorica

Prostorna vizija razvoja Glavnog grada Podgorice jeste zaštita, nadgradnja i razvoj kvalitetne strukture grada i urbane regije.

Teritoriju Podgorice možemo podijeliti na južnu, centralnu i sjevernu zonu. Južna zona obuhvata predio Skadarskog jezera sa zaleđem i velikim potencijalom za razvoj različitih vidova turizma, kao i razvojnim programom turističkih kapaciteta na područjima Vranjine, Plavnice i Podhuma, a prepoznaje se veliki potencijal kada je u pitanju razvoj vinskog turizma. Centralna zona obuhvata prostor planskog područja grada sa potencijalom da postane kongresni centar, uz adekvatan razvoj većih hotelskih kapaciteta, prije svega hotela sa 4* i 5*, kao i širenje mreže manjih hotelskih objekata u gradskom jezgru. Sjeverna zona obuhvata prostor brda - Ljevorječko područje, Bratonožići, Piperi, Malesija i Kuči, koji pripadaju zaštićenim područjima (planinskog vijenca Komovi

²² <https://www.montenegro.travel/info/ruta-4-krug-oko-korita>

i kanjona rijeke Cijevne) i u ovom dijelu moguć je razvoj eko-turizma, planinarenje i zimske sportsko-rekreativne aktivnosti, dok šire rekreativno područje obuhvata Žiživo i Korita.

Osnovni pravci uređenja integralne turističke ponude u Glavnom gradu su bolja iskorišćenost postojeće materijalne osnove, povećanje kapaciteta i kvaliteta postojeće infrastrukture, uređenje grada i zaštita Skadarskog jezera i vodotoka Morače, Zete, Ribnice, Cijevne i Sitnice, vrijednovanje kulturnih dobara u turističkoj ponudi, unaprijeđenje kulturno-zabavnog i sportskog sadržaja, uređenje izletišta, vrijednih prirodnih ambijenata i drugih turističkih lokacija.

Veruša je naselje koje se nalazi na pola starog puta između Podgorice i Kolašina, na 1.216 metara nadmorske visine i odavno je prepoznata kao izletišta podgoričana, međutim zbog jako slabe infrastrukturne povezanosti Veruše sa Podgoricom (stari put Mateševo-Veruša-Kolašin) broj posjetilaca je relativno nizak. Shodno tome, Veruša kao kvalitetan turistički centar će dobiti na značaju nakon otvranja novog auto puta do Kolašina, kada će se na Veruši u punoj mjeri turistički valorizovati svi njeni potencijali kao planinske-zelene oaze uz razvoj sportsko rekreativnog, porodičnog i izletičnog turizma, ne samo za Podgoricu već i za primorske opštine. Takođe, područje Veruše je veoma pogodno i za različite zimske aktivnosti, uz neophodnost unaprijeđenja kvaliteta odmarališta za djecu, tradicionalno prepoznatog za korišćenje odmora tokom zimskih i ljetnjih školskih odmora.

Danilovgrad

Pozicioniranje opštine Danilovgrad, shodno planskoj dokumentaciji je destinacija koju karakteriše održivi turizam, gdje svi oblici ponude za razvoj turizma na prostoru Opštine moraju imati ekološku komponentu, kao jednu od najvažnijih turističkih ponuda. Ključna osobina turističke ponude, osim duhovne baštine, bazira se na prirodnim ljepotama i aktivnostima u prirodi, prije svega u ruralnim sredinama, planinskim izletištim i planinskim katunima, ili kombinacijom svih ovih vrijednosti. Ruralni (seoski) turizam, u svemu tome, ima ili će imati značajan udio, kroz različite nivoe usluga i programa kao što su: agro-turizam, etno-turizam, eko-turizam, lovni i sportsko-rekreativni turizam, izletnički i zdravstveni turizam, kulturni turizam i dr.

Potrebno je stvarati uslove za izgradnju smještajnih kapaciteta, naročito hotelskih, kategorije 3, 4 i 5 zvjezdica, koji opštini Danilovgrad nedostaju. Trenutno opština raspolaže sa 3 hotela od kojih je jedan van gradskog jezgra.

Potrebno je stvarati planske preduslove za razvoj eko-turizma, jer opština Danilovgrad zahvaljujući svojoj klimi i geografskom položaju, ali i prirodnim vrijednostima, ima sve preduslove za razvoj ove grane turizma.

Tuzi

Turističku ponudu opštine Tuzi neophodno je posmatrati kroz integrisanu ponudu šire zone, koja se prostire i teritorijom susjednih opština, sa ciljem stvaranja prepoznatljivog turističkog proizvoda, većeg broja turističkih programa, aktivnosti ili vidova turizma, kao razvojem prekograničnih projekata u oblasti turizma sa Albanijom.

Sa aspekta nivoa mobilnosti turista ovo područje ima potencijal za razvoj tranzitnog turizma, imajući u vidu da kroz opštinu prolazi magistralni put Podgorica – Tuzi – granični prelaz Božaj, koji povezuje

Crnu Goru sa Albanijom, kao i put Podgorica - Gusinje preko Albanije, koji povezuje Sjever i Jug Crne Gore.

Razvijati ruralni turizam koji je vezan uz ambijent sela i njegovu užu okolinu, te sve njegove aktivnosti (poljoprivreda, manifestacije, gastronomija, folklor, etnologija i ostale aktivnosti) su komponente ruralnog turizma. Opština Tuzi ima očuvanu prirodu i široku paletu prehrambenih proizvoda, kao i neiskorišćene seoske kapacitete koji se mogu povezati u jednu uspješnu priču.

Jedna od značajnih potencijala za razvoj turizma je valorizacija pristaništa Podhum, gde je moguće, u saradnji sa mještanima i kroz edukaciju svih ključnih subjekata napraviti turistički proizvod. U blizini se nalazi rezervat „Pančeva oka“, mjesto za posmatranje pelikana, što predstavlja svojevrsnu atrakciju. Iznad pristaništa nalazi se registrovana pješaka staza sa koje se vidi Lovćen, Rumija, Prokletije, Albanija i Podgorica.

Na teritoriji opštine Tuzi postoje potencijali za razvoj različitih oblika turizma kao što su: izletnički turizam - rijeka Cijevna sa svojim kanjonom i vodopadom „Nijagara“, kod Kuće Rakića, visine oko deset metara, jedno od najpopularnijih gradskih izletišta tokom ljetnjih mjeseci. Kako se radi o kanjonu koji je na većini lokacija i dalje netaknut, postoje potencijali za razvoj turizma baziranog na ribolovu, biciklizmu i šetnji. Takođe, potencijalne lokacije koje se izdvajaju za izletnički turizam su Vitoja, Podhum i druga popularna izletišta.

Eno-turizam (vinski turizam), kao podvrsta gastronomskog turizma, je zastupljen kroz aktivnosti kompanije a.d. „Plantaže 13. jul“, a odnosi se na posjetu vinogradima i vinarijama, degustaciju vina i gastronomskih specijaliteta. Na području opštine Tuzi se nalazi vinski podrum „Šipčanik na prosječnoj dubini od preko 30 metara ispod zemlje, u obliku tunela dužine 356 metara, a prostire se na 7000 m². Obilazak ovog podruma je neizostavni dio turističkog programa „Vinski put“. U okviru vinskog turizma moguće je uključivanje i malih privatnih vinarija sa ovog područja.

Kulturni turizam - brojna kulturna dobra pružaju odlične uslove za prezentaciju kulturno-istorijskog turizma. Kulturni turizam obuhvata više segmenata kao što su: vjerski, festivalski, folklorni, kulturni turizam povezan sa kulturno-istorijskim nasljeđem, kao i nematerijalni kulturni turizam.

Manifestacioni /turizam događaja - karneval u Tuzima.

Standardizacija i unifikacija objekata

U cilju kreiranja imidža gradskih opština, a kroz definisane programe privatno – javnog partnerstva (npr. „novo lice grada“) potrebno je raditi na osvježenju fasada objekata u urbanom dijelu grada, pritom standardizovati rješenja kroz upotrebu materijala i boja koji su estetski prihvatljivi, neutralni i uklopivi sa okolinom.

Neophodno je raditi na usklađivanju novih i rekonstruisanih zgrada pritom poštujući planom definisane standarde koji upućuju na dobro promišljenu arhitekturu urbanih struktura.

Van urbanih zona objekte graditi u tradicionalnom stilu, kombinujući izuzetnu estetiku i funkcionalnost u cilju postizanja potpune unifikacije dizajna enterijera i spoljnog prostora.

Na nivou lokalnih samouprava targetirati najstarije građevine koje imaju kulturnu i istorijsku vrijednost, kao i građevine u kojima su živjele ili boravile značajne istorijske ličnosti i iste zaštititi, revitalizovati i turistički valorizovati, naročito u Glavnom gradu Podgorica.

Potrebno je kreirati projektne aktivnosti kroz različite programe podrške u cilju povezivanja turizma i poljoprivrede, malog biznisa i preduzetništva. Razvoj ruralnog turizma u okolini urbanih cjelina Podgorice, Danilovgrada, Nikšića i Tuzi.

Hotelski standardi

U gradskim zonama potrebno je težiti hotelskoj ponudi kategorije 4 i 5 zvjezdica sa dodatnim sadržajima.

U ostalim zonama, hotelska ponuda bi trebala da bude kategorije 3-5 zvjezdica, koji će biti otvoreni tokom cijele godine. Pored hotelskih kapaciteta, potrebno je u naseljima i selima van grada podsticati razvoj seoskih domaćinstava.

Potrebno je raditi na povećanju standarda postojećih smještajnih kapaciteta i unaprijeđenju kvaliteta usluge u sektoru turizma.

Infrastruktura

Preduslov ravnomyernog, kvalitetnog i dugoročno održivog razvoja je i razvoj i unaprijeđenje saobraćaja i ukupne infrastrukture predmetne zone. Posebnu pažnju je potrebno posvetiti razvoju nedovoljno razvijene vodovodne mreže i sistema za odvod otpadnih voda (fekalna i atmosferska kanalizacija), nedovoljne pokrivenosti kanalizacionom mrežom, lokalnih puteva u ruralnim područjima i slaboj povezanosti seoskih područja sa gradskim jezgrom.

Potrebno je raditi na poboljšanju neodgovarajuće i izgradnji nedostajuće saobraćajne mreže, naročito sekundarne mreže saobraćajnica (pristupne ulice, parkirališta i sl.). Suzbiti uzurpaciju javnog i privatnog dobra kroz privremene objekte, koji se grade na trotoarima, zelenim i parkovskim površinama, koji onemogućavaju bezbjedno kretanje pješaka i onemogućava planiranje površina za kretanje za osobe sa posebnim potrebama.

TURISTIČKI PROIZVOD	
Glavni turistički proizvodi	Potporni turistički proizvodi
<p>MICE turizam Proizvod koji počiva na aktivnom turizmu - pješaćenje, planinarenje, biciklizam, ... Ruralni turizam Zaštićene zone Kulturni turizam - muzeji, vjerski objekti, arheološka nalazišta, autentična arhitektura Gastro-eno turizam</p>	<p>Manifestacioni turizam Ribolovački i sportsko-ribolovački turizam Izletnički turizam. Avanturistički turizam i dr.</p>

VIZIJA RAZVOJA SJEVERNOG REGIONA

“Sjeverni region je destinacija visokog nivoa kvaliteta doživljaja prirode i ruralnog ambijenta Crne Gore, dostupnog tokom cijele godine, kroz bogatstvo održivih turističkih proizvoda i

TURISTIČKI KLASTER 7 – Bjelasica, Komovi i Prokletije

KARAKTERISTIKE

Turistički klaster Bjelasica, Komovi i Prokletije je planinska turistička destinacija sa turističkom ponudom baziranom na ski i ruralnom turizmu, kao okosnicom koja povezuje ovo područje u jedinstven sistem.

Područja nacionalnih parkova Biogradska gora i Prokletije predstavljaju jedan od glavnih razvojnih turističkih potencijala ovog područja. Turistička ponuda je diverzifikovana i zasnovana na razvijenoj mreži hiking i biking staza, tematskih ruta kreiranih oko najznačajnije kulturno historijske baštine i prirodnih potencijala, kao i na visoko-kvalitetnim hotelima koji posjeduju MICE sadržaje. Poljoprivreda je usko povezana sa turizmom, i domaći proizvodi se plasiraju i u samim domaćinstvima, ali i u hotelima i restoranima u regiji, ali i u cijeloj Crnoj Gori. Turizam kao ekonomska djelatnost povezan je sa svim drugim sektorima i donosi koristi velikom broju ljudi, naročito u ruralnim područjima, ali i ženama i mladim.

INVESTICIJE, PROSTOR, HOTELSKI STANDARDI I INFRASTRUKTURA

U skladu sa Prostornim planom posebne namjene Bjelasica i Komovi na prostoru planina Bjelasice i Komova je planirana izgradnja više modernih planinskih i ski centara.

U južnom dijelu područja Bjelasice na teritoriji opštine Kolašin u toku je razvoj planinskog i ski centra **Kolašin 1600**, koji se prepoznaje kao nosilac razvoja zimskog turizma u Crnoj Gori, i sprovode se značajne infrastrukturne aktivnosti na unaprijeđenju turističke ponude. Zona za bazno naselje planinskog centra Kolašin 1600 površine je 27,19 ha i sastojće se od zone sa objektima centralnog naselja sa hotelima, apartmanima, recepcijom i javnim sadržajima, zone zasebnih grupacija sa objektima jednorodničnih i višeporodičnih smještajnih jedinica i površina za polazište ski liftova. U planinskom centru Kolašin 1600 predviđa se izgradnja 3 hotela sa ukupno 2.485 ležaja u hotelima, apartmanima i sličnim objektima. Navedeno će predstavljati nov i konkurentan turistički proizvod Crne Gore.

Zona planinskog centra **Žarski** se nalazi u sjevernom dijelu područja Bjelasice, na području opštine Mojkovac, i obuhvata područje površine 1.550 ha na nadmorskoj visini od 1650 m. Naselje planinskog centra će se sastojati od zone sa objektima centralnog naselja sa hotelima (ukupno 14), apartmanima, recepcijom i javnim sadržajima, zone zasebnih grupacija sa objektima jednorodničnih i višeporodičnih smještajnih jedinica (ukupno 6.796 kreveta) i površina za polazište ski liftova. Zona ski staza je interpolirana u zonu baznog naselja na način da obezbjeđuje idealnu dostupnost skijašima. U toku je izgradnja Ski centra „Žarski“ koje će u planiranom vremenskom intervalu biti stavljeno u punu funkciju, kao potpuno novo i moderno skijalište.

Zona baznog naselja **Cmiljača** se nalazi u sjevernom dijelu područja Bjelasice na teritoriji opštine Bijelo Polje, na 1.620 mnm, na površini od 7,5 ha. U baznom naselju su planirane zone sa 4 hotela i 22 bungalova, kao i površine za polazište ski liftova, sa ukupno 1.995 ležaja. U toku je izgradnja ski centra „Cmiljača“ koji će u planiranom vremenskom intervalu biti stavljen u punu funkciju, kao potpuno novo i moderno skijalište.

Cilj izrade Lokalne studije lokacije „**Hajla i Štedim**“ je bio da se stvore prostorno planske pretpostavke za osmišljeni ekonomski razvoj izrazitih prirodnih potencijala, prostornog obuhvata Rusolije, Štedima, Ahmice, Bandžova i Hajle, kao i koridora koji funkcionalno veže ovaj prostor sa centrom Opštine Rožaje. Planom je obuhvaćeno područje površine 4.326,49 ha, a prostor u granicama zahvata Lokalne studije prepoznat je kao planinsko, ljetnje, zimsko, sportsko - rekreaciono područje. Predmetna lokacija

predstavlja najkvalitetniji planinski turistički lokalitet u Opštini Rožaje. Izgradnja skijaškog centra na Hajli i Štedimu doprinijeće razvoju turizma i dodatno uticati na povećanu tražnju za poljoprivrednim i šumskim proizvodima, različitim servisnim uslugama, za nekretninama i dr., čime će se povećati stepen atraktivnosti i konkurentnosti područja u cjelini. Ski centar „Štedim-Hajla“ će u planiranom vremenskom intervalu biti stavljen u punu funkciju, kao potpuno novo i moderno skijalište.

Poseban dragulj u turističkoj ponudi Crne Gore će biti **Đalovića pećina**, koja pripada širem prostoru Đalovića klisure, odnosno prostoru definisanom kao „zaštićeno područje“. Prostor valorizacije je prostor Đalovića klisure na potezu od Manastira Podvrh sa Crkvom Sv. Nikole do ulaska u Đalovića pećinu, na površini od cca 114 ha. Đalovića pećina, i šire područje kojem gravitira ovaj lokalitet, idealni su za sve oblike avanturističkog turizma: speleologija, kanjoning, zip-lajn, kajak na brzim vodama, slobodno penjanje, planinski biciklizam, lov i ribolov, pješaćenje, planinarenje kao i razne oblike avanturističkih parkova u prirodi.

Značajnije ulaganje u infrastrukturu u ruralnim područjima – putevi, vodosnabdijevanje, energetski sistem, ali i pojačavanje signala za mobilnu telefoniju i dostupnost interneta.

Dakle, strateško uporište je važno zbog činjenice da se zaštita i kreativna interpretacija ovog planinskog prostora odnosno klastera, mora uzeti kao faktor diferenciranja u odnosu na slične lokacije unutar regije i šire, odnosno Evrope. Drugim riječima strateško uporište da je „turizam čuvar prostora“ u modernom kontekstu turistifikacije znači sljedeće: da bi bio turistički uspješan ovaj prostor mora zadržati, unaprijediti i po potrebi rehabilitovati svoju prirodnu izvornost.

Za ovaj klaster ključ uspjeha je jedinstveno upravljanje cjelovitim turističkim lancem vrijednosti prostora i to, kako u fazi otvaranja značajnijih investicijskih projekata, tako i u fazi organizacije i vođenja destinacijskog menadžmenta ovog atraktivnog turističko-rekreacijskog prostora; kao i balansirani koncept turističkog, urbanog i ruralno-pojoprivrednog razvoja ovog kraja koji na taj način podupire cjelogodišnje privredne aktivnosti prouzrokovane turizmom kao polugom razvoja.

Standardizacija i unifikacija objekata

Neophodno je raditi na usklađivanju novih i rekonstruisanih zgrada poštujući planom definisane standarde koji upućuju na dobro promišljenu arhitekturu urbanih struktura, koja vješto kombinuje lokalnu tradiciju sa elementima moderne arhitekture.

Van urbanih zona objekte graditi u tradicionalnom stilu, kombinujući izuzetnu estetiku i funkcionalnost u cilju postizanja potpune unifikacije dizajna enterijera i spoljnog prostora.

Na nivou lokalnih samouprava targetirati najstarije građevine koje imaju kulturnu i istorijsku vrijednost, kao i građevine u kojima su živjele ili boravile značajne istorijske ličnosti i iste zaštititi, revitalizovati i turistički valorizovati.

Prilikom kreiranja novih sadržaja potrebno je posebnu pažnju posvetiti arhitektonskom oblikovanju i materijalizaciji objekata, naročito vodeći računa da se volumeni objekta pažljivo projektuju sa ciljem dobijanja homogene slike naselja i grada. Fasade objekata i krovne pokrivače treba predvidjeti od kvalitetnog i trajnog materijala i kvalitetno ih ugraditi. U djelovima grada koji imaju istorijsku vrijednost objekte graditi na motivima lokalne etnoarhitekture, sa autohtonim materijalima.

Potrebno je kreirati projektne aktivnosti kroz različite programe podrške u cilju povezivanja turizma i poljoprivrede, malog biznisa i preduzetništva.

Hotelski standardi

U gradskim zonama potrebno je težiti hotelskoj ponudi kategorije 4 i 5 zvjezdica sa dodatnim sadržajima.

U van gradskim zonama, hotelska ponuda bi trebala da bude kategorije 3-5 zvjezdica, a potrebno je u naseljima i selima podsticati razvoj seoskih domaćinstava kategorije 3 zvjezdice.

Potrebno je raditi na povećanju standarda postojećih smještajnih kapaciteta i unaprijeđenju kvaliteta usluge u sektoru turizma.

Infrastruktura

Preduslov ravnomyernog, kvalitetnog i dugoročno održivog razvoja je i razvoj i unaprijeđenje saobraćaja i ukupne infrastrukture predmetnog klastera. Posebnu pažnju je potrebno posvetiti razvoju nedovoljno razvijene vodovodne mreže i sistema za odvod otpadnih voda (fekalna i atmosferska kanalizacija), boljoj pokrivenosti kanizacionom mrežom, sistema za prečišćavanje otpadnih voda, lošom kvalitetu lokalnih puteva na ruralnim područjima i slaboj povezanosti seoskih područja sa gradskim jezgom.

Potrebno je raditi na poboljšanju neodgovarajuće i izgradnji nedostajuće saobraćajne mreže, naročito sekundarne mreže saobraćajnica - sabirne ulice, pristupne ulice i parkirališta. Suzbiti uzurpaciju javnog i privatnog dobra kroz privremene objekte, koji se grade na trotoarima, zelenim i parkovskim površinama, koji onemogućavaju bezbjedno kretanje pješaka i onemogućava planiranje površina za kretanje za osobe sa posebnim potrebama.

TURISTIČKI PROIZVOD	
Glavni turistički proizvodi	Dodatni turistički proizvodi
Zaštićene zone (nacionalni parkovi i park prirode) sa diversifikovanom ponudom Zimski turizam – ski centri Turizam zasnovan na prirodi – pješaćenje i planinarenje, biciklizam, skijanje, jahanje konja i dr. MICE turizam (postojeći i kapaciteti u izgradnji) Ruralni turizam – seoska domaćinstva i katuni Gastro turizam	Ponuda eko i etno sela Lovni i ribolovni turizam Kulturni turizam (manifestacije, kulturna baština) Porodični turizam

TURISTIČKI KLASER 8 – Durmitor i Sinjajevina sa rijekama Tarom i Pivom

KARAKTERISTIKE
<p>Nacionalni park Durmitor sa kanjonom rijeke Tare nalazi se na UNESCO-voj listi svjetske prirodne i kulturne baštine /1980/. Obuhvata masiv planine Durmitor, kanjone rijeka Tare, Drage, Sušice i najviši dio kanjonske doline Komarnice. Durmitor je prepoznat po izuzetnoj ljepoti svojih planinskih vrhova i 18 ledničkih jezera tzv "Gorskih oči", od kojih su najpoznatija Crno jezero, Škrčka jezera, Zminičko i Zminje, itd. U središtu nacionalnog parka je Žabljak, gradsko naselje na najvećoj nadmorskoj visini na Balkanu. Na teritoriji nacionalnog parka nalazi se i stećci, UNESCO zaštićeno kulturno dobro. Nacionalni park Durmitor i park prirode Piva su okosnica turističke ponude, a ulaganja u putnu infrastrukturu (put Nikšić – Žabljak) i uspostavljanje panoramske rute "Durmitorski prsten", učinile su ovaj kraj atraktivnijim za turističke dolaske. Durmitor je nekad bio poznat ski centar zbog izazovnih padina, koji danas posjeduje skijalište na Savinom kuku sa nedovoljno modernizovanom infastrukturuom. Karakteristična četinarska šuma, ali i uopšte bogatstvo flore i faune, dom je brojnih životinjskih vrsta, a na ovoj teritoriji je i rezervat prirode – Crna Poda. Značajno kulturno-istorijsko nasljeđe predstavlja most na Tari, manastir Dobrilovina i brojni drugi kulturno istorijski spomenici. Via Dinarica je okosnica avanturističke ponude i transnacionalnog je karaktera, uz brojne druge hiking i biking staze, panoramske puteve i slično, a rafting</p>

na Tari i kanjoning u kanjonu Nevidio predstavljaju najatraktivnije avanturističke aktivnosti. U posljednjih par godina se povećava broj registrovanih seoskih domaćinstava, što je značajno s obzirom na to da ova regija ima tipične proizvode kao što su durmitorski sir i skorup, pljevaljski sir, a i sve veći broj organskih proizvoda, što doprinosi ukupnoj turističkoj ponudi.

Panoramski put Durmitorski prsten, kao jedna od turističkih ponuda ovoga klastera, predstavlja kružno putovanje dugo 76 kilometara. Početak panoramskog puta je u centru Žabljaka i nastavlja se oko planinskog masiva Durmitora. Duž ove rute, turista je u prilici da vidi najdublji kanjon u Evropi, prostrane visoravni i neke od najviših vrhova u Crnoj Gori i upozna lokalno stanovništvo i tradicionalni život gorštaka. U cilju podizanja kvaliteta ponude turistima je na raspolaganju mobilna aplikacija - audio vodič za obilazak ovog panoramskog puta.

Planinski masiv Sinjajevine koji se prostire na gotovo 40km površine, je planina koja je važna sa aspekta stočarstva jer je odlikuju ogromna prostranstva pašnjaka. Na njenoj teritoriji nalazi se i jedno od najljepših jezera, Zabojsko jezero. Graniči se sa nacionalnim parkovima Durmitor i Biogradska gora. Na ovom području se realizuju pješakačke i biciklističke ture, a turisti mogu uživati i u jahanju konja.

Park prirode "Piva"²³ se nalazi na krajnjem sjeverozapadu Crne Gore (između državne granice sa Bosnom i Hercegovinom i granice Nacionalnog parka "Durmitor") i zauzima značajan dio teritorije opštine Plužine. Regionalni park "Piva" predstavlja prirodnu vezu između nacionalnih parkova "Durmitor" i "Sutjeska" u Bosni i Hercegovini, te je njegovo osnivanje prepoznato nizom nacionalnih i međunarodnih dokumenata i inicijativa. Regionalni park obiluje izuzetnim prirodnim karakteristikama. U regionalnom parku prisutno je preko 1.500 vrsta biljaka od kojih su mnoge rijetke i ugrožene vrste i oko 2000 vrsta gljiva; dobro očuvane šume bijelog i crnog bora, bukve i jele, javora, smrče i jasena i dr., samo upotpunjuju bogatstvo flore u parku. Rijeke Tara i Piva predstavljaju izuzetne prirodne potencijale ali i centre rafting turizma, kajakinga i drugih vrsta aktivnog odmora. Rijeka Komarnica i njen kanjon Nevidio predstavljaju posebnu atrakciju, uz činjenicu da je kanjon Nevidio posljednji osvojeni kanjon u Evropi.

Pored navedenog, ovo područje posjeduje 20-ak manjih sela, uklopljenih u predio sa karakterističnom izvornom arhitekturom, a tu su i brojni tradicionalni stočarski katuni, kao elementi kulturnog nasljeđa koje svjedoče o istoriji i kulturi pivskog kraja. Razvoj ruralnog turizma predstavlja osnov za razvoj i unaprijeđenje turističke ponude ovog parka prirode.

Nikšić koji je najveća opština u Crnoj Gori ima dobar geografski položaj i povezan je magistralnim putevima sa Glavnim gradom, sa Bokom Kotorskom, ali i Žabljakom. Nikšić posjeduje i kulturne i prirodne potencijale za razvoj turizma, među kojim su arheološko nalazište Crvena stijena, Carev most, Dvorac kralja Nikole, Bedem – gradska tvrđava, Saborna crkva Sv. Vasilija Ostroškog, nekoliko jezera, park-šume, izletišta poput Trebjese i dr.

Pljevlja, treća po veličini opština u Crnoj Gori, nalazi se na krajnjem sjeveru, oivičena šumovitim planinama i ispresjecana rječnim tokovima Tare, Čehotine i Breznice. U Pljevljima su snažno prepleteni islam i hrišćanstvo. Simboli grada su dva kulturna, istorijska i arheološka spomenika - manastir Svete Trojice i Husein-pašina džamija. Nekoliko vijekova manastir Svete Trojice bio je jedan od glavnih centara duhovnog, obrazovnog i kulturnog života u sjevernom dijelu Crne Gore. Husein-pašina džamija predstavlja jedan od najznačajnijih spomenika od perioda vladavine Osmanskog carstva, sagrađena u 16. vijeku i ima najviši minaret na Balkanu. U blizini Pljevalja nalaze se iskopine antičkog rimskog naselja - Municipum S i smatra se da je ovo naselje po veličini bilo drugo posle Duklje. Pljevlja se djelimično nalaze na teritoriji Nacionalnog parka Durmitor. Prema mišljenju Opštine Pljevlja, planina **Ljubišnja** ispunjava sve uslove da se šire područje te planine proglasi regionalnim parkom. Ljubišnja ima izuzetne uslove za izgradnju skijališta i razvoj ljetnjeg planinskog, avanturističkog, rekreativnog, zimskog i lovnog turizma.

²³ <https://www.parkpiva.com/>

Plužine su nalaze između planinskih masiva Durmitora, Volujka i Maglića sa jedne strane, i kanjona Tare sa druge. Ove prirodne granice odvajaju Plužine od susjednih opština Žabljak, Šavnik i Nikšić. U srcu područja opštine Plužine nalazi se kanjon Pive sa Piskim jezerom, po čemu se čitava oblast zove Piva. Kanjoni rijeka Tare, Pive, Komarnice i Sušice, Pivsko jezero, planiski masivi sa Trnovačkim, Stabanskim i Škrčkim jezerom, zatim idilična sela pivske planine, predstavljaju glavni potencijal za razvoj avanturističkog, ruralnog i turizma zasnovanog na prirodi.

Šavnik se nalazi na padinama, dolinama i na površinama planinskih masiva Durmitora, Sinjajevine, Moračkih planina, visoravni Krnovo i planine Vojnik. Ovaj mali autentični gradić, nalazi se na rijekama Bijeloj, Bukovici i Šavnik, koje čine rijeku Pridvoricu.

VIZIJA RAZVOJA KLASTERA

Durmitor i Sinjajevina sa rijekama Tarom i Pivom - destinacija prepoznata po skijališnom turizmu sa pratećom infrastrukturom, ruralnom turizmu, kao i po aktivnom odmoru - planinarenju, pješačenju, hodanju po krpljama, raftingu, kampovanju, jahanju konja i dr. Takođe, klaster je prepoznat po razvijenoj hotelskoj ponudi koja se zasniva na MICE sadržajima i porodičnom turizmu, uz autentičnu gastronomiju, sportsko-rekreativne i avanturističke sadržaje (kampovi za sportiste, zip line, bungee jumping, off road karavani i dr.)

Nacionalni park Durmitor se vodi održivim principima u kreiranju turističke ponude ne samo u strogo zaštićenoj zoni već i šire, i predstavlja zamajac za turizam cijele regije. Na isti način funkcioniše i park prirode Piva, i doprinosi da se turistička ponuda ali i prihodi od turizma prošire na druge djelove regije, a i da se turistički pritisak na najatraktivniju zonu smanji. Okosnica kulturne ponude su stećci koji su pod UNESCO zaštitom, ali su i svi ostalni kulturno istorijski spomenici adekvatno uključeni u ponudu. Raznovrsni domači proizvodi karakteristični za ovu regiju su u upotrebi u ugostiteljskom sektoru u regiji i šire, a lokalna gastronomija je prezentovana u restoranima širom regije. Seoska domaćinstva pružaju usluge u turizmu, pa avanturisti na stazama imaju usluge, a lokalno stanovništvo prihode kroz pružanje usluga.

Prirodni i ambijentalni uslovi, prirodne ljepote sa prostranstvima šuma, pašnjaka i livada pružaju sve mogućnosti za razvoj ski, ruralnog, avanturističkog i turizma zasnovanog na prirodi u opštinama Nikšić, Pljevlja, Plužine, Žabljak i Šavnik.

INVESTICIJE, PROSTOR, HOTELSKI STANDARDI I INFRASTRUKTURA

Prostor i investicije

Opredjeljenje Crne Gore je kreiranje visokokvalitetnog turističkog proizvoda na području Durmitora, što podrazumijeva poboljšanje kvaliteta i bitno preoblikovanje ponude i ukupne infrastrukture, u pravcu unapređenja njegove konkurentske pozicije kao posebne turističke destinacije. U tom smislu, opredjeljenje je da se pažljivo upravlja razvojem turističke ponude, na način da prioritet bude na održivom razvoju ponude koja kreira najveće koristi za ekonomiju, kako sa aspekta prihoda tako i zaposlenosti, ali i čuva životnu sredinu.

Lokalitet **Savin Kuk** obuhvata zonu postojećeg skijališta Savin Kuk sa neposrednom okolinom i planiran je kao destinacija visoke kategorije i kvalitetne ponude, namijenjena prvenstveno posjetiocima koji se bave sportom i rekreacijom. Planirana je rekonstrukcija kompletne postojeće skijaške infrastrukture. Detaljna analiza ovog područja i investicija sa više aspekata, nudi jasan zaključak o opravdanosti i profitabilnosti investicija na ovom lokalitetu, ali uz strogo vođenje računa o održivosti sa aspekta očuvanja izuzetnih univerzalnih vrijednosti dobra svjetske baštine, odnosno osjetljivog prostora u kojem se vrši zamjena starih instalacija. Jedno moderno skijalište na lokalitetu Savin kuk će u planiranom vremenskom intervalu biti stavljeno u punu funkciju.

Treba istaći da su razvojno privredno opredjeljenje jednog dijela Durmitorskog područja eko turizam i poljoprivreda, uz kontrolisanu upotrebu resursa. Valorizacijom vrijednih prirodnih i kulturnih resursa kreira se bogata turistička ponuda na cijelom području Durmitora.

Trenutni turistički trendovi podstiču destinacije kao što je Durmitor, koji još uvijek ima relativno netaknutu prirodu, prirodne resurse, bogato kulturno naslijeđe i posebnu lokalnu kulturu. Region u cjelosti može da profitira od rastućeg trenda povećane potražnje za što autentičnijim iskustvima i očuvanjem posebnog „doživljaja” destinacije na međunarodnom tržištu.

Durmitor ima potencijala da postane primjer za održivi eko-turizam kroz usklađivanje održivog planiranja turizma, projektovanja i razvoja. Planom se predlaže koncept cjelogodišnjeg poslovanja.

Investiciona ulaganja na Durmitorskom području značajno će uticati na dinamičniji ekonomski, socijalni i demografski razvoj uz racionalno korišćenje prirodnih potencijala i resursa Područja. Prije svega, očekuje se revitalizacija i ekonomsko oživljavanje postojeće privrede, koja će biti u prilici da ponudi tržištu kvalitetnije proizvode i usluge. Planiranje i razrada novih profitabilnih programa i projekata prije svega u turizmu biće interesantni kako za domaćeg tako i inostranog investitora.

Nova investiciona politika pozitivno će uticati i na revitalizaciju seoskog područja i individualnih seoskih gazdinstava. To će stvoriti mogućnost za proizvodnju značajnijih tržišnih viškova koje će seosko stanovništvo moći da ponudi prije svega gostima i posjetiocima Područja. Proizvodnjom biološki ispravne hrane i domaćih proizvoda uz njihovo brendiranje uticaće na povećanje prihoda seoskog domaćinstva.

Nikšić

Nikšić kroz arhitektonsko i urbanističko rješenje treba da bude prilagođen prirodnom okruženju i lokalnom narodnom graditeljstvu. Pri organizovanju turističkog smještaja u ruralnom dijelu opštine, potrebno je poštovati lokalne principe građenja, uz obezbjeđivanje komfora u autentičnom ambijentu, formulisanom na bazi prepoznatih prirodnih i kulturnih znamenitosti. Područje teritorije Nikšića orjentisati ka kulturnom, planinskom, sportsko – rekreativnom turizmu, planinskom i vjerskom.

Ruralni prostor Nikšića predstavlja značajan ekonomski resurs koji je potrebno revitalizovati kroz prvenstveno infrastrukturno opremanje sela i podsticaj stanovništvu za povezivanje sektora turizma i poljoprivrede, kroz vidove turizma kao što su: agro, ruralni, eno- gastronomski i drugi vidovi turizma.

Unaprijeđenje smještajnih kapaciteta (na teritoriji opštine Nikšić postoji 11 hotela, od kojih jedan nije u funkciji, i to mali hotel “Glava Zete”, kojem je neophodna sanacija i dogradnja postojećih kapaciteta, u smislu formiranja turističkog naselja visoke kategorije. Povoljna pozicija na obali rijeke, prirodni ambijent, i izgrađeni kapaciteti sporta i rekreacije u kontaktnoj zoni, čine kvalitetne preduslove za organizovanje turističke ponude).

Izgradnja hostela u gradskom jezgru (prepoznavanje postojanja ovog tipa turističkog objekta bi uticalo na poboljšanje turističke ponude grada).

Mapiranje staza i postavljanje info turističkih punktova (bolja informisanost o turističkoj destinaciji, odličan servis, veća posjećenost, bolja promocija); izgradnja trim staze oko Trebjesa

(uspostavljena lokacija za rekreativno bavljenje trčanjem; obogaćen turistički proizvod; poboljšano psiho-fizičko zdravlje građana Nikšića) i izgradnja biciklističke staze.

Turistička valorizacija kulturne baštine (zaštita i promocija kulturnog nasljeđa, mapiranje kulturno-istorijskih, vjerskih objekata i lokaliteta u funkciji razvoja turizma i turističkih posjeta, kao i unaprijeđenje stanja vjerskih objekata na turističkoj ruti).

Unaprijeđenje kulturnog turizma (na mjestu gdje se provodi odmor potrebno je dobiti mogućnost doživljavanja kulture „uživo“; ponudu koncipirati tako da ide u korak sa životnom i socijalnom sredinom).

Razvoj ruralnog turizma - razvoj seoskih domaćinstva i kombinacija smještaja, ugostiteljstva i poljoprivrede u seoskim kompleksima sa integracijom u porodicu domaćina (jezička barijera), sa ponudom posmatranja i vođenja brige o domaćim životinjama, uz konzumiranje lokalnih jela i pića, sa povoljnim cijenama.

Razvoj sportskog turizma, posebno u van sezoni, u cilju privlačenja što većeg broja turista (najbolji kratkoročni potencijali su vazduhoplovstvo, jedriličarstvo, padobranstvo (tandemski skokovi) koji privlače visokoplatežnu klijentelu; drugi razlog su regionalni i međunarodni trening kampovi i takmičenja; druga prioritetna oblast u kojoj su već planirane investicije i gdje postoji potreba za dobrim marketingom jesu svakako vaterpolo i drugi sportovi na vodi.

Digitalni nomadi (posebnu pažnju posvetiti digitalnim nomadima kao zasebnoj kategoriji koja iziskuje specifične uslove, odlična internet mreža koja pokriva najveći dio, ako ne i cijelu teritoriju opštine Nikšić) posebno u dijelu digitalizacije servisnih usluga.

Nedostatak kadrovskih kapaciteta prepoznat je kao smetnja razvoja turističkih kapaciteta na teritoriji opštine Nikšić. Neophodna je edukacija i podsticaj lokalnog stanovništva (edukacija lokalnog stanovništva koje posjeduje privatna seoska gazdinstva da valorizuju svoje potencijale u turističke svrhe, dodatno ih opreme, registruju i uvrste u turističku ponudu Nikšića).

Glavna prijetnja je nedostatak strateških investicija u tri glavne oblasti, a to su smještajni kapaciteti, kompletiranje i održivo održavanje infrastrukture i dobar marketing i prodaja. Potrebno je osnažiti i kadrovske kapacitete.

Standardizacija i unifikacija objekata

Koncept organizacije prostora Durmitorskog područja predviđa revitalizaciju, uz neznatnu dogradnju, postojećeg sistema naselja. Predviđena je revitalizacija gradskih jezgara, seoskih naselja i katuna, kao i legalizacija nelegalnih naselja koja su nastala uglavnom kao posljedica izgradnje velikog broja vikendica u prethodnom periodu. Jedno od osnovnih opredjeljenja je smanjenje šeme razučene izgradnje i urbana konsolidacija

Njegovanjem lokalne arhitektonske tipologije i predstavljanjem baštine kroz graditeljstvo, Durmitorsko područje stvara prepoznatljiv regionalni identitet, a posjetioci će moći da prepoznaju i dožive ovo područje na poseban način. Ovakav ambijent može biti svojevrsni motiv posjete.

Projektovanje i izgradnju novih objekata treba uskladiti sa postojećim tipologijama. Predvidjeti očuvanje postojećeg fonda zgrada, zaštitu elemenata arhitektonskog nasljeđa i arhitektonske tradicionalne gradnje, što će se postići kroz definisanje urbanističko tehničkih uslova za rekonstrukciju postojećih i izgradnju novih objekata.

Očuvanje postojećeg stambenog fonda i nasljeđa predstavlja opipljiv izraz kulture, koji podsjeća stanovnike i posjetioce na lokalni identitet i privlači turiste koji su zainteresovani za istorijske i ambijentalne podatke. Postojeće objekte treba adaptirati za stambeni i turistički smještaj ili komercijalne sadržaje, u skladu sa narodnom tradicijom. Stare objekte treba obnoviti i uklopiti u stvoreni ambijent urbane ili prirodne sredine uz korišćenje tradicionalnih materijala i adekvatnih, savremenih metoda projektovanja. Moderne tehnike gradnje koristiti samo ako mogu dati rezultate u skladu sa lokalnim karakteristikama gradnje.

Arhitektura hotelskih objekata treba da pokaže visok standard i usklađenost sa regionalnom arhitektonskom tipologijom. Posjetioци predmetnog područja će imati velika očekivanja u pogledu doživljaja autentičnog ambijenta u tim objektima. Regulatorni faktori treba da naglase važnost tradicionalnog projektovanja za turističke sadržaje.

U opštini Žabljak se nalaze neki izuzetni primjeri regionalnog arhitektonskog nasljeđa, međutim, ne postoji adekvatna zaštita koja bi omogućila da se ti resursi sačuvaju.

Hotelski standardi

S obzirom da hotelska turistička ponuda ima veći promet i bolja je podrška lokalnoj privredi, izgradnja hotelskih objekata na bazi eko-turizma ima prednost u odnosu na izgradnju ostalog turističkog smještaja. Kod hotelskih objekata je potrebno manje građevinskih struktura, pa je i uticaj na prirodu i predjele manji.

Očekuje se da hotelski kapaciteti, turistička naselja i ostali turistički smještaj budu na lokacijama glavnih atrakcija, kako bi se smanjila potreba korišćenja privatnih automobila i prevoza, i stvorila mogućnost pješaćenja od jedne lokacije do druge.

U gradskim zonama potrebno je težiti hotelskoj ponudi kategorije 4 i 5 zvjezdica. Hoteli u gradskim zonama pored osnovnih sadržaja neophodno je da posjeduju adekvatnu raznovrsnu strukturu sadržaja ponude koju čine: prije svega kongresni kapaciteti, velnes centri, tematski restorani, sportski tereni, i/ili druge sadržaje turističke infrastrukture i suprastrukture.

Pored hotelskih kapaciteta, potrebno je u selima podsticati razvoj većeg broja seoskih domaćinstava kategorije 3 zvjezdice i iste umrežavati sa izgrađenim panoramskim rutama, kroz adekvatna mapiranja, kako bi dobili cjelishodan turistički proizvod.

Potrebno je raditi na povećanju standarda postojećih smještajnih kapaciteta i unaprijeđenju kvaliteta usluge u sektoru turizma.

Infrastruktura

Preduslov ravnomyernog, kvalitetnog i dugoročno održivog razvoja je i razvoj i unapređenje saobraćaja i ukupne infrastrukture predmetnog klastera. Posebnu pažnju je potrebno posvetiti na obezbjeđenju nedovoljno razvijene vodovodne mreže i nepostojanju sistema za odvod otpadnih voda (fekalna i atmosferska kanalizacija), nedovoljnoj pokrivenosti kanizacionom mrežom, nepostojanju sistema za prečišćavanje otpadnih voda, lošem kvalitetu lokalnih puteva na ruralnim područjima i slaboj povezanosti seoskih područja sa gradskim jezgom.

Potrebno je raditi na poboljšanju neodgovarajuće i izgradnji nedostajuće saobraćajne mreže, naročito sekundarne mreže saobraćajnica - sabirne ulice, pristupne ulice i parkirališta. Suzbiti uzurpaciju javnog i privatnog dobra kroz privremene objekte, koji se grade na trotoarima, zelenim i parkovskim površinama,

koji onemogućavaju bezbjedno kretanje pješaka i onemogućava planiranje površina za kretanje za osobe sa posebnim potrebama.

Zagađenje vazduha i smanjenje buke, koje kao i vuzuelno ometanje za posledicu ima povećani automobilski saobraćaj, u najslikovitijim i ekološki osjetljivim područjima mogu imati značajan uticaj na doživljaj posjetioca. Stoga je potrebno ponuditi atraktivne kolektivne oblike prevoza, a time smanjiti i intezitet saobraćaja privatnih automobila. Treba uspostaviti liniju autobusom ili kombijem koji će definisanom trasom prebacivati putnike do turističkih odredišta.

U sklopu uređenja pješačkih staza, odmorišta i vidikovaca potrebno je predvidjeti urbani mobilijar, čiji dizajn i materijalizacija treba da oslikavaju karakter prostora i prirodni ambijent. U sklopu urbanog mobilijara predvidjeti vertikalnu saobraćajnu signalizaciju i informativne panoe.

Predvidjeti da sistem pješačkih i biciklističkih staza i puteva povezuje naselja i lokalitete u jedinstven lanac doživljaja, ističući ljepote područja, jedinstvene vizure prema planinama, Nacionalni park, Regionalni park prirode i ruralni ambijent naselja i katuna. U blizini i na samoj stazi predvidjeti vidikovce i odmorišta, kao i informativne i servisne punktove sa pratećim sadržajima. Na ovim punktovima će se pružati informacije o geografskim i prirodnim karakteristikama okruženja, istoriji, kulturi i običajima, flori i fauni.

TURISTIČKI PROIZVOD	
Glavni turistički proizvodi	Dodatni turistički proizvodi
<p>Zimski turizam – ski centri</p> <p>Zaštićene zone (nacionalni park i park prirode Piva) sa diversifikovanom ponudom</p> <p>Turizam zasnovan na prirodi – pješačenje i planinarenje, biciklizam, kampovanje, skijanje, jahanje konja i dr.</p> <p>Avanturistički turizam – rafting, zip line, kanjoning i dr.</p> <p>MICE turizam (postojeći i kapaciteti u izgradnji)</p> <p>Ruralni turizam – seoska domaćinstva i katuni</p> <p>Gatronomski i eno turizam</p>	<p>Ponuda eko i etno sela, tradicionalna gastronomija</p> <p>Lovni i ribolovni turizam</p> <p>Porodični turizam</p> <p>Kulturni turizam – vjerski objekti, stećci i drugo kulturno nasljeđe</p>