

Univerzitet Singidunum
Departman za poslediplomske studije

Master rad:

**Položaj Cetinja i nacionalnog parka „Lovćen“ na
turističkom tržištu**

Mentori: Prof dr. Krunoslav Čačić
Prof dr. Slobodan Unković
Student: Marija Vukić, 43/2007

Beograd, 2011.

S A D R Ž A J

PRVI DEO	UVOD	03
1.1. Predmet i polazišta istraživanja		07
1.2. Strateški plan razvoja		09
1.3. Ciljevi istraživanja		11
1.4. Značaj i aktuelnost istraživanja		14
1.5. Metodologija projekta		16
DRUGI DEO	ANALIZA SREDINE TURISTIČKE DESTINACIJ	19
2.1. Polazne osnove programa		19
2.2. Definisanje područja		20
2.2.1. Region Cetinja		20
2.2.2. Region Nacionalnog parka „Lovćen“		21
2.3. Prirodni resursi		23
2.3.1. Nacionalni park „Lovćen“		23
2.3.2. Nacionalni park „Skadarsko jezero“		26
2.4. Održivost i razvoj		30
2.4.1. Analiza privrednog i društvenog razvoja		31
TREĆI DEO	MAKRO – MIKRO DEFINISANJE	35
3.1. Definisanje makro i mikro turističkih destinacija i njihove osnovne karakteristike		35
ČETVRTI DEO	TURISTIČKE DESTINACIJE	38
4.1. Procena turističke destinacije		38
4.1.1. Menadžment destinacije		38
4.2. Turistička destinacija Nacionalni park „Lovćen“		39
4.3. Antropogeni resursi Cetinja		40
4.4. Turistička ponuda Cetinja		46
4.4.1. Smještajni kapacitet		46
4.4.2. Ugostiteljska ponuda		48
4.4.3. Rekreativna ponuda		49
4.4.4. Događaji (events)		50
PETI DEO	SWOT ANALIZA	53
5.1. SWOT analiza		54
5.1.1. SWOT analiza Nacionalnog parka „Lovćen“		57
5.1.2. SWOT analiza Cetinja		59
ŠESTI DEO	ANALIZA TURISTIČKOG TRŽIŠTA	60
6.1. Turistički promet		60
6.2. Turistička posjeta CG na početku 3. milenijuma		62
6.3. Statistički podaci		63
SEDMI DEO	VIZIJA RAZVOJA U NAREDNOM PERIODU	68
7.1. Osnovna koncepcija predmet istraživanja		68
7.1.1. Pravci budućeg razvoja		69
7.2. Analiza konkurentnosti		71
7.3. Izazovi i preporuke specifični za NP „Lovćen“		73
7.4. Prioritet i težišne tačke		75
OSMI DEO	VIZIJA BUDUĆNOSTI	79
DEVETI DEO	ZAKLJUČAK	83
DESETI DEO	LITERATURA	84

I Uvod

Kada govorimo o turističkoj destinaciji, samom pojmu i konceptu, treba naglasiti da je to geografski prostor koji se razlikuje od stalnog mjesta boravka putnika, u kojoj se sprovodi turistička aktivnost, i konzumiraju turistički proizvodi i usluge. Pojam je vezan uz političko-administrativne granice unutar kojih se sprovodi turističko planiranje i politika, dok je turistička regija prostorna cjelina u određenim administrativnim granicama u okviru koje djeluje i razvija se određeni turistički program. Hol definiše destinaciju kao lokaciju turističke potrošnje, koja sadrži raznovrsne elemente, i koju karakteriše mobilnost samih turista, a takođe može postojati na raznovrsnim nivoima, od nacionalnih, regionalnih do lokalnih.

Pojam turističke destinacije pojavio se prije tridesetak godina, a danas je predmet brojnih istraživanja, samo o imidžu destinacije u tom razdoblju objavljeno je preko 260 stručnih radova (Stiven Pajk, 2007.)¹ Razlozi tome su višestruki - jer se većina aktivnosti vezanih za putovanja i turizam odvija u destinaciji, zatim izuzetno veliki broj destinacija u svijetu nadmeće se da pridobije pažnju potrošača, a prema procijenama taj je broj veći od 10.000; isto tako postoji velika mogućnost supstitucije jedne turističke destinacije s drugom turističkom destinacijom i zato je važno održati imidž destinacije. Imidž destinacije ima ključnu ulogu u izboru destinacije. Imidž turističke destinacije se stiče na tržištu kroz vizualni identitet i funkcionalna obilježja, pa je važno zadovoljstvo turista u upoređenju s njegovim očekivanjima. Pajk navodi da u najpopularnije tipove destinacije spadaju: zemlje (38%), zatim gradovi (27%), provincije-regije (20%), odmorišta (8%), ruralna područja (1%) te ostalo (5%).

Turistička destinacija (engl. *tourism destination*, njem. *touristische Reiseziel*) u širem smislu može se definisati kao “svako odredište turističkog putovanja, od vazdušne ili pomorske luke do turističkog mjesta, regije i turističke zemlje”; to je širi, integrirani prostor, koji svoj turistički identitet gradi na koncepciji kumulativnih atrakcija koje su, zbog doživljaja što ga omogućuju i s dodatnom infrastrukturom, prostor intenzivnog okupljanja turista.

UNWTO definiše turističku destinaciju kao značajno mjesto koje se posjećuje tokom putovanja, koje je podređeno željama, sklonostima,

¹ Pike, Steven, Destination Marketing Organisations: Bridging Theory and practice, London, 2004.

interesima i potrebama turista pa tako se razlikuju tri vrste turističkih destinacija: udaljena destinacija, glavna destinacija i motivirajuća destinacija. Turistička destinacija nema čvrste granice, ona može predstavljati bilo koje odredište od polaska do povratka turista u mjesto svog stalnog boravka.

Atraktivnost turističke destinacije se definiše prema sledećim odrednicama:

- klima i prirodne ljepote,
- kulturna i društvena obilježja,
- dostupnost,
- odnos prema turistima,
- infrastruktura,
- razina cijena,
- mogućnosti za kupovinu,
- sadržaji za sport, rekreaciju i obrazovanje itd.

Upravljanje turističkom destinacijom je dugoročan proces koji bi trebao da osigura dosezanje visokog kvaliteta života stanovništva i očuvanje kulturnog identiteta čitave turističke destinacije.

Takav dugoročni cilj sadrži nekoliko komponenti:

- optimalan sveobuhvatni razvoj destinacije,
- visok nivo životnog standarda stanovništva,
- očuvanje potrebnog nivoa ekološke očuvanosti,
- očuvanje kulturno-istorijske baštine, te njeno stavljanje u funkciju opšteg razvitka destinacije.

Upravljanje turističkom destinacijom na lokalnom nivou pripada destinacijskom menadžmentu. Destinacijski menadžment različito se shvata i definiše u turističkoj teoriji i praksi. Znamo da destinacija predstavlja tzv. “virtuelno preduzeće” koje čini mreža nezavisnih preduzeća s određenim zajedničkim resursima i ciljevima poslovanja, pa je potreban zajednički menadžment koji treba upravljati zajedničkim resursima i ciljevima. Ovdje nastupa destinacijski menadžment koji koordinira različite turističke funkcije u destinaciji, koje ne mogu obavljati pojedinačni nositelji ponude, ili zajednički imaju veće izgleda za ostvarivanje ciljeva. U ekonomskoj teoriji menadžment se može definisati kao “svaka djelatnost koja u jednoj organizaciji spaja ljude različitih znanja i vještina radi ostvarivanja određenih poslovnih ciljeva” (Drucker, 1992)²; a destinacijski menadžment moguće je definisati kao poslovnu aktivnost koja spaja i koordinira rad različitih poslovnih i drugih subjekata u kreiranju i realizaciji turističkog proizvoda u cilju

² Drucker, Peter Ferdinand, Managing for the future, Penguin Books, UK, 1992.

ostvarenja njegovih optimalnih kvaliteta, konkurentnosti i postizanja optimalnih ekonomskih učinaka na turističkom tržištu (Bartolucci, 2008).

Tri su temeljne funkcije destinacijskog menadžmenta:

1. Funkcija planiranja
2. Funkcija organizovanja
3. Funkcija kontrole

Turistička politika i razvoj destinacije odvijaju se na regionalnom ili lokalnom nivou. Lokalno turističko planiranje i politika zahtijevaju razumijevanje različitih interesa i uticaja koji oblikuju destinacijski razvoj i čine ga jedinstvenim. Prema Gan-u (1993, 2002) destinacija je koncept geografskog prostora čije su granice određene različitim kompleksnim odnosima između lokalne zajednice, atrakcija i turista. Dok prema Smit-u, destinacija na lokalnom nivou može biti:

- **regija**: gdje su unaprijed određene administrativne granice;
- **homogena regija**: gdje je destinacija određena konzistentnim društvenim, ekonomskim i kulturnim karakteristikama koje je razlikuju od drugih regija;
- **funkcionalna regija**: gdje su granice lokalne destinacije određene skupinom funkcionalnih interakcija.

Vizija razvoja turističke destinacije najčešće uključuje “globalne ideje vodilje kao i metode strateške analize i planiranja”. Brojni nositelji turističke ponude u destinaciji bi trebali na nivou destinacijskog menadžmenta da formulišu jedinstvenu strategiju razvoja koja će uključiti sve nositelje turističke ponude u destinaciji. Dok bi misija trebalo da pokaže scenario za budući razvoj destinacije, a obuhvata procjenu postignutog razvoja destinacije u pogledu korišćenja resursa, konkurentnosti, kvalitete ponude i sl.

Ciljevi razvoja proizlaze iz vizije i misije, a njima se određuju namjera, smjernice i strategija razvoja i predstavljaju smjernice, želje i obveze koje bi trebalo izvršiti.

Veza između ciljeva destinacije i poslovnih subjekata može se uspostaviti putem planova turističkog razvoja koji obuhvaćaju:

- adekvatne oblike turizma,
- razvijanje infrastrukture,
- nove razvojne programe,

- povećanje zadovoljstva posjetilaca,
- povećanje ekonomskih učinaka.

U marketinškom smislu turističku destinaciju tretiramo kao turistički proizvod sa svim elementima marketing-miksa, i tu se susrećemo s pojmom životnog ciklusa destinacije. Životni ciklus destinacije je fleksibilan model životnog ciklusa destinacije koji označava različite faze u razvoju destinacije, kao i promjene koje se u njoj događaju tokom njenog prelaska iz jedne faze u drugu (pojava – rast – razvoj – pad). Životni ciklus određene destinacije nije uporediv sa životnim ciklusom proizvoda koji se stvara, koristi i, naposljetku, nestaje iz proizvodnje jer ga zamjenjuju novi proizvodi. Turistička destinacija kao turistički proizvod se razvija i može funkcionisati sve dotle dok poštuje sva načela održivosti i vrši reprodukciju svih elemenata održivog razvoja. Za održivost destinacije važna je i njena konkurentnost na turističkom tržištu koja joj osigurava određenu potražnju i ostvarenje ekonomskih učinaka. Za životni ciklus destinacije stalno treba raditi na poboljšanju elementa njene konkurentnosti, te uvažavati sva načela i kriterijume održivog razvoja.

1.1 Predmet i polazišta istraživanja

Turizam je glavna privredna grana Crne Gore. Njegovo reorganizovanje i upotpunjavanje po načelima konsekvantne tržišne orijentacije i održivog razvoja od najvećeg je strateškog značaja za napredak zemlje. Jer, turizam, sa osloncem na izvanredne prirodne okvirne uslove, može znatno da poboljša, kako životni standard stanovništva, tako i platni bilans. Može da otvori nova radna mjesta i obezbijedi egzistenciju budućih generacija. Turizam je privredna grana u kojoj Crna Gora može ne samo najbrže da postane međunarodno konkurentna, nego i da na Mediteranu zauzme poziciju na vrhu.

Vidimo da se kreatori društvenog i ekonomskog razvoja, na globalnom i lokalnom nivou, danas trude da riješe i usklade, dva naizgled sukobljena zahtjeva, zahtjev za kvalitetnijim životom i zahtjev za zaštitom životne sredine. Intezivan privredni razvoj često dovodi do nereda u prostoru i izaziva konflikte između različitih interesnih grupa. Zbog toga je neophodno naći načine i modele, da se privreda nesmetano razvija, a negativni uticaji tog razvoja svedu na najmanju mjeru.

Međutim, u Crnoj Gori je do danas malo šta urađeno da se ova ideja sprovede u djelo i postane stvarnost. Turizam je 2004. godine direktno uticao sa 8,1% ili indirektno 14,8% u bruto društvenom proizvodu RCG. Prema podacima WTO, Crna Gora sa godišnjim rastom od 10,3% predstavlja najbrže rastuću turističku privredu na svijetu. WTO Crnoj Gori predviđa ovakav rast i u narednim godinama. Glavni strateški dokument koji tretira razvoj crnogorskog turizma je „Master plan“ (Strategija razvoja turizma do 2020.) koji je, 2001. godine, izradilo Njemačko društvo za investiciju i razvoj (DEG) u saradnji sa još nekim konsultantskim kućama iz Njemačke i Ministarstvom turizma Republike Crne Gore. Ovo je jedan od Master planova izradjenih na zahtjev Ministarstva Crne Gore na koji ću se pozivati u izradi ovog Master rada.³

Ovim pomenutim Master planom obuhvaćeno je i Cetinje, koje je dug niz godina bilo isticano kao privredni centar, dok se turistički segment zanemarivao. Po njihovom mišljenju baš u Cetinju se može postići održivi razvoj turizma, kao i u većini kontinentalnih i planinskih predjela Republike, jer tu postoje veliki neiskorišćeni potencijali koje bi trebalo afirmisati i turistički valorizovati. Ovome treba dodati i bogato kulturno – istorijsko nasleđe.

³ Politika i strategija razvoja turizma Crne Gore do 2020.god, konačna verzija, Podgorica, 2008.

Kada je u pitanju turistička ponuda Cetinja nophodno je strategijsko planiranje uz primjenu integralnog marketinga na mikro i makro nivou. Dakle, pomoću promotivnih instrumenata potrebno je probuditi zelju za putovanjem po Crnoj Gori, a Cetinje bi trebalo pozicionirati u svijesti potrošača, na regionalnom i globalnom tržištu, kao originalnu destinaciju.

Ministarstvo turizma Crne Gore, već dvije godine sarađuje sa FLAG International-om (FI), zahtijevajući prvo strateške savjete vezane za privatizaciju hotela u državnom vlasništvu, a potom zahtijevajući tehničku pomoć vezanu za razvoj Sistema Nacionalnih parkova i uključenje sektora Malih i Srednjih Preduzeća (MSP) u turističku industriju. Prvi izazov Vlade Republike Crne Gore je da na drugačiji način počne doživljavati Sistem Nacionalnih parkova i same nacionalne parkove. Javnost i vladini zavničnici koji su uključeni u mješavinu turizma i nacionalnih parkova, moraju jasno razumijeti misiju parkova, koji su ciljevi Sistema i parkova, kao i viziju kako bi taj uspjeh trebalo da izgleda.

Vlada Republike Crne Gore svjesna je značaja turizma za dalji razvoj države, te potencijala koji omogućava razvoj turizma. Iako je oduvijek bio primorski turizam razvojni prioritet i tako puno razvijeniji, kako u pogledu kapaciteta tako i u pogledu posjete i doprinosa u ukupnoj zaradi od turizma, sjeverni i centralni dio Crne Gore nudio je bogato prirodno i kulturno bogatstvo za razvoj turizma. Svjesna toga potencijala, Vlada Crne Gore zaštitila je velika prirodna područja kao nacionalne parkove, inicirala naučno-stručnu obradu tih potencijala i pripremala razvojne dokumente za ta područja.

1.2 Strateški plan razvoja

Poznato je da se današnja svjetska konkurencija u turizmu više ne rukovodi samo kriterijumima proizvoda i kvaliteta turističke ponude u užem smislu. U vrijeme globalnih komunikacija i sveopšteg pristupa informacijama, tehnologije razvoja proizvoda i različitih vrsta turističkih ponuda su svima dostupne, pa se lako i brzo kopiraju. Današnje ozbiljne turističke politike, koje su vođene na principima ekonomije iskustva, sve su više usmjerene na izgradnju i njegovanje sopstvenih dugoročnih strateških potencijala iza kojih stoje različite ponude i proizvodi koje je znatno teže kopirati, te koji, usled toga, predstavljaju strateške resurse za uspjeh u budućnosti.

Strateške potencijale Cetinja zato možemo definisati kao:

- pozitivan odnos samog stanovništva prema turizmu, otvorenost, urođeno gostoprimstvo i jak pozitivan odnos koji gost dobija kao rezultat svog boravka u ovoj oblasti;
- geostrateški položaj cjelokupnog područja na međi nekoliko istorijskih kulturnih krugova i sa samim gradom, koji predstavlja još uvijek neotkrivenu turističku destinaciju u Evropi;
- veliki neiskorišćeni potencijal podzemnih i nadzemnih voda, jezera, pećina, špilja koje čine jedinstvenu strukturu atrakcija u ovom delu Evrope;
- nedirnuta prostranstva planina, šuma, agrarnih područja, vinograda i lovno-ribolovnih zona, čije slike stvaraju prepoznatljivi imidž jedinstvenog i kontrastima bogatog pejzaža;
- nasleđena baština spomenika različitih kultura, s velikim brojem očuvanih manastira kao izvorom i nadahnućem pravoslavlja u ovom području;
- sklonost slavlju i festivalima koji otkrivaju karakteristični hedonizam i opuštenost, u blizini Skadarskog jezera to su različite vrste vina i ribe, dok je na malo većoj nadmorskoj visini to njeguški pršut i prepoznatljivi

njeguški sir. Sve ovo, uz dodatnu primesu različitih kulturno - istorijskih uticaja daje kombinaciju specifičnog užitka koji vrijedi okusiti.

S druge strane, glavni strateški nedostaci koje Cetinje ima moraju hitno da se riješe, ako postoji želja za uspjehom na međunarodnom turističkom tržištu, i oni su:

- na međunarodnom tržištu još uvijek nema svijesti o Cetinju kao turističkoj destinaciji, najviše usled nedostatka promotivnog budžeta, i usled nedostatka organizacije oko formulisanja jasnog brenda koji će ovaj grad definisati i promovisati;
- sam pristup već poznatim turističkim lokalitetima je otežan, i moguć samo u slučaju posedovanja ličnog prevoza, ili već unaprijed organizovanog (npr. dolazak do Nacionalnog parka „Lovćen“), što je posledica posedovanja malog broja za to namijenski osnovanih funkcionalnih agencija, što je direktan proizvod zapuštenosti drumske infrastrukture;
- takođe nedostaje saradnja između relevantnih državnih tijela u cilju uspostavljanja prostorno-urbanističkih regulativa velikog broja postojećih i potencijalnih turističkih lokacija, nedovoljna zaštita i održavanje glavnih nacionalnih prirodnih i kulturnih resursa/atrakcija, nekontrolisana ("divlja") gradnja, kao i neprimenjivanje zakona, kontrole i kaznene politike kod incidenata na području zivotne sredine (divlje deponije);
- ne možemo zapostviti ni nedostatak kvalifikovanih hotelskih i turističkih menadžera, kadrova u svim turističkim zanimanjima, kao i sam nedostatak radne snage.

Na osnovu zahtjeva Ministarstva za turizam Crne Gore, Njemačka konsultantska kuća DEG1 je 2002. godine uradila Masterplan razvoja turizma za Sjeverni i centralni dio Crne Gore. Ovo je jos jedan master plan na koji ću se pozivati u ovom radu.⁴

⁴ Program razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori, Međunarodni institut za turizam, Ljubljana, 2005.

1.3 Ciljevi istraživanja

Studija Njemačke konsultantske kuće DEG⁵ rukovodi se u svojim navodima sa 5 osnovnih ciljeva, pa ću i ja pokušati da te ciljeve pratim, fokusirajući se na Nacionalni park „Lovćen“ i grad Cetinje.

Ovi ciljevi su:

- odrediti strateške pravce razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori na osnovu raspoloživih prirodnih, kulturnih, ljudskih i drugih resursa;
- definisati primarne i sekundarne turističke destinacije, programsko usmjerenje i prioritet njihovog razvoja;
- definisati turističko tržište i ciljne segmente, pozicionirati turističke destinacije i definisati njihov USP (Unique Selling Points);
- procijeniti obim kapaciteta i strukturu turističkih programa u turističkim destinacijama, potrebna investiciona ulaganja i obim radne snage;
- procijeniti prihode od budućeg razvoja planinskog turizma i efekte tog razvoja na crnogorsku privredu.

Takodje kada postavljamo ciljeve istraživanja, pored obraćanja pažnje i na efekte koje oni stvaruju na bližu okolinu, trebalo bi objasniti

- tržišnu i kvalitativnu orijentaciju ponude koju treba stvoriti,
- način priliva turista, koji će tokom što duže sezone dobro popuniti kapacitete uz porast prihoda po gostu dnevno,
- na koji način susjedni planinski kraj otvoriti za turizam na ekološki način i selima tog kraja pružiti dodatne izvore prihoda,
- kako za tu destinaciju zainteresovati nova tržišta i segmente tržišta,

⁵ DEG - Deutsche Investitions und Entwicklungsgesellschaft.

- kako u interesu čitavog regiona podsticati prekograničnu kooperaciju sa susjednim zemljama.

Takođe se možemo osvrnuti i na generalne ciljeve sistema Nacionalnih parkova u Crnoj Gori:

1. Sačuvati resurse parka:

- a. prirodni i kulturni resursi i sa njima povezane vrijednosti su zaštićene, restaurirane, održavaju se u dobrom stanju i rukovođeni su u skladu sa širim ekosistemom i njihovim kulturnim aspektom.
- b. služba parka doprinosi razvoju znanja o prirodnim i kulturnim resursima i povezanim vrijednostima; odluke uprave u vezi sa resursima i posjetiocima se zasnivaju na dovoljno razvijenom obrazovnom programu i dostupnim naučnim informacijama.

2. Pružiti mogućnost javnog užitka, upoznavanja sa znamenitostima obrazovnog programa i različitih iskustava posjetiocima parka:

- a. posjetioci parka uživaju u pristupačnosti, raznolikostima i kvalitetu objekata, uslugama i odgovarajućim rekreativnim aktivnostima koje su im na raspolaganju.
- b. posjetioci parka i uopšte javnost razumiju i cijene program zaštite parkova za sadašnje i buduće generacije.

3. Kroz partnerstva ojačati i sačuvati prirodne i kulturne resurse i poboljšati rekreativne mogućnosti:

- a. prirodni i kulturni resursi su očuvani kroz razne oblike saradnje i dogovore.
- b. Kroz saradnju sa ministarstvima, regionalnom i lokalnom vladom, nevladinim organizacijama, grupama prijatelja i poštovalaca, malim i srednjim preduzećima, treba razviti na državnom nivou cjelokupan sistem parkova, kulturnih znamenitosti, otvorenih prostora, pejzažnih oblasti, rijeka i puteva kako bi se pružila mogućnost obrazovanja, rekreacije, i konzervacije ovih prostora za dobrobit Crne Gore, regionalnih i međunarodnih posjetioca.

4. Učiniti organizaciju efikasnom:

- a. služba Nacionalnih parkova treba da koristi savremene načine upravljanja, sisteme i tehnologije kako bi ostvarila svoju misiju.
- b. detaljan inventar prirodnih i kulturnih resursa je osnov za efikasnu organizaciju i donošenja odluka uprave.
- c. postići maksimalnu efikasnost zaposlenih, uvesti program obuke za razvoj određenih vještina kao i profesionalnu obuku.

5. Razviti program za proširenje, prepoznavanje i zaštitu dodatnih prirodnih, kulturnih i pejzažnih oblasti:

Sveobuhvatni, objedinjeni i integrisani sistem je potreban da bi se istakla raznolikost prirodne, kulturne i pejzažne oblasti koje posjeduje Crna Gora.

6. Učešće Nacionalnih parkova Crne Gore u Evropskim i međunarodnim zajednicama parkova:

Putem ove participacije, sistem parkova Crne Gore će biti u mogućnosti da iskoristi pomoć i iskustvo stranih stručnjaka, povećati stručnost osoblja, zajedničko upravljanje, sve u cilju očuvanja i zaštite prirode.⁶

⁶ Turističkom Master Planu za Crnu Goru, (DEG, 2001)

1.4 Značaj i aktuelnost istraživanja

Međutim, s obzirom da je Cetinje okarakterisan kao grad koji je „srce Crne Gore“ mnoge državne institucije su se pokrenule da otvore i pokažu, širokom turističkom tržištu potencijale ovog mjesta, turistička organizacija, uspjela je osmišljenim aktivnostima, sprovođenjem dobrih ideja u djelo, sajamskim i medijskim nastupima da pokrene stvari u gradu koji ima toliko toga posjetiocima da ponudi, a što se do skoro svodilo na kratke posjete agencijskih grupa i pojedinačne posjetioce. Turistička organizacija Prijestonice Cetinje svoj novi početak djelovanja započinje od avgusta 2006. god i to na veoma skroman način, otvaranjem info punkta sa suvenirnicom na glavnom turističkom parkiralištu grada. U cijelokupan projekat se uključuju USAID i IRD, pa su tada odrađene i određene publikacije i štampan je vodič za primorsku oblast i samo Cetinje. Direktor Turističke organizacije Prijestonice Cetinje, gospodin Jovan Martinović, je tada izjavio da je zadovoljan prvim pravim koracima u cilju poboljšanja turističke ponude grada, i naglasio je da se ništa ne bi postiglo bez pomoći posebnog konsultanta, gospodina Stefana Krel-a iz Njemačke koji je više puta boravio na Cetinju, kako bi se na licu mjesta uvjerio o svim nedostacima i prednostima Cetinja u stvaranju turističkog proizvoda grada. Samim tim i Njemačka organizacija za tehničku saradnju (GTZ) je u mnogome pomogla u izradi štampanih pomagala u cilju stvaranja strategije razvoja turizma Cetinja.

Cetinje, konačno ima štampane materijale koji na pravi način prezentuju i promovišu turistički proizvod grada. Štampano je u saradnji sa GTZ-om preko trideset hiljada brošura na pet stranih jezika u kojima je i informator o svim kulturno-istorijskim spomenicima grada, kao i svim sadržajima koji Cetinje čine prepoznatljivim ne samo na prostoru Crne Gore već i mnogo šire. U čitavom ovom projektu Turistička organizacija Prijestonice nastoji da bude koordinator i sprega svih onih koji čine turistički proizvod grada, nastojeći da otkloni sve nedostatke i da Prijesticu na najbolji mogući način približi svakom posjetiocu.

Takođe, gosn. Martinović je ukazao na trenutni infrastrukturni problem u gradu, na čemu će se raditi da u najskorije vrijeme bude prevaziđen. Zaključio da je Cetinje nezaobilazno kao turistička destinacija Crne Gore pa i šire, jer pojedine agencije iz susjednih država prave posebne ture za svoje goste samo posjetom Cetinja. I jedan od bitnijih zaključaka je svakako želja da turista izletnika na Cetinju bude sve više, ali i cilj da se animiraju turistička tržišta da Cetinje ne smatraju

samo izletničkom destinacijom, već mjestom u kojem se može imati prijatan i relaksirajući odmor. Turistička organizacija Prijestonice Cetinje, po preporuci Nacionalne turističke organizacije Crne Gore, zasigurno će biti prva koja će početi sa animiranjem hicking-a i bikeing-a pa je u toku izrada brošure koja će biti fokusirana na taj vid rekreacije, a u mnogome pomaže web stranica Turističke organizacije Prijestonice Cetinje i turističku signalizaciju starog jezgra grada i okoline. TO drugih gradova takođe pomažu, naročito grada Kotor, čiji se štand na sajmovima koristi i u svrhe promocije Cetinja, to vidimo i u inicijativi na lokalitetu starog puta Njeguši-Kotor, na 25-oj serpentine postoji zajednički info punkt ove dvije organizacije, kao i inicijativa za rekonstrukciju i osposobljavanje stare pješačke staze između Cetinja i Kotor.

1.5 Metodologija projekta

Pri izradi programa koji definiše dalji razvoj i strateški cilj turizma određene destinacije, mora se odrediti način njegove implikacije i realizacije uz korišćenje određene metodologije samog projekta.

Metodološki okvir predstavlja shema koja se koristi prilikom izrade masterplanova u turizmu, gdje su strateški razvojni ciljevi u određenom vremenskom periodu rezultat interakcije raspoloživih resursa i potražnje. Pri tome treba pratiti i opšte mikro i makro privredne i društvene efekte. S obzirom na kvalitet prirodnih potencijala, veličinu prostora i trendova u turističkoj potražnji, strateški koncept razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori mora se zasnivati na postulatima održivog razvoja, gdje je razvoj turističkih djelatnosti u ravnoteži sa prirodnim resursima i razvojem socijalnog, kulturnog i ekonomskog okruženja sa permanentnom tendencijom poboljšanja radnog i životnog standarda stanovnika.

Geografski prostor sjeverne i centralne Crne Gore podijeljen je u zone koje, sa aspekta razvoja turizma, imaju niz zajedničkih karakteristika. Tako su u sjevernom dijelu definisane makro zone: Bjelasica, Durmitor i Prokletije, i mikro zona Kosanica, dok su u centralnom dijelu definisane mikro zone: Vučje, Veruša, Lovćen, Rumija i Orjen, od kojih su posljednje tri u južnom primorskom djelu i povezuju Crnogorsko primorje sa centralnim dijelom Crne Gore. Sa turističkog aspekta, ove prostorne zone moraju se razviti u turističke destinacije različitih vrijednosti. Turistička destinacija, prema definiciji, mora imati primarne (prirodne, kulturno-istorijske itd.) i sekundarne turističke resurse (turistički kapaciteti, turistički programi itd.) potrebne za razvoj turizma. Pored toga, destinacija mora biti dostupna turistima (solidna saobraćajna povezanost). Turistička destinacija mora imati imidž i prepoznatljivost na tržištu. Iz navedenog možemo zaključiti da se trenutno kao prepoznatljive turističke destinacije u centralnom i sjevernom dijelu Crne Gore mogu izdvojiti: Bjelasica i Durmitor, i mikro turistička destinacija Lovćen sa Cetinjem. Sve ostale zone mogu se ubrojati u zone u kojima postoji značajan turistički potencijal i u kojima je započeo razvoj turizma, kao na primjer u Plavu, Rožajama (Turjak), Veruši, Kosanici ili Vučju.

U Master planu „Program razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori“⁷, na koji se osvrćem pri izradi ovog rada, vidim da su u velikoj

⁷ Program razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori, Međunarodni institut za turizam, Ljubljana, 2005.

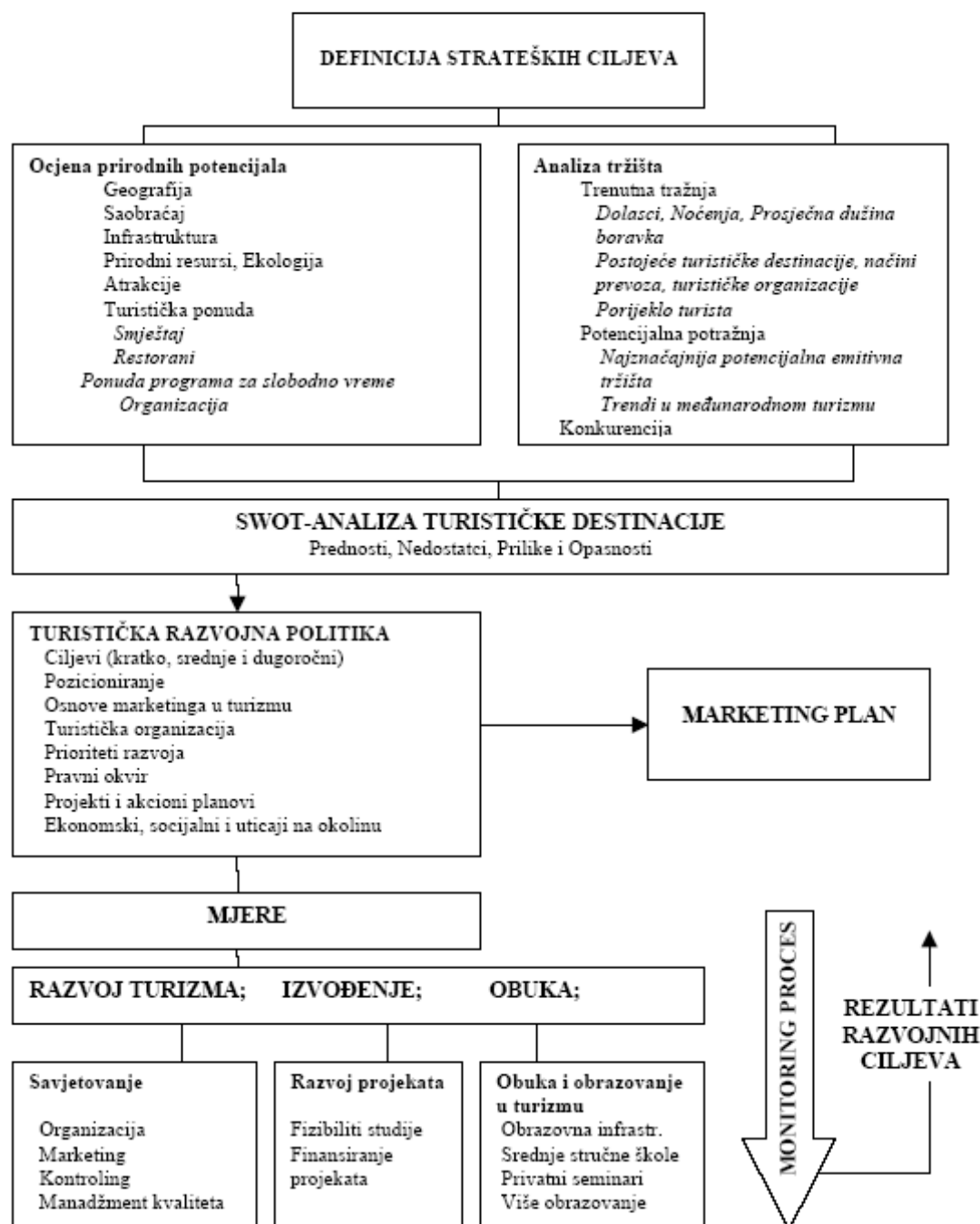
mjeri upotrebljavani sekundarni podaci o potencijalima planinskih područja Crne Gore, koja su veoma dobro i detaljno obrađena u programima integralnog razvoja, procjenama skijaških potencijala i programima nacionalnih parkova Crne Gore. Analitički se nije ulazilo u relevantnost istorijskih podataka jer u posljednjih 10-15 godina nije bilo uslova za razvoj turizma, kapaciteti i programi su propadali, a turističko tržište se značajno promijenilo. Tako se studija analitički oslanja na sekundarne zvanične podatke Republičkog zavoda za statistiku.

Pored sekundarnih izvora, u analizi se vidi da su upotrebljavani i primarni podaci do kojih se došlo metodom neposrednih razgovora (ekspertske procjene predstavnika u opštinama i turističkih radnika), neposrednog posmatranja (posjete planinskim centrima) i metodom kvalitativnog istraživanja, u kojoj su kreatori „Programa razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori“, pripremili upitnike koje su uz njihovu pomoć ispunjavali turistički stručnjaci na različitim nivoima.

Pored principa održivog razvoja turizma i usmjerenja na nemasovni turizam, u ovom programu razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori ukomponovana su programska usmjerenja, politika i aktivnosti Evropske unije na području turizma. Razlozi su sljedeći: Crna Gora je dio Evrope na jugoistoku kontinenta, Crna Gora svjesnom i odlučnom politikom traži ulaz u EU, privredne i razvojne veze će se koncentrisati na saradnju sa državama EU i većina turista u Crnoj Gori biće iz država EU.

Detaljniji prikaz strukture strategije razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori dat je na grafikonu 1.

Grafikon 1: Struktura projekta «Program razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori»



Izvor: Regional Tourism Masterplan, Horwath Consulting, 1996.

II Analiza sredine turističke destinacije

2.1 Polazne osnove programa razvoja

Za opisivanje razvoja sjevernog i centralnog područja Crne Gore uglavnom su korišćene integralne studije u kojima su predstavljene detaljne, cjelovite i dugoročne koncepcije razvoja pojedinih planinskih područja, i centralnog dijela. Integralna studija „Razvoj planinskog turizma u strategijama razvoja turizma Crne Gore” stručnjaka iz Ljubljane predstavlja veoma dobar osnov za analiziranje regionalno - privrednog razvoja, između toga i razvoj turizma kao jedne od značajnih privrednih djelatnosti u ovom dijelu Crne Gore. Kako se ova studija bazira na tri ključne tačke, preuzeću ovaj princip i pokušaću da predstavim specifikacije užih strateških ciljeva područja.

Integralnu studiju podijelićemo na tri dijela:

- u prvom dijelu date su najvažnije informacije i indikatori o području (priroda i prirodni resursi, bogatstvo regije, stanovništvo i naselja), a zatim se predstavljaju osnovni ciljevi i ograničenja razvoja;
- u drugom dijelu se prikazuje program integralnog razvoja. Program integralnog razvoja kao jedan od prioriteta ističe revitalizaciju turističke ponude i dugoročnu koncepciju razvoja turizma, ovaj dio se posvećuje analizi privrednog i društvenog razvoja i definisanju pravca strateškog razvoja;
- u trećem dijelu navode se scenariji, programi i projekti daljeg razvoja.

Dakle, prvo imamo definisanje područja, pa prirodne resurse, i na kraju održivost i razvoj.

2.2 Definisane područja

2.2.1. Region Cetinja

Region Cetinja nalazi se u krševitoj oblasti Lovćena, a sam grad Cetinje kao istorijska i sadašnja prestonica Crne Gore smješten je u istoimenom kraškom polju veličine oko 7 km² sa prosječnom nadmorskom visinom od 671m. Povezano je magistralnom komunikacijom sa Podgoricom i Budvom što ga otvara i prema unutrašnjosti Crne Gore i prema Crnogorskom primorju. Cetinje je od Budve udaljeno 29 km, od Podgorice 31 km, od aerodroma u Podgorici 37 km, od aerodroma u Tivtu 49 km i Barske luke 67km. Cetinje je udaljeno 12 km vazdušne linije od Jadranskog mora i 15 km vazdušne linije od Skadarskog jezera.

Cetinje je bilo zapostavljeno kao turistička destinacija dugo vremena po završetku Drugog svjetskog rata. Pa je bilo razvijano kao industrijski centar, sa fabrikama obuće „Košuta“ i bijele tehnike „Obod“. Ovo se pokazalo kao greška jer Cetinje ima povoljne uslove za razvoj turizma. Za razliku od priobalnih destinacija, Budve, Kotora – Cetinje je prije svega privlačno kao kulturni i duhovni centar Crne Gore, veoma važan za razumijevanje crnogorske istorije. Zbog svoje autentične arhitekture i velikog broja istorijskih građevina, relikvija, manastira, crkvi i muzeja, ovaj grad je dobio naziv „grad-muzej“.

Cetinje ima umjereno kontinentalnu klimu koju odlikuju sušna i topla ljeta, i hladne i vlažne zime sa prosječnom godišnjom temperaturom od 11°C. Proljeće je vrijeme cvjetanja čuvenih cetinjskih lipa, koje mame mirisom i koloritom boja. U ljetnjem dijelu godine vremenske prilike su dosta povoljne jer temperature ne prlaze 20°C čak ni u julu i avgustu. S druge strane zimski dio godine nije povoljan sa turističke tačke gledišta jer sniježni pokrivač, u samom gradu, zna biti visok i do nekoliko metara, mada poslednjih godina ovaj fenomen je sve redji iako su zime i dalje oštre i hladne. Cetinje je još poznato i po obilnim prolječnim i jesenjim kišama i spada među najkišovitije gradove Evrope sa oko 4000 mm vodenog taloga godišnje. Međutim i pored velikih padavina cetinjsko polje i njegova okolina su bez površinskih vodotokova i sa rijetkim izvorima što je posledica kraške konfiguracije i geološkog sastava terena.

Razvoj turizma na Cetinju počeo je davno. Potreba za pružanjem turističkih usluga javila se početkom XIX vijeka. Prvi pisani dokument o

tome potiče iz 1808. godine, a već sredinom XIX vijeka na Cetinju je već postojalo niz ugostiteljsko – turističkih objekata, po kojima se kasnije i nazivaju pojedini djelovi grada (npr. kafane „Na hanove“ ili „Na krčme“).

Pak prvi ozbiljniji turističko – ugostiteljski objekat bio je hotel „Lokanda“, kasnije nazvan „Grand – hotel“ koji se smatra najstarijim takvim objektom u Crnoj Gori. Hotel „Lokanda“ je počeo sa radom 1864. godine, a već početkom XX vijeka Cetinje već ima više manjih ugostiteljskih objekata i nekoliko hotela. Porast interesovanja za Crnu Goru uslovio je da se već 1901. godine štampa prvi turistički vodič na stranom jeziku o Cetinju, gdje se 1928. godine nalazi preko desetak kafana, a već 1931. godine Cetinje je imalo 96 hotelskih soba u 6 hotela („Grand“, „Njujork“, „Pariz“, „London“). Ipak sredinom XX vijeka sa gubitkom statusa političkog i administrativnog centra u Cetinju dolazi do stagnacije turizma, da bi se danas Cetinje prepoznavalo kao najpoznatiji centar za razvoj kulturnog turizma u Crnoj Gori.

2.2.2. Region Nacionalnog parka „Lovćen“

U okviru područja opštine Cetinje nalazi se i nacionalni park „Lovćen“ čije opisivanje se ne može početi bez samog definisanja pojma parka. Najčešće korištena definicija je: „Parkovi su oblasti koje su zaštićene kako bi se sačuvali prirodni tokovi“. Način na koji parkovi štite "prirodne tokove" variraju od zemlje do zemlje. Pristup u Sjevernoj Americi je bio da se postavljaju granice parkova kako bi se štitili cijeli ekosistemi gdje god je bilo moguće. U Evropi i na ostalim lokacijama, sistem Svjetske Unije za Očuvanje (ICUN) se koristi kako bi se definisale razne kategorije menadžmenta u okviru granica nacionalnih parkova.

Kategorija

Definicija

- | | |
|-----|--|
| I | Striktna Priroda – vođena zbog nauke. |
| II | Nacionalni Park – vođena zbog zaštite ekosistema i rekreacije. |
| III | Prirodni Spomenik – vođena zbog zaštite specifičnih prirodnih atrakcija. |

- IV Prebivalište/Menadžment vrsta u oblasti.
- V Zaštićeno Područje/Morsko Dobro – očuvanje i rekreacija.
- VI Upravljanje Resursima Zaštićene Oblasti –korištenja uz održavanje prirodnih ekosistema.

Nacionalni Parkovi Crne Gore su pod okriljem ICUN-a, poznatiji kao Evropski sistem menadžmenta nacionalnih parkova. Postoji pisani vodič za upravljanje Nacionalnim parkom. Isto tako, postoji potreba za poboljšanjem programa obuke zaposlenih, kao potreba za sistemom unapređenja zaposlenih. Svaki park ima osoblje, koje uglavnom uključuje lovočuvare, nekoliko ljudi koji rade u održavanju i administraciji. Lovočuvari uglavnom obavljaju dužnosti vodiča i vrše ostale usluge. Kulturni resursi unutar parkova spadaju u odgovornosti sistema parkova (Član 4 i 16, Zakona o Nacionalnim parkovima) i postoji vidljivo preplitanje odgovornosti sa Zavodom za zaštitu kulturno istorijskih spomenika.



Dijagram Br. 2 – Trenutna organizaciona struktura Nacionalnih parkova

2.3. Pirodni resursi

Sa svih strana Cetinje je oivičeno krševitim stijenama, koje stvaraju razudjen reljef vrtača, uvala kao i visokih vrhova. Izrazito kraški teren uslovio je da se po rubu cetinjskog polja formira i nekoliko pećina, koje su nastale uranjanjem površinskih voda u porozno stijenje stvarajući različite oblike od krečnjaka, zbog čega je ta oblast prozvana kamenim morem. Postoji nekoliko pećina (Koronina, jama Duboki Do) u kojima se nalaze formacije visećih stijena i od kojih se svojom ljepotom izdvajaju Cetinjska (1420m dužine) u samom gradu i Lipska (1140m dužine) u neposrednoj blizini. Lipska pećina bila je poznata još u Njegoševo doba, a otkrivena je približno kada i Postojnska jama u Sloveniji. Prema pisanim dokumentima zna se da je u nju prodirao i englez Lejard 1839. godine, kao i poznati putopisac i istraživač Pavle Rovinski koji je nakon spuštanja na 450m dubine, 1887. godine, zapisao da u pećini ima stalaktita i drugih ukrasa koji se ne mogu naći ni u jednoj drugoj pećini u okruženju.

Cetinjska subregija se može podijeliti na 3 mikroregije: zona Cetinja, zona Lovćena i područje Crnojevića rijeke sa dijelom Skadarskog jezera. Postoji i četvrta mikroregija Katunski krš ali ona nije primamljiva sa turističke tačke gledišta. Takođe u oblasti Cetinja postoje dva nacionalna parka: Lovćen i Skadarsko jezero.

2.3.1. Nacionalni park „Lovćen“

Lokacija:

Nacionalni park „Lovćen“ osnovan je 1952. godine s ciljem da se zaštititi i održi jedinstvena priroda, stara katunska naselja i sela sa autentičnim kamenim kućama, koja odolijevaju zubu vremena. Nalazi se na istoimenoj planini Lovćen čiji su najviši vrhovi Štirovnik (1749m), na kome se nalazi i Tv toranj, i Jezerski vrh (1660m). Mora se napomenuti da nacionalni park Lovćen spada u specifičan tip Nacionalnih parkova gdje dominira kulturno-istorijsko nasledje, a ne priroda. On obuhvata centralni i najviši dio lovćenskog masiva površine od 6400 ha. Nacionalni park „Lovćen“ je smješten u kršovitom regionu Dinarskih Alpa. Nagibi planine Lovćen strmo se uzdižu iznad obalnog područja Budve i

zapadnog dijela Cetinja. Park se na jugu graniči sa autoputem Budva-Cetinje, a na sjeveru sa starim kotorskim putem. "Crna planina", po kojoj je Crna Gora dobila ime, uzdiže se do 1,749 metara nadmorske visine. Park je površine 6,220 hektara. Sjedište parka je na Cetinju.

Značaj:

Istorija biljnog i životinjskog svijeta igra značajnu ulogu u nacionalnom parku Lovćen, koji sadrži devet različitih životnih zona u veoma malom prostoru. Ovako veliki broj životnih zona, rezultat je velike raznolikosti flore i faune. U parku postoji 2,000 biljnih vrsta. Ovo obilje života je rezultat naglih visinskih razlika i pod uticajem je dvije klimatske zone: Mediteranske i Kontinentalne zone. Njihova kombinacija na ovako malom prostoru je uzrok stvaranja jedinstvene životne sredine. U ovom parku se nalazi i mauzolej Crnogorskog vladara i pjesnika, Petra II Petrovića Njegoša. To je impozantna građevina sa 461 stepenikom, koji vode od parkirališta do samog Mauzoleja. Njegova izgradnja je započela 1951, a za javnost je otvoren 1974. Lovćen je simbol Crne Gore i daje joj nacionalni identitet.

Vegetaciju karakterišu različite vrste žbunastog rastinja tipičnog za krševite predjele, prastare bukove šume i nebrojene vrste aromatičnog bilja. Možemo nabrojiti oko 1300 biljnih vrsta, a među endemskim vrstama, koje se ovdje mogu pronaći, izdvaja se vrsta bora koja raste samo u ovom podneblju u sjeveroistočnom dijelu parka - munika, kao i Lovćenski zvončić, Nikolin razlićak, zanovjet, Nikolajev karanfil i dr. Čak 61% ukupne površine nacionalnog parka je pod šumom gdje ima bukve, javora, jasena, graba i lipe, a sama šuma crnog bora raširena je oko Jezerskog vrha i Vučijeg dola. Od životinjskog svijeta možemo ubrojiti vrste koje se redje mogu naći kao što su divlja svinja, vuk i mrki medvjed, ali zato su najrasprostranjenije vrste zec, lisica, kuna, lasica, vjeverica i jazavac. Takođe Lovćen je jedan od najmoćnijih centara biodiverziteta hiperfaune (faune vodozemca i gmizavaca određenog područja) Evrope. Od predstavnika hiperfaune možemo popmenuti: planinski mrmoljak, Mosorski gušter, Ostroglavi gušter, barska kornjača i dr, a fauna sisara sadrži pored ostalih predstavnika i bubojede, slijepe miševe i dvozupce.

Pored svega najveće blago Nacionalnog parka Lovćen predstavljaju područja pod šumom, među kojima se izdvajaju 4 rezervata koja su pod strogom zaštitom: na sjevernim padinama je rezervat bora munike, na prostoru između Štirovnika, Jezerskog vrha i Golisa su bukove šume i kulture crnog bora, treći lokalitet je Konjsko (koji sadrži bukve) i četvrti pokrivaju šume bora krivulja.

Klima:

Što se tiče klime Lovćenski masiv ima odlične predispozicije za razvoj turizma tokom čitave godine. Udaljen je samo 13 km od Cetinja ali zbog svojih planinsko-klimatskih specifičnosti ima karakteristične odlike koje posebno dolaze do izražaja u mjestu gdje se nalazi odmaralište Ivanova korita. Ovdje podno Lovćena ljeta su znatno svježija nego na Cetinju, dok su zimi termički uslovi pogodni za aktivnu rekreaciju, jer ima dosta sniježnih padavina. Sniježni pokrivač na Lovćenu i Ivanovim koritima se u prosjeku zadržava oko 110 dana. Ove karakteristike stvaraju povoljne uslove za odvijanje zimskih sportova i planinskog turizma.

Istorija:

Ova oblast je svjedok nailaženja i toka istorije od Ilira, Rimljana do dolaska Slovenskih Plemena. Cetinje je postalo bedem hrišćanstva i prijestonica Crne Gore koju Turci nikada nijesu uspjeli da osvoje. Godine 1885, ostaci Petra II su premješteni na sam vrh planine Lovćen u jednoj maloj crkvi. Tokom Drugog Svjetskog Rata Austrijski vojnici su uništili crkvu i Prinčevo tijelo se, u cilju sačuvanja, premjestilo na drugo mjesto. Nova crkva je sagrađena na istom mjestu i Prinčevi posmrtni ostaci su prenešeni u nju. Plan o izgradnji mauzoleja je odobren i ona je započela 1951. godine. Kostrukcija je trajala 23 godine, i ova građevina je za javnost otvorena 1974.

2.3.2. Nacionalni park „Skadarsko jezero“

Lokacija:

U krečnjačkom okviru Cetinjskog polja, prema dolini Rijeke Crnojevića prostiru se hrastove i jasenove šume i mediteransko nezimzeleno šiblje i žbunje, kao i lovor i zelenika. Tako stižemo do drugog nacionalnog parka Skadarsko jezero koje djelimično pripada Cetinjskoj oblasti.

Nacionalni park Skadarsko jezero nalazi se na istočnoj granici jezera prema Albaniji i sa tri strane je okruženo crnogorskim planinama. Samo jezero dugo je 43, a široko 14 km sa prosječnom dubinom od 7 m. U proljeće kada nadođu vode, ono je široko i plavno, ljeti je otkrivenih obala i mirno. U zavisnosti od nivoa vode, površina jezera varira od 530 do 370m².

U njega se ulivaju rijeke Morača, Crmice, Plavnica i Rijeka Crnojevića, ali ipak kristalno čistoj boji vode doprinose i pedesetak izvora koji su aktivni na njegovom dnu. Najpoznatiji je izvor Rados, koji se nalazi na najdubljem mjestu na jezeru, 90m pod površinom, što je čak 40m ispod površine mora. Ovo znači da je samo jezero kriptodepresija tj. neki dijelovi njegovog dna nalaze se ispod dubine mora. Jezero otiče rijekom Bojanom u Jadransko more. Čitava ova oblast od 40.000 ha proglašena je nacionalnim parkom 1983. godine.

Značaj, flora i fauna:

Skadarsko jezero je najveće jezero na Balkanskom poluostrvu, jedno od poslednjih slatkovodnih površina, najveći Nacionalni park u Crnoj Gori, i najpoznatiji po svojoj životnoj raznolikosti. Samo jezero je neobično zbog međusobne blizine veoma različitih životnih staništa i njihovih lanaca ishrane.

Na sjevernoj strani obale nivo vode je nizak i karakterističan je po velikim močvarnim površinama. U proljeće nivo vode naglo postaje visok, zbog pritoka koje nabujaju usled topljenja snijega na planinama, toliko visok da čitava ravnica uz obalu postaje gusto naseljena vegetacijom močvara: žutim i bijelim ljiljanima, muskatovim orašćicama i vrbama, i trskom, a livade su poplavljenije. Dubina jezera na ovoj strani kreće se od 4 do 6 m, takođe ima i dosta močvarnih pritoka i izvorčića znanih kao „oka“. Tačnije takva mjesta se zovu sublakustični izvori, koji su ispod nivoa mora i kojih ima oko 30. Zahvaljujući prvenstveno

očuvanju ekosistema i usled nepristupačnosti terena nekih dijlova jezera na ovoj strani, a i zbog močvarne obale, Skadarsko jezero je „ptičiji raj“ za oko 264 vrsta ptica, od kojih je najveći broj u ovom svom staništu prorijeden i ugrožen. U Evropi rijedak primjerak Kudravog pelikana (*Pelicanus crispus*) ili kako ga neki zovu Dalmatinski pelikan postao je zaštitni znak jezera i nacionalnog parka. Takođe ovdje se može naći i Crni Ibis. Jedan od razloga što ima ovoliko ptičijih vrsta je to što je jezero bogato ribom, naročito krapom, a i neke vrste morske ribe dopiru do jezera, napredujući uzvodno, tokom rijeke Bojane. Podvodni svijet Skadarskog jezera karakteriše oko 45 ribljih vrsta.

Krševita i strma južna strana je ispresijecana mnogobrojnim zalivima, rtovima i predstavlja podlogu za bezbroj vrsta aromatičnog i ljekovitog bilja kao što su ruzmarin i žalfija. Svuda u okolini se može naći divlji šipak, divlja smokva, lovor ili sviba. Ovo je i prirodno okruženje za endemske vrste kao što su i neke vrste orhideja. U ovim zalivima nalazi se i veliki broj vodozemaca i reptila: nekoliko vrsta žaba, guštera i dr. Od kojih se neke smatraju i endemskim vrstama. Takođe ovo je i stanište insekata, kojima jezero obiluje, neke od vrsta su rijetke kao na primjer vrste raznobojnih leptira, buba i skakavaca koji unose živost u priobalje jezera. Nekolicina životinjskih vrsta se mogu naći u planinskim područjima oko jezera kao što su divlje svinje, lisice, i vukovi.

Kulturne znamenitosti:

Pored flore i faune jezero je puno ostrva i poluostrva na kojima se nalaze tragovi istorije i vrijedna kultura. Mnogobrojni kulturno-istorijski spomenici, arheološka nalazišta, manastirski kompleksi i utvrđenja govore da je još u XIV i XV vijeku ovo područje bilo značajno kulturno središte, tako da sve ovo doprinosi da se ovaj svojevrsni rezervat nalazi pri vrhu turističke ponude Crne Gore. Ovo je područje gdje je dolazilo do mješavine civilizacija, ali najveću pažnju privlače srednjevjekovni ostaci utvrđenja i manastira. Na istoku jezera se nalazi ostrvo Beška na kojem je sagrađen malena crkva sv. Đorđa iz XV vijeka, takođe na ostrvcetu Starčevo nalazi se manastir iz XIV vijeka. Ostrvo Vranjina je poznato po manastiru u komu je bila smještena Mitropolija zetska, dok je Zeta još bila država i koga je nanovo podigao knjaz Nikola. Na ostrvu Kom nalazi se grob Stevana Crnojevića, nekadašnjeg vladara Zete, a na ostrvu Lesendro postoje ostaci tvrđave.

Ako želimo da približimo ljepotu Skadarskog jezera turistima krenućemo starim putem Virpazar-Komarno-Poseljani-Rijeka Crnojevića, kuda je nekada prolazio opasan karavanski put ka prijestonici, a danas se savladava sa lakoćom. Dakle, varošica Virpazar, na obroncima

Skadarskoj jezera nekada znanog kao Blato, podignuta je na ušću rijeka Crmnice i Orahovštice, pominje se još u XIII vijeku, a ime je dobila po viru – izvoru do koga su mjestani čunovima plovili na pazar. S kopnom je spajaju tri mosta, a iznad varošice je srednjovjekovno utvrđenje Bešac. Samo mjesto je puno restorana i kafana, očuvane arhitekture, poznato i po manifestaciji 'Festival vina i ukljeve', koji se održava u decembru. Od varošice se ide ka Komarnom, a sa puta se mogu vidjeti čak i vhovi Prokletija. Selo je karakteristično po tome što prokazuje i kontinentalni dio arhitekture i kameni masiv gdje na visoravnima i udolinama proviruju crmnička sela. Crmnica je najpoznatija po vinu – crmničkom vrancu, ali je ovaj kraj i poznato lovište, u kome ima zečeva, srna i divljih svinja. Zatim se put nanovo vraća ka jezeru u pravcu sela Poseljani. Ovo selo pripada Ljubotinju, planinskom klancu Seljanske rijeke, čuveno po graditeljskom kompleksu četrnaest kaskadno povezanih mlinova i dva kamena mostića. Danas mlinovi stoje urušeni, ali svaki od njih ima svoju priču, kao jedan koji se zove „Čuđen“, nažalost u selu živi samo jedna familija, pa su mnoge priče nestale u zaboravu. Do sela se može doći samo čunom ili pješačkom stazom, jer drumu do tamo nema. Put dalje nastavlja ka Rijeci Crnojevića, prijestonici crnogorske srednjovjekovne države, nastaloj u XV. Vijeku, kada je vladar Ivan Crnojević preselio svoju prijestonicu sa Žabljaka i formirao utvrđeni Riječki grad. Prije samog ulaska u Rijeku, može se skrenuti ka selu Karuč, a isto tako se do tamo može doći i čunom sa pristaništa iz Rijeke Crnojevića. U Karuču se nalazi napušteni letnjikovac sv. Petra Cetinjskog, a postoji i maleni restoran sa interesantnom ponudom vina i obroka. U istom pravcu je i selo Dujeva, jedno od 17 naselja koja se nalaze u sklopu NP Skadarsko jezero. Zbog same konfiguracije terena i položaja gdje je smješteno, naselje nema nikakvih drugih prirodnih preduslova osim za razvoj ribarstva i vinogradarstva. Ribolov je bio i ostao osnov egzistencije stanovništva koje ovdje živi.

U blizini, nasuprot varoši Rijeke, na desnoj obali rijeke Crnojevića, uzdiže se brdašce Obod, na kome je nekadašnji vladar Ivan Crnojević sazio grad 1482. godine. Grad Obod još je poznat po prvoj štampanoj srpsko-slovenskoj knjizi. Oktoih – prvoglasnik štampan je 4. januara 1494. godine u dvije boje crvenoj i crnoj u stilu renesanse. Korice su ukrašene zastavicama sa ukomponovanim grbom Crnojevića i inicijalom *II*. Samo štampanje je izvelo 7 monaha pod budnim okom jeromonaha Makarija. Ovo je prva južnoslovenska ćirilčna štamparija i prva državna štamparija na svijetu. Oktoih je štampan u većem broju primjeraka, od kojih je do danas sačuvano 105. Ovdje su ljetnikovci imali i vladari iz dinastije Petrović. U Rijeci Crnojevića osnovana je prva fabrika oružja u kojoj su reparirane puske otete od Turaka, prva apoteka u Crnoj Gori, a ovdje je bila i fabrika biser, u kojoj je pravljen biser od

riblje krljusti. Na ulasku u varos putnika doekuje „Mostina“, kameni most kojeg je podigao knjaz Danilo 1855.godine. Moze se otici, takodje cunom ili brodicem na izlet na plazu Murici, najvecu plazu na jezeru, koja se nalazi pod maslinjacima, duga 600m, a siroka 7m. Da bi doživljaj bio potpun moze se organizovati konaciste i obrok u nevelikom restoranu na plazi na Pjesacacu, nedaleko od Godinja.

Stari put dalje, kroz ostala sela, vodi do malenog sela nazvanog Dobrsko selo sa Dobrskom Župom, jedno od seoceta koja su unazad vjekovima bila poznata po vinogradarstvu i proizvodnji vina, u kome se nalazi poznati manastir Ćelija dobrska. Ovo mjesto je poznato i po tome što je ovdje vladika Danilo učio školu da bi postao vladar Crne Gore. Ovaj je manastir iz doba kad su Crnom Gorom upravljali vladike iz raznih plemena. U njemu je još tada živio vladika Sava Očinić. Iznad sela se izdiže brdo Vrtijeljka na kojoj je u velikoj bitci 1690. godine poginuo junak Bajo Pivljanin. Ova oblast pripada Riječkoj nahiji u kojoj jedina varoš jesta Rijeka, koja se nalazi pod brdom Kostadinom s lijeve strane rijeke Crnojevića, a ima oko 500 stanovnika. Ljeti je veoma toplo, a zime su blage. Ovdje je knjaz podigao zimski dvorac Ljeskovac. Odavde stari put vodi pravo ka prijestonici.

2.4. Održivost i razvoj

Kada govorimo o održivosti i razvoju treba imati na umu preporuke Komisije EU koje se koncentrišu se na pet faktora uspjeha:

- Turistički ponuđači treba da se intenzivnije orjentišu prema željama gostiju.
- Transparentni i dobri okvirni uslovi treba da ojačaju konkurentnost i ožive tržište.
- Moderne infrastrukture treba da povećaju efikasnost učinka destinacije.
- Treba razvijati ljudske resurse.
- Treba podsticati i obezbijediti održivi razvoj.

Ali, održivost znači više nego samo sačuvati prirodu. STO definiše principe održivosti na slijedeći način:

- Prirodni, istorijski, kulturni i drugi turistički resursi se čuvaju za trajno korišćenje u budućnosti, ali istovremeno služe i u korist društva koje živi danas.
- Turizam treba razvijati tako, da na lokalnom ili regionalnom nivou ne izazove ozbiljne ekološke ili sociokulturne probleme.
- Ekološki kvalitet destinacije mora ostati očuvan i mora se, gdje god je nužno, poboljšavati.

U međuvremenu, tržište održivosti svakog turističkog razvoja netaknutu prirodu očekuje kao nešto što se podrazumijeva. Stoga održivost i netaknuta priroda i ne predstavljaju neku prednost u konkurenciji. Ali doživjeti prirodu, autentičnost i drugačiji identitet ubraja se u najvažnije motive putovanja. Što je intenzivniji taj doživljaj, to je destinacija u očima tržišta atraktivnija.

Pri tom se čeznja za prirodom izražava u dva oblika:

- kao estetska kontemplacija prirode koju nije dodirnula civilizacija
- i kao korišćenje prirodnog kulisa za rekreativne aktivnosti.

Kao što smo iz prethodnog izlaganja vidjeli, prirodni resursi ovog dijela Crne Gore su upravo ono što je sada u potražnji na turističkom tržištu, netaknuta priroda uklopljena sa divljim nepristupačnim terenima koji nose avanturizam, a sve to u sklopu autentične istorijske pozadine. Zato je pravljenje strateškog plana održivosti i razvoja od velikog značaja. Termin “planiranje” označava mnoge stvari na raznim nivoima menadžmenta. Najšira definicija planiranja glasi “Planiranje...je donošenje odluka predviđanjem. To je proces odlučivanja...prije nego što

je potrebno djelovanje” (Ackoff, 1981, Applied Strategic Planning, Goodstein, Nolan i Pfeiffer). U ovom Strateškom Planu o nacionalnim parkovima, autori su pokušali da predvide buduće potencijale parkova i smjernice koje bi već postojeći Nacionalni parkovi Crne Gore trebalo da slijede kako bi kreirali svoju sopstvenu budućnost.

Dobar strateški plan je uvijek:

- (1) ciljno usmjeren,
- (2) realističan, praktičan, i relativno jeftin
- (3) korisno oružije menadžmenta i
- (4) integriše sve aspekte menadžmenta.

2.4.1. Analiza privrednog i društvenog razvoja

Rekordan obim turističkog prometa u Crnoj Gori ostvaren je u 1987. godini (1,3 miliona turista i 10,8 miliona noćenja). Već tada započelo je opadanje obima turističkog prometa u Crnoj Gori, koji je dostigao minimum u devedesetim godinama, ali je u posljednjih 6 godina broj turista i njihovih noćenja u stalnom porastu sa periodičnim oscilacijama. Većina prometa od turizma ostvaruje se na Primorju. Naime, prema podacima Republičkog zavoda za statistiku za 2004. godinu, od svih turista koji su posjetili Crnu Goru približno 10 procenata posjetilo je njen sjeverni i centralni dio.³ Udio turista i njihovih noćenja u severnoj i centralnoj Crnoj Gori relativno se smanjuje zbog bržijeg razvoja turizma u Primorju, ali treba napomenuti, da se broj stranih turista i njihovih noćenja od 1998. do danas povećao skoro za 100%.

Smještajni kapaciteti u sjevernoj i centralnoj Crnoj Gori u 2004. godini čine oko 6 procenata ukupnih smještajnih kapaciteta Crne Gore, što je, imajući u vidu površinu ovog područja i to da je uključena i Podgorica, jako malo. U dokumentaciji parkova ne postoje zapisi o karakteristikama posjetilaca. Međutim, po masterplanu DEG sadašnji posjetioci koji dolaze u Crnu Goru na odmor su uglavnom iz Crne Gore ili Srbije, budući da je inostrano tržište nestalo. Planeri DEG su konstatovali da je broj prenoćišta u 1980 godinama iznosio 11 miliona, da bi danas opao na 5 miliona. Najveći dio prenoćišta je ograničen na šest nedelja tokom ljeta, uglavnom u Julu i Avgustu, duž obale. Zapisi parkova pokazuju da je 60% od 30,000 turista posjetilo Nacionalni park Durmitor u toku ljetnje sezone, a da je 10,000 posjetilo Nacionalni park Biogradska gora, tokom ljetnje sezone kada je park otvoren.

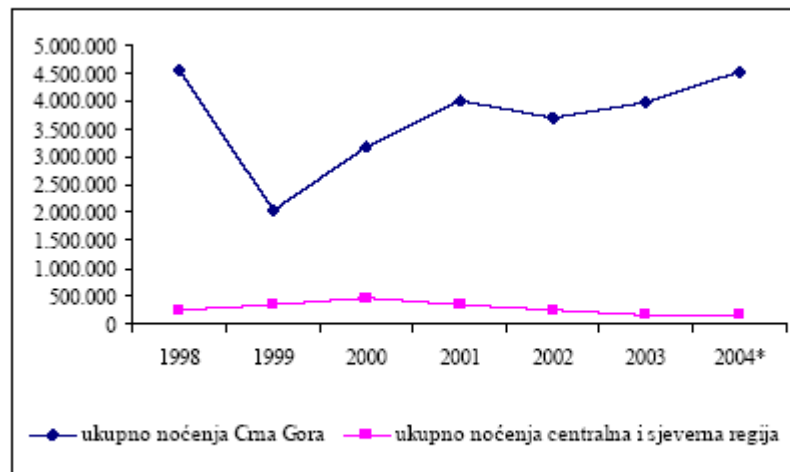
Tabela 3: Statistika turističke posjete za planinske centre u periodu od 1998. do 2004. godine

		TURIZAM				
		Turisti		Noćenja		Broj ležaja
		ukupno	strani	ukupno	strani	
CRNA GORA	1998	622.036	55.184	4.558.110	382.461	90.187
	1999	297.905	27.886	2.034.634	155.432	75.484
	2000	448.187	73.559	3.185.741	434.359	83.222
	2001	555.040	108.808	4.011.413	688.429	87.389
	2002	541.699	136.160	3.689.504	911.909	77.155
	2003	599.430	141.787	3.976.266	915.738	78.806
	2004	703.484	188.060	4.561.094	1.223.847	116.875
CENTRI U SJEVERNOJ I CENTRALNOJ CRNOJ GORI*	1998	84.069	8.344	251.769	24.696	4.544
	1999	67.758	8.389	329.287	33.664	4.591
	2000	71.466	10.452	459.995	30.992	4.672
	2001	66.602	11.848	348.296	35.300	4.820
	2002	64.948	14.827	245.925	36.010	4.792
	2003	57.560	15.658	165.342	31.784	4.712
	2004	63.394	20.215	164.096	39.693	5.094
CENTRI U SJEVERNOJ I CENTRALNOJ CRNOJ GORI* (%)	1998	13,5	15,1	5,5	6,5	5,0
	1999	22,7	30,1	16,2	21,6	6,1
	2000	15,9	14,2	14,4	7,1	5,6
	2001	12,0	10,9	8,7	5,1	5,2
	2002	11,9	10,9	6,7	3,9	6,2
	2003	9,6	11,0	4,2	3,5	6,0
	2004	9,0	10,7	3,6	3,2	4,4

Izvor: Statistički godišnjak 2003, Republički zavod za statistiku, RCG i podaci Ministarstva turizma, 2004.

Napomena: * podaci uključuju 14 opština zajedno sa Podgoricom

Grafikon 4: Broj noćenja turista u Crnoj Gori i u sjevernoj i centralnoj regiji u periodu 1998-2004.



Izvor: Statistički godišnjak 2003, Republički zavod za statistiku, RCG i podaci Ministarstva turizma, 2004.

Napomena: Prethodni podaci

Planinski turizam je relativno mlad. O pravom razvoju zimskog skijaškog turizma možemo govoriti od perioda između dva svjetska rata, kada su od 1933. do 1938. nastale prve žičare za prevoz skijaša u Švajcarskoj, Austriji i Francuskoj. Žičare, kao prevozno sredstvo, imaju dugu istoriju. Naime, još stari Japanci, Kinezi, Indijci i Inki upotrebljavali su užad za transport po terenu, jer drugim transportnim sistemima prevoz

ljudi i robe nije bio moguć. Žičare kakve sada znamo potiču s početka 20. vijeka, kada je, 1907. godine, u Španiji počela sa radom prva prava žičara. U Alpima je razvoj započeo izgradnjom žičare u Bolzanu u Južnoj Tirolskoj. Pravi razvoj počeo je 50-ih godina prošlog vijeka i dostigao svoj najveći zamah u periodu 1955-1965. u Evropi i 1965-1975. u SAD, kada je građeno i po 250 žičara godišnje. U tom periodu nastali su praktično svi veliki planinsko-turistički centri, koji se nijesu razvijali organski u već naseljenim područjima, kao što su npr. Les Meneuires (3 valle) u Francuskoj, Kaprun-Zell am See u Austriji, Veysonaz u Švajcarskoj, Superski Dolomiti u Južnoj Tirolskoj i svi planinsko-turistički centri u Sloveniji.

Planinski centri razvijali su se u dvjema grupama smjernica, i to:

- kao sportsko-rekreacijska područja za zadovoljavanje potreba za fizičkim aktivnostima i
- kao planinsko-turistički centri sa smještajnim kapacitetima, koji zaokružuju taj turistički proizvod

Međutim pravci razvitka nacionalnog parka „Lovćen“ do sada nisu bili usmjernjeni ni ka jednom, ni drugom pravcu. Za korišćenje parka kao sportsko-rekreativnu destinaciju nikada nije bilo adekvatnog plana, da bi se o tome počelo razmišljati; planinsko-turistički segment postoji, što smo vidjeli u prethodnim izlaganjima, ali se u njega ne ulazž, pa je tako preko godine posjećenost parkova minimalna. Pristup parkovima je uglavnom privatnim automobilima. Što se tiče javnog saobraćaja mogu se koristiti željeznica, autobusi ili taksi. Mali broj postojećih tour-operatera koriste kombije ili autobuse za prevoz svojih klijenata do parkova. Zbog nadmorske visine parkova, mnogi putevi koji vode do njih su tokom zimskog perioda zatvoreni zbog velikog sniježnog prekrivača. Nacionalni park Durmitor i Nacionalni park Lovćen čiste snijeg sa onih puteva koji vode do glavnih turističkih objekata.

Osnovna stvar koja treba da se omogući stranim turistima u bilo kojoj zemlji jeste lak dostup informacijama. Svjetska Turistička organizacija je objavila priručnik *Turistički znaci i simboli*, koji se koristi širom svijeta. STO je uvela i malo slovo “i” za oznaku mjesta na kojima se mogu dobiti informacije. Stručni tim je imao poteškoća prilikom nalaženja znakova “i” u parkovima i opštinama. Nacionalni park „Lovćen“ ne posjeduje turistički centar, ali postoji predlog za njegovu izgradnju u bliskoj budućnosti. U Nacionalnom parku „Skadarsko jezero“ postoji zgrada predviđena za centar za posjetioce.

Tri nacionalna parka imaju brošure koje daju informacije o samom parku, od kojih dvije sadrže i mape parka. Nacionalni parkovi Durmitor i Biogradska Gora imaju svoje brošure i na engleskom jeziku. Nacionalni park Lovćen ima brojna izdanja, ali bez prevoda na druge jezike. Stručni tim nije našao nikakve brošure o Nacionalnom parku Skadarsko jezero.

Što se tiče grada Cetinje, na ovakve probleme komisija koja je zadužena za kontrolu, nije naišla. Postoje brošure, signalizacija je uredna, pa sam se u obrazloženju više fokusirala na planinsku regiju. Pošto je ipak dugi niz godina to bio problem i u samom Cetinju, nadam se da će odgovorna lica uočiti potrebu za obezbeđivanjem osnovnog reklamnog materijala za Nacionalni park „Lovćen“.

III Makro – Mikro definisanje

3.1. Definisanje makro i mikro turističkih destinacija i njihove osnovne karakteristike

Turistička ponuda sastoji se iz niza kapaciteta i programa-aktivnosti koje u određenom geografskom prostoru – zoni predstavljaju turističku destinaciju za koju postoji efektivna potražnja od strane domaćih ili stranih turista. Turizam se, dakle, odvija u prostornim zonama – u destinacijama, a ne u hotelu, na skijalištu, u bazenu, na planini ili nekim drugim pojedinačnim parcijalnim kapacitetima.

Turističku destinaciju definišemo kao prostornu zonu u kojoj postoji određena koncentracija turističkih resursa i kapaciteta, koja je dostupna saobraćajnim sredstvima i može se obići lokalnom saobraćajnom mrežom i koja je u očima turista prepoznatljiva i ima određen imidž.

Makro i mikro prostorne zone definisali smo na osnovu dosadašnjih brojnih analiza i inventarizacije i ocjene turističke ponude.

Kategorije važne za definisanje makro prostornih zona bile su sljedeće:

1. Geografski položaj;
2. Prirodni resursi;
3. Postojeća turistička infrastruktura;
4. Stanovništvo.

Razvoj turizma u svijetu, a isto tako i u planinskim područjima ide ka koncentraciji većih turističkih destinacija sa zajedničkim prepoznatljivim imidžem, zajedničkim marketingom, zajedničkim tehničkim riješenjima kao što su rezervacioni sistemi, zajednički sistemi ski karata, zajednički informacioni sistemi, idr.

Na osnovu tih kategorija evidentirane su prostorne cjeline koje su prema raspoloživim resursima značajne za turistički razvoj:

Tabela 5:⁸

Područje - turistički centar	Uže zone	Urbano okruženje
Orjen	Subra i Reovci	Herceg Novi, Dubrovnik, Trebinje
Lovćen	Majstorovina i Ivanova korita	Kotor, Tivat, Budva, Cetinje
Rumija	Rumija, Lisinj	Bar, Ulcinj, Podgorica
Nikšić	Morakovo, Krnovo	Nikšić, Danilovgrad
Piva	Smriječno, Volujak, Maglić, Pivska planina	Plužine
Šavnik	Bijela, Strug	Šavnik, Nikšić, Boan
Durmitor	Žabljak, Gornja Bukovica	Žabljak, Šavnik
Pljevlja	Kosanica, Ljubišnja	Pljevlja, Brodarevo, Prijepolje
Bjelasica	Jezerine, Jelovica, Kurikuće, Vragodo, Majstorovina	Kolašin, Mojkovac, Bijelo Polje, Berane, Andrijevica
Rožaje	Cmiljevica, Hajla	Rožaje, Berane
Andrijevica	Komovi, Zeletin, Mokra	Andrijevica, Berane
Plav	Bor i Visitor	Plav, Gusinje
Veruša	Veruša, Maglić, Žijevo	Podgorica

Izvor: Radosav Nikčević

Prednja prostorna podjela je tehnološki zaokružena i prepoznatljiva prema identifikovanim resursima, ja ću se bazirati na dio gdje se pominje Nacionalni park „Lovćen“. Vidimo koje su prednosti ove oblasti, slično kao i Orijen i Rumija, koje imaju izraženu komplementarnu prednost u odnosu na slične predjele. Najvažniji svakako jesu povezanost more – planina, na veoma bliskom prostoru - rastojanju, kako ljeti tako i zimi. Konkretno za planinu Lovćen od velikog je značaja je bliskost Cetinja i veza ova dva turistička prostora.

Što se tiče planinskog turizma, a sa marketinškog aspekta, pa i u pogledu koncentracije razvoja turizma u sjevernom i centralnom djelu Crne Gore, već postoji podjela na tri makro prostorne zone i šest mikro prostornih zona.

Tabela 6: Makro i mikro prostorne zone za razvoj planinskog turizma Crne Gore⁹

MAKRO ZONE	MIKRO ZONE
Bjelasica	Lovćen
Durmitor	Orjen
Prokletije	Rumija
	Vučje
	Kosanica
	Veruša

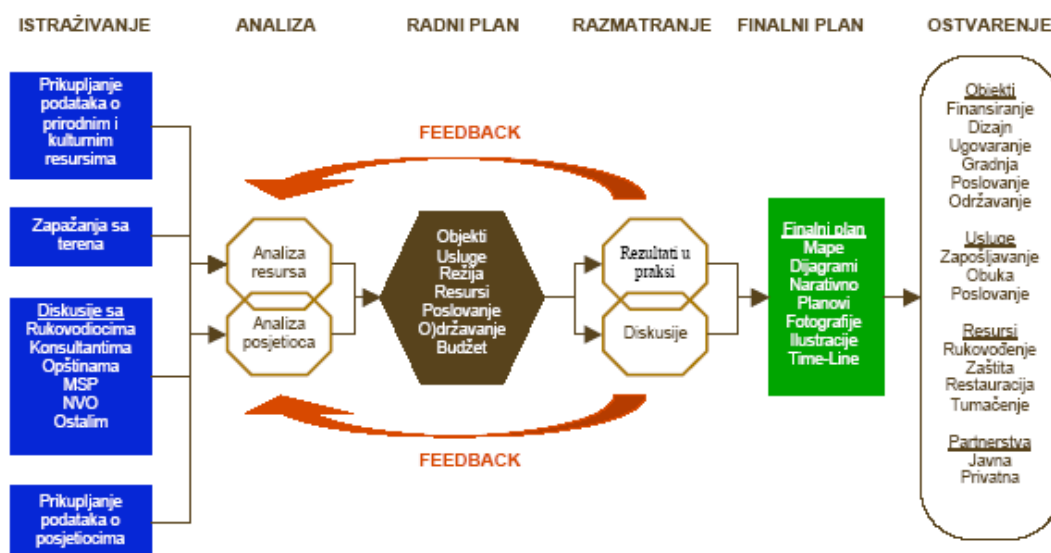
⁸ Program razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori, Međunarodni institut za turizam, Ljubljana, 2005

⁹ Program razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori, Međunarodni institut za turizam, Ljubljana, 2005

U okviru makro zona definisani su potencijalni planinski centri (ili opštine koje gravitiraju u makro zonama), koji predstavljaju nosioce lokalne turističke ponude (kao npr. Kolašin ili Bijelo Polje u zoni Bjelasice). Izvedenu podjelu na mikro zone treba shvatiti kao izdvajanje pojedinih prostornih cjelina iz makro zone koje bi trebalo da imaju dominantnu ulogu u daljem razvoju turističke djelatnosti makro zone i u dugoročnom prostornom planiranju.

Mikro zone koje smo identifikovali za razvoj planinskog turizma nalaze se na području pojedinih opština i zauzimaju njihov manji dio:

- Lovćen – opština Cetinje



Dodatak br.1. Proces diagram master plana¹⁰

¹⁰Program razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori, Međunarodni institut za turizam, Ljubljana, 2005

IV Turističke destinacije

4.1. Procijena turističke destinacije

4.1.1. Menadžment destinacije

Kompleksni cilj održivog razvoja, koji podjednako teži ekonomskim, ekološkim, socijalnim i kulturnim ciljevima, može se dostići samo tako što će se taj razvoj usaglasiti sa svim nacionalnim i komunalnim institucijama. Tu spada i obrada tačke presijecanja svih oblasti privrede, prosvjete, životne sredine, umjetnosti i kulture. Veoma je važno da se uključi i javnost. Njena podrška je potrebna zato što ona mora da sarađuje na postizanju cilja održivosti i da u sopstvenom ekonomskom interesu inicijativno učestvuje. Osim funkcija koordinacije, informacija i donošenja odluka, u okviru razvoja turizma moraju se riješavati brojni zadaci, koji su svrsishodno sažeti, da bi se obezbijedila kompetentnost, efikasnost i kontinuitet:

- strateško planiranje,
- izgradnja turističke infrastrukture,
- prekogranična kooperacija,
- kontrola kvaliteta turističkih proizvoda,
- savjetovanje privatnika koji razvijaju proizvod,
- formiranje direktnog prodajnog sistema,
- praćenje i analiza konkurencije,
- praćenje i analize tržišta,
- edukacija i usavršavanje,
- organizovanje manifestacija.

4.2. Turistička destinacija Nacionalni park „Lovćen“

Prirodne i istorijske vrijednosti lovćenskog područja, kao i vječno počivalište Njegoša, bile su dovoljan razlog da se ovaj kraj proglasi nacionalnim parkom, koji se prostire na površini 6.400 hektara. Na Jezerskom vrhu (1.660 m), drugoj najvišoj tački Nacionalnog parka, nalazi se mauzolej crnogorskog vladike Petra II Petrovića Njegoša. Ovaj spomenik ima međunarodni značaj i može se reći da predstavlja značajan dio turističke ponude. Sa Lovćena se pruža prekrasan pogled na Boku Kotorsku, otvoreno more, Skadarsko jezero i Cetinje, pa čak i na daleke Prokletije.

Za Lovćen su istraženi i skijaški potencijali koji se nalaze na relaciji:

Murakovac→Majstori→Ivanova korita→Međuvršje→Jezerce→Njeguši

	Zona	Nivo obrade	Broj staza	Broj pruga	Dužina kosa m ²	Kapacitet smučara	Broj skijaš dana
1	Lovćen	Idejna rješenja	18	39	18.187	8.575	100

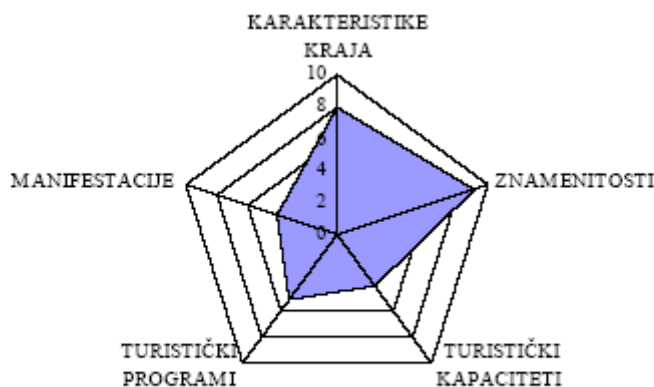
Tabela br:7¹¹

Start skoro svih staza je sa pogledom na more, a stacionarno zaleđe turista skijaša predstavljala bi Budva sa kabinskom žičarom od, na primjer: Rt Zavala – Murakovac. Vožnja ovom žičarom imala bi i veliku ljetnju frekvenciju, odnosno realno ekonomsko opravdanje, jer Murakovac predstavlja svojevrsan vidikovac na čitavu budvansku rivijeru. Na prostoru Majstora, Ivanovih korita i Dolova su veoma povoljni tereni za nordijsko i turno skijanje, što bi bila značajna dopuna osnovnim turističkim motivima.

Veoma visoko su ocijenjene opšte karakteristike mikro turističke destinacije Lovćen kraja, prije svega zbog relativno dobre povezanosti destinacije sa primorjem i centralnim dijelom Crne Gore. Znamenitosti destinacije ocijenjene su jako visokom ocjenom 9 (od 10), zbog izuzetnih

¹¹ R. Nikčević, Skijališta Crne Gore kao faktor turističkog razvoja, 1993.god

kulturnoistorijskih znamenitosti koje predstavljaju turističku atrakciju i na međunarodnom nivou. Turističkim kapacitetima potrebna je modernizacija, ocijenjeni su sa 4 (od 10). Ocjenu 5 (od 10) dobili su turistički programi i manifestacije koji se trenutno organizuju na ovoj mikro destinaciji.



Grafikon br.8: Ocjena turističke ponude Lovćena¹²

Turistička ponuda Lovćena vezana je na turističku ponudu Cetinja i njene kulturno-istorijske znamenitosti predstavljaju atrakciju za turiste. Zato ćemo ovdje pomenuti sve znamenitosti koje ističu ovu destinaciju.

4.3. Antropogeni resursi Cetinja

Istorija Cetinja počinje sa godinom 1482. kada je crnogorski vladar Ivan Crnojević podigao naseobinu u dolini među krševitim planinama. Uskoro su Crnojevići osnovali manastir, u kome je počela sa radom prva štamparija u Jugoistočnoj Evropi. Manastir sa crkvom Rođenja Bogorodice podignut je 1484. godine na mjestu zvanom Ćipur. Na osnovu sačuvanih ostataka manastira, starih opisa, crteža i planova može se zaključiti da se radilo o složenom kompleksu. U centru kompleksa nalazila se crkva Rođenja Bogorodice, a u sjevernom dijelu još jedna mala crkva posvećena sv. Petru. Zgrada koja je podignuta nad lučnim otvorom, kroz koji je nekada tekla rijeka Cetina, vjerovatno je služila za rad Crnojevića štamparije. Medjutim manastir Crnojevića do temelja su

¹² R. Nikčević, Skijališta Crne Gore kao faktor turističkog razvoja, 1993.god

razorili Turci 1692. godine, tako da je na tom mjestu knjaz Nikola I podigao dvorsku kapelu posvećenu Rođenju Bogorodice namijenjenu za dvorske vjerske ceremonije.

U podnožju Orlovog krša, na mjestu na kome se nalazio dvor Ivana Crnojevića, vladika Danilo je 1701. godine podigao Cetinjski manastir, ugrađujući u njega arhitektonske elemente razorenog manastira Crnojevića. Jezgro kompleksa predstavlja crkva posvećena Rođenu Bogorodice u kojoj se nalazi ikonostas iz XIX vijeka, rad grčkih majstora. U južnoj pijevnici smještene su mošti sv. Petra Cetinskog, dok se pri ulazu nalaze grobovi knjaza Danila i velikog vojvode Mirka, oca kralja Nikole I Petrovića. U manastiru se čuvaju jedne od najvećih hrišćanskih relikvija ruka Sv. Jovana Krstitelja i čestica Časnog Krsta Gospodnjeg. U takozvanom Njegoševom konaku smješten je manastirski muzej, koji je je po bogatstvu i raznovrsnosti eksponata najznačajnija muzejska institucija ove vrste u Crnoj Gori. Cetinjski manastir predstavlja simbol crnogorske duhovnosti, slobodoljublja i prosvetiteljstva.

Prekoputa manastira se nalazi Njegoševa rezidencija poznata kao Biljarda, izgrađena 1838. godine po planu ruskog emisara Jakova Ozeredkovskog i uz znatnu novčanu pomoć Rusije. U početku se zvala Nova kuća, ali ubrzo je dobila novo ime Biljarda po Njegoševom bilijaru. Arhitektonski koncept Biljarde odgovara izgledu srednjevjekovnog zamka. Biljarda je Njegoševim nasljednicima sve do 1867. godine služila kao rezidencija, prvo knjazu Danilu, a posle nakratko i kralju Nikoli I. U dvorištu Biljarde 1916/17. godine smještena je reljefna karta Crne Gore sa paviljonom koji je presjekao ogradni zid. Danas je u Biljardi Njegošev muzej.

Dvor kralja Nikole I Petrovića, u narodu poznat kao Palac, započeo je da se gradi oko 1863. godine sa prvim godinama vladavine knjaza Nikole I, da bi izgradnja bila završena 1867. U enterijeru dvora se posebno ističu podovi u parket mozaiku, zidovi presvučeni svilenim tapetama, tavanice bogato ukrašene stukaturom, luksuzni elementi rasvjete i dr. U dvoru je od 1926. godine smješten Državni muzej Crne Gore sa enterijerom koji je zadržao gotovo neizmijenjen svoj prvobitni izgled.

Od unovčenih poklona dobijenih prilikom krštenja prestolonaslednika Danila (1871. godine), po planu dvorskog ljekara francuza Frileja, kome je povjeren izbor lokacije, 1873. godine sagrađena je prva bolnička zgrada u Crnoj Gori nazvana po prvom Crnogorskom svjetovnom vladaru – bolnica Danilo I. Zbog vojno-tehničkih potreba, tj. skladištenja municije bolnica je stavljena u funkciju tek 1875. godine. Prvi pacijenti su bili ranjenici iz hercegovačkog ustanka.

Poznata zgrada cetinjskog pozorišta, nazvana „Zetski dom“, prvobitno je pored pozorišta, bila namijenjena i za smještaj arhiva, muzeja i čitaonice sa bibliotekom. Izgradnja je započeta 1884. godine po projektu arhitekta Josipa Slada, a završena je tek 1892. godine. Prva pozorišna predstava „Balkanska carica“, djelo knjaza Nikole I Petrovića, izvedena je 1888. godine u još nedovršenoj zgradi. Prvobitno enterijer je urađen raskošno i moderno po ugledu na evropske kamerne teatre sa bogatim ukrasima u strukturi, da bi u novije vrijeme pozornica bila proširena, enterijer obnovljen, a scena snadbijvena savremenim rekvizitima koji omogućavaju nesmetno održavanje svih pozorišnih predstava.

Dvorac prestolonaslednika Danila, poznat pod imenom Plavi dvorac, sagrađen je 1895. godine na prostoru između dva gradska parka. Za njegovu izgradnju, koja je bila započeta aprila 1894. godine, bili su angažovani najbolji italijanski i domaći majstori. Naredne 1895. godine dvorski prostor ograđen je visokim, a ispred glavne fasade niskim zidom sa metalnim šipkama, izrađenim u vojnoj fabrici na Obodu. Iste godine u dvorišnom prostoru napravljeno je i tenisko igralište i bazen. Sredinom 1910. godine uvedeno je električno osvetljenje. Prestolonaslednik Danilo je rezidencijalno zdanje koristio do 1916. godine. Danas je zgrada afirmisani galerijski prostor.

Monumentalna zgrada nazvana Vladin dom poznata i kao zgrada Crnogorskog parlamenta, a nakon Prvog svjetskog rata i kao Dom slobode, podignuta je 1910. godine po projektu italijanskog arhitekta Koradinija za potrebe Narodne skupštine i smještaj državnog aparata. U vrijeme kada je nastala bila je najveća građevina u Crnoj Gori. Na vrhu pročelja dominira raskošna atika sa skulpturama, reljefnim ukrasima i satom. U enterijeru se posebno ističe svečana sala bogato ukrašena različitim dekorativnim elementima u sukaturi i dinastičkim grbovima. U Vladinom domu danas je smješten Umjetnički muzej Crne Gore, a u Plavoj kapeli samog doma smještena je jedna od relikvija, ikona Presvete Bogorodice Filermose.

Katolička crkva posvećena sv. Antunu Padovanskom sagrađena je 1912. godine u blizini kompleksa austrougarskog poslanstva. Plan crkve i župničkog stana izradio je isto italijanski arhitekta Koradini. Međutim u toku gradnje zbog nedostatka materijalnih sredstava, Koradinijev plan je značajno reduciran, posebno u dijelu rešenja glavne fasade.

U okviru priprme za formiranje stojeće vojske 1895. godine položen je na Obilića poljani kamen temeljac prve crnogorske kasarne – Vojnog stana. Danas se zgrada koristi za potrebe nevladinih organizacija i sportskih društava. Takođe se u sastavu bivšeg Vojnog stana nalazi Sportska dvorana.

Ljetnja pozornica se nalazi u romantičnom ambijentu, ispod Orlovog krša, koja rešenjem scene i gledališta, podsjeća na antičke amfiteatre. Sagrađena je 1951. godine i služi za održavanje predstava, koncerata, a može da primi oko 1.500 gledalaca.

Od godine 1878. kada je Berlinskim kongresom priznata samostalnost Crne gore, niz značajnih evropskih država je počeo da uspostavlja diplomatske odnose sa novom državom. Na Cetinju se za potrebe rada poslanstva i smještaj osoblja iznajmljuju bolje građene kuće ili se prema posebnim projektima i odobrenjima grade novi objekti. Tako da se danas na Cetinju svojom arhitekturom izdvajaju zgrade bivšeg austrougarskog, ruskog, francuskog, italijanskog, turskog i engleskog poslanstva. Među prvima je je podignuta zgrada austrougarskog poslanstva. Gradnja je završena 1899. godine po projektu poznatog arhitekta dr. Josipa Slada. Prostrana zgrada se sastoji od prizemlja, sprata i potkrovlja. Uz sjevernu stranu prizidana je rimokatolička kapela. Danas se u njoj nalazi Republički zavod za zaštitu spomenika kulture. U prvim godinama XX vijeka, tačnije 1903. godine, podignuto je zanimljivo zdanje ruskog poslanstva ponovo prema projektu italijanskog arhitekta Koradinija. Iako je Rusija još 1805. godine uspostavila prvo diplomatsko predstavništvo, tek jedan vijek kasnije dobija i svoju rezidenciju. Raskošno projektovana zgrada sastoji se od prizemlja, sprata i atraktivne mansarde sa bogatim barokiziranim ukrasima izvedenim u strukturi i sa motivima fantastičnih bića, girlandi i palmeta, što je čini jednom od najljepših zgrada Cetinja. U njoj je danas smješten Fakultet umjetnosti.

Zgrade francuskog i italijanskog poslanstva podignute su 1910. godine. Posebno atraktivno zdanje francuskog poslanstva ima fasadu ukrašenu polihromnim keramičkim pločicama tako da nosi odlike secesije. Zgradu koristi Centralna narodna biblioteka „Đurđe Crnojević“. I zgrada bivšeg italijanskog poslanstva podignuta je po projektu italijanskog arhitekta Koradinija. U vrijeme kada je podignuta nalazila se na periferiji Cetinja. Zgrada je okružena velikim parkom, a samam fasada nema naglešenih partija i dekorativnih elemenata. Raskošno je projektovan enterijer, čije su svečane sale i brojne prostorije ukrašene stukaturom. I u ovoj zgradi je danas smještena Centralna biblioteka Crne Gore „Đurđe Crnojević“.

U duhu engleske jednostavnosti podignuta je 1912. godine zgrada engleskog poslanstva. Smatra se da je građena po projektu engleskog arhitekta Hartija. Okružuje je vrt sa teniskim igralištem. Jednostavnost eksterijera, koji podsjeća na engleske letnjikovce, prenijeta je i u enterijeru gdje je unutrašnjost podređena funkcionalnošću. U njoj je smještena Muzička akademija.

Po odobrenju crnogorskog vladara, i turska vlada je već 1885. godine, u blizini Djevojačkog instituta, kupila privatnu kuću vojvode

Maša Vrbice. Danas se koristi za potrebe Akademije Dramskih umjetnosti. Početkom 1910. godine bugarska vlada je adaptirala kuću lociranu u neposrednoj blizini vladarske rezidencije, u Dvorskoj ulici. Projekat adaptacije uradio je arhitekta Fernando Balako, koji je istovremeno, bio angažovan na rekonstrukciji dvora knjaza Nikole I. U ovoj kući je danas restoran „Gradska kafana“. Za svoje diplomatske potrebe Grčka je koristila zakupljene privatne kuće – prvo blizu Vojnog stana, zatim u glavnoj Katunskoj ulici i na kraju kod Bolnice, pored puta za Podgoricu u Ivanbegovoj ulici.

Početkom 1891. godine osoblje srpskog poslanstva uselilo se u kuću prekoputa kraljevog doma, registrovanu kao vlasništvo srpskog kralja Petra Karađorđevića. Kuća je sagrađena 1883. godine i bila je svadbeni poklon knjaza Nikole I svojoj ćerki, knjeginji Zorki, ženi kralja Petra Karađorđevića. Zgrada se danas koristi za potrebe Etnografskog muzeja Crne Gore. Sjedište njemačkog poslanstva bilo je smješteno u privatnoj kući Jovana Pipera Milunovića. Kuća je danas stambeni objekat. Sjedište američkog poslanstva nalazilo se u Grand hotelu. U njemu je stanovao sekretar poslanstva, dok je opunomoćeni ministar boravio u Atini i bio diplomatski predstavnik za obje države. Za potrebe smještaja vice konzulata, prvi i jedini predstavnik Belgije, cetinjski trgovac i hotelijer Vuko Vuletić, koristio je svoju kuću na Dvorskom trgu.

Da bi do detalja razumjeli istorisku i duhovnu pozadinu Cetinja, koja čini osnovu današnje turističke ponude samoga grada, ne možemo a da ne pomenemo i Njeguše, i Rijeku Crnojevića, jer su i jedno i drugo mjesto iznjedrili gospodare i vladike koji su dopinjeli današnjem izgledu grada.

U skladu sa Zakonom o zaštiti spomenika kulture, na teritoriji grada Cetinja locirano je ukupno 30 zaštićenih nepokretnih spomenika kulture (uključujući Mauzolej Petru II Petroviću Njegošu), od čega 24 je locirano unutar spomeničke cjeline, istorijskog jezgra Cetinja, koji su razvrstani u tri kategorije.

Nepokretni spomenici kulture I kategorije su:

1. Biljarda
2. Cetinjski manastir sa crkvom Rođenja Bogorodice
3. Dvorac kralja Nikole
4. Ostaci manastira Crnojevića na Ćipuru
5. Vladin dom – zgrada vlade bivše Kraljevine Crne Gore
6. Zetski dom

Nepokretni spomenici kulture II kategorije su:

1. Bolnica “Danilo I”
2. Dvor prijestolonasljednika Danila – Plavi dvorac
3. Dvorska crkva, Ćipur
4. Englesko poslanstvo u bivšoj Kraljevini Crnoj Gori
5. Francusko poslanstvo u bivšoj Kraljevini Crnoj Gori
6. Grob Vladike Danila na Orlovom kršu
7. Reljef Crne Gore
8. Rusko poslanstvo u bivšoj Kraljevini Crnoj Gori
9. Vlaška crkva
10. Zgrada arhiva Crne Gore
11. Apoteka u Njegoševoj ulici br. 17.

Nepokretni spomenici kulture III kategorije su:

1. Grand hotel “Lokanda”
2. Mlin Ivana Crnojevića
3. Spomenik potopljenim dobrovoljcima kod Medove – “Lovćenska Vila”
4. Tablja
5. Tursko poslanstvo u bivšoj Kraljevini Crnoj Gori
6. Zgrada prve crnogorske banke
7. Zgrada bivšeg “Vojnog stana”
8. Zgrada bivšeg djevojačkog instituta “Carice Marije”¹³

¹³ Đurašković, Nikola, Sekretarijat za planiranje i uređenje prostora.

4.4. Turistička ponuda Cetinja

Cetinje je grad koji, kao što vidimo, posjeduje veliki broj spomenika i muzeja, zanimljivo prirodno okruženje, te je godinama unazad bilo posjećena turistička destinacija, a u perspektivi Cne Gore Cetinje se prepoznaje kao najpoznatiji centar za razvoj kulturnog turizma u Crnoj Gori. Istorijsko jezgo Cetinja je primjer jedinstvenog i autentično očuvanog urbanizma malih gradova, prilagođenog okruženju, sa arhitekturom visokog kvaliteta i sa značajem izuzetnog mjesta kulturne i prirodne baštine, mjesta duhovnog i nacionalnog identiteta, koristeći taj status kao strateški potencijal za napredak i razvoj Prijestonice i njenih građana.

4.4.1 Smještajni kapacitet

Danas u Cetinju postoji nekoliko hotela. Najpoznatiji je hotel „Grand“ u centru koji ima 3 zvjezdice. To je ujedno i najposjećeniji i najluksuzniji gradski hotel koji radi preko čitave godine, a i velikim dijelom je namijenjen sportskom turizmu. Hotel ima 420 ležajeva u jednokrevetnim i dvokrevetnim sobama i 8 apartmana. Gostima su na raspolaganju 2 restorana, nacionalni restoran, kafana sa grilom, poslastičarnica, sneck i noćni bar, zatim diskoteka i prostrana terasa sa 400 sjedišta. Takođe u hotelu se nalazi i polivalentna, konforna dvorana za održavanje skupova svih vrsta, banketa, proslava uz mogućnost korišćenja savremenih tehničkih pomagala. Sam hotel smješten je u velikom, uređenom parku koji je nekada pripadao crnogorskom Dvoru. Za rekreaciju i zabavu gostiju mogu se koristiti zatvoreni bazen, sauna, automatska kuglana sa 4 staze, Tv sala, a takođe i šah – sala i čitaonica.

Hotel „Panorama Gazovoda“ je manji hotel, smješten na starom putu na relaciji Cetinje-Podgorica. Ovaj hotel se nalazi na specifičnom mjestu tako da se od njega spušta predivan pogled na Rijeku Crnojevića i dio Sadarskog jezera. Smještajni kapacitet ovog hotela je 14 kreveta u 6 soba i 2 apartmana. Sobe su opremljene klima uređajima i televizorima. Hotel ima i bazen, a terasa pruža mogućnost uživanja u pogledu na okolinu.

Još jedan zanimljiv hotelski kompleks, naročito turistima u ljetnjem periodu zbog raskošne prirode, nalazi se na „Ivanovim koritima“ Pri hotelskom kompleksu nalazi se i dječije odmaralište, a i nedavno adaptiran planinski dom. Ovo područje od Cetinja je udaljeno 11 km i nalazi se na putu ka Njegoševom mauzoleju. Ivanova korita su veoma dobro posjećena destinacija i u zimskom periodu kada se tamo inastalira i ski lift za djecu. U odmaralištu i hotelskom kompleksu turista se može udobno smjestiti u dvokrevetnim i trokrevetnim sobama, kao i u apartmanima. Za đачke ekskurzije određeno je ukupno 200 kreveta, razvrstanih u trokrevetnim i šestokrevetnim apartmanima. Ishrana je na bazi polupansiona, a u sklopu hotela postoji restoran, kafeterija, sportski teren, tv sala, kabineti za nastavu, a u zimskim mjesecima postoji mogućnost korišćenja ski žičare i prateće opreme za skijanje. Ivanova korita od davnina su poznata kao prava vazдушna banja, sa svježim vazduhom i čistom izvorskom vodom. Ovdje se nalazi i Etno kuca „Hogar“, kamena kuca okružena sumom, na 8km od Cetinja, nudi domace specijalitete, a unaprijed se može poruciti i specilaitet kuce za cijelo drusvo, dok izbor vina preporučuje sam vlasnik i domacin.

U samom Cetinju nalaze se razni restorani, kafei i kafane. Veoma omiljeno i posjećeno mjesto, naročito tokom ljetnjih mjeseci, je „Gradska kafana“. Nalazi se u zgradi bivšeg Bugarskog poslanstva, neposredno uz dvor kralja Nikole I. Ovo je restoran sa najdužom tradicijom na Cetinju, koji sadrži 120 mjesta, tri salon: Veliki i Zeleni sa po 40 mjesta i Tihi salon sa 16 mjesta, a bašta može da primi 400 posjetilaca. Među najpoznatijim kafe – barovima je bar „Piper`s“ koji je sa radom otpočeo 1989. godine i koji se nalazi na trgu Lovćenske vile i Vlaške crkve, a takođe i kafe „Taliya“ koji je smješten u kući nekadašnjeg hotela „Petrovgrad“. U okolini Cetinja radi nekoliko restorana među kojima „Belveder“ na izlasku iz Cetinja ka Podgorici, koji ima veliku baštu odakle se pruža pogled na rijeku Crnojevića i Skadarsko jezero, pristupačan parking u borovoj šumi i ljubazno osoblje. Pogled je osobenost ovog mjesta po kome je oblast i dobila ime bellvedere – lijepi pogled. Tu je i restoran „Konak“ 4km udaljen od Cetinja na putu ka Budvi, u kome se pripremaju pored crnogorske i italijanske kuhinje i vegetarijanska jela. Mogu se organizovati poslovni ručkovi, večere, a pogodnost je i to što je restoran otvoren 24h. Zatim „Stari most“, „Zora“ ili „Njeguška sijela“ u kojima, pored klasičnog menija, uvijek se mogu probati variva, specijaliteti crnogorske kuhinje i pića svojstvena ovom podneblju.

U ovu ponudu se može uvrstiti i Hotel „Zamak“ na desatom kilometru od Cetinja ka Budvi. Naziv „Zamak“ prilici ovom hotelu po izgledu, lokaciji i enterijeru. Nalazi se na 3km vazdusne linije od morske obale, na mjestu gdje se susrecu mediteranska i planinska klima. Ovo je

specifican hotelski kompleks koji se proteže na 250.000m² i pruža sve što je potrebno za odmor ili rad na miru, naročito što je temperatura u letnjim mesecima prijatna i osvježavajuća. Ako turista želi da radi, ima na raspolaganju veoma opremljenu konferencijsku salu, ako želi da se odmara na raspolaganju su mu besplatni izleti do okolnih znamenitosti ili vožnja terenskim motorima po planinskim obodima iznad Budve. Ako želi da uživa u setnji, hotel poseduje hiking stazu koja vodi do krajnjeg odredista na 1000m nadmorske visine, gde se nalazi Manastir Stanjevici, koji je služio kao zimska rezidencija sv. Petra Cetinskog, ispred koga se i dalje nalazi hrast posađen od ruke sv. Petra i izvor pitke vode. Restoran ima obučeno osoblje za spravljanje slow food obučene u slow food restoranima u inostranstvu. Slow food je poput srednjovekovnih gozbi koje su trajale dugo, a dvorski kuvari su se dodvoravali kraljevima sa mnoštvom ukusnih i mastovitih jela. Obrok u restoranu „Zamak“ može se sastojati i od deset setova (gangova), a ustaljeni redosled i sadržaj jela može se mijenjati.

4.4.2. Ugostiteljska ponuda

Gotovo da nema ugostiteljskog objekta na Cetinju gdje se u ponudi ne mogu naći domaći pšenični ili kukuruzni hleb, koji su naročiti specijalitet ako se peku u kamenoj pećnici tj. saču. Nemojte da propustite da degustirate razne sušene, polumasne i masne sireve, ali i sir iz ulja. Ipak nezaobilazni specijalitet je njeguški sir, koji se izdvaja blijedožutom bojom i pravilnim okruglim oblikom. Nemojte propustiti ni da degustirate njeguški prsut, nazvan po Njegušima, koji će svojom slanoćom izazvati žeđ koju ćete najbolje utoliti izborom nekih od crnogorskih vina. Možete se zasladiti priganicama (okrugli kolač od tijesta) koji se služi sa medom, domaćim pekmezom od sljiva ili mladim sirom. Od domaćih specijaliteta možete izabrati takođe i kačamak, cicvaru, domaći skorup ili kuvano jelo nazvano „Raštan sa koljenicom“ svojstven ovim krajevima. Raštan je jedna vrsta zelja (kupusa) tamno zelene boje, koji se prvo kuva pa mu se dodaje suva svinjska koljenica, da bi se obarila. Ovome se mogu dodati komadi suve slanine i krompir. Jelo se služi odvojeno, raštan kao fino kuvano, čorbasto jelo, a na tanjiru kuvano meso i dodaci. A tu je i kastradina, suva ovcetina, koja je seljanima, uz slaninu, luk i hleb, osnovna hrana. I raštan, i druga crnogorska tradicionalna jela koja sadrže masnoće, obično se jedu u zimskom periodu, tako da se često ljeti ne mogu naći u ponudi. Što se tiče pića turista se može opredjeliti za crnogorska vina „ Vranac“, „Pro Corde“, „Krstač“, ili poznato crmničko vino. Što se tiče rakije tu su

„Crnogorska loza“, „Prvijenac“, „Kruna“ ili domaća lozova rakija zvana lozovača.

Nedaleko od glavnog grada, u nekada neplodnom Ćemovskom polju, sada se nalazi najveći vinograd u jednom kompleksu u Evropi. Površina vinograda je 23.000 hektara, 11 miliona čokota ima u sklopu „Plantaža“, a 28.000 litara vina se čuva godinama u bogatoj vinoteci. Ovdje vinogradarsko-vinska kompanija „Plantaže“ organizuje turistički obilazak vinograda, posjetu vinskim podrumima „Ćemovsko polje“, „Šipčanik“ i „Lješko polje“, degustaciju vina i ručak u restoranima – „Jezero“, „Mareza“ ili „Šipčanik“. Posjetu je neophodno najaviti sedam dana ranije. Pored flaše vina kojom „Plantaže“ daruju svakog gosta na kraju vinskog puta, u specijalizovanim podavnicama se mogu kupiti suveniri i razne vrste vina. Najinteresantniji je vinski podrum „Šipčanik“ u čiju obnovu je uloženo oko 2 miliona eura da bi se od bivšeg vojnog kompleksa napravio podrum u sklopu vinskog sela na brdu iznad „Šipčanika“. U drevnim buradima stari i odležava dva miliona litara vina, a u sklopu podruma je i vinoteka. Podrum se nalazi na prosečnoj dubini od 30m, širine 13,5m visine 7m i dužine 356m. Ispred podruma se nalazi vještački vodopad tako da se voda sliva niz visoku stijenu, a pri ulasku oko posetioca prvo treba da se privikne na tminu i onda da ugleda nepregledni niz drvenih buradi, bačva. Ovo su specijalne barik bačve čije je dimenzije još 1858.god utvrdila Trgovinska komora Bordoa. Barik posude su napravljene od francuskog, američkog ili slavonskog hrasta, u kojima odležavaju vina sa većim procentom alkohola, a proces traje od tri mjeseca do godinu dana. Barik burad mogu da se pune jednom, najviše dva puta, a potom se nabavljaju nova. „Plantaže“ trenutno imaju devet vrsta turističkih tura pod nazivom „Vinski put“, a sve obuhvataju obilazak vinograda, pogled sa vidikovca i degustaciju vina. U ponudi je takođe i vožnja fijakerom kroz vinograd uz flašu vina, a takođe i vožnja turističkim vozicom kroz vinograd do „Šipčanika“, degustacija vina, crnogorska zakuska i povratak vozicom.

4.4..3. Rekreativna ponuda (zabavni segment)

Nekada je Cetinje imalo razvijene sportske discipline poput gimnastike, klizanja, skijanja, biciklizma, golfa, tenisa a i kroz istoriju ima svedočenja da su se njegovi stanovnici takmičili u spretnosti i fizičkoj snazi. Nekada su najvažnije sportske discipline na Cetinju bile gađanje puškom, skok u dalj i u vis, jahanje konja. I crnogorski vladari poput Petra II Petrovića, knjaza Danila i kralja Nikole I bili su vrsni sportisti i dobri jahači. Danas se turista prije svega može prošetati

Cetinjom jer su sve znamenitosti relativno blizu. Ako uobičajeni vidovi rekreacije ne zadovoljavaju turistu, može se upustiti i u čari spelologije. Kao što je pomenuto Cetinje je okruženo jamama i vrtačama o kojima se sve informacije mogu dobiti u Turističkoj organizaciji uz pratnju vodiča. Osim za profesionalce ove lokacije su izvrsne i za početnike i za avanturiste.

Sa druge strane okolina Cetinja najpodesnija je za planinare i ljubitelje visokih otvorenih prostranstava. Oni se mogu uputiti stazom od Cetinja do Ivanovih korita i Lovćena, ili pak šetačkim stazama koje su malo teže za snalaženje i savladavanje i koje vode do cetinjskih sela, do Njeguša, a odatle oni najuporniji mogu nastaviti starim putem ka Kotoru, koga od Njeguša razdvajaju 32 serpentine sa kojih se pruža prelijep pogled na Bokokotorski zaliv. Pored Njeguša, koje je rodno mjesto valadra dinastije Petrović – Njegoš i u kome se nalazi kuća Petra II Petrovića pretvorena u muzej kao i seoska škola, interesantne su i autentične stare kuće sa kamenim zidovima i krovovima od slame i pločastim terasama. Veoma interesantna su i soska guvna, gdje su se nekada održavali skupovi, narodne igre i veselja. Oni koji zaista žele da istražuju mogu koristiti drevnu karavansku stazu koja nažalost nije markirana pa se mora ići uz pratnju vodiča. Planinari često koriste i put Kotor – Krstač, od mjesta Krstač ljubitelji planina dalje mogu ići ka Đerinskom vrhu, odnosno natavljati put ka Peštin gradu, najljepšem vidikovcu iznad Kotora. Interesantne destinacije za planinare su i katuni u selima Bukovica, Sanik i Trešnja. Za one koji prvi put dolaze na Cetinje nezaobilazna je posjeta Jezerskom vrhu (Njegošev mauzolej) na nadmorskoj visini od 1.660 metara. U blizini Jezerskog vrha postoji i jezerce prečnika 20m (po kome je vrh dobio ime). Oko hiljadu metara ka jugoistoku nalazi se poznata Miloševa pećina, koja kao i druge pećine imaju izbrazdane pukotine koje za vrijeme velikih kiša stalno bruje usled velike količine vode koja se sliva. Ako se krene ka Rijeci Crnojevića za planinare i šetače primamljive su markirane staze znane kao „ Ekološka rekreativna staza Obod – Rijeka Crnojevića“ koja prolazi pored same fabrike ribe u Rijeci Crnojevića i koja se sastoji od 3 alternativne staze čije su sve trase obilježene.

4.4.4. Događaji (events)

Ukoliko se turisti oprijedele za kulturno dešavanje onda mogu posjetiti manifestaciju „Kulturno ljeto“ koja predstavlja mozaik folklornog stvaralaštva, autorskih večeri, koncerata ozbiljne i zabavne muzike, likovnih izložbi i drugih kulturnih sadržja. Počinje sredinom

jula i traje mjesec dana. Sve manifestacije odvijaju se na scenama Ljetnje pozornice, zatim na Balšića pazaru i na prostoru Cetinjskog parka. Na ovaj način Kraljevsko pozorište „Zetki dom“, Fakulteti likovnih i dramskih umjetnosti sa Cetinja, Centralna biblioteka „Đurđe Crnojević“ i gradska biblioteka „Njegoš“ građanima Cetinja i gostima nude atraktivne kulturne programe koji će u budućnosti biti obogaćeni izvođenjem opera i koncerata kamernе muzike, domaćih izviđača i gostiju iz inostranstva.

Zatim imamo Cetinjski Bijenale, značajnu likovnu manifestaciju čiji je pokretač princ Nikola Petrović – Njegoš, praunuk kralja Nikole I. Početak bijenala vezan je za 1990. godinu kada je u Cetinju po prvi put organizovana međunarodna smotra likovnih stvaralaca na Cetinju. Međutim ova smotra imala je značajne prezentacije tako da je uskoro prerasla u Međunarodni bijenale savremene likovne umjetnosti. Prvo svečano otvaranje bilo je 8. juna 1991. godine. Ova prestižna manifestacija se održava svake druge godine kada se stvaraoci, kritičari, modelatori, umjetnici iz svih krajeva zemlje i inostranstva skupe da predstve svoje radove i da bi oformili svojevrstne umjetničke radionice u kojima nastaju nova djela.

Pored ovoga izdvaja se i Smotra folklora, manifestacija koja ima veoma dugu tradiciju ali je bila prekinuta nažalost poslednjih 20 godina. Od prije 4 godine ponovo je oživljena i traje krajem juna. Održava se na Cetinjskoj ljetnjoj pozornici podno Orlovog krša gdje se odvijaju razni muzičko – scenski prikazi, odnosno publici se predstavljaju melodije, pjesme i igre iz raznih krajeva Crne Gore, Srbije, ostalih okolnih zemalja i iz još poneke evropske zemlje. Narodna kola i plesove izvode članovi folklora, a od skora osim za odrasle, na smotri folklora predstavljaju se i mlade grupe plesača kao i djeca koja imaju dara i talenta za javno izvođenje narodnih pjesama i igara.

U Kraljevskom narodnom pozorištu „Zetski dom“ tokom cijele godine odvijaju se različite predstave iz produkcije budvanskog Grada Teatra, Crnogorskog narodnog pozorišta iz Podgorice, Tivatskog kulturnog ljeta kao i mnogih pozorišta iz Srbije. Najčešći gosti Kraljevskog pozorišta su ipak glumci Fakulteta dramskih umjetnosti sa Cetinja. Pored pozorišnih predstava ponekada se izvode i opere, pozorišne arije, organizuju se nastupi jazz i bendova savremene muzike, kao i performansi.

Za pobornike zabave koja podiže adrenalin tu su Brdske auto trke koje se održavaju svake godine sredinom jula, a nerijetko se održavaju i tokom proljeće i jeseni. Najzanimljivije su trke u kojima učestvuju izuzetno brzi, sportski automobili koje voze istaknuti crnogorski auto i reli trkači. Najveći doprinos trci, uz sportske i Auto – moto saveze daje i Auto – moto društvo „Lovćen“ koje je osnovano

1946. godine. Ekipe tog kluba ostale su poznate jer imaju preko 100 pehara sa raznih takmičenja u zemlji i inostranstvu. Najpoznatija trka je Šampionat za brdsku auto trku na stazi Cetinje – Ivanova korita (Lovćen) dužine 12.200m sa visinskom razlikom 610 metara. Od 1981. godine ova trka se nalazi u kalendaru Međunarodne automobilske federacije – FIA. Brdske auto trke na ovoj relaciji svake godine posmatra nekoliko hiljada gledalaca.

Nadomak Cetinja, već neki niz godina, postoji manifestacija pod nazivom Katunske sportske igre. Održava se krajem jula u selu Njeguši kada se u selu okupi veliki broj građana, nekadašnjih stanovnika Njeguša i njihovih potomaka. Svi oni evociraju uspomene na stari kraj i dešavanja iz prošlosti, a poneki odmjeravaju snage u starim disciplinama kao što su skok u dalj, potezanje konopca, skok u vis, bacanje kamena s ramene, jahanje konja. Ovim disciplinama se nekada mjerila hrabrost, spretnost i viteštvo, a danas one ponovo postaju aktuelne pa razvijaju sportski duh.

Možemo još pomenuti i razne izložbe i likovne promocije koje se tokom čitave godine održavaju u galeriji „Gams“ i u Narodnoj biblioteci „Đurđe Crnojević“. U Vladinom domu organizuju se večeri poezije, dramskih prikaza, predstavljanje mladih likovnih stavraoca, filmskih kritičara, prezentacije raznih publikacija, magazina, književnih listova.

V SWOT analiza

5. Analiza prednosti, nedostatka, opasnosti i prilika – SWOT analiza

Koncipiranje strateškog razvoja turizma ne može mimoći analizu prednosti i nedostataka, te prilika i opasnosti. Pri tom treba imati u vidu djelovanje endogenih i egzogenih faktora i različite segmente ponude i potražnje. SWOT analiza je dijelom rezultat primarne kvalitativne analize, u kojoj su svoje sugestije dali predstavnici turističkih centara, i primarnih podataka koji su sumirani u neposrednim razgovorima sa predstavnicima različitih ministarstva, turističkim radnicima, stručnjacima itd. Pored primarnih, u analizu su uključeni i sekundarni podaci sadržani u brojnoj literaturi.

U okviru SWOT analize ističu se generalno zajedničke prednosti, nedostaci, prilike i opasnosti za sve centre odnosno turističke destinacije na sjeveru i u centralnom dijelu Crne Gore. Slijedi kratak pregled specifičnih prednosti, nedostataka, prilika i opasnosti za svaku turističku destinaciju pojedinačno.

PREDNOSTI	NEDOSTACI
MAKRO OKRUŽENJE I PRIRODNI RESURSI	
- bogati i raznoliki prirodni resursi: priroda, planine, rijeke i jezera, fauna, flora, pokrivenost snijegom, klimatski uslovi itd. - neotkrivene prirodne atrakcije - velika koncentracija prirodnih atrakcija na malom prostoru - veliki potencijal radne snage - otvorenost i gostoprimstvo stanovništva - visoka očekivanja od turizma	- nerazvijen i donekle loš odnos prema prirodnoj okolini - loša i neravnomjerna privredna razvijenost - odliv radne snage u gradove, slaba demografska struktura - visoka stopa nezaposlenosti - relativno neobrazovan kadar - nepostojanje prostornih i urbanističkih planova, posebno na lokalnom nivou - loša saobraćajna, komunalna (deficit energije) i opšta infrastruktura - loša saobraćajna dostupnost skijaških centara - nezavršeni procesi privatizacije

	- spor proces prestrukturiranja privrede u pojedinim opštinama i reorganizacija industrijskih zona - postepen razvoj turističkih zakona, pravnog uređenja i organizacionih struktura u javnom sektoru - nepostojanje TIC u većini opština na sjeveru
TURISTIČKA PONUDA	
- pojedini poznati turistički centri u širem regionu - prirodna i izvorna hrana i piće - gostoprimstvo radnika	- nerazvijeni i loše održavani turistički smještajni kapaciteti - zastarjela skijaška oprema i njeno loše održavanje - pomanjkanje reda i kontrole na skijalištima - loše razvijeni osnovni turistički programi - pretežna usmjerenost na zimsku ponudu i zimski period - nedostatak finansijskih sredstva za ulaganje u održavanje kapaciteta i poboljšanje servisa
DODATNE TURISTIČKE DJELATNOSTI	
- uključivanje lokalnih specijaliteta svake od turističkih destinacija u turističku ponudu	- loše razvijena dopunska ponuda trgovine, proizvoda, poljoprivrede itd. - loša međusobna povezanost i komplementarnost planinskih turističkih centara - loša povezanost i komplementarnost planinskih i primorskih turističkih centara
POTRAŽNJA	
- ostali su malobrojni a lojalni turisti - poznavaoi prirodnih atrakcija Crne Gore	- gubitak stvarnog međunarodnog tržišta - malo domaće turističko tržište - niska kupovna snaga domaćeg tržišta - marketinški nedefinisan turističko-propagandni materijal - nedostatak finansijskih sredstva za propagandu i tržišne nastupe

Tabela br: 9.¹⁴

¹⁴ Program razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori, Međunarodni institut za turizam, Ljubljana, 2005

PRILIKE	OPASNOSTI
MAKRO OKRUŽENJE I PRIRODNI RESURSI	
- neiskorišteni prirodni potencijali - zaštićena priroda i nacionalni parkovi - veliki potencijal radne snage - razvoj školskog, obrazovnog sistema i sistema permanentnog osposobljavanja za potrebe turizma - izgradnja saobraćajne mreže - razvoj i izgradnja po usvojenim prostornim i urbanističkim planovima - povezivanje i saradnja sa državama na području JI Europe - povezivanje i saradnja sa državama EU - sprovođenje postulata iz Deklaracije o ekološkoj državi kao zelenoj neotkrivenoj oazi Europe - blizina razvijenih turističkih zemalja – Hrvatske, Grčke i Italije - poboljšanje dostupnosti drumskog, željezničkog, avio i morskog saobraćaja - brojni sporedni i šumski putevi za radoznale turiste - otvaranje novih puteva i graničnih prelaza u cilju što efikasnije komunikacije sa određenim razvijenim regionima - razvoj preduzetništva (sektora malih i srednjih preduzeća) - povećanje životnog standarda stanovništva - razvoj i saradnja javnog i privatnog sektora, kao i civilnog društva u turizmu	- politička nestabilnost u širem regionu - nedovoljno razvijene zemlje u okruženju - slabo funkcionisanje pravnog sistema i u pojedinim sferama nedovoljno definisani pravni propisi - predugo trajanje procesa privatizacije - ekološka zagađenja i opasnosti od ekoloških katastrofa - prirodne (elementarne) nepogode (vatra u šumama, odroni na putevima, itd.) - saobraćajna izolovanost ove regije od ostatka republike i šireg regiona - neprihvatanje turizma, rada u turizmu i turista od strane stanovništva - slaba percepcija planinskog turizma u Crnoj Gori i pojedinih turističkih destinacija u očima inostranih turista, doživljava se kao destinacija u zemlji koja ima viši politički rizik
TURISTIČKA PONUDA	
- razvoj komplementarnih vidova smještajnih kapaciteta – hotela, pansiona i apartmana, bed&breakfast, kampova - razvoj turističkih programa za cjelogodišnji odmor - razvoj turističkih programa baziranih na prirodi, rekreativnim aktivnostima i tematskim sadržajima - razvoj klimatskih planinskih wellness programa	- izgradnja smještajnih kapaciteta za masovni turizam - preveliko koncentrisanje na jedan vid ponude i jedno godišnje doba - prevelik priliv stranih investicija i kapitala - gubljenje turističkog identiteta i izvornih konkurentskih prednosti - zaostajanje u razvoju kvaliteta u poređenju sa porastom kapaciteta - pretjerivanje u povećanju cijena i neracionalan

- povezivanje sa međunarodnim korporacijama i lancima - kombinacija programa planinskog i primorskog turizma i turističkih programa - razvoj turističkih klastera na području pojedine turističke makro zone - destinacije - ekološki proizvedena hrana i prirodna vrhunska izvorska voda - cjenovna konkurentnost turističke ponude Crne Gore u poređenju sa alpskim turističkim centrima - razvoj skijaških kapaciteta prema potrebama potražnje	odnos kvalitet/cijena
DODATNE TURISTIČKE DJELATNOSTI	
- razvijanje komplementarnih turističkih programa, baziranih na poljoprivredi, trgovini, zanatstvu, zdravlju - razvijanje programa na bazi tradicije, kulture i istorije - razvoj i proizvodnja tipičnih proizvoda sa pojedinih turističkih destinacija	- opuštanje poljoprivredne proizvodnje i stočarstva u pojedinim regionima - nekritična imitacija stranih turističkih programa - banalno/vulgarno komercijalizovanje tradicionalnih proizvoda - opuštanje djelatnosti i proizvodnje karakteristične za pojedine turističke destinacije
POTRAŽNJA	
- veliki obim i kvalitet evropske turističke tražnje - visoka kupovna snaga evropske turističke potražnje - povećana mobilnost turista i spremnost otkrivanja nepoznatih destinacija - razvoj potencijalnog bližeg tržišta na JI Europe - etno tržište u inostranstvu - marketinški definisano pozicioniranje turističke ponude planinskog i centralnog dijela Crne Gore - razvoj i marketing tržišne marke „Nacionalni parkovi Crne Gore“ - prepoznatljivost turističke ponude Crne Gore i pojedinih turističkih destinacija na starim emitivnim tržištima, na kojima su postojali prije 1990. godine - povezivanje sa stranim nisko cjenovnim avio prevoznicima	- isključivo usmjeravanje na inostranu potražnju - preveliko koncentrisanje na uske segmente turističke potražnje - neoblikovan identitet turističke Crne Gore i pomanjkanje sredstava za propagandu - sporo usvajanje tehnoloških informacionih sredstva za potrebe marketinga (internet, e-marketing,...)

Tabela br: 10.¹⁵

¹⁵ Program razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori, Međunarodni institut za turizam, Ljubljana, 2005

5.1.1. SWOT analiza Nacionalnog parka „Lovćen“

Pored tri velike turističke destinacije u sjevernom i centralnom dijelu Crne Gora, sa aspekta razvoja planinskog turizma smatra se interesantnim i mikro zona - turističke destinacije Lovćen. Lovćen ima veliki potencijal za razvoj planinskog turizma u Crnoj Gori, gdje je praktično kompletno područje turistički nerazvijeno i nije u funkciji turističke privrede.

PREDNOSTI I SLABOSTI PLANINSKOG TURIZMA NA PODRUCJU LOVCENA

PREDNOSTI	NEDOSTACI
MAKRO OKRUŽENJE I PRIRODNI RESURSI	
- Lovćen je najznačajnija mikro turistička destinacija sa razvijenim imidžom i turističkim kapacitetima - Orjen i Rumija su izletišta pogotovo za turističke centre na moru - Veruša je prikladno izletišta i stacionarna vikend destinacija za Podgoricu - Vučje i Kosanica su lokalni planinski centri u razvoju	- teška saobraćajna dostupnost zbog loših saobraćajnica I veza - osim na Cetinju, uglavnom nema lokalnog stanovništva - osim Lovćena, druge mikro destinacije nemaju nekih istaknutih kulturnih spomenika i atrakcija - privredna i infrastrukturna nerazvijenost tih destinacija (osim Cetinja)
TURISTIČKA PONUDA	
- donekle usmjereni turistički kapaciteti i programi (izletničko-planinarski Orjen, omladinski centar Veruša)	- Osim na Lovćenu, drugdje gotovo da nema značajnih turističkih kapaciteta i programa
POTRAŽNJA	
- Lovćen ima prepoznatljivo mjesto na međunarodnom turističkom tržištu - postoji potražnja lokalnog stanovništva	- nema tržišne segmentacije - nema informisanja i marketinga, izuzev za Lovćen

Tabela br: 11.¹⁶

¹⁶ Program razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori, Međunarodni institut za turizam, Ljubljana, 2005

PRILIKE I OPASNOSTI PLANINSKOG TURIZMA NA PODRUCJU LOVCENA

PRILIKE	OPASNOSTI
MAKRO OKRUZENJE I PRIRODNI RESURSI	
- povećanje dostupnosti Lovčena od morske strane izgradnjom lifta-žičare - povezivanje Orjena i Rumije kao komplementarne turističke ponude sa izletničkim karakterom za Primorje	- zaostajanje izgradnje nacionalne cestovne infrastrukture - zaostajanje urbanističkih rješenja za mikro destinacije u kojima bi dolazilo do narušavanja prirodnih faktora
- izgradnja autoputa Podgorica - Bijelo Polje - Beograd, koji će približiti Verušu Podgorici	
TURISTIČKA PONUDA	
- razvoj specifičnih turističkih programa, u mnogome komplementarnih većim centrima - razvoj izletničkih programa	- preveliko otvaranje područja investicijama u turizam u tim mikro destinacijama - pretjeran oslonac na razvoj skijaških kapaciteta i time dupliranje turističkih programa u široj turističkoj destinaciji - razvoj konkurentskih centara u BiH i Srbiji
POTRAŽNJA	
- razvoj domaće tražnje - usmjeravanje na specijalne tržišne segmente (izletnici, omladina, kultura, planinarenje, rekreacija i lakši sportovi) - povezivanje sa većim turističkim centrima i destinacijama na području informisanja, promocije i marketinga	- preveliko koncentrisanje na pojedina tržišta – pogotovo na domaće ili pojedina strana

Tabela br. 12.¹⁷

¹⁷ Program razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori, Međunarodni institut za turizam, Ljubljana, 2005

5.1.2. SWOT analiza Cetinja

PREDNOSTI	SLABOSTI
• raznolikost ponude na malom prostoru • klima i geografski položaj • prirodne vrijednosti • kulturno-istorijsko nasljeđe • gostoprimstvo lokalnog stanovništva • hrana i pića • veliki broj malih i srednjih preduzeća • povoljan ambijent za investiture • razvijena informatičko-komunikaciona (ITC) infrastruktura • politička stabilnost • dobri odnosi sa susjednim državama • nova destinacija • blizina najznačajnijim evropskim metropolama	• nezadovoljavajuća struktura hotelskih kapaciteta • nedostatak svijesti o važnosti turizma među značajnim dijelom stanovništva • neintegrisana ponuda • nedovoljna primjena IT • neprepoznatljivost regiona • nedostatak kadra sa aspekta kvantiteta i kvalifikacija • nizak nivo kvaliteta usluga • izražena sezonalnost • znatan udio sivog tržišta • nedostatak informacija i istraživanja • neplanska gradnja • nečistoća • neadekvatna prateća infrastruktura (vodosnabdijevanje, otpadne vode, čvrsti otpad, putna infrastruktura, električna energija, parking) • buka • nedovoljna dostupnost putem avio saobraćaja • nedovoljna implementacija privatnojavnog partnerstva • nedovoljna inicijativa u turizmu • nedovoljno područja sa statusom zaštićenog područja u obalnom dijelu
MOGUĆNOSTI	PRIJETNJE
• rastuća međunarodna tražnja za turizmom koji je orijentisan na prirodu • rastuća međunarodna tražnja za novim (neiskorišćenim) turističkim i kongresnim destinacijama • rastuća međunarodna tražnja za visoko kvalitetnom turističkom ponudom • rastuća važnost i prihvatljivost održivog razvoja • tekuća integracija u Evropsku uniju • razvoj regionalnih turističkih asocijacija • privatno-javno partnerstvo • internet	• povećanje troškova prevoza (cijena nafte) • povećanje cijena hrane • uticaji klimatskih promjena • smanjenje plažnog prostora koji ima status zaštićenog prostora

Tabela br: 13.¹⁸

¹⁸ Master plan, Strategija razvoja turizma u CG do 2020.god.

VI Analiza turističkog tržišta

6.1 Turistički promet

Kao uvod možemo se osvrnuti na početke bilježenja turističkog prometa u oblasti Cetinja.

Prema evidenciji Cetinje je 1901. godine, posjetilo 4.551 turista, koji su odsjedali u gradu, a iste godine objavljen je na francuskom jeziku prvi vodič o Cetinju stručno napisan, obuhvatajući i okolinu Cetinja. Turistički promet raste iz godine u godinu i dostiže vrhunac uoči balkanskih ratova. Tako je 1910. godine, samo hotel „Grand“ imao 3.013 posjetilaca. U periodu 1918.-1941. god., Cetinje je bilo najvažnije turističko središte Crne Gore. Cetinje je tada imalo šest hotela, 54 kafane i gostionice. Hoteli: „Grand-hotel“, „Njujork“, „Beograd“, „Paris“, „London“ i „Nikšić“ 1931. godine, raspolagali su sa 93 sobe. Ozbiljnije turističke posjete počinju od 1927. godine, a 1929. godine dolazi do porasta turističkog prometa – 9.635 turista.

Zahvaljujući formiranju Državnog muzeja na Cetinju i izgradnji puta Cetinje-Budva 1931. godine – kao dijela kružnog puta oko Lovćena, turizam na Cetinju doživljava pravu ekspanziju. Prema statistici, za 10 mjeseci 1934. godine, Cetinje je posjetilo više od 26.000 stranih i domaćih turista. Strani turisti bili su većinom iz Čehoslovačke, Poljske, Njemačke, Francuske i Engleske. Naredne 1935. godine, bilo je oko 15.000 posjetilaca da bi kasnije, do Drugog svjetskog rata turistički promet išao silaznom linijom. U ovom periodu javljaju se počeci zdravstveno-rekreativnog turizma na Lovćenu i lovno-ribolovnog turizma na Rijeci Crnojevića i Skadarskom jezeru. Na Ivanovim koritima je od 1928. godine, postojalo Državno klimatsko lječilište i oporavilište, a od 1931. godine, otvoren je i poseban paviljon za djecu koja su primana bez pratnje roditelja. U blizini sanatorijuma bilo je i nekoliko kafana, tako da su Ivanova korita bila posjećena od izletnika iz Cetinja i Boke Kotorske. Između dva svjetska rata bilo je organizovanog lovnog i ribolovnog turizma na Rijeci Crnojevića i Skadarskom jezeru. Sve do 1941. godine, na Rijeci Crnojevića postojao je „zabran“ – rezervat za lov na fazane, srne i drugu divljač. U junu 1928. godine, osnovan je na Cetinju Savez za unapređenje saobraćaja, putnika i turista. To je bila centralna turistička organizacija čitave ondašnje Zetske oblasti, koja je ubrzo pretvorena u „Društvo za saobraćaj putnika i turista“, pod novim imenom „Putnik“

Cetinje. Cilj Saveza bilo je razvijanje što većeg interesovanja za Cetinje i Crnu Goru uopšte. U to vrijeme jedan od najinteresantnijih objekata, bivši kraljev dvor – u kome je formiran Državni muzej 1926. godine, nije bio dostupan turističkim posjetama. Čim je učinjen dostupnim, 1930. godine, posjetilo ga je 4.413 izletnika (2008. godine Muzej Kralja Nikole I posjetilo je 90.354 izletnika).

U drugoj polovini XX vijeka, do katastrofalnog zemljotresa 1979. godine, limitirajuće faktore za razvoj turizma predstavljaju nekvalitetne saobraćajnice i ograničeni smještajni kapaciteti. Ipak, zahvaljujući dinamičnom razvoju turizma na Crnogorskom i Dubrovačkom primorju, dolazi do povećanja turističkog prometa i u Cetinjskoj regiji. Broj posjetilaca iznosio je i do 100.000 godišnje (1977.). Zemljotresom 1979. godine, srušen je jedini hotel na Cetinju i oštećeno nekoliko ugostiteljskih objekata, tako da smještajnih kapaciteta u gradu nije bilo, sve do izgradnje novog “Grand hotela“, 1984. godine (kapaciteta 450 ležaja). Nakon toga, uporedo sa obnavljanjem turističkih kapaciteta na Primorju, uslijedio je ponovni uzlazni trend i na Cetinju, no i to je kratko trajalo – do raspada SFRJ i nemilih događanja 1991. godine, kada je uslijedio novi pad broja turističkih posjeta.

Početkom XXI vijeka, došlo je do revitalizacije turizma Crne Gore, koji je uslovio izvjesno poboljšanje, kako ponude tako i potražnje za turističkim proizvodom Cetinja. Prema statističkim izvještajima, u 2008. godini, u Cetinju je u hotelima („Grand“ i „Sport in“) bilo na raspolaganju 460 kreveta. Takođe, na Ivanovim koritima, postoji dječije odmarališe sa oko 200 i u nedavno otvorenom, malom hotelu „Ivanov konak“ oko 15 kreveta. Posljednjih godina broj turista se kreće između 4.240 sa 16.625 noćenja u 1997.god; 3069 sa 30.966 noćenja u 1999.god; i u 2008. godini oko 51.000 noćenja, sa nešto više od 92.000 izletnika. Najviše posjetilaca dolazilo je sa tržišta Francuske, Izraela, Hrvatske, Slovenije i Bosne i Hercegovine. Još značajniji promet biće ostvaren sa daljom saradnjom sa turističkim poslenicima iz dubrovačke regije. Unapređenjem saobraćajnih komunikacija nastupile su radikalne promjene u geografsko-saobraćajnom položaju Cetinja i Cetinjske subregije u cjelini. One imaju višestruki ekonomsko-turistički, kulturno-naučni i demografski značaj. Novosagrađeni putevi omogućili su veću valorizaciju kulturno-istorijske baštine Cetinja u naučne i turističke svrhe i njihovo povezivanje sa budvanskom i kotorskom opštinom. Posebno, sa Kotorom doći će do tješnje saradnje upotrebom moderne žičare, čija se izgradnja očekuje u skoroj budućnosti.

Zbog svog položaja Cetinje, kao dosada oblast prvenstveno tranzitnog turizma, nije bjeležilo u proteklom periodu značajan turistički promet. Takođe nema najsvježijih podataka ali na osnovu uzorka iz 2005.

god u tabeli br 1 možemo vidjeti da je Cetinje imalo samo 1,05 % učešća u ukupnom broju gostiju u Crnoj Gori.

6.2. Turistička posjeta Crnoj Gori na početku 3. milenijuma

Crnu Goru je u 2004. godini posjetilo nešto više od 703.000 turista, koji su ostvarili 4.560.000 noćenja. Događanja na prostoru Jugoslavije u posljednjih 15 godina uticala su na turizam, kao jednu od privrednih grana koja je jako osjetljiva na stabilnost makro okruženja. Posljedice su vidljive prije svega na stanju turističkih kapaciteta, organizacionoj strukturi, turističkoj posjeti i na prihodima od turizma. Zbog toga prognoze na bazi trendova turističke potražnje i njene strukture, nemaju velike vrijednosti, tako da se analiza tržišta oslanja na statističke podatke u posljednjim godinama i na ekspertske kvalitativnu analizu turističke potražnje u pojedinim turističkim planinskim centrima. Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku, sjeverni i centralni dio Crne Gore u 2004. godini posjetilo je 63.394 turista (9% svih turista u Republici), koji su ostvarili 164.096 noćenja (3,6% svih noćenja u Republici). Većinu turističkog prometa (85%) realizovale su opštine Kolašin, Bijelo Polje, Žabljak, Pljevlja, Cetinje i Podgorica, a u strukturi turista bilo je 31,9% stranih turista.

Ovakva situacija je odraz razvojnog usmjerenja u primorski turizam, koji je bio prioritetni smjer razvoja jugoslovenskog turizma od 70-ih godina nadalje. Taj turizam se bazirao na masovnosti, ljetnjoj sezoni, tour operatorskim aranžmanima i niskim cijenama. Kriza tog usmjerenja i takvog koncepta turističkog razvoja pokazala se već sredinom 80-ih godina, tako da je politička i privredna kriza u Jugoslaviji krajem 80-tih godina dovela samo do pogoršanja i na kraju kolapsa čitavog turizma na tlu bivše Jugoslavije.¹⁹

¹⁹ Primarni podaci, Međunarodni institut, Ljubljana, 2004.god

6.3. Statistički podaci

Posljedice su bile pogubne po turizam. Prekogranični putnički saobraćaj je oko deset godina bio gotovo sasvim obustavljen. Crna Gora je nestala sa geografske karte međunarodnih turističkih destinacija. Prema tome, ukupna ponuda je zastarjela, istrošena i sklona poremećajima. Ona očekivanjima zahtjevnih gostiju ne odgovara ni u pogledu kvaliteta, niti sadržaja. Na međunarodnom planu Crna Gora nije konkurentna i može se plasirati samo preko povoljnih cijena. Turističke potrebe su zbog egzistencijalnih nevolja zemlje bile beznačajne. Tako se malo pažnje poklanjalo prirodnom potencijalu – predjelima i plažama - da ne govorimo o novoj infrastrukturi, njezi i revalvaciji. To je ne samo izazvalo znatne štete po životnu sredinu, već je štetilo i atraktivnosti u očima posjetilaca.

Statistika turizma kao dio Odsjeka kratkoročnih indikatora bavi se praćenjem turističkog prometa (dolazaka i noćenja) domaćih i stranih turista u svim vrstama objekata za smještaj. Obradu podata vrši Zavod za statistiku Crne Gore (MONSTAT), čije ću podatke preuzeti. Podaci se prikupljaju mjesečnim izvještajem ugostiteljskih i drugih organizacija koje pružaju usluge smještaja turistima (hoteli, moteli, kampovi, odmarališta), odnosno koje posreduju u pružanju tih usluga (agencije). Definicije i varijable mjesečnog istraživanja usklađene su s metodološkim preporukama WTO-a i Eurostat-a.

U poslednje vreme, Ministarstvo turizma je počelo da primenjuje i satelitski način obračuna efekata turizma koji je zasnovan na konceptu ekonomske aktivnosti sa stanovišta potražnje, jer ova privredna grana ne proizvodi niti nudi homogeni proizvod ili usluge kao tradicionalne privredne grane (poljoprivreda, elektronika, industrija čelika, itd). Umjesto toga, turizam je privredna aktivnost definisana raznovrsnim skupom proizvoda (trajnih i ne-trajnih) i usluga (transport, smještaj, hrana i piće, zabava, vladine usluge, itd) koje se nude posjetiocima. Postoje dva osnovna skupa potražnje (potrošnja u turizmu, putovanjima i ukupna potražnja) i primjenjujući input/output modeliranje turizma kao privredne grane i šire ekonomije koju generiše turizam. Na ova dva skupa odvojeno satelitski obračun je u stanju da da dva različita, a komplementarna skupa ponude putovanja i turizma. Prvi obuhvata eksplicitno definisane ekvivalente proizvodnje ove privredne grane, zbog poređenja sa ostalim privrednim granama, dok druga obuhvata širi uticaj putovanja i turizma na ekonomiju, tj. direktni i indirektni.

Tabela br 1: Turizam i ugostiteljstvo: Statistički pokazatelji za 2009.godinu²⁰

TURIZAM				UGOSTITELJSTVO		
2009.	Ukupno gostiju	Strani gosti	Noćenja	Broj poslovnih jedinica	Broj ležaja	Ukupan promet u milijonima
Crna Gora	820.457	272.005	5.211.847	-	116.875	216,68
Cetinje	8.628	1.749	-	-	660	-

Iz tabele br. 2 možemo vidjeti da broj stanovnika od 2001. godine u ovom području opada, što nije toliko značajno, ali istovremeno i broj vikendica se smanjuje, što nije dobar pokazatelj u periodu težnje da se od Cetinja napravi značajno turističko područje.

Tabela br.2: Broj stanovništva, stanova, stanova za odmor i rekreaciju u opštini Cetinje za 2001. god i 2003. god²¹

Opština Cetinje	2001.godina				
	Broj stanovnika	Broj stanova	Broj vikendica	Površina vikendica	Ležaji u vikendicama
	20.139	8.149	1.473	70.000	-
	2003. godina				
	Broj stanovnika	Broj stanova	Broj vikendica	Površina vikendica	Ležaji u vikendicama
	18.500	8.943	1.353	64.303	4.287

²⁰ Direkcija za razvoj malih i srednjih preduzeća, Cetinje, <http://bizniscentar.tripod.com/Cetinje>;

²¹ Statistički godišnjak Crne Gore 2001. i 2007. godine, Prvi rezultati, Monstat, Podgorica;

U detaljnijoj analizi predstavljenj u tabeli br 3. možemo vidjeti da je pretežna struktura gostiju u opštini Cetinje iz same Crne Gore. Dakle za čitav period 2007. godine Cetinje je posjetilo svega 1.747 starnih turista, što ukazuje na potrebu usmjeravanja svih turističkih potencijala ka privlačenju turista različitih usmjerenja i interesovanja. Evidentno je da je stanje turističke ponude takvo da nedovoljno privlači strane turiste, istančanih potreba i specifičnih želja.

Tabela gornja br 3. i donja 3.1: Broj i struktura turista i noćenja u periodu od 2001. do 2007. godine²²

Opština Cetinje	Turisti				
	Strani	u %	Domaći	u %	Ukupno
2001.	598	11,9	4.432	88,1	5.030
2002.	512	15,4	2.807	84,6	3.319
2003.	710	15,4	3.913	84,6	4.623
2004.	1.181	20,08	4.502	79,2	5.683
2005.	1.116	14,01	6.780	85,9	7.896
2006.	804	17,02	3.880	82,8	4.684
2007.	1.747	25,07	5.061	74,3	6.808

Turistička potrošnja u Cetinju je minimalna budući da ima vrlo malo mogućnosti za prenoćište, a ne naplaćuju se ni ulaznice za lokalne atrakcije. Pošto Cetinje nije daleko od glavnog grada i primorskih ljetovališta, često se doživljava kao izletnička destinacija, što smanjuje njegov potencijal za generisanje prihoda po osnovu noćenja. WTTC preporučuje uvođenje naplate ulaza u muzeje na Cetinju i nacionalni park Lovćen da bi se počelo sa valorizacijom njegovog turističkog potencijala.

²² Projekat, Povećanje konkurentske sposobnosti domaćih preduzeća – Turizam, Oktobar 2008.god, Vlada republike Crne Gore, Ministarstvo turizma;

Opština		Broj ležaja	u %	Ukupan promet u 000 EUR	u %
Cetinje	2001.	450	0,5	113	1,1
	2002.	670	0,9	213	2,2
	2003.	670	0,8	236	1,0
	2004.	670	0,8	430	0,5
	2005.	670	0,9	-	-
	2006.	660	0,9	-	-
	2007.	660	0,6	-	-

Opština Cetinje	Noćenja				
	Strani	u %	Domaći	u %	Ukupno
2001.	1.875	7,2	24.010	92,8	25.885
2002.	2.742	8,1	31.174	91,9	33.916
2003.	2.181	8,3	24.210	91,7	26.391
2004.	5.613	17,9	25.702	82,1	31.315
2005.	3.759	4,9	73.169	95,1	76.928
2006.	1.912	7,6	23.399	92,4	25.311
2007.	5.353	18,2	23.989	81,8	29.342

Tabela br 4: Broj ležaja u periodu od 2001. god do 2007. i ukupan promet od 2001. do 2007. godine²³

U tabeli br. 4 možemo vidjeti da je Cetinje u periodu od 2001. do 2007. godine imalo u prosjeku samo 1% učešća u ukupnom turističkom prometu Crne Gore, što takode predstavlja neznatan doprinos.

²³ Međunarodni institut za turizam, Podgorica, mart, 2008.god;

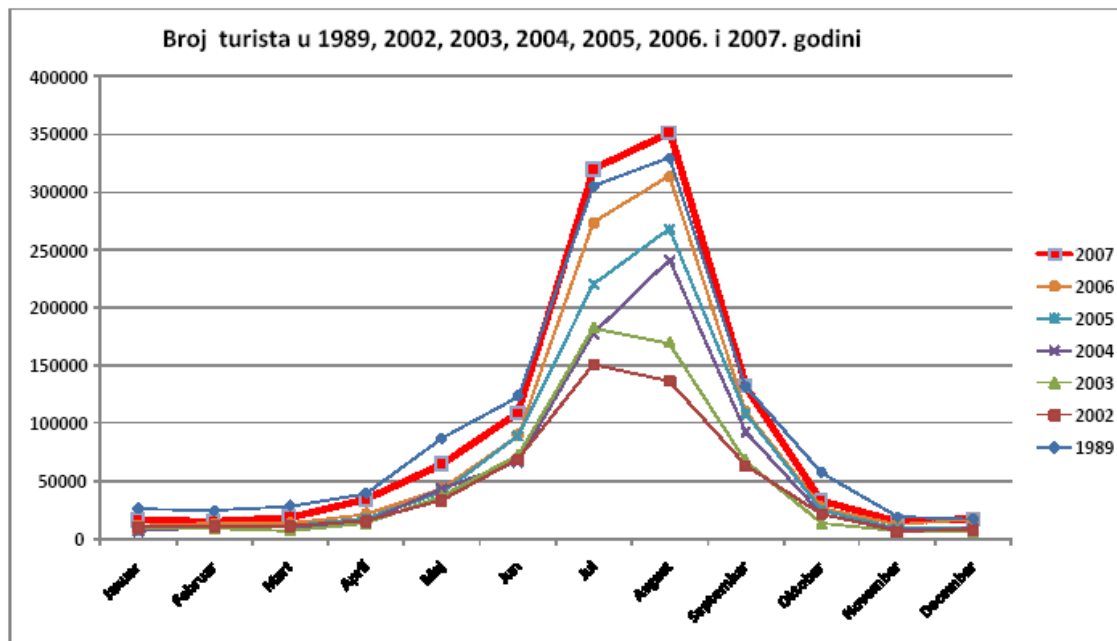


Tabela br.5: Broj turista u periodu datih godina

Evidentirani broj turista po mjesecima u periodu 2002–2007. godina, ukazuje na činjenicu da osim značajnog rasta broja turista iz godinu u godinu, dolazi i do produženja trajanja glavne turističke sezone. Naime, već nekoliko godina zaredom, ljetnja turistička sezona počinje sve ranije (mart– april) i završava se kasnije (oktobar–novembar). Zbog toga, sve bolju posjećenost tokom ljetnjih mjeseci, bilježi i Cetinje, što u krajnjem vodi sve znatnijem smanjenju sezonalnog karaktera turističke aktivnosti.

VII Vizija razvoja u narednom periodu

7.1. Osnovna koncepcija predmeta istraživanja

Na osnovu detaljne, stručne, segmentacije tržišta nophodno je ponuditi diferencirane turističke proizvode specifične za ovo područje. Uspješna implementacija turističkih megatrendova, smatram, da će pomoći u rešavanju mnogih privrednih problema ove opštine i donijeti brojne koristi: održivi privredni razvoj, rast životnog standarda, očuvanje i unapređenje kulturne i prirodne baštine, turizam tokom četiri godišnja doba, zaustavljanje migracije stanovništva iz ovih predjela, trajno zapošljenje (turizam, poljoprivreda, zanatstvo i druge grane povezane sa turizmom), revitalizacija planinskog i seoskog područja, proizvodnja i plasman zdrave hrane, oživljavanje starih zanata, itd. Samo ovakav sistematski pristup garantuje nam da se neće ponoviti period stagnacije u promociji Cetinja kao primamljive turističke destinacije. Ovaj grad, sa okolinom, kao turistički proizvod, zbir je atraktivnih (prirodnih, antropoloških, itd.), komunikativnih (putevi, komunikacija) i receptivnih faktora (ponuda smještaja i ishrane).

Koristeći kulturno nasljeđe, jak istorijski kult, činjenicu da se na Cetinju nalaze tri velike hrišćanske svetinje, kao i to da su život ovog grada obogatili veliki umjetnici - pisci i slikari, uz autentične arhitektonske, ambijentalne i pejzažne vrijednosti, Cetinje će razviti kulturni i vjerski turizam. Koristeći ove snažne potencijale Grad može strateški razvijati turizam dobro osmišljenim i prepoznatljivim turističkim proizvodom.

Njegujući sve svoje autentične vrijednosti, duh nekadašnje i sadašnje Prijestonice, izuzetno bogatstvo kulturno-istorijskog i duhovnog nasljeđa, u jedinstvenom spoju sa prirodnim okruženjem i atraktivnim geografskim položajem, sa puno zelenila, sa revitalizovanim parkovima, sa novom starom „Lokandom“, sa brojnim turistima, sa evropskim manirom spolja, a prepoznatljivim samosvjesnim duhom-duhom Cetinja u sebi i sa definisanim statusom, kao dijelom Svjetske baštine u okviru UNESCO. U njemu će se prijatno osjećati svaki građanin svijeta.

7.1.1. Pravci budućeg razvoja

Starteški pravci razvoja u opštini Cetinje ogledaju se većim dijelom i u oblasti razvoja turizma, od kojih se očekuje i najveća realizacija. Za ostvarenje povoljnog razvoja najbitnije stavke su sledeće:

- otvaranje rezidencije predsednika Republike tj. njeno aktivnije korišćenje u te svrhe (kompletna rekonstrukcija nekadašnje Upravne zgrade EI „Obod“ odnosno bivše Hipotekarne banke);
- otvaranje diplomatskih predstavništva i ambasada (s obzirom da postoje zgrade koje su već korišćene u te svrhe, a takođe ova opcija postaje još više aktuelna nakon sticanja crnogorske nezavisnosti);
- razvoj kongresnih potencijala;
- rekonstrukcija i sanacija hotela „Grand“ (mada je najveći dio radova završen);
- adaptacija i uređenje turističkog kompleksa Ivanova korita;
- Izgradnja žičare Lovćen – Kotor²⁴.

U Master planu za turistički razvoj Cetinja kao glavne stavke budućeg razvoja se mogu naci:

1) Ekonomski razvoj Cetinja kroz korišćenje potencijala Istorijskog jezgra Cetinja na principima održivog razvoja,

2) Integralna zaštita, valorizacija, revalorizacija i prezentacija kulturne i prirodne baštine,

3) Jačanje pravne i institucionalne infrastrukture,

4) Osiguranje efikasne primjene zakona i planske dokumentacije,

5) Upis Istorijskog jezgra Cetinja na Listu svjetske baštine UNESCO,

6) Jačanje kadrovskih kapaciteta na svim nivoima, edukacija novog i doedukacija postojećeg stručnog kadra.

²⁴ Profil opštine Cetinje – Direkcija za razvoj malih i srednjih preduzeća, Cetinje, Crna Gora;
<http://bizniscentar.tripod.com/cetinje>

U istom Master planu se nalaze i bitni faktori koji mogu da utiču na dalji razvoj i koji ugrožavaju kulturne i prirodne vrijednosti:

- Neadekvatna zakonska zaštita
- Zastarjela urbanistička planska dokumenta
- Nedovoljna koordinacija među akterima u sistemu upravljanja
- Nepostojanje dugoročne strategije razvoja grada
- Nedostatak organa lokalne uprave za poslove kulture
- Nepostojanje stručnog savjeta Prijestonice za kulturu
- Nedovoljna valorizacija kulturne baštine i prirodne baštine
- Nematerijalno još uvijek nije na stručan način tretirano, niti Zakonom determinisano
- Nedovoljno razvijena svijest o vrijednostima
- Nedovoljna međuintitucionalna i međuresorka saradnja
- Nepoštovanje postojećih zakona i podzakonskih akata
- Nedostatak savremenih zakona i podzakonskih akata koji regulišu kulturnu baštinu
- Poplave su jedan od najvećih prirodnih rizika Cetinja
- Eventualne i nepredvidive vremenske i prirodne nepogode koje su se i do sada periodično javljale: zemljotresi, razorni vjetrovi, velike sniježne padavine, te požari i druge nepogodnosti kao posljedica ljudske nemarnosti i nebrige.
- Klimatske prilike na Cetinju, sa dugim i hladnim zimama sa puno sniježnih padavina i veoma velikim oscilacijama temperature u ljetnjem periodu, koje utiču na strukturu građevina.

Kao jedan od ciljeva menadžmenta u turizmu se navodi prevazilaženje potencijalnih destruktivnih elemenata koje razvoj turizma nosi u sebi u odnosu na prirodne i kulturne vrijednosti. S tim u vezi, neophodno je uspostaviti što jaču saradnju među relevantnim učesnicima u stvaranju ponude turistima i lokalnih institucija koje brinu o zaštiti i očuvanju prirodnih i kulturnih vrijednosti, kako bi se obezbijedila održivost razvoja, i resursa i turizma. Prednost Cetinja, u odnosu na druge crnogorske opštine, jeste u činjenici da u njemu nije došlo do značajnije devastacije prostora, što znači da je moguće plansko uređenje grada i pažljivo predviđanje potreba, kako građana tako i turista. Pri tome, potrebno je voditi računa o očuvanju tradicionalnog načina života lokalnog stanovništva, očuvanju izgleda zaštićenog područja, pronalazeći najbolja rješenja za postojeće probleme po pitanju regulisanja nečistoće, rješavanja problema vodosnadbjevanja, standardizovanja privatnog

smještaja, licenciranja prevoznika i organizatora izleta, edukacije i zapošljavanja kvalifikovanog kadra, postavljanja informativno – turističke signalizacije i rješavanja saobraćajnog pristupa trgovinskim mjestima, stambenim zonama, poslovnim objektima, servisima, parkinzima, obezbjeđivanja posebnih staza za starija i lica sa smanjenjim mogućnostima, itd.

Prezentacija i promocija turističkog proizvoda Crne Gore pa time i Cetinja, u okviru redovnog rada Nacionalne Turističke Organizacije obavlja se kroz organizovane nastupe na sajmovima i berzama na značajnim emitivnim tržištima: Rusija, Velika Britanija, Njemačka, Austrija, Francuska, Belgija, Španija, Češka i Srbija. U cilju što boljeg prezentiranja turista, preduzimaju se aktivnosti na planu uspostavljanja tješnje saradnje između Nacionalne turističke organizacije Crne Gore i Lokalne Turističke Organizacije Cetinje: posredstvom web portala www.montenegro.travel, kao i usaglašavanjem brendiranja Crne Gore kao turističke destinacije i unifikacijom promotivnog materijala po unaprijed utvrđenim standardima. kroz brošure NTO CG i i turističke organizacije Cetinja.

Transverzala kontrasta Podgorica, Cetinje, Budva, treba da postane okvir gradskih diferencijalizacija ova tri grada. Pobočne oblasti: Njeguši, Kotor, Skadarsko jezero pružaju dovoljno resursa i šansi za jedan multidisciplinarni i bogati projekat razvoja.

7.2. Analiza konkurentnosti

U turizmu postoji jaka konkurencija jer ima na strani ponude i na starni potražnje vanredno veliki broj subjekata. Crnogorsko planinsko područje predstavlja dio planinskog masiva na jugoistočnom Balkanu pa je stoga razvoj turizma u Crnoj Gori nužno posmatrati i sa aspekta konkurencije, koja proizilazi uglavnom od planinskih regiona u susjednim državama. Planinski turizam u Crnoj Gori komplementaran je sa primorskim i može zajedno ponuditi na svjetskom, odnosno evropskom tržištu jedinstvenu kombinaciju mora i planina. Ova mogućnost je od velikog značaja, i to je nešto što susjedne države ne mogu ponuditi. Upravo to nalazimo ovde u potezu od Jadranskog mora, ka „Lovcenu“, nezaobilaznim tranzitom preko Cetinja.

Kada posmatramo konkurentske oblasti koje bi mogle da pariraju ovoj oblasti moramo obratiti pažnju na sledeće trzisne segmente i ponudu, koju veliki provereni turistički centri u svetu stavljaju u prvi plan.

A to su:

- planine sa snijegom (35%)
- različitost, bogastvo, veliki kvantitet resursa (28%)
- planine (28%)
- istorija (17%)
- klima (15%)
- sunce (15%)
- način i kvalitet života (13%)
- gostoprimstvo (11%)
- mir i tišina (11%)
- autentičnost (11%)
- umjetnost i kultura (11%)

Stanovnici Europe postaju sve stariji, traže i sunce i more tokom cjelog ljeta, pa se potražnja, posjete planinama smanjuju. I način života se mjenja, pa se traži inovativnost u programima i marketingu, kako bi se približili preferencijama turista. Crna Gora upravo sa ovom svojom blizinom mora i planine može ponuditi nešto što je odvaja od ostalih turističkih destinacija. U prvom planu su to nacionalni parkovi, bogata fauna i flora, šume, vode, rijeke, jezera i plaže, sportske i rekreativne aktivnosti na vodi, lov, zanatski proizvodi, istorijski i kulturni spomenici, ponuda tematskih programa, programa za mlade, programa za poslovni turizam. Zato ne treba imitirati druge turističke centre. Što se tiče planine Lovćen, ne treba razvijati samo skijaške programe, ponuda se mora bazirati na ranovrsnosti i razvoju tržišnih marki destinacije, na promociji planine kao izvoru zdravlja, wellnesa i moža malo manje sporta, sa više dodataka kulturnog identiteta prirodne okoline i sa visokim kvalitetom usluga počev od dolazka pa do bezbednosti i malih pažnji koje mogu dodatno privući posjetioca..

7.3. Izazovi i preporuke specifični za Nacionalni park Lovćen

1. Nedovoljan broj smjernica koje upućuju na park
 - Postaviti smjernice na putu od Cetinja do parka, kao i pored ostalih autoputeva koji vode do njega.
2. Prva etapa uvođenja sistema žičare od Kotorskog zaliva, zahtijeva organizovan prevoz terenskim vozilima kako bi se omogućio pristup samom vrhu planine Lovćen.
 - Razviti sistem prevoznih sredstava za male relacije, kojim bi se koristili svi posjetioci parka i povezale sve njegove atrakcije i djelovi. Izgraditi parking prostor, i samo vozilima oranizovanog prevoza dozvoliti pristup samom vrhu planine, u onim periodima kada je posjećenost najveća.
3. Ne postoje multi-jezične brošure koje bi bile dostupne posjetiocima.
 - Uvesti časopis parka za posjetioce, koji bi sadržao mapu, informacije, slike i prevod. Finansirati ovaj časopis uz pomoć preduzeća koja žele da se rekalmiraju ovim putem.
4. Nekadašnja bolnica se koristi samo tokom jednog dijela godine kao dječije odmaralište
 - Iskoristiti objekat nekadašnje bolnice, za smještaj turističkih grupa tokom ljeta i jeseni, koje su zainteresovane za ovakav način boravka. Na ovaj način bi se proširila upotreba dječjeg odmarališta i stvorila dodatna finansijska sredstva potrebna za njegovo poslovanje.

5. Iako Lovćen predstavlja duhovno mjesto Crnogoraca, Nacionalni park ovu svoju značajnu prednost ne koristi na pravi način.

→ Podsticati dalji razvoj društva “Prijatelji Lovćena”, kako bi se podržalo rad parka i volonterski rad. Ovakvo društvo može tražiti donacije u vidu roba, usluga ili novca od raznih udruženja ili kompanija. Isto tako može biti sponzor posebnih događaja vezanih za duhovni značaj planine Lovćen.

6. Duž puta, koji vodi do parka, su nabacani otpaci i smeće.

→ Otkloniti postojeći otpad pored puta koji vodi u park, a u dogovoru sa Cetinjskom opštinom uvesti program o čišćenju i otklanjanju otpada.

7. Ne postoji centar za posjetioce.

→ U središtu parka treba formirati turistički centar pogodan za pristup svih posjetilaca, bilo da su došli žičarom, autobusom ili automobilom.

8. Malo je razvijenih pješačkih/planinarskih staza.

→ Planinska sela Dolovi i Njeguši bi se trebalo restaurirati kako bi postala mjesta žive istorije i na najbolji način odslikavala arhitekturu Crnogorske planine, nacionalnu muziku, hranu, vještinu i način života, i postali jedna od zanimljivosti ovog parka.

7.4. Prioritet i težišne tačke

Razmišljanja o ekonomskim nužnostima i pogled na ono što je realno izvodljivo, vode rezultatu da bi Crna Gora, svojom ukupnom strategijom, napore za razvoj turizma u centralnom dijelu prvo trebalo da skoncentriše formiranjem visokokvalitetne, moderne ponude sa rastućim obimom kapaciteta na području opštine Cetinje, čiji sastavni dio jeste Nacionalni park „Lovćen“.

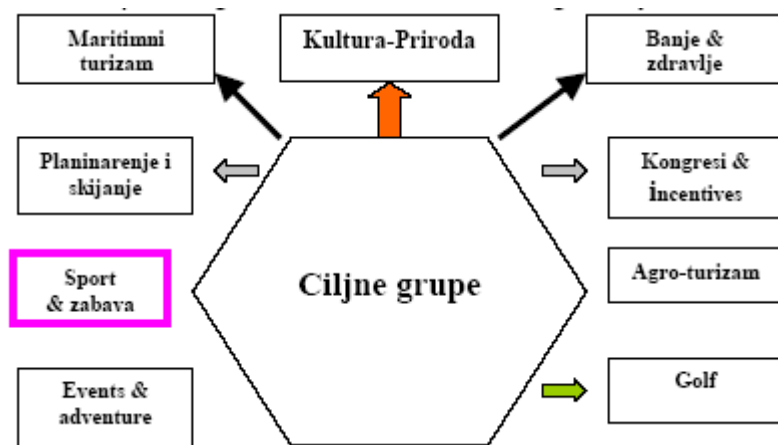


Tabela br.13: DER SPIEGEL, od 24.02.01. br. 9/str.56²⁵

Turistička privreda mora da se svojim pojedinačnim proizvodima prilagodi „hibridnom potrošaču“, čije odluke vezane za putovanja i aktivnosti za vrijeme godisnjeg odmora postaju sve kompleksnije. Zajedno sa sve većim zahtjevima što se tiče komfora, servisa i turističke infrastrukture, očekivanja postaju sve veća. Turista očekuje perfekciju i iluzije. Glavni motiv je želja za odmorom. To je praćeno još čitavim nizom dodatnih motiva. Uvijek se poklopi nekoliko motiva. Oni se mijenjaju iz dana u dan i čak u toku jednog dana. Turistički motivi variraju prema sociodemografskim karakteristikama (starost, obrazovanje, prihodi), prema sklonostima, ličnim i porodičnim prilikama (fizičko stanje, djeca) i prema obliku odmora (hotel, klub, stan, camping). Prema orijentaciji ciljnih grupa se stvaraju bezbrojne mogućnosti varijacija pri oblikovanju ponude. Ali osnovna struktura očekivanja mora uvijek ostati ista – odmor.

²⁵ DEG - Deutsche Investitions und Entwicklungsgesellschaft.

Nacionalni parkovi Crne Gore

MSP	Lovćen		Skadarsko Jez.		Durmitor		Biogradska Gora		Park System
	Interni		Interni		Interni		Interni		
Smjestaj									
Pansioni			○		○				
Mali hoteli			○	■	○				
Preuređene građevine u hotele i restorane	■		○	■	○	■	■		
Brodovi-hoteli			○						
Luksuzni satori					■		■		
Porodni hoteli	■				○	■	■		
Kolibe					○				
Privatni kamovi	■			■	■		■		
Tur-operatori									
Helikopter				■		■			
Avion na vodi			○						
Planinarenje	○	■	○	■	○	■	○	■	
Biciklizam		■	○		○	■	○		
Sanke					○				
Cross-country skijanje	○				●	■			
Splavarenje					●				
Posmatranje ptica			○						
Musicarenje					○	■			
Kulturne znamenitosti	●	■	○	■	○	■			
Brod			●						
Transport									
Helikopter				■		■			
Terenska vozila	○				○		○		
Avion na vodi			○	■					
Brod			○						
Autobus	○	■	○	■	○		○		
Opšte									
Oživljena istorija	○	■	○			■	○	■	
Festivali	○	■			○				
Prezentacije istorije	○		○		○		○		
Obuka	○		○		○		○		○
Uniforme	○		○		○		○		○
Mape za posjetioce	○		○		○	●	○		○
Internet prezentacije									
Vodic za posmatranje ptica			○						
Vodic za kulturne spomenike			○		○	■			
Vodic za planinarenje	○				○				○
Vodic za obilazak brodom			○						
Jahanje						■			
Casovi fotografije			○		○				
Pristaniste za brodove			○						
Iznajmljivanje broda, splava			○		○		○		
Izgradnja skijalista	○				○	■			
Oprema za rekreaciju		■	○	■	○			■	
Prodavnica suvenira	○	■	○	■	○	■	○	■	
Restoran, Café	●		○		○	■	○		
Prehrana			○		○				
Montazni toaleti	○		○		○		○		

● Postojeći MSP
○ Potencijalni MSP

Tabela br.14: Postojeća i potencijalna uloga MSP²⁶

Crnogorska turistička ponuda je još uvijek u povoju što se tiče raznovrsnog i raznolikog programa, koji se može ponuditi potrošačima, što se vidi u prethodnom diagramu. A u narednom vidimo šta sve postoji kao potencijalni proizvod na tako malom prostoru.

²⁶ Master plan, Strategija razvoja turizma u CG do 2020.god

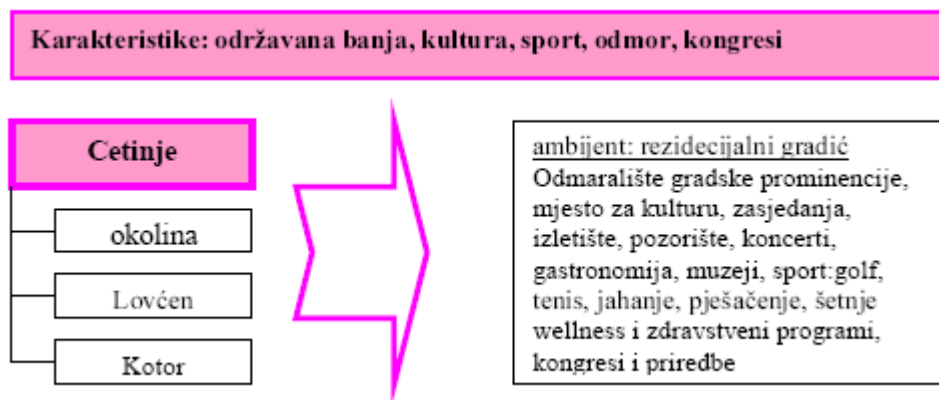


Tabela br.15²⁷

U oblasti segmenata sve važniju ulogu igraju alternativne forme turizma, koje se oslanjaju na prirodnu i kulturno-istorijsku baštinu. Evropska zajednica je utvrdila da je rast na ovom polju poslovanja od 8% godišnje tri puta veći nego na klasičnom turističkom tržištu. Prema tom podatku, ove alternativne forme putovanja u narednih 20 godina trebalo bi da čine preko 20 % ukupnog broja turista. Ciljne grupe, koje se interesuju za prirodnu i kulturno-istorijsku baštinu, očekuju najrazličitije ponude za učenje, odmor, za novi doživljaj i/ili fizičke aktivnosti. EU-studija je profilirala aktivnosti poželjne za ove grupe:

- šetnje, pješačenje u prirodi, pješačenje po planinama i biciklizam;
- uživanje u pejzažu, piknik, plivanje;
- posmatranje ptica;
- obilazak prirodnih parkova;
- učestvovanje u seoskom životu itd.

Ova ciljna grupa očekuje ili preferira:

- 50 % male smještajne jedinice, koje vodi domaće stanovništvo;
- 46 % najradije šetaju u prirodi sami sa dobrim informativnim materijalom;
- 41 % vole lokalnu kuhinju i proizvode;
- 41 % žele gostoprimstvo.

²⁷ Master plan, Strategija razvoja turizma u CG do 2020.god

Ciljnoj grupi šetaca u prirodi, koja spada u grupu onih sa „boljim zaradama“, „obrazovanijih“ i najčešće je u starosnom dobu od 39-59 godina, predio oko Cetinja može da ponudi sve što su njihove potrebe.

Proizvod mora biti pripremljen i posjedovati:

- bezbjedne staze sa putokazima,
- karte i opise,
- vidikovce i mjesta za piknike,
- odmorišta za pauze u selima,
- otvorenost svih znamenitosti usput.

Smještajnu bazu za ovaj proizvod pružaju postojeći smještajni kapaciteti u Cetinju. Drugi se mogu opremiti u planinskim selima – po mogućnosti u starim seoskim kućama u rustičnom stilu. Ali, ova oblast je krajnje atraktivna ne samo za planinske šetače. Opština Cetinje kao jezgro razvoja i, vezujući se za nju, cijela Crna Gora, mogla bi se razviti između ostaloga sa biciklizmom - kao vodeća destinacija mediteranskog tržišta u ovoj oblasti. Zahvaljujući angažovanoj podršci domaćih stručnjaka iz oblasti turizma, gradske uprave, kulture i prostornog planiranja, kao i privatnih NVO (udruženja), već je otkriveno 15 staza u prirodi za šetnje. One se mogu koristiti i za biciklizam. Ali time potencijal za planinske šetnje i biciklizam ni iz daleka nije iscrpljen. Mreža staza svuda se može dopuniti i proširiti. Dok za ovo postoje spremni lokalni stručnjaci, koji bi se u svako doba mogli angažovati, dotle su planinski biciklizam i šanse koje se skrivaju u ovoj vrsti sporta, do sada ostali zanemareni. Zacrtni razvoj ove oblasti preporučuje međunarodni konsalting, koji će od samog početka po profesionalnim kriterijumima, kakve biciklista očekuje, utvrditi koncept za planinski biciklizam, njegove rute i njihove stepene težine, njihovo kartografsko registrovanje, kao i opremu i specijalizaciju servisnih stanica. Spektakularan početak bi mogla biti prva maršruta i takmičenja po, dijelom zaraslim, stazama i cestama iz turskog i austrougarskog doba.

VIII Vizija budućnosti

Pojam „vizija budućnosti“ u kontekstu turističkog koncepta za Opštinu Cetinje znači konkretan cilj koji je, doduše, još dosta daleko, i može se postići tek postupno za 10-20 godina i predstavlja mnoštvo prethodno pomenutih razvojnih koraka. Cilj se sastoji i u sledećem:

- čitavu teritoriju Opštine Cetinje preorijentisati na održivi, visokokvalitetni turizam, kao glavnu privrednu granu;
- turističku privredu umrežiti sa svim ostalim branšama;
- ostvariti paletu turističke ponude većih kapaciteta;
- izmjestiti ili obustaviti one aktivnosti, koje ovaj cilj osujećuju, odugovlače, ugrožavaju ili zagađuju okolinu.

Prema raspoloživim potencijalima, sadašnjim kapacitetima i programima, razvoju potražnje i konkurentskog položaja, te procjenom mogućeg razvoja pojedinih turističkih destinacija i pojedinih centara na sjevernom i centralnom području Crne Gore, navela sam osnovna programska i tržišna usmjerenja budućeg turističkog razvoja na ovom području, koja obuhvataju sljedeće grupe turističkih programa:

- a) priroda i otkrivanje prirode: nacionalni parkovi, jezera i rijeke, planine, vrhovi planina, fauna i flora
- b) wellness, programi zdravlja i ljepote: prirodna okolina i klima, vazdušne banje, čista voda, škole zdravog života, programi zdrave ishrane, rekreacije i duhovne relaksacije, dijagnostički i klinički programi
- c) kongresi i poslovni skupovi sa programima obrazovanja: međunarodne i domaće konvencije, poslovni skupovi, kongresi, sajmovi, izložbe, poslovne konferencije i radionice, biznis škole
- d) kulturno-istorijski spomenici i svjedočanstva: 113 multikulturnosti, arhitektura i umjetnost, istorijska svjedočanstva, državni arhivi, muzeji i galerije, spomenici, – Njegošev mauzolej, informacioni centri nacionalnih parkova, slikarske, muzičke i dr. škole
- e) sport i rekreacija: vodeni sportovi, vodeni zabavni parkovi, planinarenje, alpinizam, adrenalinski sportovi, skijanje, golf, tenis, igre loptom, avio sport, lov, ribolov

f) zabava i priredbe: etno skupovi i priredbe, sportska takmičenja, zabavni festivali, kazina, tematski zabavni parkovi, promenada - korzo

g) wining&dinning bogata, raznolika i prirodna hrana i piće nacionalnog karaktera, ljekovito bilje

h) šoping kupovina modnih proizvoda, lokalnih proizvoda i suvenira u trgovinama, buticima i na pijacama/bazarima, izbor proizvoda „Preporučuje Crnogorska turistička organizacija“, modne revije

i) izleti i ekskurzije: povezivanje Primorja i planina, izleti na Taru i kanjon Tare, izvor Tare, Biogradsku goru, Cetinje i Lovćen, Sveti Stefan, Dubrovnik, Ohrid, Bari, Venecija, Postojna i Lipica.²⁸

Lovćen je već odavno jedan od najznačajnijih izletničkih ciljeva turista koji borave na Crnogorskom primorju, koji dolaze sa Dubrovačke rivijere i koji su na kružnim putovanjima. Posjećuju ga i mnogobrojni stanovnici Crne Gore. Osnovnu vrijednost Lovćenu daje kulturno-istorijski značaj Cetinja, koje je i prijestonica Crne Gore, Njeguši - kao rodno mjesto Petra Petrovića Njegoša, Njegošev mauzolej na Lovćenu i klimatski planinski centar Ivanova Korita.

Do Lovćena se može doći slikovitim putevima iz Boke Kotorske, Podgorice i Budve. Međutim, zbog daljeg razvoja turizma, očekivanog porasta broja turista i potrebe usklađenosti opterećenja prostora, prije svega saobraćaja, u planu je poboljšanje dostupnosti Lovćena gondolom u tri varijante:

- Prva varijanta: povezivanje Kotora i Njeguša, starom, austrougarskom trasom.
- Druga varijanta planirana je iz Budve (Bečića) do Brajića (tvrđave Kosmač) i
- Treća varijanta za izgradnju gondole planirana je od Radanovića.

Prema stručnim procjenama, najbolja varijanta je gondola iz Kotora do Njeguša (austrijski put za prevoz robe) ili od Tivta do Štirovnika – Jezerski vrh, (za to već postoji tender, kapaciteta 100 – max. 150 osoba na sat). Na ovaj način Lovćen bi se otvorio većem broju turista. U tom slučaju treba organizovati logistiku lokalnog saobraćaja do Njeguša i do Cetinja. Pored toga, postoji i varijanta izgradnje žičare od Budve do Murakovca (1357), koji je udaljen od Ivanovih Korita pješačkom stazom udaljen 2 km.

²⁸ Regional Tourism Masterplan, Horwath Consulting, 2006.

Mikro turistička destinacija Lovćen obuhvata sljedeće lokalitete sa specifičnom ponudom i programskim usmjerenjem:

1. Cetinje – kulturno-istorijski centar, prijestonica
2. Ivanova Korita - klimatska banja i rekreativna destinacija
3. Njeguši – selo-spomenik, istorijski izletnički centar sa akcentom na ponudi prirodne hrane – njeguškog pršuta i sira

Srednjoročni razvojni koraci do 2005/2010 – međustadijum		
destinacije + oblasti	ciljevi	mjere
Crna Gora	povećanje kvaliteta, broja turista & dnevnog prometa	
zaleđe	ciljevi	izgradnja kapaciteta, aktiviranje nacionalnih parkova & «skrivenih» atrakcija
	prirodni-kulturni turizam	mali pordični hoteli+ gostionice
	ciljne grupe	grupe sportista, domaća tržišta
	karakteristike	planinski predio, 3 kulture lokalni proizvodi & umjetničko zanatstvo
	težišta	predio za pješačenje & oblast za skijanje Durmitor, Lovcen, Tara, Moraca,
	akcenti & sport	pješačenje, mountainbiking, splavarenje
Lovćen	ciljevi	izgradnja kapaciteta & infrastruktura
	unikatni-proizvod eko-«doživljajni turizam»	povezivanje priroda-poljoprivreda-turizam gradnja samo u tradicionalnom seoskom stilu usluga –samo domaći proizvodi
	ciljne grupe	ljubitelji prirode, sportisti, porodice, izletnici
	karakteristika	tiho, mirno, prirodno
	težišta	2-3***- porodične firme, privatne sobe
	akcenti & sport	posmatranje i istraživanje prirode, pješačenje, vožnje brodicama, pećanje, jedrenje
	mjesta za kupanje	urediti & održavati, iznajmljivanje čamaca, etc
Cetinje	mjere	planiranje, izgradnja- & početak rada
	excellence en miniature	insceniranje & propisi o stilu gradnje program saniranja grada
	ciljne grupe	jednodnevni - i vikend turisti
	karakteristike	održavano, romantično, istorijsko, egzotično
	težišta	kultura & kongresi, obrazovni centar
	akcenti & sport	golf, tenis, jahanje

Tabela br 16.²⁹

Cetinje je centar sa smještajnim kapacitetima, u kome se nalazi većina kulturno-istorijskih sadržaja. Postojeći hotel treba osposobiti za turiste, državne delegacije, mogući razvoj kongresnog (MICE20) turizma. Smještajnim kapacitetima hotela sa 350 ležaja potrebna je modernizacija i rekonstrukcija u smještajne kapacitete sa 250 ležaja, da bi se preostali prostor adaptirao u djelimično poslovne prostorije, a jedan dio hotela mogao bi služiti i kao „long stay residence“ smještaj.

Ivanova Korita bila bi destinacija sa orijentacijom na turiste sa višim prohtjevima i očekivanjima, klimatsko-rekreativna planinska destinacija sa programima za sva godišnja doba. Ivanova Korita su polazna tačka za

²⁹ Program razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori, Međunarodni institut za turizam, Ljubljana, 2005.

planinare, rekreativce i one koji traže mir i prirodu, što je od velike važnosti ljeti. Zimi se aktivnosti svode na alpsko skijanje, a postoje dobre mogućnosti za razvoj nordijskih skijaških disciplina (trčanje na snijegu), za šta nijesu potrebne velike investicije. Na ovoj lokaciji preporučujemo izgradnju manjih smještajnih kapaciteta (trenutno postoji manji broj vikendica i dječije odmaralište). Predlažemo izgradnju apartmanskih vila, koje bi arhitekturno odgovarale ambijentu (kamen...) i koje bi imale ukupne kapacitete približno 200 ležaja. Postojeći hotel sa depandansima ima kapacitet 300 ležaja, koje bi trebalo obnoviti. To su kapaciteti bez vikendica. Trenutno Ivanova Korita nijesu uključena u turističku ponudu Cetinja ili Crne Gore kao turističke destinacije.

Njeguši su selo-muzej izletničkog karaktera, gdje se nalazi muzej Njegoševa kuća sa dopunom domaće hrane (pršut, sir, kastradina itd.). Ističemo da pri razvoju čitavog područja treba posebno voditi računa da je Lovćen nacionalni park.

Tržišno pozicioniranje i USP područja Lovćen zasniva se na tome da je Cetinje kulturno-istorijska prijestonica Crne Gore sa bogatom ponudom kulturno-istorijskih znamenitosti, sa Njegošovim mauzolejem na Lovćenu, klimatsko ugodnim prirodnim faktorima, rekreativnim sadržajima i autentičnom prirodnom hranom.

Područje Lovćena već sada je, a biće i ubuduće, jedna od najposjećenijih izletničkih tačaka u Crnoj Gori sa potencijalnim segmentima turista sa Primorja, posebno iz Budve, Kotora i Tivta, Dubrovnika i južne Dalmacije. Lovćen i Cetinje su jednostavno „a must“ za turiste Crne Gore.

IX Zaključak

Novi razvoj i trendovi u oblasti turizma u Evropi i Crnoj Gori pokazuju da su turistički potencijali Cetinja u trendu i da postoji dobar prijem destinacija koje kombinuju ponudu kulturno-istorijskih spomenika i prirodnih ljepota. Cetinje se do sada odlikovalo samo tranzitnim turizmom, što bi svakako trebalo promijeniti u smislu što dužeg zadržavanja gostiju kroz raznovrsnu ponudu i aranžmane koji bi se sastojali ne samo od kratkih obilazaka muzeja i kulturno-istorijskih spomenika, već bi trebalo uključiti i turistička sela (koja bi se trebalo pažljivo izabrati i urediti u tu svrhu), izlete, rekreaciju, sport i ekologiju, a sve to praćeno bogatom ponudom domaćih specijaliteta i ljekovitog bilja koje je karakteristično na ovom području. Zatim dva nacionalna parka idealna su za organizovanje ekoloških radionica, seminara. Kao dobar primjer treba uzeti projekat „Škola u prirodi – Prijestonica Cetinje“ u organizaciji lokalnog biznis centra, odnosno Direkcije za razvoj malih i srednjih preduzeća koja je povezala postojeće resurse i potencijale. A takođe treba uzeti u obzir i kongresni turizam za iskorišćavanje postojećih kapaciteta hotela „Grand“.

Višestruke razvojne mogućnosti cjelokupnog područja, kako sa ekonomskog stanovišta, aspekta formiranja civilnog društva i održivog razvoja, je pružilo mogućnost za formiranje klastera, i podjelu Crne Gore na tri šira regiona, zanemarujući postojeće administrativno-upravne granice, već koristeći racionalna uporišta za potencijalni turistički razvoj pojedinih oblasti. Ta tri regiona su: primorski, centralni i sjeverni, gdje u okviru centralnog regiona spada Cetinje u sklopu sa NP „Lovćen“. Klaterski pristip promoviše horizontalnu saradnju i strateška partnerstva u turizmu. Ruši granice koje odvajaju turistička i druga preduzeća, udruženja, institucije, nadležne vlasti i obične ljude. Fokusira se na jačanje ekonomske osnove kao što je infrastruktura i razvoj radne snage, kao i društveni kapital. Strategija klastera donosi koherentnost i koordinaciju različitim programima i finansiranju na različitim nivoima, koja obično egzistira u regionalnim područjima u nedostatku ostalih uticaja, što je Cetinju neophodno. Zatim, omogućava uvođenje inovativnosti, postizanje visokih standarda poslovanja, povećava konkurentnost i otvara vrata izвозnoj orijentaciji privrede. Pri tom su politike vođenja klastera različite i specifične za svaki klaster, što ukazuje

da se kruti privredni modeli razvoja zamjenjuju fleksibilnim politikama u kontekstu participacije u regionalnom razvoju.³⁰

Stoga je model klasterizacije u turizmu prihvaćen širom svijeta, kao moćan okvir za održivi razvoj destinacije sa ekonomskog, društvenog i ekološkog stanovišta. Sposobnost pružanja veće vrijednosti kroz model klastera, omogućava regiji da putem brojnih aktivnosti u ‘turističkom lancu vrijednosti’ bude konkurentnija i da očekuje bolje poslovne rezultate. Jer, ako se nanovo osvrnemo na ulogu malih i srednjih preduzeća u razvoju opštine i samog turizma, vidimo da su MPS u turizmu mnogo više osjetljiva na konkurenciju njihovih partnera. Ključ uspjeha u partnerskom odnosu u klasterima leži u povjerenju. Bez povjerenja i institucija koje podstiču povjerenje među članicama klastera, klaster ne može uspjeti.

Jedan od najšire prihvaćenih modela je Porterov model konkurentnosti, gdje konkurentne prednosti jedne destinacije determinišu njeno konkurentno pozicioniranje. Da bi bila uspješna, destinacija mora da ponudi tržištu veću vrijednost od svojih rivala za iste uložene napore turista, ili pak istu vrijednost, za manje napora (value for efforts). U skladu sa Porterovim pristupom, klasteri predstavljaju grupaciju svih preduzeća i ostalih elemenata koji čine destinaciju konkurentnom, uključujući atrakcije, infrastrukturu, opremu, davanje usluga, druge pomoćne sektore, obrazovne kapacitete i kapacitete obuke, institucije, čije integrisane i koordinirane aktivnosti doprinose doživljaju koji potrošači očekuju od destinacije koju su odlučili da posjete.

Ovim želim da napomenem važnost zajedničkih napora, svih segmenata privrede, društva, i ulogu samog stanovništva, u cilju ostvarenja većeg turističkog prometa, a samim tim veće dobrobiti za sve u okruženju. Potrebno je stalno osmišljavati, razvijati i promovisati turističke mogućnosti Cetinja, kao grada muzeja sa bogatom nacionalnom istorijom, Lovćna i Ivanovih korita kao kulturološke, zdravstveno - klimatske i rekreativne destinacije, Njeguša kao sela spomenika, omiljenog izletišta i sve značajnijeg centra za proizvodnju hrane i pića sa geografskim obilježjem u seoskim domaćinstvima.

U toku naredne tri godine država planira realizovati projekat „CETINJE GRAD KULTURE“ kojim je predviđena realizacija brojnih aktivnosti značajne za kulturni i državni identitet Crne Gore, razvoj potencijala i međunarodnu afirmaciju crnogorske prijestonice.

³⁰ Clusters as the base for the regional development in tourism, S. Đurašević, FTH, Bar, 2007.

X Literatura

1. Ekonomika turizma, dr Slobodan Unković, dr Bojan Zečević, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Čugura print, Beograd, 2007. god.
2. Savremena kretanja na turističkom tržištu, dr Slobodan Unković, dr Krunoslav Čačić, dr Ognjen Bakić, Ekonomski fakultet Beograd, Intergraf, Beograd, 2002. god
3. Umjetničko blago Crne Gore, Jugoslovenska revija i NIO Pobjeda, Titograd, 1980. god.
4. Sociologija, Univerzitet Singidunum, Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, prof. dr Mihailo Pešić, Čugura print, Beograd, 2007. god.
5. Turistički vodič Crne Gore, Grafo Crna Gora, Podgorica, 2004. god.
6. Cetinje – uzvišena kultura i veličanstvena priroda, GTZ (po nalogu njemačkog saveznog ministarstva za ekonomsku saradnju i razvoj), Alter ego, Podgorica, 2006. god.
7. Lake Skadar, GTZ (po nalogu njemačkog saveznog ministarstva za ekonomsku saradnju i razvoj), Alter ego, Podgorica, 2007. god.
8. Programsko Rešenje Žicare Za Lovćen, Merkur, Budva, Montenegro [bez datuma]
9. Research Study on Preliminary Environmental Impact Assessment of Peat Exploitation in Podhum Bay, Lake Skadar, Institute for Technological Research, University of Montenegro, Podgorica, 1991. god
10. Touristic Masterplan for Montenegro, DEG, Cologne, Germany, 2001. god.
11. Finansijska tržišta, prof. dr. Jeremić Zoran, FFMO, Beograd, 2003. god.
12. Finansijski i devizni menadžment u turizmu, prof. dr Stakić Budimir, FTHM, Beograd, 2006. god.
13. Hotelski menadžment, prof. Dr. Rade Ratković, Fakultet za turizam i hotelijerstvo, Bar, 2006. god.
14. Hotelski menadžment, Cerović Zoran, Sveučiliste u Rijeci, fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija;
15. Horwath Consulting, Fakultet za turizam (2006); Poslovanja hotelijerstva Crne Gore), Bar, 2006. god.
16. MONSTAT; Statistički godišnjci 2000-2007, Podgorica.

17. MONSTAT, Statističko snimanje smještajnih kapaciteta, Podgorica, 2007.god.
18. Razvoj turizma u Crnoj Gori – geneza, stanje, perspektiva, prof. dr. Rade Ratković, 2008.god.
19. Menadžment u turizmu, prof dr Slobodan Čerović, Novi Sad, 2003.god.
20. Hotelski marketing, prof.dr Darko Lacmanović, Univerzitet Mediteran, 2003.
21. Hotelski marketing, prof dr Dragan Nikolić, Univerzitet Singidunum, Beograd;
22. Marketing u turizmu, doc.dr Darko Lacmanović, Fakultet za Turizam, hotelijerstvo i trgovinu, Bar, 2006.god.
23. DEG, Vlada Republike Crne Gore (2001); Master plan razvoja turizma Crne Gore, Podgorica;
24. Bearing Point, Situacija za turističke investicije u Crnoj Gori Kvalitativna GAP-analiza, Dizeldorf, 2005.god.
25. Cole, G. A. (1990); Management: Theory and Practice, 3th edition, DP Publications Ltd, London, 2000.god.
26. Strateška pozicija turizma Crne Gore na početku Trećeg milenijuma, Rade ratković, CANU, Podgorica, 2003.god.
27. Organizaciono i finansijsko-vlasničko prestrukturiranje u turističkoj privredi Crne gore, Rade Ratković, Budva, 1996.god.

10.1. Izvori

1. [www. tourism – montenegro.com](http://www.tourism-montenegro.com)
2. www.cetinje.cg.yu
3. [www.visit – montenegro.com](http://www.visit-montenegro.com)
4. [www.destination – montenegro.com](http://www.destination-montenegro.com)
5. [www.discover – montenegro.com](http://www.discover-montenegro.com)
6. www.heritage.cg.yu
7. [www.prostorni plan.vlada.cg.yu](http://www.prostorni-plan.vlada.cg.yu)
8. www.gom.cg.yu
9. www.nasme.cg.yu
10. www.bc-cetinje.com
11. www.njegoš.org/heritage/prosvjeta.htm