Ljiljana Rakočević

Konacno_edited.pdf

Singidunum University

Document Details

Submission ID
trn:oid:::3117:594411802

Submission Date
May 25, 2026, 8:50 AM GMT+2

Download Date
Jun 8, 2026, 3:34 PM GMT+2

File Name
Konacno_edited.pdf

File Size
3.3 MB

404 Pages

96,646 Words

615,156 Characters

6% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text

Top Sources

4% Internet sources
5% Publications
0% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

4% Internet sources
5% Publications
0% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	scholar.ppu.edu <1%
2	Internet	nardus.mpn.gov.rs <1%
3	Internet	pergamos.lib.uoa.gr <1%
4	Internet	ejournal2.undip.ac.id <1%
5	Publication	Tončev, Predrag. "Upravljanje otpadom u kriznim situacijama radi postizanja cilje... <1%
6	Internet	repozitorij.svkst.unist.hr <1%
7	Internet	wapi.gov.me <1%
8	Internet	www.cazas.org <1%
9	Internet	conservancy.umn.edu <1%
10	Internet	www.scriptieprijs.be <1%
11	Internet	www.whiteblacklegal.co.in <1%

12 Internet

confcoast.com <1%

13 Internet

www.sema.rs <1%

14 Internet

digitalna.ff.uns.ac.rs <1%

15 Publication

Đurić, Zorica. "Ekološka Održivost Poslovanja u Hotelijerstvu", EDUCONS Universi... <1%

16 Publication

Ničkova, Meri. "Uloga i Značaj Kongresnog Turizma za Razvoj Turizma u Republici... <1%

17 Internet

www.ucg.ac.me <1%

18 Internet

repozitorij.efst.unist.hr <1%

19 Internet

serbia-energy.eu <1%

20 Publication

Demirovic, Dunja. "Konkurentnost Vojvodine kao destinacije ruralnog turizma.", ... <1%

21 Publication

Krsmanović, Nenad. "Potencijal Lignikolnih Vrsta Gljiva Schizophyllum Commune ... <1%

22 Internet

dspace.cuni.cz <1%

23 Internet

mbs.edu.rs <1%

24 Publication

Jovanović, Tatjana P.. "Холистичко управљање људским ресурсима у условим... <1%

25 Publication

Luburic, Veselin. "Uvodenje novih upravljackih mjera u zasticenim podrucjima sa ... <1%

26 Internet

dione.lib.unipi.gr <1%

27 Publication

Krstić, Ana LJ. "Integrisanje Odnosa s Javnošću u Sistem Marketing Komuniciranja... <1%

28 Internet

etheses.whiterose.ac.uk <1%

29 Publication

Ćoso, Radoslav. "Značaj Nautičkog Turizma za Razvoj Turizma Crne Gore", Singidu... <1%

30 Internet

nparkovi.me <1%

31 Internet

hrcak.srce.hr <1%

32 Internet

pdffox.com <1%

33 Internet

www.kursatguzel.com <1%

34 Publication

Рађеновић, Мишко. "Ljudski Resursi kao Faktor Razvoja Hotelijerstva u Crnoj Go... <1%

35 Publication

Lungulov, Biljana. "Analiza Ishoda Učenja Kao Indikatora Kvaliteta Visokog Obraz... <1%

36 Internet

acikbilim.yok.gov.tr <1%

37 Publication

Podovac, Milena. "Stragijske Osnove Razvoja Turizma u Gradovima Srbije", Singid... <1%

38 Internet

www.buljaricabay.me <1%

39 Internet

www.udekom.org.rs <1%

40 Publication
Berber, Nemanja. "Komparacija Upravljanja Kompenzacijama u Republici Srbiji i Z... <1%

41 Internet
fedorabg.bg.ac.rs <1%

42 Internet
aseestant.ceon.rs <1%

43 Internet
japer.in <1%

44 Internet
www.scribd.com <1%

45 Internet
docplayer.net <1%

46 Internet
mpra.ub.uni-muenchen.de <1%

47 Publication
Delic, Jadranka. "Lovni turizam u zasticenim podrucjima Vojvodine.", University of... <1%

48 Internet
repositori.usu.ac.id <1%

49 Internet
jbf.ekofis.ues.rs.ba <1%

50 Publication
Banić, Milena V.. "Pravni Aspekti Zaštite Biodiverziteta i Organske Proizvodnje u K... <1%

51 Publication
Markovic, Dragan. "Implikacije klimatskih promena na katastrofalne stete u osig... <1%

52 Publication
Mojsilović, Marija. "Primena Fazi Logike u Softkompjutingu za Detekciju Faktora ... <1%

53 Internet
repozitorij.pmf.unizg.hr <1%

54 Internet
sinisastevovic.wordpress.com <1%

55 Internet
www.ekfak.kg.ac.rs <1%

56 Internet
lokalnirazvoj.rs <1%

57 Internet
repozitorij.efzg.unizg.hr <1%

58 Publication
Dušanka Paspalj, Pavle Brzaković. "Professional status of managers from the asp... <1%

59 Internet
www.balkan24.info <1%

60 Internet
zbornik.ffst.unist.hr <1%

61 Publication
Glomazić, Rade. "Normativno-Pravna rešenja Za Izgradnju Zelene Ekonomije Srbij... <1%

62 Internet
as.edu.rs <1%

63 Internet
inba.info <1%

64 Internet
repository.fthm.uniri.hr <1%

65 Internet
repozitorij.unizg.hr <1%

66 Internet
univerzitetps.com <1%

67 Internet
www.dgt.uns.ac.rs <1%

68 Publication
Bjelak, Adnan H.. "Interkulturno obrazovanje I jezička interkulturnost novog paza... <1%

69 Publication
Jakovljević, Sanja. "Ostvarivanje Društvene Odgovornosti i Održivog Razvoja u Tu... <1%

70 Publication
Ružić, Mirjana M. Senić. "Razvijanje Digitalne Pismenosti u Osnovnoj Školi", Unive... <1%

71 Publication
Sara Savićević. "The role of strategic management in the success of projects in ed... <1%

72 Publication
Savic, Tot Tijana. "Razvoj Modela Strategijskog menadzmenta Ljudskih Resursa u ... <1%

73 Publication
Veliakovic, Tatjana D.. "Optimizacija formulacije medijuma za proizvodnju antibio... <1%

74 Publication
Vuksanović, Snežana V.. "Rasprostranjenje, Horološka Struktura I Centri Diverzite... <1%

75 Internet
dk.um.si <1%

76 Internet
gtg.webhost.uoradea.ro <1%

77 Internet
jahorinabusinessforum.info <1%

78 Internet
qdoc.tips <1%

79 Internet
repozitorij.unin.hr <1%

80 Internet
www.mrt.gov.me <1%

81 Internet
www.researchgate.net <1%

82 Publication

Klicek, Tamara. "Koncept kreativnog grada u razvoju turizma Novog Sada.", Univ... <1%

83 Publication

Seović, Mina. "Energetski i Ekonomski Aspekti Elektrolitičkog Dobijanja Vodonika ... <1%

84 Publication

Ostojić, Ivana. "Uloga Razvojnih Finansijskih Institucija u Podršci Održivom Razvo... <1%

85 Publication

Ošmjanski, Vera V.. "Koncept Engleskog Jezika kao Lingua Franca i Njegova Perce... <1%

86 Publication

Stanišić, Mirjana S.. "Organizacija Sistema podrške i Saradnje u Uslovima Klimats... <1%

87 Internet

digilib.teiemt.gr <1%

88 Internet

iriss.idn.org.rs <1%

89 Publication

Брдар, Ивана. "Uticaj Globalizacije na Razvoj Turizma Srbije", Singidunum Univer... <1%

90 Publication

Ковачевић, Милан. "Digitalna Dimenzija u Preduzetništvu, Kao Okosnica Strateš... <1%

91 Publication

Mitrovic-Lazarevic, Slavenka. "Uticaj Elemenata odrzivog Urbanog Planiranja na P... <1%

92 Internet

seerural.org <1%

93 Internet

www.bqk-kos.org <1%

94 Publication

Перишић, Милица Ранковић. "Konzervacija Osolikih Muva (Diptera: Syrphidae) ... <1%

95 Publication

Aničić, Dušan J.. "Uloga Lokalne Samouprave u Privrednom Razvoju Republike Srb... <1%

96 Publication
Damjanjuk, Irina R.. "Sudskomedicinski Značaj Određivanja Postmortalne Koncen... <1%

97 Publication
Elesawi, Abdulbaset. "Uloga Energetske Efikasnosti u Sistemu Održivog Razvoja n... <1%

98 Publication
Jović, Andrijana. "Razvoj modela za predikciju ponašanja pešaka na semaforizova... <1%

99 Publication
Kostadinovic, Stefan. "Kliniaka efikasnost programa vezbi lumbalne stabilizacije i ... <1%

100 Publication
Pivarski Kalenjuk, Danica Radević, Dragana Novaković, Milić Mitrović, Zlatibor Mil... <1%

101 Internet
hephaestus.nup.ac.cy <1%

102 Internet
ikee.lib.auth.gr <1%

103 Internet
kamenica.org.rs <1%

104 Internet
rraae.cedia.edu.ec <1%

105 Publication
Petojević, Zorana M.. "Optimizacija Građevinskih Mera u Cilju Smanjenja Potrebn... <1%

106 Publication
Stamenic , Mirjana Sujic. "Uticaj Investicija Na Transformaciju i Poslovne Aktivnos... <1%

107 Publication
Vlahović, Dubravka N.. "Primena retoričkih strategija u nastavi pravnog englesko... <1%

108 Internet
ir.lib.uth.gr <1%

109 Internet
mediapress.rs <1%

110 Internet
repository.tcu.edu <1%

111 Internet
symposium.tf.ni.ac.rs <1%

112 Internet
www.infokg.rs <1%

113 Internet
www.iosrjournals.org <1%

114 Internet
www.scarborough.gov.uk <1%

115 Internet
zriut.com <1%

116 Publication
Graić, Igor. "Model preduzetničkog ekosistema u kontekstu održivog razvoja.", U... <1%

117 Publication
Hrkalović, Dijana D.. "Uticaj Atributa Negativnih Političkih Reklamnih Poruka i Ka... <1%

118 Publication
Kokic, Bojana. "Uticaj termickih tretmana hrane za zivotinje na promene skrobne ... <1%

119 Publication
Kovijanic, Tijana. "Uticaj inkubacionih procesa na razvoj zenskog preduzetnistva."... <1%

120 Publication
Mrkajić, Vladimir | Мркајић, Владимир. "Primena "Co-benefits" Metode Za Unap... <1%

121 Publication
Nesic N., Ostojic S., Djokic Z., Seper V.. "Differences in regional muscle distributio... <1%

122 Publication
Počuč, Pavle. "Socijalno Preduzetništvo u Funkciji Društveno Odgovornog i Privre... <1%

123 Publication
Semenčenko, Valentina V.. "Ispitivanje različitih hibrida kukuruza kao sirovine za ... <1%

124 Publication
Slavica Adzic, Silvana Djurasevic. "The influence of structural changes to the touri... <1%

125 Internet
akademski-pregled.ubn.rs.ba <1%

126 Internet
bif.rs <1%

127 Internet
istina.ipmnet.ru <1%

128 Internet
skupstina.me <1%

129 Internet
www.danas.rs <1%

130 Internet
www.rtcg.me <1%

131 Publication
0350-2538, 2000 <1%

132 Publication
Antonijevic, Zorana. "Urodnjavanje javnih politika u Srbiji 2000-2014: politike pod... <1%

133 Publication
Bradic, Milan. "Hotelijerstvo u Kontekstu Razvoja Odgovornog Turizma.", Universi... <1%

134 Publication
Dajić, Ana S.. "Razvoj Procesa Završnog Tretmana Čvrstih i Tečnih Zagađujućih Ma... <1%

135 Publication
Danica Veselinov, Radmila Nikolić. "The possibilities of encouraging student's me... <1%

136 Publication
Dozic, Damir J.. "Upotreba vestackih Neuronskih mreza Za predvidanje ponasanja... <1%

137 Publication
Jelena Božović, Ivan Božović. "Impact of the pandemic COVID - 19 on the digitaliza... <1%

138 Publication
Jokanovic, Bojana. "Model razvoja organizacione klime zasnovan na upravljanju z... <1%

139 Publication
Miloš Stojanović, Anja Veličković, Jelena Vukićević, Pavle Mitić. "Efficiency of digit... <1%

140 Publication
Pavic, Dragoslav. "Potamoloske Karakteristike Tise u Srbiji i Predispozicije Za Raz... <1%

141 Publication
Radoje Jevtić. "Safety in health: The evacuation of immobile persons from geront... <1%

142 Publication
Suzana Vasić, Nevena Jovanović, Sanja Živković. "The relationship between aggre... <1%

143 Publication
Zahovic, Ida. "Optimizacija Proizvodnje Ksantana Na Sirovom Glicerolu Primenom... <1%

144 Publication
Zugic, Visnja. "Performativnost arhitektonskog prostora: Arhitektonski subjekat ... <1%

145 Internet
books.bk.tudelft.nl <1%

146 Internet
bs.scribd.com <1%

147 Internet
cekor.org <1%

148 Publication
da Conceicao Raimundo de Oliveira, Ermelinda. "O Turismo Como Motor De Dese... <1%

149 Internet
gimnazijakotor.me <1%

150 Internet
istorija20veka.rs <1%

151 Internet
mrm-style.com <1%

152 Internet
turistickinformator.blogspot.com <1%

153 Internet
www.025.rs <1%

154 Internet
www.energize.nis.rs <1%

155 Internet
www.glosec.rs <1%

156 Internet
www.iteo.rs.ba <1%

157 Internet
www.mek.gov.me <1%

158 Internet
www.mf.gov.me <1%

159 Internet
www.symopis2025.fon.bg.ac.rs <1%

160 Internet
zir.nsk.hr <1%

161 Publication
Глигорич, Слободанка С.. "Razvoj Učeničke Autonomije: Gradiranje Zadataka za ... <1%

162 Publication
Antanasijević, Davor Z.. "Modelovanje Indikatora Kvaliteta Životne Sredine Prime... <1%

163 Publication
Bulatović, Gordana V.. "Međuzavisnost Ekonomskog i Društvenog Razvoja - Mogu... <1%

164 Publication
Dakić, Stojanka. "Razvoj i Primena Modela Varijacija Rodnog Jaza na Tržištu Rada"... <1%

165 Publication
Dragana Gasevic, Dragoljub Jovicic, Dragana Tomasevic, Marija Vranjes. "Applyin... <1%

166 Publication

Fijuljanin, Fahreta. "Aktuelne Nastavne Strategije Prezentacije Negativnih Afiksa ... <1%

167 Publication

Hadzibrahimovic, Maksut. "Turizam Kao Faktor Privrednog Razvoja Crnogorskog ... <1%

168 Publication

Jovicic, Ana. "Organizacioni faktori kao prediktori inovativnosti u hotelijerstvu Sr... <1%

169 Publication

Milankov, Andrijana. "Povezanost estara ftalne kiseline i sindroma policistianih ja... <1%

170 Publication

Nemanja Pantić, Sonja Lazarević, Jasmina Ognjanović. "Analysis of tourist consu... <1%

171 Publication

Neven Obradović. "Impact of social networks on political informing and political ... <1%

172 Publication

Rapaić, Stevan I.. "Uloga Stranih Direktnih Investicija u Lokalnom Ekonomskom R... <1%

173 Publication

Seyfi Siamak, C. Michael Hall. "Tourism in Iran - Challenges, Development and Iss... <1%

174 Publication

Teodora Petković, Jelena Tepavčević, Ivana Blešić. "Understanding guests' hotel d... <1%

175 Publication

Vukosav, Svetlana. "Prilagodavanje Hotelskog Proizvoda Vojvodine Savremenim T... <1%

176 Publication

Zogić, Haris. "Islamski finansijski modeli za pokretanje biznisa: Ekonomski razvoj ... <1%

177 Internet

balkanekspresrb.rs <1%

178 Publication

do Nascimento Dias, Carla Marina da Trindade Rodrigues. "O Papel da Gestão de ... <1%

179 Internet

docplayer.gr <1%

180 Internet
izdanja.smeits.rs <1%

181 Internet
nemackasaradnja.rs <1%

182 Internet
reciklirajte.me <1%

183 Internet
repozitorij.unizd.hr <1%

184 Internet
repozitorij.vub.hr <1%

185 Internet
union.edu.rs <1%

186 Internet
www.bib.irb.hr <1%

187 Internet
www.bosch.hr <1%

188 Internet
www.chem.pmf.hr <1%

189 Internet
www.doiserbia.nb.rs <1%

190 Internet
www.ilijas.ba <1%

191 Internet
www.konferencija2022.komorapirot.com <1%

192 Internet
www.lobi-info.rs <1%

193 Internet
www.mdpi.com <1%

194 Internet
www.pkv.rs <1%

195 Internet
www.psegs.vojvodina.gov.rs <1%

196 Internet
www.sumins.me <1%

197 Internet
www.udruzenje-baranja.hr <1%

198 Internet
www.unirepository.svkri.uniri.hr <1%

199 Internet
www.vlada.cg.yu <1%

200 Internet
www.vpts.edu.rs <1%

201 Publication
Škorić, Jovana J.. "Organizacije Civilnog Društva kao Podrška Obrazovnoj Inkluziji ... <1%

202 Publication
Вукасовић, Слађана. "Satelitski Račun u Turizmu i Njegova Primena u Srbiji", Sin... <1%

203 Publication
Симовић, Оливера. "Управљање Промјенама Организационе Културе У Тури... <1%

204 Publication
"Innovation and Creativity in Tourism, Business and Social Sciences", Springer Sci... <1%

205 Publication
0013-3264, 2004 <1%

206 Publication
Kosic, Kristina. "Ruralni Turizam Vojvodine i odrzivi Razvoj.", University of Novi Sa... <1%

207 Publication
Luković, Ana V.. "Razvoj Modela za Upravljanje Tokovima Industrijskog Otpada Za... <1%

208 Publication

Radovic, Gordana. "Modaliteti finansiranja ruralnog turizma u Republici Srbiji.", U... <1%

209 Publication

Vasiljević, Sanja. "Uticaj uslova koagulacionog procesa na efikasnost uklanjanja ... <1%

210 Internet

repozitorij.hrstud.unizg.hr <1%

211 Publication

Škrbić, Iva. "Model Razvoja Preduzetništva u Okviru Pro-Poor Turizma u Ruralnim... <1%

212 Publication

Bozic, Andrea. "Risk Factors for the Occurrence of Low Back Pain in Nurses.", Univ... <1%

213 Publication

Ferreira, Sandra Cristina Alves. "Sustentabilidade Ambiental e os Antecedentes d... <1%

214 Publication

Kaplanović, Snežana M.. "Internalizacija Eksternih Troškova u Funkciji Obezbeđen... <1%

215 Publication

Knežević, Suzana. "Razvoj inovativne metodologije utvrđivanja kriterijuma za eko... <1%

216 Publication

Ljajić, Amela. "Žensko Preduzetništvo Kroz Prizmu Primene Digitalnih Tehnologija... <1%

217 Publication

Maja Velickovic, Dragica Tomka. "Effects of revenue from tourism on Montenegro... <1%

218 Publication

Milan Počuča, Jelena Matijašević-Obradović. "Mutual conditionality of the environ... <1%

219 Publication

Moskovljević, Lidija T.. "Faktori Uspešnosti Usvajanja Programskih Sadržaja Ritmi... <1%

220 Publication

Paunić, Mila D.. "Uticaj Dobrovoljnog Poverljivog Savetovanja i Testiranja na HIV ... <1%

221 Publication

Rakić, Slobodan. "Ispitivanje Uticaja Društveno Odgovornog Poslovanja na Profit... <1%

222 Publication

Savković, Marina. "Zapošljavanje u Nacionalnim Strategijama Održivog Razvoja", ... <1%

223 Internet

darhiv.ffzg.unizg.hr <1%

224 Publication

Štangarić, Snežana. "Kulturni Kapital Kao Znanje: Istraţivanje Obrazovnih Nejedn... <1%

225 Publication

Павловић, Данијел. "Merenje Konkurentnosti kao Osnova za Unapređenje Polož... <1%

16

UNIVERZITET SINGIDUNUM

DEPARTMAN ZA POSLEDIPLOMSKE STUDIJE

DOKTORSKA DISERTACIJA

Konceptualni i empirijski model sinergije turizma i odrzivog privrednog razvoja Crne Gore

Mentor:

prof. dr Aleksandra Vujko

Kandidat:

mr Ljiljana Rakočević
2017/455081

Beograd, 2026. godina

PREDGOVOR

Ova doktorska disertacija rezultat je višegodišnjeg rada, istraživanja, ali i podrške i razumijevanja brojnih ljudi kojima dugujem duboku zahvalnost.

Predmet istraživanja je analiza odnosa između turizma i održivog razvoja kao sinergijskog procesa koji može doprineti dugoročno održivom privrednom razvoju Crne Gore. Istraživanje se bavi ispitivanjem načina na koje turizam, kao strateška grana nacionalne ekonomije, može biti usklađen sa principima održivosti — ekološkim, ekonomskim i socijalnim — radi očuvanja prirodnih i kulturnih resursa, unapređenja kvaliteta života lokalnog stanovništva, te postizanja konkurentnosti na međunarodnom turističkom tržištu. Zahvaljujući ustanovi u kojoj sam radila, Agenciji Crne Gore za prestrukturiranje privrede i strana ulaganja, kao i ino stipendijama (Italija, UK i USA) bila sam u mogućnosti da koristim dio stručne literature, upoznam praksu, kao i da ostvarim kontakte sa domacim i inostranim ekspertima iz ove oblasti.

Prije svega, iskreno zahvaljujem mojoj mentorici, profesorki dr Aleksandri Vujko, na izuzetnom stručnom vođenju, savjetima, strpljenju i podršci kroz sve faze izrade ove disertacije. Njena neiscrpna podrška i vođstvo bili su ključni za uspešan tok istraživanja i kvalitet ove disertacije. Veliku zahvalnost dugujem i svojoj porodici na bezuslovnoj ljubavi, razumijevanju i podršci. Bez njihove vjere u mene, ovaj put bio bi znatno teži. Na kraju, hvala svima koji su, na bilo koji način, doprinijeli realizaciji ovog rada. Nadam se da će rezultati istraživanja predstavljeni u ovoj disertaciji doprineti daljem razvoju naučne zajednice i imati praktičnu primenu u oblasti odrzivog turizma, podstičući nove pristupe i rešavanja aktuelnih izazova.

mr Ljiljana Rakočević

Sadržaj

PREDGOVOR **2**

18 **1. UVOD** **8**

1.1 PREDMET ISTRAŽIVANJA 9

1.2 CILJEVI ISTRAŽIVANJA 11

1.3 ZADACI ISTRAŽIVANJA 13

1.4 HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA 16

1.5 METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA 17

1.6 STRUKTURA RADA 18

2. TEORIJSKI OKVIR RADA **22**

2.1 DEFINICIJA I ZNAČAJ TURIZMA ZA PRIVREDU 22

2.1.1 ISTORIJSKI RAZVOJ TURIZMA KAO PRIVREDNE GRANE 24

2.1.2 EKONOMSKI DOPRINOS TURIZMA KROZ PRIHOD, ZAPOSLENOST I INFRASTRUKTURNI RAZVOJ 30

RAZLIKE IZMEĐU MASOVNOG I SELEKTIVNOG TURIZMA 33

2.2 KONCEPT I PRINCIPI ODRŽIVOG RAZVOJA 35

2.2.1 RAZLOZI ZA UVOĐENJE KONCEPTA ODRŽIVOSTI 36

2.2.2 OSNOVNI PRINCIPI ODRŽIVOG RAZVOJA: EKOLOŠKA, EKONOMSKA I SOCIJALNA DIMENZIJA 39

CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA U KONTEKSTU TURIZMA (UN SDGS) 49

INTERDISCIPLINARNI PRISTUP U PLANIRANJU ODRŽIVOG RAZVOJA 51

2.3 ODRŽIVI TURIZAM: TEORIJSKE OSNOVE, IZAZOVI I MOGUĆNOSTI 53

2.3.1 DEFINISANJE ODRŽIVOG TURIZMA 54

2.3.1 SUOČAVANJE SA EKOLOŠKIM IZAZOVIMA – ISTORIJSKI KONTEKST 54

2.3.3 TURIZAM KAO SEKTOR SPOSOBAN ZA USVAJANJE ODRŽIVOSTI 54

2.3.4 FILOZOFIJA RASTA UZ MINIMALNE TROŠKOVE ZA OKOLINU 56

2.3.5 OPASNOSTI NEODRŽIVOG TURIZMA I POTREBA ZA PLANIRANJEM 56

2.3.6 MEĐUNARODNI OKVIRI I INSTITUCIONALNA PODRŠKA 58

2.3.7 KLJUČNI ELEMENTI ODRŽIVOG TURIZMA: EKOLOŠKA ODGOVORNOST, LOKALNI RAZVOJ I KULTURNO NASLEĐE. 58

2.3.8 GLAVNI IZAZOVI U IMPLEMENTACIJI ODRŽIVOG TURIZMA (PREKOMERNI TURIZAM, DEGRADACIJA ŽIVOTNE SREDINE, KLIMATSKE PROMENE) 62

2.3.9 MOGUĆNOSTI RAZVOJA KROZ INOVACIJE, EKOTURIZAM I RURALNI TURIZAM 64

3. TURIZAM U CRNOJ GORI: STANJE I PERSPEKTIVE **66**

3.1 TURISTIČKO-GEOGRAFSKI POLOŽAJ CRNE GORE 68
3.2 RELJEF CRNE GORE 71
3.3 KLIMA CRNE GORE 72
3.4 HIDRPGRAFIJA CRNE GORE 80
3.5 BILJNI I ŽIVOTINJSKI SVET CRNE GORE 82
3.6 STANOVNIŠTVO I PRIVREDA CRNE GORE 84
3.7 ANALIZA TURISTIČKIH RESURSA CRNE GORE 86
3.7.1 PRIRODNI TURITIČKI RESURSI 86
3.7.2 KULTURNO-ISTORIJSKO NASLEĐE: SPOMENICI, MUZEJI, TRADICIONALNA SELA 94
3.7.3 SPECIJALIZOVANI VIDOVI TURIZMA: EKOTURIZAM, AVANTURISTIČKI TURIZAM, RURALNI TURIZAM 98
3.8 UTICAJ TURIZMA NA EKONOMIJU ZEMLJE 106
3.8.1 TURIZAM KAO KLJUČNI GENERATOR PRIHODA I ZAPOŠLJAVANJA 106
3.8.2 DOPRINOS BDP-U KROZ UGOSTITELJSTVO, TRANSPORT I TRGOVINU 112
3.8.3 SEZONALNOST TURIZMA I EKONOMSKI IZAZOVI 118
3.9 EKOLOŠKI IZAZOVI I ODRŽIVOST PRIRODNIH RESURSA 122
3.9.1 UTICAJ MASOVNOG TURIZMA NA ŽIVOTNU SREDINU 125
3.9.2 POTREBA ZA UVOĐENJEM EKOLOŠKIH STANDARDA I ZELENIH INICIJATIVA .. 130
3.10 SOCIOKULTURNI ASPEKTI TURIZMA I NJIHOV UTICAJ NA LOKALNE ZAJEDNICE 135
3.10.1 ULOGA LOKALNIH ZAJEDNICA U RAZVOJU TURIZMA 141
3.10.2 OČUVANJE AUTENTIČNIH TRADICIJA I KULTURNOG IDENTITETA 148
3.10.3 OSNAŽIVANJE ŽENA I ŽENSKO PREDUZETNIŠTVO KAO INDKATOR ODRŽIVE TRANSFORMACIJE ZAJEDNICA 156
3.11 STRATEGIJE ODRŽIVOG TURIZMA U CRNOJ GORI 161
3.11.1 NACIONALNE STRATEGIJE I REGULATIVA U OBLASTI ODRŽIVOG TURIZMA . 164
3.11.2 IMPLEMENTACIJA STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA CRNE GORE SA FOKUSOM NA ODRŽIVOST 168
3.11.3 USKLAĐIVANJE SA EU STANDARDIMA I UN CILJEVIMA ODRŽIVOG RAZVOJA 175
3.11.4 STROŽIJE REGULISANJE UTICAJA TURIZMA NA ŽIVOTNU SREDINU KROZ ZAKONE I INSPEKCIJSKI NADZOR 182
3.11.5 PRIMENA EKOLOŠKI PRIHVATLJIVIH PRAKSI U TURIZMU 186
3.11.6 ULOGA LOKALNE ZAJEDNICE U RAZVOJU ODRŽIVOG TURIZMA 195
3.11.7 INOVACIJE I DIGITALNA TRANSFORMACIJA U TURIZMU 204

4. METODOLOŠKI PRISTUP I REZULTATI ISTRAŽIVANJA 214
4.1 PRIKUPLJANJE PODATAKA I VERODOSTOJNOST UZORAKA 214
4.2 ANALIZA PODATAKA 215
4.2.1 DESKRIPTIVNA STATISTIČKA ANALIZA 215
4.2.2 CROSSTABULATION ANALIZA (KONTINGENCIONE TABELE) 216
4.2.3 PEARSONOV HI-KVADRAT TEST (X^2 TEST) 216
4.3 ISPITIVANJE TURISTA O ODRŽIVOM TURIZMU U CRNOJ GORI 217
4.4 SOCIODEMOGRAFSKI PROFIL ISPITANIKA 217
4.4.1 REZULTATI DESKRIPTIVNE STATISTIČKE ANALIZE 218
4.4.2 CROSSTABULATION ANALIZA I PEARSONOV HI-KVADRAT TEST (X^2 TEST): ODGOVORI TURISTA U ZAVISNOSTI OD POLA ISPITANIKA 221
4.4.3 CROSSTABULATION ANALIZA I PEARSONOV HI-KVADRAT TEST (X^2 TEST): ODGOVORI TURISTA U ZAVISNOSTI OD STAROSNE STRUKTURE ISPITANIKA 234
4.4.4 CROSSTABULATION ANALIZA I PEARSONOV HI-KVADRAT TEST (X^2 TEST): ODGOVORI STEJKHOLDERA U ZAVISNOSTI OD MESTA U KOJEM SE NALAZE 250
4.5 STUDIJA SLUČAJA: "GREEN SLOVENIA" 298
4.5.1 ERSPEKTIVE IMPLEMENTACIJE ODRŽIVIH TURISTIČKIH MODELA U CRNOJ GORI 304
4.6 PREPORUKE ZA UNAPREĐENJE KROZ DIGITALIZACIJU I PAMETNO UPRAVLJANJE RESURSIMA 308
4.7 PREPORUKE ZA UNAPREĐENJE ODRŽIVOG TURIZMA 317
4.8 JAČANJE PROMOCIJE ODRŽIVIH TURISTIČKIH DESTINACIJA 326
4.9 POVEĆANJE ULAGANJA U EDUKACIJU LOKALNOG STANOVNIŠTVA I TURISTA O ZNAČAJU ODRŽIVOSTI 336
ZAKLJUČAK 344
NAUČNI DOPRINOS DISERTACIJE 352
OGRANIČENJA ISTRAŽIVANJA I PRAVCI BUDUĆIH ISTRAŽIVANJA 354
LITERATURA 356
PRILOZI 401
PITANJA ZA STEJKHOLDERE 401
PITANJA ZA TURISTE 403

Sažetak: Predmet ove doktorske disertacije jeste analiza potencijala turizma kao pokretača održivog privrednog razvoja Crne Gore. Istraživanje se zasniva na integraciji teorijskih uvida, empirijskih nalaza i komparativnih analiza, s ciljem da se oceni u kojoj meri turizam može biti usklađen sa principima održivosti – ekološkim, ekonomskim i društvenim. Poseban fokus je stavljen na identifikaciju prirodnih, kulturnih i društvenih resursa Crne Gore pogodnih za održivi razvoj, evaluaciju postojećih institucionalnih i zakonodavnih okvira, kao i na ispitivanje stavova turista, lokalnih zajednica, javnog sektora i privatnih preduzeća o održivom turizmu. U empirijskom delu, korišćene su kvantitativne i kvalitativne metode – anketiranje i polustrukturisani intervjui – sa ciljem da se ispita ekološka svest, preferencije i ponašanja turista i drugih aktera, kao i percepcija koristi, prepreka i institucionalne podrške za održive prakse. Analiza je uključila i digitalne alate i inovacije kao moguće mehanizme za unapređenje održivosti, posebno kroz primenu smart tehnologija i lokalno orijentisanog digitalnog marketinga. Pored toga, sprovedena je komparativna analiza sa slovenačkim modelom održivog turizma („Zelena šema slovenačkog turizma“) u cilju identifikacije prenosivih elemenata i preporuka za crnogorski kontekst. Rezultati istraživanja ukazuju na visok potencijal Crne Gore za razvoj održivog turizma, ali i na prepreke povezane sa nedovoljnom participacijom lokalnih zajednica, ograničenom institucionalnom podrškom i neravnomernim razvojem regiona. Naučni doprinos ogleda se u empirijskoj validaciji stavova različitih aktera, analizi uticaja sociodemografskih faktora na percepciju održivosti, kao i u kreiranju preporuka za unapređenje politika i praksi održivog turizma. Disertacija doprinosi razvoju teorijskih i praktičnih znanja u oblasti održivog turizma, naročito u kontekstu malih zemalja sa osetljivim ekosistemima i izraženom sezonalnošću turističke potražnje.

Ključne reči: održivi turizam, Crna Gora, ekonomski razvoj, privreda, ekološka svest

Abstract: This doctoral dissertation examines tourism as a catalyst for sustainable economic development in Montenegro. The research integrates theoretical frameworks, empirical data, and comparative insights to assess how tourism can align with environmental, economic, and social sustainability principles. The study focuses on identifying Montenegro's natural, cultural, and social resources with potential for sustainable tourism, evaluating the institutional and legal frameworks, and analyzing the attitudes of key stakeholders—tourists, local communities, public institutions, and private enterprises. A mixed-methods approach was applied, combining quantitative surveys and qualitative semi-structured interviews to explore environmental awareness, behavioral patterns, and perceptions of the benefits, obstacles, and institutional support for sustainable tourism. The role of digital tools—such as smart technologies and local-value-based digital marketing—was also examined as a factor in advancing sustainability. Additionally, a comparative analysis with Slovenia's "Green Scheme of Slovenian Tourism" served to identify transferable practices and formulate tailored recommendations for Montenegro. Findings reveal that while Montenegro has considerable potential for sustainable tourism development, this potential is hindered by limited community involvement, insufficient institutional coordination, and regional imbalances. The dissertation contributes to academic discourse by validating stakeholder perceptions, exploring the influence of sociodemographic factors on sustainability attitudes, and offering concrete policy recommendations. This research enhances both theoretical understanding and practical strategies for sustainable tourism in emerging destinations, especially in small countries characterized by ecological sensitivity and seasonal tourism patterns.

Keywords: sustainable tourism, Montenegro, economic development, economy, environmental awareness

1. UVOD

63

U savremenom svetu, turizam predstavlja jednu od najbrže rastućih privrednih grana, sa značajnim uticajem na ekonomske tokove, društvenu dinamiku i životnu sredinu. Njegova kompleksna priroda podrazumeva širok spektar interakcija između različitih aktera, resursa i razvojnih prioriteta. U tom kontekstu, koncept održivog turizma dobija sve veći značaj kao okvir koji nastoji da uskladi razvojne potrebe sa očuvanjem prirodne i kulturne baštine, uključivanjem lokalnih zajednica i promocijom dugoročne konkurentnosti destinacija.

Crna Gora, kao mala mediteranska zemlja sa izuzetno bogatim prirodnim i kulturnim resursima, nalazi se pred izazovom balansiranja između ubrzanog turističkog razvoja i očuvanja svojih vrednosti. Turizam je postao ključni sektor nacionalne ekonomije, doprinoseći zapošljavanju, deviznom prilivu i infrastrukturnom razvoju. Međutim, neodržive prakse, sezonalnost, pritisak na ekosisteme, neujednačen regionalni razvoj i slaba participacija lokalnog stanovništva ukazuju na potrebu za novim modelima upravljanja razvojem turizma.

Ova doktorska disertacija nastoji da ispita ulogu turizma kao pokretača održivog razvoja Crne Gore, uzimajući u obzir teorijske, empirijske i komparativne aspekte. Fokus je na analizi potencijala prirodnih i kulturnih resursa, institucionalnog i zakonodavnog okvira, kao i na stavovima ključnih stejkholdera – turista, lokalnih zajednica, javnog i privatnog sektora. Poseban akcenat stavljen je na ulogu digitalnih tehnologija i inovacija u unapređenju održivosti, kao i na uporednu analizu sa slovenačkim modelom „Zelene šeme slovenačkog turizma“, koji predstavlja primer uspešne implementacije sistemskog pristupa održivom turizmu.

Cilj uvodnog poglavlja jeste da postavi osnovu za razumevanje teme, definiše istraživački problem i objasni relevantnost istraživanja. Takođe, ono pruža pregled strukture rada, metodološkog pristupa i ključnih koncepata koji će biti razrađeni u narednim poglavljima. Imajući

u vidu rastuće izazove klimatskih promena, degradacije resursa i potrebe za inkluzivnim razvojem, održivi turizam se nameće kao imperativ savremenog turističkog planiranja, posebno u kontekstu malih i ranjivih destinacija kakva je Crna Gora.

1.1 PREDMET ISTRAŽIVANJA

Predmet istraživanja ove doktorske disertacije jeste analiza odnosa između turizma i održivog razvoja kao sinergijskog procesa koji može doprineti dugoročno održivom privrednom razvoju Crne Gore. Istraživanje se bavi ispitivanjem načina na koje turizam, kao strateška grana nacionalne ekonomije, može biti usklađen sa principima održivosti — ekološkim, ekonomskim i socijalnim — radi očuvanja prirodnih i kulturnih resursa, unapređenja kvaliteta života lokalnog stanovništva, te postizanja konkurentnosti na međunarodnom turističkom tržištu.

U fokusu su sledeći aspekti:

Identifikacija turističkih resursa Crne Gore sa potencijalom za održivi razvoj: Crna Gora poseduje izuzetno bogatstvo prirodnih i kulturnih resursa koji mogu predstavljati osnovu za razvoj održivih oblika turizma. Nacionalni parkovi (Durmitor, Biogradska gora, Prokletije, Skadarsko jezero i Lovćen), kao zaštićena prirodna područja, predstavljaju ključne prostore za implementaciju ekoturizma i edukativnih programa zasnovanih na očuvanju biodiverziteta. Kulturna baština, uključujući UNESCO lokalitete kao što su Kotor i Stećci, ali i brojne manje poznate lokalne tradicije, manifestacije i nematerijalno nasleđe, omogućavaju razvoj kulturnog turizma koji doprinosi očuvanju identiteta zajednice. Prema Cvijanović i drugima (2023a), ruralne destinacije, naročito u severnim i brdsko-planinskim krajevima, imaju potencijal za razvoj agroturizma i etnoturizma, koji direktno podržavaju lokalno stanovništvo i promovišu održive načine života (Tew & Barbieri, 2012; Barbieri et al., 2015; Almeida-García et al., 2016).

Analiza postojećih strategija, politika i zakonskih okvira vezanih za održivi turizam: U ovom aspektu istraživanja posebna pažnja posvećuje se analizi nacionalnih razvojnih i turističkih strategija, prostorno-planskih dokumenata, kao i zakonskih okvira koji regulišu turizam i zaštitu životne sredine. Analizira se u kojoj meri su principi održivosti (ekonomska vitalnost, zaštita resursa i uključivanje zajednica) integrisani u strateške pravce razvoja turizma u Crnoj Gori. Takođe, razmatraju se institucionalni kapaciteti i mehanizmi implementacije održivih politika, uključujući ulogu ministarstava, lokalnih samouprava i specijalizovanih agencija.

Ispitivanje stavova turista i ključnih stejkholdera (lokalnih zajednica, javnog sektora i privatnih preduzeća): U cilju razumevanja složenosti procesa tranzicije ka održivom turizmu, neophodno je ispitivanje percepcija i stavova različitih aktera uključenih u turistički sistem. Turisti kao krajnji korisnici, lokalne zajednice kao nosioci autentičnosti i zaštitnici prostora, privatni sektor kao pokretač inovacija i javna uprava kao regulator, imaju ključne uloge u oblikovanju održivog turističkog razvoja. Istraživanjem se obuhvataju njihovi stavovi o značaju održivog turizma, spremnosti na promene, kao i percepcije koristi i izazova koje ovakav pristup donosi.

Ispitivanje digitalnih alata i inovacija kao faktora unapređenja održivosti u turizmu: Digitalna transformacija turističkog sektora otvara nove mogućnosti za unapređenje održivosti. Kroz primenu pametnih tehnologija (smart tourism), kao što su aplikacije za vođenje posetilaca, virtuelne ture, sistemi za merenje uticaja turizma i digitalni marketing zasnovan na lokalnim vrednostima, omogućava se efikasnije upravljanje turističkim tokovima, promocija manje poznatih destinacija i podrška lokalnim proizvođačima. Fokus istraživanja usmeren je na analizu prisutnosti i funkcionalnosti ovih alata u Crnoj Gori, kao i na sagledavanje mogućnosti za njihovu širu primenu.

Poređenje sa međunarodnim praksama (posebno Slovenije) kao referentnim modelom za održivi turizam u region: Slovenija se u poslednjoj deceniji afirmisala kao međunarodni lider u održivom turizmu, pre svega kroz implementaciju modela „Zelene šeme slovenačkog turizma“ (Slovenian Green Scheme). Ova praksa, zasnovana na standardizovanoj evaluaciji održivosti destinacija, snažnoj međusektorskoj saradnji i promociji lokalnih vrednosti, predstavlja primer uspešnog sistemskog pristupa. Upoređivanje sa slovenačkim modelom poslužiće kao analitički okvir za identifikaciju mogućnosti i izazova u crnogorskom kontekstu, kao i za formulaciju preporuka za budući razvoj.

1.2 CILJEVI ISTRAŽIVANJA

Glavni cilj ovog istraživanja jeste da se utvrdi i teorijski i empirijski opravda uloga turizma kao pokretača održivog privrednog razvoja Crne Gore. Polazeći od činjenice da turizam zauzima strateško mesto u nacionalnoj ekonomiji, disertacija ima za cilj da istraži kako se njegovi razvojni tokovi mogu uskladiti sa principima održivosti u cilju postizanja dugoročne ekonomske stabilnosti, očuvanja prirodnih i kulturnih resursa i jačanja lokalnih zajednica. Kroz multidisciplinarni pristup, istraživanje ima zadatak da identifikuje ključne faktore koji oblikuju održivost turizma, oceni postojeće politike i prakse, i predloži konkretne preporuke za unapređenje strategijskog upravljanja sektorom.

U skladu s tim, istraživanje obuhvata sledeće **specifične ciljeve**, sistematizovane kroz pet međusobno povezanih analitičkih dimenzija:

1. **Teorijska elaboracija**

U ovom segmentu istraživanja poseban akcenat stavlja se na konceptualno utemeljenje pojmova *turizma* i *održivosti*, kao i na analizu njihove međusobne integracije u savremenoj naučnoj i stručnoj literaturi. Biće analizirani teorijski modeli održivog razvoja i njihova relevantnost za turistički sektor, uz razmatranje istorijskog razvoja koncepta održivog turizma, od ranih međunarodnih dokumenata do savremenih normativnih okvira. Cilj je sistematizacija principa održivog razvoja (ekonomska efikasnost, socijalna inkluzivnost, zaštita životne sredine) i njihovo prevođenje u operativne smernice za turizam.

2. Analiza resursa i okruženja

U okviru ovog cilja biće identifikovani i mapirani ključni prirodni, kulturni i društveni resursi Crne Gore sa potencijalom za održivi turistički razvoj. Analiza će obuhvatiti nacionalne parkove, zaštićena područja, ruralna naselja, kulturno-istorijske lokalitete, kao i nematerijalno nasleđe. Posebna pažnja biće posvećena geografskim, klimatskim i demografskim faktorima koji oblikuju turističku ponudu i potražnju, pri čemu će se razmatrati i ranjivost prostora na sezonalnost i ekološke pritiske.

3. Empirijska analiza

Empirijski deo istraživanja obuhvataće prikupljanje i analizu podataka putem kombinovanja kvantitativnih i kvalitativnih metoda. Cilj je da se, kroz anketiranje i intervjuisanje ključnih stejkholdera (turista, lokalnog stanovništva, predstavnika privatnog i javnog sektora), identifikuju dominantne percepcije o održivosti, motivacije i prepreke za primenu održivih praksi. Takođe, biće analiziran stepen digitalizacije u upravljanju destinacijama, prisustvo inovativnih rešenja (npr.

digitalni marketing, aplikacije za upravljanje turističkim tokovima), kao i njihova uloga u unapređenju održivosti i konkurentnosti sektora.

4. Komparativna analiza

Radi objektivne procene pozicioniranosti Crne Gore u regionalnom kontekstu, istraživanje uključuje uporednu analizu sa Slovenijom – zemljom koja se ističe po uspešnoj integraciji održivosti u turizam kroz sistemske pristupe poput *Zelene šeme slovenačkog turizma*. Analiza će obuhvatiti strateške dokumente, institucionalne aranžmane, mehanizme evaluacije i upravljanja, kao i stepen uključivanja lokalne zajednice. Cilj je da se na osnovu primera dobre prakse izvuku pouke i preporuke koje se mogu adaptirati u crnogorskom kontekstu.

5. Kreiranje preporuka

Završna faza istraživanja ima za cilj izradu sveobuhvatnih preporuka koje će doprineti razvoju efikasnijih i inkluzivnijih politika održivog turizma u Crnoj Gori. Biće predloženi modeli uključivanja lokalnog stanovništva u donošenje odluka i benefite turizma, smernice za očuvanje prirodne i kulturne baštine kroz turističke aktivnosti, kao i konkretne mere za jačanje digitalne transformacije sektora. Preporuke će biti bazirane na sintezi teorijskih uvida, empirijskih nalaza i komparativnih analiza, sa ciljem oblikovanja održivog, otpornog i konkurentnog turističkog sistema.

1.3 ZADACI ISTRAŽIVANJA

U cilju realizacije definisanih ciljeva, disertacija postavlja skup konkretnih istraživačkih zadataka koji obuhvataju teorijsku sistematizaciju, analizu postojećeg stanja, empirijsko

prikupljanje podataka i formulaciju preporuka za unapređenje održivog turizma u Crnoj Gori. Ovi zadaci čine osnovu metodološkog pristupa i služe kao operativni koraci ka validaciji postavljenih hipoteza i razvoju preporuka zasnovanih na nalazima istraživanja.

S tim u vezi, istraživački zadaci su sledeći:

1. **Izvršiti teorijsku sistematizaciju relevantne literature** iz oblasti održivog turizma, održivog razvoja, ekološke svesti i digitalne transformacije u turizmu, kako bi se obezbedila teorijska osnova za dalju analizu i identifikovali glavni istraživački pravci i praznine u postojećim studijama.
2. **Definisati ključne koncepte** kao što su *održivi turizam*, *ekološka svest*, *digitalne inovacije* i *konkurentnost destinacije*, te analizirati njihove međusobne odnose u okviru savremene ekonomske i razvojne teorije. Na taj način biće omogućeno precizno operacionalizovanje pojmova koji čine osnovu teorijskog i empirijskog okvira istraživanja.
3. **Identifikovati i kartirati prirodne, kulturne i društvene resurse** Crne Gore koji imaju potencijal za razvoj održivih turističkih proizvoda i iskustava, pri čemu će se poseban akcenat staviti na zaštićena područja, kulturnu baštinu, ruralne prostore i lokalne zajednice.
4. **Analizirati institucionalni, zakonski i strateški okvir** koji reguliše održivi turizam u Crnoj Gori, uključujući nacionalne, regionalne i lokalne dokumente. Biće ispitana njihova usklađenost sa međunarodnim standardima održivosti, naročito onima koje definišu Evropska unija i Ujedinjene nacije (Agenda 2030, SDG 11 i 12).
5. **Kreirati istraživački instrumentarijum**, uključujući strukturisane upitnike za kvantitativno istraživanje i vodiče za intervjue ili fokus grupe, sa ciljem prikupljanja relevantnih podataka od:

- **Turista**, sa fokusom na nivo ekološke svesti, obrasce ponašanja, spremnost da izdvoje dodatna sredstva za održive opcije i njihove preferencije;

Predstavnika privatnog sektora, koji su aktivni stejkholderi u turizmu, a koji mogu doprineti uvidima o poslovnoj praksi, inovacijama i izazovima održivosti.

6. **Sprovesti empirijsko istraživanje** korišćenjem kombinovanih metodoloških pristupa – kvantitativnih (anketiranje, statistička obrada podataka, analiza korelacija i regresija) i kvalitativnih metoda (intervjui sa ključnim akterima, potencijalne fokus grupe), kako bi se obezbedila sveobuhvatna analiza percepcija, stavova i ponašanja učesnika.
7. **Uporediti stanje održivog turizma u Crnoj Gori sa slovenačkim modelom**, analizirati institucionalne mehanizme, evaluacione alate (npr. Green Scheme of Slovenian Tourism), participativne prakse i digitalne alate, sa ciljem identifikovanja primenjivih elemenata i modela koji se mogu prilagoditi crnogorskom kontekstu.
8. **Formulisati konkretne preporuke** za unapređenje politika i praksi održivog turizma u Crnoj Gori, sa posebnim naglaskom na:
    - jačanje participacije lokalnih zajednica u razvojnim procesima;
    - diverzifikaciju turističke ponude i promociju autentičnih iskustava;
    - veću integraciju digitalnih tehnologija i pametnih rešenja;
    - očuvanje i valorizaciju ekoloških i kulturnih vrednosti;
    - povećanje konkurentnosti destinacije kroz održive standarde i brendiranje.

1.4 HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA

Polazeći od teorijskih postavki održivog razvoja, savremenih trendova u turizmu i potreba za transformacijom postojećeg turističkog modela Crne Gore, u okviru ove disertacije formulisana je jedna glavna i više specifičnih hipoteza koje omogućavaju testiranje različitih dimenzija održivog turizma.

Glavna hipoteza (H_0):

Turizam u Crnoj Gori ima potencijal da postane pokretač održivog privrednog razvoja kroz efikasno upravljanje prirodnim i kulturnim resursima, participaciju lokalne zajednice, digitalnu transformaciju i usklađenost sa međunarodnim standardima održivosti.

Na osnovu glavne hipoteze, definišu se sledeće **specifične (radne) hipoteze**:

H1: Postoji pozitivan odnos između informisanosti o održivom turizmu i preferencije za boravak u prirodnim sredinama.

H2: Turisti koji obraćaju pažnju na ekološku održivost destinacije češće smatraju da održivi turizam poboljšava njihovo putničko iskustvo.

H3: Ekološka ponašanja tokom putovanja pozitivno koreliraju sa preferencijom za obnovljive izvore energije u smeštaju.

H4: Turisti koji podržavaju lokalne proizvođače pozitivnije ocenjuju održive vrednosti destinacije.

H5: Percepcija o slabom uključivanju lokalnih zajednica negativno utiče na celokupni stav o održivosti turističkog sektora.

Crossref Similarity Check Page 35 of 423 - Integrity Submission Submission ID trn:oid:::3117:594411802

H6: Turisti koji podržavaju ekološke takse češće izražavaju uverenje da je budućnost Crne Gore u održivom turizmu.

H7: Agencije koje promovišu održivi turizam ujedno više koriste lokalne resurse i edukuju turiste.

H8: Visoka percepcija operativnih troškova korelira sa osećajem nedostatka institucionalne podrške.

H9: Stejkholderi koji veruju da će održivost povećati konkurentnost, češće planiraju uvođenje digitalnih tehnologija.

H10: Postoji pozitivna korelacija između stava o dugoročnim koristima održivih praksi i spremnosti za buduće ekološke inicijative.

1.5 METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Istraživanje je sprovedeno kombinovanjem kvantitativnog anketnog ispitivanja turista i stejkholdera na različitim lokacijama u Crnoj Gori, sa ciljem sagledavanja stavova i svesti o održivom turizmu. Prikupljanje podataka obuhvatilo je i desk istraživanje relevantne literature, zvaničnih izveštaja, statističkih baza i strategija, čime je osigurana teorijska osnova i kontekst za analizu empirijskih nalaza. Podaci su prikupljeni i elektronskim putem (putem online anketa) i tradicionalno, direktnim prikupljanjem na terenu, a zatim su uneseni u bazu podataka za analizu. Uzorkovanje je sprovedeno u skladu sa kriterijumima definisanim u studiji Ahmeda (2024), koji preporučuje veličinu uzorka od najmanje 385 ispitanika za postizanje nivoa pouzdanosti od 95% i margine greške od 5%, što je smatrano reprezentativnim u kontekstu turističkog prometa Crne Gore 2023. godine.

Crossref Similarity Check Page 36 of 423 - Integrity Submission Submission ID trn:oid:::3117:594411802

Pored anketiranja, sprovedeni su i polustrukturisani intervjui sa ključnim stejkholderima iz turističkog sektora, kako bi se dobila kvalitetna saznanja o stavovima i izazovima održivog turizma, što je doprinelo metodološkoj triangulaciji i validnosti rezultata. Statistička analiza prikupljenih kvantitativnih podataka sprovedena je korišćenjem softverskog paketa SPSS 26.0. Primenjene su deskriptivne statistike za opisivanje sociodemografskog profila ispitanika, uključujući učestalosti, procente, kao i mere centralne tendencije i disperzije. Za ispitivanje povezanosti između kategoričkih varijabli, kao što su pol ispitanika i izbor destinacije, korišćene su kontingencione tabele (crosstabulation) koje prikazuju distribuciju frekvencija i omogućavaju identifikaciju obrazaca. Da bi se statistički potvrdila ili odbacila povezanost između ovih varijabli, primenjen je Pearsonov hi-kvadrat test (χ^2 test).

Hi-kvadrat test upoređuje posmatrane frekvencije sa očekivanim frekvencijama pod pretpostavkom nezavisnosti varijabli. Rezultat testa (p-vrednost) pokazuje da li postoji statistički značajna povezanost — p-vrednost manja od 0,05 ukazuje na značajnu povezanost, dok vrednosti veće od 0,05 ukazuju na odsustvo značajne povezanosti. Ove kombinovane metode – desk istraživanje, kvantitativno anketiranje i kvalitativni intervjui – omogućile su dubinsko sagledavanje stavova i ponašanja različitih aktera u turizmu, te identifikaciju razlika u percepciji održivosti u zavisnosti od pola i lokacije boravka. Time je obezbeđena veća verodostojnost i relevantnost dobijenih rezultata.

1.6 STRUKTURA RADA

Ova disertacija je organizovana u pet glavnih poglavlja, kojima prethode uvodni deo i prateće odeljke sa literaturom i prilozima. Svako poglavlje ima jasno definisanu ulogu u

celokupnom istraživačkom procesu i doprinosi sistematskom sagledavanju teme održivog turizma u Crnoj Gori.

Poglavlje 1: Uvod

U prvom poglavlju postavljaju se temelji i okvir celokupnog rada. Definišu se predmet istraživanja, njegovi osnovni ciljevi, specifični zadaci i hipoteze koje se testiraju. Prikazuje se metodološki okvir, uz naglasak na korišćene metode prikupljanja i analize podataka. Takođe, ističe se naučni doprinos disertacije, kao i postojeća ograničenja sprovedenog istraživanja. Na kraju, daje se pregled strukture rada i ukazuje na značaj turizma u kontekstu održivog razvoja Crne Gore.

Poglavlje 2: Teorijski okvir rada

Drugo poglavlje posvećeno je detaljnoj razradi teorijskih osnova povezivanja turizma i održivog razvoja. U njemu se analizira istorijski razvoj turizma kao značajne privredne grane, uključujući njegov ekonomski značaj kroz prihode, zapošljavanje i razvoj infrastrukture. Objašnjavaju se razlike između masovnog i selektivnog turizma, kao i koncept održivog razvoja kroz tri ključne dimenzije: ekološku, ekonomsku i socijalnu. Posebna pažnja posvećena je ciljevima održivog razvoja Ujedinjenih nacija (SDGs), kao i značaju interdisciplinarnog pristupa u planiranju i implementaciji održivih turističkih strategija. Ovo poglavlje pruža teorijski temelj za dalju empirijsku analizu.

Poglavlje 3: Turizam u Crnoj Gori: stanje i perspektive

U ovom poglavlju daje se sveobuhvatna analiza trenutnog stanja turizma u Crnoj Gori, sagledana kroz nekoliko ključnih aspekata. Razmatraju se prirodni i geografski faktori kao što su

reljef, klima, hidrogeografski uslovi i biodiverzitet, koji predstavljaju osnovu za razvoj turizma. Prikazuju se demografski i privredni kontekst, uz poseban osvrt na društvene uslove koji utiču na razvoj turističkog sektora. Detaljno se analiziraju turistički resursi, uključujući prirodne atrakcije, kulturno-istorijsko nasleđe, kao i specijalizovani oblici turizma poput ekoturizma i ruralnog turizma. Takođe, obrađuju se ekonomski i ekološki uticaji turizma, uključujući izazove sezonalnosti i pritiska na životnu sredinu. Sociokulturni aspekti su prikazani sa posebnim naglaskom na ulogu lokalnih zajednica i osnaživanje žena u turizmu. Poglavlje završava pregledom nacionalnih strategija održivog razvoja turizma, sa fokusom na usklađivanje sa standardima Evropske unije i primenu digitalnih inovacija u sektoru.

Poglavlje 4: Metodološki pristup i rezultati istraživanja

Četvrto poglavlje predstavlja empirijski deo disertacije. Detaljno se opisuje metodologija istraživanja, uključujući izbor i veličinu uzorka, procedure prikupljanja podataka i proveru verodostojnosti uzoraka. Analiza podataka obuhvata primenu deskriptivne statistike, kontingencionih tabela (crosstab) i Pearsonovog hi-kvadrat testa (χ^2) za ispitivanje zavisnosti između ključnih varijabli kao što su pol, starosna dob, lokacija boravka i stavovi o održivosti turizma. Posebna pažnja je posvećena analizi odgovora kako turista, tako i stejkholdera uključenih u turistički sektor. U ovom poglavlju je uključena i studija slučaja o razvoju eko-katuna na planini Bjelasici, koja se poredi sa sličnim inicijativama u Sloveniji, čime se dodatno ilustruju primeri dobre prakse u održivom turizmu. Na kraju, daju se preporuke za unapređenje održivog turizma u Crnoj Gori kroz digitalizaciju, pametno upravljanje resursima, edukaciju lokalnih zajednica i promociju turističkih destinacija.

Poglavlje 5: Zaključak

Završno poglavlje sumira ključne nalaze teorijskog i empirijskog dela istraživanja, donosi potvrdu ili odbacivanje postavljenih hipoteza, kao i kritički osvrt na sprovedeni istraživački proces i njegove implikacije za nauku i praksu. Takođe, ukazuje na ograničenja istraživanja i potencijalne pravce za dalji razvoj naučne i praktične analize u oblasti održivog turizma.

Literatura i prilozi

Na kraju disertacije nalaze se detaljno navedeni korišćeni izvori i literatura, kao i empirijski prilozi koji uključuju upitnike korišćene za istraživanje turista i stejkholdera, kao i dodatne tabele, grafikone i analitičke prikaze koji podržavaju i dopunjuju rezultate istraživanja.

Ovakva struktura obezbeđuje logičan i sistematičan tok rada, omogućavajući temeljno sagledavanje složenosti održivog turizma u specifičnom kontekstu Crne Gore.

2. TEORIJSKI OKVIR RADA

2.1 DEFINICIJA I ZNAČAJ TURIZMA ZA PRIVREDU

Turizam je jedan od najdinamičnijih i najvažnijih privrednih sektora u savremenom svetu, koji ne samo da doprinosi ekonomskom rastu već i ima širok uticaj na društvene i kulturne aspekte života (Kong et al., 2025). Kao ključni privredni sektor, turizam otvara brojna radna mesta, generiše prihode i podstiče razvoj infrastrukture, čime doprinosi stabilnosti i razvoju nacionalnih ekonomija (Chen & Liu, 2025). Međutim, pored svojih ekonomskih prednosti, turizam donosi i izazove koji zahtevaju pažljivo planiranje i održive prakse. Turizam je često prepoznat i kao jedan od najvažnijih privrednih sektora zbog svoje sposobnosti da stvara poslovne prilike i otvara nova radna mesta (Ji & Li, 2025).

Na globalnom nivou, ovaj sektor zapošljava na stotine miliona ljudi, od hotelskog i ugostiteljskog osoblja do zaposlenih u transportu i uslužnim delatnostima (Vunjak et al., 2020). Prema Makuyana & du Plessis (2025), u zemljama poput Španije (Canoves & Villarino Pérez, 2002) i Južnoafričke Republike, turizam čini značajan deo BDP-a, dok istovremeno omogućava lokalnim stanovništvima da zarade za život. Prihodi od turizma predstavljaju važan izvor deviza, što doprinosi finansijskoj stabilnosti zemlje i omogućava ulaganja u razvoj drugih sektora (Yudhistira & Robaka, 2025). Pored toga, razvoj turističke infrastrukture, kao što su putevi, aerodromi, smeštajni kapaciteti i uslužne usluge, podstiče privredni rast ne samo u turizmu već i u povezanim industrijama, čime se stvara sinergija za celokupnu ekonomiju (Sharma et al., 2025). Prema Ladkin et al. (2023), otvaranje novih hotela i turističkih atrakcija često dovodi do povećanog broja radnih mesta i ekonomskog razvoja u lokalnim zajednicama.

Osim što doprinosi ekonomskom razvoju, turizam ima značajan uticaj na lokalne zajednice, posebno u promociji kulturne baštine i lokalnih običaja (Law, 2025). Kroz turizam, mnoge destinacije mogu da istaknu svoju jedinstvenu istoriju, tradiciju i kulturne običaje, čime se jača identitet i povezanost sa lokalnim stanovništvom. Prema Li et al. (2025), festivali i tradicionalne manifestacije koje se promovišu kroz turizam često privlače posetioce i podstiču očuvanje kulturnih običaja. Pored toga, turizam povećava potrošnju u lokalnim zajednicama, što direktno podržava mala i srednja preduzeća, od zanatskih radnji do restorana i prodavnica suvenira. Ovaj sektor takođe doprinosi ekonomskog diverzifikaciji, posebno u zemljama koje su tradicionalno zavisile od poljoprivrede ili rudarstva (Zeng et al., 2024).

Ipak, razvoj turizma donosi i određene izazove koji mogu ugroziti njegovu održivost. Negativni uticaji na životnu sredinu, kao što su zagađenje, uništavanje prirodnih staništa i prekomerna potrošnja resursa, sve su učestaliji problemi u popularnim destinacijama. Prekomerni turizam, koji dovodi do preopterećenosti infrastrukturnih kapaciteta i smanjenja kvaliteta turističkog iskustva, takođe predstavlja ozbiljnu pretnju za održivost sektora. Prema Li et al. (2025), u Veneciji ili Barseloni, prekomerni broj posetilaca izazvao je probleme sa očuvanjem kulturne baštine i životne sredine. Da bi se prevazišli ovi izazovi, neophodno je uspostavljanje održivih praksi i regulacija koje će obezbediti da razvoj turizma bude u skladu sa očuvanjem prirodnih resursa i kulturnog identiteta (Fang et al., 2025).

Primeri takvih praksi uključuju limitiranje broja posetilaca u zaštićenim područjima ili primenu ekološki prihvatljivih tehnologija u turističkim objektima (Arsić et al., 2024b). Održivo upravljanje turističkim sektorom ključno je za zaštitu resursa i osiguravanje dugoročne koristi za lokalne zajednice i širu ekonomiju. Turizam zauzima centralno mesto u razvoju savremenih privreda, pružajući brojne ekonomske koristi, od otvaranja radnih mesta do povećanja prihoda od

deviza. Njegov uticaj na lokalne zajednice je višestruk, jer podstiče očuvanje kulturne baštine, diversifikaciju ekonomije i podršku malim i srednjim preduzećima. Međutim, razvoj turizma nije bez izazova, posebno u pogledu zaštite životne sredine i održivosti, što zahteva odgovorno i plansko upravljanje (Bojović et al., 2024a).

2.1.1 ISTORIJSKI RAZVOJ TURIZMA KAO PRIVREDNE GRANE

Istorijski razvoj turizma kao privredne grane odražava složen i višeslojan proces koji se proteže kroz vekove, oblikovan društvenim, ekonomskim, kulturnim i tehnološkim promenama. Turizam, u najširem smislu, postoji još od davnina, kada su ljudi putovali radi trgovine, verskih hodočašća, diplomatskih misija ili jednostavno radi upoznavanja drugih kultura. Međutim, razvoj turizma kao organizovane i sistematizovane privredne delatnosti počinje se jasno oblikovati tek sa razvojem modernih društava i industrijalizacijom.

Turizam u svom izvornom obliku javlja se još u doba drevnih civilizacija, mada tada nije imao današnje karakteristike masovne i organizovane aktivnosti. U Starom Egiptu, bogati građani i plemstvo putovali su Nilom kako bi posetili hramove, učestvovali u religijskim obredima ili jednostavno uživali u rekreaciji (Zhao et al., 2024). Slično tome, u Staroj Grčkoj ljudi su putovali radi prisustvovanja Olimpijskim igrama, dramskim festivalima u Atini i verskim svečanostima u Delfima. Putovanja su u ovom periodu bila privilegija bogatih slojeva društva i često su bila povezana s religijskim i kulturnim motivima. Stari Rim je značajno unapredio putnu infrastrukturu – izgradnja mreže puteva, poznatih kao *viae*, omogućila je vojnicima, trgovcima i aristokratiji lakše i bezbednije kretanje po carstvu (Walton, 2009). Rimska elita putovala je do svojih letnjih vila u Toskani, a posete banjama, kao što su one u San Casciano dei Bagni, predstavljale su rani oblik zdravstvenog turizma (Tescione et al., 2021). Ipak, ovakvi oblici putovanja nisu imali

komercijalnu ili privrednu dimenziju u savremenom smislu – nisu postojale turističke agencije, masovni prevoz, ni turizam kao industrija (Vučetić, 2012d).

Nakon pada Rimskog carstva dolazi do velikog nazadovanja u putnoj infrastrukturi i sigurnosti, što direktno utiče na smanjenje putovanja. Srednji vek je obeležen feudalnom zatvorenošću, političkom nestabilnošću i opasnostima na putevima. Međutim, verska putovanja, naročito hodočašća, opstaju i razvijaju se. Milioni hodočasnika putovali su ka svetim mestima, poput Santiaga de Compostele, Rima, Jerusalima i Meke. Iako ti oblici putovanja nisu imali ekonomsku svrhu, oni su uticali na razvoj pratećih usluga – gostionica, prenoćišta i vodiča – čime se otvaraju prve mogućnosti za prihodovanje od putnika (Andrade Suárez et al., 2025).

Od 15. veka nadalje, sa pojavom renesanse i jačanjem trgovačkih centara, raste interesovanje za antičku kulturu, umetnost i nauku. Putovanja do kulturnih centara Italije, Francuske i Nemačke postaju deo obrazovanja mladih pripadnika evropskih elita. Ovaj oblik obrazovnog putovanja, poznat kao *Grand Tour*, bio je svojevrsni kulturni "obavezni" put za sinove aristokratskih porodica iz Engleske i drugih zapadnoevropskih zemalja (Lisboa et al., 2015). Obilazili su umetničke galerije, muzeje, ruševine i univerzitetske gradove. Tokom 17. i 18. veka, *Grand Tour* je postao simbol statusa i društvene pozicije, ali je imao i šire posledice – podstakao je razvoj umetničkih vodiča, transportnih usluga i smeštaja, što su rani oblici organizovanog turizma.

Prava prekretnica u razvoju turizma desila se u 19. veku, s razvojem industrijalizacije. Povećan životni standard, skraćenje radnog vremena, razvoj železnice i parobroda omogućili su srednjoj klasi pristup putovanjima. Prvi železnički aranžmani omogućili su odlazak u letovališta i banje, kao što su Bath u Engleskoj, Baden-Baden u Nemačkoj i Karlove Vari u današnjoj Češkoj.

U ovom periodu posebno se ističe pionirska uloga Tomasa Kuka, koji je 1841. godine organizovao prvo grupno turističko putovanje vozom za radnike, a kasnije osnovao i prvu turističku agenciju (Laws, 2020). On je prvi uveo unapred organizovane aranžmane koji su uključivali prevoz, smeštaj i obroke, postavljajući temelje za savremeni tur-operator model. Razvijaju se i prvi luksuzni hoteli, dok brodske linije povezuju Evropu sa kolonijama i novim kontinentima, čime turizam počinje da stiče međunarodni karakter. Pojavljuju se turistički vodiči, priručnici, turističke karte i časopisi, a turizam sve više postaje komercijalna aktivnost.

Početak 20. veka obeležen je nastavkom infrastrukturnog razvoja koji je započet krajem 19. veka – pre svega širenjem železničke mreže, uvođenjem luksuznih vozova (poput „Orient Expressa“) i pojavljivanjem prvih avio-kompanija. Međutim, dva svetska rata (1914–1918. i 1939–1945.) dramatično su usporila ili potpuno prekinula turistička kretanja u Evropi i širom sveta (Leitenberg, 2025). Tokom ratnih godina, putovanja su bila ograničena na vojni i diplomatski sektor, a infrastruktura je pretrpela velika razaranja. Nakon završetka Drugog svetskog rata dolazi do snažnog ekonomskog oporavka, naročito u zapadnoevropskim zemljama i Severnoj Americi. Industrijalizacija, rast plata, urbanizacija i uvođenje plaćenog godišnjeg odmora za radnike omogućili su širim slojevima stanovništva pristup putovanjima. Istovremeno, demokratizacija društava i rast srednje klase stvorili su potražnju za novim oblicima razonode, od kojih je turizam imao posebno važno mesto.

Pojavljuju se čarter letovi, koji omogućavaju jeftin prevoz ka popularnim destinacijama. Evropske zemlje Mediterana, poput Španije, Italije, Grčke i Francuske, doživljavaju pravi turistički procvat, zahvaljujući toploj klimi, obalama, kulturnom nasleđu i gostoprimstvu (Cánoves et al., 2004). Istovremeno, turoperateri kao što su „TUI“, „Neckermann“, „Thomas Cook“ i drugi,

počinju da organizuju paket aranžmane („all inclusive“), koji obuhvataju prevoz, smeštaj, ishranu i ekskurzije, čime se turistima nudi bezbrižno i organizovano iskustvo (Fan et al., 2025).

U tom periodu dolazi do:

- naglog rasta broja hotela i smeštajnih kapaciteta,
- otvaranja specijalizovanih turističkih agencija,
- unapređenja avio-saobraćaja i razvoja aerodroma,
- rastuće upotrebe automobila za lična putovanja (auto-turizam),
- pojave turističkih vodiča i medija koji popularizuju destinacije.

Turizam prestaje biti privilegija elite i postaje dostupna aktivnost za milione građana, čime se transformiše u važnu privrednu granu (Durie, 2010).

18 Prema Hay (2019) osnivanje Svetske turističke organizacije (United Nations World Tourism Organization, UNWTO) 1975. godine predstavlja prelomni trenutak za institucionalni razvoj turizma na međunarodnom nivou. UNWTO je osnovan sa ciljem da prati razvoj turizma, prikuplja i standardizuje podatke, promoviše turizam kao sredstvo razvoja i da podstiče saradnju između država i privatnog sektora.

U narednim decenijama turizam postaje sve značajniji generator ekonomskog rasta i zaposlenosti. Razvijaju se i novi oblici turizma, uključujući:

- kulturni turizam (posećivanje istorijskih lokaliteta, muzeja, festivala) (Radović & Vujko, 2025),
- zdravstveni i velnes turizam (Hall, 2011; Cvijanović et al., 2023c),

- planinski i ruralni turizam (Privitera, 2010; Vujko & Delić-Jović, 2021),
- kongresni i poslovni turizam (tzv. MICE turizam) (Botić et al., 2024; Skorupan et al., 2025),
- ekoturizam i održivi turizam, kao odgovor na izazove ekološke degradacije i masovnog turizma (Coria & Calfucura, 2012).

Prema Choi & Sirakaya (2005) početkom 1990-ih i dalje, sa ubrzanjem globalizacije i razvojem informacionih tehnologija, turizam dobija novu dimenziju:

- pojavljuju se online rezervacioni sistemi (npr. Booking.com, Expedia),
- niskotarifne avio-kompanije omogućavaju putovanja po nižim cenama,
- digitalni marketing i društvene mreže postaju ključni alati u promociji destinacija.

185 UNWTO promoviše ideju održivog turizma, posebno nakon UN-ove Konferencije o životnoj sredini i razvoju u Riju (1992), i snažno se uključuje u ciljeve Agende 21, a potom i Ciljeve održivog razvoja (SDGs) (Perdomo, 2016).

Iako je turizam pokazao visok stepen rasta, industrija je takođe bila osetljiva na ekonomske, političke i zdravstvene krize. Primera radi:

- naftna kriza 1973. usporila je rast avio-saobraćaja (Liu et al., 2024),
- teroristički napadi (npr. 11. septembar 2001) izazvali su pad međunarodnih putovanja (Briggs & Schnitzer, 2002),
- globalna finansijska kriza 2008. pogodila je kupovnu moć turista (Salamaliki, 2024),

- pandemija COVID-19 (2020–2021) prouzrokovala je najveći globalni pad u turizmu od Drugog svetskog rata, sa smanjenjem broja međunarodnih turista za preko 70% (Sakawa & Watanabel, 2025).

Uprkos svemu, turizam je pokazao veliku otpornost i sposobnost da se prilagodi novim okolnostima – razvojem digitalizacije, održivih modela poslovanja, i fokusom na domaći i regionalni turizam. Razvoj turizma u 20. veku odražava šire ekonomske, političke i društvene promene koje su oblikovale savremeni svet. Od elitne aktivnosti u ranim decenijama, turizam je postao masovna globalna industrija, sa velikim uticajem na ekonomiju, kulturu i životnu sredinu. Institucionalizacijom kroz UNWTO i sve veći značaj koji se pridaje održivosti, turizam danas stoji pred izazovima 21. veka – balansiranjem ekonomskog rasta sa očuvanjem resursa, socijalne jednakosti i kulturnog identiteta destinacija.

SAVREMENI TURIZAM – GLOBALNA INDUSTRIJA I IZAZOVI ODRŽIVOSTI

Ulaskom u 21. vek, turizam postaje jedan od najbrže rastućih sektora globalne ekonomije, generišući bilione dolara i zapošljavajući stotine miliona ljudi širom sveta. Dostupnost niskotarifnih avio-prevoznika, digitalizacija (online rezervacije, aplikacije, recenzije), razvoj kruzera i rast turističkih tržišta poput Kine, Indije i Brazila, transformisali su turistički pejzaž (Vujko et al., 2025b). Pored tradicionalnog masovnog turizma, javljaju se brojni specijalizovani oblici – ekoturizam (European Environment Agency [EEA], 2021), kulturalni turizam, ruralni i seoski turizam (Cvijanović et al., 2023e)., medicinski turizam, avanturistički turizam, dark tourism i digitalni nomadizam (Vučićević et al., 2024). **Održivost postaje ključna reč**: zaštita životne sredine, očuvanje kulturnog identiteta i participacija lokalne zajednice postaju neophodni elementi turističkog planiranja (Yang et al., 2026). Pandemija COVID-19 (2020–2022) privremeno je

zaustavila globalna turistička kretanja, ali je istovremeno podstakla inovacije i nova razmišljanja o otpornosti turizma, lokalizaciji, sigurnosti i digitalnoj transformaciji (Lee et al., 2025).

2.1.2 EKONOMSKI DOPRINOS TURIZMA KROZ PRIHOD, ZAPOSLENOST I INFRASTRUKTURNI RAZVOJ

Turizam je danas priznat kao jedan od najznačajnijih sektora svetske ekonomije, sa višestrukim pozitivnim efektima na nacionalni i lokalni nivo. Njegov doprinos ekonomskom razvoju ogleda se pre svega kroz stvaranje prihoda, otvaranje radnih mesta i podsticanje infrastrukturnih ulaganja, čime postaje pokretač rasta u mnogim zemljama, posebno u onima sa izraženim prirodnim, kulturnim i istorijskim resursima (Pang et al., 2024).

PRIHOD OD TURIZMA – DEVIZNI PRILIV I MULTIPLIKATIVNI EFEKTI

Turizam generiše značajan prihod za države kroz direktnu i indirektnu potrošnju turista. Direktni prihodi potiču iz sektora kao što su smeštaj, ugostiteljstvo, prevoz, ulaznice za znamenitosti, rekreativne aktivnosti i slično. Indirektni prihodi nastaju kroz tzv. multiplikativni efekat, kada turistička potrošnja stimuliše rast u drugim sektorima – poljoprivredi, trgovini, zanatstvu i građevinarstvu (Pang et al., 2025). Prema podacima Svetske turističke organizacije (UNWTO), turizam je 2024. godine generisao više od 1.7 biliona američkih dolara u izvoznim prihodima, čime je rangiran kao treći najveći izvozni sektor na globalnom nivou, odmah posle nafte i hemikalija (Rosselló & Santana-Gallego, 2024). Za mnoge zemlje u razvoju, turizam je vodeći izvor deviznog priliva, koji doprinosi uravnoteženju platnog bilansa i jačanju nacionalne valute (Antoniou et al., 2025). Takođe, turizam pozitivno utiče na povećanje poreskih prihoda kroz PDV, porez na dobit, boravišne takse i druge fiskalne instrumente. Ovi prihodi se često

reinvestiraju u javne usluge i infrastrukturu, što dodatno doprinosi ukupnom ekonomskom razvoju (Uzar & Yılmaz, 2025).

ZAPOSLENOST – DIREKTNA, INDIREKTNA I INDUKOVANA RADNA MESTA

Jedan od najočiglednijih ekonomskih doprinosa turizma jeste njegova sposobnost da generiše veliki broj radnih mesta, i to u različitim sektorima i na svim nivoima kvalifikacija (Turčinović et al., 2024a). Prema podacima Svetskog saveta za putovanja i turizam (World Travel & Tourism Council, WTTC), turizam je pre pandemije direktno i indirektno zapošljavao oko 330 miliona ljudi širom sveta**,** odnosno oko 1 od 10 zaposlenih globalno.

Prema Briedenhann & Wickens (2004) zaposlenost u turizmu se može podeliti na:

- **Direktnu zaposlenost**: u hotelima, restoranima, turističkim agencijama, avio-kompanijama, vodičkim službama.
- **Indirektnu zaposlenost**: u sektorima koji opslužuju turističku industriju – proizvodnja hrane i pića, građevinarstvo, transport i energetika.
- **Indukovanu zaposlenost**: radna mesta koja nastaju zahvaljujući potrošnji zaposlenih u turizmu (npr. u maloprodaji, zdravstvu, obrazovanju).

Posebno značajna karakteristika turizma jeste njegova inkluzivnost**,** jer omogućava zapošljavanje mladih, žena i osoba sa nižim stepenom formalnog obrazovanja. U ruralnim i nerazvijenim područjima, turizam često predstavlja jedini sektor koji nudi mogućnosti za zaposlenje i dodatni prihod, čime doprinosi smanjenju siromaštva i regionalnih nejednakosti.

INFRASTRUKTURNI RAZVOJ – MULTIPLIKATIVNI POKRETAČ MODERNIZACIJE

Turizam ima snažan uticaj na razvoj infrastrukture, jer zahteva unapređenje saobraćajnih, komunalnih, digitalnih i javnih sistema. Prema Chen & Huang (2025) kako bi se zadovoljile potrebe turista, vlade i privatni sektor investiraju u izgradnju i modernizaciju:

- **saobraćajne infrastrukture** (aerodromi, putevi, železnice, luke),
- **komunalne infrastrukture** (vodosnabdevanje, kanalizacija, upravljanje otpadom),
- **digitalne infrastrukture** (mobilna mreža, internet, pametni sistemi),
- **turističke suprastrukture** (hoteli, muzeji, info-centri, interpretativni centri, tematski parkovi).

Ove investicije imaju dugoročan razvojni efekat jer ne koriste samo turisti, već i lokalno stanovništvo (Andereck et al., 2005; Andereck et al., 2007) . Prema Bakalo et al. (2025), poboljšani putevi i vodovodni sistemi doprinose kvalitetu života i povećavaju konkurentnost destinacije kao mesta za život i rad. Infrastrukturni razvoj takođe može privući dodatne investicije u druge sektore, uključujući IT, obrazovanje i zdravstvo.

U zemljama u razvoju, turizam je često poluga za transformaciju izolovanih i nerazvijenih oblasti u atraktivne regije sa novim ekonomskim prilikama. Prema Blanton et al. (2024), primeri iz jugoistočne Azije pokazuju kako razvoj eko-turizma i kulturnih ruta može revitalizovati čitave regione kroz strateške infrastrukturne projekte uz podršku međunarodnih donatora i javno-privatnih partnerstava.

Turizam ima višestruki ekonomski značaj i potencijal da pokrene razvoj čitavih regiona (Knežević et al., 2024). Njegov doprinos kroz generisanje prihoda, otvaranje radnih mesta i

modernizaciju infrastrukture čini ga jednom od najdinamičnijih i najvažnijih privrednih grana današnjice. Međutim, važno je da taj razvoj bude održiv**,** uz poštovanje lokalnih zajednica i životne sredine, kako bi koristi bile dugoročne i ravnomerno raspodeljene.

RAZLIKE IZMEĐU MASOVNOG I SELEKTIVNOG TURIZMA

Razlike između masovnog i selektivnog turizma ogledaju se u njihovim osnovnim pristupima razvoju, organizaciji i uticaju na destinaciju (Vujko & Delić-Jović, 2024). Masovni turizam nastaje kao rezultat potrebe tržišta da odgovori na rastuću potražnju širokih slojeva stanovništva za odmorom i rekreacijom, posebno nakon Drugog svetskog rata. Ovaj oblik turizma karakteriše visoka standardizacija usluga, fokus na jeftine paket-aranžmane i velika koncentracija turista u popularnim destinacijama (Harrison & Sharpley, 2017). Njegov razvoj uslovljen je razvojem čarter letova, porastom smeštajnih kapaciteta i infrastrukturnom ekspanzijom, posebno u priobalnim i urbanim zonama. Cilj masovnog turizma jeste da omogući što većem broju ljudi pristup destinacijama za odmor uz relativno niske troškove i uz organizaciju koja ne zahteva veliko planiranje ili lični angažman turista.

S druge strane, selektivni turizam predstavlja reakciju na negativne posledice masovnog turizma, poput degradacije prirodne sredine, preopterećenosti destinacija i gubitka kulturne autentičnosti (Vučetić, 2023). Selektivni, odnosno alternativni turizam (Douglas & Derrett, 2001), osmišljen je kao način da se turizam razvija u skladu sa principima održivosti, očuvanja prirodnih i kulturnih resursa i učešća lokalnog stanovništva u razvoju turističke ponude (Bjelić et al., 2024a). Za razliku od masovnog, ovaj oblik turizma privlači manji broj turista, ali onih koji su motivisani autentičnim iskustvima, upoznavanjem lokalne kulture i aktivnim učešćem u destinaciji koju posećuju (Vujko & Delić-Jović, 2024). U njemu dominiraju specifični oblici turizma kao što su

ekoturizam, kulturni, ruralni, avanturistički, zdravstveni i mnogi drugi koji su fokusirani na nišne grupe posetilaca (Pessot et al., 2021).

Masovni turizam često vodi ka ekonomiji obima, pri čemu korist najčešće imaju veliki međunarodni operateri i hotelski lanci, dok lokalne zajednice često ostaju po strani. Prihodi se akumuliraju van destinacije, a negativni uticaji – kao što su zagađenje, prekomerna izgradnja i pritisak na infrastrukturu – ostaju na terenu. S druge strane, selektivni turizam teži uključivanju lokalnog stanovništva kao aktivnih učesnika u kreiranju i upravljanju turističkom ponudom (Egresi, 2016). Ekonomija ovog modela je više disperzivna, sa fokusom na lokalne proizvode, zanate, ugostiteljstvo i kulturne sadržaje, pri čemu veći deo prihoda ostaje unutar lokalne zajednice (Petrovszki et al., 2024).

Dok se masovni turizam često vezuje za sezonski intenzitet, sa izraženim oscilacijama u broju posetilaca tokom godine, selektivni turizam omogućava ravnomerniju raspodelu poseta, smanjujući pritisak na infrastrukturu i prirodne resurse (Deng et al., 2025). Osim toga, selektivni turizam podrazumeva veću svest turista o očuvanju životne sredine, kulturnom poštovanju i odgovornom ponašanju u destinaciji (Vučetić, 2010). Masovni turizam se oslanja na ekonomsku dostupnost, infrastrukturu velikog kapaciteta i standardizovane usluge koje omogućavaju visok obim turističkih dolazaka. Suprotno tome, selektivni turizam se temelji na kvalitetu, autentičnosti i održivosti, uz težnju ka očuvanju identiteta destinacije i dugoročnoj koristi za lokalnu zajednicu (Skuras & Dimara, 2004). Iako oba oblika imaju svoje prednosti i mane, savremeni turistički razvoj sve više teži modelima koji kombinuju ekonomski efekat sa ekološkom i društvenom odgovornošću, čime se selektivni turizam nameće kao poželjan pravac u budućnosti održivog razvoja turizma (Tabela 1).

67

Tabela 1. Razlike između masovnog i selektivnog ooblika turizma

Kriterijum	**Masovni turizam**	**Selektivni turizam**
Obim	Visok (masovni broj turista)	Nizak do srednji (manje grupe)
Standardizacija	Visoka	Niska (personalizacija ponude)
Uticaj na sredinu	Negativan (često nepovratan)	Minimalan ili pozitivan
Sezonalnost	Visoka	Niža, ravnomernija tokom godine
Ekološka svest	Niska	Visoka
Učešće lokalne zajednice	Ograničeno	Ključno
Prihodi	Usmereni ka velikim lancima	Odlaze direktno lokalnoj zajednici
Turistički motiv	Odmor, razonoda	Učenje, istraživanje, angažman
Primer destinacije	Kanarska ostrva, Cancun, Palma de Mallorca	Island, Laponija, Tibet, Sokobanja

Izvor: istraživanje autora

2.2 KONCEPT I PRINCIPI ODRŽIVOG RAZVOJA

Održivi razvoj predstavlja jedan od ključnih pojmova savremenog doba, koji objedinjuje ekonomske, ekološke i društvene aspekte razvoja (Bac, 2008). Nastao kao odgovor na sve izraženije negativne posledice neograničenog ekonomskog rasta i eksploatacije prirodnih resursa, ovaj koncept promoviše uravnotežen pristup koji teži zadovoljenju potreba sadašnjih generacija bez ugrožavanja mogućnosti budućih generacija da zadovolje svoje potrebe (Richards & Hall, 2000).

Najpoznatija i najčešće citirana definicija održivog razvoja potiče iz izveštaja Svetske komisije za životnu sredinu i razvoj, poznatijeg kao Brundtland izveštaj (1987), gde se održivi razvoj definiše kao: „Razvoj koji zadovoljava potrebe sadašnjosti, a da ne ugrožava sposobnost budućih generacija da zadovolje svoje potrebe.” Ova definicija podrazumeva da ekonomski rast mora biti povezan sa očuvanjem životne sredine i socijalnom pravdom, odnosno da razvoj mora biti holistički, pravedan i dugoročno izvodljiv (World Commission on Environment and Development, 1987, p. 43).

2.2.1 RAZLOZI ZA UVOĐENJE KONCEPTA ODRŽIVOSTI

Prema Okolie et al. (2025) uvođenje koncepta održivog razvoja bila je reakcija na niz problema koji su se intenzivirali tokom druge polovine 20. veka, uključujući:

- iscrpljivanje prirodnih resursa,
- zagađenje vazduha, voda i zemljišta,
- klimatske promene,
- degradaciju biodiverziteta,
- socijalnu nejednakost i siromaštvo.

Tradicionalni modeli razvoja, koji su se oslanjali isključivo na kvantitativni rast, pokazali su se neodrživim i štetnim po dugoročne interese čovečanstva. Stoga je održivost postala novi okvir za promišljanje razvoja koji zahteva integraciju zaštite životne sredine, ekonomskog prosperiteta i društvene pravde (Lai et al., 2025).

TRI STUBA ODRŽIVOG RAZVOJA

5 Koncept održivog razvoja počiva na **tri međusobno povezana stuba**:

1. **Ekonomska održivost** – podrazumeva razvoj koji je ekonomski isplativ i dugoročno stabilan. To uključuje racionalno korišćenje resursa, diverzifikaciju ekonomije, podršku
76 inovacijama i podsticanje cirkularne ekonomije (Nastić et al., 2024; Panić et al., 2024b; Skorupan et al., 2025).
2. **Ekološka održivost** – odnosi se na očuvanje prirodnih sistema, biološke raznolikosti i ključnih ekoloških procesa. Uključuje smanjenje zagađenja, očuvanje resursa, borbu protiv

klimatskih promena i održivo korišćenje zemljišta, vode i energije (Ciegis & Streimikiene, 2005; Panić et al., 2025a).

3. **Socijalna održivost** – obuhvata promociju socijalne pravde, pristup osnovnim uslugama (zdravstvo, obrazovanje), smanjenje siromaštva i nejednakosti, kao i očuvanje kulturnog identiteta i društvene kohezije (Panić et al., 2025b)

Ova tri stuba moraju biti u ravnoteži, jer dominacija jednog nad drugima dovodi do destabilizacije i neodrživosti sistema.

OSNOVNI PRINCIPI ODRŽIVOG RAZVOJA

Održivi razvoj predstavlja normativni koncept koji u svojoj praktičnoj primeni počiva na jasno definisanim principima usmerenim ka uravnoteženju ekonomskih, ekoloških i društvenih interesa (Stojanović, 2011). Jedan od osnovnih zahteva održivosti jeste integracija – razvojne aktivnosti moraju se planirati i sprovoditi tako da istovremeno uzimaju u obzir sve tri dimenzije razvoja, bez favorizovanja jedne na račun drugih (Ciegis et al., 2009). Odluke se ne smeju donositi parcijalno, već kroz holistički pristup koji omogućava dugoročnu stabilnost Sistema (Baker, 2006). U temelju održivog razvoja nalazi se i princip međugeneracijske pravde, koji zahteva da se resursi koriste na način koji ne ugrožava mogućnosti budućih generacija da zadovolje svoje potrebe. Iscrpljivanje neobnovljivih resursa i degradacija prirodnih ekosistema predstavljaju direktno kršenje ovog principa i doprinose dugoročnom ugrožavanju životne sredine i kvaliteta života. Uz to, održivost podrazumeva i unutargeneracijsku pravdu, odnosno pravednu raspodelu koristi i resursa unutar postojećih društvenih zajednica, sa posebnim naglaskom na zaštitu ranjivih i marginalizovanih grupa koje su često izložene negativnim posledicama razvojnih odluka (Arsić et al., 2025a).

Jedan od ključnih temelja održivog razvoja jeste očuvanje prirodnog kapitala, što podrazumeva odgovorno upravljanje prirodnim resursima kao što su voda, vazduh, tlo i biodiverzitet (Soretz et al., 2025). Ovi resursi moraju se koristiti u meri u kojoj se mogu obnavljati, jer su oni osnova za sve oblike ljudske i privredne aktivnosti. Paralelno s tim, održivi razvoj mora biti zasnovan na znanju i širokoj participaciji svih društvenih aktera – uključujući državne institucije, privredu, akademsku zajednicu, civilni sektor i građane. Transparentnost procesa i dostupnost informacija ključni su faktori koji omogućavaju odgovorno i legitimno donošenje odluka (Ma & Bai, 2025).

Dodatno, princip predostrožnosti i odgovornosti nalaže da se, čak i u situacijama kada nauka ne može sa apsolutnom sigurnošću potvrditi sve posledice određenih aktivnosti, preventivne mere moraju primeniti ukoliko postoji rizik od ozbiljnih ili nepovratnih šteta po životnu sredinu. Ovaj princip posebno dobija na značaju u savremenom kontekstu klimatskih promena i povećane ekološke nesigurnosti. Konačno, održivi razvoj podrazumeva lokalno delovanje u okviru globalne odgovornosti. Iako su izazovi sa kojima se svet suočava globalnog karaktera, mnoga rešenja se razvijaju i sprovode na lokalnom nivou. To zahteva usklađivanje lokalnih politika i praksi sa globalnim ciljevima održivosti, u skladu sa geslom „misli globalno, deluj lokalno“.

DOKUMENTA I INICIJATIVE KOJE PROMOVIŠU ODRŽIVI RAZVOJ

Koncept održivog razvoja institucionalizovan je kroz više međunarodnih dokumenata i inicijativa. Neki od najvažnijih su:

- **Agenda 21** (Konferencija UN o životnoj sredini i razvoju, Rio de Žaneiro, 1992) – dokument koji nudi smernice za implementaciju održivosti na lokalnom, nacionalnom i globalnom nivou (Elder & Grünewald, 2025).

- **Deklaracija iz Johanesburga** (2002) – potvrđuje obavezu država da usklade razvoj sa očuvanjem prirode (Kootbodien et al., 2025).
- **Ciljevi održivog razvoja (SDGs)** – usvojeni 2015. godine od strane Ujedinjenih nacija, sadrže **17 ciljeva i 169 podciljeva** čiji je cilj iskorjenjivanje siromaštva, borba protiv klimatskih promena i promocija mira, pravde i održivih zajednica do 2030. godine (Parsa et al., 2025).

Održivi razvoj predstavlja ne samo tehnički i strateški okvir, već i etičku obavezu čovečanstva da odgovorno upravlja planetarnim resursima i osigura budućnost za sve. Njegova primena zahteva dugoročnu viziju, političku volju, međusektorsku saradnju i obrazovanje svih aktera. Samo kroz integrisani pristup razvoju, koji istovremeno promoviše ekonomsku efikasnost, ekološku odgovornost i društvenu pravednost, moguće je izgraditi otpornije, inkluzivnije i održive zajednice.

2.2.2 OSNOVNI PRINCIPI ODRŽIVOG RAZVOJA: EKOLOŠKA, EKONOMSKA I SOCIJALNA DIMENZIJA

Osnovni principi održivog razvoja proističu iz potrebe da se postigne ravnoteža između tri ključne dimenzije: ekološke, ekonomske i socijalne. Ove dimenzije predstavljaju temelje na kojima počiva koncept održivosti i usmeravaju sve razvojne aktivnosti ka dugoročnom očuvanju planeta i blagostanju društva.

Ekološka dimenzija održivog razvoja odnosi se na očuvanje prirodnih resursa, biodiverziteta i osnovnih ekoloških procesa koji su neophodni za održavanje života na Zemlji. Ovaj princip naglašava potrebu za racionalnim i odgovornim korišćenjem obnovljivih i neobnovljivih resursa, minimiziranjem zagađenja i degradacije životne sredine, kao i primenu

mera koje sprečavaju nepovratne štete (Yuxia, 2020). Ekološka održivost podrazumeva da razvojne aktivnosti ne smeju narušavati ravnotežu ekosistema i da je važno promovisati zaštitu prirodnih staništa i klimatsku stabilnost. Ekološka dimenzija održivog razvoja je osnovni stub koji naglašava neophodnost očuvanja prirodne sredine kako bi se obezbedilo dugoročno ljudsko i ekološko blagostanje (Common & Perrings, 1992; Constanza & Daly, 1992). U svojoj osnovi, ovaj princip se zalaže za odgovorno i racionalno korišćenje i obnovljivih i neobnovljivih resursa, priznajući da zdravlje ekosistema Zemlje direktno utiče na kvalitet života svih živih organizama. Kako globalna populacija raste i obrasci potrošnje se intenziviraju, pritisak na prirodne resurse i biodiverzitet eskalira, zbog čega je imperativ usvajanje strategija koje daju prioritet očuvanju i ekološkom integritetu.

Očuvanje prirodnih resursa je od suštinskog značaja za održavanje dostupnosti vitalnih materijala koji podržavaju ljudsko postojanje i ekološko zdravlje. Obnovljivim resursima kao što su šume, voda i ribarstvo mora se upravljati oprezno kako bi se osiguralo da ostanu dostupni budućim generacijama. Prema Chai et al. (2025), prakse održivog šumarstva uključuju inicijative selektivne seče i ponovnog zasađivanja koje sprečavaju krčenje šuma i gubitak staništa, čime se čuva kapacitet šuma da obezbede drvo, čist vazduh i sekvestraciju ugljenika. Nasuprot tome, prekomerna eksploatacija neobnovljivih resursa kao što su fosilna goriva i minerali dovodi do iscrpljivanja resursa i degradacije životne sredine, uključujući eroziju zemljišta, zagađenje vode i zagađenje vazduha. Ovi negativni efekti ugrožavaju održivost ekosistema i život ljudi. Štaviše, degradacija prirodnih resursa narušava delikatnu ravnotežu ekosistema, koji su zamršene mreže vrsta i ekoloških procesa koji održavaju život na Zemlji. Usluge ekosistema kao što su regulacija klime, filtracija vode i kruženje hranljivih materija u velikoj meri zavise od integriteta prirodnih resursa. Zaštita ovih resursa kroz odgovorno upravljanje je ključna za održavanje ekoloških

funkcija koje podržavaju biodiverzitet i ljudsko blagostanje, na kraju osiguravajući da buduće generacije naslede zdravu i otpornu životnu sredinu.

Biodiverzitet igra ključnu ulogu u održavanju stabilnosti i otpornosti ekoloških sistema. Genetski diverzitet unutar vrsta povećava njihovu sposobnost da se prilagode promenama životne sredine, kao što su klimatske fluktuacije, štetočine i bolesti. Prema Oldekop et al. (2025), različite sorte useva su istorijski omogućavale poljoprivrednim sistemima da izdrže štetočine i suše, obezbeđujući sigurnost hrane. Pored toga, biodiverzitet podržava vitalne usluge ekosistema koje su neophodne za ljudski opstanak (Du et al., 2025). Oprašivanje pčelama, leptirima i drugim insektima je kritično za proizvodnju voća i povrća, dok prečišćavanje vode olakšavaju močvare i vodene biljke koje filtriraju zagađivače. Plodnost zemljišta, koja se održava kroz raznovrsnost biljaka i mikrobnu aktivnost, predstavlja osnovu održive poljoprivrede i organske proizvodnje (Bojović et al., 2024b). Očuvanje ugroženih vrsta je takođe ključno, jer svaka vrsta često ima jedinstvenu ulogu u svom ekosistemu. Dakle, očuvanje biodiverziteta nije samo etička obaveza već i strateška neophodnost za ekološku otpornost, ekonomsku stabilnost i zdravlje.

Održivo upravljanje ekološkim procesima i resursima zahteva sveobuhvatan pristup koji integriše odgovornu potrošnju, tranziciju na obnovljive izvore energije i efikasno sprovođenje politike (Vujović et al., 2020). Odgovorna potrošnja uključuje smanjenje otpada, ponovnu upotrebu materijala i izbor održivih proizvoda koji minimiziraju uticaj na životnu sredinu. Prema Zisopoulos et al. (2025), usvajanje principa cirkularne ekonomije u proizvodnji može značajno smanjiti ekstrakciju resursa i stvaranje otpada. Prelazak na obnovljive izvore energije kao što su solarna energija, energija vetra i hidroenergija umanjuje oslanjanje na ograničena fosilna goriva, smanjujući emisije gasova staklene bašte i promovišući otpornost na klimu. Zemlje poput Danske predstavljaju primer uspešne integracije obnovljive energije, pokazujući da su održivi energetski

sistemi izvodljivi i ekonomski korisni. Štaviše, čvrste politike i propisi su od vitalnog značaja za očuvanje ekološkog integriteta. Vlade moraju da sprovode zakone koji štite ugrožena staništa, regulišu zagađenje i podstiču održive prakse u poljoprivredi, industriji i urbanom razvoju. Međunarodni sporazumi kao što su Pariski sporazum i ugovori o očuvanju predstavljaju primer zajedničkih napora da se podstakne ekološka održivost (Harstad & Kessler, 2025). Usvajanjem ovih mera, društva mogu osigurati očuvanje ekoloških procesa, odgovorno korištenje resursa i otpornost životne sredine na sve veće pritiske.

Dakle, ekološka dimenzija održivog razvoja je sastavni deo očuvanja prirodnih resursa, biodiverziteta i ekoloških procesa koji su u osnovi života na Zemlji. Napori za očuvanje su od suštinskog značaja za sprečavanje iscrpljivanja resursa i degradacije životne sredine, obezbeđujući da buduće generacije mogu da zadovolje svoje potrebe. Biodiverzitet obezbeđuje otpornost neophodnu ekosistemima da se prilagode promenljivim uslovima i nastavlja da podržava vitalne usluge koje održavaju ljudski život. Prakse održivog upravljanja, uključujući odgovornu potrošnju, usvajanje obnovljivih izvora energije i efikasnu implementaciju politike, su imperativ za održavanje ekološkog integriteta. Prihvatanje ovih principa ne samo da promoviše zdravlje životne sredine, već i podstiče ekonomsku stabilnost i društveno blagostanje. Kao upravitelji planete, naša je zajednička odgovornost da damo prioritet ekološkoj održivosti, priznajući da dobrobit svih vrsta i budućih generacija zavisi od naših akcija danas.

Ekonomska dimenzija usmerena je ka postizanju dugoročne ekonomske održivosti, što znači da razvoj mora biti ekonomski efikasan, konkurentan i sposoban da generiše stabilan prihod i zaposlenost. Ova dimenzija podrazumeva promovisanje inovacija, održivih proizvodnih i potrošačkih obrazaca, kao i investicije u tehnologije koje smanjuju negativne uticaje na životnu sredinu (Martinho, 2021). Važan aspekt ekonomske održivosti jeste i pravična raspodela dobiti

kako bi se smanjile socijalne nejednakosti i osiguralo kvalitetnije življenje svih slojeva društva. Postizanje dugoročne ekonomske održivosti je osnovni cilj održivog razvoja, naglašavajući potrebu za ekonomskim sistemima koji su efikasni, konkurentni i sposobni da generišu konzistentan prihod i zapošljavanje (Arias et al., 2025). Ova dimenzija naglašava važnost podsticanja ekonomskih aktivnosti koje ne samo da promovišu rast, već to čine na način koji je odgovoran za životnu sredinu. Zalaže se za strateška ulaganja u tehnologije koje ublažavaju štetne uticaje na životnu sredinu istovremeno podržavajući ekonomsku vitalnost. Kako se ekonomije razvijaju, integracija ovih principa postaje ključna kako bi se osiguralo da razvoj ne ugrozi sposobnost budućih generacija da zadovolje svoje potrebe.

Ekonomska efikasnost je ključna za održivi razvoj jer osigurava da se resursi raspoređuju na način koji minimizira otpad i maksimizira učinak, podstičući otporan i produktivan ekonomski sistem. Kada se resursi — bilo da se radi o kapitalu, radu ili sirovinama — koriste optimalno, ekonomije mogu proizvesti više sa manje, čime se smanjuje nepotrebna degradacija životne sredine. Prema Arioli et al. (2025), efikasni proizvodni procesi i lanci snabdevanja mogu značajno smanjiti potrošnju energije i materijalni otpad, što direktno doprinosi očuvanju životne sredine. Analiza troškova i koristi služi kao vitalno sredstvo za usmeravanje investicija, pomažući kreatorima politike i preduzećima da identifikuju projekte koji donose najveće dugoročne koristi u odnosu na njihove troškove. Prema Abu-Rayash & Zaidan (2025), ulaganje u energetski efikasnu infrastrukturu može da podrazumeva veće troškove unapred, ali rezultira značajnim uštedama tokom vremena kroz smanjene račune za energiju i niže emisije.

Promovisanje industrija sa visokom produktivnošću — kao što su tehnologija, obnovljivi izvori energije i napredna proizvodnja — dodatno jača ekonomski rast usklađen sa ciljevima održivosti. Ovi sektori imaju tendenciju da generišu veće prihode i mogućnosti za zapošljavanje,

dok često koriste čistije i efikasnije tehnologije, stvarajući vrli ciklus ekonomskih i ekoloških koristi. Stoga, isticanje ekonomske efikasnosti osigurava održivost razvoja optimizacijom korišćenja resursa i podsticanjem dugoročnog prosperiteta.

Konkurentnost igra ključnu ulogu u obezbeđivanju ekonomske održivosti podsticanjem inovacija i tehnološkog napretka, koji su od suštinskog značaja za prilagođavanje promenljivim globalnim tržištima i ekološkim izazovima (Jayawardana et al., 2025). Konkurentna ekonomija podstiče kompanije da inoviraju, razvijaju nove proizvode i usvajaju najsavremenije tehnologije koje poboljšavaju produktivnost i održivost. Prema Zhou et al. (2025), napredak u zelenim tehnologijama — kao što su električna vozila, pametne mreže i energetski efikasni građevinski materijali — može da obezbedi konkurentsku prednost industrijama koje ih rano usvoje. Deregulacija tržišta, zajedno sa politikama podrške kao što su subvencije za obnovljivu energiju ili poreski podsticaji za održive prakse, stvara dinamično okruženje pogodno za rast. Takve politike smanjuju barijere za nove učesnike i podstiču jednake uslove, omogućavajući preduzećima da napreduju i brzo se prilagođavaju globalnim trendovima.

Pored toga, konkurentna ekonomija privlači direktne strane investicije, koje često donose ne samo kapital već i naprednu tehnologiju i menadžersku ekspertizu. Zemlje poput Danske i Nemačke to su primer, jer su izgradile snažne sektore obnovljive energije koji su privukli međunarodne investicije, stimulišući na taj način domaću ekonomsku aktivnost (Hu & Jin, 2025). Konačno, podsticanje konkurentnosti kroz inovacije i politike podrške osigurava da ekonomije ostanu otporne, prilagodljive i sposobne da održe dugoročni rast u svetu koji je sve više međusobno povezan i ekološki svesniji.

Ulaganje u ekološki prihvatljive tehnologije je neophodno za stvaranje održivog ekonomskog modela koji balansira rast i upravljanje životnom sredinom. Usvajanje obnovljivih

115

izvora energije kao što su solarna, vetar i hidroelektrična energija značajno smanjuje oslanjanje na fosilna goriva, čime se smanjuju emisije gasova staklene bašte i ublažavaju klimatske promene. Prema Li et al. (2025), zemlje poput Kostarike prešle su na skoro 100% obnovljivu energiju, pokazujući da takve investicije mogu biti i ekološki korisne i ekonomski održive. Zelene tehnologije takođe poboljšavaju energetsku efikasnost, što dovodi do uštede troškova za preduzeća i domaćinstva. Na primer, LED osvetljenje i energetski efikasni uređaji troše manje električne energije, smanjujući operativne troškove i uticaj na životnu sredinu.

Podrška istraživanju i razvoju u održivim tehnologijama je ključna za podsticanje inovacija koje usklađuju ekonomske i ekološke ciljeve (Mantuano et al. 2025). Vlade i privatni sektori mogu da sarađuju u finansiranju inicijativa za istraživanje i razvoj koje imaju za cilj razvoj revolucionarnih rešenja, kao što su hvatanje i skladištenje ugljenika ili biogoriva sledeće 112 generacije. Ove inovacije ne samo da pomažu u smanjenju uticaja na životnu sredinu, već i otvaraju nova tržišta i mogućnosti za zapošljavanje, čime se jača ekonomska stabilnost. Davanjem prioriteta investicijama u zelene tehnologije, privrede mogu da obezbede dugoročnu održivost, podstičući otpornu i ekološki svesnu putanju rasta koja koristi i sadašnjim i budućim generacijama.

Ekonomska dimenzija održivog razvoja naglašava neophodnost balansiranja efikasnosti, konkurentnosti i ekološke odgovornosti kako bi se postigla dugoročna ekonomska održivost. Efikasna alokacija resursa i strateške investicije su od suštinskog značaja za maksimiziranje proizvodnje uz minimiziranje otpada i štete po životnu sredinu. Povećanje konkurentnosti kroz inovacije i politike podrške osigurava da ekonomije ostanu otporne i prilagodljive globalnim ekonomskim i ekološkim promjenama. Štaviše, ulaganje u ekološki prihvatljive tehnologije je od vitalnog značaja za podsticanje održivog rasta, smanjenje ekološkog otiska i otključavanje novih ekonomskih mogućnosti. Zajedno, ove komponente čine sveobuhvatan okvir koji vodi ekonomije

ka održivom prosperitetu, osiguravajući da razvoj koristi i sadašnjim i budućim generacijama. Davanje prioriteta ovim aspektima omogućiće društvima da izgrade otporne, dinamične i ekološki odgovorne ekonomije sposobne da napreduju u suočavanju sa globalnim izazovima.

Socijalna dimenzija održivog razvoja odnosi se na unapređenje kvaliteta života, socijalnu pravdu, inkluziju i participaciju svih članova društva u donošenju odluka koje ih se tiču. Ona podrazumeva poštovanje ljudskih prava, ravnopravnost polova, pristup osnovnim uslugama kao što su obrazovanje i zdravstvo, kao i očuvanje kulturnog nasleđa i identiteta. Socijalna održivost teži stvaranju zajednica koje su kohezivne, otporne i sposobne da odgovore na savremene izazove kroz solidarnost i međusobnu podršku (Alonso-Morales et al., 2025).

Održivi razvoj je višestruki koncept koji se proteže dalje od očuvanja životne sredine i ekonomskog rasta i obuhvata društveno blagostanje zajednica. Socijalna dimenzija igra ključnu ulogu u oblikovanju pravednijeg, inkluzivnijeg i otpornijeg društva u kojem svaki pojedinac ima priliku da napreduje. Ovaj aspekt održivog razvoja naglašava poboljšanje kvaliteta života, osiguranje socijalne pravde, podsticanje inkluzije i podsticanje učešća u procesima donošenja odluka koji direktno utiču na zajednice. Takođe naglašava važnost rodne ravnopravnosti, jednakog pristupa osnovnim uslugama kao što su obrazovanje i zdravstvena zaštita, i očuvanja kulturnog identiteta. Zajedno, ovi elementi stvaraju sveobuhvatan okvir koji održava društveni sklad i promoviše dugoročne razvojne ciljeve.

Rodna ravnopravnost je temelj socijalne dimenzije održivog razvoja jer promoviše socijalnu pravdu osiguravajući da svi polovi imaju jednake mogućnosti da učestvuju i uspeju u društvu (Rahmania et al., 2025). Istorijski marginalizovane grupe, posebno žene i devojke, često se suočavaju sa preprekama u obrazovanju, zapošljavanju i ulogama u donošenju odluka, što koči opšti društveni napredak (Vujko et al., 2023). Dokazi iz globalnih studija pokazuju da kada su žene

osnažene kroz jednak pristup obrazovanju i mogućnostima za liderstvo, društva doživljavaju veći ekonomski rast, poboljšane zdravstvene rezultate i veće inovacije. Na primer, zemlje koje daju prioritet rodnoj ravnopravnosti, kao što je Ruanda, videle su značajan napredak u učešću žena u politici i biznisu, što je dovelo do inkluzivnijeg kreiranja politike i ekonomske otpornosti. Štaviše, rodna ravnopravnost poboljšava zdravstvene i obrazovne rezultate, jer žene teže da više ulažu u dobrobit svojih porodica, što rezultira zdravijom decom i većom stopom pismenosti. Stoga, promovisanje rodne ravnopravnosti nije samo pitanje pravde već i strateško ulaganje u održivi razvoj.

Pristup osnovnim uslugama, uključujući kvalitetno obrazovanje i zdravstvenu zaštitu, čini osnovu za društveno blagostanje i od suštinskog je značaja za smanjenje dispariteta u društvu. Kada marginalizovane zajednice – kao što su ruralno stanovništvo, etničke manjine ili osiromašene grupe – nemaju pristup ovim uslugama, socijalna isključenost se produbljuje, nastavljajući cikluse siromaštva i nejednakosti. Prema Gian et al. (2025), nedostatak pristupa kvalitetnom obrazovanju ograničava mogućnosti za društvenu mobilnost, dok neadekvatne zdravstvene usluge dovode do viših stopa mortaliteta i loših zdravstvenih ishoda. Zemlje koje su dale prioritet univerzalnom pristupu, poput Kostarike sa svojim raširenim sistemom zdravstvene zaštite, pokazuju da pravično pružanje usluga može značajno poboljšati ukupan kvalitet života (Andereck & Nyaupane, 2011).. Osiguravanje da svi članovi društva mogu pristupiti ovim uslugama podstiče inkluzivnost premošćivanjem jaza između različitih socioekonomskih grupa. Na kraju, obezbeđivanje jednakog pristupa obrazovanju i zdravstvenoj zaštiti podržava kohezivnije društvo u kome svako ima priliku da značajno doprinese i ostvari svoj potencijal.

Očuvanje kulturnog identiteta i aktivno učešće zajednice su od vitalnog značaja za održavanje društvene kohezije i podsticanje održivog razvoja. Kulturna raznolikost obogaćuje

društva promovišući međusobno razumevanje i poštovanje među različitim grupama, što je od suštinskog značaja za društvenu stabilnost. Na primer, autohtone zajednice često poseduju jedinstvena znanja i tradicije koje doprinose očuvanju biodiverziteta i održivim praksama. Podsticanje lokalnih zajednica da učestvuju u procesima donošenja odluka osigurava da su razvojne inicijative usklađene sa njihovim vrednostima i potrebama. Ovaj participativni pristup osnažuje zajednice, dajući im glas u oblikovanju njihove budućnosti i očuvanju njihovog kulturnog nasleđa. Balansiranje modernizacije sa poštovanjem tradicionalnih vrednosti takođe je neophodno da bi se izbegla kulturna erozija i društveno otuđenje. Programi koji integrišu tradicionalnu praksu sa savremenim razvojnim strategijama — kao što su projekti očuvanja predvođeni zajednicom — naglašavaju važnost inkluzivnog učešća. Na kraju krajeva, zaštita kulturnih identiteta uz negovanje aktivnog angažovanja zajednice stvara otporna društva sposobna da ostvare održivi društveni razvoj.

Socijalna dimenzija održivog razvoja naglašava važnost negovanja pravednog, inkluzivnog i participativnog društva. Postizanje rodne ravnopravnosti, osiguranje jednakog pristupa osnovnim uslugama i očuvanje kulturnog identiteta su međusobno povezane strategije koje jačaju društvenu koheziju i poboljšavaju kvalitet života za sve članove društva (Elegbede et al., 2025). Ovi elementi ne samo da promovišu socijalnu pravdu već i povećavaju ekonomsku produktivnost i kulturnu otpornost, postavljajući temelje za dugoročnu održivost. Kako nacije i zajednice teže ka ciljevima održivog razvoja, davanje prioriteta društvenom blagostanju mora ostati na čelu napora da se stvore pravedna i živahna društva sposobna da se suoče sa budućim izazovima.

Sve tri dimenzije su međusobno povezane i međuzavisne. Održivi razvoj zahteva da se ekonomski rast postiže bez ugrožavanja životne sredine i da se pritom unapređuje socijalna

dobrobit. Zanemarivanje bilo koje od ovih dimenzija može dovesti do neravnoteže i dugoročnih negativnih posledica. Stoga, primena principa održivog razvoja podrazumeva holistički pristup, integrisano planiranje i kontinuirano praćenje kako bi se osigurala dugoročna održivost na lokalnom, nacionalnom i globalnom nivou.

CILJEVI ODRŽIVOG RAZVOJA U KONTEKSTU TURIZMA (UN SDGS)

U današnjem svetu, turizam predstavlja jedan od najvažnijih sektora globalne ekonomije, koji istovremeno donosi značajne koristi ali i izazove za društvo i životnu sredinu. Ciljevi održivog razvoja, definisani od strane Ujedinjenih nacija kroz SDGs (Sustainable Development Goals), postavljaju ključne smernice za usmeravanje turističkog sektora ka odgovornom i dugoročno održivom rastu. Ciljevi održivog razvoja u turizmu snažno doprinose zaštiti životne sredine kroz primenu ekološki prihvatljivih praksi u turističkim destinacijama. Prema Rakočević et al. (2025a), mnogi hoteli i turističke kompanije danas usvajaju energetski efikasne tehnologije, koriste obnovljive izvore energije poput solarnih panela i sunca, čime značajno smanjuju emisije ugljen-dioksida. Osim toga, primena programa za reciklažu i racionalno korišćenje vode omogućavaju očuvanje resursa i minimiziranje otpada.

Odgovorno upravljanje prirodnim resursima, poput zaštićenih područja i biodiverziteta, ključno je za održavanje ekosistema. Primeri ekoturizma u nacionalnim parkovima, kao što je Costa Rica ili Škotska, pokazuju kako se prirodna staništa mogu ne samo sačuvati već i obnoviti kroz odgovorne prakse turizma (Çapar & Arslanoğlu, 2025). Ove aktivnosti podstiču lokalne zajednice da aktivno učestvuju u očuvanju prirode, čime se istovremeno promoviše svest o važnosti zaštite životne sredine u celokupnom turističkom lancu.

Socijalni ciljevi održivog razvoja u turizmu od suštinskog su značaja za unapređenje kvaliteta života lokalnih zajednica. Povećanje zaposlenosti kroz razvoj turističkih usluga omogućava stanovništvu da ostane u svojim sredinama, smanjujući migracije i socijalnu isključivost. Prema Carpio i saradnicima (2008), razvoj agroturizma u ruralnim područjima pruža priliku za zapošljavanje i razvoj lokalnih zanata, što direktno utiče na smanjenje siromaštva. Edukacija i podizanje svesti o održivom turizmu među lokalnim stanovništvom ključni su za njegovo uspešno implementiranje (Curacao Chronicle [CC], 2018). Škole i lokalne organizacije često organizuju radionice i treninge koji podsećaju na važnost očuvanja kulturne baštine i prirodnih resursa (Ignjatović et al., 2023). Takođe, razvoj infrastrukture, kao što su putevi, zdravstvene i obrazovne ustanove, poboljšava svakodnevni život stanovništva i kreira uslove za održivi razvoj. Ovakav pristup ne samo da jača lokalnu ekonomiju već i podstiče identitet i ponos zajednice, što je ključno za dugoročnu održivost turizma.

Ekonomiski ciljevi održivog razvoja u turizmu omogućavaju dugoročni rast i stabilnost sektora, smanjujući rizik od ekonomskih kriza i osiguravajući ravnomeran razvoj. Diversifikacija turističke ponude, na primer, uključuje razvoj kulturnog, zdravstvenog i ekološkog turizma, čime se smanjuje zavisnost od jednog tipa posetilaca ili destinacije. U nekim zemljama, kao što je Gruzija ili Portugal, lokalni proizvođači i zanatlije promovisanjem autentičnih proizvoda dobijaju veću vidljivost i tržišnu poziciju, čime se podstiče održivi razvoj lokalnih ekonomija (Gaonkar & Sukthankar, 2025).

Uvođenje finansijskih modela koji podržavaju očuvanje destinacija, poput fondova za zaštitu prirode ili grantova za održive projekte, omogućava stabilno finansiranje i razvojne aktivnosti. Ove inicijative ne samo da obogaćuju turističku ponudu već i osiguravaju da se koristi od turizma ravnomerno raspoređuje, čime se podstiče ekonomska stabilnost i dugoročna održivost

sektora. Ciljevi održivog razvoja u kontekstu turizma predstavljaju ključne smernice za izgradnju sektora koji ne samo da donosi ekonomske koristi, već i štiti prirodne resurse i unapređuje socijalne uslove. Integracijom ekoloških, socijalnih i ekonomskih ciljeva, turistički sektor može postati snažan alat za očuvanje planete, osnaživanje lokalnih zajednica i obezbeđivanje stabilnog i dugotrajnog ekonomskog rasta.

INTERDISCIPLINARNI PRISTUP U PLANIRANJU ODRŽIVOG RAZVOJA

Interdisciplinarni pristup planiranju održivog razvoja predstavlja ključni temelj savremenog promišljanja održivosti. U savremenom svetu, gde su ekološki izazovi, ekonomski interesi i društvene nejednakosti duboko isprepletani, težnja ka održivom razvoju prevazilazi granice pojedinačnih naučnih disciplina. Umesto fragmentisanog pristupa, ovaj model podrazumeva integraciju znanja iz oblasti ekologije, ekonomije, sociologije, urbanizma, inženjerstva i drugih relevantnih disciplina (Fuchs & Kirstein, 2025). Na taj način omogućava se sveobuhvatnije razumevanje složenih međuzavisnosti koje oblikuju savremeno društvo i životnu sredinu.

Upravo u toj sposobnosti da objedinjuje različite oblasti znanja leži glavna snaga interdisciplinarnog pristupa. Prema Gomes et al. (2025), klimatske promene, kao jedan od najurgentnijih izazova današnjice, ne mogu se sagledavati isključivo kao ekološki problem. One istovremeno imaju ozbiljne posledice po društvenu stabilnost, ekonomsku bezbednost i zdravstvenu zaštitu. Interdisciplinarno razumevanje podrazumeva da se ekološke dimenzije klimatskih promena analiziraju paralelno sa socijalnim posledicama, kao što su raseljavanje stanovništva, rast siromaštva ili nejednak pristup resursima, kao i ekonomskim aspektima koji uključuju procenu troškova prilagođavanja, posledica za tržište rada i strukturu potrošnje.

Integracija ekonomije i ekologije, na primer, omogućava oblikovanje klimatskih politika koje ne samo da su ekološki utemeljene već su i ekonomski održive, čime se značajno povećava verovatnoća njihove uspešne primene.

Praktična primena ovog pristupa vidljiva je u brojnim strategijama i projektima koji promovišu održiv razvoj. U kontekstu urbanog planiranja, sve češće se razvijaju koncepti „pametnih“ i „otpornijih“ gradova koji objedinjuju ekološke principe sa socijalnom inkluzivnošću i tehnološkim inovacijama (Vujko et al., 2025a). Prema Rakočević et al. (2025a), implementacija zelene infrastrukture – kao što su urbane zelene površine, propusni materijali za trotoare, zeleni krovovi ili sistemi za sakupljanje kišnice – ne samo da doprinosi boljem upravljanju atmosferskim vodama i mitigaciji klimatskih rizika, već istovremeno unapređuje kvalitet života građana, dostupnost javnih prostora i zdravlje urbanog stanovništva.

Slična logika primenjuje se i u projektima obnovljivih izvora energije (Liu et al., 2025). Instalacija vetroelektrana ili solarnih panela zahteva ne samo tehničku stručnost iz oblasti energetike, već i razumevanje lokalnih ekonomskih uslova, kao i aktivno uključivanje zajednice. Društvena prihvaćenost, transparentna komunikacija sa lokalnim stanovništvom i pravedna raspodela koristi često su jednako važni kao i tehnička efikasnost sistema. Na taj način, uspešne energetske tranzicije postaju rezultat sinergije između inženjeringa, ekonomije, prava, komunikologije i društvenih nauka. U oblasti zaštite prirode i očuvanja biodiverziteta, sve je očiglednije da sama ekologija nije dovoljna za postizanje održivosti. Potrebna je saradnja sa lokalnim zajednicama, razumevanje kulturnih vrednosti prostora, uključivanje društvenih aktera i donošenje inkluzivnih politika koje uzimaju u obzir interese različitih grupa. Savremeni modeli očuvanja prirodnih dobara sve češće uključuju participativni pristup, u kojem zajednice nisu

Crossref Similarity Check Page 71 of 423 - Integrity Submission Submission ID trn:oid:::3117:594411802

pasivni posmatrači, već aktivni učesnici u donošenju odluka, čime se povećava legitimitet i dugoročna održivost mera zaštite (Schandl et al., 2025).

Ipak, primena interdisciplinarnog pristupa nije bez izazova. Jedna od osnovnih prepreka leži u razlikama između disciplina u pogledu metodologije, terminologije, epistemoloških okvira i vrednosnih sistema. Takođe, često se javljaju teškoće u komunikaciji između naučnika, kreatora politika i praktičara, pri čemu dolazi do nerazumevanja ili sukoba oko prioriteta, vremena realizacije i mera koje treba sprovesti. Sukobi interesa između državnih institucija, lokalnih zajednica i privatnog sektora dodatno komplikuju proces koordinacije. Upravo zbog toga, interdisciplinarni pristup zahteva i razvoj specifičnih veština – otvorenost ka saradnji, međusektorsko razumevanje, komunikacione kompetencije i sposobnost za kompromis.

Uprkos tim izazovima, sve je jasnije da bez integrativnog, interdisciplinarnog planiranja nije moguće odgovoriti na kompleksne izazove savremenog sveta. Samo kroz saradnju različitih sektora i naučnih disciplina moguće je stvoriti održive politike koje su istovremeno ekološki odgovorne, ekonomski opravdane i društveno pravedne. Interdisciplinarnost tako postaje ne samo poželjan metod, već i nužan okvir za kreiranje dugoročno otporne i inkluzivne održive budućnosti.

2.3 ODRŽIVI TURIZAM: TEORIJSKE OSNOVE, IZAZOVI I MOGUĆNOSTI

116 U savremenom globalnom kontekstu, turizam se sve više posmatra ne samo kao važna ekonomska aktivnost, već i kao alat za očuvanje životne sredine, promociju kulturnog nasleđa i podsticanje društvene kohezije (Fredman et al., 2012). Međutim, upravo zbog svoje kompleksne prirode i zavisnosti od brojnih prirodnih i društvenih resursa, turizam mora biti vođen principima

5 održivosti kako bi se obezbedila njegova dugoročna održivost i otpornost.

2.3.1 DEFINISANJE ODRŽIVOG TURIZMA

Prema definiciji Svetske turističke organizacije (World Tourism Organization, 2002), održivi turizam predstavlja oblik turizma koji „vodi upravljanju svim resursima na način da se mogu ispuniti ekonomske, socijalne i estetske potrebe uz očuvanje kulturnog integriteta, bitnih ekoloških procesa, biološke raznolikosti i sistema koji omogućavaju održavanje života“. Ova definicija jasno ukazuje na višeslojnu prirodu održivosti u turizmu, koja se ne svodi isključivo na zaštitu prirode, već uključuje i očuvanje kulturnih vrednosti, jačanje društvene stabilnosti i obezbeđivanje ekonomskih koristi za sve učesnike.

2.3.1 SUOČAVANJE SA EKOLOŠKIM IZAZOVIMA – ISTORIJSKI KONTEKST

Još tokom 1980-ih godina postalo je očigledno da se globalne promene u životnoj sredini događaju tiho, ali brzo, i da naučna zajednica često ne uspeva da blagovremeno predvidi njihov obim i posledice (Đorđević Milošević & Milovanović, 2012). U tom periodu javlja se svest o sve većoj nesigurnosti i rizicima koje donosi širok spektar ljudskih aktivnosti – uključujući i turizam – u odnosu na prirodne procese i globalne ekosisteme. Uviđa se da postojeće razvojne prakse nisu održive i da su neophodne duboke i temeljne promene u načinu života, potrošačkim navikama i ekonomskom planiranju.

2.3.3 TURIZAM KAO SEKTOR SPOSOBAN ZA USVAJANJE ODRŽIVOSTI

Turizam, kao kompleksan društveno-ekonomski fenomen koji direktno zavisi od očuvanosti prirodnog i kulturnog okruženja, predstavlja izuzetno pogodnu platformu za implementaciju principa održivog razvoja. Njegova specifična priroda i višestruki uticaji na

lokalne zajednice i prirodne resurse omogućavaju mu da preuzme vodeću ulogu u održivoj tranziciji društva i privrede. Za razliku od brojnih drugih industrijskih sektora, turizam – osim segmenta koji se odnosi na transport – u svom osnovnom obliku ne troši velike količine neobnovljivih resursa. Ova karakteristika ga čini znatno fleksibilnijim za prelazak na ekološki prihvatljive modele poslovanja i razvoja. Uz to, turizam se oslanja na lokalne resurse kao što su prirodni pejzaži, kulturno-istorijsko nasleđe, običaji, rukotvorine i tradicionalna gastronomija (Zečević et al., 2021; Cvijanović et al., 2023c), čime se njegovo delovanje direktno povezuje sa očuvanjem i valorizacijom identiteta destinacije (Arsić et al., 2025b). Održivo upravljanje tim resursima nije samo ekološki imperativ, već i sredstvo za unapređenje kvaliteta i konkurentnosti turističke ponude.

Posebno važnu ulogu turizam igra u udaljenim i marginalizovanim zajednicama, u kojima često predstavlja jedinu dugoročno održivu ekonomsku alternativu. Za razliku od industrijskih ili infrastrukturnih sektora, turizam omogućava razvoj baziran na postojećim resursima, bez potrebe za velikim intervencijama u prostor. Na taj način doprinosi očuvanju prostora, ali i ekonomskom osnaživanju lokalnog stanovništva. U tom kontekstu, turizam ima značajan potencijal za smanjenje siromaštva i podsticanje socijalne inkluzije, jer omogućava zapošljavanje širokog spektra stanovništva – naročito žena, mladih i osoba sa nižim nivoom formalnog obrazovanja (Rakočević et al., 2025c).

Rastuće interesovanje turista za autentična iskustva dovodi do oživljavanja lokalnih običaja, zanata, jezika i festivala, čime turizam postaje pokretač kulturne revitalizacije (Yang et al., 2025). Ovaj proces doprinosi očuvanju nematerijalne kulturne baštine, ali i povećava osećaj identiteta i ponosa među lokalnim stanovništvom. Takođe, turizam podstiče ekonomsku valorizaciju očuvanih prirodnih i kulturnih dobara: destinacije koje uspešno integrišu principe

očuvanja postaju prepoznatljive i atraktivne na globalnom tržištu upravo zbog svog odgovornog pristupa resursima. Konačno, turizam ima značajnu ulogu u promociji međukulturnog razumevanja i globalne svesti. Kroz neposredan kontakt sa različitim kulturama, verovanjima i stilovima života, turisti i lokalno stanovništvo razvijaju toleranciju, empatiju i međusobno poštovanje (Turčinović et al., 2025a). U savremenom svetu prepunom geopolitičkih tenzija, nepoverenja i socijalnih polarizacija, ova dimenzija turizma postaje posebno vredna jer doprinosi izgradnji društava zasnovanih na dijalogu i saradnji.

2.3.4 FILOZOFIJA RASTA UZ MINIMALNE TROŠKOVE ZA OKOLINU

Kao što ističu Liu & Wei (2025), održivi turizam je zapravo pitanje kako omogućiti rast i razvoj turističkog sektora uz minimalizaciju negativnih posledica – kako za životnu sredinu, tako i za lokalnu zajednicu. Upravljanje turizmom u skladu sa održivim principima podrazumeva racionalno korišćenje resursa, očuvanje ekološke ravnoteže, uključivanje lokalnog stanovništva i osnaživanje kulturnog identiteta. S obzirom na visoku zavisnost turizma od životne sredine, očuvanje prirodnih atrakcija – plaža, jezera, planinskih predela, parkova prirode – direktno utiče na konkurentnost destinacije i njenu sposobnost da privuče i zadrži posetioce. Istovremeno, dobro upravljan turizam može doprineti poboljšanju lokalne infrastrukture, unapređenju zaštite kulturnih lokaliteta i obnovi ekosistema, zahvaljujući prihodima koje sektor generiše.

2.3.5 OPASNOSTI NEODRŽIVOG TURIZMA I POTREBA ZA PLANIRANJEM

Iako turizam poseduje značajan potencijal za podsticanje održivog razvoja, nepravilno planiranje i nekontrolisan razvoj mogu dovesti do ozbiljnih negativnih posledica po prirodno i

društveno okruženje destinacija. Jedan od glavnih problema jeste degradacija vegetacije i prirodnog pejzaža, naročito u osetljivim oblastima poput priobalja i planinskih regiona, gde intenzivna turistička aktivnost može dovesti do narušavanja ekosistema i gubitka bioraznovrsnosti. Takođe, prenatrpanost destinacija negativno utiče na kvalitet turističkog iskustva, ali i na svakodnevni život lokalnog stanovništva, izazivajući konflikte i smanjenje životnog zadovoljstva zajednice (Zhong et al., 2025).

Neodgovorno ponašanje turista i nedostatak adekvatne komunalne infrastrukture dovode do zagađenja voda, plaža i vazduha, što dodatno ugrožava ekološku ravnotežu i zdravlje stanovništva. Ubrzana urbanizacija i gubitak otvorenih prostora, posebno u zonama intenzivnog turističkog razvoja, prateći komercijalizaciju tih područja, dodatno narušavaju prirodni ambijent i estetsku vrednost destinacija. Pored toga, ignorisanje interesa lokalne zajednice u procesu planiranja i razvoja turizma može rezultirati gubitkom autentičnosti, degradacijom društvenih odnosa i smanjenjem društvene kohezije.

Da bi se umanjile ove negativne posledice i obezbedila dugoročna otpornost i atraktivnost turističkih destinacija, tokom poslednjih decenija razvijeni su različiti pristupi usmereni ka održivom upravljanju turizmom (Torkabadi et al., 2025). Među njima, ekoturizam zauzima posebno mesto jer ističe značaj očuvanja prirode i obrazovanja turista o ekološkim vrednostima, podstičući odgovorno ponašanje i zaštitu životne sredine (Boley & Green, 2015). Prirodni turizam se fokusira na aktivnosti koje se odvijaju u prirodnom okruženju, sa minimalnim uticajem na ekosisteme, čime doprinosi balansiranju ljudskih potreba i zaštite prirode. Koncept upravljanja nosivošću destinacije (carrying capacity) podrazumeva određivanje optimalnog broja turista koje određena lokacija može podneti bez štetnih posledica, što omogućava planiranje i kontrolu turističkog toka. Na kraju, održivi razvoj kao sveobuhvatan pristup integriše ekološke, ekonomske

29 i socijalne aspekte u svim fazama planiranja i realizacije turističkih aktivnosti, stvarajući uslove
29 za dugoročno očuvanje prirodnih i kulturnih resursa, ali i unapređenje kvaliteta života lokalnog stanovništva.

2.3.6 MEĐUNARODNI OKVIRI I INSTITUCIONALNA PODRŠKA

Saradnja između turizma i zaštite životne sredine sve više postaje tema međunarodnih
168 politika. Deklaracija iz Manile (1980) bila je jedan od prvih dokumenata koji je ukazao na potrebu za usklađivanjem ekonomskog razvoja turizma sa principima očuvanja okoline (World Tourism Organization, 1980). Pored toga, brojni izveštaji OECD-a, kao i smernice Svetske turističke organizacije, pružaju konkretne preporuke za nacionalne i lokalne vlasti u vezi sa implementacijom održivih politika u sektoru turizma (OECD, 2024). Održivi turizam je daleko više od puke zaštite prirode – on predstavlja celovit pristup razvoju koji se temelji na uravnoteženju
23 ekonomskih koristi, očuvanju prirodne i kulturne baštine i osnaživanju lokalnih zajednica. U vremenu ekološke nesigurnosti i rastuće potrebe za odgovornim upravljanjem resursima, održivi turizam postaje ne samo poželjan, već neophodan model razvoja (Bramwell & Lane, 993). Njegova uspešna implementacija zavisi od saradnje svih aktera – vlada, turističkih preduzeća, lokalnih zajednica i samih turista – u cilju stvaranja pravednijeg, otpornijeg i inkluzivnijeg turističkog sistema za buduće generacije (Ko, 2005).

2.3.7 KLJUČNI ELEMENTI ODRŽIVOG TURIZMA: EKOLOŠKA ODGOVORNOST, LOKALNI RAZVOJ I KULTURNO NASLEĐE.

Krajem 20. veka, istraživači su prepoznali potrebu za sveobuhvatnim pristupom razvoju ekoturizma u skladu sa principima održivosti, ističući četiri osnovna načela koja čine temelj ovog koncepta. Prvo, holističko planiranje i strateški pristup su ključni kako bi se u obzir uzele sve dimenzije razvoja – ekološke, ekonomske, kulturne i društvene – i kako bi se izbegle štetne posledice po prirodu i lokalne zajednice. Drugo, važno je očuvati suštinske ekološke procese, jer bez zdravih ekosistema nema ni održivog turizma; stabilnost i otpornost prirodnih sistema predstavljaju osnovu na kojoj se zasniva dugoročan turistički razvoj. Treće, održivi ekoturizam mora podrazumevati ne samo očuvanje biološke raznolikosti već i zaštitu ljudskog nasleđa, jer prirodna i kulturna bogatstva često čine nerazdvojivu celinu u turističkom iskustvu. Na kraju, razvoj mora biti usmeren ka budućnosti, s ciljem da se obezbedi dugoročna produktivnost i mogućnost da i naredne generacije imaju koristi od prirodnih resursa, što zahteva pažljivo upravljanje i stalno praćenje uticaja turizma (Bruno, 2021).

U skladu s tim, dodatni principi razvijeni u saradnji sa Svetskim fondom za prirodu ukazuju na konkretne mehanizme i politike koje bi trebalo primenjivati kako bi se ti osnovni ciljevi realizovali. Na prvom mestu, održivo korišćenje resursa zahteva racionalno upravljanje vodom, energijom i drugim prirodnim dobrima, kako bi se izbegla eksploatacija i iscrpljivanje. Smanjenje prekomerne potrošnje i stvaranja otpada doprinosi očuvanju kvaliteta životne sredine i smanjuje pritisak na lokalne ekosisteme. Održavanje biološke raznolikosti nije samo pitanje zaštite ugroženih vrsta, već i stvaranja stabilnog okruženja koje podržava raznovrsne oblike života i doprinosi ukupnoj ekološkoj ravnoteži. Integracija turizma u šire planove prostornog i ekonomskog razvoja omogućava bolje upravljanje resursima, izbegavanje konflikata i koordinaciju među sektorima.

Uključivanje i osnaživanje lokalnih zajednica igra presudnu ulogu u održivosti, jer njihovo aktivno učešće u planiranju i upravljanju turizmom doprinosi očuvanju lokalne kulture i pravednijoj raspodeli koristi (Boley et al., 2014). Podrška lokalnim ekonomijama kroz zapošljavanje, kupovinu lokalnih proizvoda i razvoj infrastrukture obezbeđuje da koristi od turizma ostanu unutar zajednice i time jačaju njen društveno-ekonomski kapacitet. Neophodno je i stalno konsultovanje sa zainteresovanim stranama, uključujući lokalno stanovništvo, nevladine organizacije i eksperte, čime se obezbeđuje transparentnost i demokratski pristup odlučivanju. Edukacija i kontinuirana obuka osoblja omogućavaju razvoj kompetencija potrebnih za primenu principa održivosti u praksi, dok odgovoran marketing izbegava manipulaciju i promoviše realistična očekivanja kod turista, ističući vrednosti zaštite prirode i lokalne kulture.

Konačno, posvećenost istraživanju i evaluaciji omogućava kontinuirano unapređenje praksi ekoturizma. Ove smernice, kada se dosledno primenjuju, doprinose prevenciji štetnog uticaja turizma na prirodu, stvaraju okruženje u kome turizam funkcioniše kao instrument očuvanja, podstiču razvoj održivih transportnih politika, osnažuju primenu principa predostrožnosti, podržavaju poštovanje nosivosti destinacija, kao i prava i potreba lokalnog stanovništva. One promovišu zaštitu kulturno-istorijskog nasleđa i usmeravaju sve aktere u sektoru da postupaju na etički i odgovoran način, čime se omogućava dugoročna održivost kako turističkih destinacija, tako i zajednica koje ih oblikuju.

19 Održivi turizam je produžetak šire ideje održivog razvoja, sa ciljem da se minimizira njegov uticaj na životnu sredinu i lokalne culture. Razvoj ekoturizma služi kao organizacioni okvir za održivi razvoj, koji je i ekološki i kulturno osetljiv. Ovaj pristup stvara prihod, stvara mogućnosti za zapošljavanje i pomaže u očuvanju lokalnih ekosistema. Potraga za održivim razvojem turizma zahteva ravnotežu društvenih, ekonomskih i ekoloških ciljeva. Njegov cilj je da

odgovori na izazove koji proizilaze iz neregulisanog turizma. Održivi turizam konceptualizuje interakcije unutar destinacijskih regiona kao trougaoni odnos koji uključuje područja domaćina zajedno sa njihovim okruženjem i zajednicama, turiste i turistički sektor.

Trougao je pretežno pod uticajem turističkog sektora, i u okviru ovog okvira, održivi turizam nastoji da reši konflikte između svoja tri aktera, istovremeno obezbeđujući dugoročnu ravnotežu. Pored toga, nastoji da smanji štetu i po životnu sredinu i lokalnu kulturu, poveća zadovoljstvo posetilaca i promoviše održivi ekonomski razvoj u regionu. Ovaj pristup služi kao sredstvo za pomirenje potencijala rasta turističke industrije sa imperativom očuvanja životne sredine. Turizam se smatra instrumentom za revitalizaciju ruralne ekonomije i sredstvom unapređenja. Međutim, ruralni pejzaž je posebno delikatan, jer može da doživi brze transformacije ili pretrpi štetu usled raznih brzih promena; sam turizam deluje kao značajan katalizator za takve promene (Chuang, 2010). Značaj ovog pitanja proizilazi iz funkcije da ruralni regioni u brojnim nacijama služe kao čuvari i prirodnog i istorijskog nasleđa, pored svog komercijalnog značaja. Prema Cloke (2006), „ruralnost“ se pojavljuje kao karakteristična prednost za destinacije za odmor (Clarke,1996; Baum, 2011). Turisti traže netaknute pejzaže, mir i mogućnosti za samoću (Clarke et al., 2001). Međutim, ekspanzija turizma tokom vremena predstavlja pretnju ruralnosti, potencijalno izazivajući negativne efekte na životnu sredinu, kulturni integritet i ekonomsku stabilnost. Ipak, kada se primeni, princip održivog turizma može delovati kao efikasan mehanizam za ublažavanje štetnih efekata povezanih sa turizmom. Održivost ruralnog turizma obuhvata više dimenzija, uključujući očuvanje kulture i identiteta zajednica domaćina, očuvanje pejzaža i staništa, podršku ruralnoj ekonomiji i održavanje turističkog sektora.

2.3.8 GLAVNI IZAZOVI U IMPLEMENTACIJI ODRŽIVOG TURIZMA (PREKOMERNI TURIZAM, DEGRADACIJA ŽIVOTNE SREDINE, KLIMATSKE PROMENE)

Implementacija održivog turizma suočava se sa brojnim kompleksnim izazovima koji proizlaze iz dinamičnih interakcija između društvenih, ekonomskih i ekoloških dimenzija razvoja destinacija. Prekomerni turizam, ili tzv. overtourism, predstavlja jedan od ključnih problema savremenih turističkih tokova, jer intenzivan pritisak velikog broja posetilaca na ograničen prostor dovodi do degradacije kulturnih i prirodnih resursa, erozije identiteta lokalnih zajednica i destabilizacije ekosistema destinacije. Teorijski posmatrano, ovaj fenomen je povezan sa nedostatkom adekvatnog planiranja i upravljanja nosivim kapacitetom (carrying capacity) destinacija, kao i sa neusaglašenošću između turističke potražnje i mogućnosti destinacije da tu potražnju održivo zadovolji. U okviru koncepta održivog razvoja, ovakva disproporcija ukazuje na strukturalne slabosti turističkog sistema i nemogućnost balansiranja između ekonomskog rasta i očuvanja resursa za buduće generacije.

Degradacija životne sredine kao drugi ključni izazov u održivom turizmu manifestuje se kroz višestruke negativne ekološke posledice uključujući gubitak biodiverziteta, zagađenje vode i zemljišta, uništavanje staništa i prekomernu eksploataciju prirodnih resursa. U teorijskoj literaturi, ovi procesi se često tumače kroz paradigmu ekoloških ograničenja (ecological limits) koja naglašava nemogućnost beskonačnog ekonomskog rasta u uslovima finih i ranjivih ekosistema. Održivost u turizmu se stoga mora promatrati ne samo kao cilj već i kao kontinuirani proces prilagođavanja koji zahteva dinamičko upravljanje resursima u skladu sa lokalnim specifičnostima.

Klimatske promene dodatno komplikuju implementaciju održivih praksi u turizmu, jer istovremeno predstavljaju i uzrok i posledicu turističkih aktivnosti. Turizam je značajan generator

emisije gasova sa efektom staklene bašte, naročito putem avionskog prevoza, kruzerske industrije i energetski intenzivnih hotelskih kompleksa. Istovremeno, klimatski poremećaji poput porasta nivoa mora, ekstremnih vremenskih događaja i smanjenja dostupnosti vode direktno utiču na atraktivnost i konkurentnost mnogih destinacija. Iz teorijske perspektive, klimatske promene zahtevaju preispitivanje tradicionalnih modela rasta u turizmu i usvajanje alternativnih pristupa zasnovanih na konceptima otpornosti (resilience) i adaptivnog upravljanja (adaptive management). Svi ovi izazovi ukazuju na urgentnu potrebu za integracijom održivosti u temeljne strukture turističkog razvoja.

Teorijski okviri poput triple bottom line pristupa, koji povezuje ekonomske, socijalne i ekološke dimenzije održivosti, postaju ključni za razumevanje i operacionalizaciju održivog turizma u praksi. Međutim, implementacija ovih načela nailazi na brojne barijere, uključujući institucionalne slabosti, nedostatak političke volje, nedovoljnu participaciju lokalnih zajednica i ograničenu ekološku svest posetilaca. Stoga je potrebno uspostaviti sveobuhvatne strategije koje podrazumevaju diversifikaciju turističkih proizvoda, razvoj alternativnih i odgovornijih oblika turizma, kao i edukaciju svih aktera uključenih u turistički sistem.

Održivi turizam se, prema savremenim teorijskim uvidima, ne može tretirati kao statičan cilj, već kao proces stalnog pregovaranja između brojnih interesnih grupa, globalnih izazova i lokalnih realnosti. Uspeh njegove implementacije zavisi od sposobnosti destinacija da razviju inovativne modele upravljanja koji će u isto vreme očuvati prirodne i kulturne resurse, obezbediti kvalitetan život lokalnom stanovništvu i omogućiti pozitivno iskustvo turistima.

2.3.9 MOGUĆNOSTI RAZVOJA KROZ INOVACIJE, EKOTURIZAM I RURALNI TURIZAM

Mogućnosti razvoja turizma u savremenim uslovima sve više su povezane sa primenom inovacija, razvojem ekoturizma i ruralnog turizma, kao ključnih segmenata održivog razvoja destinacija (Agapito et al., 2012). Inovacije u turističkoj industriji obuhvataju primenu novih tehnologija, digitalnih rešenja i kreativnih pristupa koji omogućavaju efikasnije upravljanje resursima, bolje iskustvo turista i unapređenje konkurentnosti destinacije (Cvijanović et al., 2024a). Digitalni alati, kao što su pametne aplikacije, virtuelna realnost ili platforme za promociju, omogućavaju personalizaciju ponude, edukaciju posetilaca o značaju očuvanja prirode i kulture, ali i prateće analize koje pomažu u donošenju strateških odluka zasnovanih na podacima.

Ekoturizam predstavlja jedan od najperspektivnijih pravaca razvoja turizma jer je usmeren na odgovorno korišćenje prirodnih resursa, očuvanje biodiverziteta i podizanje ekološke svesti turista i lokalnih zajednica (Sun et al., 2025). Kroz aktivnosti koje podstiču neposredan kontakt sa prirodom i edukaciju o njenom značaju, ekoturizam doprinosi zaštiti životne sredine, ali i pruža mogućnost lokalnim zajednicama da se ekonomski osnaže bez ugrožavanja svojih prirodnih resursa. Ovaj oblik turizma je naročito pogodan za područja sa netaknutom prirodom i ugroženim ekosistemima, gde može postati generator održivog razvoja i očuvanja prirodne baštine (Cvijanović & Vujko, 2021).

Ruralni turizam, s druge strane, fokusira se na razvoj turističkih aktivnosti u seoskim područjima, čime se doprinosi diversifikaciji ruralne ekonomije i smanjenju depopulacije (Sharpley, 2002; Sharpley & Roberts, 2024). Povećanjem turističke ponude kroz seoski smeštaj, tradicionalnu gastronomiju, manifestacije i zanate, ruralni turizam omogućava očuvanje kulturnog identiteta i lokalnih običaja (Brandth & Haugen, 2010). On takođe podstiče uključivanje lokalnog stanovništva u turističke tokove, otvarajući nove izvore prihoda i jačajući socijalnu koheziju (Ray

et al., 2012). Integracija inovacija u ovaj sektor može dodatno povećati njegovu privlačnost i održivost, kroz digitalnu promociju, unapređenje kvaliteta usluga i povezivanje sa drugim oblicima održivog turizma.

Page 84 of 423 - Integrity Submission Submission ID trn:oid:::3117:594411802

3. TURIZAM U CRNOJ GORI: STANJE I PERSPEKTIVE

Crna Gora, iako teritorijalno mala, pozicionirala se kao jedna od vodećih turističkih destinacija u regionu jugoistočne Evrope. Njene prirodne vrednosti, raznoliki pejzaži, istorijska i kulturna baština, kao i razvoj obalnih i planinskih turističkih zona doprineli su njenoj prepoznatljivosti na međunarodnom turističkom tržištu. Turizam je, bez sumnje, postao jedan od najvažnijih sektora crnogorske privrede, sa značajnim udelom u bruto domaćem proizvodu, zapošljavanju i stranim direktnim investicijama. Međutim, aktuelna dinamika razvoja ukazuje i na brojne izazove koji nameću potrebu za strateškim promišljanjem i implementacijom principa održivosti.

Trenutno stanje u sektoru turizma karakteriše visok stepen popularnosti među domaćim, regionalnim i međunarodnim turistima. Najposećenije destinacije, poput Kotora, Budve i planinskog masiva Durmitora, oslikavaju raznovrsnost ponude – od kulturno-istorijskih sadržaja i mediteranskih obala do avanturističkog i ekoturizma. Kotor, čiji je Stari grad upisan na UNESCO-vu listu svetske baštine, privlači posetioce zainteresovane za istoriju i arhitekturu, dok Budva dominira segmentom letnjeg i nautičkog turizma, zabave i noćnog života (Dukley Marina Budva [DMB], 2021). Nacionalni park Durmitor sa svojim prirodnim vrednostima, kao što su kanjon Tare i Crno jezero, sve više postaje atraktivna destinacija za rekreativni i sportski turizam (Cvijanović et al., 2023d).

Prema podacima Zavoda za statistiku Crne Gore (Monstat), tokom 2024. godine u zemlji je boravilo približno 2,6 miliona turista, koji su ostvarili ukupno 15,59 miliona noćenja (Monstat – Zavod za statistiku Crne Gore, 2024). Strani turisti činili su više od 96% ukupnog broja noćenja, dok se gotovo 93% turističkog prometa beleži u primorskim opštinama. Turizam je time potvrdio svoj dominantni status u strukturi ekonomskih aktivnosti. Uprkos stabilnom prilivu, primećeno je

93 177 da je tokom prvih devet meseci 2024. godine ostvaren prihod od oko 1,311 milijardi evra, što predstavlja pad od 3,6% u poređenju sa istim periodom prethodne godine. Stručnjaci ukazuju da su glavni razlozi za ovaj pad povećanje stope poreza na dodatu vrednost (sa 7% na 15%), slaba avio-povezanost sa ključnim emitivnim tržištima, infrastrukturne slabosti i deficit kvalifikovane radne snage (Monstat – Zavod za statistiku Crne Gore, 2024).

Brz porast turističkog prometa dodatno je opteretio lokalnu infrastrukturu i doveo do niza negativnih eksternalija – od sezonskih gužvi i saobraćajnog zagušenja, preko nedovoljno razvijenog sistema za upravljanje otpadom, do narušavanja ekološke ravnoteže u osetljivim područjima. Ovakav razvojni model postavlja pitanje dugoročne održivosti sektora, posebno u kontekstu očuvanja prirodnih resursa i kulturnog nasleđa.

Razvoj turizma u Crnoj Gori u velikoj meri oslanja se na prirodne komparativne prednosti: jadransku obalu, Bokokotorski zaliv, planinske predele i netaknute eko-sisteme. Pored prirodnih atrakcija, značajan potencijal leži i u nematerijalnoj kulturnoj baštini, tradicionalnoj arhitekturi, gastronomiji i lokalnim običajima (Vujko et al., 2020). Međutim, izražena sezonalnost, koncentracija turističkog prometa u letnjim mesecima, kao i neadekvatno valorizovani resursi u zaleđu i planinskim područjima ukazuju na potrebu za diverzifikacijom ponude. Infrastrukturni izazovi, naročito u ruralnim i manje razvijenim regionima, dodatno otežavaju ravnomerni razvoj i prostornu redistribuciju turističkog opterećenja.

Perspektive budućeg razvoja turizma u Crnoj Gori zavise od sposobnosti zemlje da uspostavi ravnotežu između turističke ekspanzije i principa održivosti. Poseban značaj ima promocija selektivnih oblika turizma – ekoturizma, kulturnog, ruralnog i avanturističkog turizma – kao i ulaganje u ekološki prihvatljiv smeštaj, obnovljive izvore energije i obrazovanje lokalne zajednice o značaju odgovornog upravljanja resursima. Uključivanje lokalnog stanovništva u

donošenje odluka, podrška malim i srednjim preduzećima, kao i očuvanje autentičnosti destinacije predstavljaju osnovne preduslove za dugoročnu stabilnost sektora.

Ukoliko se pristupi planiranju i razvoju turističke privrede sa strateške, integrativne i interdisciplinarne osnove, Crna Gora ima potencijal da se pozicionira kao referentna destinacija održivog turizma na Mediteranu. U tom kontekstu, neophodno je dalje jačanje institucionalnih kapaciteta, unapređenje turističke infrastrukture, digitalizacija sektora i usvajanje smernica održivog turizma u skladu sa preporukama Svetske turističke organizacije (UNWTO). Jedino takvim pristupom moguće je ostvariti sinergiju između ekonomskog razvoja, očuvanja prirodne i kulturne baštine i dobrobiti lokalnog stanovništva.

3.1 TURISTIČKO-GEOGRAFSKI POLOŽAJ CRNE GORE

Geografski položaj Crne Gore predstavlja jednu od ključnih prednosti u kontekstu razvoja turizma. Smeštena na jugoistoku Evrope, na raskrsnici važnih prirodnih, kulturnih i saobraćajnih pravaca, Crna Gora zauzima stratešku poziciju između Zapadnog Balkana i Mediterana. Sa izlazom na Jadransko more u dužini od približno 293 kilometra, zemlja poseduje razvijenu obalu koja obuhvata atraktivne primorske gradove, plaže, zalive i ostrva, čime se formira jedno od najvrednijih turističkih područja u region (Radojičić, 2015).

Upravo prostorna raznolikost — od jadranske obale, preko krševitih zaleđa i jezerskih predela, do visokih planinskih masiva — omogućava razvoj različitih oblika turizma: obalnog, kulturnog, zdravstvenog, sportskog, avanturističkog, seoskog i ekoturizma. Nacionalni parkovi (Durmitor, Biogradska gora, Prokletije, Skadarsko jezero i Lovćen) zauzimaju centralna mesta na turističkoj mapi, dok prirodni rezervati, kanjoni, jezera i planinske visoravni nude bogate potencijale za aktivni odmor i specijalizovane turističke niše.

Crna Gora graniči sa Srbijom, Bosnom i Hercegovinom, Hrvatskom, Albanijom i Kosovom, što joj omogućava dobru regionalnu povezanost i kontinuirani priliv turista iz susednih zemalja. Dva međunarodna aerodroma – u Podgorici i Tivtu – kao i železnička i putna infrastruktura, povezuju Crnu Goru s evropskim i svetskim emitivnim tržištima. Osim toga, luka Bar ima značajnu ulogu u pomorskom turizmu, a posebno u kruzing segmentu, budući da Kotor predstavlja jednu od najatraktivnijih luka u Jadranu za međunarodne kruzere.

Turističko-geografski položaj Crne Gore karakteriše i visok stepen pristupačnosti raznovrsnim prirodnim sadržajima na malom prostoru. Naime, udaljenost između morskih plaža i planinskih vrhova može se preći za svega nekoliko sati, što doprinosi stvaranju jedinstvene mogućnosti za objedinjavanje više vrsta turističkih aktivnosti u kratkom vremenskom periodu. Ovakva prostorna kompaktnost, u kombinaciji sa kulturno-istorijskim bogatstvom, daje Crnoj Gori konkurentsku prednost u razvoju celogodišnjeg turizma.

U svetlu savremenih trendova, kada se traže autentične, održive i raznovrsne turističke destinacije, turističko-geografski položaj Crne Gore pruža snažan temelj za strateško pozicioniranje zemlje kao atraktivne, ali odgovorne turističke destinacije na međunarodnoj sceni. Ipak, efikasno korišćenje ovog potencijala zahteva pažljivo planiranje, ravnomerni regionalni razvoj i integraciju turističkih politika sa zaštitom životne sredine i kulturnog identiteta.

Crna Gora se nalazi na jugoistoku Evrope, u centralnom delu Balkanskog poluostrva, i pripada grupi zemalja sa izlazom na Jadransko more. Njena apsolutna geografska širina i dužina kreće se između 41°51' i 43°33' severne geografske širine (SGŠ) i između 18°26' i 20°21' istočne geografske dužine (IGD). Ovakav geografski položaj svrstava je u pojas umereno tople klime sa značajnim mediteranskim i planinskim uticajima, što omogućava razvoj različitih vidova turizma tokom cele godine. Što se tiče relativnog geografskog položaja, Crna Gora se graniči sa pet

zemalja: na zapadu sa Hrvatskom, na severozapadu i severu sa Bosnom i Hercegovinom, na severoistoku sa Srbijom, na jugoistoku sa Kosovom, te na jugu i jugoistoku sa Albanijom, dok na jugozapadu izlazi na Jadransko more, u dužini od približno 293 kilometra. Time je njena zapadna geografska dužina (ZGD) u funkciji jadranske orijentacije i pomorskih veza, dok južna geografska širina (JGŠ) obuhvata tople primorske oblasti koje su dominantne u letnjoj sezoni (Radojičić, 2015).

Ukupna površina Crne Gore iznosi oko 13.812km², a teritorijalna konfiguracija je izrazito raznovrsna. Zemlja je podeljena na tri glavne geografske celine: primorski region, središnje-zavisni karstni pojas i severni planinski region, što dodatno doprinosi raznovrsnosti turističke ponude – od kupališnog, kulturnog i urbanog turizma u priobalju, do ekoturizma, zimskih sportova i seoskog turizma u unutrašnjosti. Posebno je značajna kompaktna prostorna organizacija, jer se unutar relativno malih udaljenosti može preći iz mediteranskog pejzaža (npr. Budva, Kotor) do alpskih zona (Durmitor, Bjelasica), čime se omogućava višeslojna i multifunkcionalna turistička ponuda u istom danu. Ovo predstavlja jednu od najvažnijih konkurentskih prednosti Crne Gore na međunarodnom tržištu turizma (Radojičić, 2015).

Turističko-geografski položaj Crne Gore dodatno je ojačan blizinom značajnih emitivnih tržišta Zapadne i Centralne Evrope, što joj omogućava brzu i relativno jednostavnu pristupačnost drumskim, pomorskim i avio-saobraćajem. Dva međunarodna aerodroma – Podgorica (kod Golubovaca) i Tivat – povezuju Crnu Goru sa brojnim evropskim gradovima, dok se luka Bar i pristanište u Kotoru uključuju u međunarodne kruzing tokove. Geopolitički gledano, Crna Gora se nalazi na važnom koridoru koji povezuje srednju Evropu sa Mediteranom i predstavlja deo šire Jadransko-jonske inicijative. Ovakva pozicija daje zemlji značajan potencijal ne samo u turizmu, već i u regionalnoj saradnji, razmeni i logističkom razvoju (Radojičić, 2015).

3.2 RELJEF CRNE GORE

Crnogorsko primorje obuhvata obalni pojas dužine oko 100km smešten između ušća rijeka Bojane i Sutorine, i obuhvata sva pripadajuća ostrva, stene i grebene. Ovaj region je izrazito odvojen i oivičen planinama Orjena, Lovćen, Sutorman i Rumija, koje karakterišu strme, krševite i neplodne padine. U pogledu obalnih karakteristika, osim Bokokotorskog zaliva, ova obala je manje razvedena u odnosu na druge segmente jadranske obale. Duž obala nalaze se brojni zalivi i uvale, formirane u okviru mekših sedimentnih naslaga, dok tvrđe krečnjačke formacije stvaraju mnoštvo litica i pećina. Među najznačajnijim zalivima su Bokokotorski, Trašte i Valdanos, pri čemu su Luštica i Volujica prepoznate kao najveća poluostrva (Spalevic, 2024). Naredni region je prostrana kraška ravnica koja se nalazi između granice sa Hercegovinom i Rijekom Crnojevića. Ova oblast je sa severa i juga omeđena umereno povišenim planinama. Prema Hercegovini se prostire na gotovo konzistentnoj koti sa hercegovačkim kršom, dok se spušta naniže u pravcu Skadarskog jezera (Spalevic, 2024).

Centralna dolina se prostire u pravcu severozapad-jugoistok i predstavlja karakterističnu prirodnu odliku. Uzdižući se u tri različita sloja prema sjeverozapadu, dolina obuhvata basen Skadarskog jezera zajedno sa Zetskom i Bjelopavličkom ravnicom, Nikšićkim poljem i kotlinom Golije i Dugog (Spalevic, 2024). Preovlađujuću odliku reljefa Crne Gore karakterišu visoke planine i ravnice. Ovaj region se sastoji od brojnih planinskih lanaca koji se protežu u dinarskom pravcu, ispresecani dubokim kanjonima i uzvišenim terenima.

Planinski regioni se nalaze u okviru tri paralelna venca, koja su podeljena dubokim rečnim dolinama: Prvi lanac obuhvata planine koje se nalaze severno od centralne crnogorske kotline, koje obuhvataju Goliju, Vojnik, Maganik, Prekornicu i Žijovo, zajedno sa oblastima između njih, posebno Lukavice i Krnovo; Drugi planinski venac čine Volujak, Maglić, Pivska planina,

Durmitor, Sinjajevina, Bjelasica, Komovi, Visitor i Prokletije. Između ova dva venca nalaze se duboko usječene doline, posebno Piva, Komarnica i Morača; Treći lanac čine Ljubišnja, Lisac i Crni vrh, koji su od drugog lanca odvojeni dolinom Tare (Spalevic, 2024, 28). Posljednji region se odnosi na sjeveroistočnu Crnu Goru, koju karakterišu brdoviti tereni ispresecani rečnim dolinama. Ovo područje se sastoji od starijih vodonosnih stena koje se brže raspadaju, što rezultira razvojem debljeg sloja tla. Zbog toga se može pohvaliti raznolikim pejzažom bogatim šumama, livadama i pašnjacima, kao i dolinama u kojima se naizmenično nalaze klisure i doline.

Pljevalski basen je prepoznat kao najveći obim, koji sadrži značajna ležišta lignita. Pored toga, Plavsko-gušinjski basen se nalazi u blizini Plavskog jezera. U dolini Lima mogu se identifikovati tri različita basena: Andrijevićka, Beranska i Bjelopoljska. Tvrđe stene regiona su stvorile klisuraste doline koje formiraju reka Lim i njene pritoke, uključujući Sućvasku, Tifransku i Đalovićku. Na istočnom boku Limske doline nalaze se regioni Bihor i Korit (Spalevic, 2024).

3.3 KLIMA CRNE GORE

Klima Crne Gore razvija se pod značajnim uticajem geografskih karakteristika – orografije, blizine Jadranskog mora i spleta vazdušnih masa. Položaj na raskršću mediteranske i kontinentalne klimatske zone, uz prisustvo planinskih lanaca Dinarida, kreira pet glavnih klimatskih regija: primorje, Zetsko-bjelopavlićka ravnica, planinsko zaleđe Jadrana, kontinentalna oblast sa manjim nadmorskim visinama i planinske zone iznad 1.000 m. Unutar ovih regija, klima se dodatno modifikuje lokalnim uslovima i orografskim uticajem. Jedinstvene karakteristike Crne Gore su evidentne u značajnim varijacijama u vremenu i klimi u različitim regionima unutar relativno kompaktnog područja. Klimatske uslove u Crnoj Gori oblikuje više faktora, uključujući njen položaj u umjerenom pojasu sjeverne geografske širine, blizinu toplog Jadranskog mora, prisustvo

visoke planinske barijere duž obale, nizinske kotline i uzvišenja u neposrednom primorskom zaleđu. Pored toga, izrazito planinski teren, ispresecan kanjonima, basenima i dolinama koji se nalaze u severnim i severoistočnim delovima, uz nadmorsku visinu, jezera, vegetaciju i ljudske aktivnosti, igraju presudnu ulogu u definisanju lokalne klime (Spalevic, 2024). Geografski položaj Crne Gore određuje uglove pod kojima sunčeva svetlost dopire do regiona i utiče na trajanje dnevne svetlosti. Shodno tome, može se zaključiti da je ukupna klima Crne Gore umjerena. S obzirom na položaj zemlje između suptropskih i subpolarnih zona, iznad nje postoji primetna cirkulacija vazdušnih masa. Vlažne i relativno tople vazdušne mase donosi Atlantik, dok hladnije vazdušne mase potiču iz severoistočne Evrope. Osim toga, na klimu značajno utiče severna Afrika, jer se talasi vrućeg vazduha i padavine sa prašinom prenose iz ovog pretežno sušnog regiona (Ćeranić et al., 2023).

Klimu Crne Gore značajno oblikuju Sredozemno more i njegova komponenta, Jadransko more. Tokom hladnijih meseci, značajan broj ciklona izlazi iz ovih krajeva. Nasuprot tome, tokom leta, prisustvo visokog vazdušnog pritiska sa Sredozemnog mora dovodi do produženih perioda sunčanog i mirnog vremena. Uticaj temperature toplog Jadranskog mora posebno je izražen duž obale, a utiče i na Zetsku i Belopavlovićevu ravnicu. Međutim, Dinarske planine služe kao značajna barijera, koja sprečava da ovaj temperaturni uticaj prodre dublje u unutrašnjost Crne Gore. Teren određuje trajanje sunčevog zračenja i istovremeno utiče na raspodelu i količinu padavina; variranje reljefa doprinosi raznovrsnosti planinske klime. Pored toga, Skadarsko jezero ima ulogu u uticaju na klimu, posebno tokom zimskih meseci (Ćeranić et al., 2023).

U Crnoj Gori, skoro polovina zemljišta je prekrivena šumama, koje igraju ključnu ulogu u oblikovanju klime pojedinih regiona. Prisustvo vegetacije doprinosi smanjenju temperature, povećanju isparavanja i smanjenju brzine vetra. Istovremeno, procesi urbanizacije i

industrijalizacije koji su rezultirali promenama životne sredine imaju određene uticaje na klimu (Ćeranić et al., 2023). Prosečna godišnja temperatura vazduha varira od oko 4,6°C u regionu Žabljaka do oko 15,8°C duž primorskih područja.

U kontekstu turizma (2014), temperaturna inverzija se dešava u regionima koje karakterišu polja, kotline i duboke doline tokom zimske sezone, gde temperatura raste sa visinom. Ova pojava se često uočava u pljevaljskom basenu (Burić, 2020). Što se tiče prosečne godišnje relativne vlažnosti vazduha, bilježe se sljedeće vrijednosti: Bar 67,0%, Podgorica 64,2%, Nikšić 68,6%, Cetinje 78,3%, Žabljak 76,7% i Pljevlja 76,6%. U primorskom regionu, relativna vlažnost ostaje relativno konstantna tokom godišnjih doba. Nasuprot tome, lokacije u unutrašnjosti pokazuju značajnije varijacije u relativnoj vlažnosti tokom određenih perioda godine. Podgorica ima najnižu relativnu vlažnost tokom ljeta; međutim, tokom ove sezone ostaje značajno visok zbog blizine mora, udaljenog samo 13km u pravoj liniji. Generalno, područja koja se nalaze na višim nadmorskim visinama, kao što su Pljevlja, obično imaju višu prosječnu relativnu vlažnost. Ipak, ukupnu klimu Crne Gore karakterišu umjereni nivoi vlažnosti u rasponu od 55% do 85%, što se smatra najpovoljnijim za zdravlje ljudi (Burić, 2020).

Što se tiče oblačnosti, najveći prosječni nivo ima teritorija Berana, Kolašina i Pljevalja. Crkvice, koje se nalaze ispod Orjena u Krivošijama, zabeležile su najveću godišnju količinu padavina u Evropi, sa 4.742 mm. Među urbanim sredinama, Cetinje ima najveće padavine 3.391 mm, a Pljevlja najmanje 796 mm. Naime, najveći nivoi padavina se javljaju u novembru na svim lokacijama, sa izuzetkom Pljevalja, što ukazuje na uticaj mediteranske klime. Što se tiče udela snežnih padavina u ukupnim padavinama, priobalni regioni imaju minimalno učešće od samo 2%, koje se povećava na 20% kako se kreće ka unutrašnjosti (Ćeranić et al., 2023).

U Crnoj Gori dominiraju južni vjetrovi i bura. Bura se karakteriše kao pretežno jak i bujičan vetar, koji obično rezultira smanjenjem temperature, oblačnosti i vlažnosti vazduha. Ovaj vetar prvenstveno potiče sa severoistoka i severa, obično traje od tri do sedam dana. Suprotno tome, jug se odnosi na južni ili jugoistočni vetar koji putuje od mora ka kopnu; to je topao i vlažan vetar koji donosi oblake i padavine. Ovaj vetar se često manifestuje kao jak povetarac u većini dana. Pored toga, masteralni vetar se primećuje duž primorskog regiona tokom toplije polovine godine; to je blagi povetarac koji se javlja po vedrom vremenu, pruža osvežavajući efekat, a nastaje zbog diferencijalnog pritiska vazduha između mora i kopna (Ćeranić et al., 2023).

Navedeni faktori ocrtavaju klimatsku regionalizaciju Crne Gore, dovodeći do identifikacije sledećih različitih tipova klime:

Priobalni region pokazuje jadransko-mediteranski tip klime, koji pokazuje samo male varijacije od tipične submediteranske klime. Ovu klimu odlikuju prijatne karakteristike, uključujući produžene periode toplih i suvih leta, kratke blage i kišne zime i relativno male temperaturne fluktuacije između zimskih i letnjih meseci. Modifikovana mediteranska klima je klimatska klasifikacija koja se nalazi u regionima izloženim Jadranskom moru, posebno u područjima kao što su Skadarsko-podgorička i Bjelopavlovička ravnica. Ovaj tip klime karakterišu toplija ljeta i hladnije zime u odnosu na jadransko-mediteransku klimu. Pored toga, klima koja se posmatra u Nikšić polju služi kao prelazna zona između ove dvije klimatske klasifikacije. Umereno-kontinentalna klima se javlja na ograničenom području koje obuhvata dolinu Lima i pojedinih pritoka, kao i dolinu Ćehotine i manje delove u dolinama Tare i Pive. Ovu klimu definišu leta koja su umereno topla i zime umereno hladne sa snežnim padavinama. U okviru ove klimatske klasifikacije evidentne su različite prelazne sezone.

Planinska klima obuhvata više od pedeset procenata područja, posebno na nadmorskim visinama većim od 1000 metara u južnim regionima i preko 800 metara u centralnim i severnim oblastima. Ovu klimu karakterišu kratka, prohladna leta i hladne, snežne zime. U trajanju od tri do četiri meseca, zimske temperature konstantno pokazuju negativne vrednosti (Ćeranić et al., 2023).

Prema analizama HMZCG-a, srednja godišnja temperatura kreće se od 4,6 °C na izdvojenim severnim visinama kao što je Žabljak, do približno 15,8 °C duž obale. Godišnja suma padavina varira od oko 800 mm u sjevernim ravnicama (Pljevlja) do preko 5.000 mm u južnozapadnim planinskim delovima (Crkvice). Padavinske epizode su najčešće u novembru, dok su jul i avgust najsušniji meseci (Zavod za hidrometeorologiju i seizmologiju Crne Gore, 2025).

Klimatski trendovi pokazuju značajan porast srednjih godišnjih temperatura između dva posmatrana perioda (1951–1980. nasuprot 1981–2010.), naročito u toplijem delu godine. Porast je izražen na severu i u primorskim predelima (Podgorica, Paštrovića primorje), dok padavine ne pokazuju značajnije promene meteologos.rs. Ipak, zabeležen je porast intenzivnih padavinskih epizoda, uz veću varijabilnost toplih i hladnih ekstremnih temperatura. Klima Crne Gore je složen spoj primorskih, kontinentalnih i planinskih uticaja. Osigurava dug letnji period pogodan za turizam na moru, ali isto tako nudi i zimske predele pogodne za aktivni i zimski turizam. Pritom, sve izraženiji klimatski trendovi ukazuju na globalno zagrevanje i lokalno pojačanu toplotu, što turističke aktere upućuje na potrebu adaptacije – npr. kroz zaštitu vodenih sistema, razvoj zelene infrastrukture i prilagođavanje sezonskih ponuda. U tom kontekstu, klimatološki podaci i trendovi HMZCG predstavljaju neophodnu osnovu za sveobuhvatno planiranje i dugoročno upravljanje turističkim razvojem u Crnoj Gori.

Crna Gora, kao klimatski i geografski raznolika zemlja, suočava se sa sve izraženijim posledicama klimatskih promena koje neravnomerno pogađaju različite turističke regione. Zbog

prostorne heterogenosti – od jadranskog priobalja, preko karstnog zaleđa, do visokoplaninskih područja – efekti globalnog zagrevanja, promene u obrascima padavina, učestalost ekstremnih vremenskih pojava i degradacija prirodnih resursa manifestuju se u različitim oblicima, sa specifičnim implikacijama po turističku ponudu i razvojnu politiku.

PRIMORSKA KLIMA

Herceg Novi ima prosečnu godišnju temperaturu od oko 16,2 °C i prima približno 1.930 mm padavina, dok je relativna vlažnost zimi između 75–80 %. Padavine su koncentrisane u zimskoj sezoni, a jul i avgust su sušni. Bar, centralni primorski grad, beleži junske maksimalne temperature od oko 30 °C, dok dnevna temperatura mora u julu i avgustu dostiže 24–25 °C, uz padavine od samo 30 mm u julu (Ćeranić et al., 2023).

PLANINSKO ZALEĐE I EKSTREMNI TALASI PADAVINA

Iza Kotorskog zaliva, u širem planinskom pojasu (Orjen), pada i preko 5.000 mm padavina godišnje, što je jedan od najvećih padavinskih prihoda u Evropi. Crkvice, kao primer tezone, beleže godišnje proseke od oko 4.530 mm, dok su ekstremne vrednosti zabeležene i do 9.600 mm (Ćeranić et al., 2023).

KONTINENTALNE I PLANINSKE ZONE

U unutrašnjosti, na primer na Žabljaku (oko 1.450 m), prosečna najniža temperatura iznosi −5 °C u januaru, a najviša oko 12–13 °C u julu; sneg može da se zadrži više od 70 dana godišnje. Na prostoru Berana, na oko 700 m nadmorske visine, prosečne letnje temperature se kreću između

25–27 °C, dok zimi padaju do −5 °C, uz godišnje padavine od 7000 mm, najintenzivnije u kasnu jesen (Ćeranić et al., 2023).

PRIMORSKI REGION (BUDVA, KOTOR, BAR, ULCINJ)

Turistička infrastruktura na crnogorskoj obali Jadrana najizloženija je uticajima klimatskih promena, posebno kroz porast nivoa mora, povećanu učestalost toplotnih talasa i eroziju obale. Prognoze Zavoda za hidrometeorologiju i seizmologiju Crne Gore (ZHMSCG) ukazuju da bi porast temperature mora i vazduha mogao skratiti prolećne i jesenje prelazne sezone, dok će letnji period postajati nepodnošljivo vruć, s čestim temperaturama iznad 35 °C. Osim rizika po zdravlje turista (toplotni udari, UV zračenje), dolazi i do opterećenja elektroenergetskih i vodnih resursa, naročito u visokoj sezoni. Istovremeno, zabeležen je rast zagađenja mora i obalnih voda usled loše regulisanog upravljanja otpadom i kanalizacijom, što direktno ugrožava kvalitet kupališnog turizma. Erozija plaža – posebno u Ulcinjskoj rivijeri – već sada iziskuje sanacione i adaptivne mere, uključujući izgradnju obalnih fortifikacija i relokaciju ugroženih sadržaja (Ćeranić et al., 2023).

CENTRALNA RAVNIČARSKA ZONA (PODGORICA, DANILOVGRAD, NIKŠIĆ)

Prema Ćeranić et al. (2023), u ovom regionu dominira umereno-kontinentalna klima sa izraženim letnjim toplotnim talasima i zimsko-prolećnim hidrološkim rizicima (poplave, bujice). Podgorica, kao glavni grad i važan tranzitni centar za turiste, beleži značajan porast prosečnih temperatura (npr. preko 45 dana godišnje sa temperaturama iznad 35 °C). Klimatske promene utiču i na ekološke kapacitete Skadarskog jezera, gde se evidentira smanjenje vodostaja i eutrofikacija,

što ugrožava ribarstvo, posmatranje ptica i ekoturističke aktivnosti. Klimatski stres u ovom regionu može destimulisati razvoj kontinentalnog turizma ako se ne obezbedi dovoljna zelena infrastruktura i rashladni ambijent (npr. javni prostori sa vegetacijom, urbane oaze).

PLANINSKI REGION (DURMITOR, BJELASICA, PROKLETIJE, ŽABLJAK, KOLAŠIN)

Visokoplaninske zone Crne Gore koje zavise od zimskog turizma najviše su pogođene promenom snežnog režima. Prema analizama HMZCG, poslednjih decenija beleži se pad snežnog pokrivača za više od 15% u trajanju, uz povećanje broja dana s kišom tokom zime. Takve promene ugrožavaju profitabilnost ski-centara kao što su Savin Kuk, Kolašin 1600 i 1450, jer se skraćuje sezona i raste potreba za veštačkim osnežavanjem. Osim toga, rast temperatura podstiče biološke promene – povlačenje vegetacionih zona, ugroženost planinske faune i eroziju zemljišta. Letnji planinski turizam, međutim, beleži rastuću tražnju (trekking, biciklizam, etno-turizam), ali je uslovljen dostupnošću vodenih resursa i očuvanjem ekosistema (Bjelić et al., 2025).

SKADARSKO JEZERO I ZALEĐE (RIJEKA CRNOJEVIĆA, VIRPAZAR, PLAV)

Ova zona, bogata močvarnim, jezerskim i rečnim ekosistemima, podložna je sezonskim poplavama, ali i velikim oscilacijama u vodostaju, što utiče na plovidbu, ribolov i rekreativne aktivnosti. Klimatske projekcije ukazuju na sušnija leta i intezivnije zimske padavine, koje mogu uzrokovati velike hidrološke nestabilnosti. Ugrožena je i biološka raznovrsnost – posebno staništa ptica močvarica koje su ključna atrakcija za ornitološke turiste. Održavanje kvaliteta voda i prilagođavanje infrastrukture su nužni kako bi se obezbedila otpornost turističkih kapaciteta. Klimatske promene predstavljaju višedimenzionalni izazov za crnogorski turizam, koji se

manifestuje kroz eroziju obale, ekstremne temperature, skraćenje snežne sezone i hidrološke nestabilnosti. Iako je zemlja bogata prirodnim resursima i pejzažnom raznolikošću, samo strateškim planiranjem i uvođenjem adaptivnih mera – kao što su zelena infrastruktura, energetska efikasnost, očuvanje biodiverziteta i redistribucija turističkog opterećenja – moguće je obezbediti otpornost sektora. U tom smislu, poželjno je dalje razvijati regionalno specifične strategije adaptacije koje će uzeti u obzir lokalne klimatske karakteristike i socioekonomski kontekst, u skladu sa ciljevima održivog razvoja i klimatskih politika Evropske unije (Ćeranić et al., 2023).

3.4 HIDRPGRAFIJA CRNE GORE

Crnu Goru karakteriše raznolika lepeza hidroloških oblika i pojava. Jadransko more se izdvaja kao najznačajnije vodno tijelo, upotpunjeno obiljem unutrašnjih voda koje proizilaze iz njegovog jedinstvenog geografskog položaja, klime i geomorfoloških karakteristika. Kao obalna mediteranska država, Crna Gora ima izlaz na Jadransko more, koje obuhvata dvanaest milja ili 4.800km² njenih voda. Od ukupne dužine kontinentalne i ostrvske obale Jadranskog mora, koja iznosi 316km, na Crnu Goru otpada oko 4% (Spalevic, 2024). U Crnoj Gori prosječni godišnji nanos vode po metru kvadratnom iznosi 1798 mm. Ova brojka je značajna, jer je karakteristika koju deli samo nekoliko nacija u zapadnoj Evropi koje primaju padavine iz Atlantskog okeana. Iako se Crna Gora smatra jednom od najbogatijih zemalja u Evropi u pogledu vodnih resursa, određeni regioni imaju nepovoljnije prirodne uslove, što dovodi do nedovoljne dostupnosti vode i za stanovništvo i za privredu (Barovic et al., 2021).

Preko 75% kopnene mase Crne Gore sastoji se od krečnjaka. Voda prolazi kroz kanale i pukotine unutar ovih krečnjačkih formacija, pokretana pritiskom. U Crnoj Gori preovlađuje kraška topografija. Iako postoji značajan obim padavina, predeli su klasifikovani kao aridni regioni.

Ljudsko stanovanje na ovim prostorima je izvodljivo isključivo prikupljanjem kišnice u cisternama. Hidrografske karakteristike terena u severnim i severoistočnim regionima zemlje značajno se razlikuju. Prisustvo vodootpornih stena na ovim prostorima dovodi do pojave izvorske vode koja hrani brojne izvore i vodotoke (Barovic et al., 2021).

Crna Gora je dom značajnih kraških izvora, posebno toplih izvora. Ovi izvori se mogu kategorisati u tri različita tipa na osnovu mesta njihovog nastanka: pećinski izvori, izvori u pukotinama i skriveni izvori, zajedno sa podvodnim izvorima i drugim varijantama. Po svojoj estetskoj privlačnosti, pojedini pećinski izvori su izvor Obod, koji je izvor rijeke Crnojevića, kao i izvori Sopot i Spilo koji se nalaze na području Risna, te izvor Bistrica u Bjelopolju. Skriveni izvori, koji tipično izviru ispod strmih krečnjačkih litica, uključuju Manastirsko vrelo unutar Beranske kotline, Perućicu u Donjoj Zeti i Ljutu duž obale. U kraškom predelu preovlađuju izvori pukotina, a ovu kategoriju predstavljaju Vukovo vrelo i Vidrovana vrela koja se nalaze u Nikšićkom polju. Primorski region se može pohvaliti brojnim slanim izvorima, od kojih je većina koncentrisana oko Boke Kotorske. Pored toga, obalu obilježavaju različiti slatkovodni morski izvori, posebno topli izvori, sa najvećom koncentracijom na području Volujice, koje se nalazi između Ulcinja i Srebrne obale, kao iu Bokokotorskom zalivu.

Skadarsko jezero odlikuje se brojnim izvorima poznatim kao jezerske oči, među kojima je najdublje Raduško oko. Muljovine, ili tajne, predstavljaju posebno retku hidrološku pojavu u kraškim sredinama. Ovaj jedinstveni tip izvora karakteriše naizmeničan tok vode (Barovic et al., 2021). U Crnoj Gori, mineralni izvori se nalaze u četiri različita regiona. Tu spadaju sumporne termomineralne vode koje se nalaze u blizini Ulcinja, slane mineralne vode u Igalu, termomineralne vode duž korita Komarnice i ugljeno-kisele mineralne vode koje se nalaze u slivu Lima i Ibra (Spalevic, 2024). Iskorišćavanje termomineralnih izvora u Ulcinju kao dio sektora

zdravstvenog turizma tek treba da se implementira. Nasuprot tome, Igalo je razvio banjski turizam, privlačeći značajan broj posetilaca zbog mineralne vode i mineralnog blata dostupnog u oblasti izvora (Vučetić & Delić, 2004).

Crnogorske reke se ulivaju u dve vodene površine: Jadransko i Crno more. Jadranski sliv obuhvata nekoliko kratkih potoka duž obale, uključujući Moraču sa Zetom, Rijeku Crnojevića i Bjanu. U okviru primorja, Sutorina je prepoznata kao najduži potok u Boki Kotorskoj. Naime, Grđevica i Bečićka reka su najistaknutije na Budvanskoj rivijeri, dok Reževićka reka ima značaj na području Reževića. Željeznica i Rikavac su značajni potoci koji se nalaze duž barske obale. U poređenju sa ostalim regionima Crne Gore, Ulcinjsko primorje ima obilnije vodosnabdijevanje. Hidrografska mreža na ovom području obuhvata Bratičku reku, kao i Malu i Veliku Brdelu, Miđansku reku i Rastičku reku. Pored toga, reke Piva, Tara, Lim i Ćehotina su deo sliva Crnog mora (Barovic et al., 2021).

Značajan deo voda u Crnoj Gori čine njena jezera. Skadarsko jezero se posebno ističe kao najveća slatkovodna površina u regionu. Među jezerima na području Ulcinja izdvajaju se Zogajsko i Šaško jezero. Pored toga, planinski teren je dom za trideset tri planinska jezera, koja se često nazivaju "planinskim očima", pored brojnih bara i lokva. Pored ovih prirodnih vodnih tijela, postoji sedam vještačkih jezera, koja se koriste u svrhe kao što su proizvodnja električne energije, navodnjavanje, vodosnabdijevanje i industrijske potrebe (Barovic et al., 2021).

3.5 BILJNI I ŽIVOTINJSKI SVET CRNE GORE

Na teritoriji Crne Gore živi veliki broj biljnih vrsta koje je uneo čovek. Posebno se među ovim vrstama ističu krompir i kukuruz koji se koriste u poljoprivredi, kao i bagrem i razne vrste agava koje se nalaze duž obale (Radak et al., 2025). Istovremeno, crnogorsku faunu obilježava

značajno bogatstvo i raznovrsnost. Raznolikost prirodnih pejzaža, zajedno sa različitim tipovima šuma, biljnim vrstama i klimatskim uslovima, uticala je na obilje divljih životinja. Ipak, fauna Crne Gore ne pokazuje značajne razlike u poređenju sa susednim biogeografskim regionima u južnoj i centralnoj Evropi (Milanović et al., 2021).

Crna Gora je dom za 65 vrsta sisara. Među kopitarima najbrojnije su divlje svinje, koje naseljavaju listopadne šume. Divokoza i srna se prvenstveno nalaze u nacionalnim parkovima. Nasuprot tome, došlo je do značajnog smanjenja populacija mesoždera, uključujući divlje mačke, lisice, vukove i šakale. U nešto većoj meri zastupljene su životinje koje nose krzno kao što su vidre, jazavci, zečevi. Mrki medved se može naći u raznim planinskim predelima. Ježevi i krtice naseljavaju sva područja, dok slepi miševi obitavaju u pećinama (Milanović et al., 2021).

U Crnoj Gori je dokumentovano preko 300 vrsta ptica. Soko je najzastupljenija vrsta u visokim planinskim predelima, dok su beloglavi sup i orao beloglavi ređi. Šume obezbeđuju staništa za različite ptice, uključujući tetrijeba, detlića i slavuja, zajedno sa značajnim brojem ptica pevačica koje se nalaze na pašnjacima i livadama. Skadarsko jezero je prepoznatljivo po svojoj bogatoj ptičjoj raznovrsnosti, koja služi kao stanište brojnim vrstama kao što su čaplje, kovrdžavi pelikani, gnjurac, kormoran i mnoge druge. Pored toga, područje Skadarskog jezera je prepoznato kao ključno zimovalište ptica selica koje potiču iz severnih delova Evrope (Spalevic, 2024).

Faunu slatkovodnih riba karakteriše značajan broj endemskih vrsta. Skadarsko jezero se ističe po tome što ima više od 45 vrsta ribe. Među njima se posebno ističu uklevi i skobalji zbog njihovog ekonomskog značaja (Milanović et al., 2021). U planinskim jezerima i rekama mogu se naći potočna pastrmka i mladice, dok je zastupljenost kalifornijske pastrmke u porastu kao rezultat poribljavanja. Istovremeno, fauna Jadranskog mora pokazuje veliku raznolikost, u priobalnim područjima obitavaju rakovi, školjke i puževi, dok dublja područja takođe vrve raznim vrstama.

Jastozi se mogu naći u raznim delovima. Među ribama, najzastupljenije vrste su sardine, tunjevina, skuša, vrpca i određene vrste ajkula. Lignja se ističe kao najzastupljeniji glavonožac, dok se delfin ističe kao najzastupljeniji sisar. Duž peščane obale postoji stanište dugorepanih rakova, gambora i brojnih školjki (Milanović et al., 2021). Fauna Crne Gore obuhvata domaće vrste kao što su goveda, koze, ovce, svinje, konji i živina. Različiti faktori, uključujući uništavanje staništa, lov, proširenje poljoprivrede, seču i degradaciju šuma i drugih ekosistema, doprineli su ovim promenama (Milanović et al., 2021).

3.6 STANOVNIŠTVO I PRIVREDA CRNE GORE

Crna Gora, iako mala po teritoriji i broju stanovnika, predstavlja demografski i privredno raznoliku zemlju sa izraženim regionalnim razlikama i snažnim osloncem na tercijarni sektor, posebno turizam. Prema preliminarnim rezultatima Popisa stanovništva iz 2023. godine, Crna Gora ima oko 633.000 stanovnika, pri čemu je koncentracija populacije najveća u centralnim i primorskim oblastima – naročito u opštinama Podgorica, Nikšić, Bar, Budva i Herceg Novi – dok severni regioni beleže trend depopulacije, što je u skladu sa širim evropskim migracionim obrascima. Stanovništvo Crne Gore karakteriše visok stepen urbanizacije (preko 60% stanovnika živi u urbanim sredinama), uz izražen unutrašnji migracioni tok iz severnih opština ka jadranskoj obali i glavnom gradu. Demografski izazovi uključuju nizak prirodni priraštaj, starenje stanovništva i iseljavanje radno sposobnog kontingenta, što direktno utiče na tržište rada, produktivnost i potencijal za održivi razvoj. Multietnička i multikonfesionalna struktura (Crnogorci, Srbi, Bošnjaci, Albanci i Hrvati) dodatno oblikuje društvenu dinamiku zemlje, posebno u kontekstu lokalnog razvoja i turizma, gde kulturna raznolikost može predstavljati važan resurs.

Privreda Crne Gore zasniva se na kombinaciji uslužnog, industrijskog i poljoprivrednog sektora, pri čemu uslužne delatnosti – naročito trgovina, transport i turizam – čine dominantan deo bruto domaćeg proizvoda (BDP). Prema podacima MONSTAT-a, turizam sam generiše između 20–25% ukupnog BDP-a, čime se Crna Gora svrstava među zemlje sa najvećom zavisnošću od turizma u Evropi. Ostale važne grane uključuju energetiku (hidro i termoelektrane, kao i sve veći fokus na obnovljive izvore), rudarstvo, građevinarstvo i metaloprerađivačku industriju (posebno u Nikšiću i Pljevljima). Poljoprivreda je regionalno važna, naročito u Zetskoj ravnici i na severu (proizvodnja mleka, mesa, voća i povrća), ali se suočava sa problemima strukturne modernizacije i demografskim opadanjem ruralnog stanovništva.

Tržište rada u Crnoj Gori karakteriše visoka sezonska fluktuacija, usled čega je stopa zaposlenosti u turističkoj sezoni znatno viša nego van nje. Stopa nezaposlenosti varira, ali se prema poslednjim podacima iz 2024. godine kreće oko 13–15%, pri čemu su mladi i žene posebno pogođene grupacije (MONSTAT, 2025). U sektorima turizma, ugostiteljstva i trgovine dominantni su oblici kratkoročnog i sezonskog angažovanja, što stvara izazove u pogledu stabilnosti radnih mesta, zaštite radničkih prava i razvoja ljudskog kapitala. Dodatno, Crna Gora se nalazi u procesu evropskih integracija, što podrazumeva usklađivanje ekonomskih i regulatornih politika sa standardima EU, uključujući i oblasti održivog razvoja, zaštite životne sredine, digitalizacije i cirkularne ekonomije. Ti procesi, iako zahtevni, mogu predstavljati značajan okvir za modernizaciju crnogorske privrede, diversifikaciju turističke ponude i unapređenje demografske politike kroz podsticanje lokalnog razvoja i povratka iseljenika.

3.7 ANALIZA TURISTIČKIH RESURSA CRNE GORE

Sveobuhvatna analiza turističkih resursa Crne Gore pruža osnovu za formulisanje strateških mera usmerenih ka diverzifikaciji ponude, jačanju kapaciteta lokalnih zajednica i uspostavljanju ravnoteže između rasta turizma i zaštite vrednosti koje ovu destinaciju čine jedinstvenom.

3.7.1 PRIRODNI TURITIČKI RESURSI

Prema zvaničnoj statistici Crne Gore, prirodne znamenitosti su definisane tako da obuhvataju nacionalne parkove, spomenike prirode, posebne predele, dodatna područja zaštićena opštinskim odlukama i rezervate prirode. U okviru ukupne površine Crne Gore, koja iznosi 106.655km², 7,72% je označeno kao zaštićeno zemljište. Skupština Crne Gore je 1952. godine proglasila Lovćen, Durmitor i Biogradsku goru nacionalnim parkovima. Potom je Skadarsko jezero dobilo status nacionalnog parka 1983. godine, nakon čega je uslijedilo proglašenje Nacionalnog parka Prokletije odlukom Skupštine Crne Gore 2009. godine (Radojičić, 2015). Važno je napomenuti da su ovi nacionalni parkovi dostupni javnosti. Posebnost crnogorskih nacionalnih parkova je njihova relativno mala veličina.

Region koji karakteriše očuvano, raznoliko i složeno prirodno okruženje, uporedivo sa samo nekoliko odabranih lokacija na globalnom nivou (Radojičić, 2015). Nacionalni parkovi su klasifikovani kao drugi stepen zaštite u skladu sa IUCN kategorijama zaštićenih područja. Spomenici prirode obuhvataju prirodne atrakcije koje spadaju u III do V stepen zaštite IUCN kategorije zaštićenih područja. Tu spadaju: Đalovića klisura, Lipska pećina, pećina Magara, pećina Globočica, pećina Spila koja se nalazi kod Trnova, pećina Babatuši, Novakovića pećina kod

Tomaševa, Jama Duboka do u Njegušima, kanjon Pive, kanjon reke Komarice, zajednica bora na Ljubišnji, opština Pijela i Durmi, zajednica Bjelana i Durmi. Lovćen, kao i plaže uz obalu Skadarskog jezera na kojima se nalaze Velika Ulčinjska, Mala Ulčinjska, Valdanos, Velji Pesak, Toplići, Sutomore, Lučica u Petrovcu, Pećin, Buljarija, Plaža Petrovac, Drobni Pesak, Sveti Stefan, Miločer, Plaža Mogre, Plaža Močer, Plaža Mogre, Plaža Bej Prčić. Savinska Dubrava u Herceg Novom, botanički rezervat lovora i oleandera koji se nalazi iznad vrela Sopot kod Risnog, botanička bašta planinske flore u Kolašinu, botanička bašta general Kovačević u Grahovu, kao i parkovi „13. jul" i „Njegošev park" na Cetinju, park uz gradski park „Boka" i hotel „Top" u Herceg Novom, „Boka gradski park" u Herceg Novom. (Radojičić, 2015). Prirodne atrakcije klasifikovane kao posebni prirodni pejzaži spadaju u III stepen zaštite u okviru IUCN kategorija zaštićenih područja. Značajni primjeri su brdo Spas iznad Budve, poluostrvo Ratac sa Žukotrljicom, ostrvo Stari Ulcinj i brdo Trebjesa koje se nalazi u blizini Nikšića (Radojičić, 2015).

Kako je navedeno u opštinskoj odluci, dodatni regioni obuhvataju prirodne atrakcije svrstane pod III stepen zaštite u okviru IUCN kategorije zaštićenih područja. Ovo se posebno odnosi na Bokokotorsko-Risanski zaliv koji se nalazi u opštini Kotor (Radojičić, 2015).

Rezervati prirode obuhvataju prirodna područja koja imaju stepen zaštite klasifikovan u IUCN kategoriju zaštićenih područja. U kontekstu NP Skadarsko jezero, oblasti interesovanja su Manastriška tapija, Pančevo oko, Crni žar, Grmožur, Omerova Gorica. Nasuprot tome, u NP Durmitor fokus je na Crnom Podu (Radojičić, 2015). Nasuprot tome, međunarodno priznata prirodna zaštićena područja uključuju sliv reke Tare, koji je proglašen UNESCO-ovim svetskim rezervatom biosfere; Durmitor, zajedno sa kanjonom Tare, uvršten na Uneskovu svetsku prirodnu baštinu; Bokokotorsko-Risani zaliv, koji je proglašen UNESCO-vom svjetskom prirodnom i kulturnom baštinom; i Skadarsko jezero (Radojičić, 2015).

Tabela 2. Analiza po turističkim regionima

Regija	**Ključne atrakcije**	**Tip turizma**
Primorski region	Budva, Kotor, Ulcinj, Herceg Novi	Letnji turizam, kulturni, luksuzni
Centralni region	Cetinje, Skadarsko jezero, Podgorica	Istorijski, vinsko-gastronomski, kongresni
Severni region	Durmitor, Biogradska gora, Prokletije, Plav	Avanturistički, eko-turizam, zimski

Izvor: istraživanje autora

MORSKA OBALA I PLAŽE

Morska obala Crne Gore, duga približno 293km, obuhvata 73km plaža različite morfološke strukture (peščane, šljunkovite, stjenovite). Klimatske karakteristike obalnog pojasa definiše izražena mediteranska klima, sa dugim, suvim letima i blagim zimama, što omogućava produženu sezonu boravka turista u otvorenom prostoru. Najintenzivniji razvoj turizma koncentrisan je u zonama Budve, Herceg Novog, Bara i Ulcinja. Budvanska rivijera raspolaže sa visokim stepenom infrastrukturne razvijenosti i dominira u segmentu masovnog i luksuznog turizma. Posebno je značajna Slovenska plaža kao primer urbanizovane turističke infrastrukture, dok plaže Mogren i Jaz poseduju veću prirodnu očuvanost. Ulcinjska rivijera, sa Velikom plažom dužine 13km i Adom Bojanom, predstavlja jedinstven prostor za razvoj selektivnih formi turizma, uključujući kitesurfing, eko-turizam i naturizam. Plaže u zalivu Boke Kotorske (npr. Njivice, Savina Dubrava) karakteriše visoka ekološka vrednost i potencijal za razvoj manjih održivih kapaciteta u skladu sa nosivošću prostora. Međutim, ekološke pretnje, uključujući zagađenje obalnog pojasa, eroziju tla, nelegalnu i neplansku gradnju, predstavljaju sistemski izazov za implementaciju principa održivosti. Potrebna su precizna prostorna ograničenja i primena instrumenata integrisanog upravljanja obalnim zonama (Ministarstvo održivog razvoja i turizma Crne Gore & PAP/RAC, 2015).

Tabela 3. Morske obale i plaže

Lokalitet	Karakteristike	Turistički potencijal
Boka Kotorska	Prirodni zaliv, fjordolik oblik	Krstarenja, kulturni turizam, nautički turizam
Budvanska rivijera	Bečići, Jaz, Mogren, Sveti Stefan	Masovni i luksuzni turizam, festivali
Ulcinj	Velika plaža (13km), Ada Bojana (rečna delta)	Kitesurfing, eko-turizam, nudistički kamp
Herceg Novi	Botanička bašta, lekovito blato u Igalu	Zdravstveni turizam, mirna porodična destinacija

Izvor: istraživanje autora

PLANINSKI MASIVI I KANJONI

Planinski sistem Crne Gore obuhvata oko 60% teritorije i sadrži brojne geomorfološke formacije koje su od značaja za turizam visokog intenziteta iskustva, ali niskog intenziteta negativnog uticaja na prirodne resurse — ukoliko se pravilno planira. Među najznačajnijim masivima su: Durmitor, Prokletije, Bjelasica, Komovi, Orjen i Sinjajevina. Planina Durmitor, deo istoimenog nacionalnog parka i UNESCO-ve svetske prirodne baštine, ističe se glečerskim reljefom i kanjonom reke Tare, koji dostiže dubinu do 1.300 metara i predstavlja drugi najdublji kanjon na svetu (Bošković et al., 2025). Prokletije su najviši masiv Crne Gore (Zla Kolata – 2.534 m) sa izuzetnim potencijalom za visokogorski turizam, planinarenje i razvoj eko-sela. Bjelasica se karakteriše blažim reljefom i većim potencijalom za masovni zimski turizam (Kolašin 1450 i 1600), dok Komovi i Orjen nude uslove za razvoj sportsko-rekreativnog turizma nižeg intenziteta. Poseban značaj imaju funkcionalne veze između turizma i ruralnih zajednica u ovim područjima. Održivi razvoj planinskih resursa zahteva decentralizovani pristup i uključivanje lokalnog stanovništva u planiranje turističke ponude, kako bi se obezbedila ekonomska korist i zaštitila prirodna osnova.

JEZERA I REČNI SISTEMI

Crnogorska jezera su rezultat različitih geomorfoloških procesa (glečerskih, tektonskih i aluvijalnih), dok rečni sistemi predstavljaju važan hidrološki resurs za razvoj avanturističkih i ekoloških oblika turizma. Skadarsko jezero je najveće jezero Balkanskog poluostrva, površine oko 40.000 ha, i ima status nacionalnog parka i Ramsarskog područja. Njegova ekološka vrednost ogleda se u prisustvu preko 280 vrsta ptica, uključujući ugrožene vrste kao što je kudravi pelikan (*Pelecanus crispus*). Ekoturističke aktivnosti uključuju posmatranje ptica, edukativne rute, vinske ture i lokalnu gastronomsku ponudu (Vujko et al., 2020). Crno jezero, glacijalnog porekla, nalazi se na 1.416 m nadmorske visine u okviru NP Durmitor i predstavlja značajan resurs za jednodnevne izlete, pešačenje i edukativni turizam. Reka Tara, kao biser crnogorskih reka, poznata je po raftingu na evropskom nivou i ima status UNESCO rezervata biosphere (Bošković et al., 2025). Bojana, reka sa retkom bifurkacijom, povezuje Skadarsko jezero sa Jadranom i ima značajnu ekološku i turističku funkciju, naročito u okviru delte Ade Bojane. Upravljanje ovim resursima zahteva pažljivu balansiranost između turističke eksploatacije i očuvanja kvaliteta vode, biljnog i životinjskog sveta, što podrazumeva monitoring ekoloških pokazatelja i uspostavljanje zona ograničene upotrebe.

NACIONALNI PARKOVI

Nacionalni parkovi Crne Gore predstavljaju osnovu za sistemsku zaštitu prirodnih vrednosti i ključne su destinacije održivog turizma. Ukupno postoji pet nacionalnih parkova: Durmitor, Biogradska gora, Lovćen, Skadarsko jezero i Prokletije, koji zajedno pokrivaju oko 7% teritorije zemlje.

- **NP Durmitor**, osnovan 1952. godine, zauzima površinu od približno 39.000 ha. Uključuje kompleks planinskih vrhova, glečerska jezera i kanjon reke Tare. Predstavlja jezgro za razvoj avanturističkog, zimskog i ekološkog turizma.
- **NP Biogradska gora** sadrži jednu od poslednjih prašuma Evrope, više od 2.000 biljnih vrsta i Biogradsko jezero. Površina iznosi oko 5.400 ha, a turizam je fokusiran na edukativne sadržaje i lagane rekreativne aktivnosti.
- **NP Lovćen** zauzima površinu od 6.400 ha i predstavlja spoj prirodnih i kulturno-istorijskih vrednosti. Dominantna atrakcija je mauzolej Petra II Petrovića Njegoša, a planinarske rute i vidikovci nude značajan potencijal za tematski turizam.
- **NP Skadarsko jezero**, podeljen sa Albanijom, zauzima površinu od približno 40.000 ha. Osim bogatog ptičjeg fonda, specifičnost predstavljaju ploveći otoci i tradicionalni ribarski lokaliteti.
- **NP Prokletije**, ustanovljen 2009. godine, najmanje je razvijen u turističkom smislu, ali sa najvećim potencijalom za održivi razvoj u kontekstu očuvanosti prirodnih pejzaža i autentičnosti lokalnih zajednica.

Nacionalni parkovi su organizovani u okviru javnog preduzeća koje upravlja infrastrukturom, edukacijom i turističkom promocijom, ali je izazov u ravnomernom razvoju i uključivanju lokalnog stanovništva. Potreban je strateški pristup u cilju razvoja održivog turizma uz očuvanje prirodnog integriteta prostora.

Tabela 4. Planine Crne Gore

Planina	**Najviši vrh**	**Regija**	**Karakteristike**
Durmitor	Bobotov kuk (2.523 m)	Severo-zapad	UNESCO, glečerska jezera
Prokletije	Zla Kolata (2.534 m)	Jug	"Balkanske Alpe", netaknuta priroda
Bjelasica	Crna glava (2.139 m)	Središnji sever	NP Biogradska gora, ski-centar Kolašin
Komovi	Kučki Kom (2.487 m)	Istok	Idealno za planinarenje i eko-sela

Orjen	Zubački kabao (1.894 m)	Jugozapad	Najkišovitija planina Evrope
Sinjajevina	Torna (2.277 m)	Centralna Crna Gora	Stočni pašnjaci, seoski turizam

Izvor: istraživanje autora

Planinski predeo Crne Gore predstavlja jednu od ključnih teritorijalnih i funkcionalnih osnova za razvoj različitih oblika aktivnog i održivog turizma. Raznovrsnost prirodnih uslova, odreljena nadmorskom visinom, tipom reljefa i klimatskim karakteristikama, omogućava razvoj širokog spektra turističkih aktivnosti koje se mogu realizovati tokom cele godine (Cerović Smolović et al., 2018).

25 Planinarenje je jedna od dominantnih aktivnosti, naročito u nacionalnim parkovima Durmitor, Prokletije i Biogradska gora. Postojanje razgranate mreže uređenih i markiranih planinarskih staza različitih težina i dužina, kao i pristup planinskim vrhovima (npr. Bobotov kuk, Zla Kolata), omogućava segmentiranu ponudu prilagođenu različitim profilima turista — od rekreativaca do iskusnih planinara i alpinista. Planinarenje se u ovim područjima često kombinuje sa edukativnim turama koje promovišu očuvanje biodiverziteta i lokalnih ekosistema, čime doprinosi i ekološkoj svesti turista.

Biciklizam u planinskim predelima je u uzlaznoj putanji, posebno zahvaljujući geografskoj raznovrsnosti i raznovrsnim terenima, od lakših staza pogodnih za porodični turizam do zahtevnijih brdskih i MTB ruta. Regije oko Bjelasice, Sinjajevine i Komova posebno su pogodne za razvoj planinskog biciklizma, što doprinosi produženju turističke sezone i diversifikaciji ponude.

Alpinizam je specifičan segment visoko-planinskog turizma, koncentrisan prvenstveno na masive Durmitora i Prokletija, gde se nalaze tehnički zahtevni usponi. Razvoj ove aktivnosti zahteva infrastrukturnu podršku u vidu uređenih pristupnih puteva, planinarskih domova i škola

alpinističkih veština. Alpinizam ima potencijal da privuče međunarodne posetioce sa specifičnim interesima u ekstremnim sportovima, ali i da doprinese razvoju lokalnih vodičkih usluga i opreme. Skijanje je zastupljeno kroz ski-centre u Kolašinu (staze Kolašin 1450 i Kolašin 1600) i Žabljaku (Durmitor), koji nude infrastrukturu za alpski i nordijski skijaški turizam. Kolašin, sa relativno razvijenom hotelskom i smeštajnom infrastrukturom, predstavlja centar zimskog turizma sa potencijalom za širenje ponude kroz razvoj pratećih usluga poput spa centara i organizovanih zimskih aktivnosti. Žabljak je tradicionalno središte zimskih sportova, a njegova pozicija u okviru nacionalnog parka dodatno potencira integraciju sportskog i ekološkog turizma.

Paraglajding predstavlja specifičnu adrenalinsku aktivnost koja se realizuje na pogodnim lokacijama sa odgovarajućim vetrovnim uslovima i visinskim razlikama, kao što su Orjen i Komovi. Ovaj oblik turizma doprinosi raznovrsnosti ponude i omogućava povezivanje sa međunarodnim tržištima ekstremnih sportova.

Jahanje kao turistička aktivnost dobija na značaju kroz razvoj ruralnih i seoskih turističkih kapaciteta, naročito u oblastima Sinjajevine i Kuča, gde se održavaju tradicionalni stočarski običaji i gde je moguće organizovati jahačke ture kao deo kulturno-avanturističkog iskustva. Kampovanje zauzima značajno mesto u segmentu niskobudžetnog i ekoturizma. Uređene i licencirane kamperske zone, naročito u okviru nacionalnih parkova i zaštićenih područja, pružaju mogućnost direktnog kontakta sa prirodom, što je važno za razvoj održivih oblika turizma koji podrazumevaju minimalni uticaj na okolinu.

Eko-sela i seoski turizam predstavljaju integralni deo održivog razvoja planinskih krajeva. Autentična gastronomija, tradicionalna arhitektura i lokalni običaji čine sadržajnu ponudu eko-sela kao što su Njeguši, Plužine, Gusinje i Plav. Ovaj oblik turizma ima za cilj očuvanje kulturnog identiteta, generisanje dodatnih prihoda lokalnom stanovništvu i podsticanje održivih ekonomskih

aktivnosti u ruralnim sredinama. Sve navedene aktivnosti zajedno doprinose sezonskoj diverzifikaciji turističke ponude, smanjenju pritiska na obalne destinacije i razvoju komplementarnih oblika turizma koji se zasnivaju na dugoročnom očuvanju prirodnih i kulturnih vrednosti (Bošković, 2003; Babović i drugi, 2015; Bećagol, 2016; Smolović, 2019).

3.7.2 KULTURNO-ISTORIJSKO NASLEĐE: SPOMENICI, MUZEJI, TRADICIONALNA SELA

Kulturno-istorijsko nasleđe predstavlja ključni segment turističke ponude, jer čuva i promoviše identitet, tradiciju i vrednosti određenih zajednica i regiona. Spomenici, muzeji i tradicionalna sela služe kao svedoci bogate istorije i kulturne baštine, istovremeno doprinoseći održivom razvoju turizma kroz privlačenje posetilaca zainteresovanih za autentična i edukativna iskustva. Ova sekcija analizira značaj kulturno-istorijskog nasleđa u Crnoj Gori i njegovu ulogu u oblikovanju turističke ponude.

ARHITEKTONSKO I ARHEOLOŠKO NASLEĐE

Crna Gora poseduje bogatu i višeslojnu arhitektonsko-arheološku baštinu, čiji značaj proizilazi iz složenog istorijskog razvoja ovog prostora i uticaja različitih kultura i civilizacija. Arhitektonsko nasleđe svedoči o strateškoj poziciji Crne Gore na raskršću mediteranskog, balkanskog i srednjoevropskog kulturnog područja (Moric et al., 2021).

- **Kotor – Stari grad (UNESCO)** predstavlja jedan od najvažnijih primeraka srednjovekovne urbane arhitekture u Jugoistočnoj Evropi. Njegove gradske zidine, koje datiraju još iz rimskog perioda, sačuvane su do danas i obuhvataju brojne značajne

građevine, poput crkve Sv. Luke (izgrađene 1195. godine) i Katedrale Sv. Tripuna (iz 1166). Ove građevine ističu se značajem za proučavanje razvoja romaničke i gotičke arhitekture na ovom području. Takođe, Napoleonovo pozorište dodatno osvetljava kulturni život grada kroz istoriju (Moric et al., 2021).

- **Perast** je primer barokne arhitekture s izrazito očuvanim palatama porodica Bujović i Zmajević. Osim arhitekture, posebnu vrednost čine ostrva Gospa od Škrpjela i Sveti Đorđe, sa svojim sakralnim i istorijskim sadržajima, koji zajedno sa baroknim urbanim tkivom predstavljaju dragocenost svetske kulturne baštine (Moric et al., 2021).
- **Stari Bar** čuva tragove različitih perioda: vizantijskog, osmanskog i venecijanskog. Kompleks ruševina uključuje akvadukt i tvrđavu, što predstavlja značajan izvor podataka za proučavanje urbanizma i fortifikacione arhitekture na Balkanu (Moric et al., 2021).
- **Ulcinj – Stari grad** karakterističan je po orijentalno-mediteranskoj arhitekturi, sa očuvanim kulom Balšića i venecijanskim zidinama, što ukazuje na strateški značaj grada kroz vekove (Moric et al., 2021).
- **Duklja**, antički rimski grad u blizini Podgorice, pruža arheološki materijal vezan za razvoj ranohrišćanske civilizacije i rimske urbane kulture na prostoru današnje Crne Gore. Forum i druge građevine predstavljaju ključne elemente proučavanja rimske arhitekture i društvenih struktura (Moric et al., 2021).

SAKRALNA BAŠTINA

Sakralni objekti predstavljaju ne samo verske centre već i važne nosioce kulturnog identiteta i umetničkog stvaralaštva (Banović & Milenković, 2023).

- **Manastir Ostrog** je jedan od najznačajnijih pravoslavnih hodočasničkih mesta na Balkanu. Uklesan u liticu planine Ostrog, ovaj manastir predstavlja ne samo verski simbol već i primer integracije prirodnog ambijenta sa arhitekturom. Posebna je njegova uloga kao mesta hodočašća svih veroispovesti, što doprinosi njegovom multikulturalnom značaju (Anđelković, 2023).
- **Cetinjski manastir** je duhovno i istorijsko središte Crne Gore. Pored verske funkcije, čuva relikvije svetitelja i predstavlja simbol nacionalnog identiteta, što se reflektuje i u brojnim umetničkim delima i arhitektonskim elementima unutar kompleksa (Cetinje Historic Core – UNESCO World Heritage Centre, 2025).

Ostali značajni pravoslavni manastiri kao što su **Morača i Piva** funkcionišu kao centri verske, kulturne i umetničke tradicije, čuvajući ikonografiju, arhitekturu i književnost, što ih čini ključnim za proučavanje srednjovekovne crnogorske i šire pravoslavne kulture.

MUZEJI I KULTURNE INSTITUCIJE

Muzejske institucije u Crnoj Gori predstavljaju ključne centre za očuvanje, proučavanje i promociju kulturnog nasleđa.

- **Nacionalni muzej Crne Gore** u Cetinju obuhvata zbirku značajnih istorijskih i umetničkih dela. Sastoji se iz nekoliko odeljenja, uključujući Istorijski i Umjetnički muzej, kao i kolekcije koje sadrže Njegoševu bilježnicu i relikvije svetog Jovana Krstitelja. Ovaj muzej je centralno mesto za proučavanje crnogorske istorije i umetnosti (Vukčević & Vukčević, 2020).

- **Pomorski muzej u Kotoru** fokusiran je na bogatu istoriju pomorstva u Boki Kotorskoj, što ima značajan značaj za razumevanje ekonomskog i kulturnog razvoja regiona (Vukčević & Vukčević, 2020).

Pored ovih, značajne su i institucije kao što su Muzej Stari Bar, Muzej Perasta, Arheološki muzej Budve i Muzej Ulcinja, koje regionalno doprinose očuvanju kulturne baštine i predstavljaju lokalne istorijske tokove (Vukčević & Vukčević, 2020).

KULTURNI DOGAĐAJI

Kulturni festivali i manifestacije igraju važnu ulogu u promociji nematerijalne kulturne baštine i turističke ponude.

130

- **KotorArt**, **Grad Teatar Budva**, **Barski ljetopis** i **Filmski festival Herceg Novi** predstavljaju centralne kulturne događaje koji promovišu različite umetničke forme, od pozorišta, muzike do filma, a istovremeno služe kao platforme za afirmaciju lokalne i regionalne culture (Kraljević, 2024).

TRADICIONALNA SELA I ETNO-KULTURA

Autentična sela i etno-kulturni kompleksi predstavljaju integralne segmente kulturnog turizma, usmerene na očuvanje i prezentaciju tradicionalnog načina života, arhitekture i običaja.

- **Njeguši** je prepoznatljivo selo koje osim što je rodno mesto Petra II Petrovića Njegoša i dinastije Petrović, poznato je po specifičnim gastronomskim proizvodima, naročito njeguškom pršutu i siru, kao i očuvanoj tradicionalnoj arhitekturi (Melović & Ćirović, 2018).

- Planinska sela kao što su **Murina, Gusinje i Plav** čuvaju specifične običaje, uključujući narodne nošnje i folklorne tradicije, koje su bitan deo kulturnog identiteta i turističke ponude (Melović & Ćirović, 2018).
- **Etno sela**, kao što su **Etno selo Montenegro (Brezojevice)**, **Etno selo Nevidio (Durmitor)** i **Etno selo Kadmi (Nikšić)**, organizovani su prostori koji kombinuju turistički smeštaj sa prezentacijom tradicionalnih zanata, kuhinje i kulturnih praksi. Oni predstavljaju model za razvoj održivog kulturnog turizma koji integriše lokalnu zajednicu i čuva autentičnost (Melović & Ćirović, 2018).

Nematerijalna baština, uključujući tradicionalne muzičke instrumente (gusle), epsku poeziju o junacima, narodne igre (kolo), običaje vezane za verske i svadbene rituale, kao i mediteransku i planinsku kuhinju, ostaje vitalan element za razumevanje kulturne slojevitosti i dinamičnosti crnogorskog prostora.

3.7.3 SPECIJALIZOVANI VIDOVI TURIZMA: EKOTURIZAM, AVANTURISTIČKI TURIZAM, RURALNI TURIZAM

Ekoturizam predstavlja specifičan oblik održivog turizma koji teži minimiziranju negativnih uticaja na prirodnu sredinu, uz istovremeno očuvanje biodiverziteta i unapređenje dobrobiti lokalne zajednice. U suštini, ovaj koncept promoviše odgovorno putovanje u prirodna područja, s posebnim naglaskom na edukaciju turista, očuvanje ekosistema i aktivno uključivanje lokalnog stanovništva u procese turističke ponude. Ekoturizam u Crnoj Gori se sve više prepoznaje kao važan alat za balansiranje ekonomskog razvoja i očuvanja prirodnih resursa, pri čemu nacionalni parkovi i zaštićena područja igraju ključnu ulogu.

Jedna od najistaknutijih destinacija je Nacionalni park Biogradska gora, koji se izdvaja kao jedna od poslednjih prašuma u Evropi. Ovo područje bogato je biljnim i životinjskim vrstama, uključujući brojne endemske taksone, i pruža infrastrukturnu podršku za razvoj ekoturizma kroz uređene pešačke staze, edukativne centre i interaktivne izložbe koje posetiocima omogućavaju da steknu dublje razumevanje o važnosti očuvanja staništa (Rajović & Bulatović, 2015). Druga značajna lokacija je Skadarsko jezero, najveće jezero na Balkanu i stanište brojnih ptica selica, uključujući pelikana (Pelecanus crispus), koji je simbol zaštićenog biodiverziteta regiona. Posmatranje ptica (birdwatching), edukativni programi, kao i vožnje tradicionalnim čamcima (čunovima) omogućavaju turistima da dožive jezero na autentičan i ekološki prihvatljiv način (Rajović & Bulatović, 2015). Planinski masivi Prokletija i Komova predstavljaju destinacije izuzetne prirodne vrednosti. Njihova izolovanost, prisustvo endemskih i reliktnih vrsta, te očuvan pejzažni ambijent čine ih izuzetno pogodnim za razvoj planinarskog, naučnog i volonturizma. Turističke aktivnosti u ovim oblastima često uključuju saradnju sa lokalnim vodičima i smeštaj u domaćinstvima koja nude tradicionalnu hranu i autentično gostoprimstvo. Posebno vredno područje je i Specijalni rezervat prirode Solila kod Tivta, koji predstavlja retko očuvano močvarno stanište u mediteranskom priobalju. Ovo zaštićeno područje idealno je za posmatranje ptica i održavanje edukativnih radionica o močvarnim ekosistemima i njihovoj ulozi u očuvanju klimatske stabilnosti i biološke raznolikosti (Rajović & Bulatović, 2015).

Ekoturizam u Crnoj Gori ima potencijal da postane značajna razvojna grana kroz sledeće oblike:

- Edukativni turizam – putem organizovanih tura, radionica i seminara koji podižu svest o važnosti očuvanja prirode i promovišu naučno razumevanje ekosistema.

- Volonturizam – angažovanje turista u aktivnostima zaštite prirode, kao što su sadnja drveća, čišćenje staza ili monitoring divljih vrsta, čime se dodatno gradi osećaj odgovornosti i participacije.
- Naučni turizam – privlačenje istraživača i studenata kroz mogućnosti za terenski rad, posebno u oblastima kao što su botanika, zoologija, ekologija i klimatske nauke.

Dodatni aspekt održivosti ogleda se u uključivanju lokalne proizvodnje i angažovanju vodiča iz zajednice, što doprinosi diversifikaciji ruralne ekonomije, jačanju identiteta i kulturne autentičnosti, kao i smanjenju migracije iz udaljenih područja. Kroz prodaju lokalnih proizvoda, kao što su organska hrana, rukotvorine i tradicionalni suveniri, stvara se dodatna vrednost i veza između turista i lokalne sredine (Turalija et al., 2017; Vujko et al., 2025).

Ekoturizam u Crnoj Gori predstavlja značajnu razvojnu šansu, ali zahteva strateški pristup, multidisciplinarnu saradnju i jasan institucionalni okvir. Održivo planiranje, ekološka edukacija i participacija lokalne zajednice ključni su faktori za njegovo uspešno integrisanje u nacionalnu turističku politiku. U kontekstu globalnih klimatskih izazova i rastuće potražnje za odgovornim turizmom, Crna Gora ima potencijal da se pozicionira kao primer dobre prakse u očuvanju prirodnog nasleđa kroz ekoturističke inicijative (Rajović & Bulatović, 2015).

Avanturistički turizam predstavlja jedan od najdinamičnijih segmenata savremenog turističkog tržišta, karakterisan visokim nivoom fizičke aktivnosti, kontakta s prirodom i doživljajne autentičnosti. U okviru koncepta održivog i diferenciranog turističkog razvoja, Crna Gora se sve jasnije profilira kao atraktivna destinacija za avanturiste i aktivne turiste, zahvaljujući izuzetno raznovrsnim prirodnim resursima i rastućoj specijalizovanoj infrastrukturi. Ovaj oblik

turizma ne samo da omogućava diverzifikaciju turističke ponude van glavne sezone, već doprinosi ekonomskom osnaživanju ruralnih i planinskih oblasti (Ćulafić et al., 2023).

Jedan od najpopularnijih oblika je rafting na reci Tari, posebno na ruti Brštanovica–Šćepan Polje, koja se ubraja među najatraktivnije u Evropi zbog dubokih kanjona, brzaka i očuvane prirodne sredine. Ova aktivnost kombinuje adrenalin sa pejzažnim doživljajem i često uključuje noćenja u kampovima i eko-selima, čime se doprinosi razvoju lokalne turističke infrastructure (UNESCO, 2024). Planinarenje se najintenzivnije praktikuje na masivima Durmitora, Prokletija, Komova i Orjena, gde dobro označene staze, nacionalni parkovi i prirodni rezervati omogućavaju sigurno i sadržajno kretanje kroz visokoplaninske predele. Ove oblasti takođe privlače ljubitelje alpinizma, nordijskog hoda i ekspedicijskog turizma. Biciklizam u oblastima Bjelasice i Pive doživljava značajan porast, posebno zahvaljujući razvoju markiranih biciklističkih staza, koje povezuju prirodne atrakcije sa ruralnim domaćinstvima, planinskim kolibama i kulturno-istorijskim lokalitetima.

U kombinaciji sa razvojem e-bicikala, ovaj vid turizma postaje pristupačan i za manje iskusne korisnike. Paraglajding je atraktivna aktivnost koja se najčešće praktikuje na lokalitetima Brajići iznad Budve i na padinama Durmitora, gde pogodni vetrovi, visinske razlike i panoramski pogledi stvaraju idealne uslove za letove. Ova aktivnost, uz odgovarajuće bezbednosne standarde, privlači turiste u potrazi za jedinstvenim vazdušnim iskustvima. Jahanje konja, najčešće organizovano u okviru eko-sela na severu Crne Gore, predstavlja spoj rekreacije, kulturnog nasleđa i ruralne tradicije. Ture kroz šumske staze i planinske pašnjake omogućavaju interakciju sa prirodnim ambijentom na autentičan i nenametljiv način. Speleološki turizam je u porastu, a među posećenijim lokalitetima izdvajaju se Ledena pećina na Durmitoru i Pećina nad Vražjim

firovima kod Plužina. Ove prirodne formacije nude jedinstvene geološke i mikroklimatske karakteristike, koje, uz stručnu pratnju, omogućavaju edukativno i avanturističko iskustvo.

Crna Gora u poslednjoj deceniji beleži značajan napredak u institucionalnoj i tehničkoj podršci za razvoj avanturističkog turizma. Posebno se ističe rast broja sertifikovanih vodiča, koji obezbeđuju profesionalan i bezbedan pristup aktivnostima u zahtevnim prirodnim uslovima. Ulaganja u adrenalinske parkove, kanjoning (posebno u kanjonu Nevidio) i zip-line infrastrukturu preko reke Tare doprinose diverzifikaciji ponude i produženju boravka turista u unutrašnjosti zemlje.

49 Avanturistički turizam u Crnoj Gori ima značajan potencijal za održiv razvoj turizma, posebno u smislu smanjenja sezonalnosti, podsticanja lokalnog preduzetništva i očuvanja prirodnih resursa kroz odgovornu upotrebu. Njegova dalja valorizacija zahteva sistemsku podršku, kontinuirano unapređenje bezbednosnih i ekoloških standarda, kao i jačanje promotivne strategije usmerene ka specifičnim tržišnim nišama aktivnih i ekološki osvešćenih turista.

Ruralni turizam predstavlja oblik selektivnog turizma koji se realizuje u selima i ruralnim područjima, s naglaskom na autentičnost prostora, očuvanje tradicionalnog načina života i neposredan kontakt turista sa lokalnim stanovništvom (Hall et al., 2003). U kontekstu Crne Gore, ruralni turizam se razvija kao važna dopuna masovnim oblicima turizma, nudeći iskustva bazirana na kulturnim, gastronomskim i agroturističkim komponentama, uz visok nivo lokalne participacije i očuvanja nematerijalnog nasleđa (Barbieri & Mshenga, 2008; Broccardo et al., 2017).

Ruralni turizam u Crnoj Gori se najčešće realizuje kroz boravak u seoskim domaćinstvima, gde turisti imaju priliku da neposredno učestvuju u svakodnevnim aktivnostima domaćina. Ovo uključuje kontakt sa lokalnim stanovništvom, razmenu kulturnih obrazaca i degustaciju tradicionalne hrane, pripremljene po receptima koji se prenose generacijama. Turistički doživljaj

dodatno obogaćuju poljoprivredne radionice (npr. obrada zemlje, sadnja povrća), pravljenje sira, berba lekovitog bilja, izrada rukotvorina, kao i tradicionalne aktivnosti vezane za stočarstvo i pčelarstvo.

Neke od ključnih regija u kojima se ruralni turizam intenzivno razvija uključuju: Durmitorska sela, kao što su Pisoće i Mala Crna Gora, nude jedinstvenu kombinaciju planinskog pejzaža, tradicionalne arhitekture i lokalnih običaja. U ovim selima turisti mogu iskusiti život u izolovanom planinskom ambijentu uz aktivnosti kao što su sakupljanje šumskih plodova ili priprema kačamaka i cicvare; Katuni na Bjelasici i Sinjajevini predstavljaju sezonska pastirska naselja koja simbolizuju transhumantni način života. Boravak u katunima omogućava gostima uvid u arhaične obrasce korišćenja prostora, uključujući ljetnju ispašu, izradu mlečnih proizvoda i obrede vezane za prirodne cikluse; Regija Plav–Gusinje–Rožaje poznata je po bogatom etničkom i kulturnom diverzitetu, gde se ruralni turizam oslanja na autentične prakse lokalnih zajednica – od zanatske proizvodnje do islamske gastronomije i običaja; Sela u okolini Nikšića i Cetinja kombinuju elemente ruralnog i kulturnog turizma, nudeći posetiocima mogućnost da istraže kako tradicionalnu arhitekturu i stil života, tako i istorijske i duhovne lokalitete koji se nalaze u blizini.

Ruralni turizam nosi brojne prednosti za održivi razvoj: Produženje turističke sezone – za razliku od sezonski orijentisanog obalnog turizma, ruralne aktivnosti su dostupne tokom većeg dela godine, naročito u proleće, leto i jesen, što omogućava kontinuirani turistički tok i stabilniji prihod za lokalne aktere; Aktivno uključivanje lokalnog stanovništva – seoska domaćinstva, zanatlije, proizvođači hrane i vodiči direktno učestvuju u kreiranju i realizaciji turističke ponude, što doprinosi jačanju lokalne ekonomije i smanjenju migracije iz ruralnih područja; Očuvanje nematerijalnog kulturnog nasleđa – kroz svakodnevne aktivnosti, pripovedanje, pesmu, rituale i

pripremu hrane, ruralni turizam aktivno doprinosi prenošenju i revitalizaciji tradicija koje bi bez funkcionalne uloge mogle biti izgubljene (Cvijanović et al., 2023b).

Ruralni turizam u Crnoj Gori ima strateški značaj za balansirani teritorijalni razvoj, podstiče diverzifikaciju turističke ponude i doprinosi očuvanju kulturno-prirodnog identiteta zemlje. Njegov dalji razvoj zavisi od institucionalne podrške, unapređenja kvaliteta smeštaja i usluga, uvođenja ekoloških standarda i efikasnog marketinškog pozicioniranja na međunarodnom tržištu, posebno prema turistima zainteresovanim za autentične, participativne i održive forme putovanja.

Crna Gora, iako mala po površini, odlikuje se izuzetnom raznovrsnošću kulturno-istorijskih i prirodnih resursa, što je čini jedinstvenom destinacijom na evropskoj turističkoj mapi. Njen prostor objedinjuje mediteransku obalu, planinske masive, prašume, jezera, sela i urbane celine bogate nasleđem. Spomenici kulture, muzeji, sakralna i profana arhitektura, kao i očuvana ruralna naselja, čine temelje nacionalnog identiteta i kolektivne memorije, dok sve veće interesovanje za specijalizovane oblike turizma – kao što su ekoturizam, avanturistički i ruralni turizam – pruža mogućnost diversifikacije ponude i odmaka od masovnog, sezonskog turizma (Lane, 1993; Lane, 1994; Lane, 2001; Lane & Kastenholz, 2015).

Ovi oblici turizma doprinose ravnomernijem prostornom razvoju, smanjenju pritiska na obalna područja i aktivaciji manje razvijenih regija, posebno u planinskim i ruralnim zonama. Njihov potencijal ogleda se ne samo u ekonomskoj koristi, već i u očuvanju lokalnih tradicija, podsticanju zajedničke odgovornosti za životnu sredinu, te jačanju otpornosti zajednica na negativne efekte globalizacije i klimatskih promena.

Ključni prioriteti za dalji razvoj održivog turizma u Crnoj Gori uključuju:

- Ulaganje u infrastrukturu u ruralnim i planinskim područjima – poboljšanje puteva, vodosnabdevanja, energetskih sistema i digitalne povezanosti je preduslov za ravnomeran razvoj i privlačenje turista van dominantnih obalnih centara. Kvalitetna infrastruktura omogućava duži boravak, veću sigurnost i bolju integraciju lokalnih ponuda u širi turistički sistem.
- Digitalna promocija lokaliteta i nematerijalnog nasleđa – savremeni oblici komunikacije (veb platforme, društvene mreže, interaktivne mape, aplikacije) neophodni su za vidljivost i prepoznatljivost destinacija. Poseban akcenat treba staviti na autentične priče, lokalne vodiče i vizuelne narative koji približavaju turistima skriveni potencijal unutrašnjosti zemlje.
- Edukacija lokalnog stanovništva i vodiča – razvoj kompetencija u oblastima interpretacije kulturnog i prirodnog nasleđa, jezičkih veština, digitalnog marketinga i održivih praksi ključno je za unapređenje kvaliteta usluga i stvaranje pozitivnog iskustva za posetioce. Istovremeno, edukacija doprinosi jačanju lokalnog osećaja vlasništva i odgovornosti za očuvanje resursa.

Zaštita prirodnih i kulturnih vrednosti kroz zakonodavne i prostorne planove – integracija principa održivosti u razvojne strategije, prostorne planove i zakonsku regulativu je neophodna kako bi se osigurao dugoročni balans između turističke aktivnosti i očuvanja nasleđa. To podrazumeva ograničenje nekontrolisane gradnje, očuvanje autentičnog pejzaža i održivo upravljanje zaštićenim područjima.

Crna Gora poseduje sve potrebne preduslove za razvoj održivog i višedimenzionalnog turizma zasnovanog na vrednostima kulturnog integriteta, ekološke odgovornosti i lokalnog razvoja. Ulaganjem u infrastrukturu, znanje i promociju, kao i zaštitom resursa kroz savremene

politike i planiranje, moguće je ostvariti model turizma koji neće iscrpljivati, već dugoročno valorizovati jedinstvenu raznovrsnost crnogorskog prostora.

3.8 UTICAJ TURIZMA NA EKONOMIJU ZEMLJE

Turizam ima izuzetno važnu ulogu u ekonomiji Crne Gore, ali njegova održivost zavisi od strateškog planiranja, diverzifikacije ponude i prostorne redistribucije koristi. Neophodno je uravnotežiti ekonomske koristi sa očuvanjem životne sredine i kulturnog identiteta, kako bi se obezbedio dugoročno stabilan i otporan turistički system (Turan & Abdiu, 2025).

3.8.1 TURIZAM KAO KLJUČNI GENERATOR PRIHODA I ZAPOŠLJAVANJA

Turizam predstavlja jedan od najznačajnijih sektora crnogorske privrede, sa izuzetno izraženim uticajem na bruto domaći proizvod (BDP), zaposlenost, fiskalne prihode i regionalni razvoj. Zahvaljujući bogatstvu prirodnih i kulturnih resursa, kao i povoljnoj geografskoj poziciji, Crna Gora se tokom poslednjih decenija profilisala kao atraktivna turistička destinacija, posebno tokom letnje sezone (Monastiriotis & Zilić, 2020). Ipak, i pored impresivnih rezultata, sektor turizma pokazuje određene strukturne ranjivosti, koje su u 2024. godini došle do izražaja.

93

Prema dostupnim podacima, turizam je u 2024. godini ostvario prihod od približno 1,46 milijardi evra, što predstavlja pad od oko 3,6 % u poređenju sa 2023. godinom. Iako je broj turista ostao gotovo nepromenjen (oko 2,6 miliona posetilaca), evidentirano je oko 800.000 manje noćenja, što se pretežno odnosi na pad u segmentu privatnog smeštaja, koji tradicionalno čini veliki deo ukupne ponude (Nacionalna turistička organizacija Crne Gore, 2025; MONSTAT, 2025). Ova disproporcija između broja dolazaka i broja noćenja ukazuje na moguće promene u obrascima

ponašanja turista – kraći boravci, veći broj jednodnevnih izleta, kao i rast upotrebe neregistrovanih i alternativnih oblika smeštaja (npr. digitalne platforme i privatna razmena). Ipak, zabeležen je rast prosečne dnevne potrošnje turista, koja je u 2024. godini iznosila oko 94 evra, što je za dva evra više nego prethodne godine. Ovaj indikator sugeriše blagi porast potrošačke moći i moguće promene u strukturi turista (veći udeo gostiju iz zemalja sa višim BDP-om po glavi stanovnika). Takođe, podaci pokazuju da je u prvih deset meseci 2024. godine zabeleženo 2,5 miliona dolazaka turista, što odgovara 99,4 % dolazaka iz istog perioda 2023. godine. Paralelno, promet na crnogorskim aerodromima dostigao je 2,7 miliona putnika, uz rast od 16 %, što dodatno ukazuje na značaj avio-saobraćaja za turizam u zemlji (Nacionalna turistička organizacija Crne Gore, 2025).

Važan indikator fiskalnog značaja turizma jeste i prihod od boravišnih taksi, koji je tokom istog perioda zabeležio rast od oko 5,5 %. Ovi prihodi direktno doprinose budžetima lokalnih samouprava i najčešće se koriste za unapređenje komunalne infrastrukture, javne higijene, promociju i održavanje turističkih lokaliteta. Rast ovih prihoda može biti posledica bolje kontrole, digitalizacije prijavljivanja gostiju i postepenog suzbijanja sive ekonomije u sektoru privatnog smeštaja (Montenegro Business, 2025).

Turistički sektor je takođe ključni izvor zapošljavanja. Prema procenama OECD-a, u 2022. godini sektor turizma je direktno ili indirektno podržavao oko 55.000 radnih mesta, što je činilo 25,6 % ukupne zaposlenosti u Crnoj Gori (OECD, 2024). Direktan doprinos turizma ekonomiji iznosio je oko 1,4 milijarde evra, što je predstavljalo približno 26 % BDP-a. Ovi podaci potvrđuju visoku zavisnost crnogorske ekonomije od turizma i ukazuju na njegovu stratešku ulogu u nacionalnoj ekonomiji. Međutim, sektor se suočava sa ozbiljnim izazovima u domenu radne snage, posebno kada je reč o sezonskom zapošljavanju. Prema podacima Udruženja ugostitelja Crne

13 Gore, procenjuje se da je u letnjoj sezoni 2024. bilo potrebno preko 30.000 sezonskih radnika, što predstavlja rast od oko 20 % u odnosu na prethodnu godinu. Nedostatak radne snage delimično je posledica emigracije, demografskih trendova, ali i konkurencije u vidu bolje plaćenih poslova u inostranstvu. Ovaj problem negativno utiče na kvalitet usluga i operativnu efikasnost, posebno u sektorima ugostiteljstva i hotelskog menadžmenta.

Podaci za 2024. godinu jasno pokazuju da turizam ostaje nosilac ekonomske aktivnosti u Crnoj Gori, uprkos izazovima vezanim za smanjenje prihoda, pad broja noćenja i deficit radne snage (Montenegro Business, 2025). Ključni izazovi za naredni period odnose se na diverzifikaciju turističke ponude (proširenje na planinske, ruralne i vansezonske destinacije), jačanje institucionalne i regulatorne podrške, kao i na sistemsku obuku i zadržavanje kvalifikovane radne snage. Istovremeno, turizam mora biti integrisan u širu razvojnu strategiju zemlje kao motor regionalnog razvoja, izvor fiskalne stabilnosti i mehanizam za očuvanje kulturnih i prirodnih resursa. Samo kroz ovakav strateški okvir moguće je obezbediti da turizam i dalje bude pokretačka snaga crnogorske ekonomije u dugom roku.

Turizam u Crnoj Gori ne samo da generiše direktne ekonomske koristi, već igra i ključnu ulogu u pokretanju i ubrzavanju infrastrukturnih ulaganja, čime doprinosi širem društveno-ekonomskom razvoju. U skladu sa porastom turističke potražnje i internacionalizacijom destinacije, poslednjih godina beleži se niz infrastrukturnih i logističkih unapređenja koja su direktno ili indirektno podstaknuta turističkim razvojem (Rutešić et al., 2015).

13 Jedan od najočiglednijih pokazatelja razvoja je porast broja putnika na crnogorskim aerodromima, koji je u 2024. godini dostigao između 2,7 i 2,9 miliona, što predstavlja rast od 15–16 % u odnosu na prethodnu godinu. Ovaj trend ne samo da reflektuje povećano interesovanje stranih turista, već i opravdava ulaganja u proširenje i modernizaciju avio-infrastrukture,

uključujući kapacitete terminala, piste i uslužne kapacitete u aerodromskim zonama (Nacionalna turistička organizacija Crne Gore, 2025).

Pored tehničkih unapređenja, uvedene su i nove međunarodne avionske linije, poput direktne rute Taškent–Podgorica, čime se otvaraju nova emitivna tržišta i povećava pristupačnost Crne Gore kao turističke destinacije, naročito u okviru strateških bilateralnih saradnji. Među značajnijim projektima je i izgradnja obilaznice oko Budve, kojom se nastoji rasteretiti saobraćajna zagušenja u najposećenijem primorskom gradu tokom letnje sezone. Ovaj projekat ima šire implikacije za turistički sektor jer omogućava bržu i efikasniju povezanost između aerodroma, smeštajnih kapaciteta i turističkih lokaliteta, uz smanjenje ekološkog pritiska na urbane centre. Posebnu pažnju zaslužuju ulaganja u zimske turističke kapacitete, koja imaju za cilj produženje turističke sezone i razvoj planinskog turizma. Projekti kao što su modernizacija i proširenje ski-centara Savin Kuk i Kolašin 1600 predstavljaju strateške investicije koje mogu doprineti jačanju ponude van ljetnje sezone, omogućavajući razvoj sportskog, porodičnog i wellness turizma u planinskim regijama (Arsić et al., 2024a).

Turistički razvoj takođe indirektno podstiče unapređenje komunalne infrastrukture, uključujući vodosnabdevanje, uređenje lokalnih puteva, revitalizaciju kulturnih centara i javnih prostora. Ova ulaganja nisu namenjena samo turistima već imaju i širi pozitivan uticaj na kvalitet života lokalnog stanovništva, posebno u opštinama koje su do sada bile marginalizovane u odnosu na glavne destinacije. Dodatno, sve veći broj destinacija implementira digitalne rezervacione sisteme, turističke aplikacije i online promotivne platforme, čime se povećava efikasnost i dostupnost turističkih usluga. Digitalizacija omogućava bolju vidljivost lokalnih atrakcija, efikasnije upravljanje kapacitetima i direktnu komunikaciju sa turistima, što doprinosi jačanju konkurentnosti Crne Gore kao destinacije na međunarodnom tržištu.

34

Turizam u Crnoj Gori ima višestruku razvojnu funkciju, ne samo kao izvor prihoda i zaposlenosti, već i kao katalizator infrastrukturnog, saobraćajnog, komunalnog i digitalnog napretka. Ulaganja pokrenuta u funkciji turizma doprinose sveukupnom unapređenju životnog i poslovnog ambijenta, čime se ostvaruje sinergija između potreba turista i lokalne zajednice. Održivo upravljanje ovim procesima ključno je za dugoročnu valorizaciju investicija i za očuvanje atraktivnosti Crne Gore kao moderne, ali odgovorne destinacije (Montenegro Business, 2025).

Tabela 5. Komparativni prikaz osnovnih indikatora turističkog prometa i ekonomskog značaja turizma u Crnoj Gori za 2024. godinu

Indikator	Vrednost 2024	Promena u odnosu na 2023
Prihod od turizma	1,46 milijardi €	– 3,6 %
Broj turista	2,6 miliona	– 0,27 % (–7.000 posetilaca)
Broj noćenja	15,6 miliona	– 5 % (–800.000 noćenja)
Prosečna dnevna potrošnja turista	94 €	+ 2 €
Putnici na aerodromima	2,7–2,9 miliona	+ 15–16 %
Sezonski radnici potrebni	~30.000	+ 20 %
Zaposlenost u turizmu (OECD)	55.000 radnih mesta (25,6 % ukupnog zap.)	–
Udeo turizma u BDP-u (OECD)	26 % (~1,4 milijarde €)	–

Izvor: OECD, 2024

Iako Crna Gora i dalje uživa status jedne od najatraktivnijih turističkih destinacija u regionu, sa stabilnim brojem dolazaka i značajnim rastom transportnih kapaciteta, recentni pad u broju ostvarenih noćenja i ukupnih prihoda od turizma u 2024. godini ukazuje na potrebu za strateškom prilagodbom turističke politike**.** Ovi indikatori sugerišu da održavanje kvantitativnih pokazatelja više nije dovoljno, već da je neophodan prelazak sa modela zasnovanog na masovnosti ka kvalitativno diferenciranom i održivom pristupu razvoju turizma ((Montenegro Business, 2025)**.**

Ključne oblasti za unapređenje mogu se identifikovati u nekoliko dimenzija:

- **Diferencijacija turističke ponude** – Neophodno je dalje razvijati i pozicionirati selektivne oblike turizma (ekoturizam, kulturni, ruralni, zdravstveni, aktivni turizam) koji omogućavaju privlačenje različitih ciljnih grupa, produžavaju dužinu boravka i rasterećuju dominantne destinacije. Poseban potencijal leži u unutrašnjosti zemlje, gde postoji prostor za kreiranje jedinstvenih iskustava u skladu s principima održivosti.
- **Produženje turističke sezone** – Oslanjanje na kratku letnju sezonu čini turistički sektor izrazito ranjivim. Potrebno je osnažiti ponudu u predsezoni i postsezoni kroz organizaciju tematskih manifestacija, uvođenje programa aktivnog odmora, wellness sadržaja, kongresnog turizma i digitalnog nomadizma, uz jačanje infrastrukture u planinskim i urbanim centrima van sezone.
- **Upravljanje pritiskom u preopterećenim destinacijama** – Gradovi kao što su Kotor i Budva trpe snažan sezonski pritisak, što rezultira infrastrukturnim zagušenjima, narušavanjem lokalnog identiteta i smanjenjem kvaliteta boravka. Potrebno je uvesti mehanizme za upravljanje turističkim tokovima, kao što su kvote za kruzere, sistemi e-ticketinga za kulturne lokalitete, prostorna decentralizacija atrakcija i edukacija posetilaca o odgovornom ponašanju.
- **Rešavanje problema sezonske radne snage** – Rast potražnje za sezonskim radnicima, uz sve izraženiji deficit dostupne i kvalifikovane radne snage, zahteva sistemske odgovore. To uključuje reformu obrazovnog sistema u oblasti turizma i ugostiteljstva, unapređenje uslova rada i stimulacija domaće radne snage, ali i kreiranje programa privlačenja stranih radnika u skladu sa standardima kvaliteta i zaštite radnih prava.

Za očuvanje konkurentnosti i dugoročnu održivost turističkog sektora, Crna Gora mora preći iz faze ekspanzije u fazu konsolidacije i inteligentnog upravljanja resursima i turističkim tokovima**.** Samo kroz jasno definisane strateške intervencije koje kombinuju diversifikaciju, prostornu ravnotežu, upravljanje nosivim kapacitetima i jačanje ljudskih resursa moguće je ostvariti ravnotežu između ekonomskih koristi, očuvanja životne sredine i kvaliteta života lokalnog stanovništva.

3.8.2 DOPRINOS BDP-U KROZ UGOSTITELJSTVO, TRANSPORT I TRGOVINU

Turizam predstavlja jedan od ključnih stubova crnogorske ekonomije, sa izrazito visokim udelom u bruto domaćem proizvodu (BDP), kako po direktnim, tako i po indirektnim efektima. Prema podacima nacionalne statistike (MONSTAT) i međunarodnih organizacija kao što su Svetski savet za putovanja i turizam (WTTC) i Svetska turistička organizacija Ujedinjenih nacija (UNWTO), Crna Gora se konstantno svrstava među evropske zemlje sa najvišim procentualnim doprinosom turizma nacionalnoj ekonomiji.

Ovaj doprinos se ispoljava kroz dva osnovna kanala:

- Direktan doprinos – obuhvata prihode generisane iz sektora smeštaja, ugostiteljstva, putničkih agencija i usluga povezanih sa dolaskom turista, kao i troškove koje posetioci ostvaruju tokom boravka u destinaciji (npr. potrošnja u restoranima, muzejima, na transport i slično).
- Indirektan doprinos – uključuje aktivnosti podrške i povezanih sektora, kao što su transport (avio, drumski, vodeni), trgovina, građevinarstvo, bankarski sektor, telekomunikacije, poljoprivreda i energetika, koje posredno zavise od turističke tražnje.

-

64 Tabela 6. Direktan i indirektan doprinos turizma BDP-u

Godina	Ukupan doprinos turizma BDP-u	Direktan doprinos turizma
2019 (pre pandemije)	~28%	~11%
2020 (COVID)	~14%	~5%
2023 (oporavak)	~26%	~10.5%
2024 (procena)	>27%	>11%

Izvor: World Travel & Tourism Council (WTTC), MONSTAT

U 2019. godini, neposredno pre pandemijske krize, turizam je učestvovao sa oko 28% u ukupnom BDP-u Crne Gore, pri čemu je direktni doprinos iznosio oko 11%. Tokom pandemije COVID-19 u 2020, uloga turizma je značajno oslabila – ukupni doprinos je pao na oko 14%, a direktni na 5%, što ukazuje na visoku zavisnost zemlje od ove privredne grane. Nakon oporavka tržišta, podaci za 2023. i procene za 2024. godinu pokazuju stabilizaciju i povratak na predpandemijski nivo, sa procenjenim udelom turizma od preko 27% BDP-a u 2024. i direktnim doprinosom koji premašuje 11%. Ovi podaci potvrđuju da je turizam strukturni temelj crnogorske ekonomije, koji zahteva pažljivo planiranje, diverzifikaciju i održivo upravljanje kako bi ostao otporniji na globalne krize i istovremeno generisao koristi za lokalnu zajednicu i druge sektore privrede (Montenegro Business, 2025).

Sektor ugostiteljstva, koji obuhvata usluge smeštaja i ishrane, predstavlja ključni segment turističke privrede Crne Gore i jedan od glavnih pokretača ekonomskog razvoja zemlje. Prema podacima MONSTAT-a, u 2023. godini u sektoru ugostiteljstva bilo je zaposleno preko 20.000 radnika, što čini oko 10% ukupne radne snage u zemlji. Sezonska priroda sektora dodatno pojačava potrebe za privremenim zapošljavanjem, naročito u julsko-avgustovskom periodu kada se ostvaruje do 60% godišnjih prihoda. U tom periodu, prosečna popunjenost hotelskih kapaciteta prelazi 85%, dok se u vansezoni često spušta ispod 30%, što ilustruje izražen sezonski pad aktivnosti.

Struktura smeštajnih kapaciteta karakteriše se prevashodno formalnim hotelima i ugostiteljskim objektima srednjeg i višeg ranga (. Prema zvaničnim podacima Agencije za zaštitu životne sredine i turizam Crne Gore, u 2023. godini registrovano je oko 15.000 hotelskih soba sa 3 i više zvezdica, što čini preko 70% ukupnih formalnih smeštajnih kapaciteta. Pored toga, privatni smeštaj, koji uključuje registrovane apartmane, kuće za odmor i sobe, čini značajan deo ponude i procenjuje se da obuhvata više od 20.000 jedinica smeštaja. Među njima je visok i procenat neregistrovanih objekata, koji čine oko 25-30% ukupne ponude privatnog smeštaja, što predstavlja izazov za regulatorni okvir i fiskalnu disciplinu. Ekonomski doprinos sektora ugostiteljstva je višestruk. Prema procenama MONSTAT-a, ugostiteljstvo samostalno doprinosi između 7% i 8% bruto domaćeg proizvoda Crne Gore, dok je ukupni doprinos turizma (uključujući ugostiteljstvo) oko 27% BDP-a, čime se jasno ističe značaj ovog sektora za nacionalnu ekonomiju. Fiskalni doprinos sektora je značajan i ogleda se kroz prihode od poreza na promet, poreza na dodatu vrednost i boravišnih taksi, gde je samo prihod od boravišne takse u 2023. godini iznosio približno 15 miliona evra, sa tendencijom rasta.

Investicije u sektor, naročito u segment luksuznog smeštaja, beleže kontinuirani rast. Primeri su kompleksi poput Porto Montenegro, koji ima kapacitet od oko 500 luksuznih apartmana i vila, Portonovi sa više od 300 smeštajnih jedinica, kao i Luštica Bay, koji je postao prepoznatljiv po integrisanom pristupu razvoju sa marinama, golf terenima i wellness centrima. Ukupne investicije u ova tri kompleksa premašuju 500 miliona evra, što predstavlja značajan deo stranih direktnih ulaganja u turizam. Trendovi u potražnji ukazuju na rastući interes za održivim i luksuznim smeštajem. Podaci istraživanja tržišta iz 2024. godine pokazuju da oko 42% turista preferira smeštaj sa ekološkim sertifikatima, dok 35% daje prednost smeštaju sa wellness sadržajima. Istovremeno, digitalizacija sektora je evidentna kroz porast rezervacija putem online

63 platformi – platforma Booking.com registrovala je rast broja rezervacija za Crnu Goru od 18% u odnosu na prethodnu godinu, dok je Airbnb zabeležio povećanje broja domaćina za oko 12% (Montenegro Business, 2025).

Sezonalnost ostaje jedan od najvećih izazova, pri čemu se u julu i avgustu ostvaruje između 55% i 60% ukupnih godišnjih prihoda ugostiteljskog sektora, dok se u zimskim i prolećnim mesecima prihodi smanjuju na manje od 15%. Ovakva koncentracija otežava održivost poslovanja i radnu stabilnost, te predstavlja jedan od prioriteta za buduće strateške intervencije usmerene na

94 diversifikaciju ponude i produženje sezone. Uzimajući u obzir sve navedene podatke, jasno je da

94 ugostiteljstvo u Crnoj Gori ima izražen i višeslojni uticaj na ekonomiju, tržište rada i privredni razvoj, što zahteva kontinuiranu pažnju i koordinisane politike za unapređenje kvaliteta, regulaciju privatnog sektora i inovacije u poslovanju.

Transportni sektor u Crnoj Gori predstavlja ključnu komponentu razvoja turizma, obezbeđujući osnovne veze između destinacija, turističkih kapaciteta i emitivnih tržišta. Vazdušni, kopneni i pomorski saobraćaj funkcionišu kao integrisani sistemi koji omogućavaju pristup i mobilnost turista, ali i utiču na regionalnu povezanost i ekonomski razvoj zemlje.

Vazdušni saobraćaj realizuje se pretežno kroz dva međunarodna aerodroma – Podgoricu i Tivat, koji predstavljaju glavne ulazne tačke za veliki deo turista. U 2023. godini na ova dva aerodroma registrovano je približno 2,5 miliona putnika, što pokazuje oporavak i rast vazdušnog saobraćaja nakon pandemijske krize (Montenegro Business, 2025). Ključnu ulogu u pristupačnosti destinacije imaju niskotarifne avio-kompanije i čarter letovi, koji omogućavaju direktne veze sa velikim evropskim tržištima i značajno utiču na povećanje turističkog prometa, naročito u letnjoj sezoni. Kopneni saobraćaj, koji obuhvata putnu i železničku infrastrukturu, predstavlja izazov u pogledu regionalne povezanosti. Nedovoljno razvijena infrastruktura i loša povezanost između

severnog i južnog dela zemlje ograničavaju ravnomerni razvoj turizma i otežavaju pristup potencijalno atraktivnim destinacijama u unutrašnjosti. Ipak, izgradnja auto-puta Bar–Boljare smatra se strateškim projektom sa velikim potencijalom za integraciju severnog regiona u nacionalni turistički sistem, jer će omogućiti brži i sigurniji pristup, stimulisati investicije i povećati mobilnost turista i lokalnog stanovništva (Montenegro Business, 2025).

Pomorski saobraćaj, koji se realizuje kroz luke Bar, Kotor i Tivat, predstavlja sve značajniji segment u okviru nautičkog turizma. Luka Kotor je tradicionalno jedno od najvažnijih mesta za kruzing industriju, sa stotinama brodova i hiljadama turista koji su pre pandemije redovno pristizali tokom turističke sezone. Pomorski saobraćaj omogućava i razvoj usluga vezanih za jahte, marine, izlete i druge turističke aktivnosti, što doprinosi diversifikaciji turističke ponude i produženju turističke sezone.

Sa ekonomskog aspekta, transportni sektor direktno doprinosi turističkoj industriji sa oko 2 do 3% bruto domaćeg proizvoda Crne Gore. Indirektno, kroz logistiku, snabdevanje ugostiteljskih i hotelskih kapaciteta, kao i distribuciju roba i usluga, doprinos ovog sektora dodatno raste za dodatnih 1 do 2% BDP-a. Ova višeslojna uloga transporta potvrđuje njegovu centralnu poziciju u funkcionalnom lancu vrednosti turizma, čineći ga neophodnim segmentom za dalje unapređenje i strateški razvoj (Montenegro Business, 2025).

Sektor trgovine u Crnoj Gori, kao integralni deo turističke industrije, beleži značajne brojčane pokazatelje koji potvrđuju njegovu važnost za nacionalnu ekonomiju i lokalni razvoj. Prema podacima MONSTAT-a, promet u maloprodaji u primorskim opštinama u periodu letnje turističke sezone raste i do 150% u odnosu na vansezonske mesece, što se može pripisati značajnom prilivu turista i njihovoj povećanoj potrošnji u trgovinskim objektima. Ovaj podatak potvrđuje i analiza Agencije za zaštitu konkurencije koja beleži da turisti u proseku troše između

20% i 30% svog ukupnog budžeta na kupovinu u maloprodajnim objektima, uključujući suvenire i lokalne proizvode.

Posebnu važnost ima prodaja autentičnih lokalnih proizvoda – rukotvorina, domaćih vina, rakije, pršuta i meda – koje, prema istraživanju Instituta za ruralni razvoj Crne Gore iz 2023. godine, čine oko 12% ukupne turističke potrošnje na suvenire. Ovi proizvodi su značajan pokretač ruralne ekonomije, budući da zapošljavaju oko 3.000 radnika u poljoprivrednim i prerađivačkim delatnostima, kako navodi Ministarstvo poljoprivrede Crne Gore (2024). Pored toga, ruralne oblasti koje se bave proizvodnjom i prodajom ovih proizvoda zabeležile su rast prihoda od 8% godišnje u poslednjih pet godina, što potvrđuje njihov rastući značaj. Sezonska aktivnost trgovine u turističkim centrima direktno se reflektuje i na poreske prihode lokalnih samouprava. Prema podacima Ministarstva finansija, u periodu jula i avgusta 2023. godine prihodi od poreza na promet u primorskim opštinama povećani su za oko 35% u odnosu na prethodne mesece, dok je ukupni prihod od lokalnih taksi i naknada (uključujući i boravišnu taksu) porastao za oko 20%. Ova fiskalna dinamika omogućava značajna ulaganja u lokalnu infrastrukturu, komunalne usluge i razvoj turističke ponude, što dalje doprinosi održivosti turističkog sektora (Montenegro Business, 2025).

Sa aspekta doprinosa bruto domaćem proizvodu (BDP), trgovinski sektor povezan sa turizmom procenjuje se na oko 2 do 3% BDP-a, što je potkrepljeno analizom Svetske turističke organizacije (UNWTO) i domaćim statističkim izvorima. Ovaj doprinos odražava se u povećanoj potrošnji turista koja pokreće lanac vrednosti kroz maloprodaju, veleprodaju, logistiku i usluge pratećih sektora. Posebno perspektivna oblast u ovom sektoru je razvoj vinskih (Vuković et al., 2020) i gastro-turističkih ruta (Cvijanović et al., 2023e; Cvijanović et al., 2024b), naročito u severnim regionima Crne Gore. Prema istraživanju Turističke organizacije Crne Gore iz 2024.

187 godine, uvođenje vinskih ruta povećalo je potrošnju turista u ovim oblastima za približno 15% u odnosu na prethodnu godinu, dok je broj domaćih proizvođača uključenih u ove inicijative porastao za oko 20%. Ove rute ne samo da doprinose diverzifikaciji turističke ponude, već i produbljuju integraciju lokalnih proizvođača u turistički lanac vrednosti, otvarajući nove izvore prihoda i podstičući ruralni razvoj (Cvijanović et al., 2024c; Cvijanović et al., 2025; (Montenegro Business, 2025)).

Brojčani podaci jasno potvrđuju da trgovina, naročito ona usmerena na turističku potrošnju i lokalne proizvode, predstavlja značajan i rastući segment crnogorske ekonomije. Održivi razvoj ovog sektora zahteva kontinuirane investicije, institucionalnu podršku i unapređenje kvaliteta ponude, što je od ključnog značaja za dalju afirmaciju Crne Gore kao atraktivne i konkurentne turističke destinacije u regionu.

3.8.3 SEZONALNOST TURIZMA I EKONOMSKI IZAZOVI

Sezonalnost u turizmu označava koncentraciju turističke aktivnosti u određenim delovima godine, najčešće tokom letnjih meseci. U Crnoj Gori, turizam je izraženo sezonski sektor, sa velikim oslanjanjem na letnji primorski turizam (jun–septembar), dok su jesenji, zimski i prolećni

180 meseci znatno manje aktivni. Sezonalnost turizma u Crnoj Gori predstavlja jedan od ključnih izazova za održivi razvoj sektora, a njeni uzroci mogu se sagledati kroz višestruke dimenzije, uključujući geografske, klimatske, strukturne, infrastrukturne i marketinške faktore. Prvenstveno, geografski i klimatski uslovi značajno oblikuju sezonske obrasce turističke potražnje. Primorska klima, sa toplim i dugim letnjim periodima, idealna je za kupališni turizam, koji dominira turističkom ponudom Crne Gore. S druge strane, planinski i ruralni predeli, poput Prokletija, Bjelašnice i Durmitora, iako poseduje prirodne i kulturne potencijale, nisu adekvatno iskorišćeni

u zimskom i vansezonskom periodu, što je posledica slabije promocije i ograničene turističke infrastrukture u tim oblastima.

Struktura turističke ponude dodatno doprinosi sezonalnosti. Turizam je u velikoj meri koncentrisan na obalni pojas i model "sunce i more", koji privlači dominantno letnje goste. Nedostatak raznovrsnih celogodišnjih sadržaja, poput wellness centara, kongresnog turizma (MICE), kulturnih manifestacija ili zdravstvenog turizma, ograničava privlačnost destinacije u ostalim delovima godine. Time se smanjuju mogućnosti za ravnomernu raspodelu turističkih tokova i prihoda kroz sezonu, što negativno utiče na održivost turističkog sektora i lokalnih zajednica.

Infrastrukturna ograničenja predstavljaju dodatni faktor koji doprinosi sezonalnosti. Van glavnih letnjih centara, kao što su Budva, Kotor ili Tivat, prometna i smeštajna infrastruktura je često nedovoljno razvijena. Loša povezanost severnog dela zemlje sa ključnim emitivnim tržištima dodatno otežava pristup planinskim i ruralnim destinacijama. Na primer, saobraćajna infrastruktura u regionu Prokletija i Bjelašice nije dovoljno integrisana, što utiče na smanjenje broja turista u zimskim mesecima. Izgradnja auto-puta Bar–Boljare i unapređenje lokalnih saobraćajnica predstavljaju važne projekte za smanjenje ovih ograničenja, ali njihova potpuna implementacija još uvek nije ostvarena.

Marketinški pristup turizmu u Crnoj Gori takođe doprinosi održavanju sezonalnosti. Promotivne kampanje uglavnom su usmerene na letnju sezonu i primorsku zonu, sa naglaskom na plaže, sunce i kupanje. Planinski, seoski i kulturni potencijali, koji bi mogli privući različite profile turista tokom cele godine, nedovoljno su zastupljeni u nacionalnim i međunarodnim marketinškim strategijama. Ova neravnomernost u promociji dodatno ograničava mogućnosti za proširenje sezone i razvoj diversifikovanih turističkih proizvoda. Sve navedene dimenzije jasno ukazuju da

je za prevazilaženje sezonalnosti neophodan integrisan pristup, koji uključuje razvoj infrastrukturnih kapaciteta, diversifikaciju ponude, unapređenje marketinga, kao i intenzivniju promociju svih turističkih potencijala Crne Gore, kako bi se obezbedila ravnomernija i održivija raspodela turističkih tokova tokom godine.

Sezonalnost u turizmu Crne Gore izaziva niz značajnih ekonomskih problema koji imaju višestruke implikacije na održivost sektora i celokupnu ekonomiju. Prvi i najizraženiji izazov predstavlja neujednačenost prihoda i preopterećenje infrastrukturnih kapaciteta. Tokom letnjih meseci, kada dolazi do naglog porasta broja turista, javna i komunalna infrastruktura – uključujući saobraćajni sistem, snabdevanje vodom i upravljanje otpadom – suočavaju se sa ozbiljnim pritiscima (MONSTAT, 2023). Preopterećenje može dovesti do degradacije kvaliteta usluga i povećanja troškova održavanja. Suprotno tome, van sezone, smanjen obim turističkog prometa rezultira nedostatkom prihoda, što uzrokuje zatvaranje turističkih objekata, smanjenje zaposlenosti i nižu privrednu isplativost ulaganja, naročito u ruralnim i planinskim područjima (MONSTAT, 2023). Zaposlenost u turizmu usko je povezana sa sezonalnim kretanjima, pri čemu sezonsko zapošljavanje dominira, posebno u ugostiteljstvu i sektoru smeštaja. Podaci MONSTAT-a ukazuju da se do 40% radnika van sezone povlači iz sektora, što otežava održavanje kvaliteta usluga (MONSTAT, 2024). Pored toga, veliki deo radne snage čine strani sezonski radnici, što dodatno destabilizuje tržište rada i povećava zavisnost sektora od eksternih faktora (Udruženje hotelijera Crne Gore, 2024).

Strukturna osetljivost BDP-a na turizam dodatno se pojačava sezonalnošću. Veća zavisnost crnogorske ekonomije od turizma – koji čini oko 27% BDP-a (World Travel & Tourism Council, 2024) – dovodi do ranjivosti na spoljne šokove kao što su pandemije, geopolitičke krize i klimatske promene. Nizak doprinos vansezonskih segmenata turizma, kao što su zdravstveni, kongresni,

ekološki i kulturni turizam, ograničava otpornost sektora (Vučetić, 2011; Ministarstvo turizma, 2023). Investiciona neisplativost dodatno opterećuje turistički sektor, jer ograničen broj aktivnih meseci u godini usporava povraćaj ulaganja u turističku i smeštajnu infrastrukturu, naročito u severnim regionima. Česti periodi neaktivnosti i niska popunjenost objekata, koja može trajati do osam meseci godišnje, smanjuju finansijsku održivost i obeshrabruju nove investicije. Ukupno gledano, sezonalnost predstavlja kompleksan ekonomski problem koji zahteva integrisane i dugoročne strategije, uključujući diversifikaciju turističke ponude, razvoj celogodišnjih sadržaja, unapređenje tržišta rada i jačanje infrastrukture, kako bi se povećala otpornost sektora i osigurala održivost crnogorskog turizma i ekonomije u celini.

Za ublažavanje sezonalnosti u crnogorskom turizmu neophodno je sprovesti niz ciljanih mera koje obuhvataju diverzifikaciju ponude, razvoj celogodišnjih destinacija, infrastrukturne investicije i stimulativne državne politike. Pre svega, diverzifikacija turističke ponude predstavlja ključni pravac razvoja. Potrebno je intenzivirati razvoj zdravstvenog, wellness, kongresnog, kulturnog i gastronomskog turizma, čime bi se proširio spektar turističkih proizvoda i povećala atraktivnost destinacije tokom cele godine. Pored toga, podrška ekoturizmu i ruralnom turizmu, naročito u severnim regionima, treba biti prioritet kako bi se rasteretila primorska zona i povećala ekonomska održivost manje razvijenih područja.

Razvoj celogodišnjih destinacija predstavlja sledeći korak. Ski centri poput Kolašina i Žabljaka, banjska mesta kao što su Igalo i Bijelo Polje, kao i etno sela poput Nevidia, imaju potencijal da privuku turiste i van tradicionalne letnje sezone. Aktivna promocija manifestacija izvan glavne turističke sezone — uključujući festivale, sportske događaje i zimske kampove — može dodatno motivisati dolaske i produžiti trajanje turističkog perioda. Infrastrukturne investicije igraju presudnu ulogu u realizaciji ovih ciljeva. Neophodno je unaprediti putnu mrežu, ski-liftove,

kulturne centre i lokalne aerodrome, kako bi se obezbedila bolja pristupačnost i kvalitet usluge. Takođe, digitalizacija turističke ponude i bolje povezivanje sa globalnim online tržištima mogu znatno povećati vidljivost i konkurentnost destinacije. Na kraju, državne stimulativne mere mogu značajno podstaći razvoj celogodišnjeg turizma. Uvođenje poreskih olakšica za turističke objekte koji rade tokom cele godine, kao i subvencije i edukativni programi namenjeni ruralnim domaćinstvima koja se uključuju u turizam, predstavljaju efektivne mehanizme podrške. Ove mere mogu pomoći u smanjenju finansijskog rizika, povećanju zaposlenosti i jačanju kapaciteta lokalnih zajednica da održe turističku aktivnost tokom cele godine. Sprovođenjem ovih preporuka Crna Gora može značajno ublažiti negativne efekte sezonalnosti, osigurati ravnomerniji razvoj turističkog sektora i doprineti održivosti i otpornosti nacionalne ekonomije.

3.9 EKOLOŠKI IZAZOVI I ODRŽIVOST PRIRODNIH RESURSA

Crna Gora se brendira kao "**ekološka država**" još od 1991. godine, kada je Skupština proglasila ovu orijentaciju u Ustavu. Ipak, u praksi se suočava sa brojnim izazovima očuvanja prirodnog bogatstva. Razvoj turizma, urbanizacija, infrastrukturni projekti i klimatske promene stavljaju pod pritisak **vodeće prirodne resurse**: more, planine, jezera, šume i biodiverzitet (Ćeranić et al., 2023).

Glavni ekološki izazovi povezani sa turizmom u Crnoj Gori proizilaze iz intenzivnog pritiska koji razvoj sektora vrši na prirodne resurse i ekosisteme, naročito u primorskim i planinskim oblastima. Jedan od najizraženijih problema jeste prekomerna urbanizacija i neplanska gradnja, koja se manifestuje kroz nekontrolisano širenje apartmanskih i hotelskih kompleksa duž obale, posebno u oblastima Budve, Tivta i Ulcinja. Ova ekspanzija dovodi do narušavanja obalskih eko-sistema, gubitka vizuelnog identiteta prostora i otežanog pristupa javnim plažama, kao i do

zauzimanja prirodnih staništa što rezultira smanjenjem biološke raznovrsnosti. Zagađenje voda i otpada predstavlja još jedan ozbiljan izazov. Nedovoljno razvijena kanalizaciona infrastruktura, naročito u priobalnim i ruralnim sredinama, dovodi do direktnog ispuštanja otpadnih voda u Jadransko more. Tokom letnjih meseci, turistički pritisak višestruko premašuje kapacitete za tretman otpada, što izaziva degradaciju kvaliteta morske vode i ugrožava morske ekosisteme (Popović et al., 2021).

Degradacija zemljišta i šumskih područja odražava se kroz bespravnu seču šuma i požare, posebno u regionima Bjelasice i Pive, što doprinosi eroziji zemljišta i gubitku plodnosti tla u planinskim oblastima. Neplanski razvoj putne mreže i vikend naselja dodatno remeti prirodna staništa, a off-road aktivnosti dodatno pogoršavaju stanje biodiverziteta i stabilnosti zemljišta. Klimatske promene dodatno komplikuju ekološku situaciju. Porast prosečnih temperatura negativno utiče na vodne resurse i trajanje ski-sezone, dok veća učestalost suša i poplava predstavlja direktnu pretnju poljoprivredi i razvoju ruralnog turizma. Pored toga, zakiseljavanje mora utiče na morski život, ugrožavajući populacije školjki, riba i korala koji su ključni za očuvanje morskih ekosistema. Sezonska hiperaktivnost u turizmu predstavlja posebno izražen problem. Tokom leta, broj turista često je i do tri puta veći od broja lokalnog stanovništva, što dovodi do nestašica vode, kolapsa saobraćaja i zagušenja u nacionalnim parkovima i drugim zaštićenim područjima. Masovni turizam naročito ugrožava delikatne ekosisteme kao što su ostrva Skadarskog jezera i Nacionalni park Durmitor, gde su prirodni kapaciteti za prihvat turista ograničeni. Ovi izazovi zahtevaju hitne i sistemske mere upravljanja i planiranja kako bi se očuvala prirodna baština Crne Gore i osigurao održiv razvoj turizma u budućnosti.

Održavanje i zaštita prirodnih resursa u Crnoj Gori predstavlja ključni segment politike očuvanja biodiverziteta i razvoja održivog turizma. Trenutno, zemlja raspolaže sa pet nacionalnih

parkova — Durmitor, Biogradska gora, Lovćen, Skadarsko jezero i Prokletije — koji čine okosnicu sistema zaštićenih područja i pokrivaju približno 13% ukupne teritorije. Pored toga, specijalni ekološki značaj imaju Ramsarska područja kao što su Skadarsko jezero i Solila kod Tivta, koja su međunarodno priznata za očuvanje vlažnih staništa, dok su Nacionalni park Durmitor i zaliv Boka Kotorska upisani na UNESCO-ovu listu svetske baštine, što dodatno potvrđuje njihovu vrednost i potrebu za pažljivim upravljanjem.

Zakonski okvir za zaštitu prirode u Crnoj Gori uključuje Zakon o zaštiti prirode i Strategiju održivog razvoja do 2030. godine, koji predviđaju regulaciju korišćenja prirodnih resursa i održivog razvoja turističkih aktivnosti (Ministarstvo ekologije, prostornog planiranja i urbanizma Crne Gore, 2025). Lokalni planovi upravljanja nacionalnim parkovima uključuju mere poput upravljanja brojem posetilaca, monitoring stanja ekosistema i zaštitu ugroženih vrsta. Iako je uvođenje ekološke takse značajan korak u pravcu finansiranja mera zaštite, njena primena još uvek nije u potpunosti sistemska i nedostaje koordinacija na svim nivoima. Održivi turizam se prepoznaje kao efikasan alat u očuvanju prirode, pri čemu eko-etno sela imaju važnu ulogu kroz promociju lokalne proizvodnje, reciklaže i racionalnog korišćenja resursa. Podsticanje razvoja sertifikovanog ekoturizma doprinosi smanjenju pritiska masovnog turizma, dok ograničavanje broja posetilaca u osetljivim zonama — kao što su kanjon Nevidio ili ostrvo Gospa od Škrpjela — predstavlja konkretne mere za zaštitu ranjivih prirodnih i kulturnih dobara. Takav pristup omogućava balans između razvoja turizma i očuvanja ekološke ravnoteže, što je od suštinskog značaja za dugoročni održivi razvoj Crne Gore.

Tabela 7. Preporuke za održivo upravljanje

Oblast	Preporučene mere
Planiranje	Zabrana gradnje u zaštićenim zonama, razvoj zelene infrastrukture
Transport	Razvoj javnog prevoza i biciklističke infrastrukture
Očuvanje voda	Proširenje sistema za prečišćavanje otpadnih voda i inspekcija

Održivi turizam	Promocija vansezonskog i ruralnog turizma, kvote za posetioce
Lokalne zajednice	Edukacija, uključivanje u donošenje odluka i održivu proizvodnju
Digitalna kontrola	Monitoring zagađenja, digitalni sistemi za upravljanje parkovima

Izvor: istraživanje autora

Crna Gora raspolaže izuzetnim prirodnim resursima koji joj pružaju značajnu konkurentsku prednost u turizmu, ali se istovremeno suočava sa ozbiljnim ekološkim pritiscima, naročito usled intenzivnog turizma, nekontrolisane urbanizacije i sve izraženijih klimatskih promena. Održivo korišćenje ovih resursa predstavlja ne samo imperativ za zaštitu prirodne sredine, već i ključni preduslov za dugoročnu konkurentnost i otpornost crnogorskog turističkog sektora. Postizanje balansa između ekonomskog razvoja i očuvanja životne sredine zahteva usvajanje sveobuhvatnih planskih politika koje integrišu principe održivosti u sve aspekte turističkog planiranja i upravljanja. Uključivanje lokalnih zajednica u procese donošenja odluka i implementacije mera dodatno osnažuje njihovu ulogu kao čuvara prirodnog i kulturnog nasleđa. Ekološko obrazovanje i podizanje svesti među turistima i domaćim stanovništvom doprinose odgovornijem korišćenju resursa i smanjenju negativnih uticaja. Naposletku, neophodne su pametne investicije u zelenu infrastrukturu i razvoj održivih turističkih proizvoda koji minimiziraju ekološki otisak, istovremeno unapređujući kvalitet turističke ponude. Samo takvim integrisanim pristupom Crna Gora može osigurati dugoročnu održivost svog prirodnog bogatstva i turističke privrede, čime će zadržati svoju atraktivnost i doprinijeti očuvanju životne sredine za buduće generacije.

3.9.1 UTICAJ MASOVNOG TURIZMA NA ŽIVOTNU SREDINU

Crna Gora je poslednjih decenija doživela ekspanziju masovnog turizma, naročito duž jadranske obale. Iako turizam značajno doprinosi ekonomiji (do 28% BDP-a), masovni turizam

često dolazi sa visokim ekološkim troškovima. Neadekvatno planiranje, koncentracija turista u kratkom periodu i slaba regulativa negativno utiču na more, vazduh, zemljište, biodiverzitet i lokalne zajednice.

Masovni turizam u Crnoj Gori donosi značajne ekološke uticaje, koji ugrožavaju prirodne resurse i kvalitet života lokalnih zajednica, naročito u primorskim područjima sa visokim intenzitetom turističkog saobraćaja tokom letnje sezone. Prvi i jedan od najkritičnijih problema jeste zagađenje mora i priobalja. U brojnim hotelima i privatnim smeštajima otpadne vode se često ispuštaju bez adekvatnog tretmana, dok kapaciteti kanalizacionih sistema nisu prilagođeni naglom povećanju turističkog broja, naročito u julu i avgustu. Kao rezultat, plaže i morska voda trpe zagađenje plastikom, uljima i fekalijama, što direktno ugrožava morski biodiverzitet i narušava ekosisteme (MONSTAT, 2023). Pored toga, prekomerna potrošnja prirodnih resursa predstavlja značajan izazov. Tokom vrhunca turističke sezone dolazi do znatnog povećanja potrošnje vode i električne energije, što kod gradova kao što su Budva, Kotor i Herceg Novi dovodi do uvođenja restrikcija u snabdevanju vodom. Ova neravnomerna raspodela resursa negativno utiče na svakodnevni život lokalnog stanovništva, koje se često suočava sa smanjenim pristupom osnovnim resursima zbog prioritizacije turističkog sektora (MONSTAT, 2024).

Gubitak prirodnih staništa i biodiverziteta predstavlja još jednu važnu posledicu masovnog turizma. Ekspanzija građevinskih kapaciteta, uključujući hotele, apartmane i marine, dovodi do uništavanja ključnih staništa poput močvara, šuma, obalnih dina i planinskih livada. Ovaj proces fragmentacije staništa ugrožava lokalne biljne i životinjske vrste, dok svetlosno i zvučno zagađenje dodatno narušava ekološku ravnotežu, naročito noćnu faunu. Saobraćajna zagušenja i zagađenje vazduha dodatno opterećuju životnu sredinu u turističkim centrima. Nagli porast broja vozila, uključujući automobile, čarter autobuse i kruzere, dovodi do povećanih emisija ugljen-dioksida,

buke i gužvi na saobraćajnicama. Primer Kotor pokazuje ozbiljnost problema, gde je pre pandemije dnevno dolazilo do 8.000 putnika sa kruzera, stvarajući ogroman pritisak na lokalnu infrastrukturu i okoliš. Konačno, generisanje otpada predstavlja ozbiljan ekološki izazov. Tokom letnje sezone broj turista se utrostručuje u odnosu na lokalno stanovništvo, što rezultira znatnim povećanjem količine otpada. Komunalni sistemi često nisu u mogućnosti da obrade sav otpad, što dovodi do preopterećenosti deponija, kao i porasta nelegalnog odlaganja i spaljivanja otpada, sa svim negativnim posledicama po zdravlje i okolinu.

Ukupno, ovi ekološki uticaji masovnog turizma zahtevaju hitne intervencije usmerene ka održivom upravljanju resursima, unapređenju infrastrukture i podizanju ekološke svesti, kako bi se smanjio negativan uticaj na životnu sredinu i osigurala dugoročna održivost turističkog sektora u Crnoj Gori (Honey et al., 2010).

Tabela 8. Pregled identifikovanih ekoloških izazova i negativnih posledica turističkog razvoja u Crnoj Gori

Destinacija	**Ekološki problem**	**Komentar**
Budva	Prekomerna izgradnja, zagađenje mora	Urbanizacija bez kontrole
Kotor	Masovni kruzeri, zagušenje, buka	UNESCO status ugrožen
Ulcinj (Ada Bojana)	Građenje u zaštićenim zonama	Erodiranje plaža, nestanak vegetacije
Durmitor NP	Nelegalna gradnja vikendica	Prijetnja biodiverzitetu i pejzažu
Skadarsko jezero	Nelegalni ribolov, zagađenje	Gubitak endemskih vrsta

Izvor: istraživanje autora

Društveno-ekološke posledice masovnog turizma u Crnoj Gori imaju višestruke i duboke implikacije na lokalne zajednice, njihove resurse i društvenu koheziju. Jedan od ključnih problema jeste gubitak kontrole lokalnog stanovništva nad prirodnim i infrastrukturnim resursima, usled čega infrastruktura često postaje preopterećena tokom vrhunca turističke sezone. Ovo rezultira smanjenjem kvaliteta života za domaće stanovnike, koji se suočavaju sa ograničenim pristupom

osnovnim uslugama i resursima. Pored toga, masovni turizam doprinosi kulturnoj eroziji, gde dolazi do gubitka autentičnosti lokalnih običaja, tradicija i načina života. Intenzivna turistička potražnja često nametne standardizovane i komercijalizovane sadržaje, što utiče na degradaciju kulturnog identiteta i smanjenje tradicionalnih vrednosti.

Konflikti interesa između razvoja turizma i očuvanja prirode predstavljaju čestu prepreku održivom razvoju. Dok turizam donosi ekonomske koristi, pritisak na prirodne resurse može ugroziti ekološku ravnotežu, što izaziva napetosti između aktera koji se zalažu za zaštitu okoline i onih fokusiranih na ekonomski rast. Takođe, u urbanim i turističkim centrima često se formiraju tzv. “turističke enklave” — prostori u kojima dominantno borave turisti i gde su lokalni stanovnici marginalizovani ili čak isključeni iz svakodnevnog života i ekonomskih aktivnosti. Ovakva segregacija dodatno doprinosi socijalnoj fragmentaciji i slabi osećaj zajedništva, što može imati negativne posledice po dugoročnu održivost i stabilnost zajednica. Sve navedene društveno-ekološke posledice zahtevaju integrisane politike i participativne pristupe upravljanju turizmom, koji će omogućiti uravnotežen razvoj sa očuvanjem kulturnih i prirodnih vrednosti Crne Gore.

Strateške preporuke za ublažavanje negativnih uticaja masovnog turizma u Crnoj Gori usmerene su ka transformaciji turističkog sektora ka održivim modelima razvoja, uz istovremeno očuvanje prirodnih i društvenih resursa. Ključni korak u ovom procesu predstavlja prelazak sa masovnog na održivi turizam, koji podrazumeva snažnu podršku razvoju ekoturizma, ruralnog i kulturnog turizma. Ograničavanje broja turista u osetljivim i zaštićenim zonama neophodno je kako bi se smanjio pritisak na ranjive ekosisteme i očuvala biološka raznovrsnost. Jačanje planske i prostorne politike predstavlja osnovu za dugoročno upravljanje održivim razvojem. Uvođenje moratorijuma na nove građevinske projekte u prirodnim i obalnim zonama nužno je da bi se zaustavila nekontrolisana urbanizacija i degradacija pejzaža. Istovremeno, stroža primena

postojećih zakona o zaštiti životne sredine i efikasnija kontrola sprovođenja propisa doprineće smanjenju štetnih uticaja turizma.

Infrastrukturne i tehnološke investicije igraju ključnu ulogu u unapređenju ekološke otpornosti sektora. Izgradnja savremenih postrojenja za prečišćavanje otpadnih voda i razvoj reciklažnih centara omogućavaju smanjenje zagađenja i efikasnije upravljanje otpadom. Uvođenje pametnih tehnologija za monitoring turističkih poseta i potrošnje resursa omogućava pravovremeno donošenje odluka i prilagođavanje upravljačkih mera. Edukacija i aktivno uključivanje lokalnih zajednica i turista u procese očuvanja životne sredine doprinose stvaranju odgovornog pristupa prema prirodi. Kampanje podizanja ekološke svesti i podrška malim lokalnim preduzećima koja posluju u skladu sa ekološkim standardima ne samo da unapređuju zaštitu prirode, već i podstiču održivi ekonomski razvoj i očuvanje kulturnog identiteta. Kombinacija ovih strateških pristupa omogućava uspostavljanje ravnoteže između turističkog razvoja i zaštite prirodne i društvene sredine, što je ključno za dugoročnu održivost i konkurentnost crnogorskog turizma.

Masovni turizam u Crnoj Gori donosi značajne kratkoročne ekonomske koristi, ali istovremeno postavlja ozbiljne izazove za dugoročnu ekološku stabilnost, očuvanje prirodnih resursa i kvalitet života lokalnih zajednica. Zemlja se nalazi na ključnom raskršću: nastaviti li se sa trenutnim, često neodrživim modelom razvoja ili uložiti u odgovoran, balansiran i strateški vođen turizam koji će osigurati dugoročnu održivost i otpornost sektora. Ekološka održivost turizma mora biti utemeljena na jasnoj i doslednoj regulativi koja postavlja okvire za zaštitu životne sredine, uz istovremeno promovisanje odgovornog investiranja u zelenu infrastrukturu i održive turističke proizvode. Edukacija turista i lokalnog stanovništva igra ključnu ulogu u podizanju svesti i odgovornom ponašanju prema prirodnim vrednostima, dok partnerstvo sa

lokalnim zajednicama osigurava njihovo aktivno učešće i koristi od turizma. Samo integrisanim pristupom, koji uključuje zakonske, ekonomske i obrazovne mehanizme, Crna Gora može ostvariti dugoročnu sinergiju između razvoja turizma i zaštite životne sredine, čime će sačuvati svoje prirodne i kulturne resurse za buduće generacije.

3.9.2 POTREBA ZA UVOĐENJEM EKOLOŠKIH STANDARDA I ZELENIH INICIJATIVA

Crna Gora, iako formalno proglašena za ekološku državu još 1991. godine, u praksi se suočava sa ozbiljnim izazovima – masovni turizam, neplanska urbanizacija, zagađenje prirodnih resursa i gubitak biodiverziteta. U tom kontekstu, uvođenje ekoloških standarda i sprovođenje zelenih inicijativa više nije opcija već nužnost za dugoročno očuvanje prirodnog i turističkog kapitala zemlje (Ministarstvo ekologije, prostornog planiranja i urbanizma Crne Gore, 2025).

Uvođenje ekoloških standarda u turističkom sektoru postaje neophodno zbog višestrukih razloga koji se odnose na očuvanje prirodnih resursa, smanjenje ekološkog otiska, jačanje konkurentnosti destinacije i usklađivanje sa evropskim integracionim procesima. Prvenstveno, prirodni resursi Crne Gore — planine, obale, jezera i šume — predstavljaju temelj turističke privrede, ali su pod sve većim pritiskom usled intenzivnog korišćenja i masovnog turizma. Bez sistematske i aktivne zaštite, ovi resursi postaju neobnovljivi, što dovodi do gubitka njihove privlačnosti i ugrožava budući razvoj sektora. Ekološki standardi značajno doprinose efikasnijem korišćenju osnovnih resursa poput energije, vode i otpada, što je naročito važno za ključne turističke objekte kao što su hoteli, restorani, marine i turističke atrakcije. Implementacija ovih standarda omogućava smanjenje negativnih uticaja na životnu sredinu i unapređuje operativnu održivost turističkih subjekata.

Sa tržišne perspektive, sve veći broj savremenih turista, naročito iz zapadne Evrope, preferira destinacije koje promovišu održivost i ekološku odgovornost. Ekološki sertifikovani objekti, poput onih sa oznakama EU Ecolabel (Preziosi et al., 2019), Green Key (Hanafy et al., 2025) ili Travelife (Vinzenz, 2019), stoga privlače veću pažnju, ostvaruju bolje tržišne pozicije i doprinose dugoročnom jačanju konkurentnosti destinacije. Konačno, u kontekstu težnje Crne Gore ka članstvu u Evropskoj uniji, usvajanje i primena ekoloških standarda predstavlja jedan od ključnih zahteva iz Poglavlja 27 koje se odnosi na životnu sredinu. Usklađenost sa ovim standardima nije samo obaveza već i prilika za pristupanje fondovima i zelenim investicijama, koji mogu značajno doprineti unapređenju turističke infrastrukture i podizanju kvaliteta ponude u skladu sa principima održivog razvoja.

Zelene inicijative predstavljaju skup politika, projekata i praksi usmerenih ka smanjenju negativnih uticaja turizma na životnu sredinu, uz istovremeno uključivanje lokalnih zajednica u procese očuvanja prirodnih resursa i unapređenje održivog upravljanja tim resursima. One podrazumevaju celovite pristupe koji integrišu ekološke, društvene i ekonomske aspekte turizma, s ciljem da se minimiziraju ekološki otisci, očuvaju biodiverzitet i unapredi kvalitet života lokalnog stanovništva. Primena zelenih inicijativa omogućava postizanje balansa između razvoja turističke ponude i zaštite prirode, čime se doprinosi dugoročnoj održivosti destinacija i jačanju njihove konkurentnosti na globalnom tržištu (Mahran et al., 2025).

Tabela 9. Primeri zelenih inicijativa koje treba primeniti u Crnoj Gori

Oblast	Primeri zelenih inicijativa
Hoteli i smeštaj	Uvođenje eko-sertifikata, solarni paneli, reciklaža, LED rasveta, kontrola potrošnje vode
Plaže i obala	"Plava zastava" za čiste i upravljane plaže, zabrana plastike za jednokratnu upotrebu
Nacionalni parkovi	Digitalno upravljanje posetama, kontrole broja turista, e-vodiči, održivo kampovanje
Transport	Promocija biciklizma, električni autobusi, car sharing u turističkim zonama

Ruralni turizam	Upotreba lokalnih i organskih proizvoda, energetski efikasna domaćinstva, kompostiranje
Kruzing turizam	Ograničenja emisije, dozvole za pristajanje, eko-takse
Digitalne inicijative	Eco-apps za informisanje turista o pravilima ponašanja, rezervacijama u parkovima

Izvor: istraživanje autora

Implementacija ekoloških standarda u turizmu u Crnoj Gori predstavlja višedimenzionalan proces koji podrazumeva koordinisanu akciju institucionalnih aktera, lokalnih zajednica, tržišnih subjekata i međunarodnih partnera (Ćeranić et al., 2023). U nastavku su razrađene ključne strategije koje se mogu primeniti radi uspostavljanja sistemskog okvira za održivi razvoj turizma, u skladu sa ekološkim principima i međunarodnim obavezama. Jedan od temeljnih preduslova za uspešnu primenu ekoloških standarda jeste razvoj jasnih i sveobuhvatnih nacionalnih standarda održivog turizma. Ovi standardi treba da budu usklađeni sa globalno priznatim okvirima kao što su Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC), ali i prilagođeni specifičnostima crnogorskog prirodnog i socio-kulturnog pejzaža. U tom kontekstu, neophodno je definisati operativne kriterijume za turističke objekte, turoperatore, prevoznike i druge aktere koji direktno utiču na životnu sredinu.

Ključno je jačanje institucionalnih kapaciteta Agencije za zaštitu životne sredine, kao i uprava nacionalnih parkova i lokalnih samouprava. Ove institucije moraju biti osposobljene ne samo za nadzor i kontrolu, već i za planiranje, evaluaciju i promociju ekološki odgovornih praksi. To uključuje i unapređenje regulatornog okvira, izgradnju informacionih sistema za praćenje uticaja turizma na biodiverzitet i uvođenje ekoloških indikatorâ u lokalne strategije razvoja turizma.

Ekonomskim instrumentima može se efikasno podstaći tranzicija ka ekološki održivim praksama. U tom smislu, preporučuje se uvođenje subvencija za turističke objekte koji poseduju međunarodno priznate eko-sertifikate (npr. EU Ecolabel, Green Key) ili koji implementiraju

održive tehnologije, kao što su sistemi za reciklažu, obnovljivi izvori energije, tretmane otpadnih voda i sl. Poreske olakšice, kao što su umanjeni porezi na imovinu i dobit za zelene projekte, dodatno bi stimulisale privatni sektor da ulaže u ekološke inovacije. Pored nacionalnih fondova, važno je strateški koristiti sredstva iz evropskih programa (npr. IPA fondovi) i međunarodnih razvojnih mehanizama, poput UNDP-a. Ovi izvori mogu biti ključni za finansiranje infrastrukturnih zahvata u zaštićenim područjima, uspostavljanje edukativnih centara, razvoj pametnih destinacija sa niskim ugljeničnim otiskom i jačanje kapaciteta lokalnih aktera.

Edukacija predstavlja dugoročni mehanizam za transformaciju turističke industrije u pravcu održivosti. Obuke zaposlenih u sektoru turizma, posebno menadžera hotela, vodiča, turoperatora i drugih pružalaca usluga, moraju uključivati sadržaje iz oblasti eko-menadžmenta, održivog korišćenja resursa, zaštite prirodne i kulturne baštine, kao i komunikacije sa gostima u skladu sa principima odgovornog turizma. Takvi programi mogu se realizovati u saradnji sa visokoškolskim ustanovama, strukovnim udruženjima i nevladinim organizacijama.

Paralelno sa edukacijom zaposlenih, neophodno je sprovođenje promotivnih kampanja usmerenih ka turistima, sa ciljem povećanja njihove svesti o važnosti očuvanja prirodnog okruženja. Kampanje poput „Putuj odgovorno“ ili „Poštuj prirodu – poštuj domaćina“ mogu doprineti razvoju kulturnog obrasca ponašanja koji podrazumeva odgovorno korišćenje resursa, smanjenje otpada, poštovanje lokalnih normi i aktivno učešće u zaštiti okoline.

69 Održivost turizma ne može biti postignuta bez aktivnog učešća lokalnih zajednica. Uključivanje lokalnih stanovnika i proizvođača u oblikovanje i realizaciju ekoloških turističkih proizvoda doprinosi ne samo očuvanju lokalnog identiteta, već i pravednijoj raspodeli koristi od turizma. U tom cilju, treba podržati inicijative koje lokalnim domaćinstvima omogućavaju da postanu deo eko-turističke ponude kroz razvoj eko-domaćinstava, ruralnih smeštajnih kapaciteta,

tematskih staza i manifestacija posvećenih prirodi i tradiciji. Formiranje zelene mreže pružalaca usluga, koja bi uključivala sertifikovane vodiče, škole u prirodi, zanatlije i poljoprivredne proizvođače, može imati višestruke efekte – od podizanja kvaliteta turističkog proizvoda do jačanja otpornosti lokalnih ekonomija. Takva mreža može služiti i kao kanal za razmenu znanja, zajedničku promociju i međusobnu podršku u procesu sertifikacije, inovacija i marketinških aktivnosti. Ove strategije, ukoliko se sprovode sinhronizovano i u saradnji sa relevantnim partnerima, predstavljaju osnovu za sistemsku transformaciju turizma ka modelu koji poštuje principe ekološke odgovornosti, participativnosti i dugoročne održivosti.

Implementacija ekoloških standarda u turizmu ne donosi koristi isključivo prirodnom okruženju, već generiše i brojne strateške prednosti za državu i destinaciju u celini. U kontekstu Crne Gore, koja se pozicionira kao zemlja izuzetne prirodne i pejzažne raznolikosti, održivo upravljanje turizmom predstavlja ključnu komparativnu prednost. Usvajanjem i sprovođenjem principa ekološke održivosti, Crna Gora može značajno unaprediti svoju međunarodnu reputaciju kao odgovorna i poželjna turistička destinacija, što doprinosi konkurentnosti na globalnom tržištu i povećava prepoznatljivost u okviru ekološki osvešćenih tržišnih segmenata. Pozitivni efekti ovakvog pristupa ogledaju se i u ponašanju turista. Održivost destinacije pozitivno utiče na percepciju kvaliteta boravka, što može rezultirati većom lojalnošću turista, dužim prosečnim zadržavanjem i većom potrošnjom po posetiocu. Time se ostvaruje direktan doprinos ekonomiji destinacije kroz multiplicirane efekte turizma, a istovremeno se smanjuje sezonalnost i povećava otpornost na eksternu volatilnost tržišta. Sa stanovišta operativnog poslovanja, primena održivih modela resursnog upravljanja – uključujući energetsku efikasnost, racionalnu potrošnju vode, upravljanje otpadom i cirkularne prakse – omogućava turističkim preduzećima smanjenje operativnih troškova i dugoročno unapređenje finansijske stabilnosti.

Očuvanje prirodnih resursa i biodiverziteta kroz održivo upravljanje direktno štiti osnovu turističke atraktivnosti Crne Gore. Planine, obala, jezera i zaštićena područja nisu samo vizuelna vrednost već i ekološka infrastruktura bez koje turizam ne bi mogao da funkcioniše. Njihova zaštita predstavlja ne samo moralnu obavezu već i investiciju u budućnost sektora. Pored ekoloških i ekonomskih koristi, održiv pristup turizmu podstiče i socijalnu koheziju kroz bolju prostornu i društvenu distribuciju koristi. Lokalne zajednice koje aktivno učestvuju u kreiranju i realizaciji turističke ponude ostvaruju neposredne prihode, jačaju lokalnu ekonomiju i razvijaju kapacitete za dalji rast, čime se smanjuju migracije i doprinosi ruralnom razvoju. U savremenim uslovima, Crnoj Gori je neophodna hitna, sistemska i sveobuhvatna primena ekoloških standarda i zelenih inicijativa kao odgovor na izazove degradacije životne sredine i pretnje od prekomernog razvoja turizma. Očuvanje prirodnih resursa, unapređenje kvaliteta usluga i ispunjavanje međunarodnih obaveza iz oblasti održivog razvoja moraju biti integralni deo razvojnih politika. Ekološka orijentacija države ne sme ostati na nivou deklaracije, već mora biti pretočena u konkretne mere koje se dosledno sprovode kroz zakonodavni okvir, institucionalne mehanizme, obrazovne programe, infrastrukturalne intervencije i promotivne aktivnosti. Istinsko usmerenje ka održivosti može se ostvariti jedino kroz partnerski pristup koji podrazumeva saradnju između državnih institucija, privatnog turističkog sektora, lokalnih zajednica i samih turista. Svaki od ovih aktera mora prepoznati svoju ulogu u očuvanju životne sredine i doprinositi zajedničkom cilju – transformaciji Crne Gore u uzor održive turističke destinacije na evropskom i globalnom nivou.

159

3.10 SOCIOKULTURNI ASPEKTI TURIZMA I NJIHOV UTICAJ NA LOKALNE ZAJEDNICE

Turizam nije samo ekonomska aktivnost već i snažan oblik društvene i kulturne interakcije. U Crnoj Gori, razvitak turizma – naročito u primorskim mestima, ali sve više i u planinskim i

ruralnim sredinama – značajno menja lokalne zajednice, običaje, vrednosti, način života i socijalne odnose.

Pozitivni sociokulturni uticaji turizma predstavljaju važnu komponentu održivog razvoja, jer prevazilaze čisto ekonomske koristi i doprinose revitalizaciji lokalnih zajednica, očuvanju kulturnog identiteta i unapređenju kvaliteta života (Stojanović et al., 2024). U kontekstu Crne Gore, koja se odlikuje bogatim i raznolikim kulturnim nasleđem, turizam ima potencijal da postane snažan mehanizam za očuvanje i valorizaciju tradicionalnih vrednosti. Rast turističkog interesovanja za stare zanate, autohtonu arhitekturu, folklornu umetnost, muziku i ples podstiče očuvanje ovih elemenata kao važnih delova nematerijalne baštine. Kroz razne projekte, finansirane iz javnih, privatnih i međunarodnih fondova, obnavljaju se kulturno-istorijski objekti od velikog značaja, poput starog grada Kotora, manastira i etno-sela, čime se ne samo očuvava njihova materijalna vrednost, već se istovremeno jača i osećaj pripadnosti i ponosa lokalnog stanovništva na sopstveno nasleđe.

Turizam, posebno kada se razvija planski i u skladu sa lokalnim potrebama, može značajno doprineti unapređenju životnog standarda i kvaliteta života lokalne populacije. U mnogim slučajevima, razvoj turističke infrastrukture povlači za sobom i poboljšanje opšte infrastrukture koja je dostupna svima, nezavisno od njihove uključenosti u turizam. Tako se beleže ulaganja u putnu mrežu, vodosnabdevanje, kanalizaciju, ali i u obrazovne i zdravstvene ustanove u ruralnim i manje razvijenim oblastima. Turistička tražnja doprinosi i digitalizaciji prostora, povećavajući dostupnost interneta i savremenih komunikacionih servisa, čime se smanjuju razlike između urbanih i seoskih područja.

Jedan od ključnih sociokulturnih doprinosa turizma jeste razvoj kulture gostoljubivosti i otvaranje prostora za međukulturni dijalog. Direktan kontakt lokalnog stanovništva sa turistima iz

različitih kulturnih sredina omogućava sticanje novih znanja, naročito u pogledu stranih jezika, kulturnih običaja i komunikacionih veština. Takva interakcija doprinosi razvoju tolerancije, većeg stepena razumevanja i otvaranja ka svetu. Istovremeno, turizam postaje podsticaj za pojavu nove generacije lokalnih vodiča, domaćina i mikro-preduzetnika koji oblikuju autentične turističke proizvode i usluge. Ovaj proces često uključuje inovativne modele učenja kroz praksu i neformalne oblike obrazovanja, što dodatno jača ljudski kapital u lokalnim zajednicama (Ignjatović et al., 2023).

Socijalna inkluzija je još jedan važan aspekt pozitivnih uticaja turizma. Seoski i održivi oblici turizma sve češće uključuju ranije ekonomski pasivne društvene grupe, naročito mlade, žene i starije osobe. Njihovo angažovanje u aktivnostima kao što su vođenje seoskih domaćinstava, proizvodnja suvenira, priprema lokalne hrane ili organizacija edukativnih radionica, predstavlja ne samo izvor prihoda, već i način za njihovo aktivno uključivanje u društveni i ekonomski život zajednice. U tom smislu, turizam može imati transformativnu ulogu u revitalizaciji marginalizovanih područja, naročito u severnim regionima Crne Gore, gde se beleže primeri aktivacije zajednica koje su prethodno bile isključene iz razvojnih tokova. Ovi sociokulturni doprinosi turizma imaju dubok i dugoročan efekat na stabilnost, otpornost i identitet lokalnih zajednica, i predstavljaju važan pokazatelj kvaliteta turističkog razvoja u pravcu održivosti.

Iako turizam može generisati niz pozitivnih sociokulturnih uticaja, on istovremeno nosi i potencijalne rizike koji, ukoliko se ne upravljaju pažljivo i odgovorno, mogu dovesti do dugoročnih negativnih posledica po lokalne zajednice i njihov kulturni identitet. Jedan od najčešće identifikovanih problema jeste komercijalizacija kulture, koja se javlja kao posledica težnje ka prilagođavanju lokalnih običaja i praksi tržišnim zahtevima i turističkim očekivanjima. U tom procesu, tradicija se neretko stilizuje, pojednostavljuje i izvlači iz svog izvornog konteksta kako

bi postala atraktivnija posetiocima. Ovo vodi ka površnom predstavljanju kulturnih sadržaja, pri čemu se gubi njihova autentičnost, simbolički značaj i dublje značenje. Ritualne prakse, zanati i tradicionalne manifestacije transformišu se u spektakl, čime dolazi do erozije kulturnog identiteta i osećaja pripadnosti kod lokalnog stanovništva.

Još jedan značajan izazov predstavlja pritisak na lokalne resurse i infrastrukturu, posebno tokom visoke turističke sezone. Nagli porast broja posetilaca često prevazilazi kapacitete postojećih sistema za snabdevanje vodom, upravljanje otpadom, saobraćajnu organizaciju i pružanje osnovnih komunalnih usluga. Posledično dolazi do nestašica vode, porasta cena osnovnih proizvoda i usluga, povećane buke i zagušenja u saobraćaju. U mnogim slučajevima, lokalno stanovništvo izražava osećaj potisnutosti i marginalizacije, jer svakodnevni život postaje podređen potrebama i očekivanjima turista. Ovakva situacija može izazvati otpor, pasivnost ili čak negativan stav zajednice prema turizmu kao takvom.

Kulturni sukobi i nesporazumi između turista i domaćeg stanovništva takođe predstavljaju izazov, naročito u sredinama sa izraženim tradicionalnim ili konzervativnim normama. Razlike u odevanju, konzumaciji alkohola, izražavanju afektivnih odnosa u javnosti ili poštovanju verskih običaja mogu izazvati nelagodnost, nesporazume ili otvorene konflikte. U odsustvu međukulturnog posredovanja i edukacije obe strane, dolazi do stvaranja stereotipa i negativnih predrasuda, što narušava društvenu koheziju i utiče na ukupno iskustvo i gostiju i domaćina.

Demografske i socijalne promene koje prate razvoj turizma dodatno komplikuju situaciju. Mnoge ruralne zajednice suočavaju se sa migracijom mladih ka urbanim i turistički atraktivnim centrima, što dovodi do depopulacije sela i slabljenja lokalnih ekonomija van glavnih tokova. S druge strane, u turističkim zonama poput Kotora ili Budve sve izraženiji postaje fenomen gentrifikacije, gde rastuće cene nekretnina i troškovi života potiskuju lokalno stanovništvo, koje

više ne može da parira tržišnim uslovima. Stanovi i kuće se sve češće pretvaraju u turistički smeštaj, dok se stanovnici sele na periferiju ili napuštaju destinaciju u potrazi za pristupačnijim uslovima života. Ovakvi procesi doprinose narušavanju socijalne strukture zajednica, slabljenju međusobne solidarnosti i gubitku kulturne kohezije, što dugoročno može ugroziti održivost turizma kao društvenog fenomena.

Tabela 10. Komparativni pregled pozitivnih i negativnih uticaja turističkog razvoja u odabranim regionima Crne Gore

Regija	Pozitivan uticaj	Negativan uticaj
Kotor	Promocija kulturnog nasleđa, UNESCO status	Masovni turizam, prenatrpanost
Plav, Rožaje	Oživljavanje seoskog turizma, prodaja rukotvorina	Slaba infrastruktura, nedostatak edukacije
Njeguši	Očuvanje gastronomskog nasleđa (pršut, sir)	Komercijalizacija proizvoda
Skadarsko jezero	Podsticaj za ekološki i ribolovni turizam	Konflikt oko prava korišćenja jezera

Izvor: istraživanje autora

Održiv sociokulturni razvoj turizma zahteva jasno usmerene i dugoročno planirane strateške pristupe koji uključuju lokalno stanovništvo kao aktivne učesnike, a ne samo kao pasivne posmatrače procesa. Jedna od osnovnih pretpostavki za postizanje tog cilja jeste kontinuirana edukacija i osnaživanje lokalne zajednice. Kroz ciljana osposobljavanja u oblastima gostoprimstva, poznavanja stranih jezika, digitalnih veština i kulturnog posredovanja, stanovništvo stiče kapacitete da na adekvatan i konkurentan način učestvuje u razvoju turizma. Poseban akcenat treba staviti na programe koji su usmereni na mlade, žene i marginalizovane grupe, jer upravo oni predstavljaju resurs koji je najpodložniji isključivanju iz savremenih ekonomskih tokova, a istovremeno imaju značajan potencijal za inovacije i lokalno ukorenjeno preduzetništvo (Aquino et al., 2018).

Participativno planiranje turizma predstavlja još jedan ključni element uspešnog upravljanja sociokulturnim aspektima turističkog razvoja. Uključivanje lokalnog stanovništva u

proces donošenja odluka ne samo da povećava legitimnost politika, već omogućava da razvoj bude usklađen sa stvarnim potrebama zajednice. Kroz institucionalizovane mehanizme konsultacija, lokalni akteri treba da učestvuju u izradi razvojnih strategija, urbanističkih planova i propisa koji se odnose na turističku izgradnju, infrastrukturu i upravljanje destinacijom. Ovaj pristup podstiče osećaj vlasništva i zajedničke odgovornosti za očuvanje resursa i kulturnog identiteta.

U domenu oblikovanja turističke ponude, neophodno je podsticati modele koji afirmišu autentičnost i odgovornost. To uključuje podršku očuvanju i promociji lokalnih zanata, tradicionalne gastronomije, autohtonih proizvoda i kulturnih manifestacija koje izražavaju identitet zajednice. Promocija ovakvih sadržaja ne samo da doprinosi diferencijaciji ponude Crne Gore kao turističke destinacije, već istovremeno stimuliše lokalnu ekonomiju. Istovremeno, u osetljivim prostorima, kao što su manja seoska naselja, istorijska jezgra i prirodno osetljive zone, preporučuje se uvođenje kvantitativnih i kvalitativnih ograničenja turističkih tokova. Time se osigurava da broj posetilaca ne premaši kapacitete sredine i ne izazove degradaciju društvenog i kulturnog tkiva.

Monitoring i evaluacija predstavljaju nezamenljive alate za upravljanje turizmom zasnovanim na dokazima. Potrebno je redovno sprovoditi istraživanja o percepciji lokalnog stanovništva u vezi sa uticajima turizma, koristeći instrumente kao što su ankete, intervjui i fokus grupe. Na osnovu dobijenih rezultata moguće je identifikovati ključne probleme, meriti napredak i usmeravati turističku politiku ka unapređenju kvaliteta života zajednice. Takođe, prostorno usmeravanje turističkih tokova u skladu sa stvarnim kapacitetima destinacija može doprineti ravnomernijem razvoju i rasterećenju preopterećenih područja.

Turizam u Crnoj Gori ima potencijal da postane katalizator pozitivnih društvenih promena, ali taj potencijal može biti ostvaren jedino ukoliko se sektor razvija u skladu sa vrednostima,

identitetom i kulturnim normama lokalnih zajednica. U suprotnom, posledice uključuju rizik od socijalne fragmentacije, kulturnog otuđenja i narušavanja tradicionalnog načina života. Održivi modeli turizma koji se temelje na ravnoteži između ekonomskog rasta i društvene kohezije predstavljaju šansu da se lokalne zajednice osnaže, da se zaštiti bogato kulturno nasleđe i da se Crna Gora afirmiše kao destinacija u kojoj razvoj ne ide nauštrb identiteta, već u njegovu korist.

3.10.1 ULOGA LOKALNIH ZAJEDNICA U RAZVOJU TURIZMA

Lokalne zajednice predstavljaju temeljni stub održivog razvoja turizma, jer inkorporiraju autentične kulturne obrasce, tradiciju i znanja koja čine osnov identiteta destinacije. One nisu samo pasivni posmatrači turističkih procesa, već aktivni nosioci kulturnog izraza, čuvari prirodnih i kulturnih resursa, kao i direktni korisnici i učesnici u turističkoj ekonomiji. Uloga zajednica u ovom kontekstu podrazumeva mnogo više od pukog učešća u turističkoj ponudi – ona se odnosi na suštinsku odgovornost i kapacitet da oblikuju pravce razvoja u skladu sa lokalnim vrednostima, prioritetima i ekološkim granicama.

U Crnoj Gori, zemlji koja se strateški pozicionira kao ekološka destinacija i koja poseduje bogato materijalno i nematerijalno kulturno nasleđe, uloga lokalnih zajednica u turizmu ima višestruki značaj. Njihovo aktivno učešće omogućava uspešnu valorizaciju resursa, pri čemu prirodna i kulturna bogatstva ne ostaju neiskorišćena ili komercijalizovana bez lokalnog doprinosa, već postaju osnova za autentične i održive turističke proizvode. Kroz uključivanje lokalnih aktera u oblikovanje i upravljanje turističkim tokovima, moguće je očuvati dugoročni identitet zajednice i sprečiti procese erozije kulturnih obrazaca usled prekomerne turistifikacije.

Jednako važna je i dimenzija pravedne raspodele koristi koje turizam generiše. Uključivanjem lokalnog stanovništva u sve faze turističkog razvoja – od planiranja i odlučivanja,

preko pružanja usluga, do evaluacije rezultata – omogućava se da ekonomski benefiti ostanu u zajednici i podstiču lokalnu ekonomiju, obrazovanje, socijalnu inkluziju i ukupni kvalitet života. Takav pristup doprinosi smanjenju regionalnih nejednakosti i stvara uslove za održivi razvoj koji ne narušava društvenu koheziju, već je dodatno učvršćuje. U tom smislu, lokalne zajednice ne samo da imaju legitimno pravo da budu deo turističkog sistema, već su i njegovi nezamenljivi nosioci u uspostavljanju ravnoteže između očuvanja i razvoja.

Lokalne zajednice igraju ključnu ulogu u održivom razvoju turizma jer predstavljaju neposredne nosioce znanja, praksi i vrednosti koje definišu identitet destinacije. Njihovo duboko ukorenjeno razumevanje lokalnog prostora, istorije i običaja čini ih nezamenjivim posrednicima između posetilaca i autentičnog iskustva. Stanovnici zajednica prenose priče i legende, očuvane gastronomske recepte, rukotvorine, jezik i svakodnevne rituale, čime omogućavaju turistima neposredan kontakt sa nematerijalnim kulturnim nasleđem koje je često nemoguće institucionalizovati ili formalno arhivirati. Njihova uloga vodiča, domaćina i tumača lokalnog identiteta doprinosi stvaranju duboko ukorenjenih i personalizovanih doživljaja koji prevazilaze površne oblike konzumacije kulture.

Dodatno, lokalne zajednice poseduju specifična znanja o održivom korišćenju prirodnih resursa – od tradicionalnih metoda korišćenja šuma i voda do prilagođenog uzgoja i očuvanja pejzaža. Uključivanje lokalnih aktera u turističko planiranje i implementaciju omogućava da se izbegnu sukobi između turističkih aktivnosti i ekoloških ciljeva. Njihovo iskustveno znanje doprinosi očuvanju ravnoteže između korišćenja i očuvanja resursa, što je posebno važno u ruralnim i ekološki osetljivim područjima. Ovakav pristup minimizira negativne uticaje na životnu sredinu i osigurava dugoročnu održivost resursne osnove turizma.

Lokalne zajednice takođe imaju sve izraženiju ekonomsku funkciju u savremenim modelima turizma. U skladu sa rastućom potražnjom za autentičnim i lokalno ukorenjenim iskustvima, turisti sve više traže domaće proizvode, ruralni smeštaj, učestvovanje u seoskim aktivnostima i gastronomskim manifestacijama. Stanovnici zajednica odgovaraju na ove potrebe kroz proizvodnju vina, meda, sira, ručno rađenih suvenira i tradicionalnih jela, čime postaju ključni akteri u lancu turističke ponude. Time se stvara direktna ekonomska korist unutar zajednice i jača lokalna otpornost na spoljne šokove, uključujući promene u globalnim turističkim tokovima.

Konačno, uloga lokalnih zajednica u stabilizaciji demografske slike i prevenciji migracija ne može biti zanemarena. U mnogim delovima Crne Gore, posebno u ruralnim sredinama, turizam nudi realnu alternativu iseljavanju mladih i ekonomskoj stagnaciji. Kroz stvaranje novih radnih mesta i mogućnosti za preduzetništvo, omogućava se aktiviranje lokalnih potencijala i revitalizacija sela i manjih gradova. Ovakav razvojni model ne samo da doprinosi očuvanju lokalnog stanovništva, već i obezbeđuje da turizam ne naruši, već dodatno osnaži društvenu i kulturnu strukturu zajednice. U tom smislu, lokalne zajednice nisu samo deo turističkog sistema, već njegov temelj, čije osnaživanje direktno utiče na dugoročnu održivost i kvalitet turističke destinacije.

Tabela 11. Komparativni prikaz oblika participacije lokalnog stanovništva u održivom turističkom razvoju Crne Gore

Oblik učešća	**Primeri iz Crne Gore**
Aktivna participacija	Lokalni vodiči, vlasnici seoskih domaćinstava (Plužine, Mojkovac)
Zadrugarstvo i udruženja	Udruženja žena u ruralnom turizmu (npr. Žene Žabljaka)
Javno–privatno partnerstvo	Zajednički projekti sa opštinama i turističkim organizacijama
Konzultativno učešće	Učešće građana u planiranju razvoja (npr. prostorni planovi opština)
Edukativni programi	Treninzi za ugostiteljstvo, eko-certifikaciju, digitalni marketing

Izvor: istraživanje autora

Turizam, kada se razvija u skladu sa principima održivosti i uz aktivno učešće lokalnog stanovništva, donosi brojne prednosti zajednicama koje učestvuju u njegovoj realizaciji. Jedan od najočiglednijih benefita jeste povećanje prihoda i diverzifikacija lokalne ekonomije. Uključivanjem u turističke tokove, zajednice proširuju svoje izvore prihoda izvan tradicionalnih sektora kao što su poljoprivreda ili šumarstvo, čime se smanjuje zavisnost od jedne grane privrede i povećava otpornost na ekonomske krize. Ova diversifikacija se ostvaruje kroz različite oblike turizma – od seoskog i kulturnog, do gastronomskog i ekoturizma – koji omogućavaju lokalnom stanovništvu da kapitalizuje svoje resurse na održiv način.

Dodatno, razvoj turizma često vodi ka jačanju lokalnog identiteta i kolektivnog samopouzdanja. Kontakt sa turistima koji iskazuju interesovanje za lokalne običaje, jezik, tradiciju i proizvode stvara osećaj vrednosti i ponosa kod domaćeg stanovništva. Ovakva afirmacija lokalnog identiteta stimuliše dodatno očuvanje kulturne baštine i prenosi vrednosti na mlađe generacije. Kultura više ne ostaje zatvorena u okviru svakodnevnog života, već postaje vidljiva i priznata i izvan lokalne zajednice, što doprinosi njenoj revitalizaciji i kontinuitetu.

Infrastrukturna unapređenja su još jedan važan aspekt pozitivnog uticaja turizma. Ulaganja u putnu mrežu, vodosnabdevanje, elektrifikaciju, kanalizacionu mrežu, kao i u digitalne i komunikacione sisteme, često dolaze kao direktna posledica potrebe za podizanjem nivoa usluga u turističkoj ponudi. Međutim, ti infrastrukturni pomaci ne koriste samo posetiocima, već poboljšavaju svakodnevni život stanovnika, čime se doprinosi ukupnom kvalitetu života u zajednici.

Turizam takođe ima značajan potencijal za socijalnu inkluziju, posebno kada je usmeren ka uključivanju ranjivih društvenih grupa kao što su žene, mladi i starije osobe (Vuković et al.,

Crossref Similarity Check Page 163 of 423 - Integrity Submission Submission ID trn:oid:::3117:594411802

2023). Kroz razvoj malih porodičnih biznisa, radionica, zanatskih proizvoda, domaće kuhinje, vođenja tura ili edukativnih aktivnosti, otvaraju se mogućnosti za ekonomsko osnaživanje i veću društvenu participaciju onih koji su često isključeni iz glavnih razvojnih tokova (Turčinović et al., 2025b). Ovakvi procesi doprinose smanjenju siromaštva, jačanju socijalne pravde i održavanju međugeneracijske solidarnosti unutar zajednice.

Konačno, turizam može poslužiti kao katalizator za povećanu zaštitu prirodnih resursa, posebno kada se zajednicama poveri aktivna uloga u upravljanju tim resursima. Kada lokalno stanovništvo prepozna direktnu ekonomsku i simboličku vrednost prirode u kontekstu turističke ponude, raste motivacija za njeno očuvanje. Zajednice koje imaju koristi od očuvane prirode pokazuju viši stepen odgovornosti i spremnosti da razvijaju modele upravljanja koji su u skladu sa principima zaštite životne sredine. Na taj način, turizam ne samo da doprinosi ekonomskom razvoju, već i jača lokalne kapacitete za ekološko upravljanje i očuvanje zajedničkih dobara.

Izazovi i ograničenja koja lokalne zajednice susreću u procesu uključivanja u razvoj turizma predstavljaju značajne prepreke za ostvarivanje punog potencijala održivog razvoja. Jedan od najvažnijih problema jeste nedostatak adekvatne edukacije i kapaciteta među meštanima. Mnogi lokalni stanovnici nisu formalno obučeni za pružanje turističkih usluga, što se odražava na kvalitet ponude i ograničava njihove mogućnosti za konkurisanje u dinamičnom i zahtevnom turističkom tržištu. Odsustvo kontinuiranih programa obuke, mentorstva i podrške doprinosi tome da se brojni potencijali zajednica ne iskoriste u dovoljnoj meri.

Neujednačena raspodela ekonomskih koristi predstavlja dodatni izazov. U mnogim destinacijama, naročito onima sa razvijenim hotelskim kapacitetima i prisustvom velikih investitora, primetan je trend koncentracije prihoda u rukama eksternih aktera. Ovakva disproporcija vodi do marginalizacije lokalnog stanovništva, koje često ostaje sa minimalnim

udelom u ekonomskim koristima, uprkos tome što nosi teret socijalnih i ekoloških posledica turizma. Ovakav odnos smanjuje motivaciju zajednica za aktivno uključivanje u turistički razvoj i ugrožava održivost samog modela.

Još jedan od ključnih problema jeste nedovoljno učešće lokalnog stanovništva u procesu donošenja odluka. Često se pokazuje da glasovi zajednica nisu adekvatno zastupljeni u planiranju infrastrukturnih projekata, regulaciji turističkih zona i definisanju razvojnih politika. Ovakva isključenost vodi do kreiranja modela razvoja koji ne odražavaju stvarne potrebe i interese stanovnika, što može izazvati nezadovoljstvo, otpor i slabljenje društvenog poverenja. Participativni pristupi u planiranju i upravljanju turizmom, koji uključuju konsultacije, transparentne procedure i aktivno učešće zajednica, ključni su za prevazilaženje ovog ograničenja. Sezonalnost turizma predstavlja dodatni izazov u ekonomskom smislu. U mnogim delovima Crne Gore, turistički prihodi koncentrisani su uglavnom u letnjem periodu, što stvara nestabilnost prihoda i otežava planiranje održivog razvoja zajednica. Ograničenost u trajanju turističke sezone dovodi do problema sa zaposlenošću, smanjenjem investicija u turističku ponudu tokom vansezonskog perioda i povećanim rizikom od ekonomskih šokova. Ova sezonska varijabilnost zahteva razvoj strategija koje će podržati diversifikaciju turističkih aktivnosti, proširenje sezone i razvoj alternativnih oblika turizma, kao što su zimski, kulturni ili zdravstveni turizam, kako bi se obezbedila dugoročna ekonomska stabilnost lokalnih zajednica.

Tabela 12. Komparativni pregled strateških preporuka za osnaživanje lokalnih zajednica u održivom turizmu Crne Gore

Prioritet	Preporučene mere
Obrazovanje i obuka	Programi za digitalne veštine, gostoprimstvo, strane jezike
Podrška lokalnim inicijativama	Mikrofinansiranje, subvencije za domaćinstva, podsticaji za zadruge
Decentralizacija odlučivanja	Lokalni tur-odbori, participativni budžeti

Promocija lokalnih proizvoda	Brendiranje regija (npr. Vino iz Crmnice, Sir sa Durmitora)
Uključivanje mladih	Volonterski programi, start-up inkubatori u turizmu

Izvor: istraživanje autora

U savremenom konceptu održivog turizma, lokalne zajednice se prepoznaju kao ključni akteri čije se aktivno uključivanje nameće kao preduslov za balansiran razvoj turističkih destinacija. U slučaju Crne Gore, naročito u ruralnim i planinskim predelima, znanje, resursi i kulturni identitet lokalnog stanovništva predstavljaju temelj turističke atraktivnosti. Njihova uloga u procesu razvoja turizma ne može se posmatrati pasivno, već mora biti osnažena kroz strategije koje podstiču edukaciju, participaciju i ekonomsku otpornost.

Razvijanje programa obrazovanja i obuke usmerenih na digitalne veštine, gostoprimstvo i poznavanje stranih jezika omogućava članovima zajednice da se uspešno uključe u savremene turističke tokove, povećavajući svoju konkurentnost i kapacitete za inovacije. Takve intervencije stvaraju osnov za unapređenje kvaliteta usluga i jačanje interkulturne komunikacije, što doprinosi stvaranju autentičnih i visoko vrednovanih turističkih iskustava. Paralelno s tim, podrška lokalnim inicijativama kroz mikrofinansiranje, subvencije za domaćinstva i podsticaje za razvoj zadruga omogućava ekonomsku diverzifikaciju i smanjenje zavisnosti od spoljašnjih aktera. Ovi mehanizmi jačaju lokalnu ekonomiju i motivišu stanovništvo da prepozna turizam kao razvojni resurs u kojem direktno participira.

Decentralizacija odlučivanja kroz formiranje lokalnih turističkih odbora i uvođenje participativnih budžeta omogućava zajednicama da preuzmu veću kontrolu nad razvojnim procesima u svojoj sredini. Time se povećava osećaj pripadnosti i odgovornosti za održivo upravljanje resursima, što je naročito važno u kontekstu očuvanja kulturno-prirodne baštine. Promocija lokalnih proizvoda kroz strategije brendiranja specifičnih regija – poput „Vina iz

Crmnice“ ili „Sira sa Durmitora“ – doprinosi prepoznatljivosti destinacije na tržištu i podstiče sinergiju između turizma i drugih sektora, kao što su poljoprivreda i zanatstvo.

Osnaživanje uloge mladih kroz volonterske programe i razvoj start-up inkubatora u turizmu doprinosi generacijskom podmlađivanju zajednica i smanjenju migracionih tokova ka urbanim centrima ili inostranstvu. Aktiviranjem mladih stvara se dinamično lokalno okruženje koje je spremno da inovira i prilagođava se globalnim trendovima, a istovremeno da očuva autentičnost i identitet prostora.

Na ovaj način, Crna Gora može razviti model turizma „odozdo naviše“, gde zajednice ne samo da dočekuju turiste, već aktivno upravljaju turističkim razvojem, pretvarajući ga u instrument sopstvene društveno-ekonomske transformacije i dugoročne održivosti (Rakočević et al., 2025b). Takav pristup vodi ka ravnomernijem regionalnom razvoju, smanjenju depopulacije ruralnih područja i očuvanju kulturnih i prirodnih vrednosti koje čine srž turističke ponude zemlje.

3.10.2 OČUVANJE AUTENTIČNIH TRADICIJA I KULTURNOG IDENTITETA

Kulturni identitet predstavlja dinamičan splet običaja, jezika, umetnosti, rituala i društvenih vrednosti koji određuju posebnost jedne zajednice ili regiona i daju mu prepoznatljivost u globalnom kontekstu. U Crnoj Gori, koja se odlikuje bogatom i raznovrsnom kulturnom baštinom, ovaj identitet ima dvostruku ulogu – on je ne samo važan faktor privlačnosti za turiste, već i snažan izvor kolektivnog ponosa i samosvesti lokalnog stanovništva. Autentične tradicije, koje uključuju sve od narodnih festivala i gastronomskih specijaliteta do zanatskih veština i usmenog nasleđa, postaju ključna osnova za razvoj kulturnog turizma. One omogućavaju kreiranje jedinstvenih turističkih iskustava koja doprinose ekonomskoj održivosti zajednica, istovremeno jačajući društvenu koheziju i međugeneracijsku solidarnost.

U savremenim procesima globalizacije, gde se sve više destinacija suočava sa izazovima homogenizacije i gubitka autentičnosti, očuvanje kulturnog identiteta postaje strateški važno. On predstavlja protivtežu uniformnosti, čuvajući unikatnost prostora i naglašavajući njegove posebnosti na svetskoj turističkoj mapi. Promovisanje i revitalizacija tradicija ne samo da obogaćuju turističku ponudu Crne Gore, već doprinose očuvanju kulturne raznolikosti kao globalne vrednosti i podstiču održivi razvoj koji je utemeljen na lokalnim resursima i vrednostima.

Očuvanje autentičnosti kulturne baštine u savremenom turističkom kontekstu suočava se sa nizom složenih izazova koji ugrožavaju njen integritet i dugoročnu održivost. Jedan od ključnih problema jeste proces komercijalizacije i tzv. turističke „folklorizacije“, u kojem se tradicionalni običaji i festivali pojednostavljuju ili čak modifikuju kako bi postali atraktivniji i pristupačniji za široku turističku publiku. Ovakva prilagođavanja često rezultiraju gubitkom originalnog smisla i dubine kulturnih praksi, dok turistička ponuda sklona stereotipizaciji postaje površna, udaljavajući se od istinske lokalne autentičnosti.

Globalizacija i kulturna homogenizacija predstavljaju još jedan sloj pritiska na očuvanje lokalnog identiteta. Uticaj masovnih medija, popularne kulture i standardizovanih globalnih trendova sve više oblikuje preferencije, vrednosti i načine života, posebno među mlađim generacijama. Tradicionalni jezici, zanati i svakodnevne prakse bivaju marginalizovani ili potpuno nestaju, što vodi ka eroziji kulturne raznolikosti.

Demografske promene, posebno migracije mladih iz ruralnih područja u urbana središta ili inostranstvo, dodatno slabe kapacitete lokalnih zajednica za prenos znanja i očuvanje tradicija. Opadanje broja stanovnika u ruralnim sredinama smanjuje društvenu bazu neophodnu za održavanje običaja, dok se međugeneracijska veza – ključna za očuvanje nematerijalne baštine – prekida ili značajno oslabljuje. Nedostatak finansijskih i institucionalnih resursa dodatno

komplikuje situaciju. Ograničena sredstva za očuvanje kulturnih dobara, nedovoljna ulaganja u edukaciju lokalnog stanovništva i promociju kulturnog identiteta, kao i slaba koordinacija između relevantnih institucija, lokalnih zajednica i turističkih aktera, stvaraju strukturne barijere za efikasno upravljanje kulturnim resursima. Bez sistemskog pristupa i umrežavanja, napori na očuvanju autentičnosti često ostaju fragmentisani i nedovoljno održivi. Ovi izazovi zahtevaju integrisane i strateške odgovore kako bi se obezbedilo da kulturna baština ne postane samo statični eksponat u funkciji turizma, već živa i dinamična komponenta društvenog i ekonomskog razvoja (Radojević & Vujko, 2025).

Očuvanje autentičnosti lokalnih zajednica u okviru turističkog razvoja zahteva sistematski i multidimenzionalni pristup koji integriše edukaciju, podršku tradiciji, promociju i institucionalnu zaštitu. Ključni segment ovog procesa jeste osnaživanje i uključivanje lokalnog stanovništva, naročito mladih, kroz edukativne programe koji ističu značaj tradicija, kulturnog identiteta i nematerijalnog nasleđa. Aktivno učešće meštana u organizaciji kulturnih manifestacija i očuvanju tradicionalnih zanata doprinosi ne samo prenošenju znanja sa generacije na generaciju, već i stvaranju osećaja pripadnosti i odgovornosti za kulturnu baštinu.

Podrška tradicionalnim zanatima i umetnosti predstavlja neophodan segment strategije očuvanja autentičnosti. Ova podrška može biti realizovana kroz finansijske subvencije, logističku pomoć i kreiranje povoljnih uslova za rad zanatlija i umetnika, kao i kroz razvoj mreže suvenirskih radnji koje nude autentične proizvode sa jasnim identitetom i porukom. Time se obezbeđuje ne samo ekonomska održivost zanata, već i njihova vidljivost i pristupačnost turistima, što dodatno jača položaj lokalnih kulturnih stvaralaca.

Promocija kulturnih manifestacija i festivala koji autentično prikazuju narodne običaje, igre i rituale od posebnog je značaja za očuvanje tradicije u turizmu. Organizovanjem takvih

događaja, koji ne služe isključivo turističkoj potražnji već i kulturnoj afirmaciji zajednice, stvara se platforma za dijalog i razmenu između domaćeg stanovništva i posetilaca. Efikasna upotreba medija i digitalnih platformi u promociji ovih manifestacija omogućava širenje svesti o lokalnom kulturnom identitetu i privlačenje ciljane publike koja ceni autentičnost i kvalitet. Razvoj kulturnog turizma zasnovanog na autentičnosti podrazumeva kreiranje tematskih ruta i programa koji integrišu lokalnu istoriju, gastronomiju, umetnost i običaje. Ovakvi programi mogu biti realizovani kroz partnerstva sa muzejima, etno-selima, manastirima i drugim relevantnim kulturnim institucijama, što doprinosi sinergiji i stvaranju koherentne turističke ponude. Ovakav pristup omogućava stvaranje višedimenzionalnih iskustava i produbljuje razumevanje destinacije, istovremeno podstičući lokalnu ekonomiju.

Institucionalna zaštita i adekvatno zakonodavstvo čine temelj za dugoročnu zaštitu nematerijalne kulturne baštine. Jačanje pravnih okvira koji regulišu očuvanje tradicija i običaja, kao i njihovo uključivanje u strateške razvojne planove na nacionalnom i lokalnom nivou, osigurava da se autentičnost ne gubi usled brzih društvenih promena i komercijalnih pritisaka. Time se uspostavlja balans između razvoja turizma i zaštite kulturnog identiteta, čime se doprinosi održivosti i integritetu turističke destinacije.

Tabela 13. Komparativni pregled značaja, izazova i mera očuvanja kulturnog nasleđa u funkciji održivog turizma u Crnoj Gori

Tradicija/Manifestacija	Značaj	Izazovi	Mere očuvanja
Njeguški pršut i sir	Gastronomija kao deo kulturnog identiteta	Komercijalizacija ukusa i masovna proizvodnja	Certifikacija proizvoda, podrška malim proizvođačima
KotorArt festival	Promocija klasične muzike i kulture	Rizik od udaljavanja od lokalnih zajednica	Uključivanje lokalnih umetnika i publike
Etno sela i kuće u Crnoj Gori	Očuvanje tradicionalne arhitekture i života	Turistička stilizacija	Obnova i zaštita objekata kroz projekte održivog turizma

Vernički običaji i pravoslavni praznici	Nematerijalna baština i duhovni identitet	Uticaj modernizacije i migracija	Edukacija i uključivanje mladih kroz škole i crkve

Izvor: istraživanje autora

Očuvanje autentičnih tradicija i kulturnog identiteta predstavlja temeljni preduslov za postizanje dugoročne održivosti i konkurentnosti turizma u Crnoj Gori. U kontekstu savremenih izazova koje nameću globalizacija, migracije i tržišni pritisci, turizam može imati dvostruku ulogu – s jedne strane da doprinese revitalizaciji i promociji kulturne baštine, a s druge da, ukoliko se ne upravlja odgovorno, ubrza procese gubitka autentičnosti i kulturne homogenizacije. Da bi se izbegli negativni efekti, neophodno je razviti modele koji turizam pozicioniraju kao saveznicku snagu u očuvanju lokalnog identiteta, pri čemu je aktivna uloga lokalnih zajednica od presudnog značaja. Sinergijsko delovanje različitih sektora može stvoriti stabilan i održiv okvir za zaštitu i valorizaciju bogatog kulturnog nasleđa Crne Gore. Edukacija lokalnog stanovništva i jačanje svesti o vrednosti kulturnih resursa doprinose očuvanju tradicija i omogućavaju njihovu savremenu interpretaciju bez gubitka autentičnosti. Podrška tradicionalnim zanatima i kreativnim industrijama podstiče ekonomski opstanak i međugeneracijski prenos znanja, dok institucionalna zaštita pruža mehanizme za očuvanje i promociju materijalne i nematerijalne baštine. Uspostavljanjem odgovornog turizma koji se zasniva na principima poštovanja lokalnih vrednosti i aktivnog uključivanja zajednica, moguće je oblikovati turistički model u kojem kulturno nasleđe ne samo da opstaje, već postaje pokretač održivog razvoja i sredstvo očuvanja društvene kohezije u sve kompleksnijem globalnom okruženju.

PRIMERI DOBRE PRAKSE U OČUVANJU AUTENTIČNIH TRADICIJA I KULTURNOG IDENTITETA U REGIONU

1. **Srbija – Etno sela i kulturni centri**

Primer: Etno selo "Drvengrad" kod Mokre Gore (Todorović & Bjeljac, 2009).

- Osnovao ga je režiser Emir Kusturica kao projekat očuvanja srpske tradicije.
- Selo je izgrađeno u autentičnom tradicionalnom stilu, sa domaćim zanatlijama, običajima i gastronomijom.
- Organizuju se festivali tradicionalne muzike, zanatlije rade pred posetiocima, a lokalna kultura je živa i dostupna.
- Projekat promoviše i obrazovne radionice za mlade o zanatima i folkloru.

Ključni faktori uspeha:

- Integracija turističke ponude sa očuvanjem i aktivnom prezentacijom kulture.
- Aktivno uključivanje lokalne zajednice i stručnjaka.
- Jasna vizija i investicije u dugoročni razvoj.

2. Hrvatska – Kulturna baština kroz manifestacije i brendiranje

Primer: Festival "Špancirfest" u Varaždinu (Haluga et al., 2023).

- Jedan od najvećih festivala u Hrvatskoj, spaja tradicionalnu i modernu umetnost.
- Promoviše lokalne zanate, hranu, muziku i folklor kroz interaktivne programe.
- Uključuje radionice za decu i mlade, kao i edukativne ture po starom gradu.

Primer: Zaštićene kulturne rute "Via Adriatica" (Urošević et al., 2024).

- Put kojim se promovišu prirodne i kulturne vrednosti jadranske obale.

- Lokalne zajednice dobijaju podršku za razvoj ruralnog turizma i promociju autentičnih proizvoda.
- Turistički proizvodi su vezani za lokalne priče i običaje.

Ključni faktori uspeha:

- Snažan fokus na edukaciju i interaktivnost.
- Sinergija između kulturne i prirodne baštine.
- Umrežavanje lokalnih aktera i brendiranje destinacije.

3. Bosna i Hercegovina – Revitalizacija zanata i tradicionalnih festivala

Primer: Stari most i Stari grad Mostar (UNESCO World Heritage Centre, 2017).

- Očuvanje autentične arhitekture uz organizaciju tradicionalnih manifestacija poput "Skoka sa Starog mosta".
- Promocija kulturne raznolikosti i multietničkog nasleđa kroz muzejske postavke i festivale.

Primer: "Sarajevska zimska čarolija" i tradicionalne rukotvorine (Sarajevo Times, 2023).

- Podrška lokalnim zanatlijama kroz prodajne štandove i radionice.
- Organizovanje radionica izrade tradicionalnih proizvoda (pletenje, keramika, tkanje).

Ključni faktori uspeha:

- Uključivanje zajednica u program i planiranje.
- Kombinacija turističke ponude i očuvanja kulturne baštine.
- Podrška međunarodnih organizacija i lokalnih vlasti.

4. Slovenija – Integracija nematerijalne baštine u turizam

Primer: Festival "Kurentovanje" u Ptuju (Habinc, 2013).

- Tradicionalni maskenbal koji promoviše slovensku kulturnu baštinu.
- Aktivno uključuje lokalne zajednice u organizaciju i izvođenje.
- Festival je priznat kao deo UNESCO nematerijalne kulturne baštine.

Primer: Ruralni turizam sa fokusom na autentičnost

- Programi koji uključuju učenje o tradicionalnoj kuhinji, zanatima i poljoprivredi.
- Podsticanje posetilaca da učestvuju u lokalnim običajima.

Ključni faktori uspeha:

- Snažna participacija lokalnih zajednica.
- Institucionalna podrška kroz zakone i finansijske podsticaje.
- Jasna valorizacija nematerijalne baštine u turističkoj ponudi.

Ključne lekcije koje Crna Gora može izvući u procesu razvoja održivog turizma ukazuju na neophodnost strateškog pristupa koji istovremeno čuva i afirmiše kulturni identitet destinacije. Autentičnost se prepoznaje kao najvredniji resurs, te turizam mora biti sredstvo očuvanja, a ne degradacije kulturnih obrazaca i tradicija. Svaki razvojni korak treba da doprinosi jačanju lokalnog identiteta, osiguravajući da turistička aktivnost ne dovodi do otuđenja ili komercijalizacije koja izobličava suštinu zajednice. Uključivanje lokalnog stanovništva u sve faze turističkog razvoja predstavlja neizostavan preduslov za dugoročnu održivost i uspeh. Samo participativnim pristupom, koji podrazumeva aktivno učešće zajednica u planiranju, donošenju odluka i realizaciji

projekata, moguće je osigurati da turistička ponuda odgovara potrebama i interesima domaćih aktera, ali i da se koristi ravnomerno raspodele.

Edukacija i promocija tradicionalnih zanata, običaja i nematerijalnog nasleđa igraju ključnu ulogu u jačanju društvene povezanosti i ekonomske održivosti lokalnih zajednica. Osnaživanje znanja i veština, naročito među mladima i marginalizovanim grupama, doprinosi očuvanju kulturnih praksi i stvaranju novih mogućnosti za zapošljavanje i preduzetništvo u okviru turizma. Partnerstvo između države, nevladinih organizacija i privatnog sektora donosi najbolje rezultate jer omogućava sinergiju resursa, znanja i kapaciteta. Takva koordinacija obezbeđuje efikasnu implementaciju razvojnih strategija, jača institucionalne kapacitete i stvara održive modele upravljanja turizmom koji su prilagođeni lokalnim uslovima. Integracija kulturne baštine u turističku ponudu kroz manifestacije, muzeje, tematske rute i radionice dodatno povećava atraktivnost destinacije, omogućavajući stvaranje jedinstvenih i edukativnih turističkih iskustava. Ovakav pristup ne samo da doprinosi diferencijaciji Crne Gore na međunarodnom turističkom tržištu, već i osnažuje lokalne zajednice kroz očuvanje i promociju njihovog kulturnog nasleđa.

3.10.3 OSNAŽIVANJE ŽENA I ŽENSKO PREDUZETNIŠTVO KAO INDKATOR ODRŽIVE TRANSFORMACIJE ZAJEDNICA

Žensko osnaživanje i razvoj ženskog preduzetništva predstavljaju ključne faktore za postizanje održivog razvoja i transformacije lokalnih zajednica. Prema Rakočević et al., (2025b) u ruralnim i manjim sredinama, kao što su mnoge oblasti Crne Gore, žene igraju značajnu ulogu u očuvanju tradicije, razvijanju turizma i lokalnih ekonomija. Njihovo aktivno uključivanje doprinosi povećanju socijalne inkluzije, smanjenju siromaštva i ravnopravnijem društvu (Altinay et al., 2026).

Žensko preduzetništvo ima višestruki značaj za razvoj lokalnih zajednica i održivost ruralnih područja, posebno u kontekstu turizma i očuvanja kulturnog identiteta (Rakočević & Vujko, 2025). Kroz preduzetničke aktivnosti, ženama se otvara mogućnost za postizanje ekonomske samostalnosti, što direktno utiče na njihovu nezavisnost, stabilan prihod i unapređenje kvaliteta života. Takva ekonomska osnaženost žena doprinosi njihovoj snažnijoj socijalnoj poziciji i omogućava aktivnije uključivanje u donošenje odluka unutar porodice i zajednice.

Pored ekonomskog aspekta, žensko preduzetništvo ima i važnu socijalnu dimenziju jer doprinosi smanjenju rodnih nejednakosti i jačanju društvene kohezije (Vujko et al., 2024b). Aktivno učešće žena u ekonomskim procesima promoviše jednakost i inkluzivnost, čime se zajednice otvaraju ka ravnopravnijim društvenim odnosima i većoj solidarnosti (Altinay et al., 2026). Posebno u ruralnim sredinama, gde tradicionalni obrasci često ograničavaju ulogu žena, preduzetništvo predstavlja alat za njihovo osnaživanje i integraciju u lokalne ekonomske tokove.

Žene su često nosioci bogatog kulturnog i društvenog kapitala kroz tradicionalne zanate, kulinarstvo, narodnu umetnost i običaje. Preduzetništvo im omogućava da ove resurse ne samo očuvaju, već i valorizuju kroz tržišne mehanizme, doprinoseći tako očuvanju lokalnog identiteta i promociji autentične kulturne baštine (Ribeiro et al., 2021). U tom procesu, njihova kreativnost i sposobnost prilagođavanja globalnim trendovima bez narušavanja lokalne autentičnosti postaju ključni faktori održivosti (Išpanović et al., 2025). Osim toga, žensko preduzetništvo doprinosi diversifikaciji lokalne ekonomije, uvodeći inovativne proizvode i usluge u oblasti ruralnog turizma, poljoprivrede, rukotvorina i uslužnih delatnosti (Freund & Hernandez-Maskivker, 2021). Ova diversifikacija ne samo da obogaćuje turističku ponudu i jača otpornost zajednice na spoljne ekonomske šokove, već i otvara prostor za održive razvojne modele u kojima žene postaju pokretači pozitivnih promena na mikro i makro nivou. Na taj način, žensko preduzetništvo

prevazilazi okvire ekonomske aktivnosti i postaje stub društvenog razvoja i očuvanja kulturne raznolikosti (Cihangir et al., 2025).

Žensko preduzetništvo predstavlja jedan od ključnih indikatora održive transformacije u lokalnim zajednicama jer nadilazi samu ekonomsku aktivnost i postaje pokretač šireg društvenog i kulturnog razvoja (Rakočević & Vujko, 2025). Žene koje uspešno vode sopstvene biznise menjaju tradicionalne obrasce i doprinose redefinisanju percepcije o ulozi žena u društvu. Njihova aktivna participacija u ekonomskim i javnim sferama jača vidljivost i značaj ženskog doprinosa zajednici, otvarajući prostor za inkluzivnije i ravnopravnije društvene odnose. Takve promene stvaraju inspirativne primere koji motivišu mlađe generacije žena da prepoznaju sopstveni potencijal i preuzmu inicijativu u različitim oblastima.

Kroz preduzetničke aktivnosti, žene razvijaju niz veština – od menadžerskih i organizacionih do komunikacijskih i kreativnih – koje su ključne za jačanje lokalnih kapaciteta i otpornosti zajednica. Povezivanjem u mreže saradnje i kreiranjem novih poslovnih modela, one podstiču kolektivni napredak i osnažuju lokalnu ekonomiju. Ove aktivnosti doprinose ne samo ekonomskoj stabilnosti, već i društvenoj koheziji, jer uključuju različite aktere i promovišu zajedničke ciljeve razvoja. Posebno značajan aspekt ženskog preduzetništva ogleda se u održivoj upotrebi resursa. Žene kao preduzetnici često pokazuju veću senzibilnost prema očuvanju prirodnog i kulturnog okruženja, oslanjajući se na principe održivosti u kreiranju svojih proizvoda i usluga. Njihovi poslovni modeli, utemeljeni na lokalnim resursima, tradicionalnom znanju i ekološkoj svesti, postaju primeri dobre prakse za integraciju ekonomskog razvoja i zaštite životne sredine. Na taj način, žensko preduzetništvo ne samo da doprinosi inkluzivnom ekonomskom rastu, već postaje strateški element u izgradnji održivih i otpornih zajednica koje čuvaju svoj identitet i odgovorno upravljaju resursima.

211

Tabela 14. Komparativni pregled inicijativa za razvoj ženskog preduzetništva u održivom ruralnom turizmu u Crnoj Gori i regionu

Primer	**Opis**	**Uticaj**
Udruženja žena u ruralnim oblastima (npr. Žene Žabljaka)	Organizacije koje pomažu ženama kroz edukacije, marketing i zajedničku proizvodnju	Povećanje prihoda i tržišne vidljivosti
Projekti podrške ženskom preduzetništvu kroz EU fondove	Programi obuke, mikrokredita i mentorskih mreža	Povećana ekonomska nezavisnost i samostalnost
Ženska domaćinstva u agroturizmu u Srbiji i Hrvatskoj	Pružanje smeštaja i domaće hrane	Razvoj ruralnog turizma i očuvanje tradicije

Izvor: istraživanje autora

Iako žensko preduzetništvo ima potencijal da postane snažan pokretač održivih društveno-ekonomskih promena, njegov razvoj je često usporen brojnim izazovima i strukturnim preprekama. Jedan od najozbiljnijih problema jeste ograničen pristup finansijskim sredstvima i kreditima, što ženama otežava pokretanje i održavanje sopstvenih biznisa. Nedostatak adekvatnih garancija, diskriminatorne kreditne politike i ograničene mogućnosti za uključivanje u programe mikrofinansiranja dodatno produbljuju ekonomsku nejednakost i smanjuju šanse žena da ostvare finansijsku samostalnost kroz preduzetništvo. Pored toga, nedovoljna podrška obrazovnim inicijativama i mentorskim programima ograničava razvoj ključnih veština potrebnih za uspešno vođenje poslovanja. U mnogim ruralnim zajednicama žene nemaju pristup kvalitetnim obukama koje bi im omogućile da unaprede znanja iz oblasti digitalizacije, marketinga ili održivog upravljanja resursima, čime se sužava njihov kapacitet za inovacije i tržišno pozicioniranje.

Tradicionalni rodni stereotipi i ukorenjene društvene barijere dodatno otežavaju ženama da se afirmišu u preduzetničkom okruženju. Ove prepreke se manifestuju kroz nedovoljno priznanje ženskog rada, predrasude o „prikladnim“ zanimanjima za žene i neravnopravnu raspodelu porodičnih i profesionalnih obaveza, što smanjuje mogućnost njihovog aktivnog učešća

u ekonomskim tokovima (Moghaddam et al., 2025). Specifičnost sektora turizma, u kojem je veliki broj ženskih preduzetnica angažovan, donosi dodatni izazov u vidu sezonalnosti i nestabilnosti prihoda. Ovakva ekonomska neizvesnost otežava dugoročno planiranje, investiranje i održavanje poslovnih aktivnosti, posebno u kontekstu ruralnih područja gde su tržišta manja i podložnija oscilacijama (Pécot et al., 2024). Prevazilaženje ovih izazova zahteva sveobuhvatan pristup koji uključuje finansijsku inkluziju, razvoj obrazovnih i mentorski orijentisanih programa, institucionalnu podršku i strateško suzbijanje rodnih stereotipa kako bi se ženama omogućilo da u potpunosti realizuju svoj preduzetnički potencijal i doprinesu održivoj transformaciji lokalnih zajednica.

Podrška ženskom preduzetništvu zahteva strateški pristup koji kombinuje obrazovne, finansijske, institucionalne i društvene mehanizme osnaživanja. Razvoj specijalizovanih programa osposobljavanja i mentorstva namenjenih ženama omogućio bi im sticanje praktičnih znanja i veština neophodnih za uspešno upravljanje biznisom, posebno u oblastima ruralnog turizma, zanatstva i kreativnih industrija (Yudhistira & Robaka, 2025). Paralelno s tim, olakšan pristup finansijskim sredstvima, grantovima i mikro-kreditima bio bi ključan za uklanjanje jedne od najvećih prepreka s kojima se žene preduzetnice suočavaju, otvarajući im prostor za pokretanje i unapređenje poslovnih aktivnosti. Promovisanje rodne ravnopravnosti kroz medije i lokalne kampanje može doprineti razbijanju duboko ukorenjenih stereotipa o ulozi žena u ekonomiji i društvu, čime bi se kreiralo podsticajno okruženje za njihovu afirmaciju (Pathiranage et al., 2025). Umrežavanje žena preduzetnica, kako međusobno, tako i kroz povezivanje sa ključnim akterima turističkog sektora, omogućava razmenu iskustava, kreiranje partnerstava i jačanje tržišnog nastupa. Važan segment predstavlja i motivisanje lokalnih vlasti da proaktivno uključuju žene u

procese planiranja i odlučivanja o razvoju turizma, čime se osigurava da njihove perspektive i potrebe budu integrisane u razvojne strategije (Aquino & Boluk, 2025).

Osnaživanje žena kroz preduzetništvo predstavlja jedan od najvažnijih pokazatelja održive transformacije lokalnih zajednica u Crnoj Gori (Rakočević et al., 2025b). Njihova aktivna i ekonomski nezavisna uloga doprinosi ne samo ekonomskom rastu, već i jačanju socijalne kohezije i očuvanju kulturne baštine. U tom smislu, žensko preduzetništvo postaje stub inkluzivnog i održivog turizma koji se oslanja na lokalne resurse i vrednosti, a istovremeno otvara put ka ravnopravnijem i otpornijem društvu (Rakočević & Vujko, 2025).

3.11 STRATEGIJE ODRŽIVOG TURIZMA U CRNOJ GORI

Razvoj održivog turizma u Crnoj Gori predstavlja jedan od ključnih prioriteta nacionalne razvojne politike, budući da turizam čini značajan deo bruto domaćeg proizvoda, zaposlenosti i međunarodne percepcije zemlje (Galli et al., 2018). Crna Gora, kao članica Svetske turističke organizacije i zemlja kandidat za pristupanje Evropskoj uniji, prepoznaje nužnost očuvanja svojih prirodnih i kulturnih resursa kroz implementaciju strategija koje promovišu dugoročnu otpornost, odgovorno upravljanje i ravnomeran regionalni razvoj. U Strategiji razvoja turizma Crne Gore za period 2022–2026. istaknuta je vizija transformacije Crne Gore u destinaciju autentičnog, bezbednog i zelenog turizma, uz fokus na kvalitet umesto kvantiteta i na razvoj ponude koja je u skladu sa principima održivosti (Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma Crne Gore, 2022).

Ključne komponente ove strategije uključuju:

1. Teritorijalnu diverzifikaciju turističke ponude

Jedan od glavnih ciljeva jeste smanjenje prekomerne zavisnosti od jadranske obale kroz jačanje turističkih potencijala u centralnim i severnim regionima zemlje. Time se podstiče razvoj

planinskog, seoskog, kulturnog, zdravstvenog i avanturističkog turizma. Projekti u Žabljaku, Plužinama, Kolašinu i Beranama usmereni su na valorizaciju netaknutih pejzaža, tradicionalnog načina života i etnološke baštine. Ovakav pristup doprinosi dekoncentraciji turističkog pritiska i ravnomernijem ekonomskom razvoju.

2. Ekološka održivost i zaštita resursa

Crna Gora se obavezala na integraciju zaštite životne sredine u sve faze turističkog planiranja. Strategije uključuju: kontrolisani urbanistički razvoj u zaštićenim zonama (npr. Nacionalni parkovi: Durmitor, Lovćen, Biogradska gora), unapređenje upravljanja otpadom u turističkim centrima, kao i promociju energetski efikasne i ekološki prihvatljive infrastrukture (npr. „eko-hoteli“, kampovi sa niskim ekološkim otiskom). Uvedeni su i sistemi za kontrolu nosivog kapaciteta destinacija, naročito u zonama sa UNESCO statusom (Kotor).

3. Unapređenje kvaliteta i inovacija u turizmu

Strategije podstiču ulaganja u inovativne i digitalne alate, unapređenje kvaliteta usluga i razvoj ljudskih resursa. Kroz programe podrške za MSP sektor, edukaciju kadrova u oblasti održivog menadžmenta, kao i kroz digitalizaciju informativnih sistema, Crna Gora teži podizanju konkurentnosti uz istovremeno poštovanje lokalnih identiteta i ekoloških standarda.

4. Učešće lokalnih zajednica i socijalna odgovornost

188

Jedan od osnovnih principa održivog turizma jeste uključivanje lokalnog stanovništva u proces planiranja, donošenja odluka i koristi od turizma. Strategija predviđa podršku lokalnim proizvođačima, domaćinstvima koja se bave seoskim turizmom, kao i očuvanje i promociju lokalne gastronomske, zanatske i umetničke ponude. Na taj način se stimuliše ekonomska inkluzija, zadržavanje mladih u ruralnim sredinama i revitalizacija tradicionalnih znanja.

5. Zelena i digitalna tranzicija

U skladu sa Zelenom agendom za Zapadni Balkan i nacionalnim klimatskim politikama, strategije održivog turizma uključuju mere za redukciju emisija gasova sa efektom staklene bašte, razvoj održivog transporta (npr. biciklističke i pešačke staze, električni shuttle-servisi), te primenu pametnih rešenja u upravljanju posetama (smart destinacije, aplikacije za monitoring posetilaca, digitalne ulaznice u NP).

6. Monitoring, evaluacija i institucionalna koordinacija

Radi postizanja efikasnosti, strategija predviđa uspostavljanje sistema indikatora održivosti i kontinuirano praćenje efekata turizma na prirodnu i društvenu sredinu. Ove aktivnosti se odvijaju u saradnji sa javnim institucijama, lokalnim samoupravama, civilnim sektorom i međunarodnim partnerima. Istovremeno, jačaju se kapaciteti nacionalnih i lokalnih institucija za sprovođenje održivih politika, posebno u domenu prostornog planiranja i kontrole urbanizacije.

Strategije održivog turizma u Crnoj Gori predstavljaju integralan razvojni okvir koji povezuje ekološke, društvene i ekonomske dimenzije u cilju očuvanja prirodnih resursa, unapređenja kvaliteta života lokalnog stanovništva i povećanja konkurentnosti zemlje na međunarodnom turističkom tržištu. Ovaj sveobuhvatan pristup istovremeno adresira klimatske izazove i ekološke ograničenosti, prepoznajući socioekonomske potrebe zajednica kao ključni element dugoročne stabilnosti. Uspešnost strategija u velikoj meri zavisi od dosledne implementacije politika, efektivne međusektorske saradnje i aktivne participacije građana, što podrazumeva jačanje institucionalnih kapaciteta i usklađivanje sa međunarodnim standardima održivosti.

U kontekstu procesa evropskih integracija i rastućih pritisaka izazvanih klimatskim promenama, održivi turizam se više ne percipira samo kao poželjna razvojna opcija, već kao strateški imperativ. On postaje ključni instrument za balansiranje između ekonomskog rasta i

očuvanja prirodno-kulturnih vrednosti, pozicionirajući Crnu Goru kao primer destinacije koja teži da uskladi svoje razvojne ambicije sa principima ekološke odgovornosti i društvene inkluzivnosti.

3.11.1 NACIONALNE STRATEGIJE I REGULATIVA U OBLASTI ODRŽIVOG TURIZMA

Crna Gora je zemlja izuzetne prirodne i kulturne raznolikosti – sa 5 nacionalnih parkova, obalom Jadrana, planinskim masivima i bogatom nematerijalnom baštinom. Istovremeno, suočava se s izazovima poput masovnog sezonskog turizma, pritiska na obalu, ekološke degradacije i neujednačenog regionalnog razvoja**.**

- Održivi turizam je **nužan pravac** razvoja jer balansira tri dimenzije:

1. **Ekonomsku (profit),**
2. **Ekološku (očuvanje resursa),**
3. **Društveno-kulturnu (lokalne zajednice i identitet).**

Ciljevi održivog turizma u Crnoj Gori oslanjaju se na potrebu da se turizam razvija kao holistički i balansiran sistem koji integriše ekonomske, ekološke i društvene prioritete. Diverzifikacija turističke ponude, sa fokusom na razvijanje proizvoda izvan obalne zone i letnje sezone, ima za cilj rasterećenje najopterećenijih područja i produženje turističkog ciklusa kroz valorizaciju ruralnih, planinskih i kontinentalnih resursa. Ovaj pristup doprinosi smanjenju sezonalnosti i otvara nove prilike za lokalne zajednice u unutrašnjosti zemlje. Zaštita prirodnih i kulturnih resursa postavlja se kao temelj održivog turizma, imajući u vidu izuzetnu biodiverzitetsku i kulturno-istorijsku vrednost Crne Gore. Očuvanje ekosistema, odgovorno korišćenje prostora i zaštita nematerijalne baštine postaju prioriteti u oblikovanju turističkih politika koje teže očuvanju autentičnosti destinacije.

Ravnomeran razvoj regiona predstavlja još jedan ključni cilj, jer smanjenje regionalnih dispariteta kroz turizam može doprineti socijalnoj koheziji i ravnomernijoj distribuciji ekonomskih koristi. Jačanje lokalnih zajednica, sa posebnim naglaskom na ulogu žena i ženskog preduzetništva, doprinosi inkluzivnom razvoju i podstiče participativne modele upravljanja koji integrišu lokalno znanje i potrebe u turističke strategije. Konačno, digitalizacija i inovacije u upravljanju destinacijama postaju nezaobilazni instrumenti modernog turizma. Primena pametnih tehnologija omogućava efikasnije planiranje, promociju i monitoring turističkih tokova, čime se podiže konkurentnost Crne Gore na globalnom tržištu i osigurava održivo korišćenje resursa u skladu sa savremenim zahtevima turista i principima održivosti.

Ključne strategije održivog turizma u Crnoj Gori predstavljaju integrisani pristup koji teži uspostavljanju ravnoteže između ekonomskog razvoja, očuvanja prirodnih i kulturnih resursa te unapređenja kvaliteta života lokalnih zajednica. Decentralizacija i regionalna ravnoteža usmerene su na diversifikaciju turističke ponude kroz razvoj severnih i centralnih delova zemlje, kao što su Plužine, Kolašin, Berane i Nikšić. Ulaganja u infrastrukturu i promociju specijalizovanih oblika turizma – ruralnog, ekološkog, agroturizma, planinskog i kulturnog – omogućavaju ravnomerniji razvoj i smanjenje pritisaka na primorske zone (McGehee & Kim, 2004). Zaštita obale i morskih resursa zauzima centralno mesto u strategijama, naročito kroz regulaciju građevinskih dozvola u zaštićenim zonama poput Ulcinjske solane i Buljarice. Uvođenje ekoloških standarda za marine, hotele i kampove, kao i promocija međunarodno priznatih programa poput „Plave zastave“, osiguravaju odgovorno upravljanje plažama i morskim ekosistemima, čime se štite prirodni resursi i održava visoki nivo kvaliteta turističke ponude (Bošković, 2016).

Promocija zelenog transporta i mobilnosti kroz razvoj biciklističkih i pešačkih staza, kao na trasama „Via Dinarica“ (Via Dinarica Initiative, 2025) i „Balkan Green Belt“ (Balkan Green Belt

Initiative, 2025), te uvođenje električnih vozila u nacionalnim parkovima i većim destinacijama, doprinosi smanjenju ugljeničnog otiska turizma. Povezanost sela i manjih mesta sa glavnim turističkim centrima omogućava lakši pristup i ravnomerniju distribuciju turističkih tokova, što ima pozitivan efekat na lokalne ekonomije i životnu sredinu. Održivo upravljanje posetama i nosivim kapacitetima realizuje se kroz sisteme kontrole broja posetilaca u zaštićenim područjima kao što su Nacionalni parkovi Durmitor, Lovćen i Skadarsko jezero. Digitalne platforme za rezervaciju i informisanje o pravilima ponašanja, kao i primena „pametnih karata“ i QR kodova za interpretaciju lokaliteta, podižu nivo svesti turista i pomažu u zaštiti prirodnih i kulturnih vrednosti (Cvijanović et al., 2025c).

Edukacija i osnaživanje lokalnih zajednica predstavljaju neophodne elemente održivosti, kroz treninge za lokalne vodiče, zanatlije, proizvođače i domaćine. Poseban fokus stavljen je na podršku ženskom i mladom preduzetništvu u ruralnom turizmu, kao i na uključivanje zajednica u participativno planiranje i donošenje odluka, čime se jača društvena kohezija i osećaj vlasništva nad lokalnim razvojem. Digitalizacija destinacija i razvoj pametnog turizma omogućavaju inovativne pristupe upravljanju i promociji. Aplikacije za zelene rute, rezervacije i praćenje gužvi, kao i digitalni sistemi za monitoring ekoloških pokazatelja, doprinose efikasnijem i održivijem upravljanju destinacijama. Digitalni marketing usmeren na promociju „low-impact“ destinacija dodatno afirmiše održive turističke prakse.

Uvođenje eko-sertifikacija i standardizacija kroz međunarodne oznake kvaliteta kao što su EU Ecolabel, Green Key i Travelife, zajedno sa nacionalnim sistemom ocenjivanja održivih praksi, postavljaju jasne kriterijume i motivišu aktere u turizmu na kontinuirano unapređenje ekoloških i društvenih performansi (Cvijanović et al., 2021). Ove strategije zajedno kreiraju okvir za održivi razvoj turizma u Crnoj Gori koji je usklađen sa globalnim trendovima i lokalnim potrebama.

Tabela 15. Komparativni pregled primera dobre prakse održivog turističkog razvoja u Crnoj Gori

Destinacija	Održiva praksa	Napomena
NP Durmitor	Ograničen broj posetilaca na Crnom jezeru	Uvođenje e-brojača
Etno selo Nevidio (Žabljak)	Lokalno vođeno, ekološki materijali, tradicionalna kuhinja	Žensko preduzetništvo
Skadarsko jezero	Ekoture, vožnje čunovima, lokalni vodiči	Zaštita ptičjih staništa
Tivat - Luštica Bay	Održivo urbanističko planiranje, solarna energija	Primer javno-privatnog partnerstva

Izvor: istraživanje autora

Na osnovu analize prikupljenih podataka i identifikovanih izazova u implementaciji održivih turističkih praksi, neophodno je razmotriti dodatne mere koje bi mogle doprineti efikasnijem i sveobuhvatnijem razvoju održivog turizma u Crnoj Gori. Prvo, preporučuje se izrada Nacionalnog akcionog plana za održivi turizam, koji bi definisao strateške ciljeve, ključne aktivnosti i odgovornosti svih relevantnih aktera na nacionalnom i lokalnom nivou. Takav dokument predstavlja osnovu za koordinisano delovanje i dugoročnu posvećenost principima održivosti. Dalje, razvoj i uspostavljanje indikatora održivosti na nivou svih opština predstavlja značajan korak ka sistematskom praćenju i evaluaciji sprovođenja održivih praksi, omogućavajući identifikaciju uspeha, ali i područja koja zahtevaju dodatnu pažnju i intervencije. Takođe, uključivanje obrazovnih ustanova u promociju i edukaciju o održivom turizmu može značajno doprineti podizanju svesti i kapaciteta budućih generacija stručnjaka i lokalnih zajednica, čime se obezbeđuje dugoročna održivost turističkog sektora. Pored toga, uvođenje poreskih podsticaja i dodela grantova za ekološke inicijative može predstavljati efikasan mehanizam motivacije i podrške turističkim subjektima u implementaciji održivih projekata. Ovakve finansijske mere podstiču inovacije i razvoj ekološki prihvatljivih turističkih proizvoda i usluga.

Na kraju, intenziviranje saradnje sa međunarodnim organizacijama, poput UNDP-a i UNESCO-a, omogućava pristup ekspertizi, finansijskoj pomoći i međunarodnim standardima, čime se doprinosi podizanju kvaliteta i konkurentnosti održivog turizma u Crnoj Gori. Ove dodatne

mere predstavljaju neophodan segment strateškog pristupa održivom razvoju turizma, koji treba biti usklađen sa lokalnim specifičnostima i globalnim trendovima.

Crna Gora poseduje značajan potencijal i sve neophodne preduslove da postane lider u razvoju održivog turizma na regionalnom nivou. Međutim, za ostvarenje tog cilja neophodna je sistematska i dosledna implementacija strateških ciljeva koji će usmeravati razvoj sektora turizma u skladu sa principima održivosti. Ključni faktor predstavlja i uspostavljanje efikasne saradnje između javnog, privatnog i civilnog sektora, čime se obezbeđuje sinergijsko delovanje i zajedničko deljenje odgovornosti. Takođe, neophodna je i promena svesti kako turista, tako i lokalnih aktera, sa ciljem podizanja nivoa razumevanja važnosti održivih praksi i njihove primene u svakodnevnom radu i ponašanju. Održivost se ne može posmatrati isključivo kao mera zaštite prirodnih i kulturnih resursa, već predstavlja i konkurentsku prednost koja doprinosi jačanju tržišne pozicije i reputacije destinacije. Na kraju, održivi razvoj turizma u Crnoj Gori jeste ne samo imperativ očuvanja resursa, već i garancija dugoročnog ekonomskog i društvenog prosperiteta, koji će omogućiti balans između potreba sadašnjih i budućih generacija. Time se afirmiše održivost kao temeljni princip planiranja i upravljanja turizmom u narednim decenijama.

3.11.2 IMPLEMENTACIJA STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA CRNE GORE SA FOKUSOM NA ODRŽIVOST

Crna Gora je još 1991. godine, na Konferenciji Ujedinjenih nacija u Rio de Žaneiru, formalno prepoznata kao ekološka država, čime je stekla temeljnu obavezu da implementira održive prakse u svim segmentima razvoja. Ovaj status postavio je okvir za sve buduće razvojne politike, sa posebnim fokusom na balansiranje ekonomskog rasta i očuvanja prirodnih vrednosti. U skladu sa tim principima, najnovija Strategija razvoja turizma Crne Gore do 2025. godine,

zajedno sa pripadajućim Akcionim planovima, jasno definiše održivost kao centralni pravac razvoja turističkog sektora.

Strategija se oslanja na tri ključna stuba koji zajedno čine integrisani pristup razvoju turizma: prvi stub je održivi razvoj destinacija, koji podrazumeva promovisanje modela turizma koji ne narušava prirodne i društvene resurse, već ih koristi na način koji omogućava dugoročnu održivost. Drugi stub fokusira se na kvalitet i diverzifikaciju turističke ponude, čime se nastoji produžiti turistička sezona, smanjiti pritisak na najpopularnije destinacije i odgovoriti na rastuće zahteve savremenih turista za autentičnim i raznovrsnim iskustvima. Treći stub predstavlja očuvanje prirodnih i kulturnih resursa, gde se poseban značaj pridaje zaštiti biodiverziteta, krajolika, istorijskog nasleđa i kulturne autentičnosti, čime se obezbeđuje konkurentnost Crne Gore kao održive turističke destinacije. Ovakav strateški pristup omogućava Crnoj Gori da uskladi svoje razvojne ambicije sa međunarodnim standardima održivosti, postavljajući temelje za dugoročnu otpornost i prosperitet turističkog sektora, uz istovremeno poštovanje i zaštitu dragocenih prirodnih i kulturnih vrednosti.

Institucionalni okvir implementacije održivog razvoja turizma u Crnoj Gori zasnovan je na koordinaciji i saradnji više ključnih aktera, čija je sinergija neophodna za uspešnu realizaciju strateških ciljeva. Ministarstvo turizma, ekologije, održivog razvoja i razvoja sjevera predstavlja centralnu državnu instituciju zaduženu za kreiranje politika, regulative i nadzor nad sprovođenjem razvojnih planova. Nacionalna turistička organizacija Crne Gore (NTO CG) ima važnu ulogu u promociji destinacije, marketinškim aktivnostima i podršci lokalnim turističkim akterima.

Lokalne samouprave i turističke organizacije opština su neposredni implementatori mera na terenu, odgovorni za prilagođavanje strategija specifičnostima svojih regiona i uključivanje lokalnih zajednica u proces odlučivanja. Javna preduzeća, poput Nacionalnih parkova Crne Gore,

upravljaju zaštićenim prirodnim područjima i predstavljaju ključne nosioce očuvanja ekoloških resursa unutar turističke ponude. Privatni sektor, uključujući turističke agencije, ugostiteljske objekte i druge pružaoce usluga, zajedno sa nevladinim organizacijama koje često deluju na polju edukacije, zaštite životne sredine i razvoja zajednica, čine važan segment implementacionog okvira kroz svoje operativne aktivnosti i inicijative (Jocić et al., 2024). Alati implementacije obuhvataju razvoj i primenu akcionih planova sa jasno definisanim indikatorima uspeha i rokovima, što omogućava praćenje i evaluaciju sprovođenja mera. Javno–privatna partnerstva predstavljaju ključni mehanizam za mobilizaciju resursa, inovacija i zajedničkih akcija na unapređenju održivosti turizma. Takođe, međunarodna podrška kroz programe i fondove poput UNDP-a, EU IPA fondova i GIZ-a značajno doprinosi jačanju kapaciteta institucija i realizaciji konkretnih projekata, osiguravajući tehničku i finansijsku podršku u procesu implementacije.

Ključni akteri:

- **Ministarstvo turizma, ekologije, održivog razvoja i razvoja sjevera Crne Gore (**Ministarstvo ekologije, održivog razvoja i razvoja sjevera Crne Gore, 2025),
- **Nacionalna turistička organizacija Crne Gore (**Nacionalna turistička organizacija Crne Gore, 2025),
- **Lokalne samouprave i turističke organizacije opština (**Lista lokalnih samouprava – Vlada Crne Gore),
- **Javna preduzeća (npr. Nacionalni parkovi Crne Gore), (**Javno preduzeće za nacionalne parkove Crne Gore),
- **Privatni sektor i nevladine organizacije.**

Alati implementacije:

- Akcioni planovi sa preciznim indikatorima i rokovima,
- Javno–privatna partnerstva,
- Međunarodna podrška (UNDP, EU IPA fondovi, GIZ).

Implementacija održivih principa u turizmu Crne Gore zasniva se na ključnim elementima koji zajedno oblikuju sveobuhvatan pristup zaštiti prirodnih i društvenih resursa, kao i unapređenju kvaliteta turističke ponude. Prostorno i plansko upravljanje ima centralnu ulogu u definisanju okvira za razvoj, pri čemu se kroz prostorne i urbanističke planove uvode stroge mere zaštite prirodnih područja kao što su Ulcinjska solana i Ada Bojana. Ograničavanje neplanske gradnje u priobalnim zonama i plansko uspostavljanje održivih turističkih zona doprinose kontroli ekspanzije i očuvanju pejzažnih i ekoloških vrednosti.

Ekološka infrastruktura predstavlja osnov za smanjenje negativnih uticaja turizma na životnu sredinu. Investicije u postrojenja za prečišćavanje otpadnih voda, efikasno upravljanje otpadom u turističkim centrima, kao i razvoj energetskih efikasnih i eko-certifikovanih objekata, omogućavaju održiviji rad i smanjenje ekološkog otiska sektora.

Podsticaji za zelene inicijative uključuju finansijske subvencije namenjene razvoju eko smeštaja, seoskog i agroturizma (Barbieri 2013), kao i upotrebi obnovljivih izvora energije. Promocija i primena međunarodno priznatih sertifikata, kao što su EU Ecolabel i Green Key, dodatno motivišu aktere u turizmu na usvajanje ekoloških standarda i unapređenje kvaliteta usluga. Lokalni razvoj i inkluzija zajednica predstavljaju neizostavan aspekt održivosti. Participativno planiranje kroz javne rasprave osigurava transparentnost i uključivanje lokalnog stanovništva u donošenje odluka. Edukacija za rad u turizmu jača kapacitete zajednica, dok posebna podrška

ženskom i mladom preduzetništvu doprinosi socijalnoj inkluziji i ekonomskoj osnaženosti lokalnih aktera.

Diverzifikacija turističke ponude usmerena je na smanjenje zavisnosti od letnje sezone i primorskih destinacija. Razvoj planinskog i zimskog turizma u oblastima poput Bjelasice, Durmitora i Hajle, kao i podsticanje ekoturizma i ruralnog turizma u regionima Kolašin, Piva i Plav, obogaćuju ponudu i produžavaju sezonu. Kulturne rute i festivali, kao što su Via Dinarica i KotorArt, dodatno afirmišu turističku destinaciju kroz promociju lokalnih vrednosti i kulturnog identiteta. Ovi elementi implementacije predstavljaju integralni okvir za uspostavljanje održivog i konkurentnog turističkog sektora u Crnoj Gori, koji poštuje prirodne i društvene resurse i doprinosi ravnomernom razvoju svih regiona.

Tabela 16. Komparativni pregled rezultata implementacije održivih turističkih inicijativa u Crnoj Gori do 2024. godine

Oblast	Rezultat
Zeleni sertifikati	15 hotela sa EU Ecolabel i Green Key sertifikatima
Eko-turizam	Uspostavljanje eko-tura u NP Biogradska gora i Durmitor
Digitalizacija	Razvijene aplikacije za vođenje kroz nacionalne parkove
Obuka kadra	Treninzi za 600+ lokalnih vodiča, ugostitelja i zanatlija
Ruralni turizam	Rast broja registrovanih seoskih domaćinstava (preko 300)

Izvor: istraživanje autora

Implementacija održivih praksi u turizmu Crne Gore suočava se sa brojnim izazovima koji otežavaju postizanje ciljeva definisanih strateškim dokumentima. Jedan od značajnih problema predstavlja nedovoljna koordinacija između različitih državnih institucija, lokalnih vlasti i drugih aktera, što često dovodi do preklapanja nadležnosti, neusklađenih aktivnosti i usporavanja procesa donošenja odluka. Ova fragmentacija utiče na efikasnost sprovođenja mera i smanjuje kapacitete za sveobuhvatno upravljanje turizmom.

Neujednačena raspodela koristi od turističkog razvoja takođe predstavlja značajan izazov, pri čemu primorske zone i dalje dominiraju u privlačenju investicija i posetilaca, dok se unutrašnjost zemlje, odnosno zaleđe, suočava sa marginalizacijom i ograničenim mogućnostima za razvoj. Ova disproporcija doprinosi povećanju regionalnih razlika i otežava ravnomeran socioekonomski razvoj.

Nedostatak sistematskog praćenja i evaluacije indikatora održivosti ograničava mogućnost pravovremenog uvida u uspešnost sprovođenih mera i njihovu prilagođenost promenama. Bez jasno definisanih i redovno prikupljanih podataka, planiranje i donošenje odluka ostaje na niskom nivou preciznosti i odgovornosti. Problemi zagađenja i prenatrpanosti tokom turističke sezone naročito su izraženi u popularnim destinacijama poput Budve, Kotora i Ulcinja. Intenzivan pritisak turista na infrastrukturu i prirodne resurse dovodi do degradacije životne sredine, narušavanja kvaliteta usluga i opterećenja lokalnih zajednica, što ugrožava dugoročnu održivost turizma.

Slaba integracija principa održivosti u poslovne modele privatnog sektora, posebno kod manjih ugostiteljskih objekata i individualnih pružalaca usluga, dodatno usporava celokupan napredak. Nedostatak svesti, resursa i motivacije za primenu ekoloških i društveno odgovornih praksi predstavlja prepreku za transformaciju sektora ka održivijem poslovanju. Ovi izazovi zahtevaju sistemski pristup koji će obuhvatiti jačanje institucionalnih kapaciteta, razvoj mehanizama koordinacije, bolje planiranje i monitoring, kao i podsticanje partnerstva između javnog, privatnog i civilnog sektora, kako bi se osigurala efikasna i dugoročna implementacija održivih principa u turizmu Crne Gore.

PREPORUKE ZA UNAPREĐENJE IMPLEMENTACIJE

Kratkoročne:

- Jačanje lokalnih kapaciteta i upravljanja destinacijama
- Uspostavljanje platforme za praćenje održivih indikatora
- Jača kontrola nad gradnjom i zaštita zona prirode i kulturne baštine

Dugoročne:

- Razvoj **Nacionalne strategije održivog turizma do 2035.,**
- Uvođenje **obavezne eko-standarizacije** za nove objekte,
- Jačanje uloge žena i mladih u ruralnim područjima kroz posebne programe,
- Osnivanje **Centra za održivi turizam Crne Gore** za obuku, monitoring i podršku projektima.

Kratkoročne mere usmerene su na neposredno jačanje kapaciteta lokalnih zajednica i upravljanja destinacijama, kroz edukaciju i razvoj mehanizama koji omogućavaju efikasnije donošenje odluka i uključivanje svih relevantnih aktera. Uspostavljanje platforme za praćenje održivih indikatora predstavlja ključni korak ka transparentnom i kontinuiranom monitoringu stanja turizma, što omogućava pravovremenu reakciju i prilagođavanje mera. Takođe, intenziviranje kontrole nad građevinskim aktivnostima i zaštita prirodnih i kulturnih zona doprinosi očuvanju vrednosti destinacija i sprečava neplaniranu i štetnu ekspanziju turizma.

Dugoročne strategije teže sistemskom i sveobuhvatnom razvoju održivog turizma, što se ogleda kroz planiranje i uspostavljanje Nacionalne strategije održivog turizma do 2035. godine. Uvođenje obavezne eko-standarizacije za nove turističke objekte predstavlja inovativni pristup kojim se garantuje ekološka prihvatljivost i energetska efikasnost budućih investicija. Poseban fokus na jačanje uloge žena i mladih u ruralnim područjima kroz ciljane programe doprinosi socijalnoj inkluziji i ekonomskom osnaživanju marginalizovanih grupa, što pozitivno utiče na

otpornost i vitalnost lokalnih zajednica. Osnivanje Centra za održivi turizam Crne Gore, kao institucionalnog centra za obuku, monitoring i podršku projektima, predstavlja dugoročni cilj koji će omogućiti stručno vođstvo, koordinaciju i unapređenje održivih praksi u turističkom sektoru. Ove kratkoročne i dugoročne mere zajedno kreiraju okvir za postizanje održivog, inkluzivnog i konkurentnog razvoja turizma u Crnoj Gori, uz poštovanje ekoloških i društvenih principa.

Crna Gora je postavila čvrste temelje za razvoj održivog turizma, prepoznajući važnost zaštite prirodnih i kulturnih vrednosti kao i potrebu za diverzifikacijom turističke ponude. Ipak, ključni izazov ostaje kvalitet implementacije definisanih politika i mera. Neophodna je snažnija politička volja koja će omogućiti dosledno sprovođenje strategije, uz jasnu transparentnost u primeni i kontinuirani monitoring rezultata. Uključivanje lokalnih zajednica kao ravnopravnih partnera u sve faze razvoja i upravljanja turizmom predstavlja osnovni preduslov za postizanje dugoročne održivosti i društvene kohezije.

Samo kroz participativan i integrisan pristup implementaciji, Crna Gora može sačuvati svoje jedinstvene prirodne i kulturne resurse, podstaći ravnomeran razvoj svih regiona i postati prepoznatljiv model održivog turizma kako u okviru Balkanskog regiona, tako i šire u Evropi. Ovakav pristup omogućava ne samo ekonomski rast, već i očuvanje identiteta, poboljšanje kvaliteta života lokalnog stanovništva i dugoročnu otpornost turističkog sektora na globalne izazove.

3.11.3 USKLAĐIVANJE SA EU STANDARDIMA I UN CILJEVIMA ODRŽIVOG RAZVOJA

158 38 Kao kandidat za članstvo u Evropskoj uniji, Crna Gora je u obavezi da prilagodi svoj zakonodavni, institucionalni i razvojni okvir evropskim standardima, uključujući i one koji se

odnose na održivi turizam, zaštitu životne sredine, klimatske promene i lokalni razvoj. Takođe, kroz Agendu 2030 Ujedinjenih nacija, Crna Gora se obavezala da će implementirati 17 ciljeva održivog razvoja (Sustainable Development Goals – SDGs), od kojih su mnogi direktno povezani s turizmom.

KLJUČNE TAČKE USKLAĐIVANJA

U procesu usklađivanja sa evropskim politikama i standardima, Crna Gora usmerava svoje napore na integraciju ključnih principa i direktiva koje doprinose održivom razvoju turizma i zaštiti životne sredine. Jedan od centralnih okvira je Zeleni plan Evrope (EU Green Deal), čije se ciljeve Crna Gora trudi da implementira naročito u oblastima dekarbonizacije turizma, smanjenja emisija ugljenika iz sektora transporta i turističkih objekata, primene cirkularne ekonomije sa fokusom na efikasno upravljanje otpadom i ponovnu upotrebu resursa, kao i zaštite biodiverziteta kroz održivo upravljanje zaštićenim prirodnim područjima (European Commission, 2019).

Pored toga, ključne su i direktive Evropske unije koje imaju neposrednu primenu u sektoru turizma (European Union). Direktiva o proceni uticaja na životnu sredinu (Environmental Impact Assessment - EIA) osigurava da svi razvojni projekti u turizmu budu predmet temeljne ekološke procene pre njihove realizacije (European Parliament and Council, 2014). Direktiva o morskoj strategiji (Marine Strategy Framework Directive - MSFD) usmerava zaštitu i očuvanje morskih ekosistema, što je od posebnog značaja za Crnu Goru sa njenom razuđenom jadranskom obalom (European Parliament and Council, 2008). Takođe, direktive koje regulišu upravljanje otpadom i redukciju plastičnih proizvoda za jednokratnu upotrebu, kao i direktiva o energetskim performansama zgrada, uključujući standarde za gotovo nulte energetske zgrade (nearly Zero-

Energy Building - nZEB) koje se odnose i na hotele i turističke objekte, doprinose modernizaciji i ekološkoj održivosti turističke infrastructure (European Parliament and Council, 2018).

103 EU politika kohezije i ruralnog razvoja dodatno podržava održivi turizam kroz LEADER pristup (Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale) koji naglašava lokalne inicijative i uključivanje zajednica u razvoj ruralnih područja (European Commission, 2021). Fondovi Evropske unije, poput IPA programa, Horizon Europe i COSME, predstavljaju značajne izvore finansijske i tehničke podrške za projekte održivog turizma, čime se dodatno jača kapacitet Crne Gore da se pozicionira kao konkurentna i ekološki odgovorna turistička destinacija (European Commission, 2024). Ovi ključni pravci usklađivanja omogućavaju Crnoj Gori da razvija turizam u skladu sa najvišim evropskim standardima, podstičući ekološku odgovornost, društvenu inkluziju i ekonomski razvoj na održiv način.

1. Zeleni plan Evrope (EU Green Deal)

- Crna Gora teži usklađivanju sa principima *Zelenog plana*, posebno u oblastima:
  - **dekarbonizacije turizma** (smanjenje emisija iz transporta i objekata),
  - **cirkularne ekonomije** (upravljanje otpadom i ponovna upotreba),
  - **zaštite biodiverziteta** (održivi razvoj u zaštićenim područjima).

2. Direktive EU koje se primenjuju na turizam

19
- **Direktiva o proceni uticaja na životnu sredinu (EIA),**
- **Direktiva o morskoj strategiji (MSFD),**
- **Direktiva o upravljanju otpadom i plastikom za jednokratnu upotrebu,**

- **Direktiva o energetskim performansama zgrada (nZEB standardi za hotele).**

3. EU politika kohezije i ruralnog razvoja

- Turizam se promoviše kroz:
  - **LEADER pristup** (lokalne inicijative i ruralni razvoj),
  - **EU fondove za održivi turizam** (IPA, Horizon Europe, COSME).

Tabela 17. Usklađenost sa ciljevima održivog razvoja (SDGs)

SDG cilj	**Povezanost sa turizmom u Crnoj Gori**
SDG 8 – Dostojanstven rad i ekonomski rast	Turizam kao pokretač zapošljavanja (posebno žena i mladih), posebno u ruralnim i planinskim oblastima
SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice	Planiranje destinacija, zaštita kulturnog nasleđa, upravljanje posetama u gradovima poput Kotora
SDG 12 – Održiva potrošnja i proizvodnja	Sertifikacija hotela (EU Ecolabel, Green Key), lokalni lanci snabdevanja, smanjenje otpada
SDG 13 – Klimatska akcija	Uvođenje električnih vozila, energetska efikasnost u turizmu, promocija niskougljeničnih destinacija
SDG 14 – Život ispod vode	Zaštita mora i obale kroz ograničenja izgradnje, eko marinske zone
SDG 15 – Život na kopnu	Očuvanje nacionalnih parkova, upravljanje biodiverzitetom u turističkim zonama
SDG 5 – Rodna ravnopravnost	Jačanje ženskog preduzetništva u seoskom i eko turizmu

Izvor: istraživanje autora

Tabela 18. Komparativni pregled usklađivanja održivih turističkih inicijativa u Crnoj Gori sa relevantnim evropskim i međunarodnim okvirima

Inicijativa	Opis	Relevantni EU/UN okvir
Eko sertifikacija hotela i kampova	Green Key i EU Ecolabel u Herceg Novom, Budvi, Tivtu	SDG 12, EU Green Deal
Upravljanje posetama u NP Durmitor	Digitalno brojanje poseta, planirani kapaciteti	SDG 15, Natura 2000 standardi
Agroturizam u Pljevljima i Kolašinu	Lokalna hrana, zanati, žensko preduzetništvo	SDG 8, SDG 5
Solarne stanice i energetska efikasnost	Uvod u održive resurse u turizmu	SDG 13, Direktiva o energetskoj efikasnosti

Izvor: istraživanje autora

Proces usklađivanja Crne Gore sa evropskim standardima u oblasti održivog turizma suočava se sa značajnim izazovima koji usporavaju efikasnu primenu propisanih politika i direktiva. Jedan od ključnih problema predstavlja nedostatak kapaciteta u lokalnim samoupravama, koje često nemaju dovoljno stručnih i administrativnih resursa za adekvatno praćenje i implementaciju EU direktiva. Ova ograničenja otežavaju efektivnu kontrolu i sprovođenje mera na regionalnom nivou, što može dovesti do neujednačenih rezultata.

Niska svest i nedovoljno informisanje privatnog sektora o relevantnim standardima i zahtevima, kako EU, tako i Ujedinjenih nacija, dodatno komplikuju usklađivanje. Mnogi akteri u turizmu, posebno mali i srednji preduzetnici, nisu dovoljno upoznati sa prednostima i obavezama koje proizilaze iz primene ovih standarda, što rezultira slabijom motivacijom za usvajanje održivih praksi. Fragmentacija strateških pristupa i neujednačen regionalni razvoj predstavljaju dodatne prepreke, jer različite strategije i planovi često nisu koordinisani ili usklađeni, što otežava integrisani pristup i ravnomeran razvoj turističkih potencijala širom zemlje. Takođe, nedovoljno razvijen sistem monitoringa i evaluacije učinka na održivost ograničava mogućnost pravovremenog uvida u efikasnost sprovedenih mera, smanjujući sposobnost prilagođavanja politika i unaprjeđenja praksi. Bez jasnih i kontinuiranih indikatora uspeha, postizanje ciljeva održivosti ostaje otežano i manje transparentno.

Prevazilaženje ovih izazova zahteva uspostavljanje snažnijih kapaciteta na svim nivoima upravljanja, intenzivniju edukaciju i informisanje privatnog sektora, bolju koordinaciju među institucijama i razvoj efikasnih sistema praćenja i evaluacije, kako bi proces usklađivanja bio uspešno sproveden i rezultirao održivim razvojem turizma u Crnoj Gori.

Za uspešno dalje usklađivanje Crne Gore sa evropskim i globalnim standardima održivosti u turizmu, neophodno je sprovesti niz preciznih i koordinisanih aktivnosti koje će osigurati

integrisani i dugoročni razvoj sektora. Prva ključna preporuka odnosi se na uspostavljanje nacionalnog okvira za praćenje Ciljeva održivog razvoja (SDG) u turizmu. Ovaj okvir trebalo bi da obuhvati definisanje jasnih indikatora vezanih za socijalne, ekonomske i ekološke aspekte turizma, uspostavljanje sistema za prikupljanje i analizu podataka na svim nivoima — od lokalnih zajednica do državnih institucija — kao i redovno izveštavanje javnosti i donosiocima odluka. Takav sistem omogućio bi da se prate trendovi, identifikuju izazovi i prilike, te pravovremeno prilagode strategije i mere na osnovu konkretnih dokaza.

Druga preporuka odnosi se na integraciju ciljeva EU Zelenog plana (Green Deal) u sve buduće turističke strategije i planove. Ovo podrazumeva uključivanje konkretnih mera za dekarbonizaciju sektora, kao što su podsticaji za korišćenje obnovljivih izvora energije, energetska efikasnost objekata i održivi transport, zatim unapređenje sistema upravljanja otpadom i implementaciju principa cirkularne ekonomije u svim segmentima turizma. Takođe, zaštita biodiverziteta kroz striktno poštovanje pravila u zaštićenim područjima i promovisanje ekoturizma trebalo bi da budu sastavni deo strateških dokumenata.

Treća preporuka tiče se edukacije i podizanja svesti privatnog sektora, posebno malih i srednjih preduzeća, o zahtevima i beneficijama usklađivanja sa EU i UN standardima održivosti. Pokretanje nacionalnih kampanja koje kombinuju seminare, radionice, online platforme i promotivne materijale, usmerene na praktičnu primenu održivih praksi, može znatno doprineti njihovom angažovanju. U okviru ovih kampanja, posebno bi trebalo naglasiti primere dobre prakse, finansijske i reputacione koristi, kao i mogućnosti za pristup fondovima i subvencijama.

Četvrta preporuka odnosi se na razvoj i implementaciju mehanizama za zelene javne nabavke u turističkom sektoru. Ovo uključuje kreiranje standarda i kriterijuma za nabavku ekološki prihvatljivih proizvoda i usluga koje koriste javne institucije i organizacije povezane sa

turizmom, kao i obuku nabavnih službi za njihovu primenu. Promovisanje zelenih nabavki ima potencijal da stimuliše tržište i omogući širu upotrebu inovativnih, održivih rešenja, istovremeno smanjujući negativan ekološki uticaj sektora.

Konačno, uspostavljanje čvrste međuinstitucionalne saradnje između Ministarstva turizma, Ministarstva ekologije i Ministarstva evropskih integracija je od presudnog značaja za koordinaciju politike, razmenu podataka, harmonizaciju aktivnosti i zajedničko planiranje. Ova sinergija omogućava efikasnije korišćenje ljudskih, tehničkih i finansijskih resursa, ali i jača poziciju Crne Gore u pregovorima i realizaciji međunarodnih projekata i fondova. Redovni koordinacioni sastanci, zajednički radni timovi i uspostavljanje formalnih mehanizama saradnje doprinuće integrisanom i konzistentnom pristupu ka održivom razvoju turizma. Sve navedene mere predstavljaju neophodne korake za uspostavljanje konkurentnog, ekološki odgovornog i društveno inkluzivnog turističkog sektora, koji će dugoročno doprineti prosperitetu Crne Gore i očuvanju njenih prirodnih i kulturnih vrednosti.

Usklađivanje Crne Gore sa standardima Evropske unije i Ciljevima održivog razvoja Ujedinjenih nacija prevazilazi okvire formalnih političkih obaveza i predstavlja ključnu stratešku priliku za unapređenje turističkog sektora. Kroz doslednu implementaciju ovih standarda, Crna Gora može značajno poboljšati kvalitet svoje turističke ponude, osiguravajući njenu autentičnost, konkurentnost i prilagođenost zahtevima savremenih turista koji sve više vrednuju održivost. Istovremeno, ovakav pristup omogućava efikasno očuvanje dragocenih prirodnih i kulturnih resursa, čime se štiti jedinstveni identitet destinacije i stvaraju uslovi za dugoročnu ekološku stabilnost.

Pozicioniranje Crne Gore kao održive mediteranske destinacije sa jasnim fokusom na ekološku i društvenu odgovornost otvara vrata za nove tržišne segmente, privlači odgovorne turiste

i stvara dodatne prilike za lokalni razvoj i zapošljavanje. Integracija principa održivosti na svim nivoima – od strateškog planiranja i upravljanja do promocije i svakodnevnih operacija – predstavlja neophodan uslov za postizanje pravednog, inkluzivnog i dugoročnog rasta turizma. Samo kroz koordinisan, transparentan i participativan pristup, Crna Gora će uspeti da transformiše svoj turistički sektor u motor održivog razvoja, koji doprinosi kvalitetu života stanovnika i ostavlja pozitivan trag na prirodu i društvo.

3.11.4 STROŽIJE REGULISANJE UTICAJA TURIZMA NA ŽIVOTNU SREDINU KROZ ZAKONE I INSPEKCIJSKI NADZOR

Crna Gora se u poslednjim godinama suočava sa sve izraženijim ekološkim pritiscima koji proizilaze iz neplanirane i nekontrolisane izgradnje u osetljivim obalnim područjima, kao i iz intenzivnog sezonskog rasta turizma. Ovakvi trendovi doprinose degradaciji prirodnih resursa, uključujući zagađenje voda, zemljišta i vazduha, što ozbiljno ugrožava ekosisteme i kvalitet života lokalnog stanovništva. Istovremeno, često se zanemaruju nosivi kapaciteti prirodnih područja, što dovodi do preopterećenja infrastrukture i narušavanja ekološke ravnoteže. Iako je Crna Gora uspostavila zakonske okvire usmerene na zaštitu životne sredine, njihova primena u praksi pokazuje značajne slabosti – nadzor i kontrola su nedovoljni, posebno u regijama sa intenzivnim turističkim aktivnostima, što omogućava dalje neodgovorno korišćenje prirodnih resursa. S obzirom na ove izazove, postaje jasno da je neophodno strože i efikasnije regulisanje sektora turizma i urbanog razvoja, kako bi se sačuvala jedinstvena prirodna i kulturna baština Crne Gore i obezbedio dugoročni održivi razvoj.

Tabela 19. Komparativni pregled zakonskog okvira i izazova implementacije održivog turizma u Crnoj Gori

Propis	Sadržaj	Nedostaci u primeni
Zakon o zaštiti životne sredine	Reguliše preventivne i korektivne mere zaštite	Slaba primena u turističkim zonama
Zakon o procjeni uticaja na životnu sredinu (PUŽS)	Obavezna procena za velike projekte	Često se izbegava ili formalno sprovodi
Zakon o turizmu i ugostiteljstvu	Predviđa odgovornost za očuvanje prostora	Nedovoljno definisani kriterijumi za održivost
Zakon o uređenju prostora i izgradnji objekata	Reguliše gradnju u zaštićenim zonama	Česta praksa legalizacije nelegalne gradnje
Zakon o nacionalnim parkovima	Postavlja režime zaštite i kontrole	Nedostatak kontrole pristupa i kapaciteta

Izvor: istraživanje autora

Predlozi za strožije regulisanje sektora turizma u Crnoj Gori usmereni su na uspostavljanje jasnih, merljivih i obavezujućih okvira koji će doprineti zaštiti životne sredine i dugoročnoj održivosti destinacija. Prvo, potrebno je značajno pojačati zakonodavni okvir kroz uvođenje obaveznih ekoloških standarda za sve turističke objekte, što podrazumeva primenu mera energetske efikasnosti, sistematsko upravljanje otpadom i kvalitetan tretman otpadnih voda. Takođe, zakon o turizmu treba da integriše konkretne indikatore održivosti, poput ograničenja maksimalnog broja turista na određenim površinama plaža i obaveznu eko-sertifikaciju, čime bi se stvorili jasni parametri za praćenje i kontrolu uticaja turizma. Neophodna je i obavezna revizija planske dokumentacije, posebno procena uticaja na životnu sredinu (PUŽS), za projekte smeštene u područjima sa značajnim prirodnim i kulturnim vrednostima, kako bi se sprečile štetne posledice neodgovornog razvoja.

Drugi važan segment predstavlja uvođenje licenciranja i kategorizacije turističkih i ugostiteljskih objekata sa jasno definisanom ekološkom komponentom. Eko-licenca bi predstavljala uslov za rad u osetljivim i zaštićenim područjima, kao što su nacionalni parkovi i priobalne zone, osiguravajući da samo objekti koji zadovoljavaju stroge ekološke kriterijume mogu poslovati u tim zonama. Kategorizacija bi se proširila tako da obuhvati i parametre ekološke

odgovornosti, čime bi se podstakao razvoj i promocija održivih usluga i povećala svest o značaju zaštite životne sredine među privrednicima.

Treći set mera odnosi se na efikasno upravljanje posetama i nosivim kapacitetima prirodnih lokaliteta. Uvođenje digitalne evidencije i sistemskog ograničavanja broja posetilaca, kao što je već praksa u Nacionalnom parku Durmitor, omogućilo bi kontrolu opterećenja i očuvanje ranjivih ekosistema. Dodatno, u zonama sa visokim pritiskom turizma, kao što su Budva, Kotor i Ada Bojana, predlaže se uvođenje posebne ekološke takse ("eco-tax") za turiste. Prikupljena sredstva mogla bi se reinvestirati direktno u projekte zaštite i unapređenja prirodne i kulturne baštine, čime bi se stvorio održivi finansijski mehanizam za očuvanje kvaliteta destinacija. Ove mere, integrisane i dosledno primenjivane, predstavljaju osnovu za postizanje ravnoteže između razvoja turizma i zaštite životne sredine, obezbeđujući dugoročnu konkurentnost i održivost crnogorske turističke ponude.

Efikasna implementacija mera za očuvanje životne sredine u turizmu ne može se zamisliti bez snažnog i doslednog inspekcijskog nadzora, koji predstavlja ključni stub regulative i kontrole. Trenutno, sistem inspekcijskog nadzora u Crnoj Gori suočava se sa značajnim problemima koji umanjuju njegovu efikasnost. Prvenstveno, broj ekoloških i građevinskih inspektora je nedovoljan da pokrije potrebe svih ugroženih područja, naročito u primorskim zonama i zaštićenim područjima poput nacionalnih parkova, gde je pritisak na prirodu najintenzivniji. Pored toga, povremena politička ili komercijalna tolerancija prema nelegalnim radnjama dodatno potkopava autoritet inspekcija i stvara prostor za zloupotrebe i neodgovorne prakse.

Slaba koordinacija između različitih inspekcijskih tela – turističke, ekološke i urbanističke inspekcije – doprinosi fragmentaciji kontrole i otežava pravovremeno i celovito delovanje, što naročito dolazi do izražaja u složenim slučajevima koji zahtevaju interdisciplinarni pristup. Kako

bi se ovi izazovi prevazišli, preporučuje se značajno povećanje kapaciteta inspekcijskih službi, sa posebnim fokusom na angažovanje i opremanje inspektora u primorskim i zaštićenim prirodnim zonama. Paralelno, uvođenje savremenih digitalnih tehnologija za nadzor i praćenje u realnom vremenu, kao što su dronovi i satelitsko mapiranje građevinskih aktivnosti, omogućilo bi precizniju detekciju nepravilnosti i bržu reakciju nadležnih organa. Osim toga, neophodno je uspostaviti praksu redovnih i sistematskih kontrola, koje bi se sprovodile pre početka turističke sezone, tokom njenog trajanja i nakon završetka, čime bi se obezbedilo kontinuirano praćenje i sprečavanje štetnih aktivnosti.

Važan element u modernizaciji inspekcijskog nadzora predstavlja i uključivanje civilnog društva i lokalnih zajednica kao partnera u detekciji i prijavljivanju ekoloških prekršaja. Razvijanje i promocija mobilnih aplikacija i drugih digitalnih platformi za jednostavno i anonimno prijavljivanje nezakonitih radnji može znatno povećati kapacitet nadzora i podići svest o važnosti očuvanja prirodnih vrednosti. Kombinacija ovih mera rezultiraće snažnijim, transparentnijim i efikasnijim sistemom inspekcijskog nadzora, koji je od suštinskog značaja za zaštitu životne sredine i održivi razvoj turizma u Crnoj Gori.

Tabela 20. Komparativni pregled međunarodnih primera dobre prakse i mogućnosti njihove implementacije u održivom turizmu Crne Gore

Zemlja	Praksa	Moguća primena u CG
Slovenija	Zeleni certifikat destinacija (Green Scheme of Slovenian Tourism)	Uvođenje slične sertifikacije za Budvu, Žabljak, Ulcinj
Hrvatska	Kazne za turiste i operatere u zaštićenim zonama (npr. NP Plitvice)	Primena u NP Skadarsko jezero i Durmitor
Italija	Zabrana vozila u zaštićenim zonama u sezoni	Pilot zona u NP Lovćen i Kotor Starom Gradu
Norveška	Obavezna energetska klasifikacija za turističke objekte	Obavezno za novogradnju na Crnogorskoj obali

Izvor: istraživanje autora

Zaštita životne sredine predstavlja nezaobilazan i suštinski element u okviru održivog razvoja turizma. Bez snažnog i jasno definisanog zakonskog okvira, uz uvođenje preciznih ekoloških standarda i uspostavljanje efikasnog inspekcijskog nadzora, nije moguće obezbediti dugoročnu održivost turističke ponude koja zadovoljava potrebe kako turista, tako i lokalnih zajednica. Očuvanje prirodnih i kulturnih vrednosti ne predstavlja samo uslov za privlačenje posetilaca, već i temelj za kvalitetan život stanovnika Crne Gore, čije dobrobit i razvoj zavise od zdravog i očuvanog okruženja. Kao država koja je još 1991. godine na međunarodnoj sceni prepoznata kao „ekološka država“, Crna Gora ima ne samo zakonsku, već i duboku moralnu i 196 stratešku obavezu da svoj turistički sektor razvija na način koji je usklađen sa principima odgovornosti i poštovanja prirode. Samo takav pristup može garantovati da turizam doprinese ne samo ekonomskom rastu, već i očuvanju jedinstvenog prirodnog i kulturnog nasleđa za buduće generacije.

3.11.5 PRIMENA EKOLOŠKI PRIHVATLJIVIH PRAKSI U TURIZMU

Turizam kao industrija zavisi od očuvanih prirodnih i kulturnih resursa, ali istovremeno može biti i izvor zagađenja, prekomerne potrošnje resursa i gubitka biodiverziteta. U tom kontekstu, primena ekološki prihvatljivih praksi postaje osnovni preduslov za održivost destinacija, naročito u ekološki osetljivim područjima kao što su crnogorski nacionalni parkovi, obala i planinski regioni.

KLJUČNE EKOLOŠKE PRAKSE U TURIZMU

1. Energetska efikasnost

- Ugradnja LED rasvete, solarnih panela i sistema za pametno upravljanje energijom.
- Korišćenje obnovljivih izvora energije (sunce, vetar, biomasa).
- Termoizolacija objekata i pametni sistemi grejanja/hlađenja u hotelima.

➞ *Primer iz CG*: Hoteli u Tivtu i Kotoru sa Green Key sertifikatom koriste solarne kolektore i inteligentne termostate.

Implementacija energetski efikasnih tehnologija, poput LED rasvete, solarnih panela i sistema za pametno upravljanje energijom, predstavlja osnovni korak ka smanjenju potrošnje i emisije štetnih gasova u turističkom sektoru. Korišćenje obnovljivih izvora energije – sunčeve svetlosti, vetra i biomase – dodatno doprinosi smanjenju zavisnosti od fosilnih goriva. Toplotna izolacija objekata i primena inteligentnih sistema grejanja i hlađenja u hotelskim kompleksima osiguravaju komfor gostiju uz minimalan energetski otisak. Konkretan primer ovih praksi u Crnoj Gori su hoteli u Tivtu i Kotoru koji poseduju Green Key sertifikat i koriste solarne kolektore i inteligentne termostate.

2. Upravljanje otpadom i reciklaža

- Uvođenje sistema za razdvajanje otpada (staklo, plastika, biootpad) u turističkim objektima i destinacijama.
- Smanjenje plastike za jednokratnu upotrebu (npr. hotelska kozmetika u rinfuzi).
- Kompostiranje biootpada u ruralnim domaćinstvima.

➞ *Primer*: Eko-kampovi u Plužinama i NP Biogradska gora imaju sistem reciklaže i upotrebljavaju prirodne materijale.

Uvođenje sistema za selektivno odlaganje otpada (staklo, plastika, biootpad) unutar turističkih objekata i na destinacijama doprinosi smanjenju ekološkog opterećenja i podstiče cirkularnu ekonomiju. Smanjenje upotrebe plastike za jednokratnu upotrebu, na primer u vidu hotelske kozmetike u rinfuzi, predstavlja značajan korak u pravcu održivosti. Kompostiranje biootpada naročito je važno u ruralnim domaćinstvima, gde doprinosi i smanjenju otpada i povećanju plodnosti zemljišta. Eko-kampovi u Plužinama i Nacionalnom parku Biogradska gora uspešno primenjuju sisteme reciklaže i koriste prirodne materijale, što služi kao primer dobre prakse.

3. Održivo korišćenje vode

- Instalacija senzorskih slavina i tuševa za smanjenje potrošnje.
- Prikupljanje kišnice za tehničku upotrebu i navodnjavanje.
- Biološki sistemi za prečišćavanje otpadnih voda.

➞ *Primer*: Seoska domaćinstva u okruženju Skadarskog jezera koriste prirodnu filtraciju otpadnih voda.

Ugradnja senzorskih slavina i tuševa značajno smanjuje nepotrebnu potrošnju vode, dok se prikupljanje kišnice koristi za tehničku upotrebu i navodnjavanje, čime se rasterećuju lokalni vodni resursi. Primena bioloških sistema za prečišćavanje otpadnih voda smanjuje negativan uticaj na okolinu. Seoska domaćinstva u okruženju Skadarskog jezera koriste prirodnu filtraciju otpadnih voda kao deo održivih praksi upravljanja vodnim resursima.

4. Zelena gradnja i lokalni materijali

- Korišćenje prirodnih i lokalnih materijala (kamen, drvo, glina).
- Građenje objekata u skladu s ambijentom i tradicionalnom arhitekturom.
- Zelene krovne bašte i ekološki dizajn.

➞ *Primer*: Eko-selo "Nevidio" koristi lokalne resurse i arhitekturu koja se uklapa u planinski pejzaž.

Upotreba prirodnih i lokalnih građevinskih materijala, poput kamena, drveta i gline, omogućava očuvanje tradicionalnog izgleda i identiteta prostora, istovremeno smanjujući ugljenični otisak gradnje. Građenje koje prati ambijent i tradicionalnu arhitekturu doprinosi vizuelnoj i ekološkoj harmoniji. Implementacija zelenih krovnih bašta i ekološkog dizajna dodatno povećava ekološku vrednost objekata. Eko-selo "Nevidio" primer je uspešne primene lokalnih resursa i arhitekture uklopljene u planinski pejzaž.

5. Lokalna i organska ishrana

- Posluživanje domaćih i sezonskih proizvoda iz lokalne poljoprivrede.
- Promocija tradicionalne i autentične gastronomije.
- Certifikacija „domaće – kvalitetno – ekološko".

➞ *Primer*: Agroturistička gazdinstva u Kolašinu nude isključivo lokalnu organsku hranu i domaće specijalitete.

Posluživanje domaćih i sezonskih proizvoda iz lokalne poljoprivrede podržava regionalnu ekonomiju i smanjuje negativne efekte transporta hrane. Promocija tradicionalne i autentične gastronomije jača kulturni identitet i doprinosi jedinstvenom turističkom doživljaju. Certifikacija

"domaće – kvalitetno – ekološko" dodatno garantuje kvalitet i održivost ponude. Agroturistička gazdinstva u Kolašinu primer su uspešnog povezivanja lokalne proizvodnje i turizma kroz isključivo korišćenje lokalne organske hrane i domaćih specijaliteta.

6. Eko-prevoz i mobilnost

- Promocija korišćenja bicikala, pešačenja i električnih vozila.
- Uvođenje turističkih ruta sa minimalnim uticajem na prirodu.
- Ograničavanje pristupa motornim vozilima u zaštićenim zonama.

➞ *Primer*: Biciklističke i pešačke staze u NP Lovćen i Biogradska gora deo su šireg održivog pristupa mobilnosti.

Podsticanje korišćenja bicikala, pešačenja i električnih vozila smanjuje emisiju štetnih gasova i buku, doprinoseći zaštiti prirodnih sredina. Uvođenje turističkih ruta sa minimalnim uticajem na prirodu omogućava održivu mobilnost i bolji doživljaj destinacija. Ograničavanje pristupa motornim vozilima u zaštićenim zonama sprečava prekomerno opterećenje ekosistema. Primeri dobre prakse su biciklističke i pešačke staze u Nacionalnim parkovima Lovćen i Biogradska gora, koje su deo šireg koncepta održivog pristupa mobilnosti.

KORISTI OD PRIMENE EKOLOŠKIH PRAKSI

Očuvanje prirodnih resursa predstavlja jedan od najvažnijih faktora za održiv razvoj turizma, naročito u destinacijama kao što je Crna Gora, gde prirodni ambijent, biodiverzitet i

pejzaži predstavljaju ključne turističke atrakcije. Dugoročna zaštita prirodnih ekosistema omogućava ne samo očuvanje biološke raznovrsnosti i prirodnih staništa, već i stabilnost turističke ponude, čime se sprečava degradacija resursa koji su osnovni preduslov za posetu turista. Kada se prirodni resursi pažljivo čuvaju i racionalno koriste, destinacija može da garantuje autentičan i kvalitetan doživljaj, koji je u skladu sa savremenim zahtevima turista, sve više orijentisanih na ekologiju i odgovorno putovanje (Marczak & Borzyszkowski, 2020).

Pored direktnog doprinosa očuvanju prirode, sprovođenje održivih praksi u upravljanju resursima značajno povećava atraktivnost destinacije na tržištu. Ekološki svesni turisti, kao rastuća i specifična ciljna grupa, aktivno traže destinacije koje demonstriraju brigu o životnoj sredini i održivosti. Time se stvara dodatna konkurentska prednost, jer destinacije sa jasno definisanim i transparentnim ekološkim standardima uspevaju da se pozicioniraju kao poželjne destinacije za ove profile turista, što može doprineti i povećanju broja dolazaka van klasične letnje sezone.

Ekološki odgovorno poslovanje, koje uključuje mere za štednju energije i racionalno korišćenje vode, ima i konkretan finansijski efekat kroz smanjenje operativnih troškova. Implementacija energetski efikasnih tehnologija, poput LED rasvete, solarnih panela i pametnih sistema za upravljanje energijom, kao i ugradnja senzorskih slavina i sistema za reciklažu vode, direktno doprinosi smanjenju potrošnje resursa. To, sa druge strane, podiže profitabilnost turističkih subjekata, naročito u segmentu malih i srednjih preduzeća koja često imaju ograničene resurse za ulaganja.

Konkurentnost destinacije dodatno se jača kroz sticanje priznatih ekoloških sertifikata i oznaka kvaliteta, kao što su *Green Key, EU Ecolabel, Travelife* i drugi, koji su prepoznati na međunarodnom nivou. Ovi sertifikati ne samo da potvrđuju primenu visokih standarda održivosti, već služe i kao marketinški alat, povećavajući poverenje i lojalnost turista. Oni dodatno motivišu

221 turističke aktere na kontinuirano unapređenje i inovacije u oblasti zaštite životne sredine i društvene odgovornosti.

Na kraju, jačanje reputacije destinacije kao ekološki odgovorne i održive ima višestruke koristi za njen razvoj. Ovakav imidž doprinosi stvaranju pozitivnog javnog mnjenja i osnažuje

202 podršku lokalne zajednice, koja se sve više prepoznaje kao ključni partner u turizmu. Pozitivna percepcija javnosti i investitora otvara vrata novim ulaganjima i međunarodnim partnerstvima, što sve zajedno predstavlja osnovu za dugoročni, stabilan i pravedan razvoj turističkog sektora. Time Crna Gora ne samo da ispunjava svoje međunarodne obaveze u oblasti zaštite životne sredine, već i aktivno gradi svoj položaj kao vodeća destinacija održivog turizma u regionu i šire.

Implementacija održivih praksi u turizmu suočava se sa nizom značajnih prepreka i izazova koji mogu usporiti ili otežati njihov uspešan razvoj i primenu. Jedan od najkritičnijih problema predstavlja nedostatak finansijskih sredstava za početne investicije, naročito u segmentu malih i srednjih turističkih preduzeća, kao i seoskih domaćinstava. Visoki troškovi uvođenja energetski efikasnih tehnologija, sistema za upravljanje otpadom ili instalacije obnovljivih izvora energije često su prepreka za širu primenu ovih mera, bez odgovarajućih subvencija ili finansijske podrške.

Pored finansija, nedovoljna edukacija i svest vlasnika smeštajnih kapaciteta i lokalnih zajednica o značaju i načinima primene održivih rešenja predstavlja ozbiljan izazov. Bez adekvatnog znanja i treninga, implementacija zelenih praksi ostaje ograničena, što dodatno usporava transformaciju turističkog sektora ka ekološki odgovornom modelu. Ovo je naročito izraženo u ruralnim područjima i manjim destinacijama gde pristup savremenim informacijama i obrazovnim programima nije uvek podjednako dostupan.

Neujednačena dostupnost tehnologija i adekvatne infrastrukture dodatno otežava primenu održivih mera. Dok veći hoteli i razvijenije destinacije mogu investirati u sofisticirane sisteme za

uštedu energije i vode, manji objekti ili oni u udaljenim oblastima često nemaju pristup potrebnim resursima ili tehničkoj podršci. Ovakva disparitetna situacija vodi do neujednačenih standarda i otežava stvaranje koherentne i efikasne mreže održivih praksi na nacionalnom nivou. Još jedan od velikih problema je slaba inspekcija i primena zakona u praksi. Nedovoljni kapaciteti inspekcijskih službi, političke i ekonomske tolerancije prema nelegalnim aktivnostima, kao i neadekvatna koordinacija među nadležnim institucijama, rezultiraju neravnomernom kontrolom poštovanja ekoloških standarda. Ovo dovodi do degradacije prirodnih resursa i narušavanja integriteta turističkih destinacija, posebno u najatraktivnijim i najugroženijim područjima.

Na kraju, ograničena potražnja za ekološki orijentisanim turizmom u određenim segmentima tržišta može dodatno obeshrabriti investicije u održive prakse. Iako postoji rastući broj ekološki osvešćenih turista, značajan deo tržišta još uvek preferira tradicionalne turističke proizvode i ne prepoznaje dodatu vrednost održivosti. Ova činjenica zahteva dodatne marketinške i edukativne aktivnosti kako bi se proširila svest i povećala tražnja za zelenim proizvodima i uslugama. Sve navedene prepreke zahtevaju sistemski pristup koji uključuje finansijsku podršku, edukaciju, jačanje regulatornih mehanizama i aktivno uključivanje svih relevantnih aktera, kako bi se održive prakse uspešno integrisale u razvoj crnogorskog turizma.

PREPORUKE ZA ŠIRENJE EKOLOŠKIH PRAKSI U CG

- **Uvođenje poreskih olakšica** za objekte koji primenjuju ekološke standard
- **Obavezna eko-obuka** za vodiče, recepcionere, kuhinjsko osoblje i vlasnike domaćinstava
- **Kreiranje nacionalne baze eko-objekata i inicijativa**
- **Podsticaji za eko-sertifikaciju** kroz subvencije i grantove

- **Zelena oznaka "Eco Montenegro"** kao znak prepoznatljivosti za ekološki odgovorne subjekte

Kako bi se prevazišle prepreke u primeni održivih praksi u turizmu, neophodno je uspostaviti niz konkretnih mera i podsticaja koji će motivisati i olakšati preduzetnicima i lokalnim zajednicama prelazak ka ekološki odgovornom poslovanju. Uvođenje poreskih olakšica za objekte koji ispunjavaju stroge ekološke standarde predstavlja snažan ekonomski podsticaj, smanjujući finansijski teret investicija u zelene tehnologije i prakse. Time se direktno stimuliše povećanje broja održivih objekata i podiže konkurentnost destinacije. Obavezna ekološka obuka za turističke radnike, kao što su vodiči, recepcioneri, kuhinjsko osoblje, ali i vlasnici domaćinstava, predstavlja ključni korak u podizanju svesti i osposobljavanju kadrova za primenu održivih principa. Edukacija omogućava bolje razumevanje značaja zaštite prirode i prakse koje doprinose očuvanju resursa, a time i kvalitetnijem turističkom doživljaju.

Kreiranje nacionalne baze eko-objekata i inicijativa pruža transparentan i lako dostupan izvor informacija za turiste i stručnjake, olakšavajući promociju i prepoznavanje odgovornog poslovanja. Ova baza može poslužiti i kao platforma za umrežavanje, razmenu iskustava i primere dobre prakse među turističkim akterima. Finansijski podsticaji kroz subvencije i grantove za dobijanje eko-sertifikata dodatno će smanjiti prepreke za ulaganja u održive tehnologije i sisteme upravljanja. To predstavlja važan signal podrške državnih institucija i doprinosi povećanju broja objekata koji zadovoljavaju međunarodne standarde održivosti. Konačno, uspostavljanje zelene oznake **“Eco Montenegro”** kao prepoznatljivog znaka za ekološki odgovorne subjekte omogućava diferencijaciju na tržištu i jača brend destinacije kao celinu. Ovakva oznaka podstiče poverenje turista, ali i lokalne zajednice, i postaje simbol posvećenosti očuvanju prirode i održivom razvoju turizma u Crnoj Gori.

Ekološki prihvatljive prakse u turizmu predstavljaju ključni faktor kako za očuvanje prirodnih resursa i kvaliteta života lokalnog stanovništva, tako i za jačanje konkurentske prednosti Crne Gore na globalnom turističkom tržištu koje sve više vrednuje održivost. Turisti danas sve češće biraju destinacije koje neguju odgovornost prema životnoj sredini, što otvara prilike za Crnu Goru da, kroz svoju bogatu prirodnu i kulturnu baštinu, izgradi prepoznatljiv i atraktivan brend održivog turizma. Međutim, ostvarenje ovog potencijala zavisi od dosledne implementacije ekoloških standarda u svim segmentima turističke ponude, što podrazumeva snažnu institucionalnu podršku i uspostavljanje efikasnih mehanizama nadzora i podrške. Neophodno je takođe i aktivno uključivanje lokalnih zajednica i privrednih subjekata, koji su ključni nosioci održivog razvoja i čuvanja identiteta destinacije. Samo kroz sinergiju ovih elemenata Crna Gora može postati lider održivog turizma u regionu, garantujući dugoročni ekonomski rast uz očuvanje prirodnih i kulturnih vrednosti.

3.11.6 ULOGA LOKALNE ZAJEDNICE U RAZVOJU ODRŽIVOG TURIZMA

Lokalne zajednice su nosioci autentičnog identiteta destinacije – čuvari tradicije, prirode i svakodnevne atmosfere koja turiste sve više privlači. Njihovo aktivno učešće u planiranju i razvoju turizma garantuje da razvoj bude:

- **održiv**,
- **socijalno pravedan**,
- i **ekonomski inkluzivan**.

Uloga lokalnih zajednica nije pasivna – one treba da budu **partneri, kreatori i korisnici** turizma.

Lokalna zajednica ima ključnu ulogu u održivom razvoju turizma, naročito u ruralnim i manje razvijenim područjima, gde direktno upravlja destinacijom i oblikuje turističku ponudu (Panić et al., 2024a). Aktivno učešće u donošenju odluka putem javnih rasprava, foruma i saveta omogućava da potrebe i specifičnosti zajednice budu utemeljene u lokalnim strategijama, čime se povećava efikasnost i prihvatljivost razvojnih mera. Saradnja sa opštinskim organima i turističkim organizacijama dodatno osnažuje kapacitete zajednice da upravlja razvojem turizma na način koji balansira između ekonomskih koristi i očuvanja identiteta.

Upravljanje destinacijom kroz razvoj autentične ponude podrazumeva kreiranje smeštajnih kapaciteta u seoskim domaćinstvima, promociju etno- i agro-turizma, kao i očuvanje tradicionalnih zanata, folklora, običaja i gastronomije. Organizacija lokalnih festivala i manifestacija doprinosi jačanju prepoznatljivosti destinacije i stvaranju atraktivnog doživljaja za turiste, istovremeno podstičući zajednicu na očuvanje sopstvene kulturne baštine.

Preduzetništvo u lokalnoj zajednici, naročito kroz otvaranje malih porodičnih biznisa kao što su sobe za iznajmljivanje, restorani, vodičke ture i proizvodnja suvenira, predstavlja osnovu za ekonomsku održivost i zapošljavanje. Poseban značaj ima uključivanje žena, mladih i ranjivih grupa, jer njihovo aktivno učešće doprinosi socijalnoj inkluziji i vitalnosti zajednice. Turizam, kao pokretač ruralne revitalizacije, ima potencijal da oživi sela i spreči depopulaciju.

Konačno, lokalno stanovništvo igra nezamenljivu ulogu u očuvanju prirodnog i kulturnog nasleđa, delujući kao čuvar šuma, planina i kulturnih lokaliteta. Edukacija turista o pravilima ponašanja i uključivanje zajednice u eko-nadzor i kontrolu razvoja osiguravaju dugoročnu održivost i zaštitu vrednosti destinacije. Ova integrisana uloga zajednice u svim segmentima turizma ključna je za postizanje balansiranog i trajnog razvoja.

Tabela 21. Dobrobiti za lokalnu zajednicu

Oblast	Dobit
Ekonomska	Dodatni prihodi, diverzifikacija zanimanja, lokalni lanci vrednosti
Društvena	Veća povezanost i participacija, osnaživanje žena i mladih
Kulturna	Jačanje lokalnog identiteta, prenos tradicije na nove generacije
Ekološka	Bolja briga o prirodi, održivo korišćenje resursa

Izvor: istraživanje autora

PREPORUKE ZA JAČANJE ULOGE ZAJEDNICE

- Edukativni programi i radionice za razvoj kapaciteta u turizmu
- Osnivanje lokalnih turističkih klastera i zadruga
- Prioritetan pristup fondovima za žensko i mlado preduzetništvo
- Uključivanje predstavnika sela u planiranje destinacija
- Kreiranje mehanizama za podele koristi od turizma na pravedan način

Da bi se efikasno osnažila uloga lokalnih zajednica u održivom razvoju turizma, neophodno je sprovesti sveobuhvatne mere koje će unaprediti njihove kapacitete, uključivanje i ekonomske mogućnosti. Prvenstveno, edukativni programi i radionice usmerene na razvoj veština u oblasti turizma treba da budu dostupni svim članovima zajednice, omogućavajući im da bolje razumeju principe održivosti, upravljanja destinacijom i preduzetništva. Ova kontinuirana edukacija osigurava kvalitetnu pripremu lokalnih aktera za aktivno učešće i samostalno upravljanje turističkim tokovima.

Osnivanje lokalnih turističkih klastera i zadruga predstavlja važan korak ka kolektivnom delovanju, gde se resursi, znanja i marketinške aktivnosti objedinjavanjem mogu znatno bolje koristiti. Klasteri i zadruge povećavaju pregovaračku moć malih proizvođača i uslužnih subjekata, podstiču inovacije i omogućavaju efikasniji pristup tržištu. Poseban značaj treba dati prioritetnom pristupu fondovima za žensko i mlado preduzetništvo, čime se ne samo podstiče ekonomska aktivnost ovih ranjivih grupa, već i doprinosi socijalnoj inkluziji i dugoročnoj održivosti zajednice.

Kroz ciljane finansijske podrške i mentorski rad, žene i mladi mogu da razviju konkurentne proizvode i usluge koji dodatno obogaćuju turističku ponudu.

89 Uključivanje predstavnika sela i lokalnih zajednica u procese planiranja i donošenja odluka o razvoju destinacija osigurava da strategije budu prilagođene specifičnim potrebama i potencijalima svake zajednice, čime se povećava njihova prihvaćenost i uspešnost. Konačno, kreiranje transparentnih i efikasnih mehanizama za pravednu podelu koristi od turizma ključno je za očuvanje socijalne kohezije i motivaciju zajednice da se aktivno uključi u razvoj. Ovi mehanizmi treba da obuhvate pravične raspodele prihoda, socijalne beneficije i podršku lokalnim inicijativama, čime se garantuje da turizam donosi koristi svim članovima zajednice, a ne samo pojedincima ili eksternim akterima.

Tabela 22. Primeri dobre prakse iz regiona

Lokacija	Primer učešća zajednice	Napomena
Etno selo Brezna (Crna Gora)	Zajednički rad više porodica u seoskom turizmu	Povezuje ekologiju, gastronomiju i kulturu
Rugova, Kosovo	Zajedničko upravljanje turističkim rutama i eko-kampovima	Samoorganizovani eko nadzor i marketing
Gornja Lastva, Tivat	Obnavljanje sela uz lokalnu participaciju i vođenje kulturnih događaja	Turizam kao alat za očuvanje identiteta
Vevčani, Makedonija	Lokalno vođena festivalska i kulturna ponuda	Profit vraćen u razvoj sela

Izvor: istraživanje autora

Održivi razvoj turizma može se ostvariti samo kroz aktivno i ravnopravno uključivanje lokalnih zajednica kao ključnih nosilaca promena i razvoja. Priznavanje lokalnih aktera kao ravnopravnih partnera u procesima planiranja, odlučivanja i implementacije omogućava da njihove potrebe, znanja i vrednosti budu integralni deo turističke ponude. Osnaživanje zajednica kroz pristup adekvatnim informacijama, finansijskim sredstvima i institucionalnoj podršci stvara uslove za njihov dugoročan angažman i razvoj.

Važno je usmeriti turistički razvoj tako da donosi konkretne koristi lokalnom stanovništvu, smanjujući zavisnost od spoljnjih investicija i izbegavajući negativne društvene i ekonomske efekte. Ovakav model turizma doprinosi ravnomernom regionalnom razvoju, očuvanju identiteta i jačanju socijalne kohezije. Na kraju, održivi turizam predstavlja mnogo više od ekološkog ili ekonomskog koncepta – on je društveni ugovor koji povezuje zajednicu, državu i turiste u zajedničkom cilju očuvanja i unapređenja destinacije. Samo kroz takvu sinergiju moguće je stvoriti turizam koji je istinski održiv, pravedan i dugoročan.

MODEL UKLJUČIVANJA LOKALNE ZAJEDNICE U STRATEGIJE RAZVOJA ODRŽIVOG TURIZMA CRNE GORE

Model uključivanja lokalne zajednice u strategije razvoja održivog turizma Crne Gore zasnovan je na principima participativnosti, transparentnosti, lokalnog vođenja, inkluzivnosti i kontinuiranosti, čime se osigurava da zajednica bude aktivni partner u svim fazama razvoja. U prvoj fazi, mapiranjem lokalnih aktera, identifikuju se svi relevantni učesnici – od domaćinstava, zanatlija i poljoprivrednika, preko kulturnih i ekoloških grupa, do organizacija žena i mladih – kako bi se obezbedila široka baza za dalju saradnju. Ova faza koristi analizu interesa i uticaja (Stakeholder matrix) da bi se precizno definisale uloge i mogućnosti doprinosa.

Sledeća faza dijaloga i konsultacija uključuje različite metode prikupljanja mišljenja zajednice, kao što su javne rasprave, fokus grupe posebno orijentisane na žene, mlade i nezaposlene, anketiranje i digitalne platforme. Ovaj proces omogućava da se čuju autentični glasovi i formira lista prioriteta i potencijala zajednice, što je osnova za zajednički rad. U trećoj fazi ko-kreacije strategije lokalna zajednica ne samo da daje sugestije već postaje su-kreator planova kroz formiranje Lokalnog saveta za održivi turizam (LOST). Zajednički se definišu pravci

razvoja, ponuda i infrastrukturni projekti, a nacrti strategija se validiraju putem radionica, čime se osigurava njihova prihvatljivost i održivost.

Četvrta faza posvećena je direktnoj ulozi zajednice u sprovođenju konkretnih aktivnosti, kao što su organizacija lokalnih zadruga za promociju proizvoda, obuka turističkih vodiča i animatora, upravljanje manjim projektima i učešće u manifestacijama. Javno–privatna i civilno–javna partnerstva omogućavaju efikasnu koordinaciju i podršku, čineći zajednicu ne samo korisnikom već i nosiocem razvoja. Na kraju, monitoring i povratna informacija predstavljaju ključni element trajnog angažmana. Kroz godišnje forume, transparentne izveštaje i mogućnost građanske evaluacije, zajednica ostaje aktivno uključena u praćenje uspeha i uticaja turističkog razvoja. Lokalni indikatori održivosti, poput broja lokalno zaposlenih, zadovoljstva stanovnika i očuvanosti prirode, služe kao merila napretka i smernice za buduće prilagođavanje strategija.
Ovakav model osigurava da razvoj turizma u Crnoj Gori bude utemeljen na realnim potrebama i potencijalima zajednica, promovišući održivost kroz inkluzivnu, participativnu i dugoročnu saradnju svih aktera.

1. NAČELA MODELA

Uključivanje zajednice mora biti:

- **Participativno** (zajednica učestvuje u odlučivanju, ne samo u sprovođenju),
- **Transparentno** (informacije dostupne svima),
- **Lokalno vođeno** (zajednica postavlja prioritete),
- **Inkluzivno** (uključuje žene, mlade, manjine, starije),
- **Kontinuirano** (ne samo u fazi planiranja, već tokom cele implementacije).

2. STRUKTURA MODELA – 5 FAZA

FAZA 1: MAPIRANJE LOKALNIH AKTERA

Cilj: Identifikovati sve relevantne aktere u zajednici.

Učesnici:

- Seoska domaćinstva i mala preduzeća,
- Zanatlije, poljoprivrednici, ugostitelji,
- Kulturni radnici, škole, udruženja žena i mladih,
- Eko-grupe i čuvari prirode.

Alat: Analiza interesa i uticaja (Stakeholder matrix).

FAZA 2: DIJALOG I KONZULTACIJE

Cilj: Prikupiti mišljenja i predloge zajednice.

Metode:

- Javne rasprave i forumi po selima,
- Fokus grupe (posebno za žene, mlade, nezaposlene),
- Anketiranje i kutije za sugestije,
- Digitalne platforme (npr. lokalni portal ili WhatsApp grupe).

Ishod: Lista prioritetnih potreba i potencijala iz ugla zajednice.

FAZA 3: KO-KREACIJA STRATEGIJE

Cilj: Uključiti zajednicu u izradu razvojnih planova.

Kako:

- Formiranje **Lokalnog saveta za održivi turizam** (LOST),
- Zajednički rad na planiranju rute, ponude, infrastrukture,
- Validacija nacrta strategije kroz radionice.

Napomena: Zajednica ne sme biti samo konsultovana, već **su-kreator rešenja**.

FAZA 4: ULOGA U SPROVOĐENJU

Cilj: Omogućiti zajednici da direktno sprovodi deo aktivnosti.

Primeri:

- Lokalne zadruge za promociju i prodaju proizvoda,
- Obuka lokalnih vodiča, kuvara, animatora,
- Upravljanje manjim infrastrukturnim projektima (npr. info punkt, eko-staza),
- Učešće u turističkim manifestacijama i vođenju sadržaja.

Alati:

- Javno–privatna i civilno–javna partnerstva (npr. ugovori između opštine i lokalnih udruženja).

FAZA 5: MONITORING I POVRATNA INFORMACIJA

Cilj: Uključiti zajednicu u **praćenje rezultata** i **evaluaciju uticaja**.

Kako:

- Godišnji lokalni forumi sa pregledom rezultata,
- Lako dostupni izveštaji o trošenju sredstava i učincima,
- Mogućnost da građani ocene kvalitet turističkog razvoja (npr. kroz ankete).

Alat: Lokalni indikator održivosti (npr. broj lokalno zaposlenih, zadovoljstvo stanovnika, očuvanost prirode).

Tabela 23. Organizacioni model

Telo	Uloga
Opština/Turistička organizacija	Tehnička i finansijska podrška, koordinacija
Lokalni savet za održivi turizam (LOST)	Učešće zajednice, predlaganje i praćenje
Zadruge, NVO i udruženja	Operativna implementacija
Lokalni mediji i škole	Promocija, edukacija i uključivanje mladih

Izvor: istraživanje autora

Dobrobiti modela uključivanja lokalne zajednice u razvoj održivog turizma ogledaju se u jačanju poverenja između lokalnih aktera i državnih institucija, što stvara čvršće osnove za zajedničko delovanje i donošenje odluka. Ovaj pristup omogućava očuvanje autentičnosti turističke ponude jer zajednica aktivno čuva i promoviše svoje kulturne i prirodne vrednosti, čime se doprinosi dugoročnoj održivosti destinacije. Model podstiče pravednu raspodelu koristi i odgovornosti među svim učesnicima, sprečavajući koncentraciju dobiti samo u određenim segmentima ili grupama. Istovremeno, aktivno uključivanje lokalnog stanovništva motiviše ih na brigu i zaštitu prirodnih resursa i kulturnog identiteta, čime se jača njihova uloga kao čuvara destinacije. Osim toga, model doprinosi jačanju otpornosti ruralnih područja kroz razvoj lokalne ekonomije i preduzetništva, što smanjuje pritisak na migracije i podržava održiv ruralni razvoj.

Ove dobrobiti predstavljaju osnovu za uspešnu i dugoročnu primenu održivih strategija turizma u Crnoj Gori.

Tabela 24. Primeri primene modela

Lokacija	Primenjeni elementi modela
Etno selo Brezna (CG)	Zajedničko vođenje i očuvanje tradicije
Gornja Lastva (Tivat)	Aktivno učešće meštana u obnovi sela i kulturnim manifestacijama
Plav – NP Prokletije	Učešće lokalaca u eko-turizmu i vođenju staza
Kolašin	Lokalne zadruge za seoski turizam i proizvode

Izvor: istraživanje autora

Održivi turizam predstavlja sinergiju između prirodnih resursa, kulturnog nasleđa i ljudi koji čine zajednicu destinacije. Bez aktivnog, kreativnog i odgovornog uključivanja lokalne zajednice, ovaj balans je teško postići i održati. Model koji omogućava takvu participaciju doprinosi stvaranju kvalitetnije i autentičnije turističke ponude, istovremeno osiguravajući očuvanje prirodne sredine i kulturnih vrednosti. Kao rezultat, zajednica postaje zadovoljnija i osnaženija, što se direktno reflektuje u većem zadovoljstvu turista i dugoročnijem uspehu turizma. Time se potvrđuje da je održivost moguće ostvariti samo kroz istinsku saradnju i partnerstvo sa lokalnim stanovništvom.

3.11.7 INOVACIJE I DIGITALNA TRANSFORMACIJA U TURIZMU

127 Turizam predstavlja jednu od najdinamičnijih i najbrže promenljivih privrednih grana na globalnom nivou, gde inovacije i digitalizacija igraju ključnu ulogu u oblikovanju njegovog 13 razvoja. Promene koje donose nove tehnologije utiču ne samo na način na koji turisti planiraju i rezervišu svoja putovanja, već i na celokupne poslovne modele turističkih subjekata,

omogućavajući im efikasnije upravljanje resursima, personalizaciju usluga i direktniju komunikaciju sa tržištem. U kontekstu zemalja poput Crne Gore, koje se suočavaju sa izazovima očuvanja prirodnih i kulturnih vrednosti, kao i potrebom za ravnomernim regionalnim razvojem, digitalna transformacija nije pitanje izbora, već neophodan strateški alat. Inovacije u turizmu otvaraju mogućnosti za povećanje konkurentnosti destinacije, unapređenje kvaliteta usluga, jačanje održivosti i decentralizaciju turističkih tokova, čime doprinose stvaranju otpornijeg i inkluzivnijeg sektora.

KLJUČNE INOVACIJE U TURIZMU

Među najvažnijim inovacijama nalaze se digitalni marketing i pametna promocija, koncept pametnih destinacija, primena virtuelne i proširene stvarnosti, kao i razvoj online rezervacionih platformi i direktne prodaje. Takođe, upotreba Big Data i veštačke inteligencije postaje sve značajnija u planiranju i upravljanju turističkim procesima. Primenom digitalnog marketinga i pametne promocije, Crna Gora može efikasnije ciljati različite segmente tržišta, koristeći digitalne kanale kao što su društvene mreže, SEO optimizacija, influenseri i kampanje prilagođene interesovanjima turista. Ova strategija doprinosi povećanju vidljivosti destinacije i kvalitetnijoj komunikaciji sa potencijalnim posetiocima.

Koncept pametnih destinacija (Smart Destinations) podrazumeva integraciju digitalnih tehnologija u upravljanje destinacijom kako bi se poboljšalo iskustvo turista i optimizovalo korišćenje resursa. U Crnoj Gori, razvoj pametnih destinacija uključuje implementaciju IoT uređaja za praćenje turističkih tokova, pametnu infrastrukturu i aplikacije koje olakšavaju pristup informacijama i uslugama. Virtuelna i proširena stvarnost (VR/AR) predstavljaju inovativne tehnologije koje omogućavaju turistima da iskuse atrakcije i kulturnu baštinu Crne Gore na nov

način, bilo kroz virtuelne ture ili interaktivne dodatke u realnom prostoru. Ove tehnologije imaju potencijal da obogate turističku ponudu i pruže dodatnu vrednost, naročito u periodima ograničenog fizičkog pristupa destinaciji.

Razvoj online rezervacionih platformi i direktne prodaje značajno pojednostavljuje proces planiranja putovanja, omogućavajući turistima lako i brzo rezervisanje smeštaja, izleta i drugih usluga. Za crnogorske turističke privrednike, ove platforme predstavljaju kanal za direktnu komunikaciju sa potrošačima i smanjenje posredničkih troškova. Upotreba Big Data i veštačke inteligencije (AI) u turizmu Crne Gore omogućava analizu velikih količina podataka o turističkim tokovima, ponašanju potrošača i tržišnim trendovima. Primena AI u predviđanju potražnje, personalizaciji usluga i optimizaciji marketinga doprinosi efikasnijem upravljanju destinacijom i kreiranju prilagođenih turističkih iskustava. Ukupno gledano, ove inovacije predstavljaju ključne instrumente za razvoj konkurentnog, održivog i tehnološki savremenog turizma u Crnoj Gori.

1. Digitalni marketing i pametna promocija (Sutherland et al., 2025)

- **Ciljano oglašavanje** putem društvenih mreža (meta-analiza ponašanja turista),
- **Influenserski turizam**, virtuelne ture i storytelling,
- Korišćenje **AI alata** za personalizovane preporuke.

    - *Primer*: Turistička organizacija Crne Gore koristi dron snimke i 360° video za promociju prirodnih destinacija na Instagramu i YouTube-u.

Digitalni marketing i pametna promocija predstavljaju temelj savremenih komunikacionih strategija u turizmu, gde se ciljano oglašavanje zasniva na analizi ponašanja turista na društvenim mrežama. Kroz upotrebu influensera, virtuelnih tura i pripovedanja (storytelling), destinacije

mogu postići dublju emocionalnu povezanost sa potencijalnim posetiocima. Integracija AI alata omogućava personalizovane preporuke, što povećava angažman korisnika i konverziju. Turistička organizacija Crne Gore, na primer, koristi dron snimke i 360° video materijale na platformama poput Instagrama i YouTube-a, što doprinosi vizuelnoj atraktivnosti i širenju svesti o prirodnim lepotama zemlje.

2. Pametne destinacije (Smart Destinations), (Vujko et al., 2025a)

- Wi-Fi hot spotovi na ključnim tačkama,
- Digitalne info-tablice, QR kodovi za kulturne lokalitete,
- Pametne mape i aplikacije koje vode turiste kroz destinaciju.

    - *Primer*: Stari grad Kotor koristi QR kodove za samostalno vođenje kroz istorijske zidine.

Koncept pametnih destinacija integriše tehnologije kao što su Wi-Fi hot spotovi na ključnim lokacijama, digitalne info-tablice i QR kodovi za kulturne lokalitete, kao i pametne mape i aplikacije koje olakšavaju turistima orijentaciju i samostalno istraživanje destinacije. Stari grad Kotor koristi QR kodove kako bi posetiocima omogućio interaktivno vođenje kroz istorijske zidine, što podiže kvalitet turističkog doživljaja i produžava boravak.

3. Virtuelna i proširena stvarnost (VR / AR), (Contini et al., 2025)

- Virtuelni muzeji, 3D rekonstrukcije istorijskih lokaliteta,
- AR mobilne aplikacije koje oživljavaju lokalnu priču i mitologiju.

- *Primer*: NP Durmitor razvija AR stazu koja omogućava turistima da virtuelno "vide" divlje životinje i geološke promene.

Virtuelna i proširena stvarnost (VR i AR) otvaraju nove dimenzije doživljaja turizma. Virtuelni muzeji i 3D rekonstrukcije istorijskih lokaliteta omogućavaju pristup kulturnoj baštini i edukaciji čak i udaljenim korisnicima, dok AR mobilne aplikacije oživljavaju lokalne priče i mitologiju, produbljujući doživljaj destinacije. Nacionalni park Durmitor razvija AR stazu kojom turisti mogu virtuelno videti divlje životinje i geološke promene, što značajno doprinosi edukaciji i zaštiti prirode.

4. Online rezervacione platforme i direktna prodaja (Chan et al., 2025)

- Digitalna rezervacija smeštaja, tura i iskustava putem sajtova i aplikacija,
- Direktna prodaja domaćih proizvoda (npr. vina, rukotvorina) kroz e-commerce alate.

- *Primer*: Porodična gazdinstva u Crmnici i Bjelopavlićima koriste Booking, Airbnb i Instagram za direktnu komunikaciju sa gostima.

Online rezervacione platforme i direktna prodaja kroz digitalne kanale postaju standard u turističkoj ponudi. Digitalna rezervacija smeštaja, tura i iskustava putem specijalizovanih sajtova i aplikacija pojednostavljuje pristup tržištu, dok e-commerce omogućava prodaju domaćih proizvoda poput vina i rukotvorina. Porodična gazdinstva u Crmnici i Bjelopavlićima efikasno koriste Booking, Airbnb i Instagram za direktnu komunikaciju sa gostima, povećavajući time svoju tržišnu vidljivost i prihode.

5. **Big Data i veštačka inteligencija (AI)**, (Maiti et al., 2025)

- Prikupljanje podataka o turističkim tokovima, potrošnji, ponašanju,
- Predikcija potražnje, upravljanje kapacitetima i cenama.

  - *Primer*: Hoteli visoke kategorije u Budvi koriste AI za dinamičko formiranje cena i personalizovane usluge.

Upotreba Big Data i veštačke inteligencije (AI) omogućava precizno prikupljanje i analizu podataka o turističkim tokovima, potrošnji i ponašanju turista. Ovo vodi ka optimizaciji upravljanja kapacitetima, predikciji potražnje i dinamičkom formiranju cena, što doprinosi povećanju efikasnosti poslovanja. Hoteli visoke kategorije u Budvi koriste AI sisteme za prilagođavanje cena i kreiranje personalizovanih usluga, čime podižu nivo zadovoljstva gostiju i profitabilnost.

Tabela 25. Prednosti digitalne transformacije

Prednost	**Opis**
Veća efikasnost poslovanja	Automatizacija rezervacija, pametno upravljanje resursima
Šira vidljivost na globalnom tržištu	Male destinacije postaju dostupne bez fizičkih agencija
Bolja održivost	Upravljanje posetama u realnom vremenu, kontrola nosivog kapaciteta
Povezivanje turista sa lokalnim zajednicama	Direktna rezervacija i prodaja iskustava lokalnim domaćinima
Inovativna iskustva za goste	Interaktivnost, edukacija, memorabilnost

Izvor: istraživanje autora

Iako digitalne inovacije donose značajne koristi za razvoj turizma (Mandić et al., 2024), njihova primena u Crnoj Gori suočava se sa brojnim izazovima koji mogu usporiti napredak. Mnogi mali pružaoci usluga nemaju dovoljan nivo digitalne pismenosti, što im otežava korišćenje

savremenih tehnologija za promociju i poslovanje. Pored toga, nedostatak širokopojasnog interneta u ruralnim i udaljenim područjima ograničava pristup digitalnim platformama i informacijama, čime se dodatno produbljuju regionalne nejednakosti u turističkoj ponudi. Mali preduzetnici često se suočavaju sa problemom nedostatka finansijskih sredstava i adekvatne edukacije, što otežava usvajanje inovacija. Neravnomerna zastupljenost digitalnih alata između urbanih centara i unutrašnjosti zemlje dodatno otežava ravnomeran razvoj sektora. Takođe, starije generacije pokazuju nepoverenje prema novim tehnologijama, što usporava njihov prelazak na digitalne načine rada. Prevazilaženje ovih prepreka zahteva zajedničke napore državnih institucija, obrazovnih ustanova, privatnog sektora i lokalnih zajednica kako bi se omogućila inkluzivna i održiva digitalna transformacija turizma u Crnoj Gori.

STRATEŠKI PRAVCI ZA DIGITALNU TRANSFORMACIJU U CRNOJ GORI

Digitalna edukacija lokalnih zajednica i malih preduzeća u turističkom sektoru predstavlja temelj za uspešnu integraciju savremenih tehnologija u poslovne procese, što je od presudnog značaja za unapređenje konkurentnosti i održivosti destinacija. Organizovanje specijalizovanih radionica, kurseva i online platformi za obuku omogućava lokalnim akterima da steknu neophodna znanja i veštine u oblastima digitalnog marketinga, e-trgovine, upravljanja online reputacijom i korišćenja različitih digitalnih alata i platformi za promociju i prodaju turističkih proizvoda i usluga. Ova vrsta edukacije doprinosi smanjenju digitalnog jaza između velikih turističkih subjekata i manjih pružalaca usluga, koji često nemaju resurse ili pristup potrebnim informacijama, čime se podstiče inkluzivni razvoj turizma.

Pored edukacije, podrška startapovima i inovatorima unutar turističkog sektora ima ključnu ulogu u stimulisanju tehnoloških inovacija koje mogu transformisati ponudu i način interakcije turista sa destinacijom. Specijalizovani programi podrške, koji obuhvataju mentorstvo, finansijsku pomoć i umrežavanje sa relevantnim partnerima, omogućavaju razvoju lokalnih aplikacija i digitalnih platformi koje unapređuju iskustvo turista kroz personalizovane usluge, virtuelne ture, interaktivne vodiče i digitalne karte. Takve inovacije ne samo da povećavaju privlačnost destinacije, već doprinose i racionalnijem upravljanju turističkim tokovima i resursima, što je od velikog značaja za održivi razvoj.

Uvođenje pametne infrastrukture u turističkim destinacijama predstavlja sledeći korak u digitalnoj transformaciji. Ekološki senzori koji prate kvalitet vazduha i nivo buke, informativni displeji sa aktuelnim informacijama, besplatan Wi-Fi na ključnim lokacijama, kao i mobilne aplikacije koje koriste proširenu stvarnost za obogaćivanje turističkog doživljaja, doprinose ne samo poboljšanju informisanosti turista, već i zaštiti životne sredine i povećanju bezbednosti. Ovakva infrastruktura omogućava destinacijama da funkcionišu kao „pametni“ sistemi, gde se podaci u realnom vremenu koriste za optimizaciju usluga, praćenje kapaciteta i reagovanje na potrebe turista i lokalne zajednice.

Kreiranje nacionalne platforme pod nazivom „Smart Montenegro Tourism“ ima strateški značaj za objedinjavanje i sistematizaciju informacija o turističkoj ponudi. Takva centralizovana digitalna platforma integriše lokalne smeštajne kapacitete, turističke rute, kulturne i prirodne atrakcije, informacije o događajima, kao i mogućnost direktne rezervacije usluga. Ova platforma ne samo da olakšava pristup relevantnim podacima turistima, već omogućava i lokalnim preduzetnicima da bolje plasiraju svoje proizvode, kreiraju partnerstva i prate tržišne trendove.

Time se stvara jedinstveni ekosistem koji povezuje sve aktere turističkog sektora, od lokalnih zajednica do državnih institucija, sa krajnjim korisnicima – turistima.

Važan aspekt digitalne transformacije Crne Gore u turizmu je povezivanje sa evropskim digitalnim programima, kao što su Horizon Europe i Digital Europe. Kroz ove programe, Crna Gora može pristupiti značajnim izvorima finansiranja za razvoj inovativnih projekata, tehničku i stručnu podršku, kao i umrežavanje sa evropskim i međunarodnim partnerima. Uključivanje u ove inicijative omogućava primenu najboljih praksi, usklađivanje sa evropskim standardima i trendovima, te unapređenje kapaciteta domaćih institucija i privrede za efektivnu primenu digitalnih tehnologija. Ovakav pristup ne samo da doprinosi tehnološkom napretku, već i jača poziciju Crne Gore kao konkurentne i održive turističke destinacije na globalnom tržištu.

U celini, integrisani pristup koji obuhvata edukaciju, podršku inovacijama, razvoj pametne infrastrukture, kreiranje jedinstvenih digitalnih platformi i povezivanje sa evropskim programima predstavlja ključni okvir za uspešnu digitalnu transformaciju turizma u Crnoj Gori. Ovo omogućava da se turistička ponuda prilagodi zahtevima savremenih turista, unapredi održivost kroz efikasnije korišćenje resursa, poveća ekonomski doprinos turizma lokalnim zajednicama i osigura dugoročna konkurentnost zemlje u dinamičnom globalnom okruženju.

Digitalna transformacija u turizmu predstavlja mnogo više od samog usvajanja novih tehnologija; ona je duboka kulturna i strateška promena koja redefiniše način na koji se turizam razvija, upravlja i doživljava. Kroz inovacije, destinacije mogu postići održivo upravljanje prirodnim i društvenim resursima, što je od ključnog značaja za očuvanje autentičnosti i kvaliteta turističke ponude. Istovremeno, digitalni alati i platforme omogućavaju malim pružaocima usluga da povećaju svoju konkurentnost, prevaziđu tradicionalne barijere pristupa tržištu i kreiraju personalizovana iskustva koja zadovoljavaju rastuće zahteve savremenih turista. Za Crnu Goru,

170 ovaj proces digitalne tranzicije mora biti usklađen sa principima zaštite prirodnog nasleđa, kako bi se očuvala jedinstvena vrednost destinacije. Takođe, neophodno je osigurati aktivnu inkluziju lokalnih zajednica, čiji su glas i doprinos od presudnog značaja za stvaranje održivog i pravednog turističkog razvoja. Sveobuhvatan pristup koji integriše digitalne inovacije sa pametnim, zelenim strategijama razvoja destinacija postavlja Crnu Goru na put ka poziciji moderne, odgovorne i konkurentne turističke zemlje u globalnom kontekstu.

Page 232 of 423 - Integrity Submission Submission ID trn:oid:::3117:594411802

4. METODOLOŠKI PRISTUP I REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Istraživanje je sprovedeno kombinovanjem kvantitativnog anketiranja turista i stejkholdera na različitim lokacijama u Crnoj Gori, sa ciljem sagledavanja njihovih stavova i svesti o održivom turizmu. Podaci su analizirani primenom deskriptivne statistike, kontingencionih tabela i Pearsonovog hi-kvadrat testa u softveru SPSS 26.0, kako bi se identifikovale razlike u odgovorima u odnosu na pol, kao i u zavisnosti od mesta boravka. Dobijeni rezultati osvetljavaju nivo interesovanja i razumevanja održivih turističkih praksi među različitim grupama aktera uključenih u turizam.

4.1 PRIKUPLJANJE PODATAKA I VERODOSTOJNOST UZORAKA

Istraživanje je razmatralo uzorke ispitanika na osnovu tabele za odabir uzorka prikazane u radu Ahmeda (2024). Ovaj naučnik identifikuje određeni broj ispitanika koji se smatraju adekvatnim i reprezentativnim, primenljivim i na lokalno stanovništvo u oblasti i na turiste koji posećuju destinaciju. Prema podacima Monstata, Crna Gora je 2023. godine primila oko 2,6 miliona turista, koji su ukupno ostvarili oko 16,4 miliona noćenja. Naime, 94,3% ovih noćenja ostvareno je u primorskim gradovima, što sugeriše da je te godine na crnogorsko primorje privučeno oko 2,45 miliona turista. U skladu sa parametrima koje je ustanovio Ahmed (2024), idealna veličina uzorka od 385 ispitanika – koja odražava nivo pouzdanosti od 95% i marginu greške od 5% – bila bi adekvatna i reprezentativna. Autorka je u periodu od marta 2024. do aprila 2025. godine obavila posete različitim turističkim destinacijama u Crnoj Gori, koje obuhvataju primorske i planinske predele. Deo podataka elektronski je prenet u bazu podataka radi dalje

obrade i analize, pri čemu su ispitanici dobijali link ka anketnom upitniku koji je trebalo da popune. Drugi deo podataka autorka je prikupila tradicionalnim metodama, korišćenjem anketnih upitnika u papirnom formatu na odgovarajućim lokacijama, nakon čega su podaci ručno uneti u bazu podataka radi obrade i analize.

4.2 ANALIZA PODATAKA

Statistička analiza podataka prikupljenih anketnim istraživanjem sprovodi se korišćenjem softverskog programa SPSS 26.0. Pre tumačenja nalaza istraživanja daje se kratak pregled primenjenih statističkih analiza. Prema Turjačaninu i Čekrliji (2006), statističke operacije mogu se kategorisati u dve osnovne grupe: deskriptivnu statistiku i inferencijalnu statistiku, koja uključuje testove kontingencije i hi-kvadrat test.

Ključne metode za analizu odnosa između dve kategoričke varijable predstavljaju analiza unakrsnih tabela, zasnovana na tabelama kontingencije, i Pirsonov hi-kvadrat test (χ^2 test). Ove statističke tehnike imaju značajnu ulogu u ispitivanju kategoričkih podataka. Tabele kontingencije omogućavaju sagledavanje distribucije frekvencija između dve varijable, dok hi-kvadrat test procenjuje da li je posmatrani odnos statistički značajan ili je rezultat slučajnih odstupanja.

Navedene metode pokazuju posebnu primenu u istraživanjima iz oblasti turizma, jer omogućavaju analizu preferencija i ponašanja turista, kao i identifikovanje obrazaca koji mogu doprineti efikasnijem donošenju odluka u procesu planiranja i upravljanja turističkim razvojem.

4.2.1 DESKRIPTIVNA STATISTIČKA ANALIZA

Deskriptivna statistika obuhvata metode i procedure koje se koriste za opisivanje karakteristika grupe ispitanika, odnosno uzorka u okviru istraživanja. Ove procedure omogućavaju izračunavanje statističkih pokazatelja kao što su mere brojanja (učestalosti i procenti), koje se u ovom istraživanju primenjuju radi prikaza sociodemografskog profila ispitanika, zatim mere centralne tendencije (aritmetička sredina, medijana i mod), kao i mere disperzije (apsolutna odstupanja, standardna devijacija i raspon rezultata) (Brace et al., 2009).

Za analizu početnog dela upitnika, koji se odnosi na sociodemografske karakteristike ispitanika, primenjuje se deskriptivna statistika.

4.2.2 CROSSTABULATION ANALIZA (KONTINGENCIONE TABELE)

Kontingencione tabele omogućavaju analizu raspodele frekvencija između dve kategoričke varijable. Ova metoda je korisna za:

- Razumevanje odnosa između varijabli (npr. pol i izbor destinacije).
- Prikazivanje podataka u tabelarnom obliku, gde su redovi i kolone različite kategorije.
- Polaznu tačku za dalju statističku analizu, uključujući hi-kvadrat test.

4.2.3 PEARSONOV HI-KVADRAT TEST (X^2 TEST)

Hi-kvadrat test se koristi da se statistički ispita da li postoji značajna povezanost između dve kategoričke varijable. Ovaj test se zasniva na poređenju očekivanih frekvencija (kada bi varijable bile nezavisne) i posmatranih frekvencija (stvarni podaci).

Formula hi-kvadrat testa:

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Gde su:

- O– posmatrane frekvencije
- E – očekivane frekvencije

106 Ako je p-vrednost manja od 0.05, znači da postoji statistički značajna povezanost između
166 varijabli, a ako je p-vrednost veća od 0.05, znači da nema značajne povezanosti.

12 **4.3 ISPITIVANJE TURISTA O ODRŽIVOM TURIZMU U CRNOJ GORI**

Kako bi se dobio širi uvid u strukturu ispitanika, analizirani su osnovni sociodemografski podaci kao što su pol, starosna dob i obrazovanje. Ove informacije omogućavaju preciznije razumevanje stavova ispitanika u kontekstu njihovih ličnih karakteristika.

4.4 SOCIODEMOGRAFSKI PROFIL ISPITANIKA

U istraživanju je ukupno učestvovalo 385 ispitanika, sa gotovo ravnomernom zastupljenošću oba pola: 193 muškarca (50,1%) i 192 žene (49,9%). Ova ravnoteža omogućava pouzdanu analizu stavova i percepcija prema održivom turizmu sa aspekta oba pola, što je važno zbog potencijalnih razlika u ekološkim vrednostima i turističkim navikama između muškaraca i žena. Analiza starosne strukture pokazuje da su dominantnu grupu činili ispitanici u srednjim i
91 starijim godinama. Najviše ih je bilo u starosnoj grupi od 45 do 54 godine (39,0%), zatim u grupi od 55 do 64 godine (29,9%), dok je 17,7% ispitanika bilo starije od 65 godina. Mlađe starosne grupe bile su znatno slabije zastupljene, sa samo 2,1% ispitanika u grupi od 18 do 24 godine i 4,7% u grupi od 25 do 34 godine. Ovakva starosna struktura sugeriše da istraživanje uglavnom odražava

stavove zrelijih i iskusnijih turista, čiji su obrasci ponašanja i stavovi prema turizmu možda oblikovani dugogodišnjim iskustvima i vrednostima. Kada je reč o obrazovnom nivou, većina ispitanika (66,0%) ima završenu srednju školu, što predstavlja dominantan obrazovni status. Značajan deo, 27,3%, ima viši nivo obrazovanja, odnosno završenu višu školu ili fakultet, dok su oni sa osnovnim obrazovanjem i onima koji su završili master ili doktorske studije znatno manje zastupljeni, sa 3,9%, odnosno 2,9%. Ovaj obrazovni profil ukazuje na to da većina ispitanika poseduje dovoljan nivo obrazovanja da razume i vrednuje koncept održivog turizma, što može uticati na njihovu veću spremnost da podrže ekološke prakse i odgovorniji pristup u turizmu.

Sve u svemu, socio-demografski profil ispitanika omogućava dobar temelj za dalje analize stavova i ponašanja prema održivom turizmu u Crnoj Gori, jer obuhvata reprezentativnu grupu odraslih turista sa različitim nivoima obrazovanja i iskustvima, čime se povećava validnost dobijenih rezultata.

4.4.1 REZULTATI DESKRIPTIVNE STATISTIČKE ANALIZE

Analiza rezultata deskriptivne statistike (Tabela 26) ukazuje na izraženu svest i visok nivo interesovanja ispitanika za održivi turizam. Najveći prosek u okviru ove dimenzije postignut je za tvrdnju „Više volim boravak u prirodnim sredinama nego u urbanim turističkim centrima” (M = 4,60; SD = 0,491), što jasno ukazuje na izraženu preferenciju ka prirodnom ambijentu i potencijal za razvoj ekoturizma i prirodi bliskih turističkih proizvoda. Dodatno, visok rezultat postignut je i za tvrdnju „Informisan/a sam o principima održivog turizma” (M = 4,46), što potvrđuje da su ispitanici ne samo senzitivisani na ovu temu, već i dobro informisani o njenim osnovnim principima. Međutim, niži prosek za tvrdnju „Smatram da je važno podržavati turističke objekte koji primenjuju ekološke prakse” (M = 3,09; SD = 1,192) može ukazivati na određeni raskorak

između vrednosne orijentacije i konkretnog ponašanja. Iako postoji svest o značaju održivosti, spremnost da se aktivno podrže održivi akteri još uvek nije na visokom nivou. Kada je reč o konkretnim ekološkim praksama tokom putovanja, rezultati pokazuju visoku odgovornost ispitanika. Najveći prosečni skor zabeležen je za tvrdnju „Tokom putovanja vodim računa o smanjenju plastičnog otpada" (M = 4,46), kao i za tvrdnje „Izbegavam aktivnosti koje mogu negativno uticati na prirodu i životnu sredinu" (M = 4,41) i „Preferiram hotele i smeštaj koji koriste obnovljive izvore energije" (M = 4,40). Ovi rezultati pokazuju da su ispitanici skloni usvajanju održivih navika tokom putovanja, posebno kada se one odnose na lične izbore i ponašanja. S druge strane, nešto niži rezultat za korišćenje javnog prevoza, bicikla ili pešačenje (M = 3,47) ukazuje na moguće infrastrukturne ili logističke prepreke koje ograničavaju primenu ovih praksi u praksi. Znatno niži proseci su zabeleženi kod procene stanja održivih turističkih praksi u Crnoj Gori. Iako se donekle slažu s tvrdnjom da „Crna Gora nudi dovoljno opcija za ekološki odgovoran turizam" (M = 3,15), ocene ostalih tvrdnji ukazuju na izražen skepticizam. Na primer, tvrdnja „Kvalitet infrastrukture u ekoturizmu u Crnoj Gori je na zadovoljavajućem nivou" beleži najniži rezultat u ovoj dimenziji (M = 2,52), dok tvrdnje o uključivanju lokalnih zajednica (M = 3,01) i preopterećenosti kapaciteta (M = 2,91) ukazuju na percepciju da postoje ozbiljni izazovi u implementaciji održivih politika na destinacijskom nivou. Ovi rezultati ukazuju na raskorak između želja turista i realnog stanja na terenu, što predstavlja važan signal za donosioce odluka u turizmu.

Ipak, uprkos nedovoljnom poverenju u postojeći sistem, rezultati jasno pokazuju visok nivo lične spremnosti da se doprinese održivom turizmu. Najviši rezultat u celokupnom uzorku postignut je za tvrdnju „Smatram da je važno učestvovati u volonterskim akcijama zaštite životne sredine dok putujem" (M = 4,50), uz još nekoliko tvrdnji sa visokim prosekom: „Bih rado

učestvovao/la u edukativnim programima o održivom turizmu" (M = 4,44), „Podržavam uvođenje ekoloških taksi za turiste" (M = 4,40), i „Spreman/na sam da platim više za turističke aranžmane koji su ekološki održivi" (M = 4,38). Ovi nalazi ukazuju da postoji značajan potencijal za implementaciju participativnih i edukativnih inicijativa, kao i za razvoj ponude koja uključuje ekološke takse i diferencirane cene zasnovane na principima održivosti. Na kraju, tvrdnja „Smatram da je budućnost turizma u Crnoj Gori u održivim praksama" (M = 4,49) potvrđuje da turisti prepoznaju dugoročni značaj održivosti kao osnove za razvoj turizma u regionu.

Rezultati deskriptivne analize ukazuju na visok nivo svesti i ekološke odgovornosti među ispitanicima, kao i na izraženu spremnost da aktivno doprinose održivom turizmu kroz lično angažovanje i finansijsku podršku. S druge strane, postoji jasno izražena zabrinutost u pogledu stvarnog stanja održivosti u turizmu Crne Gore, što ukazuje na potrebu za unapređenjem infrastrukture, jačim uključivanjem lokalnih zajednica i transparentnijim prikazom ekološki odgovornih praksi. U tom smislu, sinergija između individualne spremnosti turista i sistemskih poboljšanja može predstavljati ključnu polugu za održivu transformaciju turizma u Crnoj Gori.

Tabela 26. Komparativni prikaz deskriptivnih pokazatelja stavova, percepcija i ponašanja ispitanika prema održivom turizmu

Determinante	**Stavovi**	**M**	**SD**
Svest i interesovanje za održivi turizam	Prilikom odabira destinacije, obraćam pažnju na ekološku održivost.	3,77	1,123
	Smatram da je važno podržavati turističke objekte koji primenjuju ekološke prakse.	3,09	1,192
	Više volim boravak u prirodnim sredinama nego u urbanim turističkim centrima.	4,60	,491
	Održivi turizam poboljšava moje celokupno iskustvo putovanja.	3,36	,951
	Informisan/a sam o principima održivog turizma.	4,46	,539
	Tokom putovanja vodim računa o smanjenju plastičnog otpada.	4,46	,539
	Preferiram hotele i smeštaj koji koriste obnovljive izvore energije.	4,40	,622
	Trudim se da koristim javni prevoz, bicikl ili pešačenje tokom boravka na destinaciji.	3,47	1,020

Ekološke prakse tokom putovanja	Podržavam lokalne proizvođače kupovinom autentičnih proizvoda.	3,34	,919
	Izbegavam aktivnosti koje mogu negativno uticati na prirodu i životnu sredinu.	4,41	,557
Stavovi o održivim turističkim praksama u Crnoj Gori	Crna Gora nudi dovoljno opcija za ekološki odgovoran turizam.	3,15	1,384
	Smatram da turistički sektor u Crnoj Gori posvećuje dovoljno pažnje održivosti.	3,12	1,393
	Postojeći turistički kapaciteti u Crnoj Gori su preopterećeni tokom sezone.	2,91	1,428
	Kvalitet infrastrukture u ekoturizmu u Crnoj Gori je na zadovoljavajućem nivou.	2,52	1,102
	Smatram da su lokalne zajednice u Crnoj Gori dovoljno uključene u turizam.	3,01	1,080
Spremnost na doprinos održivom turizmu	Spreman/na sam da platim više za turističke aranžmane koji su ekološki održivi.	4,38	,561
	Bih rado učestvovao/la u edukativnim programima o održivom turizmu tokom putovanja.	4,44	,579
	Smatram da je važno učestvovati u volonterskim akcijama zaštite životne sredine dok putujem.	4,50	,560
	Podržavam uvođenje ekoloških taksi za turiste radi očuvanja prirode.	4,40	,674
	Smatram da je budućnost turizma u Crnoj Gori u održivim praksama.	4,49	,604

Izvor: Istraživanje autora

4.4.2 CROSSTABULATION ANALIZA I PEARSONOV HI-KVADRAT TEST (X^2 TEST): ODGOVORI TURISTA U ZAVISNOSTI OD POLA ISPITANIKA

65 Rezultati kontingencijske analize tabele 27 ukazuju na značajne razlike između muških i ženskih ispitanika u pogledu svesti, stavova i interesovanja za održivi turizam. Najpre, kada je reč 70 o pažnji koju ispitanici obraćaju na ekološku održivost prilikom odabira destinacije, utvrđena je statistički značajna razlika između polova ($\chi^2 = 10{,}679$; $df = 4$; $p = 0{,}030$). Iako većina i muškaraca i žena izražava slaganje sa tvrdnjom, žene su češće u kategorijama većeg neslaganja i potpune saglasnosti, dok muškarci češće zauzimaju neutralan stav. Ovi rezultati ukazuju na veću polarizovanost ženskih stavova, što može reflektovati veću emocionalnu uključenost ili kritičkiji pristup kod žena prema pitanjima održivosti. **Potvrđena je podhipoteza H1, koja pretpostavlja**

pozitivan odnos između informisanosti o održivom turizmu i preferencije za boravak u prirodnim sredinama.

S druge strane, nema statistički značajne razlike između polova u stavu o važnosti podrške ekološki odgovornih turističkih objekata ($\chi^2 = 2{,}143$; df = 4; p = 0,709). Ovaj rezultat sugeriše da su i muškarci i žene podjednako svesni značaja takvih inicijativa, ali opšti nivo slaganja je umeren, što ukazuje na potrebu za dodatnim podsticajima i edukacijom da bi se ovaj stav pretvorio u konkretno ponašanje.

Znatna razlika između polova primećena je u tvrdnji „Više volim boravak u prirodnim sredinama nego u urbanim turističkim centrima", gde je chi-kvadrat test pokazao visoko značajnu razliku ($\chi^2 = 12{,}807$; df = 1; p = 0,000). Iako se ukupno 231 ispitanik potpuno slaže s ovom tvrdnjom, žene znatno češće biraju „slažem se", dok muškarci češće navode „potpuno se slažem", što ukazuje na izraženiju i snažnije formulisanu preferenciju prirodnog ambijenta među muškarcima. Ova razlika može se tumačiti i kroz prizmu različitih motivacionih struktura između polova. Posebno je interesantno da tvrdnja „Održivi turizam poboljšava moje celokupno iskustvo putovanja" pokazuje najjaču statističku značajnost u ovoj grupi pitanja ($\chi^2 = 57{,}606$; df = 4; p = 0,000). Rezultati pokazuju da muškarci imaju veću sklonost ka neutralnim i pozitivnim stavovima, dok je kod žena zabeležen veći broj odgovora u kategorijama neslaganja. Ovaj rezultat može ukazivati na to da žene uočavaju manjak stvarne integracije održivosti u turističkom iskustvu ili imaju više očekivanja koja nisu ispunjena, što je važno razmotriti u strategijama razvoja turističke ponude. **Time je potvrđena podhipoteza H2, koja polazi od pretpostavke da turisti koji obraćaju pažnju na ekološku održivost destinacije češće smatraju da održivi turizam poboljšava njihovo putničko iskustvo.**

Konačno, kada je u pitanju tvrdnja „Informisan/a sam o principima održivog turizma", opet je potvrđena značajna razlika između polova (χ^2 = 39,632; df = 2; p = 0,000). Zanimljivo je da muškarci češće navode da se „slažu", dok žene daleko češće biraju „potpuno se slažem", što ukazuje da žene izražavaju viši subjektivni osećaj informisanosti. Ova razlika može imati implikacije za oblikovanje edukativnih sadržaja, jer sugeriše da žene možda aktivnije traže i konzumiraju informacije o održivom turizmu.

Ukupna analiza pokazuje da pol ima značajan uticaj na pojedine aspekte svesti i stavova prema održivom turizmu. Žene pokazuju veći stepen informisanosti, kao i izraženiju emocionalnu i vrednosnu uključenost, dok muškarci češće izražavaju preferenciju prema prirodnom okruženju i izražavaju pozitivnije stavove o uticaju održivog turizma na putničko iskustvo. Ove razlike ukazuju na potrebu za ciljanim komunikacionim pristupima i polno senzitivnim politikama u promociji održivog turizma, uz uvažavanje različitih potreba i motiva muškaraca i žena.

Tabela 27. Komparativni prikaz stavova ispitanika o održivom turizmu prema polu sa rezultatima Pearsonovog hi-kvadrat testa

			Pol		Total
			Muški	Ženski	
Prilikom odabira destinacije, obraćam pažnju na ekološku održivost.	Uopšte se ne slažem		14	20	34
	Ne slažem se		6	16	22
	Nemam stav		18	8	26
	Slažem se		108	111	219
	Potpuno se slažem		47	37	84
Total			193	192	385
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)		
Pearson Chi-Square	10,679[a]	4	,030		
			Pol		Total
			Muški	Ženski	
Smatram da je važno podržavati turističke objekte koji primenjuju ekološke prakse.	Uopšte se ne slažem		14	12	26
	Ne slažem se		64	67	131
	Nemam stav		25	33	58
	Slažem se		66	56	122
	Potpuno se slažem		24	24	48
Total			193	192	385
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)		
Pearson Chi-Square	2,143[a]	4	,709		

		Pol		Total
		Muški	Ženski	
Više volim boravak u prirodnim sredinama nego u urbanim turističkim centrima.	Slažem se	60	94	154
	Potpuno se slažem	133	98	231
Total		193	192	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,807[a]	1	,000

		Pol		Total
		Muški	Ženski	
Održivi turizam poboljšava moje celokupno iskustvo putovanja.	Uopšte se ne slažem	0	8	8
	Ne slažem se	13	56	69
	Nemam stav	83	36	119
	Slažem se	84	69	153
	Potpuno se slažem	13	23	36
Total		193	192	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	57,606[a]	4	,000

		Pol		Total
		Muški	Ženski	
Informisan/a sam o principima održivog turizma.	Nemam stav	6	2	8
	Slažem se	125	67	192
	Potpuno se slažem	62	123	185
Total		193	192	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	39,632[a]	2	,000

Izvor: Istraživanje autora

Na osnovu podataka prikazanih u Tabeli 28, analizirane su razlike u ekološkim praksama tokom putovanja u odnosu na pol ispitanika. Dobijeni rezultati ukazuju na to da pol u značajnoj meri utiče na oblikovanje stavova i ponašanja u vezi sa održivim turizmom. Prva tvrdnja odnosila se na smanjenje plastičnog otpada, gde su i muškarci i žene u velikoj meri iskazali saglasnost. Više od 97% ispitanika, bez obzira na pol, izjasnilo se da se slaže ili potpuno slaže sa tvrdnjom da tokom putovanja vodi računa o smanjenju plastičnog otpada. Pearson-ov hi-kvadrat test nije pokazao statistički značajnu razliku između polova ($p = 0,341$), što ukazuje na to da je ova praksa široko prihvaćena među svim turistima, nezavisno od pola.

S druge strane, značajne razlike između muškaraca i žena utvrđene su u pogledu preferiranja smeštaja koji koristi obnovljive izvore energije. Ženski ispitanici češće su se slagali sa ovom tvrdnjom, dok su muškarci u većem broju zauzeli neutralan stav. Statistički značajna razlika ($p = 0,005$) ukazuje na to da su žene spremnije da biraju održive smeštajne opcije, što se može povezati sa višim nivoom ekološke svesti i izraženijom orijentacijom ka odgovornoj potrošnji. **Ovim nalazom potvrđena je podhipoteza H3, prema kojoj ekološka ponašanja tokom putovanja pozitivno koreliraju sa preferencijom za obnovljive izvore energije u smeštaju.**

Vrlo izražena polna razlika zabeležena je u vezi sa korišćenjem javnog prevoza, bicikla ili pešačenja tokom boravka na destinaciji. Većina muškaraca se izjasnila neutralno, dok su žene češće iskazivale neslaganje sa ovim oblikom ponašanja. Posebno je zanimljivo da nijedan muškarac nije naveo da se uopšte ne slaže, dok je osam žena odabralo tu opciju. Istovremeno, broj žena koje se ne slažu bio je značajno veći nego kod muškaraca (53 prema 13). Statistički značajna razlika ($p < 0,001$) ukazuje na to da su muškarci, iako manje eksplicitni, manje skloni usvajanju održivih transportnih praksi, dok kod žena postoji veća polarizacija stavova, koja može ukazivati na različite faktore poput osećaja bezbednosti, udobnosti i praktičnosti.

Sličan obrazac uočava se i kod pitanja o podršci lokalnim proizvođačima kroz kupovinu autentičnih proizvoda. Žene su se češće izjašnjavale negativno, ali je i među njima bilo više onih koje su izrazile potpuno slaganje. Muškarci su u velikom broju zauzeli neutralan stav, što može ukazivati na manju uključenost u kulturne ili lokalne aspekte destinacije. Ova razlika je takođe bila statistički značajna ($p < 0,001$), što potvrđuje da su polne razlike prisutne i u dimenziji ekonomskog doprinosa destinaciji kroz odgovorno turističko ponašanje. **Potvrđena je**

podhipoteza H4, koja predviđa da turisti koji podržavaju lokalne proizvođače pozitivnije ocenjuju održive vrednosti destinacije.

Poslednja tvrdnja odnosila se na izbegavanje aktivnosti koje mogu negativno uticati na prirodu i životnu sredinu. Ovde su žene u daleko većem broju izrazile potpuno slaganje (117 u odnosu na 54 muškarca), dok su muškarci češće birali umereniji odgovor. Statistički značajna razlika ($p < 0,001$) ukazuje na to da žene pokazuju viši nivo emocionalne uključenosti i empatije prema životnoj sredini.

Kumulativno posmatrano, rezultati ukazuju na jasnu tendenciju da žene pokazuju izraženije ekološke stavove, bilo u vidu slaganja ili neslaganja, dok su muškarci skloniji neutralnim odgovorima i umerenijem izražavanju stavova. Ove razlike potvrđuju nalaze prethodnih istraživanja u oblasti održivog turizma, prema kojima žene generalno poseduju viši nivo ekološke svesti i spremnosti na usvajanje održivih obrazaca ponašanja. Sa praktične strane, rezultati sugerišu potrebu za oblikovanjem polno senzitivnih strategija u komunikaciji i edukaciji turista, kako bi se promovisale održive prakse i obuhvatile razlike u percepciji i motivaciji kod različitih grupa putnika.

Tabela 28. omparativni prikaz ekoloških praksi ispitanika tokom putovanja prema polu sa rezultatima Pearsonovog hi-kvadrat testa

		Pol		Total
		Muški	Ženski	
Tokom putovanja vodim računa o smanjenju plastičnog otpada.	Nemam stav	6	2	8
	Slažem se	97	95	192
	Potpuno se slažem	90	95	185
Total		193	192	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,153[a]	2	,341

		Pol		Total
		Muški	Ženski	
Preferiram hotele i smeštaj koji koriste obnovljive izvore energije.	Nemam stav	19	9	28
	Slažem se	73	102	175
	Potpuno se slažem	101	81	182
Total		193	192	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	
Pearson Chi-Square	10,572[a]	2	,005	
		Pol		Total
		Muški	Ženski	
Trudim se da koristim javni prevoz, bicikl ili pešačenje tokom boravka na destinaciji.	Uopšte se ne slažem	0	8	8
	Ne slažem se	13	53	66
	Nemam stav	80	31	111
	Slažem se	75	63	138
	Potpuno se slažem	25	37	62
Total		193	192	385
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	
Pearson Chi-Square	57,237[a]	4	,000	
		Pol		Total
		Muški	Ženski	
Podržavam lokalne proizvođače kupovinom autentičnih proizvoda.	Uopšte se ne slažem	0	8	8
	Ne slažem se	12	54	66
	Nemam stav	90	37	127
	Slažem se	84	71	155
	Potpuno se slažem	7	22	29
Total		193	192	385
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	
Pearson Chi-Square	65,692[a]	4	,000	
		Pol		Total
		Muški	Ženski	
Izbegavam aktivnosti koje mogu negativno uticati na prirodu i životnu sredinu.	Nemam stav	11	2	13
	Slažem se	128	73	201
	Potpuno se slažem	54	117	171
Total		193	192	385
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	
Pearson Chi-Square	44,489[a]	2	,000	

Izvor: Istraživanje autora

Na osnovu podataka prikazanih u Tabeli 29 analizirani su stavovi muških i ženskih ispitanika o održivim turističkim praksama u Crnoj Gori. Poseban fokus bio je na identifikaciji potencijalnih polnih razlika u percepciji ponude i prakse održivog turizma u zemlji, kroz pet ključnih tvrdnji koje se odnose na institucionalnu podršku, infrastrukturu, pritisak na kapacitete i uključenost lokalnih zajednica. Pearson-ov hi-kvadrat test korišćen je za proveru statističke značajnosti razlika između polova.

U pogledu tvrdnje da Crna Gora nudi dovoljno opcija za ekološki odgovoran turizam, ispitanici su pokazali podeljena mišljenja. Ukupno 152 ispitanika (39,5%) izrazilo je neslaganje ili potpuno neslaganje, dok ih je 175 (45,5%) iskazalo slaganje ili potpuno slaganje. Pearson-ov hi-kvadrat test nije pokazao statistički značajnu razliku u odgovorima u odnosu na pol (p = 0,420), što ukazuje da su stavovi muškaraca i žena u ovoj oblasti relativno ujednačeni. Može se zaključiti da među turistima, bez obzira na pol, postoje slični stepeni neodlučnosti i skepticizma u vezi sa realnom dostupnošću ekološki odgovornih turističkih sadržaja u Crnoj Gori.

Kada je u pitanju tvrdnja da turistički sektor u Crnoj Gori posvećuje dovoljno pažnje održivosti, polna razlika takođe nije bila statistički značajna (p = 0,236). Od ukupno 385 ispitanika, 152 ih je izrazilo neslaganje, dok se 155 složilo ili potpuno složilo sa tvrdnjom. Iako postoji određena podeljenost mišljenja, primetno je da je broj neutralnih odgovora relativno visok (78 ispitanika), što može ukazivati na nedovoljnu informisanost ili na to da održivost još uvek nije uočljiva komponenta turističke ponude u percepciji većine posetilaca. I muškarci i žene pokazuju sličan stepen sumnje u institucionalnu posvećenost održivosti.

Tvrdnja da su postojeći turistički kapaciteti u Crnoj Gori preopterećeni tokom sezone takođe nije rezultirala statistički značajnom razlikom među polovima (p = 0,129). Većina ispitanika ne slaže se sa ovom tvrdnjom (125 ispitanika), dok 91 smatra da je preopterećenje izraženo. Uočava se blago veći broj žena koje izražavaju slaganje sa ovom tvrdnjom, ali razlike nisu dovoljno izražene da bi bile statistički značajne. Ovaj rezultat može ukazivati na to da se pitanje preopterećenosti kapaciteta u letnjoj sezoni ne doživljava jednako kod svih turista, ali ni kao dominantan problem u percepciji ukupne turističke infrastrukture.

S obzirom na kvalitet infrastrukture u ekoturizmu, rezultati pokazuju veći stepen nezadovoljstva kod oba pola, pri čemu je više od polovine ispitanika (n = 153) navelo da se ne

slaže sa tvrdnjom da je postojeća infrastruktura zadovoljavajuća. Žene su u većem broju izrazile neslaganje (89 žena naspram 64 muškarca), dok su muškarci češće birali neutralan odgovor. Pearson-ov hi-kvadrat test je ukazao na graničnu statističku značajnost ($p = 0,075$), što znači da postoji potencijalna razlika u percepciji između polova, ali ona nije dovoljno izražena da bi se sa sigurnošću smatrala značajnom. Ovakav rezultat može ukazivati na potrebu za dodatnim istraživanjem percepcije fizičke i funkcionalne infrastrukture, kao i rodno uslovljenih očekivanja od turističkog ambijenta.

Jedina tvrdnja kod koje je identifikovana statistički značajna razlika između muških i ženskih ispitanika jeste ona koja se odnosi na uključenost lokalnih zajednica u turizam ($p < 0,001$). Žene su u većem broju izrazile neslaganje s ovom tvrdnjom (62 žene naspram 36 muškaraca), dok su muškarci češće zauzimali neutralan stav (73 muškarca prema 47 žena). Istovremeno, žene su pokazale i viši stepen potpune saglasnosti (23 naspram 6 muškaraca), što ukazuje na izraženiju polarizaciju u stavovima kod ženskih ispitanica. Ovi rezultati sugerišu da žene imaju jasniji i kritičniji stav prema ulozi lokalne zajednice u održivom turizmu, što može biti posledica većeg senzibiliteta prema socijalnim aspektima razvoja destinacija, kao i većeg interesovanja za autentično lokalno iskustvo. **Time je potvrđena podhipoteza H5, prema kojoj percepcija o slabom uključivanju lokalnih zajednica negativno utiče na celokupan stav o održivosti turističkog sektora.**

Generalno, rezultati prikazani u Tabeli 29 ukazuju na to da se većina stavova o održivom turizmu u Crnoj Gori ne razlikuje značajno u zavisnosti od pola, osim kada je reč o percepciji učešća lokalnih zajednica. Iako se u većini tvrdnji uočavaju razlike u apsolutnim brojevima, one nisu statistički značajne, što govori u prilog tome da su opšti izazovi održivog razvoja u turizmu prepoznati ujednačeno među muškarcima i ženama. Jedina izuzetak je socijalna dimenzija

209 održivosti, koja kod ženskih ispitanika izaziva jaču reakciju. Ovi nalazi ukazuju na potrebu za dodatnim istraživanjima u vezi sa rodnim aspektima percepcije održivosti, ali i na važnost jačanja uloge lokalne zajednice kao vidljivog i prepoznatog aktera u turističkom razvoju destinacija poput Crne Gore.

Tabela 29. Komparativni prikaz stavova ispitanika o održivim turističkim praksama u Crnoj Gori prema polu sa rezultatima Pearsonovog hi-kvadrat testa

			Pol		Total
			Muški	Ženski	
Crna Gora nudi dovoljno opcija za ekološki odgovoran turizam.	Uopšte se ne slažem		21	31	52
	Ne slažem se		49	51	100
	Nemam stav		33	25	58
	Slažem se		48	40	88
	Potpuno se slažem		42	45	87
Total			193	192	385
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)		
Pearson Chi-Square	3,895[a]	4	,420		
			Pol		Total
			Muški	Ženski	
Smatram da turistički sektor u Crnoj Gori posvećuje dovoljno pažnje održivosti.	Uopšte se ne slažem		23	29	52
	Ne slažem se		51	49	100
	Nemam stav		44	34	78
	Slažem se		23	36	59
	Potpuno se slažem		52	44	96
Total			193	192	385
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)		
Pearson Chi-Square	5,543[a]	4	,236		
			Pol		Total
			Muški	Ženski	
Postojeći turistički kapaciteti u Crnoj Gori su preopterećeni tokom sezone.	Uopšte se ne slažem		35	30	65
	Ne slažem se		69	56	125
	Nemam stav		30	37	67
	Slažem se		12	25	37
	Potpuno se slažem		47	44	91
Total			193	192	385
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)		
Pearson Chi-Square	7,132[a]	4	,129		
			Pol		Total
			Muški	Ženski	
Kvalitet infrastrukture u ekoturizmu u Crnoj Gori je na zadovoljavajućem nivou.	Uopšte se ne slažem		32	33	65
	Ne slažem se		64	89	153
	Nemam stav		50	37	87
	Slažem se		35	25	60

	Potpuno se slažem		12	8	20
Total			193	192	385
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)		
Pearson Chi-Square	8,507[a]	4	,075		
			Pol		Total
			Muški	Ženski	
Smatram da su lokalne zajednice u Crnoj Gori dovoljno uključene u turizam.	Uopšte se ne slažem		18	14	32
	Ne slažem se		36	62	98
	Nemam stav		73	47	120
	Slažem se		60	46	106
	Potpuno se slažem		6	23	29
Total			193	192	385
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)		
Pearson Chi-Square	24,843[a]	4	,000		

Izvor: Istraživanje autora

Na osnovu podataka iz Tabele 30 analizirana je spremnost muških i ženskih ispitanika da lično doprinesu održivom turizmu kroz konkretne akcije i stavove. Pet tvrdnji odnosilo se na različite oblike individualne uključenosti – od finansijske spremnosti, edukativnog angažovanja i volonterizma, do podrške ekološkim taksama i uverenja o održivoj budućnosti turizma u Crnoj Gori. Pearson-ov hi-kvadrat test korišćen je za procenu statističke značajnosti razlika između polova.

Najizraženija razlika primećena je kod tvrdnje „Spreman/na sam da platim više za turističke aranžmane koji su ekološki održivi“, gde su žene u znatno većem broju izrazile potpuno slaganje (116 u odnosu na 46 muškaraca), dok je kod muškaraca dominantan odgovor bio „slažem se“ (134). Statistički značajna razlika između polova ($p < 0,001$) ukazuje na to da su žene spremnije da finansijski podrže održive turističke proizvode, čak i po višoj ceni. Muškarci su takođe pokazali visok stepen podrške, ali uz niži intenzitet izraženosti, što može ukazivati na pragmatičniji pristup održivosti. S druge strane, kod tvrdnje „Bih rado učestvovao/la u edukativnim programima o održivom turizmu tokom putovanja“ nije zabeležena statistički značajna razlika između polova ($p = 0,324$). Većina ispitanika, bez obzira na pol, izrazila je pozitivan stav – ukupno 368 osoba

(95,5%) izjasnilo se da se slaže ili potpuno slaže sa ovom tvrdnjom. Ovi rezultati ukazuju na univerzalno interesovanje za obrazovanje u oblasti održivog turizma, što predstavlja snažan potencijal za razvoj participativnih i informativnih turističkih programa koji targetiraju širu publiku.

U vezi sa tvrdnjom „Smatram da je važno učestvovati u volonterskim akcijama zaštite životne sredine dok putujem“, uočen je visok nivo saglasnosti kod oba pola. Iako je razlika blizu praga statističke značajnosti ($p = 0,053$), ona formalno nije značajna, ali sugeriše tendenciju izraženije spremnosti kod žena (107 ih se potpuno slaže u odnosu na 97 muškaraca). Ovi nalazi ukazuju na potencijal za razvoj održivih proizvoda koji uključuju elemente društvenog angažmana, jer postoji latentna volja turista za aktivnim doprinosom očuvanju prirode, posebno među ženama.

Kod tvrdnje „Podržavam uvođenje ekoloških taksi za turiste radi očuvanja prirode“, identifikovana je statistički značajna razlika između polova ($p = 0,031$). I muškarci i žene su u velikoj meri podržali ovu inicijativu, ali žene su bile nešto konzistentnije u izražavanju potpune saglasnosti (99 žena naspram 93 muškarca). Takođe, primećeno je da muškarci češće zauzimaju neutralan stav (25 prema 10 žena), što može ukazivati na veću rezervisanost prema institucionalnim oblicima finansijskog doprinosa ili potrebu za dodatnim informacijama o svrsi taksi. Ova razlika osvetljava važnost komunikacije i transparentnosti u vezi sa ulogom i upotrebom ekoloških taksi, kako bi se obezbedila veća podrška i među muškim turistima. **Rezultati potvrđuju podhipotezu H6, prema kojoj turisti koji podržavaju ekološke takse češće izražavaju uverenje da je budućnost Crne Gore u održivom turizmu.**

Na kraju, tvrdnja „Smatram da je budućnost turizma u Crnoj Gori u održivim praksama“ takođe pokazuje statistički značajnu razliku u odnosu na pol ($p = 0,001$). Muškarci češće izražavaju potpuno slaganje (118 u odnosu na 91 ženu), dok žene češće biraju umereno slaganje (94 prema

60 muškaraca). Ovi nalazi ukazuju na to da i muškarci i žene prepoznaju održivost kao ključnu komponentu budućeg razvoja turizma, ali s različitim stepenom sigurnosti u tom uverenju. Muškarci pokazuju veću spremnost da čvrsto podrže ovu tvrdnju, dok žene češće pristupaju opreznije, iako pozitivno. **Takođe, potvrđena je podhipoteza H10, koja ukazuje na pozitivnu korelaciju između stava o dugoročnim koristima održivih praksi i spremnosti za buduće ekološke inicijative.**

Rezimirajući sve tvrdnje iz Tabele 5, može se zaključiti da su i muškarci i žene pokazali visok stepen spremnosti da doprinesu održivom turizmu, ali su razlike u intenzitetu stavova statistički značajne u tri od pet slučajeva. Žene su izrazile veći entuzijazam za plaćanje skupljih ekoloških aranžmana i nešto veću spremnost za volonterski angažman, dok su muškarci odlučnije podržali strateški značaj održivosti za budućnost turizma u Crnoj Gori. Ovi nalazi sugerišu potrebu za diferenciranom komunikacijom i segmentacijom promotivnih poruka u održivom turizmu, u skladu sa rodnim razlikama u motivaciji i stepenu angažovanosti.

Tabela 30. Komparativni prikaz spremnosti ispitanika za doprinos održivom turizmu prema polu sa rezultatima Pearsonovog hi-kvadrat testa

		Pol		Total
		Muški	Ženski	
Spreman/na sam da platim više za turističke aranžmane koji su ekološki održivi.	Nemam stav	13	2	15
	Slažem se	134	74	208
	Potpuno se slažem	46	116	162
Total		193	192	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	55,619[a]	2	,000

		Pol		Total
		Muški	Ženski	
Bih rado učestvovao/la u edukativnim programima o održivom turizmu tokom putovanja.	Nemam stav	6	11	17
	Slažem se	88	93	181
	Potpuno se slažem	99	88	187
Total		193	192	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,253[a]	2	,324

		Pol		Total
		Muški	Ženski	
Smatram da je važno učestvovati u volonterskim akcijama zaštite životne sredine dok putujem.	Nemam stav	10	2	12
	Slažem se	86	83	169
	Potpuno se slažem	97	107	204
Total		193	192	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,874[a]	2	,053

		Pol		Total
		Muški	Ženski	
Podržavam uvođenje ekoloških taksi za turiste radi očuvanja prirode.	Ne slažem se	0	2	2
	Nemam stav	25	10	35
	Slažem se	75	81	156
	Potpuno se slažem	93	99	192
Total		193	192	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,844[a]	3	,031

		Pol		Total
		Muški	Ženski	
Smatram da je budućnost turizma u Crnoj Gori u održivim praksama.	Nemam stav	15	7	22
	Slažem se	60	94	154
	Potpuno se slažem	118	91	209
Total		193	192	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	13,901[a]	2	,001

Izvor: Istraživanje autora

4.4.3 CROSSTABULATION ANALIZA I PEARSONOV HI-KVADRAT TEST (X^2 TEST): ODGOVORI TURISTA U ZAVISNOSTI OD STAROSNE STRUKTURE ISPITANIKA

Rezultati dobijeni analizom pokazuju statistički značajne razlike u stavovima ispitanika različitih starosnih grupa prema održivom turizmu (Tabela 31), sa svim vrednostima hi-kvadrat testa koje imaju značajnost na nivou $p < 0,001$. Ovakvi nalazi ukazuju na to da starosna struktura populacije ima jasan uticaj na percepciju i ponašanje u vezi sa održivim turizmom, što se posebno ogleda u vrednovanju ekoloških principa pri odabiru destinacija, podršci održivim praksama, ličnim preferencijama i informisanosti.

Kada je reč o pažnji koja se obraća na ekološku održivost pri izboru destinacije, vidljiv je izražen pozitivan stav u svim starosnim grupama, ali sa najvećim intenzitetom kod starijih ispitanika. Najveći broj onih koji se slažu ili u potpunosti slažu sa tvrdnjom nalazi se u grupama od 45 do 64 godine, dok je u grupi preko 65 godina gotovo potpuna saglasnost. Najmlađe grupe (18–24 i 25–34) takođe pokazuju pozitivan stav, ali sa znatno manjim apsolutnim brojevima, što se može objasniti manjim učešćem ovih grupa u uzorku. Ipak, kod njih dominira saglasnost sa tvrdnjom, bez prisustva negativnih stavova. Rezultati ukazuju na široko prihvatanje važnosti ekološke održivosti među turistima, pri čemu su stariji turisti spremniji da je primene u izboru destinacije.

Stavovi u vezi sa podrškom turističkim objektima koji primenjuju ekološke prakse su podeljeniji. Iako postoje pozitivni odgovori u svim grupama, starije grupe, naročito one od 55 godina naviše, imaju značajnije prisustvo negativnih i neutralnih stavova. U grupi 55–64 godine čak 48 ispitanika se ne slaže sa tvrdnjom, a 13 njih se uopšte ne slaže, što je u kontrastu sa mladima koji retko izražavaju neslaganje. Srednje starosne grupe (25–44) pokazuju više izbalansiranih stavova, ali sa izraženom neutralnošću. Ovi rezultati mogu ukazivati na određeni skepticizam, niži nivo poverenja u implementaciju ekoloških praksi, ili niži nivo informisanosti kod starijih ispitanika, uprkos tome što se generalno slažu da je održivost važna. To implicira potrebu za jasnijom komunikacijom održivih inicijativa i većom transparentnošću ekoloških praksi u turizmu.

Upitnik o preferencijama boravka u prirodi u odnosu na urbane centre pokazuje izrazito visok nivo slaganja u svim starosnim grupama. Čak i kod najstarijih ispitanika dominira pozitivno mišljenje. Grupa 45–54 i 55–64 pokazuje posebno visok intenzitet pozitivnih odgovora. Grupa 18–24 se u potpunosti slaže sa tvrdnjom, što ukazuje na to da je priroda snažan motivacioni faktor kod svih generacija. Ovaj nalaz potvrđuje visok potencijal razvoja turističkih proizvoda koji se

oslanjaju na prirodna okruženja i koji mogu odgovoriti na širok spektar potreba i očekivanja različitih starosnih grupa. Percepcija da održivi turizam poboljšava celokupno iskustvo putovanja varira među starosnim grupama. Grupa 45–54 ima najveći broj onih koji se slažu, dok je u grupi 55–64 veći procenat neutralnih i negativnih stavova. Zanimljivo je da grupa 35–44 pokazuje mešane odgovore sa izraženim brojem neutralnih stavova. Grupa preko 65 ima čak 47 neutralnih odgovora, što može ukazivati na niži nivo razumevanja direktnih koristi održivog turizma ili na manjak neposrednog iskustva sa takvim oblicima putovanja. Mlađe grupe su dominantno pozitivno nastrojene, što može biti rezultat većeg izlaganja održivim temama i obrazovanju u savremenom kontekstu. Generalno, postoji trend da mlađi i sredovečni ispitanici izražavaju veću uverenost u to da održivi turizam pozitivno utiče na njihovo putničko iskustvo, dok stariji ispitanici često ostaju neodlučni ili skeptični.

Kada je u pitanju informisanost o principima održivog turizma, rezultati pokazuju jasnu podelu. Mladi ispitanici (18–24 i 25–34) u potpunosti se slažu sa tvrdnjom, što ukazuje na to da su izuzetno svesni i edukovani o održivom turizmu. Ispitanici srednje dobi (35–54) takođe pokazuju visok nivo informisanosti, dok grupa 55–64 ima sličan obrazac. Najveće iznenađenje donosi grupa preko 65 godina, gde su svi odgovori svrstani u kategoriju „slažem se“, bez ijednog izraženog stava potpune saglasnosti, što može ukazivati na formalno razumevanje, ali i na nedostatak dubinske ili praktične primene znanja o održivom turizmu. Ovde se otvara prostor za dodatnu edukaciju starijih turista o benefitima i mogućnostima koje održivi turizam pruža.

Sveukupno, rezultati ukazuju na jasne razlike u stavovima u zavisnosti od starosne grupe, što ima važne implikacije za kreiranje ciljanih turističkih politika i promotivnih aktivnosti. Dok mlađe i sredovečne grupe pokazuju visok stepen informisanosti i pozitivnih stavova, kod starijih grupa postoji prostor za dodatno informisanje i motivaciju. Uzimajući u obzir da stariji turisti često

imaju veću kupovnu moć i duže vreme boravka, njihovo dublje uključivanje u održive turističke tokove može predstavljati značajan potencijal za održivi razvoj destinacija.

Tabela 31. Komparativni prikaz stavova ispitanika o ekološkoj održivosti i održivom turizmu prema starosnim grupama sa rezultatima Pearsonovog hi-kvadrat testa

		Prilikom odabira destinacije, obraćam pažnju na ekološku održivost.					Total
		Uopšte se ne slažem	Ne slažem se	Nemam stav	Slažem se	Potpuno se slažem	
Starosna grupa	18-24	0	0	0	6	2	8
	25-34	1	0	1	11	5	18
	35-44	0	0	2	18	6	26
	45-54	20	6	15	72	37	150
	55-64	13	16	8	48	30	115
	Preko 65	0	0	0	64	4	68
Total		34	22	26	219	84	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	76,464[a]	20	,000

		Smatram da je važno podržavati turističke objekte koji primenjuju ekološke prakse.					Total
		Uopšte se ne slažem	Ne slažem se	Nemam stav	Slažem se	Potpuno se slažem	
Starosna grupa	18-24	0	0	2	6	0	8
	25-34	0	2	8	5	3	18
	35-44	0	8	2	11	5	26
	45-54	9	39	26	57	19	150
	55-64	13	48	17	19	18	115
	Preko 65	4	34	3	24	3	68
Total		26	131	58	122	48	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	63,135[a]	20	,000

		Više volim boravak u prirodnim sredinama nego u urbanim turističkim centrima.		Total
		Slažem se	Potpuno se slažem	
Starosna grupa	18-24	0	8	8
	25-34	2	16	18
	35-44	9	17	26
	45-54	29	121	150
	55-64	59	56	115
	Preko 65	55	13	68
Total		154	231	385

		Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)			
Pearson Chi-Square		92,080[a]	5	,000			
		Održivi turizam poboljšava moje celokupno iskustvo putovanja.					Total
		Uopšte se ne slažem	Ne slažem se	Nemam stav	Slažem se	Potpuno se slažem	
Starosna grupa	18-24	0	0	0	5	3	8
	25-34	0	3	1	13	1	18
	35-44	0	11	8	7	0	26
	45-54	0	16	42	83	9	150
	55-64	8	30	21	37	19	115
	Preko 65	0	9	47	8	4	68
Total		8	69	119	153	36	385

		Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)		
Pearson Chi-Square		132,683[a]	20	,000		
		Informisan/a sam o principima održivog turizma.				Total
		Nemam stav	Slažem se	Potpuno se slažem		
Starosna grupa	18-24	0	0	8		8
	25-34	0	0	18		18
	35-44	0	3	23		26
	45-54	8	77	65		150
	55-64	0	44	71		115
	Preko 65	0	68	0		68
Total		8	192	185		385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	131,889[a]	10	,000

Izvor: Istraživanje autora

Na osnovu podataka prikazanih u Tabeli 32, analizirana je povezanost između starosne grupe i ekološki odgovornih turističkih praksi, sa ciljem da se identifikuju generacijske razlike u svesti i ponašanju u vezi sa održivim turizmom. Za svih pet tvrdnji koje se odnose na konkretne ekološke prakse, Pearson-ov hi-kvadrat test pokazao je visoku statističku značajnost ($p < 0,001$), što ukazuje da starosna dob značajno utiče na ekološke stavove i ponašanja tokom putovanja. U pogledu brige o smanjenju plastičnog otpada, najveći procenat potpune saglasnosti registrovan je među ispitanicima uzrasta od 45 do 64 godine, dok su mlađe grupe (18–34) imale manji broj odgovora, ali su sve osobe u tim kategorijama izrazile potpuno slaganje, što može ukazivati na

formiranu ekološku svest i kod mlađih, uprkos manjem uzorku. Ipak, najizraženija posvećenost primećuje se kod grupe 45–54 godine sa ukupno 144 pozitivna odgovora, što sugeriše da upravo sredovečni turisti pokazuju najaktivnije ponašanje u pogledu smanjenja plastičnog otpada.

Kada je reč o preferenciji smeštaja koji koristi obnovljive izvore energije, ponovo dominiraju sredovečne grupe. Najveći broj ispitanika koji se potpuno slažu nalazi se u grupama 45–54 (n = 79) i 55–64 (n = 47) godina. Starije osobe preko 65 godina pokazuju tendenciju umanjene potpune saglasnosti (n = 18), što može ukazivati na manji stepen angažovanosti ili praktičnih barijera u prihvatanju inovativnih održivih rešenja. Mlađe grupe opet beleže manji broj odgovora, ali izraženo visoku saglasnost, što može ukazivati na potencijal za buduće promene u potrošačkom ponašanju.

U vezi sa korišćenjem javnog prevoza, bicikla ili pešačenja, rezultati pokazuju značajnu varijaciju između starosnih grupa. Grupa 45–54 godine pokazuje najviši nivo slaganja (n = 72), dok je kod najstarijih (65+) zabeležen veliki broj neutralnih stavova (n = 47), kao i niska stopa slaganja. Grupa 55–64 pokazuje najširi dijapazon odgovora, sa većim brojem neslaganja, ali i izraženim udelom potpuno saglasnih (n = 26). Ovi rezultati sugerišu da fizičke mogućnosti i stil života mogu igrati ulogu u izboru oblika transporta, pri čemu srednje starosne grupe pokazuju najveću spremnost za održive opcije.

U podršci lokalnim proizvođačima kroz kupovinu autentičnih proizvoda, takođe je primećena značajna starosna dinamika. Grupa 45–54 godina ima ubedljivo najviše pozitivnih odgovora (n = 89), dok stariji od 65 godina pokazuju izraženu neodlučnost (n = 51 u kategoriji „nemam stav“), uz manji broj potpunih slaganja (n = 3). Grupa 55–64 pokazuje uravnotežen stav, ali sa izraženijim otporom (n = 29 neslaganja), što može ukazivati na razlike u potrošačkim navikama i interesovanju za lokalne proizvode.

U pogledu izbegavanja aktivnosti koje mogu negativno uticati na prirodu, ispitanici starosti 55–64 godine su se najčešće potpuno slagali (n = 71), dok su oni stariji od 65 godina gotovo isključivo birali opciju „slažem se“ (n = 68), bez izraza krajnje posvećenosti. Najmlađe grupe su u manjem broju, ali pokazuju stopostotnu saglasnost, što takođe govori o pozitivnoj ekološkoj orijentaciji mladih, iako bez dovoljno reprezentativnosti. Zanimljivo je da grupa 45–54 pokazuje izražen ambivalentan stav – veliki broj „slažem se“ odgovora (n = 82), ali i 13 „nemam stav“, što može ukazivati na kolebanje između teorijske podrške i praktične implementacije.

Sve ukupno, podaci iz Tabele 32 jasno pokazuju da starosna dob značajno utiče na nivo ekološke svesti i konkretne prakse tokom putovanja. Srednje starosne grupe (45–64 godine) pokazale su najizraženiju ekološku odgovornost, dok se kod najstarijih ispitanika (65+) javlja trend neutralnosti i niže aktivne uključenosti. Najmlađe grupe pokazuju visoku spremnost i pozitivne stavove, ali uz ograničen broj odgovora. Ovi rezultati naglašavaju potrebu za ciljanim komunikacijskim strategijama u promociji održivog turizma, koje bi starije grupe dodatno osnažile, a mlađima obezbedile platforme za veću participaciju i uključivanje.

Tabela. 32. Komparativni prikaz ekoloških praksi ispitanika tokom putovanja prema starosnim grupama sa rezultatima Pearsonovog hi-kvadrat testa

		Tokom putovanja vodim računa o smanjenju plastičnog otpada.			Total
		Nemam stav	Slažem se	Potpuno se slažem	
Starosna grupa	18-24	0	0	8	8
	25-34	0	3	15	18
	35-44	0	10	16	26
	45-54	6	68	76	150
	55-64	2	57	56	115
	Preko 65	0	54	14	68
Total		8	192	185	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	47,429[a]	10	,000

	Preferiram hotele i smeštaj koji koriste obnovljive izvore energije.	Total

		Nemam stav	Slažem se	Potpuno se slažem	
Starosna grupa	18-24	0	0	8	8
	25-34	1	2	15	18
	35-44	5	6	15	26
	45-54	14	57	79	150
	55-64	4	64	47	115
	Preko 65	4	46	18	68
Total		28	175	182	385

10

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	50,503[a]	10	,000

8

		Trudim se da koristim javni prevoz, bicikl ili pešačenje tokom boravka na destinaciji.					Total
		Uopšte se ne slažem	Ne slažem se	Nemam stav	Slažem se	Potpuno se slažem	
Starosna grupa	18-24	0	0	0	5	3	8
	25-34	0	3	1	11	3	18
	35-44	0	11	6	9	0	26
	45-54	0	16	36	72	26	150
	55-64	8	27	21	33	26	115
	Preko 65	0	9	47	8	4	68
Total		8	66	111	138	62	385

9

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	124,331[a]	20	,000

35

		Podržavam lokalne proizvođače kupovinom autentičnih proizvoda.					Total
		Uopšte se ne slažem	Ne slažem se	Nemam stav	Slažem se	Potpuno se slažem	
Starosna grupa	18-24	0	0	0	5	3	8
	25-34	0	3	2	13	0	18
	35-44	0	11	8	7	0	26
	45-54	0	17	44	85	4	150
	55-64	8	29	22	37	19	115
	Preko 65	0	6	51	8	3	68
Total		8	66	127	155	29	385

11

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	151,903[a]	20	,000

15

		Izbegavam aktivnosti koje mogu negativno uticati na prirodu i životnu sredinu.			Total
		Nemam stav	Slažem se	Potpuno se slažem	
Starosna grupa	18-24	0	0	8	8
	25-34	0	1	17	18
	35-44	0	6	20	26
	45-54	13	82	55	150

	55-64	0	44	71	115
	Preko 65	0	68	0	68
Total		13	201	171	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	132,377[a]	10	,000

Izvor: Istraživanje autora

Na osnovu podataka iz Tabele 33, analizirana je percepcija ekološki odgovornog turizma u Crnoj Gori u zavisnosti od starosne strukture ispitanika. Ispitivane su tvrdnje koje se odnose na ekološku ponudu, institucionalnu pažnju održivosti, opterećenost turističkih kapaciteta, kvalitet infrastrukture i uključenost lokalnih zajednica. Pearson-ov hi-kvadrat test pokazao je da su za četiri od pet tvrdnji uočene statistički značajne razlike između starosnih grupa ($p < 0,001$), što ukazuje da percepcija održivosti i povezanih izazova u turizmu značajno varira u zavisnosti od dobi.

Kod tvrdnje „Crna Gora nudi dovoljno opcija za ekološki odgovoran turizam“, percepcija je izrazito diferencirana među starosnim grupama ($p < 0,001$). Grupa 55–64 godine pokazuje najizraženije neslaganje (27 ispitanika), dok je grupa 45–54 godine podeljena, sa značajnim brojem i saglasnih i nesaglasnih odgovora. Zanimljivo je da najmlađa grupa (18–24) daje polarizovane odgovore – četiri ispitanika se uopšte ne slažu, dok se četiri potpuno slažu. To sugeriše manjak informisanosti ili formiranih stavova kod mlađih, ali i polarizovanu percepciju među generacijama. Stariji od 65 godina uglavnom zauzimaju neutralne i umereno pozitivne stavove, što može ukazivati na oprezniji pristup u vrednovanju ekološke ponude.

Tvrdnja „Smatram da turistički sektor u Crnoj Gori posvećuje dovoljno pažnje održivosti“ takođe pokazuje izrazito statistički značajnu razliku ($p < 0,001$). Najmlađe tri grupe uglavnom se slažu ili potpuno slažu sa tvrdnjom, dok starije grupe, naročito 55–64 i 65+, pokazuju izraženo nezadovoljstvo i nepoverenje – čak 54 i 28 ispitanika iz ovih grupa su naveli da se ne slažu. Ovi rezultati ukazuju na generacijsku razliku u poverenju u institucije i uvid u sistemsku posvećenost

održivosti – stariji ispitanici pokazuju veću dozu kritičnosti i moguće razočaranje u dosadašnji napredak sektora.

Za tvrdnju „Postojeći turistički kapaciteti u Crnoj Gori su preopterećeni tokom sezone“, razlike između starosnih grupa nisu statistički značajne ($p = 0,111$). Sve starosne grupe u velikoj meri prepoznaju problem sezonske preopterećenosti, a najveći broj saglasnih odgovora beleži se kod grupa 45–54 i 55–64, što je očekivano jer ove grupe najverovatnije češće putuju tokom glavne turističke sezone i imaju više praktičnog iskustva. Odsustvo značajne razlike ukazuje na to da je opterećenost kapaciteta univerzalno prepoznat problem, bez obzira na godine.

Percepcija kvaliteta infrastrukture u ekoturizmu pokazuje visoko izražene razlike među starosnim grupama ($p < 0,001$). Grupa 45–54 ima najveći broj onih koji se uopšte ne slažu ili ne slažu (ukupno 86 ispitanika), dok stariji od 65 godina najčešće biraju neutralan stav ($n = 28$), što može ukazivati na ograničeno iskustvo ili niža očekivanja. Mlađe grupe su optimističnije – naročito 25–34, koja beleži devet ispitanika koji se slažu. Ukupni rezultati govore u prilog tome da srednje i starije starosne grupe percipiraju značajne nedostatke u ekoturističkoj infrastrukturi, što ukazuje na potrebu za ciljanom investicionom politikom i unapređenjem ponude.

Kod tvrdnje „Smatram da su lokalne zajednice u Crnoj Gori dovoljno uključene u turizam“, takođe su zabeležene značajne generacijske razlike ($p < 0,001$). Najmlađe grupe (do 34 godine) pokazuju veći stepen saglasnosti, dok starije grupe, posebno 55–64 i 45–54, iskazuju sumnju – visok broj odgovora „ne slažem se“ i „nemam stav“. Grupa 65+ pokazuje dominantno neutralne stavove ($n = 46$), što ukazuje na nesigurnost ili nedostatak informacija. Ovi rezultati sugerišu da mlađi ispitanici imaju pozitivniju percepciju participacije lokalnih zajednica, dok stariji izražavaju skepsu prema stvarnom stepenu lokalne uključenosti u kreiranje i realizaciju turističke ponude.

Zaključno, analiza Tabele 33 pokazuje da starosna struktura značajno oblikuje percepciju održivosti u turizmu Crne Gore, osim kada je reč o opterećenosti kapaciteta, gde postoji međugeneracijski konsenzus. Srednje i starije grupe (45–64) generalno imaju kritičnije stavove prema stanju ekoturizma i ulozi institucija i lokalnih zajednica, dok mlađi ispitanici (posebno do 34 godine) češće izražavaju optimističan i afirmativan stav. Ovi uvidi ukazuju na potrebu da se politike i komunikacione kampanje u oblasti održivog turizma prilagode specifičnostima percepcije različitih generacija, čime bi se unapredila uključenost i poverenje svih aktera u proces održivog turističkog razvoja.

Tabela 33. Komparativni prikaz stavova ispitanika o održivim turističkim praksama u Crnoj Gori prema starosnim grupama sa rezultatima Pearsonovog hi-kvadrat testa

		Crna Gora nudi dovoljno opcija za ekološki odgovoran turizam.					Total
		Uopšte se ne slažem	Ne slažem se	Nemam stav	Slažem se	Potpuno se slažem	
Starosna grupa	18-24	4	0	0	0	4	8
	25-34	5	4	1	1	7	18
	35-44	3	12	0	1	10	26
	45-54	13	45	19	38	35	150
	55-64	27	18	23	25	22	115
	Preko 65	0	21	15	23	9	68
Total		52	100	58	88	87	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	77,601[a]	20	,000

		Smatram da turistički sektor u Crnoj Gori posvećuje dovoljno pažnje održivosti.					Total
		Uopšte se ne slažem	Ne slažem se	Nemam stav	Slažem se	Potpuno se slažem	
Starosna grupa	18-24	0	0	0	0	8	8
	25-34	1	0	1	1	15	18
	35-44	3	0	5	3	15	26
	45-54	23	18	24	46	39	150
	55-64	18	54	24	9	10	115
	Preko 65	7	28	24	0	9	68
Total		52	100	78	59	96	385

		Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square		176,232[a]	20	,000

		Postojeći turistički kapaciteti u Crnoj Gori su preopterećeni tokom sezone.					Total
		Uopšte se ne slažem	Ne slažem se	Nemam stav	Slažem se	Potpuno se slažem	
Starosna grupa	18-24	0	4	0	0	4	8
	25-34	2	6	2	1	7	18
	35-44	6	4	6	1	9	26
	45-54	31	42	30	17	30	150
	55-64	13	40	22	14	26	115
	Preko 65	13	29	7	4	15	68
Total		65	125	67	37	91	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	27,927[a]	20	,111

		Kvalitet infrastrukture u ekoturizmu u Crnoj Gori je na zadovoljavajućem nivou.					Total
		Uopšte se ne slažem	Ne slažem se	Nemam stav	Slažem se	Potpuno se slažem	
Starosna grupa	18-24	0	0	2	3	3	8
	25-34	0	5	2	9	2	18
	35-44	0	10	10	6	0	26
	45-54	42	44	21	31	12	150
	55-64	23	56	24	11	1	115
	Preko 65	0	38	28	0	2	68
Total		65	153	87	60	20	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	124,573[a]	20	,000

		Smatram da su lokalne zajednice u Crnoj Gori dovoljno uključene u turizam.					Total
		Uopšte se ne slažem	Ne slažem se	Nemam stav	Slažem se	Potpuno se slažem	
Starosna grupa	18-24	0	2	0	3	3	8
	25-34	0	6	1	10	1	18
	35-44	0	10	10	5	1	26
	45-54	19	29	39	55	8	150
	55-64	13	36	24	27	15	115
	Preko 65	0	15	46	6	1	68
Total		32	98	120	106	29	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	100,790[a]	20	,000

Izvor: Istraživanje autora

Na osnovu podataka iz Tabele 34, analizirana je spremnost turista da aktivno doprinesu održivom turizmu u Crnoj Gori u odnosu na starosnu strukturu ispitanika. Pitanja su se odnosila na finansijsku spremnost da se podrže ekološki aranžmani, interesovanje za edukaciju i volonterske aktivnosti, kao i stavove o ekološkim taksama i održivoj budućnosti turizma. Za svih pet tvrdnji, Pearson-ov hi-kvadrat test pokazao je visok stepen statističke značajnosti ($p < 0,001$), što jasno potvrđuje da starosna dob značajno oblikuje spremnost i stavove u vezi sa održivim turizmom.

Najizraženije razlike primećene su kod tvrdnje „Spreman/na sam da platim više za turističke aranžmane koji su ekološki održivi“. Potpuno slaganje je dominantno kod grupa 25–34, 35–44 i 55–64, dok je zanimljiv fenomen zabeležen u grupi 65+, gde čak 68 ispitanika izražava slaganje, ali nijedan ne bira opciju potpunog slaganja. Ova razlika može ukazivati na veću spremnost starijih osoba da podrže održive prakse u teoriji, ali uz ograničenja u praksi, verovatno usled ekonomskih razloga. U grupi 45–54, postoji veliki broj ispitanika koji se slažu, ali i najviše onih koji nemaju stav ($n = 15$), što ukazuje na ambivalentnost i potencijal za informativnu i motivacionu intervenciju.

Kod pitanja „Bih rado učestvovao/la u edukativnim programima o održivom turizmu tokom putovanja“, visoka spremnost izražena je kod svih grupa, ali uz varijacije. Grupa 45–54 pokazuje najviše izraženog interesa ($n = 141$ koji se slažu ili potpuno slažu), dok su grupe 18–24 i 25–34 potpuno fokusirane na potpunu saglasnost. Stariji ispitanici (65+) pokazuju značajnu spremnost ($n = 68$), ali sa nešto izraženijim trendom ka umerenijem saglasju. Ovo pokazuje da su edukativni programi atraktivni među svim uzrastima, ali da mlađe generacije pokazuju viši stepen entuzijazma i otvorenosti.

Kada je reč o volonterskim aktivnostima za zaštitu životne sredine, više od polovine ukupnog uzorka se potpuno slaže (n = 204), pri čemu su najangažovanije grupe 45–54 i 55–64, a zatim i 35–44. Ove grupe predstavljaju temelj potencijalnih lokalnih i međunarodnih volonterskih inicijativa. Grupa 18–24, iako brojčano mala, pokazuje gotovo stopostotnu uključenost u saglasnost, dok najstarija grupa ima izraženiju diferencijaciju – 48 se slaže, 18 potpuno, ali uz prisustvo nekoliko neutralnih stavova. Ovo pokazuje da je volonterizam prepoznat kao vredna komponenta turizma, naročito među zrelijim grupama koje verovatno percipiraju jaču društvenu odgovornost.

Tvrdnja „Podržavam uvođenje ekoloških taksi za turiste radi očuvanja prirode“ takođe pokazuje visok stepen spremnosti, pri čemu se najviše potpunih slaganja beleži kod grupa 45–54 i 55–64, dok najmlađe grupe izražavaju podršku ali sa manjim intenzitetom. Grupa 65+ je podeljena, ali pokazuje solidan nivo podrške umerenim stavom (n = 47 „slažem se“). Ukupno gledano, postoji jasan trend da srednje starosne grupe najviše podržavaju institucionalizovane ekološke mere, što može biti posledica većeg razumevanja dugoročnih posledica masovnog turizma.

Na kraju, tvrdnja „Smatram da je budućnost turizma u Crnoj Gori u održivim praksama“ predstavlja sintezni stav i pokazuje da sve starosne grupe u velikoj meri dele tu viziju. Posebno se ističu grupe 45–54 i 55–64, koje zajedno daju više od 180 odgovora potpune saglasnosti. Grupa 18–24 još jednom iskazuje homogen stav potpunog slaganja. Starija populacija (65+) pokazuje nešto više umerenosti – 40 se slaže, dok samo 24 izražava potpuno slaganje, i 4 nemaju stav. Ovi rezultati ukazuju na široko rasprostranjeno prihvatanje ideje da je održivost ključna za budućnost turizma, ali i na potrebu da se najstarijim turistima omogući bolji uvid u konkretne koristi i implementaciju održivih strategija.

Sveukupno, rezultati iz Tabele 34 pokazuju da sve starosne grupe pokazuju visoku spremnost da aktivno doprinesu održivom turizmu, iako se forme tog doprinosa i intenzitet slaganja razlikuju. Srednje generacije (35–64) ističu se kao najangažovaniji segment, dok mlađe grupe pokazuju pozitivan potencijal za budući angažman. Stariji od 65 godina izražavaju podršku, ali uz oprez i selektivnost. Ovi nalazi naglašavaju potrebu za različitim komunikacionim i edukativnim pristupima u promociji održivih turističkih politika, kako bi se angažovao što širi spektar posetilaca, u skladu sa njihovim vrednosnim orijentacijama i životnim stilovima.

Tabela. 34. Komparativni prikaz spremnosti ispitanika za podršku održivom turizmu prema starosnim grupama sa rezultatima Pearsonovog hi-kvadrat testa

		Spreman/na sam da platim više za turističke aranžmane koji su ekološki održivi.			Total
		Nemam stav	Slažem se	Potpuno se slažem	
Starosna grupa	18-24	0	0	8	8
	25-34	0	1	17	18
	35-44	0	6	20	26
	45-54	15	89	46	150
	55-64	0	44	71	115
	Preko 65	0	68	0	68
Total		15	208	162	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	142,366[a]	10	,000

		Bih rado učestvovao/la u edukativnim programima o održivom turizmu tokom putovanja.			Total
		Nemam stav	Slažem se	Potpuno se slažem	
Starosna grupa	18-24	0	0	8	8
	25-34	0	3	15	18
	35-44	2	7	17	26
	45-54	9	66	75	150
	55-64	6	57	52	115
	Preko 65	0	48	20	68
Total		17	181	187	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	39,626[a]	10	,000

		Smatram da je važno učestvovati u volonterskim akcijama zaštite životne sredine dok putujem.			Total
		Nemam stav	Slažem se	Potpuno se slažem	

Starosna grupa	18-24	0	2	6	8
	25-34	1	4	13	18
	35-44	1	4	21	26
	45-54	6	61	83	150
	55-64	2	50	63	115
	Preko 65	2	48	18	68
Total		12	169	204	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	35,534[a]	10	,000

		Podržavam uvođenje ekoloških taksi za turiste radi očuvanja prirode.				Total
		Ne slažem se	Nemam stav	Slažem se	Potpuno se slažem	
Starosna grupa	18-24	0	0	2	6	8
	25-34	0	1	5	12	18
	35-44	0	3	8	15	26
	45-54	0	16	48	86	150
	55-64	2	9	46	58	115
	Preko 65	0	6	47	15	68
Total		2	35	156	192	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	39,265[a]	15	,001

		Smatram da je budućnost turizma u Crnoj Gori u održivim praksama.			Total
		Nemam stav	Slažem se	Potpuno se slažem	
Starosna grupa	18-24	0	0	8	8
	25-34	1	2	15	18
	35-44	3	6	17	26
	45-54	12	48	90	150
	55-64	2	58	55	115
	Preko 65	4	40	24	68
Total		22	154	209	385

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	39,699[a]	10	,000

Izvor: Istraživanje autora

4.4.4 CROSSTABULATION ANALIZA I PEARSONOV HI-KVADRAT TEST (X^2 TEST): ODGOVORI STEJKHOLDERA U ZAVISNOSTI OD MESTA U KOJEM SE NALAZE

IMPLEMENTACIJA ODRŽIVIH PRAKSI

U ovom delu analize ispitivani su stavovi stejkholdera u vezi sa sprovođenjem održivih turističkih praksi. Fokus je bio na identifikaciji razlika u stepenu implementacije održivih mera u zavisnosti od lokacije na kojoj stejkholderi deluju.

Rezultati prikazani u tabeli 35 pokazuju da u okviru istraživanja među turističkim agencijama u različitim crnogorskim gradovima, ispitano je u kojoj meri predstavnici agencija smatraju da njihova organizacija aktivno promoviše održivi turizam. Odgovori su analizirani u zavisnosti od sedišta agencije kako bi se uočile moguće teritorijalne razlike u pristupu održivim praksama. Tabela 1 prikazuje raspodelu odgovora predstavnika turističkih agencija na tvrdnju „Naša agencija aktivno promoviše održivi turizam“ u odnosu na mesto sedišta agencije. Ukupno je anketirano 47 predstavnika. Najveći broj ispitanika dolazi iz Podgorice (57,4%), a među njima dominiraju neutralni stavovi i neslaganje sa tvrdnjom – što može ukazivati na nedovoljno razvijene strategije promocije održivog turizma ili na slabu percepciju tih aktivnosti unutar organizacija. Zanimljivo je da svi ispitanici iz Tivta (21,3%) imaju neutralan stav, dok su odgovori iz Budve, Bara i Herceg Novog brojčano znatno manji i raspoređeni uglavnom između neutralnih i negativnih ocena. Vrlo mali broj ispitanika je naveo da se „slaže“ (8,5%) ili „u potpunosti slaže“ (6,4%) sa tvrdnjom, što ukazuje na nedostatak snažne afirmacije održivog turizma u većini agencija. **Time je potvrđena hipoteza H7, koja tvrdi da postoje značajne teritorijalne razlike u percepciji i implementaciji održivih turističkih praksi među turističkim agencijama u Crnoj Gori.**

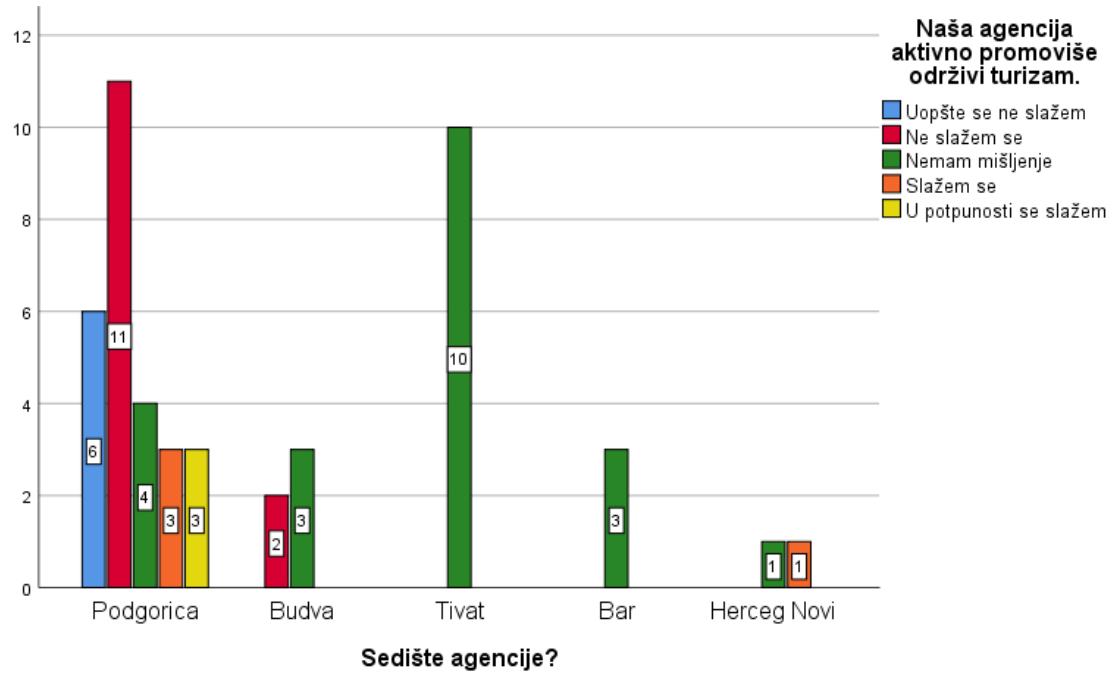
Rezultati Pearsonovog hi-kvadrat testa ($\chi^2 = 33,122$; df = 16; p = 0,007) pokazuju da postoji statistički značajna zavisnost između mesta sedišta agencije i njihovih stavova o promociji održivog turizma. To implicira da lokacija agencije utiče na stepen implementacije i percepcije održivih praksi, što može biti povezano sa različitim lokalnim politikama, turističkim pritiscima ili resursima dostupnim u tim sredinama.

Tabela. 35. Komparativni prikaz stavova turističkih agencija o promovisanju održivog turizma prema sedištu agencije sa rezultatima Pearsonovog hi-kvadrat testa

			Naša agencija aktivno promoviše održivi turizam.					Total
			Uopšte se ne slažem	Ne slažem se	Nemam mišljenje	Slažem se	U potpunosti se slažem	
Sedište agencije?	Podgorica	Count	6	11	4	3	3	27
		% of Total	12,8%	23,4%	8,5%	6,4%	6,4%	57,4%
	Budva	Count	0	2	3	0	0	5
		% of Total	0,0%	4,3%	6,4%	0,0%	0,0%	10,6%
	Tivat	Count	0	0	10	0	0	10
		% of Total	0,0%	0,0%	21,3%	0,0%	0,0%	21,3%
	Bar	Count	0	0	3	0	0	3
		% of Total	0,0%	0,0%	6,4%	0,0%	0,0%	6,4%
	Herceg Novi	Count	0	0	1	1	0	2
		% of Total	0,0%	0,0%	2,1%	2,1%	0,0%	4,3%
Total		Count	6	13	21	4	3	47
		% of Total	12,8%	27,7%	44,7%	8,5%	6,4%	100,0%

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	33,122a	16	,007

Izvor: Istraživanje autora



Grafikon 1. Komparativni prikaz stavova turističkih agencija o promovisanju održivog turizma prema sedištu agencije

Grafikon 1 prikazuje vizuelnu raspodelu odgovora ispitanika iz pet crnogorskih gradova – Podgorice, Budve, Tivta, Bara i Herceg Novog – u vezi sa promocijom održivog turizma u okviru njihovih agencija. Uočava se da u Podgorici, gde je najviše ispitanika, dominiraju negativni i neutralni stavovi. Tivat se izdvaja time što su svi ispitanici iz tog grada odgovorili „Nemam mišljenje“, što može ukazivati na nepostojanje jasne strategije ili komunikacije u vezi sa održivim turizmom. U Budvi, Baru i Herceg Novom, broj ispitanika je manji, ali se takođe većinom izjašnjavaju neutralno ili ne izražavaju saglasnost sa tvrdnjom. Pozitivni odgovori („Slažem se“ i „U potpunosti se slažem“) su malobrojni, što ukazuje da među predstavnicima agencija još uvek ne postoji izražen osećaj da aktivno promovišu održive prakse. Vizuelna prezentacija dodatno potvrđuje rezultate iz tabele i hi-kvadrat testa – percepcija i implementacija održivog turizma u agencijama zavise od lokacije sedišta i nisu ravnomerno razvijene širom Crne Gore.

Tabela.36. Komparativni prikaz stavova turističkih agencija o upravljanju ekološkim uticajem turističkih aranžmana prema sedištu agencije sa rezultatima Pearsonovog hi-kvadrat testa

			U turističkim aranžmanima vodimo računa o ekološkom uticaju.				Total
			Uopšte se ne slažem	Ne slažem se	Nemam mišljenje	Slažem se	
Sedište agencije?	Podgorica	Count	8	12	7	0	27
		% of Total	17,0%	25,5%	14,9%	0,0%	57,4%
	Budva	Count	0	0	0	5	5
		% of Total	0,0%	0,0%	0,0%	10,6%	10,6%
	Tivat	Count	0	1	7	2	10
		% of Total	0,0%	2,1%	14,9%	4,3%	21,3%
	Bar	Count	3	0	0	0	3
		% of Total	6,4%	0,0%	0,0%	0,0%	6,4%
	Herceg Novi	Count	0	2	0	0	2
		% of Total	0,0%	4,3%	0,0%	0,0%	4,3%
Total		Count	11	15	14	7	47
		% of Total	23,4%	31,9%	29,8%	14,9%	100,0%

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	58,037a	12	,000

Izvor: Istraživanje autora

Rezultati prikazani u Tabeli 36 odnose se na percepciju ekološke odgovornosti turističkih aranžmana, sagledanu kroz prizmu lokacije sedišta turističkih agencija u Crnoj Gori. Ispitano je da li se u okviru turističkih aranžmana vodi računa o njihovom ekološkom uticaju. Analizom je obuhvaćeno pet gradova: Podgorica, Budva, Tivat, Bar i Herceg Novi. Pearson-ov hi-kvadrat test ukazuje na visoko značajnu statističku razliku ($p < 0,001$), što potvrđuje da stavovi značajno variraju u zavisnosti od sedišta agencije.

Najizraženiji rezultati dolaze iz Podgorice, gde se nalazi više od polovine ispitanih agencija (n = 27; 57,4% ukupnog uzorka). Međutim, upravo u ovom uzorku dominiraju negativne ocene – čak 8 ispitanika se uopšte ne slaže, a 12 se ne slaže s tvrdnjom da se vodi računa o ekološkom uticaju. Ukupno 74% predstavnika podgoričkih agencija izražava neslaganje, što ukazuje na

izražen osećaj da održivost nije dovoljno prisutna u radu agencija u glavnom gradu. Uz to, u ovom uzorku niko nije izrazio slaganje, što dodatno potvrđuje kritički stav.

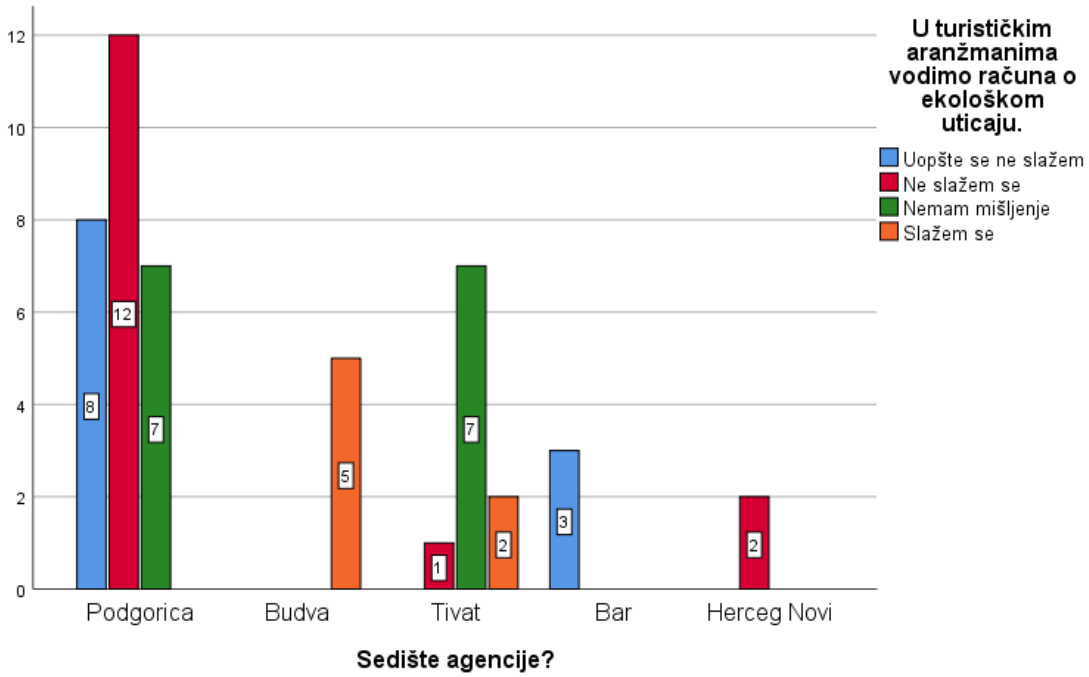
Nasuprot tome, Budva, iako sa znatno manjim uzorkom (n = 5), beleži potpuno suprotan trend – svi ispitanici iz ovog grada izjavljuju da se slažu sa tvrdnjom o postojanju ekološke odgovornosti. Ovi rezultati ukazuju na lokalni kapacitet i volju za implementaciju održivih praksi, verovatno usled direktne zavisnosti Budve od turizma i konkurentske potrebe za diferencijacijom kroz održivost. Tivat pokazuje raznoliku distribuciju odgovora – većina ispitanika ima neutralan stav (n = 7), dok su prisutni i odgovori slaganja (n = 2) i jednog negativnog stava. Ova raspodela ukazuje na određeni stepen neodlučnosti i nesigurnosti, ali i potencijal za unapređenje kroz edukaciju i praksu. Iako postoji indikacija svesti, nedostaje jasan dominantan stav.

U Baru i Herceg Novom uzorci su mali (n = 3 i n = 2), ali su svi odgovori izuzetno negativni. Bar beleži tri odgovora potpune nesaglasnosti, dok Herceg Novi beleži dva odgovora neslaganja. Ovo može ukazivati na to da u ovim destinacijama, koje su manjeg obima ili imaju drugačiju strukturu turističke ponude, ekološke teme nisu još dobile dovoljno pažnje u praksi turističkih agencija.

Sveukupno posmatrano, rezultati ukazuju na značajnu geografsku neujednačenost u percepciji i implementaciji ekološki odgovornih praksi u okviru turističkih aranžmana. Agencije sa sedištem u primorskim turističkim centrima, poput Budve i delimično Tivta, pokazuju viši stepen usklađenosti sa principima održivog turizma, dok agencije iz kontinentalnih i administrativnih centara, poput Podgorice, izražavaju izraženo negativne stavove, što može biti posledica različitih poslovnih prioriteta, dostupnosti informacija, ili tržišne strukture.

Ovi rezzultati jasno ukazuju na potrebu za ciljanim intervencijama u institucionalnu edukaciju i promociju održivih standarda, posebno u agencijama van primorskih destinacija, kako

bi se postigla ujednačenija i sveobuhvatnija primena principa ekološki odgovornog turizma širom Crne Gore.



Grafikon 2. Komparativni prikaz stavova turističkih agencija o upravljanju ekološkim uticajem turističkih aranžmana prema sedištu agencije

Rezultati prikazani u Tabeli 37 odnose se na stavove turističkih agencija o angažovanju lokalnih proizvoda, vodiča i preduzetnika, sagledane kroz prizmu sedišta agencije. Iako se analiza raspodele odgovora po gradovima odnosi na Podgoricu, Budvu, Tivat, Bar i Herceg Novi, Pearson-ov hi-kvadrat test ukazuje na to da nema statistički značajne razlike između lokacija ($p = 0,155$), što znači da stavovi nisu značajno povezani sa mestom sedišta agencije.

U pogledu konkretnijih podataka, više od polovine ukupnog uzorka (53,2%) izrazilo je stav „Ne slažem se“ sa tvrdnjom da se koriste lokalni proizvodi i angažuju lokalni vodiči i preduzetnici. Ovaj podatak pokazuje da većina agencija smatra da ta praksa nije dovoljno zastupljena. Samo 10,6% ispitanika se slaže, dok je 19,1% u potpunosti saglasno sa korišćenjem lokalnih resursa, što

ukazuje na manji, ali ipak značajan broj onih koji prepoznaju važnost podrške lokalnoj ekonomiji i zajednici.

Sedište agencije u Podgorici obuhvata najveći broj ispitanika (n=27), gde je takođe primetna dominacija neslaganja (34%) i neutralnih stavova (10,6%), dok je samo mali deo potpuno ili delimično saglasan. Budva, premda sa manjim uzorkom (n=5), ima relativno bolju raspodelu sa nekoliko ispitanika koji su u potpunosti saglasni (4,3%). Tivat, Bar i Herceg Novi pokazuju varijabilne stavove, ali uz manji broj ispitanika, što otežava izvlačenje čvrstih zaključaka.

Sveukupno, ovi rezultati ukazuju na to da, iako postoji određeni broj agencija koje prepoznaju i podržavaju angažovanje lokalnih proizvoda i kadrova, većina ne praktikuje to u dovoljnoj meri ili nije u potpunosti uverena u takve aktivnosti. Nedostatak statistički značajne razlike između sedišta agencija sugeriše da je ova pojava prisutna ravnomerno širom Crne Gore, bez obzira na geografski položaj.

Ovi nalazi naglašavaju potrebu za jačanjem svesti i podrške lokalnim inicijativama kroz edukaciju, promociju i moguće regulatorne mere, kako bi se podstakla veća integracija lokalnih resursa u turističke aranžmane. Time bi se doprinelo održivijem i inkluzivnijem razvoju turizma, koji ima pozitivan uticaj na lokalne zajednice i očuvanje autentičnosti destinacije.

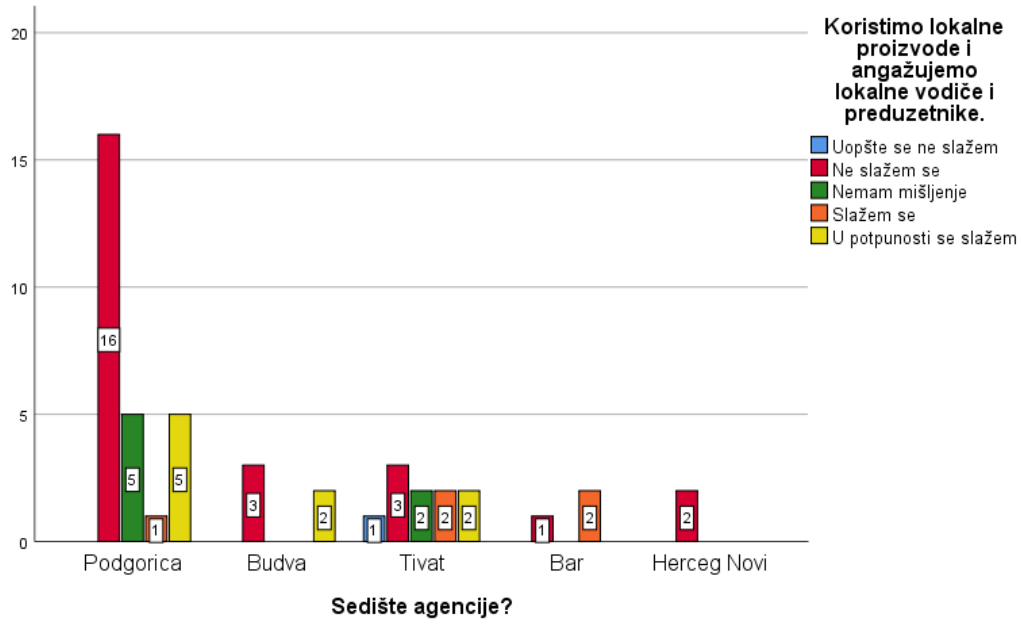
Tabela 37. Komparativni prikaz stavova turističkih agencija o korišćenju lokalnih proizvoda i angažovanju lokalnih aktera prema sedištu agencije sa rezultatima Pearsonovog hi-kvadrat testa

			Koristimo lokalne proizvode i angažujemo lokalne vodiče i preduzetnike.					Total
			Uopšte se ne slažem	Ne slažem se	Nemam mišljenje	Slažem se	U potpunosti se slažem	
Sedište agencije?	Podgorica	Count	0	16	5	1	5	27
		% of Total	0,0%	34,0%	10,6%	2,1%	10,6%	57,4%
	Budva	Count	0	3	0	0	2	5
		% of Total	0,0%	6,4%	0,0%	0,0%	4,3%	10,6%
	Tivat	Count	1	3	2	2	2	10

		% of Total	2,1%	6,4%	4,3%	4,3%	4,3%	21,3%
	Bar	Count	0	1	0	2	0	3
		% of Total	0,0%	2,1%	0,0%	4,3%	0,0%	6,4%
	Herceg Novi	Count	0	2	0	0	0	2
		% of Total	0,0%	4,3%	0,0%	0,0%	0,0%	4,3%
Total		Count	1	25	7	5	9	47
		% of Total	2,1%	53,2%	14,9%	10,6%	19,1%	100,0%

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,634a	16	,155

Izvor: Istraživanje autora



Grafikon 3. Komparativni prikaz stavova turističkih agencija o korišćenju lokalnih proizvoda i angažovanju lokalnih vodiča i preduzetnika prema sedištu agencije

Rezultati prikazani u Tabeli 38 odnose se na organizovanje edukativnih tura koje imaju za cilj da informišu i edukuju turiste o zaštiti prirode i kulturnog nasleđa, sagledano kroz sedište turističkih agencija. Ukupno 47 ispitanika iz različitih gradova odgovorilo je na ovo pitanje, a analiza Pearson-ovog hi-kvadrat testa pokazuje statistički značajnu razliku u stavovima u zavisnosti od sedišta agencije ($p = 0,002$). Najizraženije prisustvo edukativnih tura beleži se u

agencijama sa sedištem u Podgorici, gde je više od polovine ispitanika (44,7%) u potpunosti saglasno sa tvrdnjom da njihove agencije organizuju takve ture, dok dodatnih 12,8% izražava slaganje. Ukupno, gotovo 57,5% podgoričkih agencija aktivno se bavi organizovanjem edukativnih tura, što ukazuje na visok nivo angažovanja u obrazovnim aktivnostima koje promovišu održivi turizam.

S druge strane, u Budvi je samo jedan ispitanik u potpunosti saglasan, dok četvoro izražava slaganje, što ukazuje na nešto manji, ali ipak prisutan angažman. U Tivtu prevladavaju odgovori „slažem se“ (19,1%), ali nema potpune saglasnosti, dok su u Baru i Herceg Novom prisutni manji, ali konkretni odgovori potpune saglasnosti (2,1% i 4,3% respektivno). Prisutnost statistički značajne razlike između gradova ukazuje na to da geografska lokacija sedišta agencije utiče na stepen angažovanosti u organizovanju edukativnih tura, što može biti posledica različitih prioriteta, resursa ili profila klijenata u pojedinim destinacijama. Veći angažman u Podgorici može reflektovati veću korporativnu strukturu i resurse koji omogućavaju razvoj edukativnih programa, dok primorski gradovi, iako turistički aktivni, imaju različite poslovne modele i fokus. Zaključno, ovi rezultati ističu važnost podrške i daljeg razvoja edukativnih inicijativa u turističkim agencijama širom Crne Gore kao ključa za podizanje svesti turista o očuvanju prirodnih i kulturnih resursa, što doprinosi dugoročnoj održivosti turizma u zemlji.

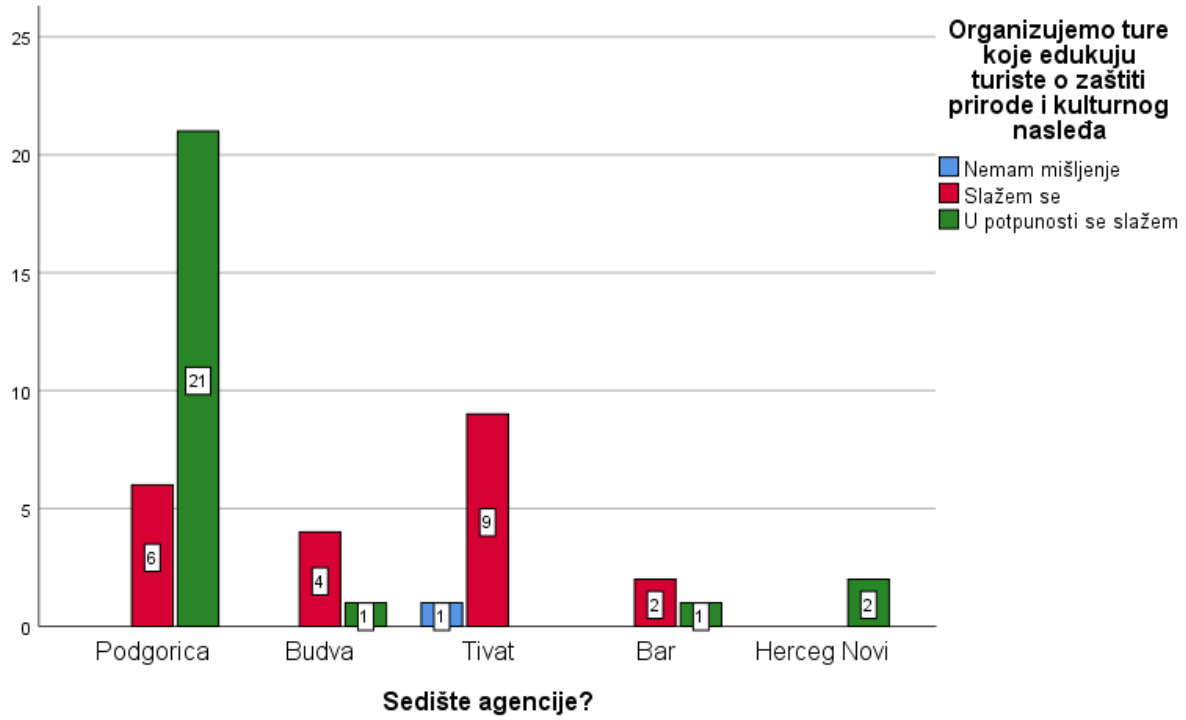
Tabela 38. Komparativni prikaz stavova turističkih agencija o organizovanju edukativnih tura usmerenih na zaštitu prirode i kulturnog nasleđa prema sedištu agencije sa rezultatima Pearsonovog hi-kvadrat testa

			Organizujemo ture koje edukuju turiste o zaštiti prirode i kulturnog nasleđa			Total
			Nemam mišljenje	Slažem se	U potpunosti se slažem	
Sedište agencije?	Podgorica	Count	0	6	21	27
		% of Total	0,0%	12,8%	44,7%	57,4%
	Budva	Count	0	4	1	5

		% of Total	0,0%	8,5%	2,1%	10,6%
	Tivat	Count	1	9	0	10
		% of Total	2,1%	19,1%	0,0%	21,3%
	Bar	Count	0	2	1	3
		% of Total	0,0%	4,3%	2,1%	6,4%
	Herceg Novi	Count	0	0	2	2
		% of Total	0,0%	0,0%	4,3%	4,3%
Total		Count	1	21	25	47
		% of Total	2,1%	44,7%	53,2%	100,0%

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,428a	8	,002

Izvor: Istraživanje autora



Grafikon 4. Komparativni prikaz stavova turističkih agencija o organizovanju edukativnih tura usmerenih na zaštitu prirode i kulturnog nasleđa prema sedištu agencije

Rezultati prikazani u Tabeli 39 odnose se na stavove turističkih agencija o uključivanju ekološki prihvatljivog transporta u njihove turističke aranžmane, sagledano kroz prizmu sedišta agencije. Ukupno 47 ispitanika iz različitih gradova dalo je odgovore na ovo pitanje, a Pearson-ov hi-kvadrat test ukazuje na statistički značajnu razliku između lokacija agencija ($p = 0,002$). Najveći

stepen slaganja sa tvrdnjom da aranžmani uključuju ekološki prihvatljiv transport zabeležen je u agencijama sa sedištem u Podgorici, gde je 44,7% ispitanika u potpunosti saglasno, dok dodatnih 12,8% izražava slaganje. Ukupno, gotovo 57,5% podgoričkih agencija aktivno integriše ekološki prihvatljive vidove transporta u ponudu, što ukazuje na značajan nivo svesti i angažmana u ovom segmentu održivosti.

U Budvi, iako uz manji broj ispitanika, prisutni su odgovori potpune saglasnosti (2,1%) i slaganja (8,5%), što ukazuje na određeni angažman, ali znatno manji nego u Podgorici. U Tivtu većina ispitanika (19,1%) slaže se sa tvrdnjom, ali nema potpune saglasnosti, dok su u Baru i Herceg Novom zastupljeni manji procenti potpune saglasnosti (2,1% i 4,3% respektivno). Statistički značajna razlika između gradova ukazuje na varijacije u pristupu i mogućnostima za implementaciju ekološki prihvatljivog transporta, verovatno usled različitih resursa, infrastrukturnih uslova i organizacionih kapaciteta. Veći angažman u Podgorici može biti povezan sa većim brojem poslovnih subjekata i većom korporativnom infrastrukturom, dok manji primorski gradovi imaju drugačiju organizaciju i fokus. Zaključno, rezultati naglašavaju važnost daljeg razvoja i promocije ekološki prihvatljivih transportnih rešenja u turističkoj ponudi širom Crne Gore, kao ključnog faktora za unapređenje održivosti turizma i smanjenje negativnog uticaja na životnu sredinu.

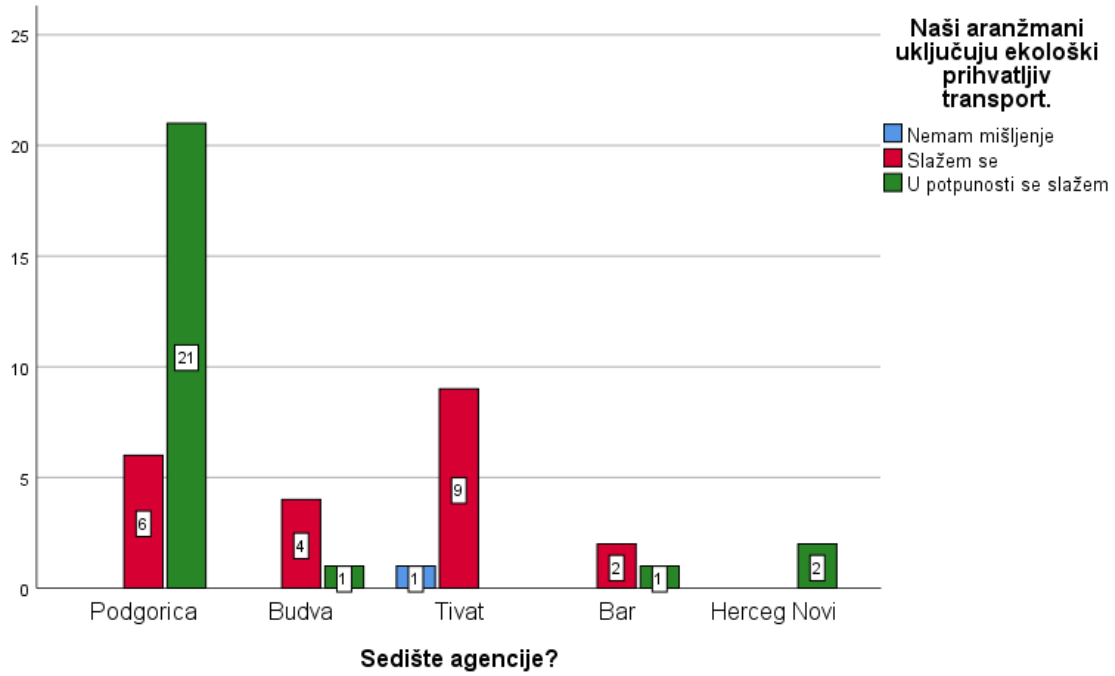
Tabela 39. Komparativni prikaz stavova turističkih agencija o uključivanju ekološki prihvatljivog transporta u turističke aranžmane prema sedištu agencije sa rezultatima Pearsonovog hi-kvadrat testa

			Naši aranžmani uključuju ekološki prihvatljiv transport.			Total
			Nemam mišljenje	Slažem se	U potpunosti se slažem	
Sedište agencije?	Podgorica	Count	0	6	21	27
		% of Total	0,0%	12,8%	44,7%	57,4%
	Budva	Count	0	4	1	5
		% of Total	0,0%	8,5%	2,1%	10,6%

	Tivat	Count	1	9	0	10
		% of Total	2,1%	19,1%	0,0%	21,3%
	Bar	Count	0	2	1	3
		% of Total	0,0%	4,3%	2,1%	6,4%
	Herceg Novi	Count	0	0	2	2
		% of Total	0,0%	0,0%	4,3%	4,3%
Total		Count	1	21	25	47
		% of Total	2,1%	44,7%	53,2%	100,0%

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,428a	8	,002

Izvor: Istraživanje autora



Grafikon 5. Komparativni prikaz stavova turističkih agencija o primeni ekološki prihvatljivog transporta u turističkim aranžmanima prema sedištu agencije

INTERESOVANJE TURISTA ZA ODRŽIVI TURIZAM

U cilju boljeg razumevanja turističkih trendova, analizirani su odgovori stejkholdera o uočenom interesovanju turista za održive sadržaje. Poseban akcenat stavljen je na to da li lokacija utiče na percepciju stepena zainteresovanosti turista za održivi turizam.

Tabela. 40. omparativni prikaz stavova turističkih agencija o rastu interesovanja turista za ekološki odgovorne ture i smeštaj prema sedištu agencije sa rezultatima Pearsonovog hi-kvadrat testa

			Turisti sve više traže ekološki odgovorne ture i smeštaj.			Total
			Nemam mišljenje	Slažem se	U potpunosti se slažem	
Sedište agencije?	Podgorica	Count	0	6	21	27
		% of Total	0,0%	12,8%	44,7%	57,4%
	Budva	Count	0	4	1	5
		% of Total	0,0%	8,5%	2,1%	10,6%
	Tivat	Count	1	9	0	10
		% of Total	2,1%	19,1%	0,0%	21,3%
	Bar	Count	0	2	1	3
		% of Total	0,0%	4,3%	2,1%	6,4%
	Herceg Novi	Count	0	0	2	2
		% of Total	0,0%	0,0%	4,3%	4,3%
Total		Count	1	21	25	47
		% of Total	2,1%	44,7%	53,2%	100,0%

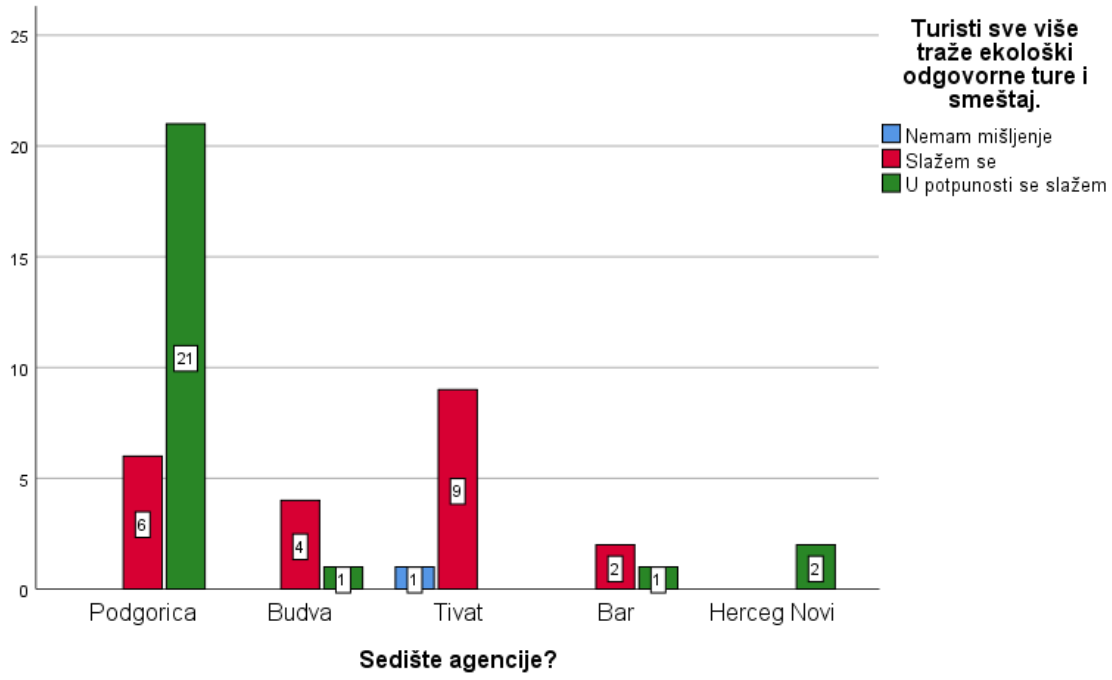
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,428a	8	,002

Izvor: Istraživanje autora

Rezultati iz Tabele 40 prikazuju stavove turističkih agencija u Crnoj Gori o rastućem interesovanju turista za ekološki odgovorne ture i smeštaj, razvrstane prema sedištu agencije. Ukupno 47 ispitanika odgovorilo je na pitanje, a analiza Pearson-ovog hi-kvadrat testa pokazuje statistički značajnu povezanost između sedišta agencije i stavova o ovom pitanju ($p = 0,002$). U agencijama sa sedištem u Podgorici dominira snažna saglasnost s tvrdnjom da turisti sve više traže održive, ekološki prihvatljive usluge – čak 44,7% ispitanika je u potpunosti saglasno, dok je dodatnih 12,8% izrazilo slaganje. Ukupno, gotovo 57,5% agencija iz Podgorice prepoznaje i potvrđuje trend rasta svesti i potražnje turista za održivim turizmom.

U Budvi je zabeležen nešto manji nivo potpune saglasnosti (2,1%) i slaganja (8,5%), dok je u Tivtu primetan značajan procenat ispitanika koji se slažu (19,1%), ali bez potpune saglasnosti. Agencije iz Bara i Herceg Novog takođe pokazuju određeni stepen potpune saglasnosti (2,1% i

4,3% respektivno), mada su njihove brojke manje zbog manjeg uzorka. Ova statistički značajna razlika između lokacija ukazuje na različit nivo prepoznavanja i prihvatanja trenda održivosti u turizmu, koji je najsnažnije zastupljen u Podgorici, verovatno zbog većeg tržišta, razvijenije poslovne infrastrukture i većih kapaciteta za praćenje globalnih turističkih trendova. Zaključno, rezultati potvrđuju da turističke agencije u Crnoj Gori, naročito one iz većih gradova, prepoznaju i odgovaraju na povećano interesovanje turista za održivost, što je važno za dalji razvoj i prilagođavanje turističke ponude zahtevima savremenih putnika. To naglašava potrebu za daljim ulaganjima u održive turističke proizvode i jačanje promocije ekološki odgovornih praksi.



Grafikon 6. Komparativni prikaz stavova turističkih agencija o rastu interesovanja za ekološki odgovorne ture i smeštaj prema sedištu agencije

Rezultati prikazani u Tabeli 41 osvetljavaju stavove turističkih agencija o spremnosti posetilaca da plate više za održive turističke aranžmane, sa osvrtom na sedište agencije. Ukupno

47 ispitanika odgovorilo je na ovo pitanje, a analiza Pearson-ovog hi-kvadrat testa pokazuje statistički značajnu povezanost između sedišta agencije i stavova o ovoj temi (p = 0,002). U agencijama sa sedištem u Podgorici, dominira visoka saglasnost da su turisti spremni da plate dodatnu vrednost za održive aranžmane – 44,7% ispitanika je u potpunosti saglasno, dok je 12,8% izrazilo slaganje. Ukupno, skoro 57,5% podgoričkih agencija prepoznaje ovu spremnost turista, što može biti povezano sa većim tržištem i razvijenom ponudom održivih turističkih proizvoda. **Ovim je potvrđena hipoteza H8, koja pretpostavlja da se stavovi o spremnosti turista da plate više za održive aranžmane razlikuju u zavisnosti od sedišta turističkih agencija.**

U Budvi, iako je uzorak manji, 2,1% ispitanika je u potpunosti saglasno, dok 8,5% slaže se sa tvrdnjom, što ukazuje na nešto slabiju percepciju u odnosu na Podgoricu. U Tivtu najveći procenat ispitanika (19,1%) slaže se, ali nema potpune saglasnosti. Agencije iz Bara i Herceg Novog takođe izražavaju određeni stepen potpune saglasnosti (2,1% i 4,3% respektivno), ali zbog manjeg broja ispitanika, njihova težina je ograničena. Ovi rezultati ukazuju na značajne razlike među gradovima u pogledu prepoznavanja i procene spremnosti turista da plate više za održivost, sa najjačom podrškom u Podgorici. Ova razlika može reflektovati lokalne tržišne uslove, dostupnost ekoloških proizvoda i nivo svesti turista u različitim regijama. Zaključno, analiza potvrđuje da je spremnost turista da plate više za održive aranžmane važan trend koji je već prepoznat kod većine turističkih agencija, posebno u većim urbanim centrima, što ima značajne implikacije za razvoj i promociju održivih turističkih proizvoda u Crnoj Gori.

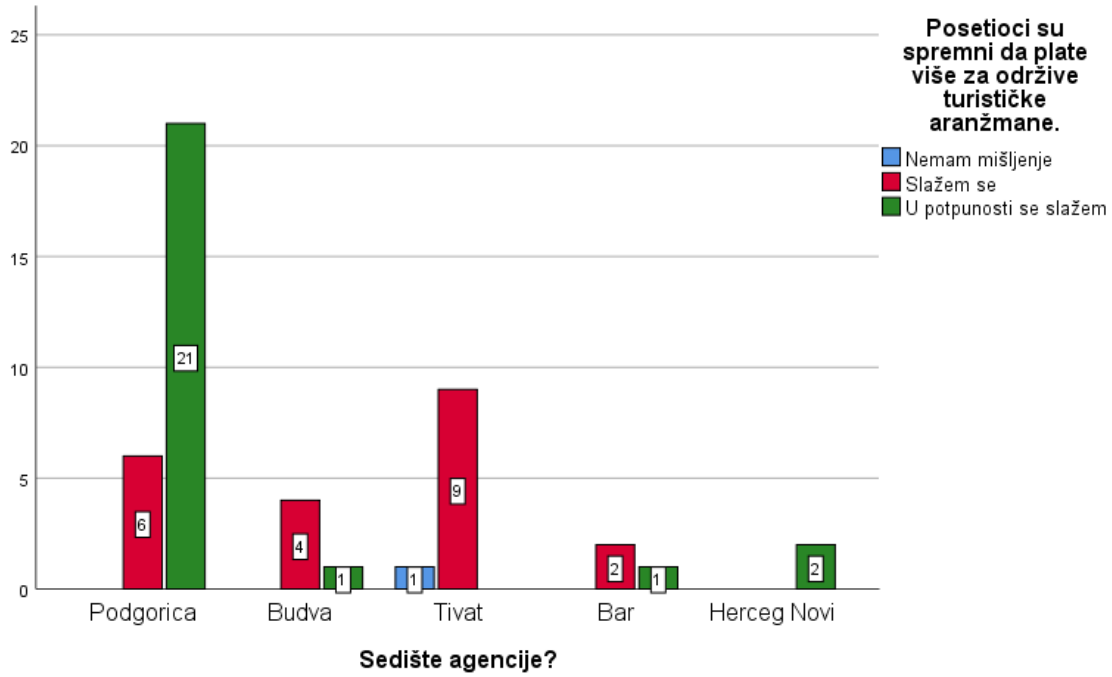
Tabela 41. Komparativni prikaz stavova turističkih agencija o spremnosti turista da plate više za održive turističke aranžmane prema sedištu agencije sa rezultatima Pearsonovog hi-kvadrat testa

			Posetioci su spremni da plate više za održive turističke aranžmane.			Total
			Nemam mišljenje	Slažem se	U potpunosti se slažem	
Sedište agencije?	Podgorica	Count	0	6	21	27

		% of Total	0,0%	12,8%	44,7%	57,4%
	Budva	Count	0	4	1	5
		% of Total	0,0%	8,5%	2,1%	10,6%
	Tivat	Count	1	9	0	10
		% of Total	2,1%	19,1%	0,0%	21,3%
	Bar	Count	0	2	1	3
		% of Total	0,0%	4,3%	2,1%	6,4%
	Herceg Novi	Count	0	0	2	2
		% of Total	0,0%	0,0%	4,3%	4,3%
Total		Count	1	21	25	47
		% of Total	2,1%	44,7%	53,2%	100,0%

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,428a	8	,002

Izvor: Istraživanje autora



Grafikon 7. Komparativni prikaz stavova turističkih agencija o spremnosti turista za dodatno plaćanje održivih turističkih aranžmana prema sedištu agencije

Rezultati prikazani u Tabeli 42 osvetljavaju percepciju turističkih agencija o svesti turista o uticaju njihovih putovanja na životnu sredinu, uz osvrt na sedište agencije. Ukupno 47 ispitanika dalo je odgovore, a Pearson-ov hi-kvadrat test ukazuje na statistički značajnu povezanost između

sedišta agencije i stavova o ovom pitanju (p = 0,002). Agencije sa sedištem u Podgorici najjasnije ističu da su turisti svesni ekološkog uticaja svojih putovanja, pri čemu je 44,7% u potpunosti saglasno sa ovom tvrdnjom, dok je dodatnih 12,8% izrazilo slaganje. Ukupno gotovo 57,5% ispitanika iz Podgorice potvrđuje visok nivo ekološke svesti turista.

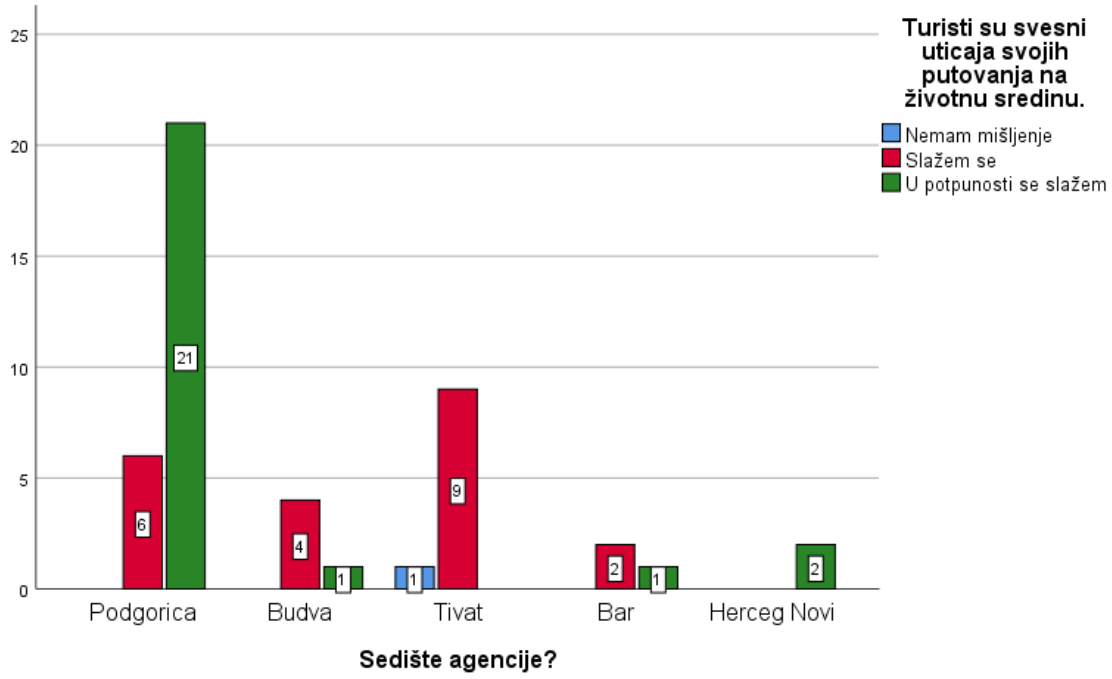
U Budvi 2,1% ispitanika je u potpunosti saglasno, a 8,5% slaže se sa tvrdnjom, što ukazuje na nešto niži nivo percepcije u poređenju sa Podgoricom. U agencijama iz Tivta dominantan je procenat onih koji se slažu (19,1%), dok potpuna saglasnost nije iskazana, što može odražavati varijacije u tržišnim ili demografskim uslovima. Agencije iz Bara i Herceg Novog takođe iskazuju određeni stepen potpune saglasnosti (2,1% i 4,3% respektivno), ali sa manjim uzorcima. Ovi rezultati ukazuju na to da je svest turista o uticaju njihovih putovanja na životnu sredinu prepoznata kao značajan fenomen, naročito u većim i razvijenijim turističkim centrima kao što je Podgorica. Razlike između gradova mogu biti povezane sa različitim nivoima informisanosti, ponude održivih proizvoda i lokalnih turističkih politika. Zaključno, analiza potvrđuje važnost povećanja ekološke svesti turista kao ključnog faktora za razvoj održivog turizma u Crnoj Gori, uz naglasak na potrebu za kontinuiranom edukacijom i promocijom ekološki odgovornih praksi u svim regijama.

Tabela 42. Uticaj putovanja na životnu sredinu

			Turisti su svesni uticaja svojih putovanja na životnu sredinu.			Total
			Nemam mišljenje	Slažem se	U potpunosti se slažem	
Sedište agencije?	Podgorica	Count	0	6	21	27
		% of Total	0,0%	12,8%	44,7%	57,4%
	Budva	Count	0	4	1	5
		% of Total	0,0%	8,5%	2,1%	10,6%
	Tivat	Count	1	9	0	10
		% of Total	2,1%	19,1%	0,0%	21,3%
	Bar	Count	0	2	1	3
		% of Total	0,0%	4,3%	2,1%	6,4%
	Herceg Novi	Count	0	0	2	2
		% of Total	0,0%	0,0%	4,3%	4,3%
Total		Count	1	21	25	47

	% of Total	2,1%	44,7%	53,2%	100,0%	
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)			
Pearson Chi-Square	24,428a	8	,002			

Izvor: Istraživanje autora



Grafikon 8. Uticaj putovanja na životnu sredinu

Rezultati prikazani u Tabeli 43 pružaju dubinski uvid u percepciju turističkih agencija o interesovanju stranih turista za održivi turizam u poređenju sa domaćim, s posebnim naglaskom na geografski položaj sedišta agencije. Ukupno je ispitan 47 subjekata iz različitih crnogorskih destinacija, a statistička analiza korišćenjem Pearson-ovog hi-kvadrat testa pokazala je značajnu povezanost između lokacije sedišta agencije i stavova o ovoj temi (p = 0,002), što potvrđuje da se percepcija razlikuje u zavisnosti od mesta poslovanja. Agencije sa sedištem u Podgorici, kao glavnom i najvećem administrativnom centru, pokazuju najsnažniji konsenzus o tome da strani

turisti pokazuju znatno veće interesovanje za održivi turizam nego domaći. Čak 44,7% ispitanika u Podgorici se u potpunosti slaže sa ovom tvrdnjom, dok još 12,8% izražava opštu saglasnost. Ova dominacija potpune i delimične saglasnosti ukazuje na to da u ovom delu zemlje postoji izražena svest o stranoj potražnji za ekološkim i održivim turističkim proizvodima i uslugama. **Na osnovu ovih rezultata potvrđuje se hipoteza H9, koja predviđa značajne razlike u percepciji interesovanja stranih turista za održivi turizam u zavisnosti od geografskog položaja sedišta agencije.** Ovo može biti posledica većeg broja stranih turista koji dolaze u Podgoricu kao prestoni grad i čvorište za dalje putovanje kroz Crnu Goru, kao i prisustva razvijenijih turističkih agencija koje intenzivnije prate globalne trendove održivosti.

U poređenju sa Podgoricom, agencije sa sedištima u Budvi i Tivtu pokazuju nešto slabiji, ali i dalje prisutan, stepen saglasnosti. U Budvi, jednoj od najpoznatijih turističkih destinacija na Jadranu, 2,1% ispitanika u potpunosti je saglasno sa tvrdnjom, dok 8,5% izražava slaganje. Ove vrednosti su značajno niže nego u Podgorici, što može biti posledica različitih tipova turista i načina njihovog angažmana u ovim destinacijama. Tivatske agencije pokazuju sličan trend, gde je 19,1% ispitanika izrazilo slaganje, ali nijedan nije u potpunosti saglasan, što sugeriše da je svest o razlikama u interesovanju turista prisutna, ali manje izražena. Agencije u manjim destinacijama kao što su Bar i Herceg Novi pokazuju još manji nivo saglasnosti, sa potpunom saglasnošću od 2,1% i 4,3% respektivno. Ovi procenti mogu odražavati specifičnosti ovih lokalnih tržišta gde možda nema jasne razlike u potražnji za održivim turizmom između domaćih i stranih turista, ili su te razlike manje evidentne zbog manjih uzoraka i drugačijih poslovnih modela.

Sveukupno, ovi nalazi ukazuju na važnu ulogu stranih turista kao pokretača razvoja održivog turizma u Crnoj Gori, što je naročito izraženo u većim i centralnim turističkim čvorištima. Percepcija agencija o većem interesovanju stranih turista može biti uslovljena njihovim iskustvom

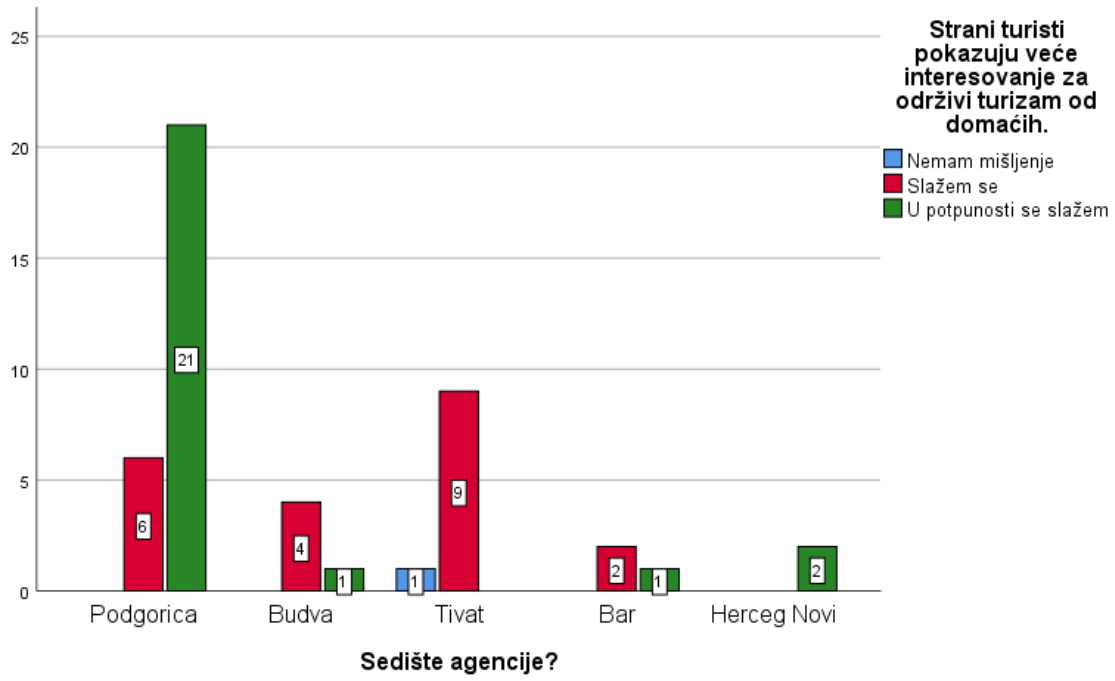
sa međunarodnim tržištem i sve većim globalnim trendom ka ekološkoj odgovornosti. Ovaj trend postavlja dodatne zahteve pred turističke aktere u Crnoj Gori da svoje ponude i usluge usklade sa principima održivosti, ali i da više ulažu u edukaciju i promociju održivih praksi kako kod domaćih turista, tako i kroz ciljana usmeravanja prema stranim tržištima. Na osnovu ovih rezultata može se zaključiti da postoji jasna svest o važnosti održivosti i da strani turisti predstavljaju značajnu ciljnu grupu za razvoj održivih turističkih proizvoda, što je ključno za strateško planiranje turističkog sektora. Međutim, razlike u percepciji po lokacijama takođe ukazuju na potrebu za diferenciranim pristupom u implementaciji održivih praksi i marketinških aktivnosti, uzimajući u obzir specifičnosti svakog turističkog područja.

Tabela 43. Veća zainteresovanost stranih turista za održivi turizam

			Strani turisti pokazuju veće interesovanje za održivi turizam od domaćih.			Total
			Nemam mišljenje	Slažem se	U potpunosti se slažem	
Sedište agencije?	Podgorica	Count	0	6	21	27
		% of Total	0,0%	12,8%	44,7%	57,4%
	Budva	Count	0	4	1	5
		% of Total	0,0%	8,5%	2,1%	10,6%
	Tivat	Count	1	9	0	10
		% of Total	2,1%	19,1%	0,0%	21,3%
	Bar	Count	0	2	1	3
		% of Total	0,0%	4,3%	2,1%	6,4%
	Herceg Novi	Count	0	0	2	2
		% of Total	0,0%	0,0%	4,3%	4,3%
Total		Count	1	21	25	47
		% of Total	2,1%	44,7%	53,2%	100,0%

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,428a	8	,002

Izvor: Istraživanje autora



Grafikon 9. Komparativni prikaz stavova turističkih agencija o većem interesovanju stranih turista za održivi turizam u odnosu na domaće turiste prema sedištu agencije

Rezultati iz Tabele 44 jasno ukazuju na to da ekološke i kulturne vrednosti predstavljaju ključne faktore pri izboru turističke destinacije, a stavovi turističkih agencija značajno variraju u zavisnosti od lokacije njihovog sedišta, što potvrđuje statistička značajnost dobijena Pearson-ovim hi-kvadrat testom ($p = 0,002$). Agencije sa sedištem u Podgorici pokazuju najizraženiji stepen saglasnosti sa tvrdnjom da su ekološke i kulturne vrednosti bitni faktori za turiste prilikom izbora destinacije. Konkretno, 44,7% ispitanika iz Podgorice u potpunosti se slaže sa ovim stavom, dok dodatnih 12,8% izražava opštu saglasnost, što zajedno čini značajnu većinu od 57,4%. Ovaj visok procenat može biti rezultat većeg broja klijenata i turističkih aranžmana koji zahtevaju specijalizovane ponude sa naglaskom na očuvanje prirode i kulturnog nasleđa, kao i intenzivnije izloženosti globalnim trendovima održivog turizma.

Agencije iz Tivta takođe pokazuju visok nivo saglasnosti – 19,1% ispitanika slaže se sa tvrdnjom, dok nema potpune saglasnosti, ali je ukupan procenat pozitivnih odgovora značajan (21,3%). Ova destinacija, poznata po svojoj blizini aeroportu i razvoju luksuznog turizma, takođe beleži porast interesa za održivost, što može uticati na oblikovanje ponude sa fokusom na ekološke i kulturne aspekte. U manjoj meri, agencije iz Budve, Bara i Herceg Novog iskazuju niže, ali ipak prisutne vrednosti slaganja. U Budvi je 8,5% ispitanika izrazilo slaganje, dok je potpuna saglasnost 2,1%, dok su u Baru i Herceg Novom procenti potpune saglasnosti niži (2,1% i 4,3% respektivno). Ovi niži procenti mogu biti posledica različitih tržišnih uslova i profila turista u ovim područjima, gde komercijalni interesi možda u određenoj meri prevladavaju nad fokusom na ekološke i kulturne vrednosti. Sveukupno, podaci ukazuju na snažnu svest o značaju ekoloških i kulturnih faktora u turističkom odlučivanju, naročito u većim i centralnim destinacijama, što predstavlja osnovu za razvoj i promociju održivog turizma u Crnoj Gori. Takođe, rezultati naglašavaju potrebu za ciljanom edukacijom i podrškom turističkim akterima u manjim destinacijama kako bi se podigla svest i unapredila ponuda zasnovana na ovim vrednostima, što može doprineti održivom razvoju turizma na nacionalnom nivou.

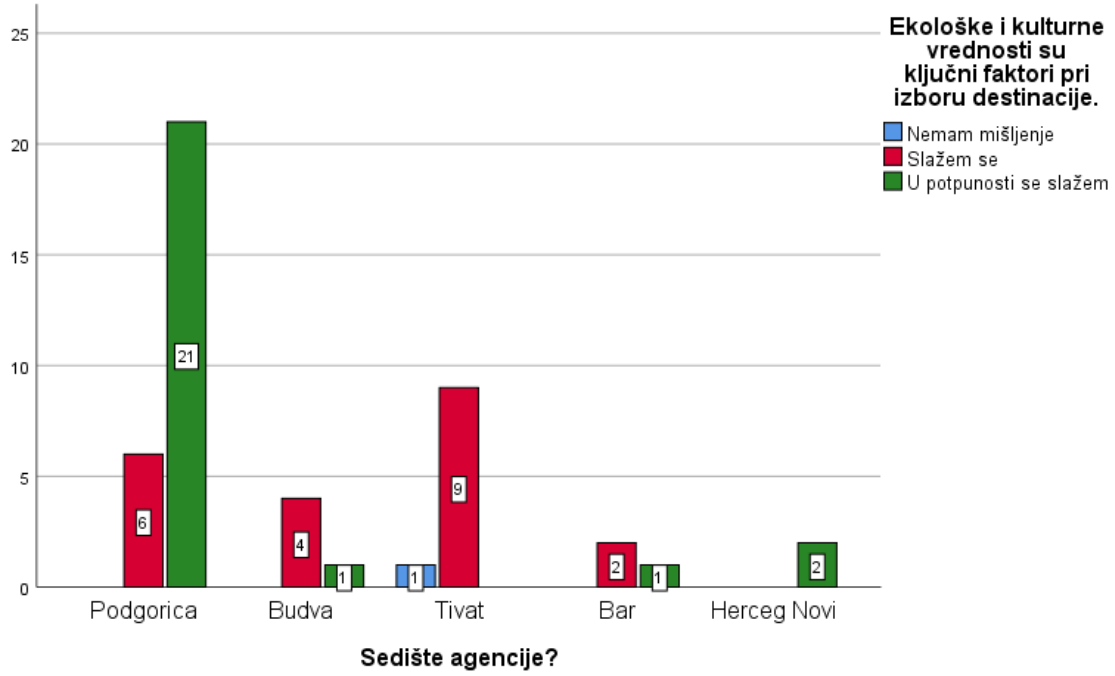
Tabela 44. Komparativni prikaz stavova turističkih agencija o značaju ekoloških i kulturnih vrednosti pri izboru turističke destinacije prema sedištu agencije sa rezultatima Pearsonovog hi-kvadrat testa

			Ekološke i kulturne vrednosti su ključni faktori pri izboru destinacije.			Total
			Nemam mišljenje	Slažem se	U potpunosti se slažem	
Sedište agencije?	Podgorica	Count	0	6	21	27
		% of Total	0,0%	12,8%	44,7%	57,4%
	Budva	Count	0	4	1	5
		% of Total	0,0%	8,5%	2,1%	10,6%
	Tivat	Count	1	9	0	10
		% of Total	2,1%	19,1%	0,0%	21,3%
	Bar	Count	0	2	1	3
		% of Total	0,0%	4,3%	2,1%	6,4%

	Herceg Novi	Count	0	0	2	2
		% of Total	0,0%	0,0%	4,3%	4,3%
Total		Count	1	21	25	47
		% of Total	2,1%	44,7%	53,2%	100,0%

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,428a	8	,002

Izvor: Istraživanje autora



Grafikon 10. Značaj ekoloških praksi pri izboru aranžmana

IZAZOVI U IMPLEMENTACIJI ODRŽIVIH PRAKSI

Ovaj segment istraživanja bavi se identifikovanjem ključnih prepreka koje stejkholderi prepoznaju u procesu primene održivih praksi. U fokusu su razlike koje se javljaju između aktera u različitim geografskim i turističkim kontekstima.

Tabela. 45. Izazovnost održivog turizma

	Održivi turizam je izazovan zbog visokih operativnih troškova.	Total

			Nemam mišljenje	Slažem se	U potpunosti se slažem	
Sedište agencije?	Podgorica	Count	0	6	21	27
		% of Total	0,0%	12,8%	44,7%	57,4%
	Budva	Count	0	4	1	5
		% of Total	0,0%	8,5%	2,1%	10,6%
	Tivat	Count	1	9	0	10
		% of Total	2,1%	19,1%	0,0%	21,3%
	Bar	Count	0	2	1	3
		% of Total	0,0%	4,3%	2,1%	6,4%
	Herceg Novi	Count	0	0	2	2
		% of Total	0,0%	0,0%	4,3%	4,3%
Total		Count	1	21	25	47
		% of Total	2,1%	44,7%	53,2%	100,0%

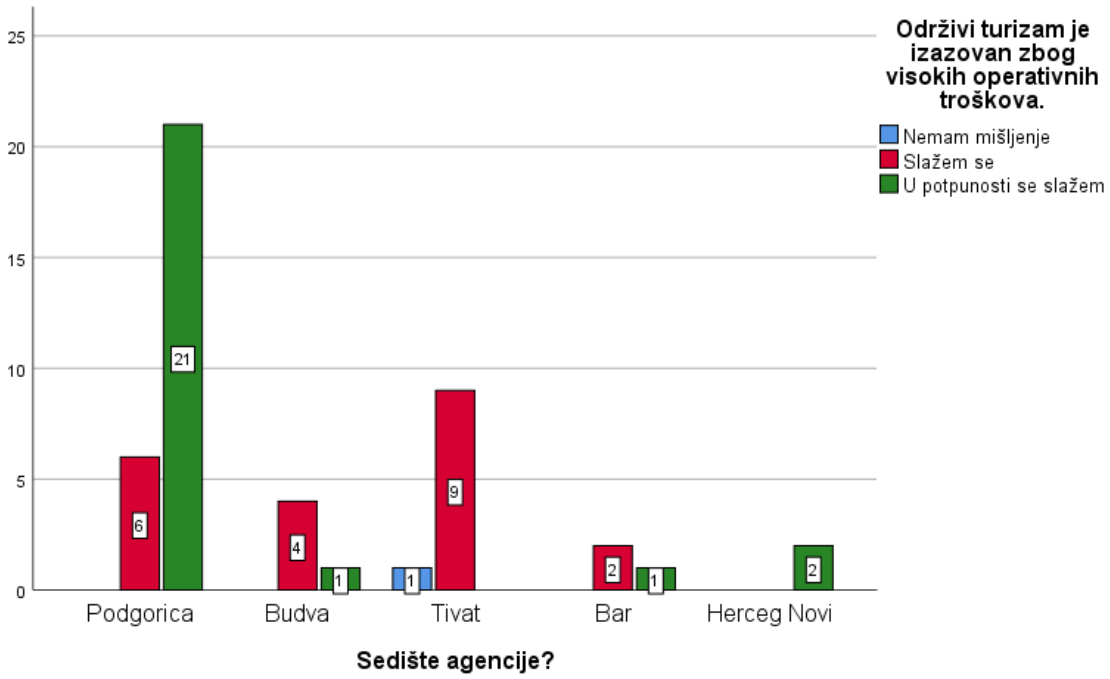
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,428a	8	,002

Izvor: Istraživanje autora

Rezultati prikazani u Tabeli 45 ukazuju da većina turističkih agencija prepoznaje održivi turizam kao izazovan sektor, prvenstveno zbog visokih operativnih troškova. Statistička značajnost razlika u stavovima agencija u zavisnosti od sedišta agencije potvrđena je Pearson-ovim hi-kvadrat testom ($p = 0,002$), što ukazuje da lokacija sedišta ima značajan uticaj na percepciju izazova održivog turizma. Agencije sa sedištem u Podgorici izražavaju najjači stepen saglasnosti sa tvrdnjom da su operativni troškovi održivog turizma visoki. Tako je 44,7% ispitanika iz Podgorice u potpunosti saglasno sa ovom tvrdnjom, dok dodatnih 12,8% izražava opštu saglasnost, što ukazuje da gotovo 57,5% agencija iz glavnog grada vidi troškove kao značan problem. Ova percepcija može biti posledica većeg broja poslovnih subjekata i kompleksnijih operacija u Podgorici, gde su i zahtevi za održivim praksama moguće rigorozniji.

Agencije iz Tivta takođe značajno prepoznaju izazov visokih troškova, sa 19,1% ispitanika koji se slažu, dok potpuna saglasnost nije izražena, ali ukupni procenat pozitivnih stavova iznosi 21,3%. Budva, Bar i Herceg Novi beleže niže, ali ipak prisutne procente saglasnosti – u Budvi je 8,5% ispitanika izrazilo slaganje, dok je potpuna saglasnost 2,1%. U Baru i Herceg Novom

procenti potpune saglasnosti su još manji (2,1% i 4,3%), što može ukazivati na drugačije tržišne uslove ili niži nivo svesti o operativnim izazovima održivosti. Ukupno gledano, ovi rezultati reflektuju realnu zabrinutost među turističkim agencijama u Crnoj Gori u vezi sa finansijskim aspektima implementacije održivih praksi. Iako postoji jaka podrška za održivost, visoki troškovi predstavljaju prepreku koja može usporiti širu primenu ovih principa. Stoga je neophodno raditi na pronalaženju modela finansijske podrške, subvencija ili drugih podsticaja koji bi pomogli agencijama da prevaziđu ove prepreke, čime bi se omogućio dalji razvoj održivog turizma u zemlji. Takođe, edukacija i razmena dobre prakse između agencija iz različitih regija mogu doprineti smanjenju troškova i efikasnijoj implementaciji održivih mera.



Grafikon 11. Visoke cene operativnih troškova

Rezultati prikazani u Tabeli 46 daju detaljan uvid u percepciju turističkih agencija o podršci koju država pruža u oblasti održivog turizma u Crnoj Gori, a statistički značajna povezanost (p = 0,002) ukazuje na izražene razlike u stavovima u zavisnosti od sedišta agencije. Najviše izražen negativan stav o nedostatku podrške dolazi iz agencija sa sedištem u Podgorici, gde čak 44,7% ispitanika ističe da se u potpunosti slaže sa tvrdnjom da državne institucije nedovoljno podržavaju razvoj održivog turizma, dok dodatnih 12,8% iskazuje saglasnost, što ukupno čini preko 57% ispitanika iz glavnog grada. Ovaj visok procenat može biti posledica veće izloženosti agencija direktnim interakcijama sa državnim strukturama, ali i kompleksnijeg poslovnog okruženja koje zahteva značajniju institucionalnu podršku, naročito u segmentu održivosti koja podrazumeva dodatne investicije i prilagođavanja standardima.

Agencije sa sedištem u Tivtu takođe izražavaju zabrinutost, sa 19,1% onih koji se slažu da je podrška nedovoljna, iako potpuna saglasnost nije izražena u istoj meri kao u Podgorici. Ovo može ukazivati na određenu svest o institucionalnim izazovima u održivom turizmu, ali i na moguće razlike u lokalnoj administraciji i resursima dostupnim agencijama u primorskim gradovima. Manji procenti saglasnosti prisutni su u Budvi (8,5%), Baru (4,3%) i Herceg Novom (4,3%), što može ukazivati na različite nivoe institucionalne saradnje i percepcije efikasnosti državne podrške u različitim regijama Crne Gore. Ove razlike mogu biti rezultat varijacija u lokalnim politikama, pristupu resursima, kao i specifičnostima turističke ponude i infrastrukture.

Sveobuhvatno, ovi rezultati sugerišu da postoje značajne prepreke u institucionalnoj podršci održivom turizmu, što može imati višestruke negativne posledice na razvoj ovog sektora. Nedovoljna podrška može ograničiti mogućnosti agencija da implementiraju ekološki i društveno odgovorne prakse, smanjujući njihovu konkurentnost i doprinoseći sporijem usvajanju održivih rešenja na tržištu. Takođe, percepcija nedostatka podrške može umanjiti motivaciju turističkih

subjekata da ulažu u održivost, što dugoročno može negativno uticati na očuvanje prirodnih i kulturnih resursa, kao i na reputaciju Crne Gore kao destinacije posvećene održivom razvoju.

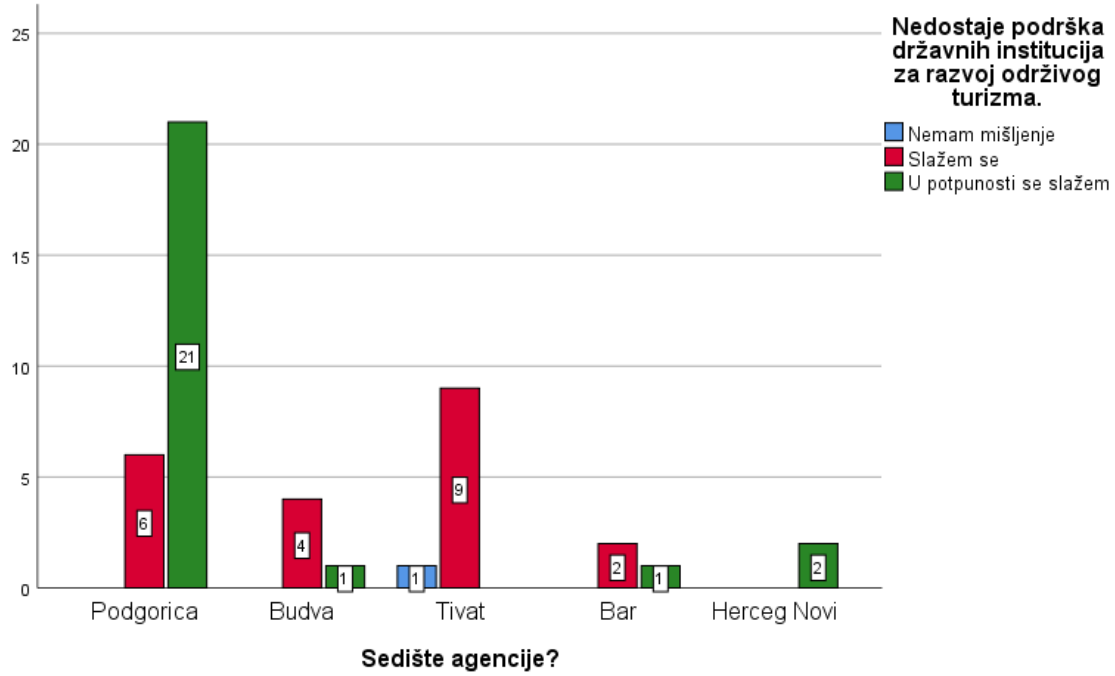
Zbog svega navedenog, rezultati naglašavaju hitnu potrebu za uspostavljanjem efikasnijih mehanizama državne podrške, uključujući finansijske podsticaje, edukativne programe, razvoj infrastrukture, kao i bolje povezivanje državnih institucija sa turističkim akterima na svim nivoima. Takva podrška ne samo da bi pomogla u prevazilaženju trenutnih izazova, već bi i značajno doprinela promociji i afirmaciji održivog turizma kao ključnog pravca razvoja crnogorskog turizma u skladu sa međunarodnim standardima i očekivanjima tržišta.

Tabela 46. Podrška državnih institucija

			Nedostaje podrška državnih institucija za razvoj održivog turizma.			Total
			Nemam mišljenje	Slažem se	U potpunosti se slažem	
Sedište agencije?	Podgorica	Count	0	6	21	27
		% of Total	0,0%	12,8%	44,7%	57,4%
	Budva	Count	0	4	1	5
		% of Total	0,0%	8,5%	2,1%	10,6%
	Tivat	Count	1	9	0	10
		% of Total	2,1%	19,1%	0,0%	21,3%
	Bar	Count	0	2	1	3
		% of Total	0,0%	4,3%	2,1%	6,4%
	Herceg Novi	Count	0	0	2	2
		% of Total	0,0%	0,0%	4,3%	4,3%
Total		Count	1	21	25	47
		% of Total	2,1%	44,7%	53,2%	100,0%

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,428a	8	,002

Izvor: Istraživanje autora



Grafikon 12. Nedovoljna podrška državnih institucija

Tabela 47 donosi detaljnu analizu percepcije predstavnika turističkih agencija iz različitih crnogorskih gradova o stanju turističke infrastrukture u kontekstu održivog razvoja. Postavljeno je pitanje saglasnosti sa tvrdnjom „Turistička infrastruktura u Crnoj Gori nije prilagođena održivim standardima“, a odgovori su razvrstani prema sedištu agencije: Podgorica, Budva, Tivat, Bar i Herceg Novi. Ukupno je anketirano 47 ispitanika, a rezultati ukazuju na izrazito visok stepen saglasnosti s tvrdnjom. Najveći broj učesnika dolazi iz Podgorice, gde čak 21 ispitanik (44,7% ukupnog uzorka) izražava slaganje, dok dodatnih 6 (12,8%) u potpunosti podržava tvrdnju, što znači da čak 57,4% učesnika iz glavnog grada u potpunosti deli kritički stav prema održivosti postojeće infrastrukture. Važno je naglasiti da iz Podgorice nije bilo nijednog odgovora u kategoriji „nemam mišljenje“, što može ukazivati na to da su ispitanici iz ove sredine visoko informisani i svesni izazova u oblasti održive infrastrukture. Takva koncentracija mišljenja ukazuje na dominantnu percepciju problema među akterima iz centralne administrativne i ekonomske zone države.

U Tivtu, koji je jedna od ključnih primorskih destinacija, rezultati takođe ukazuju na izraženu zabrinutost. Devet ispitanika (19,1%) navodi da se slaže, a dodatni ispitanik (2,1%) nema mišljenje, dok je posebno indikativno da nijedan od učesnika iz Tivta nije u potpunosti podržao tvrdnju. To može ukazivati na nijansiraniji ili oprezniji stav, ali i na razlike u stepenu razvijenosti infrastrukture u odnosu na druge gradove. Budva, kao jedan od najznačajnijih turističkih centara Crne Gore, beleži relativno niži nivo slaganja u odnosu na druge gradove – četiri ispitanika (8,5%) izražavaju slaganje, a samo jedan (2,1%) u potpunosti podržava tvrdnju. Ukupno udeo učesnika iz Budve čini 10,6% uzorka, što može ukazivati na umereniji pristup evaluaciji održivosti lokalne infrastrukture, verovatno zbog većih investicija u turističku ponudu u prethodnim godinama ili različitog lokalnog diskursa o održivosti.

117 U Baru, odgovori su raspoređeni na dva ispitanika koji se slažu (4,3%) i jednog koji se u potpunosti slaže (2,1%), što zajedno čini 6,4% ukupnog uzorka. Iako se radi o manjem broju učesnika, njihova raspodela takođe potvrđuje prisustvo kritičkog stava. U Herceg Novom su evidentirana dva odgovora (4,3% ukupnog uzorka), i oba potpadaju pod kategoriju „u potpunosti se slažem“, što ukazuje na snažno izražen negativan stav, iako je uzorak lokalno ograničen. Zbirno

77 posmatrano, 53,2% svih ispitanika u potpunosti se slaže sa tvrdnjom da infrastruktura nije održiva, dok dodatnih 44,7% izražava slaganje. Samo jedan učesnik (2,1%) navodi da nema mišljenje, dok nijedan ispitanik nije izabrao opcije koje bi ukazivale na neslaganje sa tvrdnjom, što je vrlo značajan nalaz jer ukazuje na gotovo jednoobrazan konsenzus o postojećim manjkavostima u održivoj infrastrukturi.

12 Pearson Chi-kvadrat test primenjen na ove podatke pokazuje da postoji statistički značajna veza između sedišta agencije i izraženog stava o održivosti infrastrukture ($\chi^2 = 24,428$; df = 8; p = 0,002). Ova visoka statistička značajnost ($p < 0,01$) potvrđuje da geografsko poreklo ispitanika

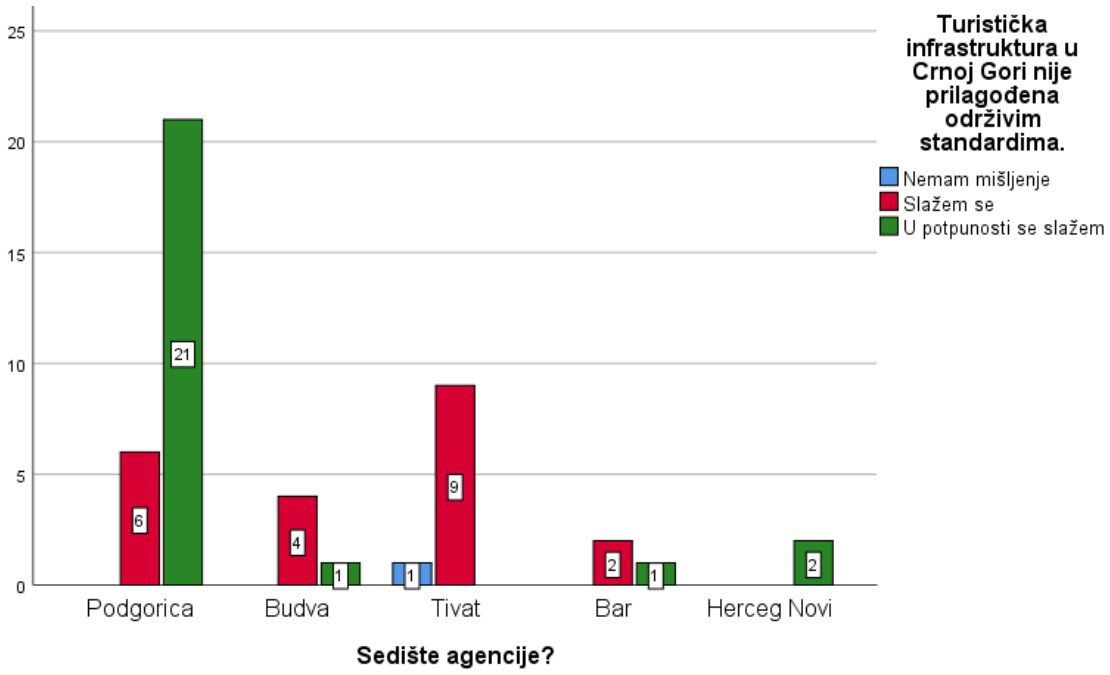
utiče na njihov doživljaj stanja infrastrukture, odnosno da iskustva, lokalni konteksti i eventualno stepen angažovanosti u planiranju i upravljanju turizmom dovode do različitih stavova. Ovaj rezultat podržava tezu da održivost turističke infrastrukture u Crnoj Gori nije percipirana jednako u svim regijama, već da postoje lokalne razlike koje treba uzeti u obzir u daljem strateškom planiranju razvoja turizma i infrastrukturnih intervencija. Zaključno, analiza rezultata ukazuje na visok stepen svesti među turističkim akterima o potrebi za unapređenjem održivosti infrastrukture, s izraženim regionalnim razlikama u percepciji problema. Ovo saznanje može poslužiti kao polazna tačka za formulisanje ciljanih politika održivog razvoja koje uvažavaju lokalni kontekst i specifičnosti pojedinih destinacija.

Tabela 47. Održiva infrastruktura Crne Gore

			Turistička infrastruktura u Crnoj Gori nije prilagođena održivim standardima.			Total
			Nemam mišljenje	Slažem se	U potpunosti se slažem	
Sedište agencije?	Podgorica	Count	0	6	21	27
		% of Total	0,0%	12,8%	44,7%	57,4%
	Budva	Count	0	4	1	5
		% of Total	0,0%	8,5%	2,1%	10,6%
	Tivat	Count	1	9	0	10
		% of Total	2,1%	19,1%	0,0%	21,3%
	Bar	Count	0	2	1	3
		% of Total	0,0%	4,3%	2,1%	6,4%
	Herceg Novi	Count	0	0	2	2
		% of Total	0,0%	0,0%	4,3%	4,3%
Total		Count	1	21	25	47
		% of Total	2,1%	44,7%	53,2%	100,0%

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,428a	8	,002

Izvor: Istraživanje autora



Grafikon 13. Komparativni prikaz stavova turističkih agencija o prilagođenosti turističke infrastrukture u Crnoj Gori održivim standardima prema sedištu agencije

U Tabeli 48 prikazani su stavovi predstavnika turističkih agencija iz različitih crnogorskih gradova o efikasnosti postojećih propisa u oblasti zaštite prirode i održivog turizma. Rezultati ukazuju na izrazito visok nivo saglasnosti sa tvrdnjom da ovi propisi nisu dovoljno efikasni, pri čemu 53,2% ispitanika navodi da se u potpunosti slaže, a dodatnih 44,7% da se slaže. Samo 2,1% učesnika nema formirano mišljenje, dok nijedan nije iskazao neslaganje, što jasno upućuje na gotovo jednoglasnu percepciju nedovoljnosti aktuelnog normativnog okvira. U Podgorici, kao najzastupljenijem sedištu agencija, 44,7% ukupnog uzorka u potpunosti se slaže s tvrdnjom, dok se dodatnih 12,8% slaže. Zbirno, 57,4% ispitanika dolazi upravo iz ove sredine, što ovoj kategoriji daje značajnu težinu u ukupnoj oceni. Odsustvo neutralnih stavova iz Podgorice ukazuje na visoku svesnost i formirano mišljenje o nedostacima propisa u praksi.

U Tivtu, 19,1% ukupnog uzorka izražava slaganje s tvrdnjom, dok 2,1% nema mišljenje, a nijedan učesnik nije izrazio potpunu saglasnost. Ova raspodela može ukazivati na suzdržaniji ili nijansiraniji pogled na temu, možda uslovljen lokalnim kontekstom ili specifičnim iskustvima s primenom zakonskih regulativa. Budva čini 10,6% ukupnog uzorka, pri čemu 8,5% izražava slaganje, dok 2,1% navodi potpunu saglasnost. Ovakva podela pokazuje postojanje kritičkog stava, ali u manjem intenzitetu nego u Podgorici, što može biti posledica višeg stepena razvijenosti turističkih struktura i percepcije da se propisi makar delimično primenjuju.

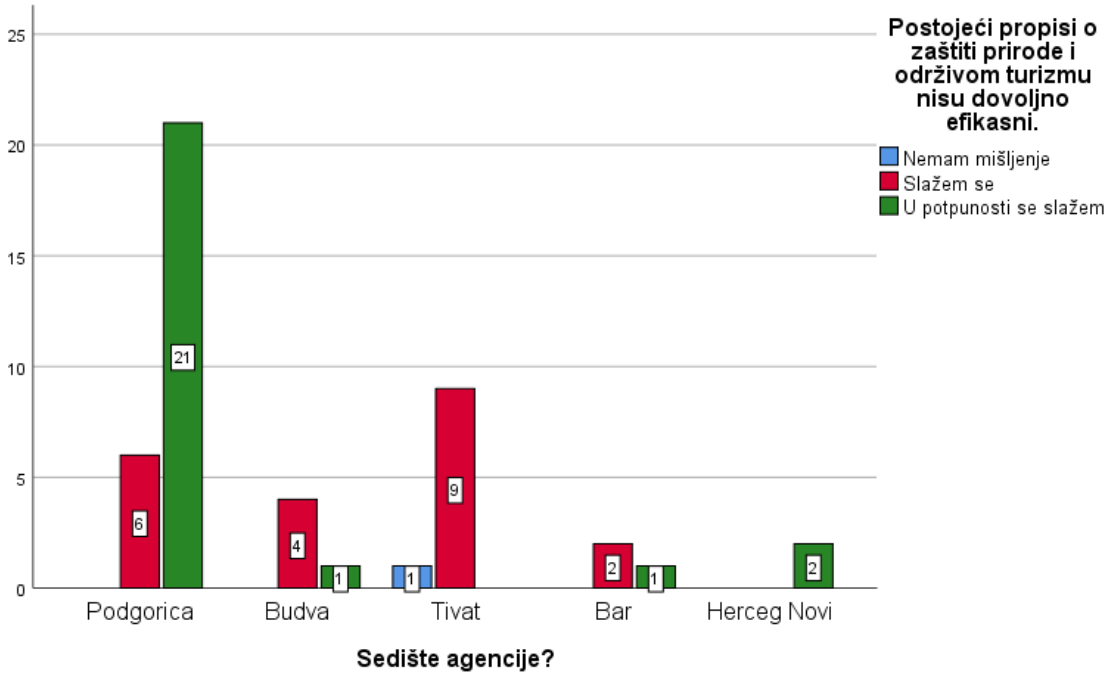
16 U Baru, 4,3% se slaže, dok se 2,1% u potpunosti slaže s tvrdnjom, čime ovaj grad ukupno učestvuje sa 6,4% u zbiru odgovora. Herceg Novi doprinosi sa 4,3% potpune saglasnosti, bez izraženih neutralnih ili blažih stavova, što ukazuje na izražen, iako kvantitativno ograničen, kritički ton. Statistička analiza putem Pearson Chi-kvadrat testa potvrđuje postojanje značajne povezanosti između sedišta agencije i izraženog stava o efikasnosti propisa ($\chi^2 = 24{,}428$; df = 8; p = 0,002). Dobijeni rezultat ukazuje na to da geografski i lokalni kontekst igra važnu ulogu u oblikovanju percepcije o zakonodavnom okviru i njegovoj primeni. Uočene razlike među gradovima sugerišu da se zakoni ne doživljavaju jednako u svim sredinama, što može biti posledica različitih institucionalnih kapaciteta, stepena ekoloških izazova ili stepena lokalne uključenosti u procese donošenja i sprovođenja regulative. Ukupna slika govori u prilog široko rasprostranjenom stavu da propisi u oblasti održivog turizma i zaštite prirode nisu dovoljno delotvorni, što predstavlja signal za nadležne institucije da preispitaju postojeće zakonske mehanizme, njihovu implementaciju i nadzorne mehanizme, te da omoguće jaču participaciju lokalnih aktera i bolju koordinaciju između sektora turizma i zaštite životne sredine.

Tabela 48. Nedovoljnost postojećih propisa

			Postojeći propisi o zaštiti prirode i održivom turizmu nisu dovoljno efikasni.			Total
			Nemam mišljenje	Slažem se	U potpunosti se slažem	
Sedište agencije?	Podgorica	Count	0	6	21	27
		% of Total	0,0%	12,8%	44,7%	57,4%
	Budva	Count	0	4	1	5
		% of Total	0,0%	8,5%	2,1%	10,6%
	Tivat	Count	1	9	0	10
		% of Total	2,1%	19,1%	0,0%	21,3%
	Bar	Count	0	2	1	3
		% of Total	0,0%	4,3%	2,1%	6,4%
	Herceg Novi	Count	0	0	2	2
		% of Total	0,0%	0,0%	4,3%	4,3%
Total		Count	1	21	25	47
		% of Total	2,1%	44,7%	53,2%	100,0%

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,428a	8	,002

Izvor: Istraživanje autora



Grafikon 14. Efikasnost propisa

Tabela 49 prikazuje stavove predstavnika turističkih agencija iz različitih crnogorskih gradova u vezi sa tvrdnjom da konkurencija sa masovnim turizmom otežava primenu održivih praksi. Rezultati pokazuju visok stepen saglasnosti sa ovom tvrdnjom, pri čemu se 53,2% ispitanika u potpunosti slaže, a 44,7% navodi da se slaže. Samo 2,1% učesnika nema formirano mišljenje, dok nijedan ne izražava neslaganje. Ovi podaci ukazuju na široko rasprostranjenu percepciju da model masovnog turizma predstavlja ozbiljnu prepreku za uvođenje i sprovođenje održivih turističkih praksi. Najveći udeo učesnika dolazi iz Podgorice, gde se 44,7% ukupnog uzorka u potpunosti slaže s tvrdnjom, a dodatnih 12,8% izražava slaganje. Time ispitanici iz glavnog grada čine ukupno 57,4% odgovora, i svi bez izuzetka dele stav da konkurencija masovnog turizma negativno utiče na održivost, bez ijednog neutralnog ili suprotnog odgovora. Ovakav rezultat ukazuje na izrazito visok nivo svesti i izražen kritički odnos prema modelima koji se kose sa principima održivog razvoja. U Tivtu, drugom po zastupljenosti među gradovima, 19,1% ukupnog uzorka izražava slaganje sa tvrdnjom, dok 2,1% nema mišljenje, a nijedan učesnik nije naveo potpunu saglasnost. Sličan obrazac je prisutan i u ranijim analizama, gde se Tivat odlikuje opreznijim, nijansiranijim stavovima, bez izraženih ekstermnih vrednosti, što može biti posledica specifičnog razvoja lokalne turističke ponude i njene strukture.

Budva, kao jedna od ključnih destinacija masovnog turizma, učestvuje sa 10,6% u ukupnom uzorku. Unutar ove grupe, 8,5% učesnika se slaže sa tvrdnjom, dok 2,1% izražava potpunu saglasnost. Ovakvi rezultati mogu biti odraz konkurentskog pritiska koji dolazi upravo iz sektora u kojem je masovni turizam dominantan, čime se i potvrđuje teza da ovakav oblik turizma otežava sprovođenje alternativnih, održivih modela. U Baru je zabeleženo 4,3% slaganja i 2,1% potpune saglasnosti, dok Herceg Novi beleži 4,3% potpune saglasnosti. Iako ove destinacije imaju manji broj učesnika, odgovori su u skladu sa širim obrascem saglasnosti sa tvrdnjom, što potvrđuje

da se problem konkurencije masovnog turizma prepoznaje i u sredinama koje nisu nužno prve asocijacije na masovni turizam.

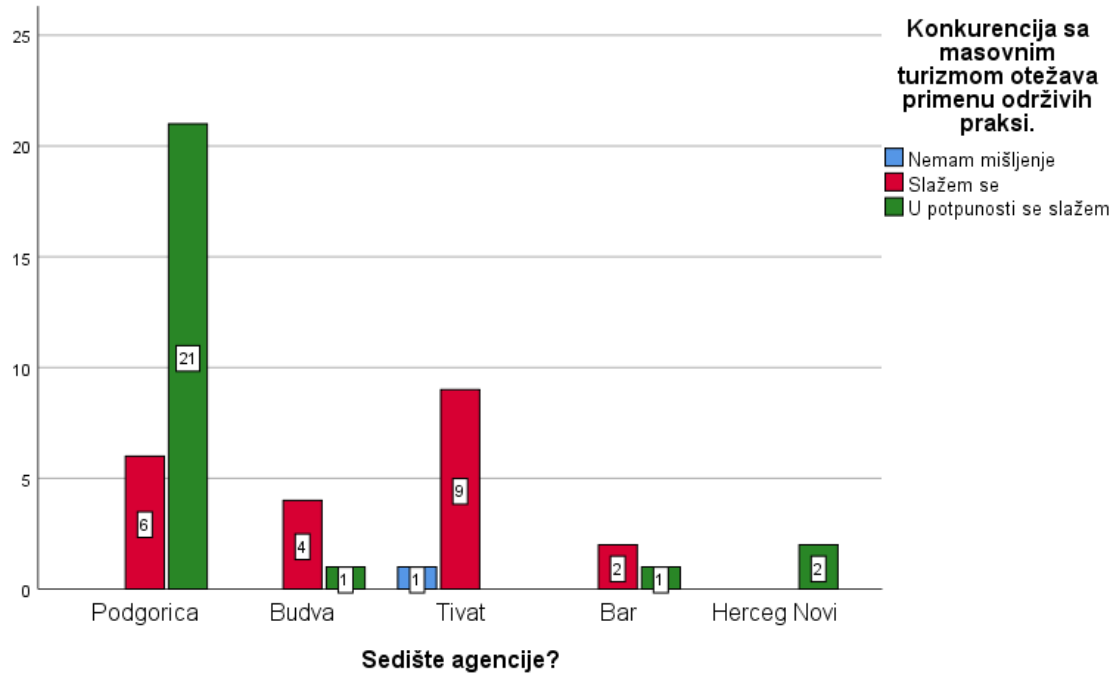
Statistička analiza pomoću Pearson Chi-kvadrat testa ukazuje na značajnu povezanost između sedišta agencije i percepcije o uticaju masovnog turizma na održive prakse ($\chi^2 = 24,428$; df = 8; p = 0,002). Ova visoka statistička značajnost potvrđuje da stavovi variraju u zavisnosti od lokalnog konteksta i specifičnih izazova sa kojima se agencije suočavaju u svakodnevnom poslovanju. Ukupna slika jasno ukazuje na to da akteri u turizmu širom Crne Gore prepoznaju masovni turizam kao ozbiljnu prepreku u razvoju održivih praksi. U kontekstu strateškog planiranja razvoja turizma, ovi rezultati ukazuju na potrebu redefinisanja konkurentskog okvira u kojem održivi turizam deluje, kroz političke, regulatorne i promotivne mehanizme koji bi omogućili bolje pozicioniranje održivih modela naspram masovnih, dominantnih turističkih struktura.

Tabela 49. Konkurencija sa masovnim turizmom

			Konkurencija sa masovnim turizmom otežava primenu održivih praksi.			Total
			Nemam mišljenje	Slažem se	U potpunosti se slažem	
Sedište agencije?	Podgorica	Count	0	6	21	27
		% of Total	0,0%	12,8%	44,7%	57,4%
	Budva	Count	0	4	1	5
		% of Total	0,0%	8,5%	2,1%	10,6%
	Tivat	Count	1	9	0	10
		% of Total	2,1%	19,1%	0,0%	21,3%
	Bar	Count	0	2	1	3
		% of Total	0,0%	4,3%	2,1%	6,4%
	Herceg Novi	Count	0	0	2	2
		% of Total	0,0%	0,0%	4,3%	4,3%
Total		Count	1	21	25	47
		% of Total	2,1%	44,7%	53,2%	100,0%

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,428a	8	,002

Izvor: Istraživanje autora



Grafikon 15. Konkurentnost destinacija I održive prakse

BUDUĆI PLANOVI I STRATEGIJE

Kroz ovu analizu istraženi su planovi i namere stejkholdera u vezi sa unapređenjem održivosti turizma. Proučena je i uloga prostorne pripadnosti u oblikovanju pristupa daljem razvoju održivih inicijativa.

Tabela. 50. Ekološke inicijative

			Planiramo dodatne ekološke inicijative u našem poslovanju.			Total
			Nemam mišljenje	Slažem se	U potpunosti se slažem	
Sedište agencije?	Podgorica	Count	0	6	21	27
		% of Total	0,0%	12,8%	44,7%	57,4%
	Budva	Count	0	4	1	5

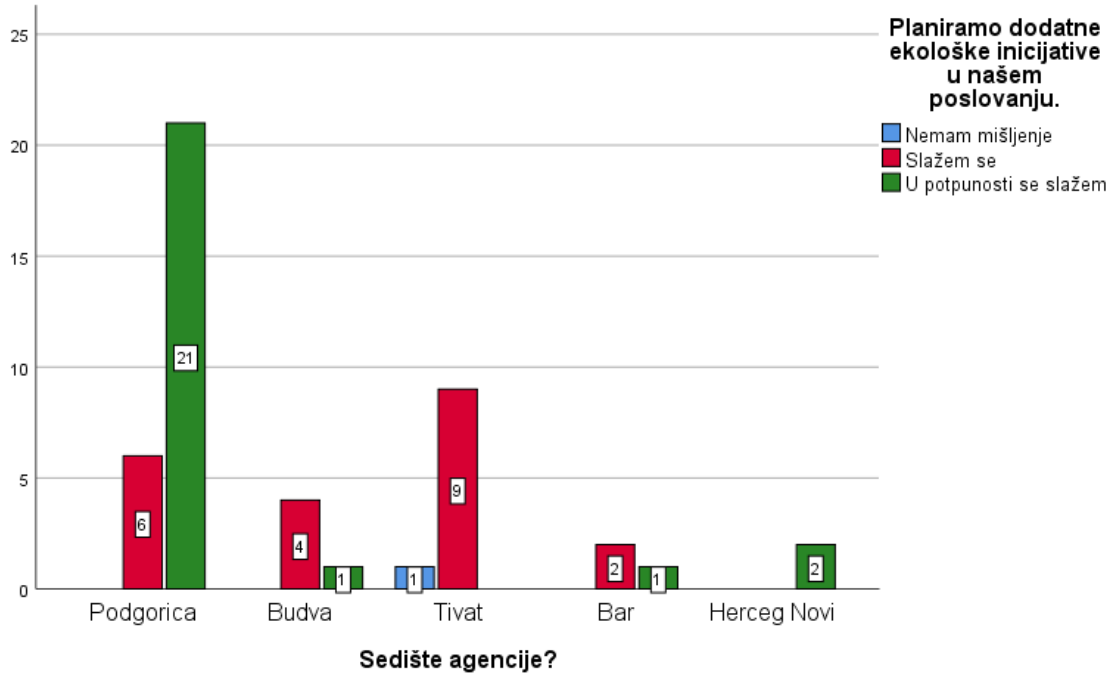
		% of Total	0,0%	8,5%	2,1%	10,6%
	Tivat	Count	1	9	0	10
		% of Total	2,1%	19,1%	0,0%	21,3%
	Bar	Count	0	2	1	3
		% of Total	0,0%	4,3%	2,1%	6,4%
	Herceg Novi	Count	0	0	2	2
		% of Total	0,0%	0,0%	4,3%	4,3%
Total		Count	1	21	25	47
		% of Total	2,1%	44,7%	53,2%	100,0%

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,428a	8	,002

Izvor: Istraživanje autora

Na osnovu podataka prikazanih u tabeli 50, jasno se vidi da velika većina turističkih agencija u različitim crnogorskim gradovima izražava visok stepen saglasnosti sa tvrdnjom „Planiramo dodatne ekološke inicijative u našem poslovanju“. Od ukupno 47 ispitanika, čak 25 njih (53,2%) u potpunosti se slaže, dok se dodatnih 21 ispitanik (44,7%) slaže sa navedenim stavom. Samo jedan ispitanik (2,1%) izneo je neutralan stav („nemam mišljenje“), dok nijedan učesnik nije izrazio neslaganje, što ukazuje na gotovo konsenzualan pozitivan odnos prema održivom razvoju i ekološkoj odgovornosti u okviru poslovanja turističkih agencija. Kada se odgovori analiziraju prema sedištu agencije, uočavaju se interesantne teritorijalne razlike koje dodatno osvetljavaju lokalne kontekste i specifičnosti. Agencije iz Podgorice čine većinski deo uzorka (27 učesnika), pri čemu je čak 21 ispitanik iz glavnog grada (44,7% ukupnog uzorka) izjavio da se u potpunosti slaže sa tvrdnjom, dok je 6 ispitanika označilo odgovor slažem se. Ovakva koncentracija pozitivnih stavova u Podgorici može ukazivati na viši nivo institucionalne povezanosti sa nacionalnim strategijama održivog turizma, veću uključenost u razvojne i međunarodne projekte, ili jednostavno bolju dostupnost informacija i edukacije o ekološkim standardima.

U Tivtu, od 10 učesnika čak 9 (19,1% ukupnog uzorka) označilo je odgovor slažem se, dok nijedan nije izabrao u potpunosti se slažem. Ovaj rezultat može ukazivati na postojanje pozitivne orijentacije, ali uz nešto veću dozu rezerve ili pragmatičnosti u proceni konkretnih koraka koje je potrebno preduzeti. U Budvi, od ukupno 5 ispitanika, 4 se slažu sa tvrdnjom, dok je jedan odgovorio u potpunosti se slažem, što čini skroman, ali ipak nedvosmisleno pozitivan odgovor lokalnih aktera. Slično važi i za Bar, gde su zabeležena dva odgovora slažem se i jedan u potpunosti se slažem. Herceg Novi je zastupljen sa najmanje odgovora (2), ali oba učesnika su se izjasnila sa najvišim stepenom slaganja. Rezultati Pearson Chi-kvadrat testa (χ^2=24,428; df=8; p=0,002) ukazuju na statistički značajnu povezanost između sedišta agencije i stava prema planiranju ekoloških inicijativa, što znači da se obrasci odgovora ne javljaju slučajno već se razlikuju u zavisnosti od geografskog porekla ispitanika. Ova razlika može biti rezultat brojnih faktora, uključujući razlike u stepenu urbanizacije, lokalnoj turističkoj infrastrukturi, dostupnosti podrške za zelene inicijative, kao i specifičnostima potražnje na turističkom tržištu. Ovi rezultati ukazuju na snažnu podršku održivim i ekološki odgovornim praksama među turističkim agencijama u Crnoj Gori, pri čemu je evidentno da regionalni kontekst igra značajnu ulogu u oblikovanju tih stavova. Ovo predstavlja dobar osnov za dalji razvoj ekoloških politika i lokalizovanih strategija održivog turizma koje uzimaju u obzir različite potrebe, mogućnosti i izazove pojedinih destinacija.



Grafikon 16. Planiranje inicijativa

73 Na osnovu podataka prikazanih u Tabeli 51, jasno se vidi visok stepen saglasnosti turističkih agencija u Crnoj Gori sa tvrdnjom da digitalne tehnologije mogu doprineti razvoju održivog turizma. Od ukupno 47 ispitanika, njih 25 (53,2%) u potpunosti se slaže, dok se dodatnih 21 (44,7%) slaže. Samo jedan ispitanik (2,1%) iskazao je neutralan stav („nemam mišljenje“), dok negativni odgovori nisu zabeleženi. Ovi nalazi ukazuju na gotovo jednoglasno pozitivno mišljenje o ulozi digitalizacije u ostvarivanju ciljeva održivog razvoja u turizmu. Kada se odgovori posmatraju prema sedištu agencije, ponovo je najizraženiji pozitivan stav zabeležen kod ispitanika iz Podgorice, gde čak 21 učesnik u potpunosti deli mišljenje da digitalne tehnologije doprinose održivosti, dok 6 njih izražava saglasnost. Ukupno gledano, agencije iz glavnog grada čine 57,4% uzorka i dominantno zastupaju ovaj stav.

U Tivtu, od ukupno 10 ispitanika, čak 9 (19,1% ukupnog uzorka) su označili odgovor slažem se, dok nijedan nije odabrao u potpunosti se slažem. Ovaj obrazac odgovora ukazuje na prisutno pozitivno mišljenje, iako nešto rezervisanije u poređenju sa Podgoricom. Budva beleži 4 odgovora „slažem se“ i samo jedan „u potpunosti se slažem“, dok su Bar i Herceg Novi zastupljeni manjim brojem učesnika, ali takođe beleže visoke stepene slaganja.

Rezultati Pearson Chi-kvadrat testa (χ^2=24,428; df=8; p=0,002) ukazuju na statistički značajnu povezanost između sedišta agencije i stavova o doprinosu digitalnih tehnologija održivom razvoju, što znači da geografski kontekst utiče na percepciju ove teme.

Ovakvi rezultati mogu se tumačiti u svetlu različitog nivoa digitalne infrastrukture, institucionalne podrške, kao i prisustva edukativnih i promotivnih aktivnosti koje promovišu održive digitalne alate. U Podgorici, kao administrativno i ekonomski najsnažnijem centru, verovatno postoji bolji pristup relevantnim resursima, digitalnim alatima i projektima usmerenim ka održivosti, što može objasniti izraženije pozitivne stavove. S druge strane, oprezniji odgovori u Tivtu, Budvi i drugim gradovima mogu ukazivati na potrebu za dodatnim ulaganjem u digitalnu transformaciju turističkih agencija, edukaciju kadrova i kreiranje lokalno prilagođenih digitalnih rešenja koja bi direktno doprinosila ekološkoj, društvenoj i ekonomskoj održivosti. Rezultati potvrđuju da turističke agencije prepoznaju potencijal digitalnih tehnologija kao ključnih instrumenata za unapređenje održivih praksi, ali ističu i važnost teritorijalno specifičnih pristupa kako bi se obezbedila ravnomerna implementacija digitalnih inovacija u različitim delovima zemlje.

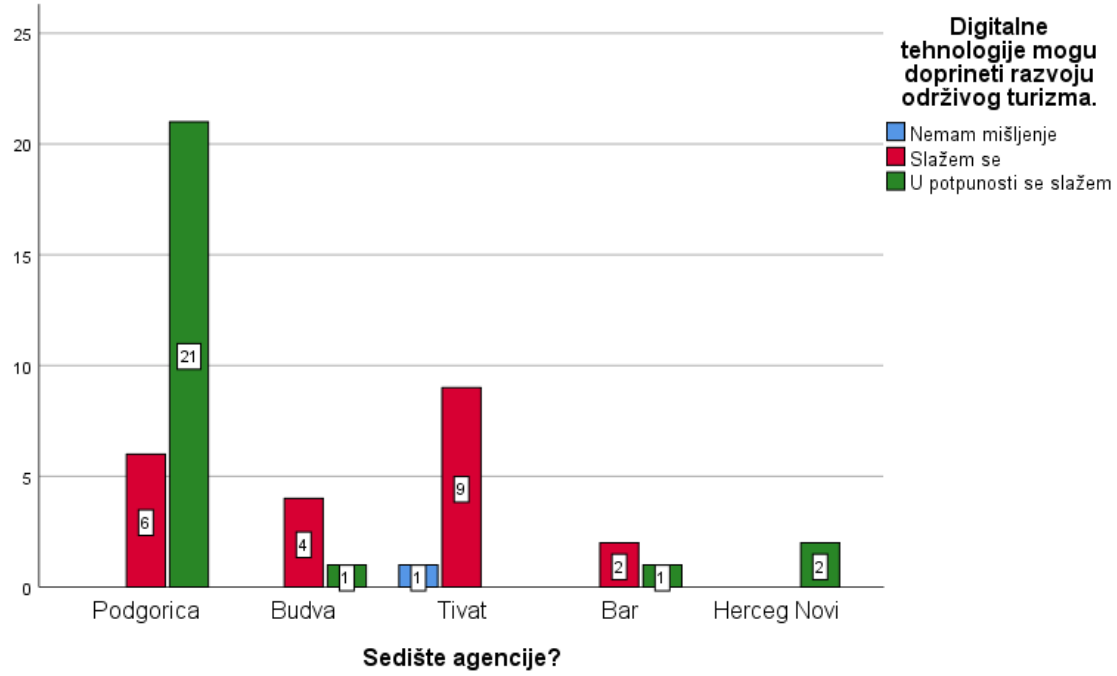
Tabela 51. Komparativni prikaz stavova turističkih agencija o doprinosu digitalnih tehnologija održivom razvoju turizma prema sedištu agencije sa rezultatima Pearsonovog hi-kvadrat testa

	Digitalne tehnologije mogu doprineti razvoju održivog turizma.			Total
	Nemam mišljenje	Slažem se	U potpunosti se slažem	

Sedište agencije?	Podgorica	Count	0	6	21	27
		% of Total	0,0%	12,8%	44,7%	57,4%
	Budva	Count	0	4	1	5
		% of Total	0,0%	8,5%	2,1%	10,6%
	Tivat	Count	1	9	0	10
		% of Total	2,1%	19,1%	0,0%	21,3%
	Bar	Count	0	2	1	3
		% of Total	0,0%	4,3%	2,1%	6,4%
	Herceg Novi	Count	0	0	2	2
		% of Total	0,0%	0,0%	4,3%	4,3%
Total		Count	1	21	25	47
		% of Total	2,1%	44,7%	53,2%	100,0%

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,428a	8	,002

Izvor: Istraživanje autora



Grafikon 17. Komparativni prikaz stavova turističkih agencija o ulozi digitalnih tehnologija u održivom razvoju turizma prema sedištu agencije

Na osnovu podataka prikazanih u Tabeli 52, može se zaključiti da postoji veoma izražen konsenzus među turističkim agencijama u Crnoj Gori u pogledu tvrdnje da će održivi turizam povećati konkurentnost Crne Gore kao turističke destinacije. Od ukupno 47 ispitanika, čak 25

(53,2%) u potpunosti se slaže sa ovom tvrdnjom, dok dodatnih 21 ispitanik (44,7%) izražava saglasnost. Samo jedan učesnik (2,1%) naveo je da „nema mišljenje“, dok negativni stavovi nisu zabeleženi. Ovakva struktura odgovora ukazuje na gotovo jednoglasno pozitivno viđenje održivog turizma kao strateškog instrumenta za jačanje pozicije Crne Gore na međunarodnom turističkom tržištu.

Detaljnija analiza prema sedištu agencije otkriva regionalne obrasce koji osvetljavaju lokalne percepcije i kontekste. Podgorica ponovo prednjači po broju učesnika koji se u potpunosti slažu sa tvrdnjom – čak 21 od 27 ispitanika iz ovog grada, što čini 44,7% ukupnog uzorka. Dodatnih 6 njih izražava saglasnost, što potvrđuje stabilan i izražen pozitivan stav predstavnika agencija iz glavnog grada. Ovaj rezultat može biti refleksija boljeg uvida u strateške dokumente, nacionalne i međunarodne trendove, kao i učestvovanja u relevantnim programima održivog razvoja. U Tivtu, 9 od ukupno 10 ispitanika (19,1%) izabralo je odgovor slažem se, dok nijedan nije označio u potpunosti se slažem. Ovaj obrazac je sličan kao i u prethodnim analizama – prepoznaje se značaj održivosti, ali bez izražene čvrste opredeljenosti, što može upućivati na oprez ili na nedostatak konkretnih lokalnih inicijativa koje bi potvrdile direktnu povezanost između održivosti i konkurentnosti.

Budva, Bar i Herceg Novi beleže manji broj odgovora, ali svi su pozitivno orijentisani. U Budvi se 4 ispitanika slažu, a jedan u potpunosti se slaže; u Baru su prisutna oba odgovora; dok u Herceg Novom oba učesnika iskazuju najviši stepen slaganja. Iako su uzorci manji, dosledno odsustvo negativnih i neutralnih odgovora dodatno potvrđuje dominantnu podršku konceptu održivog turizma kao faktoru konkurentnosti. Pearson Chi-kvadrat test pokazuje da postoji statistički značajna povezanost između sedišta agencije i stavova o uticaju održivog turizma na konkurentnost Crne Gore (χ^2=24,428; df=8; p=0,002). Drugim rečima, stavovi po ovom pitanju

variraju u zavisnosti od geografske lokacije agencije, što može biti posledica različitog stepena uključenosti u održive prakse, dostupnosti informacija, kao i percepcije tržišnih prilika.

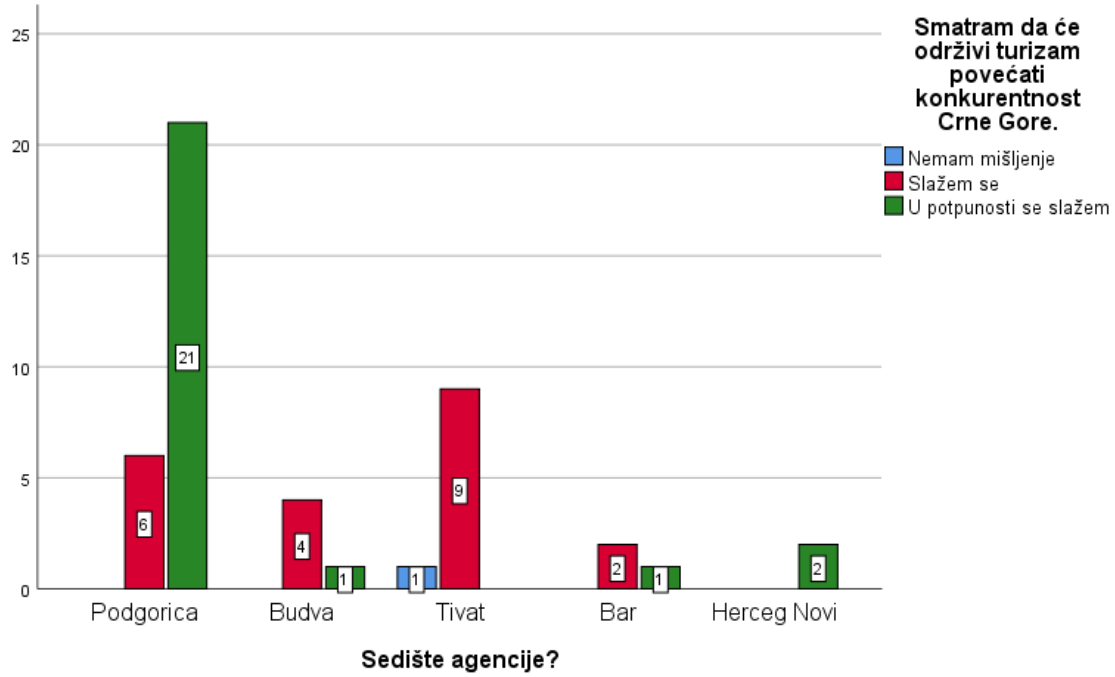
Ukupno posmatrano, rezultati iz Tabele 52 dodatno potvrđuju da među turističkim agencijama postoji jasno izražena svest o važnosti održivog razvoja, ne samo kao ekološkog imperativa, već i kao ekonomskog i strateškog resursa. Održivost se ovde ne percipira kao trošak, već kao konkurentska prednost koja može unaprediti kvalitet ponude, privući odgovornije turiste i dugoročno ojačati poziciju Crne Gore kao atraktivne i odgovorne destinacije na globalnom tržištu.

Tabela 52. Komparativni prikaz stavova turističkih agencija o uticaju održivog turizma na povećanje konkurentnosti Crne Gore prema sedištu agencije sa rezultatima Pearsonovog hi-kvadrat testa

			Smatram da će održivi turizam povećati konkurentnost Crne Gore.			Total
			Nemam mišljenje	Slažem se	U potpunosti se slažem	
Sedište agencije?	Podgorica	Count	0	6	21	27
		% of Total	0,0%	12,8%	44,7%	57,4%
	Budva	Count	0	4	1	5
		% of Total	0,0%	8,5%	2,1%	10,6%
	Tivat	Count	1	9	0	10
		% of Total	2,1%	19,1%	0,0%	21,3%
	Bar	Count	0	2	1	3
		% of Total	0,0%	4,3%	2,1%	6,4%
	Herceg Novi	Count	0	0	2	2
		% of Total	0,0%	0,0%	4,3%	4,3%
Total		Count	1	21	25	47
		% of Total	2,1%	44,7%	53,2%	100,0%

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,428a	8	,002

Izvor: Istraživanje autora



Grafikon 18. Komparativni prikaz stavova turističkih agencija o doprinosu održivog turizma povećanju konkurentnosti Crne Gore prema sedištu agencije

13 Na osnovu podataka iz Tabele 53, može se zaključiti da među turističkim agencijama u Crnoj Gori postoji gotovo jednoglasan stav da je potrebno više investicija u promociju ekološkog

68 i kulturnog turizma. Od ukupno 47 ispitanika, 53,2% (n = 25) u potpunosti se slaže sa ovom tvrdnjom, dok 44,7% (n = 21) izražava saglasnost, a samo 1 ispitanik (2,1%) navodi da nema mišljenje. Negativni odgovori nisu zabeleženi, što ukazuje na visok nivo saglasnosti o značaju promocije specifičnih, održivih vidova turizma za budući razvoj turističke ponude. Analiza prema sedištu agencije dodatno osvetljava regionalne obrasce u percepciji ove teme. Agencije iz Podgorice dominiraju i po brojnosti i po stepenu slaganja: čak 21 ispitanik iz glavnog grada (44,7%

16 ukupnog uzorka) u potpunosti se slaže sa tvrdnjom, dok ih 6 navodi odgovor slažem se. Ovi rezultati ukazuju na visoku svest o potrebi za strateškim i dobro ciljanih promotivnim aktivnostima koje bi istakle kulturno-ekološke vrednosti destinacije.

U Tivtu, odgovori svih ispitanika su pozitivni, ali nešto suzdržaniji – 9 od 10 ispitanika (19,1% ukupnog uzorka) izabralo je slažem se, dok nijedan nije označio najviši stepen slaganja. Ovakav obrazac može ukazivati na svest o značaju promocije, ali i na potencijalne rezerve ili nedovoljnu podršku kroz lokalne ili državne promotivne kampanje. U Budvi se beleži 5 odgovora: 4 slažem se i 1 u potpunosti se slažem, dok su odgovori iz Bara (2 + 1) i Herceg Novog (2 odgovora sa najvišim stepenom slaganja) takođe u potpunosti pozitivni, iako su ti gradovi zastupljeni sa manjim brojem ispitanika. I pored ograničene veličine uzorka u tim mestima, dosledno odsustvo negativnih stavova dodatno potvrđuje opštu usklađenost mišljenja među agencijama.

Rezultat Pearson Chi-kvadrat testa ($\chi^2 = 24{,}428$; df = 8; p = 0,002) pokazuje da postoji statistički značajna povezanost između sedišta agencije i stava o potrebi za većim ulaganjem u promociju ekološkog i kulturnog turizma, što znači da se percepcije ove potrebe razlikuju u zavisnosti od geografske lokacije agencije. Ovi nalazi upućuju na to da promotivne aktivnosti nisu samo pitanje estetike ili vidljivosti, već ključni razvojni mehanizam za pozicioniranje Crne Gore kao održive, kulturno-autentične destinacije. Agencije, naročito one iz većih i administrativno značajnijih centara poput Podgorice, pokazuju visok nivo svesti o tome da promocija treba da ide u pravcu diferencijacije ponude i privlačenja turista koji cene autentičnost, održivost i lokalni identitet. Zaključno, rezultati iz Tabele 53 ukazuju na snažan profesionalni konsenzus o potrebi za strateški vođenim i finansijski podržanim promotivnim kampanjama koje afirmišu ekološki i kulturni turizam, kao i na potrebu da se ovakve aktivnosti ravnomerno razvijaju i podrže u svim delovima zemlje, u skladu s lokalnim potencijalima i izazovima.

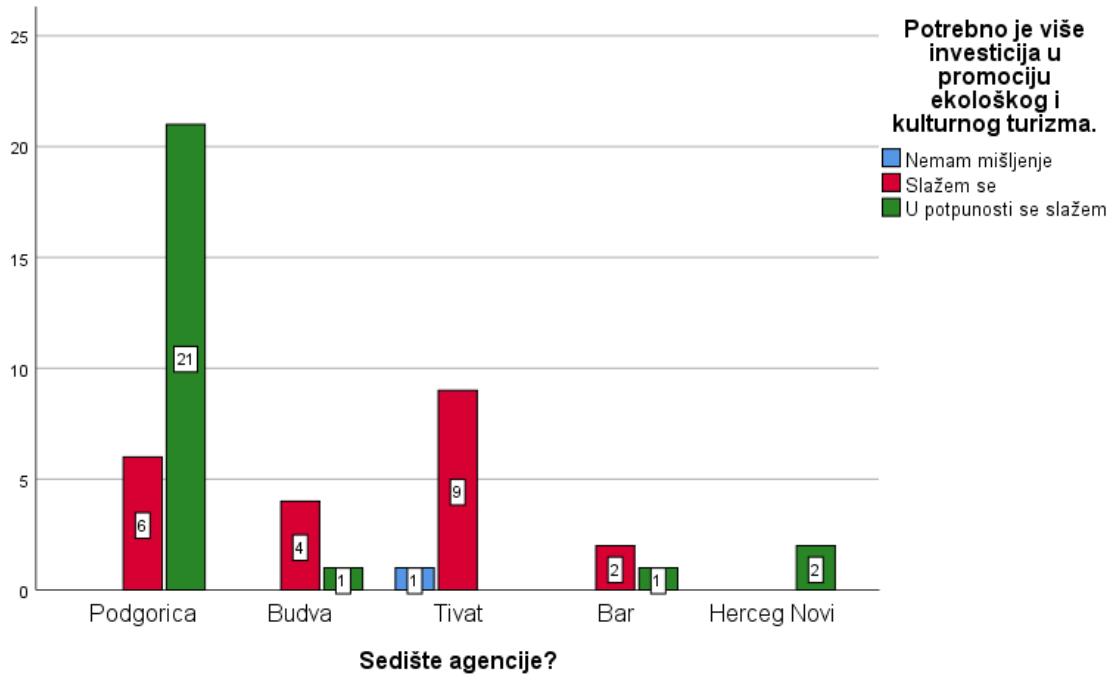
Tabela 53. Potreba za promotivnim aktivnostima

			Potrebno je više investicija u promociju ekološkog i kulturnog turizma.			Total
			Nemam mišljenje	Slažem se	U potpunosti se slažem	
Sedište agencije?		Count	0	6	21	27

	Podgorica	% of Total	0,0%	12,8%	44,7%	57,4%
	Budva	Count	0	4	1	5
		% of Total	0,0%	8,5%	2,1%	10,6%
	Tivat	Count	1	9	0	10
		% of Total	2,1%	19,1%	0,0%	21,3%
	Bar	Count	0	2	1	3
		% of Total	0,0%	4,3%	2,1%	6,4%
	Herceg Novi	Count	0	0	2	2
		% of Total	0,0%	0,0%	4,3%	4,3%
Total		Count	1	21	25	47
		% of Total	2,1%	44,7%	53,2%	100,0%

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,428a	8	,002

Izvor: Istraživanje autora



Grafikon 19. Značaj investicija

Na osnovu podataka prikazanih u Tabeli 54, evidentno je da među turističkim agencijama u Crnoj Gori vlada snažno pozitivno mišljenje o dugoročnoj korisnosti održivih turističkih praksi.

Od ukupno 47 ispitanika, 25 (53,2%) u potpunosti se slaže sa tvrdnjom „Vidim dugoročnu korist od održivih turističkih praksi u Crnoj Gori“, dok dodatnih 21 učesnik (44,7%) izražava saglasnost, a samo jedan (2,1%) navodi da „nema mišljenje“. Negativni odgovori uopšte nisu zabeleženi, što ukazuje na gotovo jednoglasno uverenje u vrednost i opravdanost održivog pristupa razvoju turizma.

Posmatrano prema sedištu agencije, i u ovoj tabeli Podgorica prednjači kako po brojnosti tako i po izraženosti stavova – 21 ispitanik (44,7%) iz glavnog grada u potpunosti se slaže, a dodatnih 6 izražava saglasnost. Ovaj podatak potvrđuje obrazac uočen i u prethodnim analizama: turistički akteri iz administrativnog i institucionalnog centra Crne Gore pokazuju najviši nivo ekološke i razvojne osvešćenosti. Mogući razlozi uključuju pristup edukativnim resursima, učešće u nacionalnim i međunarodnim projektima, kao i veće mogućnosti za strateško planiranje. U Tivtu, svih 10 odgovora su pozitivni, ali suzdržaniji: 9 ispitanika označilo je odgovor slažem se, dok je jedan ispitanik bio neutralan. Odsustvo odgovora u potpunosti se slažem sugeriše postojanje pozitivne orijentacije, ali i potencijalne zadrške u vezi sa brzinom, efikasnošću ili praktičnim efektima održivih politika u konkretnom lokalnom kontekstu. Budva, Bar i Herceg Novi pokazuju dosledno pozitivne stavove, iako su uzorci manji. U Budvi, četiri odgovora su slažem se, a jedan u potpunosti se slažem; u Baru je zabeležen isti obrazac (2 + 1), dok u Herceg Novom oba ispitanika izražavaju najviši nivo slaganja. Ovi rezultati, iako ograničeni veličinom uzorka, podržavaju dominantni trend prepoznavanja dugoročnih koristi održivih praksi u turizmu.

208

Pearson Chi-kvadrat test ($\chi^2 = 24,428$; df = 8; p = 0,002) pokazuje statistički značajnu povezanost između geografske lokacije agencije i percepcije dugoročne koristi održivog turizma, što znači da stavovi značajno variraju u zavisnosti od sedišta agencije. Ovi rezultati potvrđuju da među crnogorskim turističkim agencijama preovlađuje svest o održivosti kao strateškoj vrednosti,

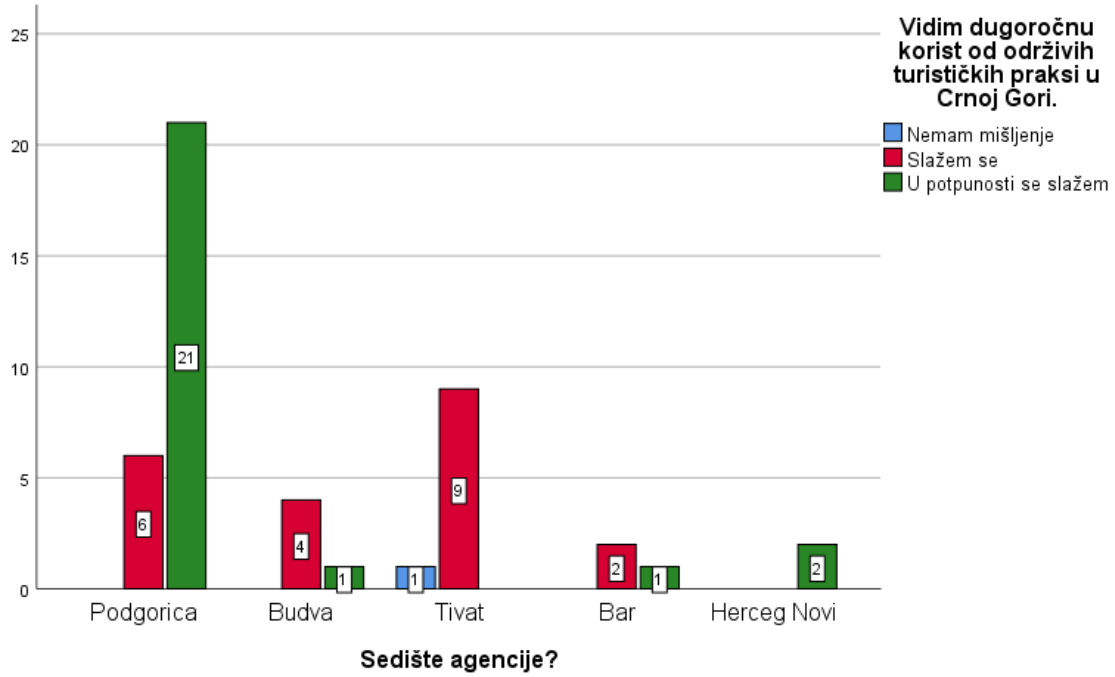
ne samo za zaštitu prirodnih i kulturnih resursa, već i za dugoročno očuvanje konkurentnosti destinacije, stabilnost prihoda i zadovoljstvo lokalne zajednice. Razlike među gradovima upućuju na potrebu za lokalizovanim pristupima i dodatnim merama podrške u sredinama gde postoji latentna pozitivna orijentacija, ali možda nedovoljna institucionalna ili infrastrukturna podrška za sprovođenje održivih rešenja u praksi. Zaključno, Tabela 54 potvrđuje da turističke agencije vide održive prakse kao dugoročno isplative, strateški mudre i društveno odgovorne, ali ukazuje i na važnost teritorijalno diferenciranih pristupa u promociji i implementaciji održivih turističkih politika širom Crne Gore.

Tabela 54. Korisnist od održivih praksi

			Vidim dugoročnu korist od održivih turističkih praksi u Crnoj Gori.			Total
			Nemam mišljenje	Slažem se	U potpunosti se slažem	
Sedište agencije?	Podgorica	Count	0	6	21	27
		% of Total	0,0%	12,8%	44,7%	57,4%
	Budva	Count	0	4	1	5
		% of Total	0,0%	8,5%	2,1%	10,6%
	Tivat	Count	1	9	0	10
		% of Total	2,1%	19,1%	0,0%	21,3%
	Bar	Count	0	2	1	3
		% of Total	0,0%	4,3%	2,1%	6,4%
	Herceg Novi	Count	0	0	2	2
		% of Total	0,0%	0,0%	4,3%	4,3%
Total		Count	1	21	25	47
		% of Total	2,1%	44,7%	53,2%	100,0%

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,428a	8	,002

Izvor: Istraživanje autora



Grafikon 20. Budućnost je u održivosti

4.5 STUDIJA SLUČAJA: "GREEN SLOVENIA"

Slovenija je prepoznata kao jedna od najuspešnijih zemalja u Evropi u implementaciji održivog turizma kroz projekat i koncept "Green Slovenia". Ovaj model predstavlja integrisani pristup razvoju turističke destinacije koji sinergijski kombinuje ekološke, ekonomske i društvene aspekte sa ciljem očuvanja prirodnih i kulturnih vrednosti, uz unapređenje kvaliteta života lokalnih zajednica i zadovoljenje potreba turista.

"Green Slovenia" se zasniva na principima zelene ekonomije i kružne ekonomije, pri čemu se teži minimizaciji negativnih uticaja turizma na životnu sredinu kroz racionalno korišćenje resursa, smanjenje otpada i emisija gasova sa efektom staklene bašte. Jedan od ključnih stubova je

zaštita biodiverziteta, posebno u Nacionalnim parkovima Triglav i Škocjanske jame, koji predstavljaju dragocenu prirodnu baštinu i glavne turističke atrakcije.

Integralni deo "Green Slovenia" su sistemi ekološke sertifikacije koji obuhvataju hotele, restorane, turističke agencije i lokalne zajednice. Na primer, program „Green Key" i slovenački sertifikat „Slovenia Green" zahtevaju implementaciju ekoloških standarda u oblasti upravljanja energijom i vodom, upravljanja otpadom, korišćenja lokalnih proizvoda i promocije ekološke svesti. Ovi sistemi ne samo da povećavaju konkurentnost turističkih subjekata već i stimulišu kontinuirani razvoj i inovacije u oblasti održivosti.

"Green Slovenia" snažno insistira na edukaciji i uključivanju lokalnih aktera u turistički razvoj. Programi obuke za zaposlene u turizmu, kampanje podizanja svesti turista i lokalnog stanovništva, kao i participativni pristupi u donošenju odluka, doprinose stvaranju zajednice posvećene održivom razvoju. Uključivanje lokalnih proizvođača i zanatlija u turističku ponudu dodatno osnažuje socio-ekonomski razvoj i čuva kulturnu autentičnost.

163 Razvoj infrastrukture u okviru "Green Slovenia" uključuje korišćenje obnovljivih izvora energije, pametnih sistema za upravljanje otpadom i digitalnih tehnologija za praćenje turističkih tokova. Primena „smart tourism" rešenja omogućava optimizaciju kapaciteta turističkih lokacija i minimiziranje negativnih uticaja, posebno u osetljivim prirodnim područjima. Digitalne platforme za informisanje i rezervacije omogućavaju bolju koordinaciju poseta i personalizaciju turističkog iskustva.

"Green Slovenia" promoviše razvoj raznovrsnih oblika turizma, uključujući eko-turizam, ruralni turizam, avanturistički turizam i kulturni turizam. Ova diversifikacija doprinosi smanjenju sezonalnosti i povećanju ekonomske otpornosti destinacije. Poseban značaj ima razvoj lokalnih

tematskih ruta koje kombinuju prirodne lepote i kulturne sadržaje, kao i organizacija događaja koji promovišu održivost i lokalni identitet.

Dakle, “Green Slovenia” predstavlja primer uspešnog integrisanog modela održivog turizma koji kombinuje zaštitu životne sredine, ekonomski razvoj i društvenu inkluziju. Ovaj model može poslužiti kao smernica za druge destinacije koje teže održivom razvoju turizma, posebno u regionima sa bogatom prirodnom i kulturnom baštinom. Sistematski pristup, zasnovan na principima zelene ekonomije, digitalizacije i participacije zajednice, doprinosi dugoročnoj održivosti i konkurentnosti slovenačkog turizma.

Bohinj, Slovenija – Holistički pristup održivom turizmu

Lokacija: Nacionalni park Triglav

Fokus: Zaštita prirode, lokalna proizvodnja, mobilnost

Inicijative:

- Uvođenje **"mobilnosti bez automobila"**: tokom sezone pristup jezeru je moguć samo biciklom, peške ili električnim minibusima.
- Kreiran **brend „Bohinjsko“** koji objedinjuje lokalne proizvođače hrane, rukotvorina i smeštajnih kapaciteta.
- Obavezna sertifikacija za turističke objekte vezana za energetske i ekološke standarde.
- **Kapacitacioni model** kojim se ograničava broj dnevnih posetilaca jezeru radi očuvanja biodiverziteta.

Rezultati:

- Više od 60% turističke potrošnje ostaje u lokalnoj zajednici.

- Ekološka očuvanost jezera je stabilna u poslednjih 10 godina.
- Model prepoznat od strane UNWTO kao primer destinacije otpornog turizma.

Nacionalni park Triglav i njegova oblast Bohinja predstavljaju primer holističkog pristupa održivom turizmu koji integriše zaštitu prirodnih resursa, podršku lokalnoj ekonomiji i inovativne mere mobilnosti. Ovaj model se zasniva na jasnoj viziji očuvanja ekološke ravnoteže, a istovremeno omogućava turistički razvoj koji je u skladu sa kapacitetima i vrednostima destinacije. Jedan od ključnih elemenata ovog pristupa je uvođenje koncepta "mobilnosti bez automobila" u periodima najveće turističke posećenosti, što podrazumeva da je pristup jezeru Bohinj moguć isključivo biciklom, pešačenjem ili električnim minibusima. Ova mera značajno doprinosi smanjenju saobraćajnog zagađenja i buke, čime se štite prirodni ekosistemi i poboljšava kvaliteta boravka kako za posetioce, tako i za lokalno stanovništvo.

Paralelno sa tim, razvoj lokalnog brenda „Bohinjsko“ predstavlja integrisanu platformu koja objedinjuje domaće proizvođače hrane, zanatlije i pružaoce smeštajnih usluga. Ovaj brend funkcioniše kao snažan instrument valorizacije lokalnog identiteta i kulturnog kapitala, doprinoseći povećanju ekonomske koristi za zajednicu. Kroz strogu sertifikaciju turističkih objekata, fokus je stavljen na primenu energetski efikasnih i ekološki prihvatljivih standarda, što predstavlja dodatni korak ka smanjenju ekološkog otiska turizma u regionu. Ovakav sistem sertifikacije osigurava da svi turistički akteri aktivno učestvuju u održivom razvoju destinacije.

Posebnu pažnju privlači i kapacitacioni model upravljanja posetama, kojim je rigorozno definisan maksimalan broj dnevnih turista koji mogu pristupiti jezeru. Ovaj mehanizam, baziran na detaljnim ekološkim studijama i monitoring sistemima, omogućava dugoročno očuvanje biodiverziteta i stabilnost ekosistema jezera. Ograničenje kapaciteta doprinosi izbegavanju

prenatrpanosti, smanjuje pritisak na prirodne resurse i unapređuje iskustvo posetilaca, čime se postiže balans između zaštite okoline i ekonomskog razvoja.

Rezultati primene ovog holističkog pristupa su višestruki i merljivi. Više od 60% ukupne turističke potrošnje ostaje u lokalnoj zajednici, što značajno doprinosi ekonomskom osnaživanju stanovnika i povećava društvenu održivost destinacije. Istovremeno, ekološki pokazatelji potvrđuju da je očuvanost jezera i njegovih prirodnih vrednosti stabilna tokom poslednjih deset godina, što potvrđuje efikasnost i održivost sprovedenih mera. Ovaj model upravljanja i razvoja turizma u Bohinju prepoznat je i kao primer dobre prakse od strane Svetske turističke organizacije (UNWTO), koja ga ističe kao primer destinacije otpornog turizma, sposobne da se prilagodi ekološkim, društvenim i ekonomskim izazovima savremenog doba. Sve navedene inicijative i rezultati čine Bohinj ne samo primerom uspešnog očuvanja prirode i održivog razvoja, već i inspiracijom za druge destinacije koje teže harmoniji između turizma i zaštite životne sredine. Holistički pristup koji kombinuje strogu regulaciju, lokalnu angažovanost i inovativne modele upravljanja pozicionira Bohinj kao lidera u oblasti održivog turizma u Evropi.

Tabela 55. Ključni elementi održivog uspeha

Element	Opis
Participacija zajednice	Sve studije uključuju lokalno stanovništvo kao ravnopravne aktere.
Multisektorski pristup	Integracija turizma sa zaštitom prirode, obrazovanjem i poljoprivredom.
Limitiranje rasta	Jasna kontrola poseta i infrastrukture kako bi se sprečila preeksploatacija.
Autentičnost i tradicija	Fokus na lokalne vrednosti kao temelj turističke ponude.
Digitalna podrška	Korišćenje digitalnih alata za vođenje, promociju i edukaciju turista.

Izvor: istraživanje autora

Bohinj, smešten unutar Nacionalnog parka Triglav, predstavlja jedan od vodećih primera implementacije holističkog modela održivog turizma, koji integriše zaštitu prirodnih i kulturnih resursa, razvoj lokalne ekonomije i inovativne pristupe mobilnosti. Ovaj model, usklađen sa principima održivog razvoja, potvrđuje se kroz višedecenijski rad lokalnih i državnih institucija, kao i kroz participaciju zajednice i relevantnih aktera.

Jedan od ključnih elemenata je uvođenje koncepta "mobilnosti bez automobila" tokom turističke sezone, koji podrazumeva da je pristup jezeru Bohinj dozvoljen isključivo putem ekološki prihvatljivih sredstava — biciklima, pešačenjem ili električnim minibusima. Ova mera ne samo da drastično smanjuje saobraćajno zagađenje i buku, već pozitivno utiče na očuvanje prirodnih ekosistema, kvalitet vazduha i ukupno iskustvo turista i lokalnog stanovništva (Juvan i Dolnicar, 2017; UNEP, 2020).

U ekonomskom segmentu, brendiranje lokalnih proizvoda i usluga kroz inicijativu „Bohinjsko“ omogućava objedinjenu promociju domaće hrane, rukotvorina i smeštajnih kapaciteta, što doprinosi povećanju prihoda i zadržavanju turističke potrošnje unutar zajednice. Na ovaj način, više od 60% turističkih prihoda ostaje u lokalnom ekonomskom sistemu, čime se podstiče socijalna održivost i smanjuje zavisnost od spoljnog kapitala (Slovenian Tourism Board, 2022).

Ekološki standardi predstavljaju neizostavan deo politike održivog razvoja u Bohinju. Turistički objekti su podvrgnuti obaveznoj sertifikaciji koja obuhvata energetske performanse, upravljanje otpadom i tretman voda, čime se smanjuje ekološki otisak turizma i doprinosi zaštiti biodiverziteta. Takva praksa korespondira sa preporukama Svetske turističke organizacije (UNWTO) i Evropske komisije za razvoj „zelenih destinacija“ (UNWTO, 2019; European Commission, 2021).

Poseban doprinos očuvanju prirode ima kapacitacioni model upravljanja posetama, koji propisuje maksimalan broj dnevnih turista na području jezera. Ovaj sistem, podržan naučnim studijama i monitoringom, omogućava balansiranje turističkih aktivnosti i zaštitu ranjivih prirodnih područja, čime se sprečava degradacija ekosistema i obezbeđuje dugoročna održivost (Brezovec i sar., 2019). Rezultati ovih integrisanih mera potvrđuju njihovu efikasnost: ekološka stabilnost jezera je očuvana više od deset godina, a zajednica je dodatno osnažena kroz ekonomske koristi. Model održivog turizma u Bohinju priznat je od strane UNWTO kao primer otpornog turizma, što ga čini relevantnim slučajem za druge destinacije koje se suočavaju sa sličnim izazovima (UNWTO, 2020). Ovakav holistički pristup predstavlja sinergiju između politike, lokalne participacije i inovacija, čime Bohinj ne samo da održava svoje prirodne vrednosti, već i aktivno promoviše društveno-ekonomski razvoj zasnovan na principima održivosti.

4.5.1 ERSPEKTIVE IMPLEMENTACIJE ODRŽIVIH TURISTIČKIH MODELA U CRNOJ GORI

Crna Gora, uprkos svojoj maloj teritoriji, posjeduje izuzetno raznovrsne prirodne resurse i kulturno nasljeđe koji je čine pogodnim prostorom za razvoj održivog i selektivnog turizma. Posebno se ističu planinski predjeli poput Komova, Bjelasice i Durmitora, koji predstavljaju autentična područja za razvoj eko-turizma niskog intenziteta. Ova područja, zbog svoje očuvanosti, geomorfološke složenosti i bogatstva biodiverziteta, omogućavaju implementaciju modela zasnovanih na ograničenim kapacitetima, sa fokusom na očuvanje prirodnog ambijenta i aktivno uključivanje lokalnog stanovništva u turističku ponudu.

U zaleđu crnogorskog primorja nalaze se brojna sela koja su usljed migracionih procesa pretrpjela demografsku i ekonomsku depopulaciju, ali upravo ta praznina otvara mogućnost za

njihovu funkcionalnu revitalizaciju kroz modele održivog ruralnog turizma. Inspirativni primjeri poput slovenačkog koncepta „sLOVEenia“ pokazuju kako autentična sela mogu postati žive laboratorije održivosti, kroz ponudu tematskog smeštaja, promociju lokalne gastronomije i zanatskih praksi, te organizaciju interpretativnih tura koje oživljavaju kulturnu memoriju prostora. Uvođenjem selektivnog turizma, ova sela bi mogla postati nosioci regenerativnog razvoja i doprinijeti očuvanju krajolika i kulturnog identiteta.

U kontekstu prirodnih voda, Skadarsko jezero i rijeka Tara već raspolažu infrastrukturnim i ekološkim preduslovima za razvoj regulisanih aktivnosti poput raftinga, posmatranja ptica i cikloturizma. Međutim, dalji razvoj mora biti strogo vođen principima održivosti, uključujući ograničavanje kapaciteta, praćenje uticaja na ekosisteme i snažnu ulogu lokalnih zajednica u oblikovanju turističkih narativa. Implementacija ekoturističkih aktivnosti mora biti praćena edukacijom kako turista, tako i lokalnih operatera, s ciljem izgradnje odgovornog odnosa prema prirodnim resursima.

Da bi se ovi potencijali sistemski valorizovali, neophodno je uvođenje institucionalno prepoznatih mehanizama. Uvođenje programa sertifikacije za održivi smeštaj, kao što su Green Key ili EU EcoLabel, omogućilo bi standardizaciju kvaliteta usluga i povećanje vidljivosti Crne Gore kao zelene destinacije na međunarodnom tržištu. Ovakvi sertifikati, pored promocije energetske efikasnosti i smanjenja ekološkog otiska, doprinose i diferencijaciji turističke ponude u pravcu održivih niša.

Pored toga, formiranje lokalnih zadružnih brendova – poput hipotetičkog „Bjelopavlićkog doručka“ – predstavljalo bi model za ekonomsku konsolidaciju malih proizvođača i ugostitelja, čime bi se ojačala vertikalna integracija lokalne proizvodnje i turističke potrošnje. Ovakav pristup

omogućava stvaranje identitetski utemeljenih gastronomskih iskustava, koja istovremeno stimulišu lokalnu ekonomiju i unapređuju kulturni kapital destinacije.

Digitalne tehnologije, naročito mobilne aplikacije, mogu igrati ključnu ulogu u organizaciji i interpretaciji turističkog doživljaja. Aplikacije dizajnirane za vođenje turista kroz prirodne i kulturne rute ne samo da olakšavaju orijentaciju i planiranje, već omogućavaju i prenos znanja, promovišu ekološko ponašanje, te smanjuju potrebu za fizičkom infrastrukturom koja bi mogla narušiti prirodni ambijent.

Kako bi se smanjio sezonski pritisak na obalni pojas, posebno tokom ljetnjih mjeseci, preporučuje se prostorno planiranje koje uključuje zoniranje, uvođenje „no-car“ zona i ograničavanje masovnih sadržaja. Takve intervencije omogućile bi kontrolu turističkih tokova i očuvanje vizuelnog i ekološkog integriteta prostora, čime bi se doprinosilo disperziji turista ka unutrašnjosti i smanjenju negativnih eksternalija po lokalne zajednice.

Konačno, implementacija javno-privatnih partnerstava u cilju obnove kulturnih dobara u ruralnim sredinama predstavlja održivi model za očuvanje nematerijalne i materijalne baštine. Uključivanje lokalnih aktera u procese planiranja i upravljanja kulturnim resursima omogućava funkcionalnu integraciju turizma u lokalni razvoj, uz zadržavanje kontrole nad procesima i sadržajem. Na ovaj način se omogućava da turistički razvoj ne bude nametnut, već generisan iznutra, u skladu sa vrijednostima i potrebama lokalne zajednice.

Potencijal Crne Gore:

- Planinski pejzaži (Komovi, Bjelasica, Durmitor) pogodni za eko-turizam sa malim kapacitetom.
- Zatvorena sela u zaleđu primorja mogu se revitalizovati modelima poput sLOVEIJE.

- Skadarsko jezero i rijeka Tara već imaju preduslove za regulisani održivi rafting, biciklizam i posmatranje ptica.

Preporuke za implementaciju:

1. **Uvođenje programa sertifikacije za održivi smeštaj** (Green Key, EU EcoLabel),
2. **Formiranje lokalnih zadružnih brendova** (npr. „Bjelopavlićki doručak“),
3. **Kreiranje mobilnih aplikacija za vođenje turista** kroz prirodne i kulturne rute,
4. **Ograničavanje sezonske eksploatacije obale** kroz zoniranje i "no-car" zone,
5. **Javno-privatna partnerstva za obnovu kulturnih dobara u ruralnim sredinama**.

Zaključna razmatranja o perspektivama održivog turizma u Crnoj Gori ukazuju na sve izraženiju potrebu za integrisanim pristupom koji podrazumijeva ravnotežu između ekonomskog razvoja, očuvanja prirodne baštine i valorizacije lokalne kulture. Iskustva međunarodnih i regionalnih destinacija jasno potvrđuju da turizam koji počiva na principima održivosti ne samo da ne ugrožava prirodne i društvene resurse, već ih može dodatno osnažiti, učiniti otpornijim i ekonomski isplativijim na duži rok. U središtu takvog modela mora se nalaziti lokalna zajednica, čiji se kulturni identitet, znanja i praksa pretvaraju u temelj autentične i diferencirane turističke ponude (Turčinović et al., 2025).

Crna Gora raspolaže impresivnim prirodnim i kulturnim kapitalom, ali stvarna transformacija ka održivom razvoju turizma zavisi od kapaciteta za primjenu savremenih alata, regulatornih mehanizama i participativnog planiranja. Uspješne implementacije iz susjednih zemalja pružaju operativne modele koji mogu biti prilagođeni lokalnim specifičnostima, uključujući sistem sertifikacije, razvoj lokalnih brendova, digitalne inovacije i obnovu ruralne infrastrukture kroz javno-privatna partnerstva. Ukoliko se ovim pristupi strateški i koordinisano, Crna Gora ima

potencijal ne samo da očuva sopstvene vrijednosti, već i da izgradi prepoznatljive studije uspjeha u oblasti održivog turizma, koje bi mogle poslužiti kao referenca u širem regionalnom kontekstu.

4.6 PREPORUKE ZA UNAPREĐENJE KROZ DIGITALIZACIJU I PAMETNO UPRAVLJANJE RESURSIMA.

Digitalizacija i pametno upravljanje predstavljaju savremene alate kojima se može postići efikasniji, održiviji i konkurentniji razvoj turizma. Za Crnu Goru, kao destinaciju bogatu prirodnim i kulturnim resursima, implementacija digitalnih tehnologija doprinosi smanjenju pritiska na osetljive ekosisteme i istovremeno povećava kvalitet turističkog iskustva.

Digitalizacija turističke ponude i promocije predstavlja ključni korak u unapređenju konkurentnosti i održivosti turističkih destinacija, naročito u kontekstu savremenih trendova u ponašanju turista koji sve više vrednuju dostupnost informacija, transparentnost ponude i mogućnost samostalnog planiranja putovanja. U tom smislu, razvoj integrisanih digitalnih platformi na nacionalnom ili regionalnom nivou omogućio bi objedinjavanje različitih aspekata turističke ponude, uključujući informacije o smeštajnim kapacitetima, aktuelnim događajima, prirodnim i kulturnim rutama, lokalnim proizvodima, zanatima i gastronomskim iskustvima. Takva centralizovana infrastruktura doprinela bi ne samo unapređenju korisničkog iskustva već i boljoj koordinaciji među akterima turističkog sistema, posebno u pogledu distribucije informacija, dinamike rezervacija i promocije manje poznatih destinacija.

Implementacijom funkcionalnosti kao što su online rezervacije i elektronska plaćanja, smanjuju se operativne barijere, ubrzava protok turista i minimiziraju problemi vezani za sezonske gužve i neefikasnost u pružanju usluga. Dodatno, povezivanje platforme sa mobilnim aplikacijama koje u realnom vremenu pružaju podatke o vremenskim uslovima, statusu planinarskih i

biciklističkih staza, raspoloživosti kapaciteta i drugim relevantnim parametrima, omogućava fleksibilnije i informisanije ponašanje turista, uz smanjenje negativnog uticaja na prirodnu sredinu usled neplaniranih ili preopterećenih poseta.

U pogledu promocije, digitalni marketing i društvene mreže postaju sve važniji alati za oblikovanje turističke percepcije i kreiranje potražnje, posebno među mlađim segmentima turista zainteresovanih za eko-turizam, avanturistička iskustva i kulturno-istorijsko nasleđe. Korišćenjem ciljanih kampanja baziranih na interesovanjima i demografskim karakteristikama korisnika, moguće je efikasno dopreti do tržišnih niša koje traže autentična i održiva iskustva. Istovremeno, savremene tehnologije kao što su virtuelne ture, video sadržaji sa prostornim prikazima od 360 stepeni, kao i proširena stvarnost (augmented reality), omogućavaju potencijalnim posetiocima da dožive destinaciju pre dolaska, čime se utiče na njihovu motivaciju i spremnost na angažovanje.

Uključivanje lokalnih zajednica i saradnja sa digitalnim influenserima, koji predstavljaju most između destinacije i ciljne publike, dodatno doprinosi autentičnosti promocije. Prikazivanje lokalnog načina života, tradicionalnih znanja i običaja kroz digitalne narative podstiče interesovanje za manje poznata mesta, diverzifikuje turističke tokove i pruža vidljivost inicijativama koje imaju direktne koristi za domaće stanovništvo. Na taj način, digitalizacija se ne svodi samo na tehničku modernizaciju, već postaje alat za inkluzivan i održiv razvoj turizma, koji odgovara potrebama savremenih turista i lokalnih aktera.

Pametno upravljanje prirodnim i kulturnim resursima postaje neizostavan segment održivog turističkog razvoja u savremenim destinacijama, posebno onima koje se suočavaju s pritiscima masovnog turizma i osjetljivošću prirodne i kulturne baštine. Korišćenje tehnologija kao što su Internet of Things (IoT) uređaji, senzori, geografski informacioni sistemi (GIS), kao i

Big Data analitika, omogućava prelazak sa reaktivnog na proaktivni model upravljanja turističkim prostorom i resursima.

Uvođenje IoT uređaja u zaštićena područja omogućava kontinuirano i precizno praćenje ključnih parametara životne sredine, uključujući kvalitet vazduha, vode i nivo buke. Ovi podaci su od suštinskog značaja za očuvanje biodiverziteta, kao i za utvrđivanje granica nosivog kapaciteta prostora. Na primjer, instalacija pametnih brojila i senzora na ulazima u nacionalne parkove omogućava evidenciju broja posetilaca u realnom vremenu, što doprinosi boljoj kontroli pristupa, posebno tokom perioda visokog opterećenja. Takvi podaci mogu biti povezani sa sistemima za automatsko zatvaranje pristupa ili ograničavanje ulaznica kada je maksimalna nosivost premašena, čime se direktno sprečava degradacija prostora. Pored toga, monitorisanje stanja turističke infrastrukture – kao što su staze, parking prostori i smeštajni objekti – omogućava optimalno usmeravanje tokova posetilaca i efikasno upravljanje logističkim resursima.

Upotreba GIS tehnologije u planiranju turizma omogućava detaljno mapiranje prostornih i ekoloških karakteristika destinacije. Na osnovu slojevitih podataka, moguće je identifikovati osetljive zone koje zahtevaju posebne režime zaštite, kao i planirati prostornu distribuciju infrastrukture tako da se minimiziraju negativni uticaji na prirodni ambijent. GIS takođe omogućava vizuelizaciju podataka na način koji olakšava donošenje strateških odluka o lokaciji novih sadržaja, usmeravanju ruta ili postavljanju info-tačaka.

Kombinovanjem GIS-a sa Big Data analitikom otvara se mogućnost za detaljnu analizu kretanja turista, njihovih preferencija i ponašanja u prostoru. Podaci prikupljeni putem mobilnih aplikacija, GPS signala, online rezervacija ili senzora, mogu se koristiti za razvoj algoritama koji pomažu u optimizaciji rasporeda aktivnosti, predlaganju alternativnih ruta ili uvođenju vremenskih

ograničenja za posete određenim lokalitetima. Na taj način se doprinosi disperziji posetilaca, rasterećenju najopterećenijih tačaka i povećanju vidljivosti manje poznatih lokacija.

Primena prediktivnih modela, zasnovanih na istorijskim i trenutnim podacima, omogućava anticipaciju sezonskih ili dnevnih vrhova posete, čime se nadležnim institucijama pruža mogućnost da unapred planiraju raspodelu resursa, uključujući osoblje, opremu i mere zaštite. Ovakvi modeli postaju ključni alat u prevenciji prekomernog turizma, jer omogućavaju balans između turističke potražnje i ekološke nosivosti destinacije. Integracija pomenutih tehnologija ne predstavlja samo tehnički napredak, već i suštinsku promenu paradigme u upravljanju turizmom – prelazak sa statičkog, administrativnog modela ka dinamičkom, podatkom vođenom upravljanju, koje omogućava prilagođavanje u realnom vremenu, očuvanje resursa i unapređenje kvaliteta doživljaja za posetioce.

Digitalna edukacija i participacija zajednice predstavljaju ključne elemente savremenog i održivog turističkog sistema, posebno u kontekstu malih destinacija kao što je Crna Gora, gde lokalna zajednica igra direktnu ulogu u oblikovanju turističkog identiteta i očuvanju resursa. Korišćenjem digitalnih alata za edukaciju, osnaživanje i uključivanje stanovništva, moguće je unaprediti kapacitete na terenu, podići svest o održivim praksama i podstaći dijalog između građana, institucija i turista.

Razvoj edukativnih platformi namenjenih lokalnim pružaocima usluga omogućava pristup znanjima i veštinama koje su neophodne za uspešno i odgovorno upravljanje turističkom ponudom. Kursevi i edukativni moduli koji obuhvataju teme kao što su održivi menadžment, digitalni marketing, korišćenje informacionih sistema, energetska efikasnost i cirkularna ekonomija, doprinose profesionalizaciji lokalnih aktera, što direktno utiče na kvalitet i konkurentnost turističke destinacije. Digitalni formati omogućavaju pristupačnost u udaljenim i

ruralnim sredinama, kao i fleksibilnost u učenju, što je posebno važno u sredinama sa sezonskim opterećenjem ili ograničenim institucionalnim resursima.

Za same posetioce, digitalna sredstva edukacije mogu imati formu interaktivnih igara, kvizova i aplikacija koje na zabavan i angažujući način prenose poruke o važnosti očuvanja prirodnog i kulturnog nasleđa. Ovakvi alati nisu samo informativni, već i transformativni, jer doprinose razvoju ekološke i kulturne svesti kod turista, smanjujući verovatnoću neodgovornog ponašanja tokom boravka. Pored toga, virtuelne interpretacije lokaliteta mogu posetiocima pružiti dublje razumevanje konteksta i vrednosti prostora koji posećuju, čime se obogaćuje celokupni turistički doživljaj.

U sferi participacije zajednice, digitalni kanali otvaraju prostor za dvosmernu komunikaciju i veću transparentnost u procesu upravljanja turizmom. Platforme za prikupljanje povratnih informacija i sugestija od lokalnog stanovništva omogućavaju kontinuirani dijalog između javnog sektora i zajednice, čime se obezbeđuje bolja usklađenost turističkih politika sa stvarnim potrebama i prioritetima stanovništva. Ovakva participativna dimenzija doprinosi legitimnosti turističkog razvoja i podstiče osećaj vlasništva i odgovornosti kod lokalnog stanovništva.

Takođe, aplikacije koje omogućavaju prijavu problema na terenu – poput nelegalnog odlaganja otpada, oštećenja staza, ili nepravilnosti u korišćenju prirodnih resursa – postaju instrument za brzo reagovanje i aktivno uključivanje građana u očuvanje prostora. Kroz digitalne forume i sisteme za koordinaciju volonterskih akcija (npr. čišćenje staza, sadnja drveća, edukativne radionice), zajednica postaje ne samo pasivni korisnik turističkog razvoja, već njegov aktivni nosilac. Na taj način, digitalna edukacija i participacija zajednice ne predstavljaju samo tehničku inovaciju, već strateški pravac ka demokratizaciji turizma, utemeljen na inkluzivnosti, znanju i

zajedničkom upravljanju resursima. Ovakav pristup jača otpornost lokalnih sistema, povećava kvalitet turističke ponude i gradi dugoročne temelje za odgovoran i održiv razvoj.

Primena pametnih tehnologija u domenu održivog transporta predstavlja jedno od najvažnijih sredstava za smanjenje ekološkog otiska turizma, naročito u destinacijama sa osjetljivim prirodnim okruženjem i kulturnim pejzažima, kakva je Crna Gora. Upravljanje mobilnošću turista, posebno u zaštićenim područjima i zonama sa visokim intenzitetom poseta, zahteva kombinaciju tehničkih rešenja i strateškog planiranja kako bi se očuvala životna sredina, poboljšalo korisničko iskustvo i rasteretila lokalna infrastruktura.

Uvođenje električnih i hibridnih vozila za organizovani turistički prevoz unutar nacionalnih parkova, prirodnih rezervata i kulturnih lokaliteta doprinosi značajnom smanjenju emisije ugljen-dioksida, buke i mehaničkog stresa na staze i puteve. Ovi oblici prevoza, kada se integrišu u održive transportne sisteme, ne samo da doprinose ekološkoj zaštiti prostora, već i simbolično prenose vrednosti odgovornog turizma. Električni minibusevi, vozila na zahtev ili e-vozila sa vodičima mogu obezbediti fleksibilan, ekološki prihvatljiv i inkluzivan prevoz do teško dostupnih lokaliteta, uz istovremeno smanjenje pritiska na privatna vozila i saobraćajnu infrastrukturu.

Sistemi pametnog parkiranja, koji koriste senzore i aplikacije za navođenje turista do slobodnih parking mesta, omogućavaju efikasnije korišćenje postojećih kapaciteta i sprečavaju nepotrebnu vožnju i zagađenje koje nastaje usled traženja parkinga. Integracija ovih sistema sa centralizovanim platformama za informacije i rezervacije doprinosi boljoj organizaciji poseta i optimizaciji protoka turista, posebno tokom sezonskih vrhova. Na ovaj način se smanjuju saobraćajne gužve u osjetljivim oblastima, dok se turistima pruža sigurnije i predvidljivije iskustvo.

Paralelno sa smanjenjem zavisnosti od motorizovanog saobraćaja, potrebno je sistematski razvijati i promovisati alternativne oblike kretanja, prvenstveno biciklističke i pešačke rute. Ove rute, ako su kvalitetno planirane i održavane, predstavljaju održiv način istraživanja prostora, usporavaju tempo konzumacije destinacije i omogućavaju dublji kontakt sa prirodom i lokalnom zajednicom. Korišćenje GPS navigacije i mobilnih aplikacija sa virtuelnim vodičima dodatno unapređuje doživljaj posetilaca, pružajući informacije o lokalnoj flori i fauni, istoriji prostora, kulturnim zanimljivostima i servisnim tačkama, bez potrebe za fizičkom infrastrukturom koja bi mogla narušiti pejzaž. Održiv transport, kada se poveže sa digitalizacijom i ekološkom sviješću, postaje važan segment šire strategije pametnog upravljanja turizmom. Kroz sinergiju elektrifikacije, mobilnih tehnologija i promocije aktivnog kretanja, moguće je izgraditi transportni sistem koji doprinosi smanjenju negativnog uticaja turizma, podiže kvalitet boravka posetilaca i jača ukupnu otpornost destinacije na izazove koje donosi rastuća turistička potražnja.

Transparentno praćenje turističkih tokova i njihovih socio-ekoloških uticaja predstavlja ključni element za dugoročnu legitimnost i održivost turizma. Razvijanje integrisanih digitalnih alata — baza podataka koje u realnom vremenu prate parametre kvaliteta vazduha, vode i buke, broj posetilaca na značajnim lokalitetima, potrošnju resursa, nivo zapošljavanja i učešće lokalnih proizvođača u turističkom lancu vrednosti — omogućava kvantifikaciju i praćenje indikatora održivosti kroz vreme i prostor. Povezivanjem ovih sistema sa IoT senzorima, GIS tehnologijama i platformama za onlajn rezervacije stvara se sveobuhvatna i detaljna slika funkcionisanja destinacije, što je osnova za anticipativno upravljanje i pravovremenu korekciju politika i praksi. Posebna vrednost ovakvih rešenja ogleda se u javnoj dostupnosti podataka. Otvaranjem baza i redovnim objavljivanjem izveštaja putem otvorenih portala, interaktivnih kontrolnih tabli i društvenih mreža, nadležne institucije pokazuju odgovornost i transparentnost prema lokalnoj

zajednici, turistima i investitorima. Transparentno izveštavanje podstiče široku kontrolu društva jer omogućava istraživačima, nevladinim organizacijama i medijima da prate trendove, uočavaju nepravilnosti i predlažu poboljšanja. Istovremeno, dostupnost ovih informacija jača participaciju lokalnog stanovništva u donošenju odluka, što doprinosi pravednijem i inkluzivnijem upravljanju turističkim razvojem, balansirajući interese zajednice, zaštite prirode i ekonomskog razvoja na osnovu konkretnih podataka.

Tabela 56. Preporuke za implementaciju

Korak	**Aktivnost**	**Učinak**
1	Izrada strategije digitalizacije turizma u saradnji sa lokalnim akterima	Jasna vizija i plan za pametni turizam
2	Investiranje u infrastrukturu (internet, senzori, platforme)	Tehnička osnova za digitalno upravljanje
3	Edukacija svih zainteresovanih strana (turističkih radnika, zajednice, turista)	Povećanje efikasnosti i participacije
4	Pilot-projekti u zaštićenim područjima i ključnim destinacijama	Testiranje i usavršavanje tehnologija
5	Monitoring i evaluacija rezultata, sa mogućnošću prilagođavanja	Održivi razvoj i kontinuirano poboljšanje

Izvor: istraživanje autora

Digitalizacija i pametno upravljanje predstavljaju neophodne elemente za savremenu transformaciju turističkog sektora u Crnoj Gori, imajući u vidu sve složenije zahteve za održivim razvojem i unapređenjem kvaliteta turističke ponude. Primena digitalnih tehnologija omogućava efikasnije upravljanje prirodnim i kulturnim resursima kroz prikupljanje i analizu velikih količina podataka u realnom vremenu, što omogućava pravovremene intervencije i prilagođavanje turističkih aktivnosti kapacitetima destinacije. Ovakav pristup omogućava smanjenje negativnih ekoloških uticaja, kao što su prekomerno opterećenje prirodnih staništa, zagađenje ili degradacija kulturnih lokaliteta, dok istovremeno podiže kvalitet i raznovrsnost ponude, prilagođavajući je savremenim očekivanjima turista.

Pametno upravljanje bazirano na digitalnim alatima omogućava ravnomerniju distribuciju turističkih tokova kroz bolje informisanje posetilaca i usmeravanje ka manje opterećenim delovima destinacije. Time se smanjuju pritisci na popularne lokacije, čime se produžava turistička sezona i doprinosi očuvanju prirodnog i kulturnog ambijenta. Ova raspodela koristi ima direktan efekat i na lokalne zajednice, koje kroz uključivanje u digitalne platforme i sertifikacione procese dobijaju priliku za aktivno učešće u kreiranju turističke ponude, što doprinosi njihovom ekonomskom osnaživanju i socijalnoj koheziji. Digitalizacija tako postaje ključni mehanizam za inkluzivni razvoj, omogućavajući sinergiju između ekonomskih, ekoloških i društvenih aspekata turizma.

Integracija tehnologije u strategije razvoja turizma u Crnoj Gori ne sme biti posmatrana kao usamljen segment već kao integralni deo celokupnog sistema upravljanja destinacijom. Pravilna primena digitalnih rešenja zahteva koordinaciju različitih nivoa upravljanja, od državnih institucija do lokalnih samouprava i privatnog sektora, kako bi se osigurala interoperabilnost sistema i dugoročna održivost. U tom kontekstu, razvoj digitalne infrastrukture mora biti praćen edukacijom lokalnih aktera i kontinuiranim usavršavanjem kompetencija u korišćenju savremenih tehnologija, čime se stvara temelj za efikasnu primenu inovacija u svakodnevnom radu.

Zaključno, digitalizacija i pametno upravljanje nisu samo tehnološki alati već predstavljaju paradigmu koja usmerava razvoj turizma ka modelu održivosti, gde su zaštita prirode, očuvanje kulturnog identiteta i ekonomska prosperitetnost neraskidivo povezani. Uvođenjem ovih pristupa Crna Gora može da ojača svoju konkurentsku poziciju na globalnom tržištu, odgovori na izazove savremenog turizma i obezbedi dugoročne koristi za sve relevantne aktere.

175

4.7 PREPORUKE ZA UNAPREĐENJE ODRŽIVOG TURIZMA

Za unapređenje održivog turizma u Crnoj Gori neophodno je uspostaviti celovit pristup koji integriše ekološke, socijalne i ekonomske aspekte razvoja destinacije. Prioritet treba dati jačanju institucionalnih kapaciteta kroz uspostavljanje jasnih regulativa i mehanizama kontrole koji će omogućiti efikasno sprovođenje standarda održivosti. Implementacija sistema sertifikacije ekološki prihvatljivih smeštajnih kapaciteta i turističkih usluga podiže poverenje turista i pozicionira Crnu Goru kao destinaciju posvećenu očuvanju prirodnih i kulturnih vrednosti. Paralelno, podsticanje formiranja lokalnih zadružnih brendova može doprineti ekonomskom osnaživanju zajednica, kroz valorizaciju autohtonih proizvoda i gastronomskih tradicija, što jača autentičnost i diferencijaciju ponude.

Digitalizacija turističke ponude predstavlja nezaobilazan korak ka modernizaciji sektora. Razvoj integrisanih platformi koje objedinuju informacije o smeštaju, aktivnostima, događajima i lokalnim proizvodima olakšava pristup informacijama, povećava transparentnost i omogućava efikasnije upravljanje posetama, naročito u uslovima sezonskih opterećenja. Povezivanje sa mobilnim aplikacijama koje nude real-time informacije o stanju kapaciteta i vremenskim prilikama doprinosi boljoj organizaciji i smanjenju negativnih uticaja na prirodu. Korišćenje savremenih digitalnih kanala, uključujući društvene mreže i influensere, za ciljani marketing i promociju eko i avanturističkog turizma može značajno proširiti bazu posetilaca zainteresovanih za održive oblike turizma.

Upravljanje prirodnim i kulturnim resursima treba osloniti na pametne tehnologije, poput IoT senzora i GIS analize, koje omogućavaju precizno praćenje kvaliteta životne sredine, kapaciteta i turističkih tokova. Ove tehnologije omogućavaju donošenje odluka zasnovanih na realnim podacima i prediktivnim modelima, što je ključno za sprečavanje prekomernog turizma i

55

očuvanje osetljivih područja. Uvođenje sistema pametnog parkiranja i promovisanje električnog prevoza unutar zaštićenih zona smanjuje saobraćajne gužve i emisiju štetnih gasova, dok razvoj biciklističkih i pešačkih ruta sa GPS navigacijom pruža alternativu motorisanim vidovima kretanja.

Uključivanje lokalne zajednice mora biti integralni deo svih inicijativa kroz digitalne platforme koje omogućavaju prikupljanje povratnih informacija, koordinaciju volonterskih akcija i participaciju u donošenju odluka. Edukacija o održivim praksama, digitalnim alatima i upravljanju resursima kroz onlajn kurseve i interaktivne sadržaje jača kapacitete lokalnih aktera i podiže svest o važnosti očuvanja prirode i kulture. Na ovaj način turizam postaje zajednički projekat, gde lokalno stanovništvo aktivno učestvuje u kreiranju i održavanju atraktivne, autentične i ekološki odgovorne turističke ponude.

Strateško planiranje i uspostavljanje odgovarajućih politika predstavljaju osnovne 34 preduslove za održiv razvoj turizma u Crnoj Gori, posebno imajući u vidu složenost izazova sa kojima se destinacije suočavaju usled pritisaka masovnog turizma i ograničenih prirodnih resursa. U tom smislu, održivost mora biti integrisana kao centralni princip u svim strateškim dokumentima 66 i razvojnim planovima koji se odnose na turizam, kako bi se osigurala koherentnost i dugoročna 155 efikasnost mera koje se preduzimaju. Ovakav pristup zahteva multidisciplinarnu saradnju stručnjaka iz različitih oblasti, uključujući ekologiju, ekonomiju, sociologiju i informacionu tehnologiju, što omogućava holističko sagledavanje uticaja turističkih aktivnosti i razvoj inovativnih rešenja koja su usklađena sa lokalnim specifičnostima i potrebama. Formiranje takvih interdisciplinarnih timova ne samo da doprinosi kvalitetnijem planiranju, već i efikasnijem praćenju i evaluaciji sprovedenih politika, čime se povećava transparentnost i odgovornost svih uključenih aktera.

Poseban značaj u okviru strateškog upravljanja turizmom ima definisanje i kontrola nosivih kapaciteta destinacija, što podrazumeva precizno određivanje maksimalnog broja turista koji određeni lokalitet može održivo da primi bez ugrožavanja svojih ekoloških i kulturnih vrednosti. Uvođenje zakonskih regulativa koje regulišu ove kapacitete predstavlja jedan od najefikasnijih instrumenata zaštite, jer omogućava pravnu osnovu za ograničavanje pristupa na osetljive prirodne i kulturne lokacije. Međutim, statične regulative same po sebi nisu dovoljne s obzirom na dinamičnost turističkih tokova i sezonskih varijacija u posetama. Zato je neophodno primeniti i fleksibilne mehanizme upravljanja, poput sistema obaveznih rezervacija unapred i vremenskih ograničenja boravka, koji omogućavaju bolje usklađivanje broja posetilaca sa stvarnim kapacitetima destinacije u određenim periodima. Ovakav dinamički pristup ne samo da doprinosi ravnomernijoj distribuciji turističkog saobraćaja, već i smanjuje pritisak na infrastrukturu i prirodne resurse, čime se produžava životni vek turističkih atrakcija i povećava kvalitet iskustva za posetioce.

Sve navedeno zahteva visok nivo koordinacije između različitih nivoa vlasti i sektora, od državnih institucija preko lokalnih samouprava do privatnog sektora, kako bi implementacija strateških mera bila efikasna i dugotrajna. U tom procesu, ključno je da razvoj i primena politika budu zasnovani na relevantnim podacima i naučnim dokazima, što podrazumeva kontinuirano praćenje stanja destinacija i evaluaciju efekata sprovedenih mera. Na ovaj način, strateško planiranje u turizmu može postati alat za balansiranje interesa zaštite životne sredine, ekonomskog razvoja i socijalne uključenosti, što je od suštinskog značaja za održivost i konkurentnost Crne Gore kao turističke destinacije.

Očuvanje i zaštita prirodnih i kulturnih resursa predstavljaju ključne dimenzije održivog razvoja turizma, naročito u zemljama poput Crne Gore, gde prirodna lepota i bogato kulturno

nasleđe čine osnovu turističke ponude. Implementacija ekoloških standarda u sektoru turizma nije samo formalnost već suštinski proces koji obezbeđuje usklađivanje turističkih aktivnosti sa principima očuvanja životne sredine i racionalnog korišćenja resursa. Obavezna sertifikacija smeštajnih kapaciteta i drugih turističkih objekata po međunarodno priznatim standardima, kao što su Green Key ili EU EcoLabel, podstiče ne samo ekološku odgovornost već i konkurentnost na globalnom tržištu koje sve više favorizuje destinacije sa održivim praksama. Promovisanje korišćenja obnovljivih izvora energije, energetske efikasnosti, te racionalne potrošnje vode i drugih resursa, direktno doprinosi smanjenju negativnih uticaja turizma na prirodnu sredinu, čime se štite ekosistemi i povećava dugoročna otpornost destinacija.

Pored prirodnih vrednosti, zaštita kulturnog nasleđa i lokalnih tradicija predstavlja neraskidivu komponentu održivog turističkog razvoja. Aktivno uključivanje lokalnih zajednica u upravljanje kulturnim spomenicima ne samo da obezbeđuje njihovu adekvatnu zaštitu i održavanje, već i podstiče osećaj vlasništva i odgovornosti prema kulturnim dobrima. Ovako participativan pristup omogućava očuvanje autentičnosti i specifičnosti lokalnih identiteta, što predstavlja dodatnu vrednost u turističkoj ponudi. Istovremeno, promocija i finansijska podrška tradicionalnim zanatima, gastronomiji i manifestacijama omogućavaju održiv razvoj lokalnih ekonomija kroz valorizaciju kulturne baštine. Time se stvaraju uslovi za diversifikaciju turističke ponude i osnaživanje zajednica, a istovremeno se sprečava njihova marginalizacija i gubitak kulturnog identiteta usled komercijalizacije ili depopulacije. Očuvanje prirodnih i kulturnih resursa kroz uspostavljene standarde i aktivno uključivanje zajednica stoga predstavlja osnovu za razvoj turizma koji je ekološki, kulturno i ekonomski održiv.

Razvoj lokalnih zajednica i inkluzivnost predstavljaju ključne faktore za ostvarivanje održivog turizma koji ne samo da donosi ekonomske koristi, već i doprinosi socijalnoj pravdi i

jačanju društvene kohezije. Osnaživanje žena i mladih u sektoru turizma ima višestruke benefite, jer doprinosi razvoju inovativnih i raznovrsnih turističkih sadržaja, povećava ekonomsku nezavisnost ranjivih grupa i podstiče ravnomerniju raspodelu prihoda (Vujko et al., 2019; Vujko et al., 2024). Kreiranje programa koji podržavaju žensko preduzetništvo kroz edukacije, pristup mikrokreditima i mentorstvo omogućava ženama da aktivno učestvuju u kreiranju turističke ponude i postanu nosioci promena u svojim zajednicama (Vujko & Cvijanović, 2024). Paralelno, angažovanje mladih kroz inicijative usmerene na avanturistički i digitalni turizam otvara mogućnosti za njihovo kreativno izražavanje, tehnološki razvoj i integraciju u savremene tokove turizma, što doprinosi smanjenju emigracije i jačanju lokalnih kapaciteta.

62 Podrška ruralnim i marginalizovanim zajednicama je od suštinskog značaja za uspostavljanje ravnoteže između ekonomskog razvoja i očuvanja kulturnog identiteta i prirodnog okruženja. Razvoj agriturizma (Delić-Jović et al., 2025), ekoturizma i seoskog turizma pruža priliku za diversifikaciju prihoda i povećanje samoodrživosti ovih zajednica, istovremeno promovišući autentične vrednosti i tradicije koje predstavljaju konkurentsku prednost na tržištu. Uspostavljanje lokalnih zadruga i brendova usmerenih na proizvodnju i plasman tradicionalnih i ekološki prihvatljivih proizvoda omogućava zajednicama da zauzmu aktivnu poziciju u lancu vrednosti, povećavajući svoju tržišnu vidljivost i ekonomsku održivost. Ovakvi pristupi stimulišu lokalnu ekonomiju, jačaju socijalnu inkluziju i kreiraju uslove za dugoročni razvoj turizma koji je pravično distribuiran i zasnovan na partnerstvu između svih zainteresovanih strana.

Edukacija i podizanje svesti predstavljaju osnovne stubove održivog razvoja turizma, jer bez adekvatnog znanja i razumevanja principa održivosti, ni najambicioznije strategije i politike ne mogu dati željene rezultate. Kontinuirani obrazovni programi usmereni na turističke radnike, lokalne vlasti i stanovništvo igraju ključnu ulogu u jačanju kapaciteta svih aktera uključenih u

turistički sektor. Kroz sistematsku edukaciju o ekološkim, društvenim i ekonomskim aspektima održivog turizma, kao i o tehnikama upravljanja resursima i primeni savremenih tehnologija, omogućava se uspostavljanje zajedničkog razumevanja i odgovornosti prema destinaciji. Uključivanje održivosti kao teme u formalne obrazovne programe na nivou škola i fakulteta dodatno doprinosi dugoročnoj institucionalizaciji ovih vrednosti i priprema nove generacije za izazove savremenog turizma.

Podizanje svesti turista o njihovoj ulozi u očuvanju destinacije i podršci lokalnoj zajednici je jednako važno, jer ponašanje posetilaca ima direktan uticaj na održivost turizma. Efikasne kampanje za informisanje usmerene na pravila ponašanja u prirodnim i kulturnim okruženjima, značaj zaštite životne sredine, kao i promovisanje lokalnih proizvoda i usluga, doprinose oblikovanju odgovornog turizma. Korišćenje digitalnih platformi, društvenih mreža i tradicionalnih medija omogućava široku i ciljanu distribuciju poruka, što može podstaći promenu stavova i navika turista pre i tokom njihovog boravka. Na ovaj način, obrazovanje i informisanje postaju integralni deo turističkog iskustva, uspostavljajući dijalog između destinacije i posetioca koji je zasnovan na međusobnom poštovanju i zajedničkoj odgovornosti. Ovakav pristup doprinosi ne samo očuvanju resursa, već i stvaranju kvalitetnijeg i autentičnijeg turističkog doživljaja, što dugoročno koristi svim zainteresovanim stranama.

Digitalna transformacija i inovacije predstavljaju ključne pokretače održivog razvoja savremenog turizma, omogućavajući efikasnije upravljanje resursima, unapređenje korisničkog iskustva i osnaživanje lokalnih aktera. Primena pametnih sistema zasnovanih na Internetu stvari (IoT), analizi velikih podataka (Big Data) i geografskim informacionim sistemima (GIS) omogućava precizno praćenje turističkih tokova, ekoloških parametara i kapaciteta smeštajnih objekata u realnom vremenu. Ove tehnologije pružaju neophodne informacije za donošenje

zasnovanih odluka i pravovremenu intervenciju, čime se smanjuje rizik od preopterećenja destinacija i negativnih posledica po prirodnu i društvenu sredinu. Paralelno, razvoj mobilnih aplikacija koje služe edukaciji turista, navigaciji kroz turističke rute i aktivnom uključivanju posetilaca u zaštitu destinacije predstavlja inovativan način povezivanja tehnologije i održivosti. Takve aplikacije omogućavaju interaktivnu komunikaciju, personalizaciju iskustava i podizanje svesti, čime se doprinosi i kvalitetu boravka i očuvanju resursa.

Podrška inovacijama u turizmu, naročito kroz razvoj startapova i malih preduzeća koja se fokusiraju na održive i digitalne modele poslovanja, ima višestruki značaj. Takvi programi podstiču preduzetnički duh, tehnološki razvoj i stvaranje novih radnih mesta, čime doprinose ekonomskoj diversifikaciji i otpornosti lokalnih zajednica. Saradnja sa tehnološkim fakultetima i istraživačkim institutima dodatno osnažuje ovaj proces kroz prenos znanja, zajedničke istraživačke projekte i razvoj inovativnih rešenja prilagođenih specifičnostima crnogorskog turizma. Kroz ove sinergije moguće je kreirati ekosistem koji integriše akademsku zajednicu, privredu i javni sektor, osiguravajući da digitalne inovacije budu usmerene na konkretne potrebe održivog razvoja destinacija. Na ovaj način digitalna transformacija postaje ne samo alat za efikasnost i konkurentnost, već i sredstvo za postizanje dugoročne održivosti i kvaliteta turističke ponude.

Finansiranje i razvoj efektivnih partnerstava predstavljaju ključne dimenzije održivog razvoja turizma, koje omogućavaju ne samo pokretanje i realizaciju projekata, već i njihovu dugoročnu održivost i društvenu prihvatljivost. U kontekstu Crne Gore, gde turistički sektor nosi veliki potencijal ali i složene izazove, javno-privatna partnerstva (JPP) igraju vitalnu ulogu u mobilizaciji resursa i kompetencija različitih aktera. Takva partnerstva integrišu lokalne vlasti koje donose regulatorni okvir i stratešku viziju, privatne kompanije koje obezbeđuju kapital, tehničke kapacitete i tržišne mehanizme, kao i nevladine organizacije koje zastupaju interese zajednica i

vode računa o ekološkoj i socijalnoj održivosti. Ova multidimenzionalna saradnja omogućava razvoj kompleksnih projekata koji uključuju izgradnju i obnovu turističke infrastrukture, promociju lokalnih proizvoda i usluga, kao i implementaciju edukativnih i zaštitnih programa, a istovremeno povećava transparentnost i odgovornost u upravljanju resursima.

Posebnu važnost u finansijskom okviru predstavlja aktivno i plansko korišćenje dostupnih izvora finansiranja, među kojima su EU fondovi, međunarodni grantovi, bilateralni programi pomoći i nacionalni razvojni fondovi. Ovi izvori predstavljaju značajan kapitalni impuls za realizaciju projekata koji zahtevaju veća ulaganja i kompleksniju koordinaciju, kao što su revitalizacija zaštićenih područja, razvoj zelenih infrastrukturnih rešenja ili digitalizacija turističke ponude. Međutim, sama dostupnost sredstava nije dovoljna ukoliko administrativni kapaciteti nisu adekvatno razvijeni za njihovu efikasnu i transparentnu alokaciju. Zato je neophodno uspostaviti profesionalne mehanizme upravljanja i kontrole, koji uključuju jasno definisane procedure, redovno izveštavanje, reviziju i evaluaciju rezultata, čime se smanjuju rizici zloupotrebe i neefikasnosti. Takav sistem obezbeđuje poverenje donatora, korisnika i lokalnih zajednica, što je preduslov za kontinuirani pristup novim finansijskim resursima i uspešnu realizaciju održivih projekata.

Pored tehničkih i finansijskih aspekata, razvoj partnerstava i pristup fondovima ima i širi društveni i strateški značaj. On omogućava usklađivanje nacionalnih razvojnih prioriteta sa međunarodnim standardima i politikama održivosti, podstiče transfer znanja i tehnologija, kao i umrežavanje aktera na različitim nivoima. Time se jača institucionalni kapacitet Crne Gore za dugoročno upravljanje turizmom, postavljajući temelje za konkurentnu i otpornu destinaciju. Kompleksnost ovih procesa zahteva multidisciplinarni pristup i sinergiju svih zainteresovanih

strana, što se kroz javno-privatna partnerstva i efikasno korišćenje fondova može ostvariti, čime se doprinosi celokupnom održivom razvoju sektora turizma i dobrobiti lokalnih zajednica.

Efikasno praćenje i evaluacija predstavljaju osnovne pretpostavke za osiguranje održivosti u turističkom sektoru, jer omogućavaju da se uticaji turizma na ekološke, ekonomske i sociokulturne dimenzije jasno identifikuju, kvantifikuju i pravovremeno adresiraju. Uvođenje sistema indikatora održivosti, koji obuhvataju specifične, merljive parametre poput kvaliteta vazduha i vode, biodiverziteta, broja posetilaca, prihoda lokalnih zajednica i zadovoljstva turista, pruža temelje za transparentno i objektivno praćenje stanja destinacija. Takav sistem omogućava ne samo identifikaciju problema, već i prepoznavanje uspešnih praksi koje se mogu replicirati i unaprediti. Korišćenjem savremenih tehnologija za prikupljanje podataka, kao što su IoT uređaji i GIS platforme, sistem indikatora postaje dinamičan i prilagodljiv, što je ključno za efikasno upravljanje u uslovima promenljivih ekoloških i društvenih faktora.

Redovne evaluacije turističkih politika i praksi zasnovane na analizi prikupljenih podataka i povratnih informacija omogućavaju kontinuirano unapređenje i prilagođavanje razvojnih strategija aktuelnim izazovima i potrebama. Takav ciklus planiranja, implementacije, praćenja i korekcije predstavlja osnovu za adaptivno upravljanje, koje je neophodno u dinamičnom sektoru kao što je turizam. Evaluacije treba da uključe različite aktere – državne organe, lokalne zajednice, turističke subjekte i same posetioce – kako bi se obezbedila široka perspektiva i legitimitet procesa. Integracija povratnih informacija iz terena doprinosi većoj relevantnosti i efektivnosti mera, podstičući inovacije i fleksibilnost u odgovoru na nepredviđene situacije. Kroz ovaj pristup, monitoring i evaluacija postaju ključni alati za održavanje ravnoteže između razvoja turizma i zaštite prirodnih i kulturnih resursa, ali i za unapređenje kvaliteta turističke ponude i iskustva. Kontinuirano prikupljanje i analiza podataka, zajedno sa participativnim procesima donošenja

odluka, omogućavaju da Crna Gora razvije adaptivne strategije koje će održavati konkurentnost destinacije, doprinositi zadovoljstvu turista i dobrobiti lokalnih zajednica, čime se obezbeđuje dugoročna održivost turističkog sektora.

Unapređenje održivog turizma predstavlja kompleksan proces koji zahteva koordinisanu i sistemsku akciju na različitim nivoima upravljanja, uključujući državne institucije, lokalne zajednice i privatni sektor. Samo kroz multidisciplinarni pristup, koji integriše ekološke, socijalne i ekonomske aspekte razvoja, moguće je postići efikasnu zaštitu prirodnih i kulturnih resursa koji čine temelje turističke ponude Crne Gore. Osnaživanje lokalnih zajednica i razvoj održive privrede dodatno doprinose stvaranju održivog modela turizma, koji ne samo da poboljšava životni standard stanovnika već i povećava kvalitet i autentičnost turističkog iskustva. Pored toga, usklađivanje svih razvojnih aktivnosti sa principima održivosti i inovativnim tehnologijama omogućava jačanje konkurentnosti destinacije na zahtevnom globalnom tržištu. Sistematska primena predloženih mera doprinosi dugoročnoj otpornosti i stabilnosti turističkog sektora, čime se garantuje njegova održivost i sposobnost prilagođavanja budućim izazovima i promenama. U tom smislu, Crna Gora ima potencijal da postane primer destinacije koja uspešno balansira razvoj turizma sa očuvanjem vrednosti svoje prirode i kulture, kreirajući tako osnovu za prosperitetnu i održivu budućnost.

4.8 JAČANJE PROMOCIJE ODRŽIVIH TURISTIČKIH DESTINACIJA

Promocija održivih turističkih destinacija u Crnoj Gori igra ključnu ulogu u povećanju svesti turista o važnosti očuvanja prirodnih i kulturnih resursa, kao i u privlačenju ciljnih segmenata tržišta koji cene autentičnost, ekologiju i odgovorni pristup turizmu. Efikasna i usmerena promocija doprinosi jačanju konkurentnosti i dugoročnoj održivosti destinacija.

Definisanje ciljnih grupa i tržišta predstavlja fundamentalni korak u razvoju strategije održivog turizma jer omogućava precizno usmeravanje resursa i aktivnosti ka segmentima turista čiji interesi, motivacije i karakteristike najbolje korespondiraju sa specifičnostima turističke ponude i potencijalima destinacije. Segmentacija tržišta prema interesima turista omogućava kreiranje diferenciranih proizvoda i usluga koji zadovoljavaju različite potrebe i očekivanja, što doprinosi povećanju zadovoljstva posetilaca i njihovoj lojalnosti, ali i smanjenju negativnih efekata masovnog turizma usled bolje kontrole toka posetilaca.

U okviru segmentacije po interesima, eko-turisti i ljubitelji prirode predstavljaju izuzetno važnu ciljnu grupu zbog njihove orijentacije ka destinacijama koje neguju principe očuvanja prirodnih resursa i nude autentična iskustva u netaknutoj prirodi. Ova grupa preferira aktivnosti kao što su pešačenje, posmatranje ptica, biciklizam i edukativne ture kroz zaštićena područja, što zahteva razvoj adekvatnih usluga i infrastrukture usklađene sa održivim principima. S druge strane, kulturološki orijentisani turisti fokusirani su na istorijske lokalitete, muzeje, manifestacije i tradicionalne zanate, zbog čega je neophodno intenzivirati aktivnosti na očuvanju, promociji i interpretaciji kulturne baštine kako bi se stvorila sadržajna i edukativna ponuda. Segment avanturističkog i ruralnog turizma obuhvata one turiste koji traže aktivan odmor, neposredan kontakt sa prirodom i lokalnom zajednicom, često kroz aktivnosti poput raftinga, penjanja, lova, ili boravka u seoskim domaćinstvima, što zahteva razvoj specifičnih sadržaja i podršku lokalnim preduzetnicima. Porodični turizam sa fokusom na obrazovne i rekreativne sadržaje podrazumeva razvoj destinacija koje pružaju sigurno, zabavno i edukativno okruženje za sve generacije, uključujući decu i starije članove porodice, sa posebnim akcentom na interaktivne muzeje, tematske parkove i prilagođene staze.

Geografska segmentacija dodatno pojačava efikasnost tržišnih pristupa jer omogućava prilagođavanje promotivnih strategija i proizvoda specifičnostima pojedinih regionalnih i međunarodnih tržišta. Regionalni turisti iz zemalja Zapadnog Balkana predstavljaju prirodnu bazu posetilaca zahvaljujući geografskoj blizini, jezičkoj i kulturnoj srodnosti, što pojednostavljuje komunikaciju i logistiku, te otvara mogućnosti za razvoj kratkih i sezonskih putovanja. Sa druge strane, evropsko tržište, naročito zemlje poput Skandinavije, Nemačke i Austrije, karakteriše izražena svest o važnosti održivosti i ekoloških vrednosti, kao i spremnost na ulaganje u destinacije koje promovišu zelene i autentične turističke proizvode. Ova tržišta zahtevaju visok nivo kvaliteta i sertifikacije, što podstiče unapređenje lokalne ponude u skladu sa međunarodnim standardima. Međunarodni turisti iz SAD, Kanade i Azije, iako često zahtevni i sa drugačijim kulturnim očekivanjima, ciljaju destinacije koje mogu ponuditi jedinstvenu kombinaciju prirodnih lepota i kulturne autentičnosti, što Crna Gora može pružiti kroz pažljivo osmišljene turističke proizvode i programe.

Ovakav, detaljno segmentiran pristup omogućava razvoj ciljnih marketinških kampanja koje komuniciraju ključne vrednosti destinacije na relevantan i efektan način, što povećava efikasnost promocije i povrat investicija. Istovremeno, segmentacija po interesima i geografskim karakteristikama pruža osnovu za strateško planiranje kapaciteta, razvoj infrastrukture i usluga, kao i za upravljanje posetama sa ciljem očuvanja ekološke i sociokulturne ravnoteže. Time se ostvaruje balans između rasta turističkog sektora i održivosti, što je od ključnog značaja za dugoročnu konkurentnost Crne Gore kao destinacije sa jedinstvenom ponudom u regionu i šire.

Razvoj jasnog i autentičnog brend identiteta predstavlja ključni element u pozicioniranju Crne Gore kao održive i prepoznatljive turističke destinacije na domaćem i međunarodnom tržištu. Kreiranje nacionalnog brenda poput „Zelena Crna Gora“ ima za cilj da objedini širok spektar

vrednosti koje destinacija poseduje, sa posebnim naglaskom na njenu prirodnu raznolikost, bogato kulturno nasleđe i posvećenost ekološkoj održivosti. Ovakav brend ne samo da podiže svest o crnogorskoj ponudi već i promoviše principe odgovornog turizma, što privlači savremenog turista koji vrednuje autentičnost i očuvanje okoline. Dodatno, podbrendiranje po regionima, kao što su Boka Kotorska, Nacionalni park Durmitor, Skadarsko jezero i planinski regioni, omogućava diferenciranu promociju specifičnih lokalnih karakteristika i proizvoda, čime se povećava privlačnost i jasnoća ponude za različite tipove turista. Takav pristup omogućava bolje iskorišćenje potencijala svakog regiona, dok istovremeno doprinosi regionalnoj ravnoteži i razvoju.

Pričanje autentičnih priča, odnosno storytelling, predstavlja snažan komunikacioni alat koji omogućava emocionalno povezivanje turista sa destinacijom. Promocija lokalnih legendi, gastronomije, zanata i običaja kroz savremene digitalne kanale poput video sadržaja, blogova i društvenih mreža omogućava prenošenje jedinstvenih iskustava i vrednosti koje destinacija poseduje. Time se stvara dublji doživljaj turizma koji prevazilazi površinske turističke atrakcije i podstiče posetioce na interakciju i dugotrajniju vezu sa destinacijom. Uključivanje lokalnih zajednica kao ambasadora brenda dodatno osnažuje ovaj pristup jer doprinosi autentičnosti i poverenju, istovremeno osnažujući lokalne stanovnike da aktivno učestvuju u razvoju turizma. Ovakav model brendiranja doprinosi izgradnji održivog imidža destinacije, povećava konkurentnost na globalnom tržištu i jača socioekonomske koristi za lokalne zajednice.

Korišćenje modernih digitalnih alata i kanala postalo je neizostavan deo strategije za promociju održivog turizma, jer omogućava efikasno dosezanje ciljnih grupa i interaktivnu komunikaciju sa potencijalnim posetiocima. Digitalni marketing na platformama poput Instagram, Facebook i TikTok omogućava kreiranje ciljano prilagođenog sadržaja koji može da istakne jedinstvene vrednosti Crne Gore kao zelene destinacije. Korišćenje relevantnih hashtagova kao što

su #GreenMontenegro i #EcoTravelCG pomaže u izgradnji prepoznatljivosti brenda i povezivanju sa globalnim zajednicama zainteresovanim za održivi turizam. Kreiranje interaktivnih mapa, virtuelnih tura i aplikacija sa proširenom stvarnošću (AR) omogućava korisnicima da na inovativan i angažujući način istraže destinacije pre nego što ih posete, što povećava njihovu zainteresovanost i podstiče odgovornije ponašanje tokom boravka.

Saradnja sa influenserima i medijima specijalizovanim za održivi i avanturistički turizam dodatno doprinosi autentičnosti i kredibilitetu promotivnih kampanja. Partnerstva sa poznatim blogerima omogućavaju direktan prenos iskustava širokoj publici, dok organizovanje press i fam tripova sa naglaskom na ekološke i kulturne aspekte destinacija stvara sadržaje koji su relevantni, edukativni i privlačni. Ovakav pristup podstiče organski rast interesovanja za destinaciju, a istovremeno gradi dugoročne odnose sa relevantnim medijskim i digitalnim partnerima.

Razvoj platformi za direktnu komunikaciju, poput online foruma, grupa na društvenim mrežama i newslettera, omogućava uspostavljanje trajnog dijaloga sa turistima i lokalnim zajednicama. Ovi kanali služe za prikupljanje povratnih informacija, razmenu iskustava i koordinaciju zajedničkih aktivnosti, što doprinosi većoj uključenosti svih aktera u održivi razvoj turizma. Kroz ovakvu dvosmernu komunikaciju moguće je kontinuirano prilagođavati turističku ponudu i promotivne aktivnosti potrebama tržišta i očekivanjima posetilaca, čime se povećava efikasnost i održivost celokupnog turističkog sistema.

Razvoj održivog turizma u savremenom kontekstu nije moguć bez snažnih partnerstava i umrežavanja, kako na nacionalnom, tako i na međunarodnom nivou. Uloga različitih aktera – javnog sektora, privatnih kompanija, nevladinih organizacija, stručne zajednice i lokalnih zajednica – mora biti komplementarna i međusobno povezana kako bi se obezbedila sinergija u planiranju, promociji i realizaciji održivih turističkih politika. Saradnja između turističkih

organizacija, lokalnih samouprava i nadležnih ministarstava mora se temeljiti na zajedničkoj viziji razvoja, gde je održivost integrisana ne kao dodatni aspekt, već kao osnovni princip svih strateških i operativnih odluka. Nevladine organizacije, koje često poseduju visok nivo ekspertize u oblasti zaštite životne sredine, lokalnog razvoja i participacije zajednice, predstavljaju dragocenog partnera u kreiranju i implementaciji inkluzivnih i održivih modela turizma.

Praktičan oblik takve saradnje ogleda se u zajedničkim nastupima na međunarodnim sajmovima i konferencijama posvećenim turizmu, gde Crna Gora, kao destinacija u razvoju sa značajnim prirodnim i kulturnim potencijalom, ima mogućnost da se pozicionira kao odgovorna i ekološki osvešćena zemlja. Kroz prezentacije koje ističu zelene inicijative, lokalne proizvode, autentične običaje i uspešne primere održivog upravljanja, stvara se koherentan identitet destinacije koji je prepoznatljiv i atraktivan međunarodnim posetiocima. Takvi nastupi nisu samo promotivne prirode, već i prostor za umrežavanje sa potencijalnim partnerima, investitorima i donatorima, kao i za institucionalno učenje.

Još važniji aspekt jeste povezivanje Crne Gore sa regionalnim i međunarodnim mrežama i programima koji su posvećeni održivom turizmu. Uključivanje u platforme poput Green Destinations Network, European Destinations of Excellence (EDEN), UNESCO Sustainable Travel Pledge i druge slične inicijative, omogućava destinaciji pristup globalnim standardima, alate za samoprocenu i monitoring, kao i mogućnosti za međunarodnu vidljivost. Ove mreže funkcionišu kao zajednice prakse u okviru kojih se razmenjuju konkretna iskustva, alati, metodologije i inovacije između destinacija koje dele slične ciljeve. Učešće u takvim programima doprinosi profesionalizaciji sektora, povećava kredibilitet i legitimitet crnogorskih napora u očuvanju životne sredine i unapređenju lokalne dobrobiti kroz turizam.

Takođe, međunarodna umreženost stvara pretpostavke za implementaciju zajedničkih projekata sa drugim evropskim destinacijama, posebno u okviru programa poput *Interreg, Horizon Europe, Creative Europe* ili *EU4Business*, koji nude mogućnosti za finansiranje inovativnih pristupa u turizmu, digitalizaciju, očuvanje baštine i edukaciju. Iskustva drugih zemalja koje su uspešno razvile održive modele – poput Slovenije, Austrije ili Finske – mogu poslužiti kao referentni okvir za izgradnju sličnih modela u Crnoj Gori, uz poštovanje lokalnih specifičnosti. Dodatno, ovakva saradnja doprinosi procesu evropskih integracija kroz harmonizaciju standarda i unapređenje administrativnih i tehničkih kapaciteta. U celini posmatrano, strateška partnerstva i međunarodna umreženost nisu samo instrumenti za privlačenje finansijskih sredstava ili marketinšku promociju, već i mehanizmi za jačanje otpornosti turističkog sistema, njegovu prilagodljivost globalnim trendovima i uključivanje lokalnih aktera u proces donošenja odluka. Kroz zajedničko delovanje i transparentnu koordinaciju, Crna Gora može izgraditi održivi turistički model koji je ekonomski isplativ, socijalno pravedan i ekološki odgovoran.

Edukacija i osnaživanje lokalnih aktera predstavljaju ključni preduslov za implementaciju održivog turističkog modela, jer stvaraju osnovu za dugoročno uključenje zajednice u procese planiranja, upravljanja i promocije turizma. Održivost u turizmu ne može biti ostvarena samo kroz tehničke ili infrastrukturne mere ukoliko lokalno stanovništvo, turistički radnici i preduzetnici ne razumeju, ne prihvataju i ne učestvuju aktivno u toj transformaciji. U tom kontekstu, neophodno je uspostaviti sistem kontinuiranih obuka koji će doprineti jačanju znanja i veština svih aktera u sektoru.

Programi za turističke radnike i male preduzetnike moraju biti fokusirani ne samo na operativne aspekte poslovanja, već i na šire principe održivosti, uključujući racionalno korišćenje resursa, očuvanje lokalnih vrednosti, kreiranje proizvoda koji odgovaraju zahtevima ciljanih

segmenata turista i upotrebu digitalnih alata za promociju i upravljanje. Kroz edukaciju o komunikaciji sa turistima, upravljanju reputacijom na mrežama, korišćenju online rezervacionih sistema i kreiranju sadržaja koji promoviše autentična iskustva, lokalni akteri postaju konkurentniji i otporniji na tržišne promene. Dodatno, edukacija treba da obuhvati i tematske oblasti kao što su kulturna interpretacija, gostoprimstvo, storytelling, organizacija događaja i standardi kvaliteta, što doprinosi podizanju ukupnog nivoa profesionalizma u destinaciji.

Učešće lokalnih zajednica u promociji destinacije predstavlja važan element autentičnosti i održivosti. Lokalni akteri ne treba da budu samo pasivni korisnici ekonomskih koristi od turizma, već aktivni partneri u njegovom oblikovanju. Uključivanjem lokalnog stanovništva u kreiranje promotivnih sadržaja – bilo kroz video materijale, radionice, lokalne manifestacije ili vođenje tura – jača se osećaj pripadnosti i ponosa, dok se istovremeno stvara jedinstven i verodostojan narativ destinacije. Promocija turizma iz ugla lokalnih ljudi, kroz njihove priče, proizvode i svakodnevne prakse, daje dodatnu vrednost i diferencira ponudu na tržištu. Takođe, podsticanje lokalnih inicijativa koje afirmišu održive prakse, kao što su upotreba lokalnih materijala, organska proizvodnja hrane, očuvanje zanata i tradicionalnih festivala, doprinosi očuvanju identiteta zajednice i povećava atraktivnost destinacije za savremenog, odgovornog putnika.

Kao dodatna vrednost ovih procesa, edukacija i participacija doprinose socijalnoj koheziji, smanjenju migracija iz ruralnih sredina, kao i ravnomernijem teritorijalnom razvoju. Kroz sistemsko osnaživanje lokalnih aktera, turizam postaje instrument ne samo ekonomskog razvoja, već i kulturnog, obrazovnog i društvenog napretka. Stoga je u okviru svake strategije održivog razvoja turizma važno predvideti posebne budžete, logističku podršku i institucionalni okvir za edukativne programe i participativne inicijative, jer se upravo u lokalnom znanju i motivaciji krije potencijal za održivost cele destinacije.

Praćenje i evaluacija promotivnih aktivnosti predstavljaju ključan segment uspešnog upravljanja destinacijom i unapređenja strategija održivog turizma. Bez jasnih ciljeva, merljivih indikatora i stalnog prilagođavanja na osnovu konkretnih podataka, promotivne kampanje mogu ostati neefikasne ili čak kontraproduktivne, posebno u kontekstu održivosti, gde nije samo kvantitet turista relevantan, već i njihov kvalitet, ponašanje i doprinos lokalnoj zajednici.

Postavljanje jasnih ciljeva mora se zasnivati na definisanim prioritetima – na primer, povećanju broja turista koji biraju eko-certifikovane smeštajne kapacitete, angažovanju kroz digitalne kanale, kao i rastu prihoda u lokalnoj ekonomiji. Takvi ciljevi se zatim operacionalizuju kroz indikatore uspeha koji omogućavaju precizno merenje efekata promocije. Na primer, broj posetilaca koji koriste održive ponude može se pratiti putem statistike rezervacija, korišćenjem QR kodova ili kroz podatke dobijene od turističkih operatera. S druge strane, angažovanost na društvenim mrežama – kroz broj pregleda, komentara, deljenja i interakcija sa sadržajem – pruža uvid u to da li poruke stižu do ciljne publike i da li izazivaju željeni odgovor. Takođe, analize ekonomskog uticaja promocije, posebno kroz prihod koji ostaje u lokalnim zajednicama, važan su indikator za merenje održivosti turizma.

Redovne analize ovih indikatora omogućavaju prilagođavanje promotivnih strategija u realnom vremenu. Praćenjem trendova u preferencijama turista, njihovih komentara i recenzija na digitalnim platformama, kao i interakcija sa promotivnim sadržajem, donosioci odluka i marketinški timovi mogu identifikovati koje poruke su najefikasnije, koji kanali imaju najveći domet i koje segmente publike je potrebno dodatno aktivirati. Na osnovu tih saznanja moguće je dinamički menjati kampanje – bilo kroz modifikaciju vizuala, jezičkih poruka, fokusiranje na određene proizvode, ili prilagođavanje narativa o destinaciji. Ovakav pristup obezbeđuje ne samo

veći stepen efektivnosti, već i racionalnije korišćenje budžeta, jer se ulaganja usmeravaju na one aktivnosti koje donose merljive rezultate.

Pored eksternih pokazatelja, evaluacija bi trebalo da uključuje i internu procenu procesa, kapaciteta i međuinstitucionalne saradnje u promociji destinacije. Na taj način se može identifikovati gde postoje operativna uska grla, potreba za dodatnom obukom ili bolja koordinacija među akterima. Takođe, uključivanje lokalnih zajednica i partnera u procenu efekata promocije doprinosi transparentnosti, kredibilitetu i većem stepenu participacije, što su osnovni principi održivog razvoja. Sistematsko praćenje i evaluacija promotivnih aktivnosti omogućavaju transformaciju turističkog marketinga iz tradicionalne, jednostrane komunikacije ka participativnom i adaptivnom modelu, u kojem se kontinuirano uči, prilagođava i unapređuje praksa na osnovu stvarnih rezultata i potreba.

Efektivna promocija održivih turističkih destinacija u Crnoj Gori zahteva strateški utemeljen i višeslojan pristup koji objedinjuje autentično brendiranje, primenu savremenih digitalnih tehnologija i duboku integraciju lokalne zajednice u sve promotivne i razvojne procese. Kroz kreiranje jedinstvenog identiteta destinacije koji se oslanja na prirodne i kulturne vrednosti, Crna Gora može izgraditi prepoznatljiv imidž održive, zelene i odgovorne zemlje. Digitalni alati omogućavaju širok i ciljani domet poruka, interakciju sa savremenim turistima i stalno prilagođavanje strategija na osnovu merenja efekata. Istovremeno, participacija lokalnih aktera ne samo da doprinosi autentičnosti promocije, već garantuje da koristi od turizma ostaju u zajednici i podstiču lokalni razvoj.

Kada su svi ovi elementi povezani u funkcionalnu celinu, stvara se osnova za promociju koja ne teži samo kvantitativnom rastu turističkih dolazaka, već unapređenju kvaliteta turističkog iskustva, očuvanju resursa i dugoročnoj održivosti. Time se doprinosi transformaciji Crne Gore u

174 destinaciju koja ne samo da zadovoljava potrebe savremenih turista, već i aktivno oblikuje odgovornu i uključivu turističku budućnost.

4.9 POVEĆANJE ULAGANJA U EDUKACIJU LOKALNOG STANOVNIŠTVA I TURISTA O ZNAČAJU ODRŽIVOSTI

Obrazovanje i podizanje svesti su temelj održivog razvoja turizma. Ulaganja u edukaciju lokalnog stanovništva i turista doprinose promeni ponašanja, jačanju zaštite prirodnih i kulturnih resursa, te kreiranju pozitivnog odnosa prema destinaciji. Crna Gora, kao zemlja bogata prirodnim lepotama i kulturnim bogatstvom, treba da uspostavi kontinuirane i sveobuhvatne obrazovne programe.

Edukacija lokalnog stanovništva predstavlja jedan od temeljnih stubova razvoja održivog turizma, jer osnažuje zajednicu da aktivno učestvuje u oblikovanju turističke ponude, očuvanju resursa i dugoročnoj koristi od turizma. Razvijanje znanja i veština kroz obuke i radionice za turističke radnike i preduzetnike ključno je kako bi se osigurala profesionalna, ekološki odgovorna i tržišno konkurentna usluga. Edukativni programi moraju obuhvatiti sveobuhvatan spektar tema – od osnovnih principa održivog turizma, preko međunarodnih i domaćih ekoloških standarda (npr. Green Key, EU Ecolabel), pa do praktičnih znanja iz oblasti kvaliteta usluge, upravljanja poslovanjem i upotrebe digitalnih alata. Kroz saradnju sa univerzitetima, stručnim institucijama i
16 međunarodnim donatorskim organizacijama, moguće je realizovati sertifikovane kurseve koji ne samo da unapređuju znanje, već i povećavaju zapošljivost i kredibilitet lokalnih aktera na tržištu. Posebnu pažnju potrebno je posvetiti osnaživanju žena i mladih, kao grupa koje često imaju ograničen pristup tržištu rada, ali poseduju značajan potencijal za inovaciju i revitalizaciju lokalne ekonomije. Programi namenjeni ženama mogu uključivati podršku za pokretanje malih biznisa u

turizmu – poput vođenja domaćinstava, izrade rukotvorina, gastronomskih radionica i sličnih delatnosti – kroz radionice, mikrokredite i mentorsku podršku. Mladi, s druge strane, predstavljaju ključne nosioce promene, jer su najčešće otvoreni za inovacije, digitalne alate i interkulturalnu komunikaciju. Uključivanjem mladih u škole, omladinske centre i nevladine organizacije mogu se formirati mreže „ambasadora održivosti“, koji ne samo da promovišu odgovorno ponašanje turista, već i učestvuju u dizajniranju i sprovođenju edukativnih kampanja.

Učešće lokalne zajednice u kreiranju edukativnih sadržaja od izuzetnog je značaja za autentičnost i prihvaćenost edukativnih programa. Kada se edukacija ne posmatra kao spolja nametnut proces, već kao zajednički oblikovan prostor učenja, veća je verovatnoća da će lokalni akteri prepoznati sopstvenu ulogu i odgovornost u očuvanju resursa i oblikovanju turističke ponude. Aktivno uključivanje predstavnika zajednice u izradu edukativnih materijala – kao što su vodiči, brošure, video sadržaji ili radionice – omogućava prenošenje lokalnog znanja, iskustava i vrednosti. Organizacija javnih tribina, foruma i zajedničkih radionica sa građanima stvara prostor za participaciju, dijalog i izgradnju poverenja između zajednice i donosioca odluka, čime se dodatno učvršćuje društvena kohezija i podrška održivom turizmu. Na ovaj način, edukacija postaje ne samo instrument prenosa znanja, već i alat za društveno uključivanje, ekonomsko osnaživanje i kulturno očuvanje, čime se stvara temelj za dugoročno održiv i inkluzivan razvoj turizma u Crnoj Gori.

Edukacija turista o principima održivog ponašanja u destinacijama od suštinskog je značaja za očuvanje prirodnih i kulturnih resursa, ali i za formiranje svesti o odgovornosti koju svaki posetilac nosi prilikom boravka u nekom prostoru. Savremeni turisti, posebno oni koji se odlučuju za boravak u prirodnim ili kulturno osetljivim sredinama, sve više očekuju da im destinacija ponudi ne samo atraktivno iskustvo, već i informacije o tome kako mogu doprineti njenom očuvanju. U

tom kontekstu, destinacije koje sistematski edukuju svoje posetioce ne samo da smanjuju negativne uticaje turizma, već i stvaraju dublji nivo angažovanosti i lojalnosti među gostima.

Na nivou same destinacije, edukacija turista može započeti postavljanjem jasnih i vizuelno privlačnih informativnih materijala – panoa, brošura i digitalnih vodiča – koji objašnjavaju osnovna pravila ponašanja u prirodi, zaštićenim područjima, kulturnim spomenicima i u kontaktu sa lokalnim zajednicama. Ovi materijali moraju biti koncizni, dostupni na više jezika i postavljeni na strateškim mestima kao što su ulazi u parkove, recepcije smeštajnih kapaciteta, info-centri i javne površine. Posebnu pažnju treba posvetiti vizualizaciji ključnih poruka koje se odnose na očuvanje biodiverziteta, korišćenje resursa, zabranu uznemiravanja flore i faune, kao i poštovanje lokalnih običaja i kulturnih vrednosti.

Digitalni alati otvaraju dodatne mogućnosti za interaktivnu i personalizovanu edukaciju turista. Razvoj mobilnih aplikacija sa sadržajima o održivosti destinacije omogućava posetiocima da u realnom vremenu dobijaju informacije o pravilima ponašanja, statusu staza, eko-inicijativama ili događajima u kojima mogu učestvovati. Interaktivne funkcije, poput kvizova, igrica ili virtuelnih vodiča, čine edukaciju zanimljivom i motivišu korisnike da se aktivno angažuju. Kroz virtuelne ture i kratke video materijale, turisti mogu unapred da se informišu o destinaciji, steknu osećaj povezanosti i pripreme se za odgovorno ponašanje tokom boravka. Na taj način, tehnologija ne služi samo kao kanal komunikacije, već i kao instrument kulturne i ekološke interpretacije prostora.

Još jedan važan aspekt edukacije jeste neposredno uključivanje turista u lokalne aktivnosti koje imaju edukativnu i participativnu dimenziju. Organizovanjem volonterskih akcija kao što su čišćenje plaža, sadnja drveća ili obnova kulturnih objekata, turisti postaju deo zajednice i doprinose njenom očuvanju. Takve aktivnosti ne samo da razvijaju osećaj korisnosti i povezanosti, već često

ostavljaju trajniji utisak od konvencionalnih oblika turizma. Pored toga, pozivanje turista da učestvuju u lokalnim festivalima, radionicama tradicionalnih zanata ili gastronomskim manifestacijama omogućava im da dublje razumeju kulturološki kontekst destinacije, čime se gradi međukulturno razumevanje i poštovanje.

Sve ove komponente edukacije turista doprinose izgradnji održivog turističkog identiteta destinacije, u kome je posetilac ne samo pasivni konzument, već aktivni učesnik u očuvanju prirode, kulture i lokalne ekonomije. Kroz sistematski razvijen i dobro implementiran edukativni pristup, moguće je znatno smanjiti negativne posledice turizma i istovremeno povećati kvalitet doživljaja i zadovoljstvo turista.

Kampanje podizanja svesti predstavljaju strateški mehanizam za oblikovanje percepcija, stavova i ponašanja različitih ciljnih grupa u vezi sa održivim turizmom, i imaju ključnu ulogu u transformaciji društvenog okvira u kojem se turizam odvija. Efikasno osmišljene kampanje, koje se sprovode na nacionalnom i lokalnom nivou, doprinose izgradnji kulture održivosti, povećavaju vidljivost pozitivnih praksi i stvaraju osećaj kolektivne odgovornosti prema prostoru i zajednici. U savremenom komunikacionom okruženju, u kojem dominiraju digitalni mediji i društvene mreže, kampanje moraju biti višekanalne, vizuelno privlačne i narativno utemeljene na autentičnim pričama koje povezuju pojedinca sa vrednostima koje destinacija promoviše.

Na nacionalnom nivou, kampanje o održivom turizmu treba da uključuju institucionalne aktere – ministarstva, turističke organizacije, medije i nevladine organizacije – i da obuhvate promotivne sadržaje koji ističu značaj očuvanja prirode, kulturne baštine, lokalne ekonomije i društvene kohezije. Društvene mreže su posebno pogodan kanal za prenošenje poruka mladim generacijama i ciljnim segmentima turista koji su osetljivi na ekološke i društvene aspekte turizma. Kroz kratke video klipove, infografike, intervjue sa lokalnim akterima, priče o uspešnim

primerima iz prakse i sadržaje koje generišu sami korisnici (user-generated content), moguće je stvoriti viralni efekat i dublju emocionalnu povezanost sa vrednostima održivosti. Lokalni nivo kampanja omogućava personalizovaniji pristup, gde zajednice same artikulišu svoje potrebe, izazove i rešenja, što dodatno doprinosi autentičnosti i efektivnosti poruka.

Jedan od najvažnijih aspekata ovih kampanja jeste isticanje pozitivnih primera i priča uspeha – kako onih koji dolaze iz lokalnih zajednica, tako i pojedinačnih aktera (preduzetnika, vodiča, domaćina, volontera). Prikazivanjem konkretnih rezultata – revitalizovanih sela, eko-certifikovanih objekata, očuvanih prirodnih lokaliteta, profitabilnih lokalnih brendova – stvara se narativ da je održivi turizam ne samo moguć, već i poželjan, isplativ i društveno prihvaćen. Ovakav pristup značajno menja paradigmu razvoja i motiviše druge zajednice da slede slične modele.

Osim medijskih i promotivnih kampanja, ključno je povezivanje sa obrazovnim sistemom kroz partnerstva sa školama, fakultetima i univerzitetima. Uvođenje nastavnih modula o održivom turizmu, zaštiti životne sredine i lokalnom razvoju omogućava dugoročno usmeravanje generacija ka odgovornijem odnosu prema prostoru i turizmu kao društvenom fenomenu. Terenske nastave, studijske posete destinacijama, volontiranje i studentski projekti koji se bave lokalnim izazovima dodatno razvijaju kompetencije mladih i njihovu spremnost da se aktivno uključe u održive inicijative.

Sveobuhvatne kampanje podizanja svesti, koje kombinuju komunikaciju, obrazovanje i participaciju, predstavljaju neizostavan deo svake strategije održivog turizma. Njihova uloga nije samo informativna, već i mobilizatorska, jer stvaraju javni diskurs u kojem održivost postaje društvena norma, a ne samo administrativna ili tržišna kategorija. Kroz takav pristup, Crna Gora može izgraditi otpornu, osvešćenu i uključivu turističku zajednicu koja postaje aktivan akter promena, a ne pasivni objekat tržišnih trendova

Praćenje i evaluacija efekata edukacije predstavljaju ključnu komponentu svake strategije za razvoj održivog turizma, jer omogućavaju uvid u realne uticaje edukativnih aktivnosti na promenu znanja, stavova i ponašanja ciljanih grupa. Bez jasno definisanih mehanizama za merenje rezultata, edukacija može ostati formalna, neefikasna i bez dugoročnog doprinosa održivosti destinacije. Stoga je neophodno da proces evaluacije bude sistemski postavljen, metodološki utemeljen i stalno prilagođavan stvarnim potrebama zajednice i tržišta.

Razvoj specifičnih i merljivih indikatora za procenu edukativnih aktivnosti prvi je korak u ovom procesu. Ovi indikatori treba da obuhvate kako kvantitativne tako i kvalitativne aspekte – na primer, stepen povećanja znanja o održivom turizmu kod lokalnih aktera, nivo informisanosti turista o pravilima ponašanja u zaštićenim područjima, ili učestalost odgovornog ponašanja, poput pravilnog odlaganja otpada, poštovanja lokalnih običaja ili podrške lokalnim proizvodima. Anketiranje turista i lokalnog stanovništva pre i nakon sprovedenih edukativnih programa omogućava poređenje stavova, znanja i ponašanja, čime se dobijaju konkretni podaci o efektima edukacije. Takođe, kroz direktna posmatranja i etnografske metode moguće je zabeležiti promene u interakcijama turista sa prostorom i zajednicom.

Pored jednokratnog merenja efekata, od suštinske je važnosti uspostavljanje sistema za kontinuirani feedback i prilagođavanje edukativnih programa. Prikupljanje povratnih informacija može se vršiti putem upitnika, fokus grupa, javnih foruma, digitalnih platformi ili neformalnih razgovora sa učesnicima. Na osnovu tih podataka moguće je identifikovati koje teme su bile najkorisnije, koji metodi učenja su bili najefikasniji, gde postoje nedoumice ili otpori, i kako se edukativni sadržaji mogu poboljšati u budućnosti. Ovakav ciklični model – planiranje, implementacija, evaluacija i unapređenje – obezbeđuje adaptivnost programa i njihovu dugoročnu relevantnost.

Uvođenje ovakvog sistema ne samo da doprinosi kvalitetu edukacije, već i jača poverenje među akterima u turističkom sektoru. Kada lokalno stanovništvo i turisti vide da su njihovi komentari uzeti u obzir i da se programi prilagođavaju njihovim potrebama, razvija se osećaj zajedničke odgovornosti i motivacija za učešće. Takođe, ovakav pristup omogućava donosiocima odluka da na transparentan način opravdaju ulaganja u edukaciju i da strategije razvoja turizma zasnivaju na realnim podacima, a ne na pretpostavkama.

Konačno, monitoring efekata edukacije doprinosi i širem cilju – razvoju kulture evaluacije u okviru održivog turizma, koja ne podrazumeva kontrolu i birokratsko izveštavanje, već postaje alat za učenje, prilagođavanje i kolektivni napredak. U tom smislu, praćenje i evaluacija nisu krajnji koraci edukativnog procesa, već njegova integralna dimenzija, koja obezbeđuje da edukacija ostane relevantna, dinamična i u službi konkretnih promena u društvu i turističkoj praksi.

Tabela 57. Preporuke za implementaciju

Korak	**Aktivnost**	**Očekivani rezultat**
1	Formiranje radne grupe za edukaciju unutar TO i lokalnih samouprava	Koordinisana i usklađena edukacija
2	Izrada modularnih programa edukacije sa fokusom na lokalne specifičnosti	Relevatni i korisni programi
3	Uvođenje digitalnih platformi za dostupnost edukativnih materijala	Šira dostupnost i angažovanje
4	Organizacija redovnih radionica, seminara i kampanja	Rast svesti i primena održivih praksi
5	Praćenje efekata kroz indikatore i prilagođavanje sadržaja	Efikasnost i kontinuirano unapređenje

Izvor: istraživanje autora

Ulaganja u edukaciju predstavljaju jedan od najznačajnijih temelja održivog turističkog razvoja, jer direktno utiču na kapacitete lokalnih zajednica da oblikuju, upravljaju i unapređuju turističku ponudu u skladu sa principima očuvanja prirodnih i kulturnih vrednosti. Kroz kontinuirano obrazovanje lokalnog stanovništva, jačaju se kompetencije za pružanje kvalitetnih i ekološki odgovornih usluga, povećava se stepen uključenosti žena i mladih u turističke procese i

podstiče se razvoj autentičnih proizvoda koji odražavaju lokalni identitet. Istovremeno, edukacija turista omogućava izgradnju svesti o značaju odgovornog ponašanja u destinacijama, što dovodi do smanjenja negativnih uticaja na životnu sredinu i jačanja međukulturnog razumevanja.

Kroz kampanje podizanja svesti, partnerstva sa obrazovnim institucijama i primenu inovativnih digitalnih alata, stvara se održiv model komunikacije i participacije koji nadilazi jednostavnu razmenu informacija i prerasta u proces zajedničkog učenja i oblikovanja budućnosti turizma. Ključnu ulogu u ovom procesu ima stalno praćenje i evaluacija edukativnih aktivnosti, čime se osigurava njihova relevantnost, efikasnost i sposobnost prilagođavanja promenama na tržištu i u zajednici.

Na taj način, edukacija ne ostaje izolovana aktivnost, već postaje integralni deo sistemske transformacije turizma u Crnoj Gori – ka modelu koji podjednako vrednuje ekonomski razvoj, očuvanje resursa i socijalnu inkluziju. Stvaranjem obrazovanog, osnaženog i informisanog turističkog okruženja, Crna Gora se pozicionira kao destinacija koja ne samo da privlači savremenog, odgovornog posetioca, već i gradi dugoročne temelje za sopstvenu otpornost, konkurentnost i održivost.

ZAKLJUČAK

Sprovedeno istraživanje potvrđuje da turizam, kada se planski i odgovorno razvija, može predstavljati ključni katalizator održivog privrednog razvoja Crne Gore. U kontekstu rastućih izazova vezanih za očuvanje prirodnih i kulturnih resursa, klimatske promene, sezonalnost turističke potražnje i potrebu za jačanjem lokalnih zajednica, koncept održivog turizma dobija sve značajnije mesto u naučnim i razvojnim politikama. Istraživanje je teorijski, metodološki i empirijski obradilo ključne dimenzije održivog turizma, identifikovalo resurse, analiziralo institucionalne kapacitete, ispitalo stavove i ponašanja ključnih aktera, te ponudilo konkretne smernice za unapređenje postojećeg sistema.

Rezultati istraživanja pokazuju da Crna Gora raspolaže izuzetnim potencijalom za implementaciju održivih turističkih praksi, posebno u segmentima ekoturizma, kulturnog turizma, ruralnog i avanturističkog turizma. Nacionalni parkovi, UNESCO lokaliteti i autentične ruralne zajednice čine osnovu za diverzifikaciju turističke ponude i razvoj modela koji su u skladu sa principima očuvanja biodiverziteta, kulturnog identiteta i socijalne inkluzije. Međutim, potencijali ostaju delimično neiskorišćeni zbog institucionalnih slabosti, nedovoljno razvijenih mehanizama evaluacije i ograničene uključenosti lokalnog stanovništva u odlučivanje i kreiranje koristi od turizma.

Analiza podataka prikupljenih kroz kvantitativne ankete i kvalitativne intervjue ukazuje na postojanje sve veće svesti među turistima i stejkholderima o značaju održivog turizma. Ipak, evidentne su razlike u percepcijama u zavisnosti od pola, starosne strukture i mesta boravka, što upućuje na potrebu za ciljanom edukacijom i promocijom održivih vrednosti. Stepen digitalizacije i upotrebe inovativnih tehnologija u sektoru ostaje relativno nizak, iako ispitanici u velikoj meri

71

prepoznaju njihov potencijal za unapređenje efikasnosti i transparentnosti u upravljanju destinacijama.

Komparativna analiza sa slovenačkim modelom održivog turizma pokazala je da sistemska rešenja, zasnovana na standardizaciji, participativnim modelima upravljanja i promociji lokalnih vrednosti, mogu biti efektivno prenesena i adaptirana u crnogorski kontekst. Ključni elementi uspeha u slovenačkom slučaju – međuinstitucionalna saradnja, uključivanje zajednica, evaluacija kroz ekološke indikatore i podsticaji za održive prakse – predstavljaju relevantne obrasce za buduće planiranje razvoja u Crnoj Gori.

Analiza slovenačkog modela održivog turizma jasno pokazuje da se sistemski pristupi, zasnovani na sveobuhvatnim okvirima standardizacije, participativnim modelima upravljanja i strateškoj promociji lokalnih vrednosti, mogu ne samo preneti već i uspešno adaptirati u crnogorski kontekst. Slovenija, kao lider u održivom turizmu na nivou Evrope, razvila je holistički model koji kombinuje institucionalnu koheziju, aktivno uključivanje lokalnih zajednica i kontinuirano praćenje ekoloških performansi destinacija. Ovaj model se ističe kroz nekoliko ključnih elemenata uspeha koji pružaju relevantne obrasce za buduće planiranje i implementaciju održivih turističkih politika u Crnoj Gori.

Prvi stub slovenačkog pristupa je **međuinstitucionalna saradnja**, koja uključuje sinergijsko delovanje različitih nivoa vlasti – od lokalne samouprave do nacionalnih ministarstava i specijalizovanih agencija za turizam i zaštitu prirode. Kroz horizontalne i vertikalne tokove koordinacije, stvoreni su efikasni mehanizmi za planiranje i implementaciju strategija, čime se minimizuju konflikti interesa i omogućava integracija sektorskih politika (npr. zaštite životne sredine, ruralnog razvoja i kulturne baštine).

Drugi ključni element je **uključivanje lokalnih zajednica u donošenje odluka** putem participativnih platformi, javnih rasprava i inicijativa koje osnažuju lokalne aktere da postanu aktivni nosioci održivog razvoja. Ovaj pristup omogućava generisanje većeg nivoa socijalne kohezije, jačanje osećaja pripadnosti i unapređenje lokalne ekonomije kroz valorizaciju autentičnih proizvoda i usluga. U kontekstu Crne Gore, primena sličnih participativnih modela može doprineti smanjenju napetosti između turističkog razvoja i očuvanja tradicionalnog načina života, posebno u ruralnim područjima i zaštićenim prirodnim zonama.

Treći aspekt slovenačkog modela je **primena ekoloških indikatora i standardizovanih alata za evaluaciju održivosti**. Uvođenjem sistema kao što je *Slovenia Green*, razvijen je transparentan metod za ocenjivanje performansi turističkih destinacija u pogledu očuvanja prirodnih resursa, energetske efikasnosti, upravljanja otpadom i očuvanja biodiverziteta. Ovakav sistem bi u Crnoj Gori mogao doprineti formiranju objektivnih kriterijuma za dodelu podrške destinacijama koje teže održivosti, ali i kao alat za podizanje svesti kod posetilaca i lokalnog stanovništva o važnosti ekološke odgovornosti.

Naposletku, **podsticaji za usvajanje održivih praksi** predstavljaju još jedan faktor uspeha u Sloveniji. Kroz finansijske subvencije, poreske olakšice i promociju ekološki odgovornih biznisa, turistički sektor je motivisan da prelazi na energetski efikasne tehnologije, lokalno nabavljene proizvode i kružnu ekonomiju. S obzirom na prirodna bogatstva i visoku zavisnost Crne Gore od turizma, slični instrumenti bi mogli ubrzati tranziciju ka održivijem modelu i smanjiti pritisak na ekosisteme posebno tokom letnje sezone masovnog turizma.

Poređenjem ova dva konteksta jasno je da iako postoje određene razlike u administrativnim kapacitetima, nivou institucionalnog razvoja i socioekonomskim okvirima, **suštinski principi**

slovenačkog modela mogu biti prilagođeni specifičnostima Crne Gore. To podrazumeva kreiranje jedinstvene nacionalne strategije za održivi turizam koja bi integrisala:

- razvoj destinacijskog menadžmenta zasnovanog na podacima,
- osnaživanje lokalnih zajednica kao partnera,
- razvoj instrumenata za praćenje održivosti,
- i obezbeđenje mehanizama finansijske i tehničke podrške privatnim i javnim akterima.

Na taj način Crna Gora može postati prepoznatljiva kao destinacija koja uspešno balansira između ekonomskih benefita turizma i očuvanja prirodne i kulturne baštine, slično slovenačkom primeru.

Rezultati istraživanja ukazuju na pozitivne pomake u normativnom i strateškom okviru Crne Gore, koji održivost sve više prepoznaje kao ključni razvojni prioritet u sektoru turizma. Dokumenti poput Strategije razvoja turizma Crne Gore do 2025. godine, kao i nacionalne politike u oblasti zaštite životne sredine i prostornog planiranja, sadrže odredbe koje eksplicitno afirmišu principe održivog razvoja, zaštite prirodnih resursa i diverzifikacije turističke ponude. Međutim, uprkos deklarativnoj posvećenosti ovim principima, analiza pokazuje da proces implementacije ostaje fragmentisan, nedosledan i često ograničen na formalno ispunjavanje međunarodnih standarda, bez suštinske integracije održivosti u praksu.

Jedan od ključnih izazova u crnogorskom kontekstu jeste **slabost regulatornog okvira**, koji i dalje ne obezbeđuje dovoljno jak institucionalni mehanizam za sprovođenje održivih praksi. Postojeći zakoni i pravilnici često su parcijalno primenjeni, a mehanizmi za koordinaciju između sektorskih institucija – kao što su Ministarstvo ekologije, prostornog planiranja i urbanizma, Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma, i lokalne samouprave – pokazuju nedovoljnu

efikasnost. Ova institucionalna rascjepkanost dodatno otežava implementaciju integrisanih turističkih politika koje bi istovremeno adresirale ekološke, ekonomske i sociokulturne aspekte održivosti.

Pored regulatornih izazova, **nedostatak institucionalnih kapaciteta** na nivou lokalne uprave predstavlja ozbiljnu prepreku za operativno sprovođenje strateških ciljeva. U mnogim opštinama, sektor turizma funkcioniše bez dovoljno obučenog kadra za upravljanje destinacijom u skladu sa principima održivog razvoja. Takođe, inspekcijski nadzor nad poštovanjem ekoloških i urbanističkih standarda ostaje nedovoljno razvijen, što omogućava praksu neodrživog upravljanja resursima i nekontrolisanu izgradnju u atraktivnim turističkim zonama.

U tom kontekstu, **jačanje regulatornog okvira i institucionalnih kapaciteta** nameće se kao prioritetno. To bi podrazumevalo:

- donošenje jasnijih i operativnijih propisa koji definišu kriterijume za održivi turizam,
- uspostavljanje sistema sertifikacije i evaluacije održivosti turističkih aktera,
- povećanje broja i kompetencija inspektora zaduženih za nadzor implementacije tih propisa.

Međutim, formalno uređenje i kontrola neće biti dovoljni ukoliko se ne razviju **inkluzivni modeli upravljanja turizmom**, koji će lokalnim zajednicama omogućiti aktivnu i ravnopravnu ulogu u procesima planiranja i odlučivanja. Dosadašnji modeli su lokalne aktere uglavnom tretirali kao pasivne korisnike ili „čuvare resursa“, dok savremeni pristupi održivom turizmu zahtevaju njihovo osnaživanje kroz participaciju, partnerstva i deljenje koristi od turističkog razvoja. Takvi modeli su posebno značajni u ruralnim i zaštićenim područjima Crne Gore, gde bi participativno upravljanje moglo doprineti smanjenju konflikata između turističkih interesa i očuvanja lokalnih ekosistema, kao i očuvanju kulturnog identiteta zajednica.

Inspiraciju za razvoj ovih modela moguće je pronaći u najboljim praksama, poput slovenačkog *Slovenia Green* sistema, koji je uspeo da poveže institucije, privatni sektor i lokalno stanovništvo u zajedničkom cilju – stvaranju konkurentne, ali i održive destinacije. Adaptacijom takvih rešenja na crnogorske uslove, mogu se stvoriti preduslovi za izgradnju turističkog sektora koji balansira između ekonomskog rasta i očuvanja prirodne i kulturne baštine.

Na osnovu teorijskih uvida, analize postojećeg institucionalnog i strateškog okvira, kao i empirijskih nalaza disertacije, formulisan je niz preporuka koje imaju za cilj usmeravanje razvoja turizma u Crnoj Gori ka modelu koji je dugoročno održiv, konkurentan i društveno inkluzivan. Ove preporuke proizilaze iz identifikovanih izazova u implementaciji postojećih politika, ali i iz najboljih međunarodnih praksi koje su pokazale da je održivost moguće ostvariti jedino kroz sveobuhvatan i integrisani pristup. **Potvrđena je polazna hipoteza da turizam u Crnoj Gori ima potencijal da postane pokretač održivog privrednog razvoja, pod uslovom da se ostvare ključni preduslovi: efikasno upravljanje prirodnim i kulturnim resursima, uključivanje lokalnih zajednica, digitalna transformacija sektora i usklađenost sa međunarodnim standardima održivosti.**

1. Jačanje participacije lokalnog stanovništva

Efikasan razvoj održivog turizma zahteva aktivno uključivanje lokalnih zajednica u procese planiranja, odlučivanja i upravljanja turističkim razvojem. Participativni modeli omogućavaju lokalnim akterima da postanu ravnopravni partneri, čime se povećava legitimitet turističkih inicijativa i smanjuje otpor prema promenama. Preporučuje se:

- uspostavljanje lokalnih saveta za turizam kao institucionalizovanih tela za dijalog između javnog, privatnog i civilnog sektora,

- kreiranje mehanizama za deljenje koristi od turizma, čime bi se obezbedila ravnoteža između ekonomske koristi i očuvanja resursa,
- podsticanje društvenog preduzetništva u ruralnim područjima.

2. **Razvoj edukativnih programa za turiste i aktere sektora**

Podizanje svesti o značaju održivosti ključno je za promenu ponašanja kako turista, tako i turističkih aktera. Edukativni programi za turiste treba da naglase važnost odgovornog ponašanja, dok programi za aktere sektora treba da obuhvate teme poput ekološke efikasnosti, digitalne transformacije i razvoja autentičnih proizvoda. Ove inicijative mogu biti realizovane kroz:

- interaktivne kampanje i radionice na destinacijama,
- partnerstva sa obrazovnim institucijama i nevladinim organizacijama,
- uvođenje modula o održivom turizmu u programe stručnog usavršavanja za turističke radnike.

3. **Podsticanje ekoloških standarda i praksi**

Očuvanje prirodnog kapitala Crne Gore, koji predstavlja osnovu njene turističke atraktivnosti, zahteva uvođenje jasnih ekoloških standarda i instrumenata za njihovu primenu. Preporučuje se:

- implementacija sistema sertifikacije za održive destinacije i poslovne subjekte (po uzoru na *Slovenia Green*),
- podsticaji za korišćenje obnovljivih izvora energije i kružnu ekonomiju u turističkom sektoru,
- uvođenje monitoring sistema za procenu uticaja turizma na biodiverzitet i lokalne ekosisteme.

4. **Snažnija digitalizacija sektora**

Digitalna transformacija može doprineti unapređenju upravljanja destinacijama, promociji manje poznatih lokaliteta i smanjenju pritiska na najposećenije zone. Digitalni alati omogućavaju prikupljanje podataka u realnom vremenu, kreiranje personalizovanih turističkih iskustava i promociju održivih praksi. Neophodno je:

- razviti nacionalne i lokalne platforme za digitalni marketing i e-upravljanje turizmom,
- uvesti „pametne“ sisteme za upravljanje posetama u zaštićenim područjima (npr. kontrola broja posetilaca, elektronske rezervacije),
- edukovati lokalne aktere o korišćenju digitalnih alata u poslovanju.

5. **Diverzifikacija turističke ponude i promocija autentičnih iskustava**

Smanjenje zavisnosti od masovnog i sezonskog turizma moguće je kroz razvoj alternativnih oblika turizma koji promovišu autentičnost i lokalnu kulturu – seoski turizam, agro-turizam, kulturne rute i ekoturizam. Time se ne samo podiže konkurentnost destinacije, već se i jača lokalna ekonomija. Preporučuje se:

- identifikacija i brendiranje lokalnih proizvoda i iskustava,
- razvoj tematskih ruta koje povezuju kulturne, prirodne i gastronomske resurse,
- podrška malim i srednjim preduzećima koja nude inovativne i održive turističke usluge.

Samo kroz ovakav sveobuhvatan, integrisani pristup Crna Gora može ostvariti transformaciju turističkog sektora u sistem koji je ne samo ekonomski održiv, već i ekološki odgovoran i društveno pravedan. Ovakav model turizma obezbedio bi dugoročne koristi – od očuvanja prirodnih i kulturnih resursa, preko unapređenja kvaliteta života lokalnih zajednica, do jačanja konkurentnosti zemlje na globalnom turističkom tržištu. Ključ uspeha leži u

koordinisanom delovanju institucija, privatnog sektora i građana, uz jasno definisane ciljeve i merljive pokazatelje održivosti.

Sprovedeno istraživanje doprinosi teorijskoj elaboraciji odnosa između turizma i održivosti, metodološkom unapređenju kroz kombinaciju kvantitativnih i kvalitativnih istraživačkih tehnika, kao i formulisanju praktičnih smernica koje Crnu Goru mogu pozicionirati kao regionalnog lidera u oblasti održivog turizma. Istovremeno, rezultati istraživanja otvaraju nove pravce budućih istraživanja u pogledu praćenja efekata edukacije, tehnoloških inovacija i participacije lokalnih zajednica u razvoju turističkih destinacija, što može imati značajnu ulogu u oblikovanju budućih turističkih politika u zemlji.

NAUČNI DOPRINOS DISERTACIJE

Ova disertacija daje značajan naučni doprinos proučavanju održivog turizma, posebno u kontekstu destinacija koje se suočavaju sa intenzivnim turističkim razvojem i potrebom za očuvanjem prirodnih, društvenih i kulturnih resursa, kao što je Crna Gora. Naučni doprinos istraživanja ogleda se na teorijskom, metodološkom i praktičnom nivou.

Pre svega, istraživanje pruža empirijski zasnovan uvid u percepcije, stavove i nivo svesti o održivom turizmu među različitim akterima turističkog sistema. Kombinovanjem kvantitativnih i kvalitativnih istraživačkih pristupa omogućeno je sagledavanje stavova ne samo turista, već i lokalnog stanovništva, predstavnika privatnog sektora i donosilaca odluka. Na taj način istraživanje doprinosi boljem razumevanju kompleksnih odnosa između različitih interesnih grupa uključenih u razvoj održivog turizma, što predstavlja oblast koja je još uvek nedovoljno istražena u regionalnom kontekstu.

Značajan doprinos disertacije odnosi se i na razumevanje uticaja sociodemografskih faktora na stavove prema održivom turizmu. Primena deskriptivne statistike i Pearsonovog hi-kvadrat testa omogućava identifikovanje razlika u percepcijama održivosti u odnosu na karakteristike ispitanika, poput pola i mesta boravka. Ovakav pristup doprinosi preciznijem razumevanju obrazaca ponašanja i stavova različitih društvenih grupa, čime se stvaraju osnove za kreiranje ciljanih politika, edukativnih programa i razvojnih strategija u oblasti održivog turizma. Metodološki doprinos istraživanja ogleda se u primeni multidisciplinarnog pristupa koji objedinjuje desk istraživanje, anketno ispitivanje i polustrukturisane intervjue. Integracijom različitih istraživačkih metoda omogućeno je sveobuhvatnije sagledavanje fenomena održivog turizma, čime se unapređuje metodološka osnova za buduća istraživanja u ovoj oblasti. Ovakav pristup može poslužiti kao model za slična istraživanja u drugim geografskim, društvenim i kulturnim kontekstima.

Pored teorijskog i metodološkog značaja, disertacija ima i izražen praktični doprinos. Rezultati istraživanja pružaju relevantne informacije za unapređenje politika i strategija održivog turističkog razvoja na lokalnom i nacionalnom nivou. Na osnovu identifikovanih izazova i potreba različitih aktera moguće je kreirati efikasnije modele upravljanja turističkim razvojem koji će biti zasnovani na principima održivosti, racionalnog korišćenja resursa i dugoročnog razvoja destinacija.

Poseban doprinos istraživanja odnosi se na isticanje značaja uključivanja lokalnih zajednica u procese planiranja i razvoja turizma. Disertacija potvrđuje da participacija lokalnog stanovništva predstavlja jedan od ključnih preduslova dugoročne održivosti turističkih destinacija, društvene kohezije i očuvanja lokalnog identiteta. Time se dodatno naglašava potreba za participativnim

pristupom upravljanju turizmom, što predstavlja važan doprinos savremenim teorijskim i praktičnim razmatranjima održivog razvoja turizma.

OGRANIČENJA ISTRAŽIVANJA I PRAVCI BUDUĆIH ISTRAŽIVANJA

Iako je istraživanje pružilo značajne uvide u stavove i nivo svesti o održivom turizmu u Crnoj Gori, određena ograničenja treba uzeti u obzir prilikom interpretacije i primene rezultata. Pre svega, iako je uzorak od približno 385 ispitanika statistički validan za generalizaciju na populaciju turista, moguće je da nije u potpunosti reprezentativan za sve demografske i geografske segmente. Većina ispitanika bila je vezana za primorske destinacije, dok su planinski i ruralni regioni bili zastupljeni u manjoj meri, što može uticati na sveobuhvatnost sagledavanja stavova u tim područjima.

Dodatno, prikupljanje podataka tokom perioda od marta 2024. do aprila 2025. godine može odražavati sezonske varijacije u turističkom prometu i percepcijama turista, posebno imajući u vidu izraženu sezonalnost crnogorskog turizma. Takve okolnosti mogu uticati na rezultate i njihovu primenljivost u vansezonskim periodima. Ograničenje predstavlja i činjenica da se anketni podaci zasnivaju na samoprijavljivanju ispitanika, što otvara mogućnost pojave društveno poželjnih odgovora i drugih oblika subjektivne pristrasnosti.

Sa metodološkog aspekta, primena deskriptivne statistike i hi-kvadrat testa pogodna je za analizu kategoričkih podataka, ali ne omogućava detaljnije ispitivanje složenijih odnosa i uzročno-posledičnih veza između posmatranih varijabli. Takođe, iako su sprovedeni polustrukturisani intervjui sa stejkholderima, veći broj intervjua i dublja kvalitativna analiza mogli bi doprineti potpunijem razumevanju percepcija, izazova i razvojnih potencijala održivog turizma. Pored toga, nalazi istraživanja vezani su za specifičan društveni, ekonomski i turistički kontekst Crne Gore, zbog čega njihova primena u drugim destinacijama može biti ograničena.

Uprkos navedenim ograničenjima, istraživanje otvara prostor za buduća naučna i praktična istraživanja u oblasti održivog turizma. Buduća istraživanja trebalo bi da obuhvate veći broj ispitanika iz planinskih, ruralnih i manje razvijenih turističkih područja kako bi se obezbedila detaljnija i teritorijalno uravnoteženija analiza stavova i percepcija. Takođe, sprovođenje istraživanja tokom različitih godišnjih doba omogućilo bi sagledavanje sezonskih promena u ponašanju turista i lokalnog stanovništva, čime bi se dobili relevantniji podaci za planiranje celogodišnjeg razvoja održivog turizma.

Dalji razvoj kvalitativnih istraživanja kroz primenu većeg broja dubinskih intervjua, fokus grupa i studija slučaja mogao bi doprineti boljem razumevanju specifičnih prepreka i mogućnosti razvoja održivog turizma iz perspektive različitih aktera. Značajan doprinos mogu pružiti i komparativne studije sa drugim turističkim destinacijama u regionu i šire, posebno sa sredinama sličnih socioekonomskih i kulturnih karakteristika, radi identifikacije univerzalnih i specifičnih faktora uspešnog održivog razvoja.

Pored toga, buduća istraživanja mogu biti usmerena na analizu efekata edukativnih i promotivnih kampanja na promenu stavova i ponašanja turista i lokalnog stanovništva u pravcu održivosti. Posebnu pažnju potrebno je posvetiti i tehnološkim aspektima održivog turizma, odnosno analizi uticaja digitalnih tehnologija i inovativnih rešenja na upravljanje turističkim destinacijama, racionalno korišćenje resursa i unapređenje komunikacije sa posetiocima. Ovakvi pravci istraživanja mogu doprineti razvoju sveobuhvatnijeg i multidisciplinarnog pristupa održivom turizmu, kao i jačanju naučne i praktične osnove za njegovo unapređenje u Crnoj Gori i širem regionu.

LITERATURA

1. Abu-Rayash, A., & Zaidan, E. (2025). Socio-economic & justice dimensions of energy. *Reference Module in Earth Systems and Environmental Sciences*. Elsevier. https://doi.org/10.1016/B978-0-44-313219-3.00168-4
2. Agapito, D., Mendes, J., & do Valle, P. O. (2012). The rural village as an open door to nature-based tourism in Portugal: The Aldeia da Pedralva case. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal, 60*(3), 325–338. https://hrcak.srce.hr/93008
3. Ahmed, K.S. (2024). How to choose a sampling technique and determine sample size for research: A simplified guide for researchers. Oral Oncology Reports, 12, 100662, https://doi.org/10.1016/j.oor.2024.100662
4. Almeida-García, F., Peláez-Fernández, M. Á., Balbuena-Vázquez, A., & Cortés-Macias, R. (2016). Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain). *Tourism Management, 54*, 259–274. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.11.007
5. Alonso-Morales, N., Sáez-Martín, A., & Haro-de-Rosario, A. (2025). The role of local public spending in the achievement of the social dimension of sustainable development: An empirical analysis. *Sustainable Futures, 9*, 100475. https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.100475
6. Altinay, L., Toros, E., Vatankhah, S., & Seyfi, S. (2026). Women entrepreneurs as cultural custodians in tourism: A social feminism theory perspective. *Tourism Management, 112*, 105267. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105267
7. Anđelković, B. (2023). From a local sanctuary to the “Ostrog of the Djerdap”: The role of monasticism in creating the most visited pilgrimage destination in Serbia. In D. Dragnea, E. G. Varvounis, E. Reuter, P. Hristov, & S. Sorek (Eds.), *Pilgrimage in the*

Christian Balkan world: The path to touch the sacred and holy (pp. 220–235). Brepols Publishers. https://www.researchgate.net/publication/374581830_From_the_Local_Sanctuary_to_the_Ostrog_of_the_Djerdap_The_Role_of_Monasticism_in_Creating_the_Most_Visited_Pilgrimage_Destination_in_Serbia

8. Andereck, K. L., & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research, 50*(3), 248–260. https://doi.org/10.1177/0047287510362918
9. Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research, 32*(4), 1056–1076. https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001
10. Andereck, K. L., Valentine, K. M., Vogt, C. A., & Knopf, R. C. (2007). A cross-cultural analysis of tourism and quality of life perceptions. *Journal of Sustainable Tourism, 15*(5), 483–502. https://doi.org/10.2167/jost612.0
11. Andrade Suárez, M. J., Docampo García, M., & Leiras, A. (2025). Researching links between pilgrimage tourism and rural development: The emergence of Fisterra as a "new end" of the way. *Journal of Rural Studies, 119*, 103721. https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2025.103721
12. Antoniou, C., Cuculiza, C., Kumar, A., & Yang, L. (2025). Seeing is believing: Tourism and foreign equity investments. *Journal of Banking & Finance, 178*, 107498. https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2025.107498

13. Aquino, R. S., & Boluk, K. A. (2025). Social entrepreneurship in tourism: A framework-based scoping review and research agenda. *Tourism Management Perspectives, 57*, 101351. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2025.101351
14. Aquino, R., Luck, M., & Schanzel, H. (2018). A conceptual framework of tourism social entrepreneurship for sustainable community development. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 37*, 23–32. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.09.001
15. Arias, A., Moreira, M. T., & Feijoo, G. (2025). Wind farms through the lens of sustainability and circularity: Integrating environmental, economic, and social dimensions. *Sustainable Production and Consumption*. Advance online publication. https://doi.org/10.1016/j.spc.2025.07.003
16. Arioli, V., Sala, R., Pirola, F., & Pezzotta, G. (2025). Requirements definition for the economic, environmental and social sustainability assessment of product-service systems: State-of-the-art. *Computers & Industrial Engineering*. Advance online publication. https://doi.org/10.1016/j.cie.2025.111382
17. Arsić, M., Vujko, A., & Borovčanin, D. (2025). Push motivations as a basis for woman inclusion in emerging rural tourism destinations: The case of Fruška Gora villages. In *Proceedings of the 5th International Scientific and Professional Conference on Rural Tourism Development RRT 2024* (pp. 152–163). Faculty of Tourism and Hospitality Management. https://vimal.hr/zbornik-radova-rrt-2024/#flipbook-df_5747/1/
18. Arsić, M., Vujko, A., & Knežević, M. (2024a). Development perspectives of wellness and spa tourism in the context of the tourism business sustainability. *Sustainability, 16*(20), 8760. https://doi.org/10.3390/su16208760

19. Arsić, M., Vujko, A., & Nedeljković, D. (2025b). The synergy between gastronomy and active tourism as indicator of sustainable rural wellness and spa destination development. *Economics of Agriculture, 72*(1), 357–373. https://doi.org/10.59267/ekoPolj2501357a
20. Arsić, M., Vujko, A., & Panić, A. (2024b). The impact of environmental indicators of sustainability on the development of (spa) tourism in Sokobanja. In *SITCON 2024* (pp. 43–49). Belgrade.
21. Babović, A., Babović, A., & Babović, A. (2015). Razvoj ruralnog turizma u Crnoj Gori. *BizInfo (Blace), 6*(1), 79–90. https://doi.org/10.5937/BIZINFO1501079B
22. Bac, D. P. (2008). A history of concept of sustainable development: Literature review. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series, 17*(2), 576–580.
23. Bakalo, N., Makhovka, V., Krekoten, I., Glebova, A., & Kulakova, S. (2025). Local tourism as financial and economic development driver of the community: Management aspect. *World Development Perspectives, 38*, 100693. https://doi.org/10.1016/j.wdp.2025.100693
24. Baker, S. (2006). Sustainable development. London: Routledge.
25. Balkan Green Belt Initiative. (n.d.). *Balkan Green Belt: Connecting nature and people*. Retrieved July 11, 2025, from https://www.balkangreenbelt.org/
26. Banović, B., & Milenković, M. (2023). Anthropological analysis of the use of Saint Basil of Ostrog cult in Montenegro's contemporary political life. In *Proceedings of the Sixteenth Annual International Conference on Comparative Mythology: Mythologies of Violence: War in Heaven, War on Earth* (pp. [unesi stranice ako ima]). Rathcroghan Visitor Centre, Tulsk, Ireland, August 21–25, 2023. https://reff.f.bg.ac.rs/handle/123456789/6748

27. Barbieri, C., & Mshenga, P. M. (2008). The role of the firm and owner characteristics on the performance of agritourism farms. *Sociologia Ruralis, 48*(2), 166–183. https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2008.00450.x

28. Barbieri, C. (2013). Assessing the sustainability of agritourism in the US: A comparison between agritourism and other farm entrepreneurial ventures. *Journal of Sustainable Tourism, 21*(2), 252–270. https://doi.org/10.1080/09669582.2012.685174

29. Barbieri, C., Xu, S., Gil Arroyo, C., & Rozier, R. S. (2015). Agritourism, farm visit, or...? A branding assessment for recreation on farms. *Journal of Travel Research, 54*(1), 1–15. https://doi.org/10.1177/0047287515605930

30. Barovic, G., Vujacic, D., & Spalevic, V. (2021). Rivers of the coast of Montenegro. In D. Joksimović, M. Đurović, I. S. Zonn, A. G. Kostianoy, & A. V. Semenov (Eds.), *The Montenegrin Adriatic Coast* (Vol. 110). *The Handbook of Environmental Chemistry*. Springer. https://doi.org/10.1007/698_2020_707

31. Baum, S. (2011). The tourist potential of rural areas in Poland. Eastern Europe Countries, 17, 107–135.

32. Bećagol, I. (2016). *Mogućnost razvoja eko i seoskog turizma u Crnoj Gori*. Specijalistički rad, Fakultet za menadžment u saobraćaju i komunikacijama, Tivat. https://www.fms-tivat.me/download/spec-radovi/Ivana%20Becagol.pdf

33. Bjelić, K., Vujko, A., & Borovčanin, D. (2024a). Glamping – Creative accommodation trend as factor of rural destination development. In *SITCON 2024* (pp. 56–64). Belgrade.

34. Bjelić, K., Vujko, A., & Panić, A. (2024b). Comparative analysis of the tourist destinations competitiveness in function to improve the tourist offer - Kranjska Gora and

Zlatibor case study. *The European Journal of Applied Economics, 21*(2), 88–106. https://doi.org/10.5937/EJAE21-50045

35. Bjelić, K., Vujko, A., & Panić, A. (2025). The impact of ethno-tourism on the rural destination development: "Old Village" Sirogojno case study. In *Proceedings of the 5th International Scientific and Professional Conference on Rural Tourism Development RRT 2024* (pp. 164–176). Faculty of Tourism and Hospitality Management. https://vimal.hr/zbornik-radova-rrt-2024/#flipbook-df_5747/1/
36. Blanton, A., Ewane, B. E., McTavish, F., Watt, M. S., Rogers, K., Daneil, R., Vizcaino, I., Gomez, A. N., Pitumpe Arachchige, P. S., King, S. A. L., Galgamuwa, G. A. P., Palacios Peñaranda, M. L., al-Musawi, L., Montenegro, J. F., Broadbent, E. N., Almeyda Zambrano, A. M., Hudak, A. T., Swangjang, K., Velasquez-Camacho, L., Polania Vorenberg, J. H., Srinivasan, S., Abdullah, M. M., Charabi, Y. A. R., Wan Mohd Jaafar, W. S., Musa, F., Sidik, F., Al-Awadhi, T., Ali, T., Doaemo, W., & Mohan, M. (2024). Ecotourism and mangrove conservation in Southeast Asia: Current trends and perspectives. *Journal of Environmental Management, 365*, 121529. https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2024.121529
37. Bojović, P., Vujko, A., Knežević, M., & Bojović, R. (2024a). Sustainable approach to the development of the tourism sector in the conditions of global challenges. *Sustainability, 16*(5), 2098. https://doi.org/10.3390/su16052098
38. Bojović, R., Bojović, S., Popovic, V., Gantner, V., Dokić, D., Dimitrijević, S., & Vujko, A. (2024b). Organic food production and its significance. In *7th International Scientific Conference "Village and Agriculture"* (pp. 104–128). Požarevac, Serbia. ISBN 978-99976-054-0-5.

39. Boley, B. B., & Green, G. T. (2015). Ecotourism and natural resource conservation: The 'potential' for a sustainable symbiotic relationship. *Journal of Ecotourism*, *15*(1), 36–50. https://doi.org/10.1080/14724049.2015.10940803

40. Boley, B. B., McGehee, N. G., Perdue, R. R., & Long, P. (2014). Empowerment and resident attitudes toward tourism: Strengthening the theoretical foundation through a Weberian lens. *Annals of Tourism Research, 49,* 33–50. https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.08.005

41. Bošković, D. (2003). *Education for the development of village tourism in Montenegro*. Government of the Republic of Montenegro, Ministry of Education and Science.

42. Bošković, N. (2016). *Održivo korišćenje prirodnih resursa kao osnova razvoja turizma Srbije*. Kragujevac: Ekonomski fakultet.

43. Bošković, N., Jaćimović, Ž., & Bajt, O. (2025). Protected natural areas are not protected from plastic pollution and its ecological risks: The case of Tara River in Montenegro, protected by UNESCO. *Journal of Environmental Chemical Engineering, 13*(5), 117726. https://doi.org/10.1016/j.jece.2025.117726

44. Botić, A., Vujko, A., Panić, A. (2024). Sustainable Conference Tourism as a Prerequisite for the Future Development of Business Tourism: The Case of Hotel Norcev. *Turističko poslovanje,* 34. 92-102, https://doi.org/10.5937/turpos0-52814M52

45. Brace, N., Kemp, R., & Snelgar, R. (2009). *SPSS for psychologists* (4th ed.). Routledge.

46. Bramwell, B. & Lane, B. (1993). Sustainable tourism An evolving global approach. *Journal of Sustainable Tourism,* 1, 1-5.

47. Brandth, D. & Haugen, M.S. (2010). Doing farm tourism: The intertwining practices of gender and work. Signs: *Journal of Women in Culture and Society*, 35(2), 426-446.

48. Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas – Vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management, 25*, 71–79. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00063-3

49. Briggs, S. M., & Schnitzer, J. J. (2002). The World Trade Center terrorist attack: Changing priorities for surgeons in disaster response. *Surgery, 132*(3), 506–512. https://doi.org/10.1067/msy.2002.127981

50. Broccardo, L., Culasso, F., & Truant, E. (2017). Unlocking value creation using an agritourism business model. *Sustainability, 9*(9), 1618. https://doi.org/10.3390/su9091618

51. Bruno, J. (2021). *The global ecotourism trends and suggestions*. Retrieved from https://ace.aua.am/files/2019/09/The-Global-Ecotourism-Market-TheTrends-How-Armenia-Can-Tap-into-Opportunities-Jon-Bruno.pdf

52. Burić, D. (2020). Changes in temperature and precipitation in the instrumental period (1951–2018) and projections up to 2100 in Podgorica (Montenegro). *International Journal of Climatology*, 41(S1), E133–E149. https://doi.org/10.1002/joc.6671

53. Swain, M. B., & Momsen, J. H. (Eds.). (2002). *Gender/tourism/fun(?). (Tourism Dynamics series)*. Cognizant Communication Corporation.

54. Cánoves, G., Villarino, M., Priestley, G. & Blanco, A. (2004). Rural Tourism in Spain: an analysis of recent evolution. *Geoforum*, 35(6), 755-769.

55. Çapar, H., & Arslanoğlu, A. (2025). The impact of Sustainable Development Goals as a driving force in the development of medical tourism. *Evaluation and Program Planning, 111*, 102587. https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2025.102587

56. Carpio, C., Wohlgenant, M. & Boonsaeng, T. (2008). The Demand for Agritourism in the United States. *Journal of Agricultural and Resource Economics,* 33(2), 254-269.

57. Ćeranić, G., Krivokapić, N., Šarović, R., & Živković, P. (2023). Perception of Climate Change and Assessment of the Importance of Sustainable Behavior for Their Mitigation: The Example of Montenegro. Sustainability, 15(13), 10165. https://doi.org/10.3390/su151310165

58. Cerović Smolović, J., Janketić, S., Jaćimović, D., Bučar, M., & Stare, M. (2018). Montenegro's road to sustainable tourism growth and innovation. *Sustainability*, *10*(12), 4687. https://doi.org/10.3390/su10124687

59. Chai, G., Guo, J., Lei, Y., & Su, Y. (2025). Ecological sustainability: A "natural-social-digital" analysis framework for China's national park policy. *Journal of Environmental Management, 391*, 126400. https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2025.126400 *Cetinje Historic Core – UNESCO World Heritage Centre.* (n.d.). Retrieved July 11, 2025, from https://whc.unesco.org/en/tentativelists/5561/

60. Chan, S., Amin, M., Rasool, S., & Syed, O. R. (2025). From click to confirmation: The effect of hotel website quality and online reviews in fostering booking intentions. *International Journal of Quality and Service Sciences, 17*(2), 232–254. https://doi.org/10.1108/IJQSS-11-2024-0171

61. Chen, T., & Liu, G. (2025). Global perspectives on environmental policy innovations: Driving green tourism and consumer behavior in circular economy. *Journal of Environmental Management, 374*, 124138. https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2025.124138

62. Chen, W., & Huang, M. (2025). Improvement of transportation infrastructure, payment digitalization, and tourism consumption expenditure: Analysis based on CHFS data. *Finance Research Letters, 76*, 107000. https://doi.org/10.1016/j.frl.2025.107000

63. Choi, H. S. C. & Sirakaya, E. (2005). Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: Development of sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research*, 43, 380–394.

64. Chuang, S. T. (2010). Rural tourism: Perspectives from social exchange theory. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 38, 1313–1323.

65. Ciegis, R., & Streimikiene, D. (2005). Integration of sustainable development indicators into sustainable development programmes. *Inzinerine Ekonomika–Engineering Economics, 2*, 7–12. https://doi.org/10.5755/j01.ee.42.2.11296

66. Ciegis, R., Ramanauskiene, J., & Martinkus, B. (2009). The concept of sustainable development and its use for sustainability scenarios. *Inzinerine Ekonomika–Engineering Economics, 2*, 28–37. https://doi.org/10.5755/j01.ee.62.2.11609

67. Cihangir, E., Şeremet, M., Phua, V. C., & Bayram-Öz, E. (2025). Local and non-local women entrepreneurship in rural Türkiye: Innovation, collective agency and human capital. *Women's Studies International Forum, 111*, 103121. https://doi.org/10.1016/j.wsif.2025.103121

68. Clarke, J. (1996). Farm Accommodation and the Communication Mix. *Tourism Management*, 17(8), 611-620.

69. Clarke, J., Denman, R., Hickman, G. & Slovak, J. (2001). Rural Tourism in Roznava Okres; A Slovak Case Study. *Tourism Management*, 22, 193-202.

70. Cloke, P. (2006). Conceptualizing rurality. In P. Cloke, T. Marsden, & P. Mooney (Eds.), *Handbook of rural studies* (pp. 18–28). Sage Publications.

71. Common, M. & Perrings, C. (1992). Towards an ecological economics of sustainability. *Ecological Economics*, 6, 7-34.

72. Constanza, R. & Daly, H. (1992). Natural Capital and Sustainable Development. *Conservation Biology*, 36(1), 37-46.

73. Contini, G., Grandi, F., & Peruzzini, M. (2025). Human-centric green design for automatic production lines: Using virtual and augmented reality to integrate industrial data and promote sustainability. *Journal of Industrial Information Integration, 44*, 100801. https://doi.org/10.1016/j.jii.2025.100801

74. Coria, J. & Calfucura, E. (2012). Ecotourism and the development of indigenous communities: The good, the bad and the ugly. *Ecological Economics*, 73, 47-55. 85

75. Ćulafić, Lj. G., Pešić-Milanović, A., & Golijanin, J. (2023). Changes in the values of climate elements and their impact on the water regime of the upper stream of Tara river. *Herald, 27*. https://doi.org/10.7251/HER2327051C

76. Cvijanović, D., & Vujko, A. (2021). Quality indicators of rural tourism services – Vojvodina traditional farms case study. In *The Eight International Academic Conference "Science and Practice of Business Studies"* (pp. 434–443). University of Business Studies, Banja Luka.

77. Cvijanović, D., Bojović, R., & Vujko, A. (2024). *Rural tourism and environment*. In *Proceedings of the XII International Scientific and Practical Conference "Innovative Aspects of Tourism and Service Development"* (pp. 38–41). Stavropol, Russia.

78. Cvijanović, D., Bojović, S., & Vujko, A. (2024b). Wine tourism as important way of rural tourism. In *6th International Scientific Conference Modern Trends in Agricultural Production, Rural Development and Environmental Protection* (pp. 29–37). Vrnjačka Banja, Serbia.
79. Cvijanović, D., Bojović, S., & Vujko, A. (2025). Manifestations as an additional offer of wine tourism. In *International Scientific Conference „Sustainable agriculture and rural development", V, IEP 2025* (pp. 687–707). Institute of Agricultural Economics, Belgrade, Serbia.
80. Cvijanović, D., Karabašević, D., Vujko, A., Vukotić, S., Popović, G., & Mirčetić, V. (2025c). The Future Is Community-Led: Rethinking Rural Tourism Sustainability Through the Bregenzerwald Model. *Sustainability*, 17(12), 5450. https://doi.org/10.3390/su17125450
81. Cvijanović, D., Vujko, A., & Bojović, R. (2023a). Development indicators of sports and recreational tourism as an integral product of rural destinations. In *First International Conference "Sport Media and Business" – SMB 2023* (pp. 171–178). Faculty of Sport, "Union - Nikola Tesla" University. https://doi.org/10.58984/smbic2301171c
82. Cvijanović, D., Vujko, A., & Bojović, R. (2023b). Development parameters of spa tourism as a complementary offer of rural tourism. In *EKOM 2023 International Scientific Conference: Current social-economic challenges of development of Countries in contemporary conditions* (pp. 459–471). Kosovska Mitrovica, Serbia.
83. Cvijanović, D., Vujko, A., & Bojović, R. (2023c). Spa tourism as a spatially determined product of rural development. In *3rd Conference with international participation*

"Current challenges in the field of tourism, agriculture and food" – AGROTOP 2023 (pp. 14–15). Prokuplje.

84. Cvijanović, D., Vujko, A., & Bojović, R. (2023d). Development indicators of sports and recreational tourism as an integral product of rural destinations. In *First International Conference "Sport Media and Business" – SMB 2023* (pp. 26–27). Faculty of Sport, "Union - Nikola Tesla" University. https://smbconference.edu.rs/wp-content/uploads/2023/11/THE-BOOK-OF-ABS-za-stampu-finale.pdf
85. Cvijanović, D., Vujko, A., & Brajković, B. (2024c). The correlation between tourism and demographic development in rural areas of Vojvodina. In *7th International Scientific Conference "Village and Agriculture"* (pp. 408–414). Požarevac, Serbia.
86. Cvijanović, D., Vujko, A., & Cvijanović, D. (2023e). Percepcije stanovnika o plantažama vinove loze kao pokretaču razvoja ruralnog turizma. In *Nacionalni naučni skup sa međunarodnim učešćem, Biotehnologija i savremeni pristup u gajenju i oplemenjivanju bilja* (pp. 269–277). Institut za povrtarstvo. https://rivec.institutpalanka.rs/bitstream/handle/123456789/720/bitstream_2415.pdf?sequence=4&isAllowed=y
87. Cvijanović, D., Vujko, A., & Delić-Jović, M. (2021). Standardisation of services as a basis for quality in hotel industry. In *International Scientific Conference EKOM 2021: Importance of the Mini-Schengen for the Eurointegration of the Western Balkans* (pp. 349–358). University of Priština, Economic Faculty, Kosovska Mitrovica.
88. Cvijanović, D., Vujko, A., & Maksimović, G. (2025). *A culinary escape: Experiencing a digital detox retreat through gastronomy*. In *Proceedings of the Third International*

Scientific Conference GIRR 2025: Global challenges through the prism of rural development in the sector of agriculture and tourism (pp. 590–599). Šabac, Serbia. https://doi.org/10.46793/GIRR25.599C

89. Delić-Jović, M., Vujko, A., & Rađenović-Kozić, B. (2025). Upravljanje agroturizmom u Bosni i Hercegovini – stanje i perspektive [Agritourism management in Bosnia and Herzegovina – status and perspectives]. In *Zbornik radova sa 9. Međunarodnog naučnog skupa „Nauka i praksa poslovnih studija“* (pp. 199–207). Univerzitet za poslovne studije, Banjaluka. https://doi.org/10.7251/ZUPS2509199D
90. Deng, Y., Hou, M., Zhao, B., Yang, S., Fan, H., & Xie, Y. (2025). New tourism route planning for the Anyue grottoes in Sichuan, China: Fusion of personalization and data analysis. *International Journal of Applied Earth Observation and Geoinformation, 140*, 104603. https://doi.org/10.1016/j.jag.2025.104603
91. Đorđević Milošević, S., & Milovanović, J. (2012). *Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja: Mala poljoprivredna gazdinstva i ruralni turizam u Srbiji*. FAO; Fakultet za primenjenu ekologiju Futura; Agroznanje. https://doi.org/10.13140/2.1.4392.8326
92. Douglas, N., & Derrett, R. (2001). *Special interest tourism*. Milton: John Wiley & Sons Australia, Ltd.
93. Du, W., Xiang, X., Zhang, C., Yan, H., & Niu, Z. (2025). Exploring the spatio-temporal patterns and driving forces of ecological resource flows in China for post-epidemic sustainable development. *Resources, Environment and Sustainability, 21*, 100237. https://doi.org/10.1016/j.resenv.2025.100237
94. Dukley Marina Budva [DMB]. (2021). *Dukley Marina – Budva – Montenegro*. Retrieved from https://www.dukleymarina.com

95. Durie, A. J. (2010). Europe at the seaside. The economic history of mass tourism in the Mediterranean. *Tourism Management, 31*(6), 961. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.10.006

96. Egresi, I. (2016). *Alternative tourism in Turkey: Role, potential development and sustainability*. Geneva: Springer International Publishing AG.

97. Elder, M., & Grünewald, S. (2025). Insights from Agenda 21 for enhancing the implementation of the SDGs and shaping the Post-2030 sustainable development agenda. *Earth System Governance, 25*, 100262. https://doi.org/10.1016/j.esg.2025.100262

98. Elegbede, I. O., Al Jufaili, S. M., Jolaosho, T. L., Tesleem, B., Adekunle, A. F., Modupe, O. O., Adekunle, S. M., & Adedeji-Adenola, H. (2025). Health-related dimensions of fishers for sustainable commercial fisheries in the Atlantic Gulf of Guinea: Ecological and social assessments. *One Health, 20*, 100972. https://doi.org/10.1016/j.onehlt.2025.100972

99. European Commission. (2019). *The European Green Deal*. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en

100. European Commission. (2021). *LEADER/CLLD: Community-led local development*. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/rural-development/leader-clld_en

101. European Commission. (2024). *COSME – Programme for the competitiveness of enterprises and small and medium-sized enterprises*. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://single-market-economy.ec.europa.eu/industry/strategy/competitiveness-smes/cosme_en

102. European Commission. (2024). *Horizon Europe – Framework programme for research and innovation*. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://research-and-innovation.ec.europa.eu/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls/horizon-europe_en

103. European Commission. (2024). *Instrument for pre-accession assistance (IPA)*. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/instruments/overview_e

104. European Environment Agency. (2021). *Ecotourism*. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://www.eea.europa.eu/help/glossary/eea-glossary/ecotourism

105. European Parliament and Council. (2008). *Directive 2008/56/EC of the European Parliament and of the Council of 17 June 2008 establishing a framework for community action in the field of marine environmental policy (Marine Strategy Framework Directive)*. *Official Journal of the European Union, L 164*, 19–40. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32008L0056

106. European Parliament and Council. (2014). *Directive 2014/52/EU of the European*

107. *Parliament and of the Council of 16 April 2014 amending Directive 2011/92/EU on the assessment of the effects of certain public and private projects on the environment*. *Official Journal of the European Union, L 124*, 1–18. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0052

108. European Parliament and Council. (2018). *Directive (EU) 2018/844 of the European Parliament and of the Council of 30 May 2018 amending Directive 2010/31/EU on the energy performance of buildings and Directive 2012/27/EU on*

energy efficiency. *Official Journal of the European Union, L 156*, 75–91. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32018L0844

109. European Union. (n.d.). *EU directives*. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://eur-lex.europa.eu/browse/directories/directive.html

110. Fan, D., Razak, N. H. B. A., & Soh, W. N. (2025). Inclusive financial reform, degree of openness to the outside world, and regional international tourism development: Evidence from a quasi-natural experiment. *Finance Research Letters, 84*, 107833. https://doi.org/10.1016/j.frl.2025.107833

111. Fang, X., Ma, X., Yang, T., & Jiang, F. (2025). Measurement of ecological carrying capacity of sports tourism from the perspective of "carrier-load" integration. *Journal of Environmental Management, 378*, 124763. https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2025.124763

112. Fredman, P., Wall-Reinius, S., & Grundén, A. (2012). The nature of nature in nature-based tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 12*(4), 289–309. https://doi.org/10.1080/15022250.2012.752893

113. Freund, D., & Hernandez-Maskivker, G. (2021). Women managers in tourism: Associations for building a sustainable world. *Tourism Management Perspectives, 38*, 100820. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100820

114. Fuchs, M., & Kirstein, M. L. (2025). Interdisciplinary participation in climate-adapted urban land-use planning – findings of two gaming simulations in the city of Bottrop, Germany. *International Journal of Climate Change Strategies and Management, 17*(1), 198–215. https://doi.org/10.1108/IJCCSM-11-2023-0136

115. Galli, A., Đurović, G., Hanscom, L., & Knežević, J. (2018). Think globally, act locally: Implementing the sustainable development goals in Montenegro. *Environmental Science & Policy, 84*, 159–169. https://doi.org/10.1016/j.envsci.2018.03.012

116. Gaonkar, S., & Sukthankar, S. V. (2025). Measuring and evaluating the influence of cultural sustainability indicators on sustainable cultural tourism development: Scale development and validation. *Heliyon, 11*(4), e42514. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2025.e42514

117. Gian, M., Obydenkova, S. V., & van der Meer, Y. (2025). Key aspects in the social dimension of sustainability for assessment and reporting. *Sustainable Production and Consumption, 57*, 183–197. https://doi.org/10.1016/j.spc.2025.05.013

118. Gomes, J. G., Sammarchi, S., Yang, Q., Yang, T., Chong, C. T., Sousa, A. M., Lim, J. S., & Li, J. (2025). Maximising sustainability: Planning and optimisation strategies for achieving 100% renewable energy communities in remote islands – A case study of Corvo Island, Portugal. *Energy, 319*, 134802. https://doi.org/10.1016/j.energy.2025.134802

119. Habinc, M. (2013). *The Kurentovanje of Ptuj as a way of homogenizing carnival culture*. *Narodna umjetnost: Croatian Journal of Ethnology and Folklore Research, 50*(2), 87–101. https://doi.org/10.15176/vol50no205

120. Hall, C. M. (2011). Health and medical tourism: A kill or cure for global public health? *Tourism Review, 66*(1/2), 4–15. https://doi.org/10.1108/16605371111127198

121. Hall, D., Roberts, L., & Mitchell, M. (2003). New directions in rural tourism. Ashgate Publishing.

122. Haluga, V., Kokotović, F., & Skoko, B. (2023). The role of culture and cultural tourism in the economic development and branding of the city of Varaždin: The case of Špancirfest. *Communication Management Review, 8*(2), 24–47. https://hrcak.srce.hr/311944

123. Hanafy, S. A., Abouelenein, M. F., Roushdy, N., Ibrahiem, D. M., Addai, G., Sethi, N., Esily, R. R., & Samah, R. (2025). Key factors in environmental quality: Green finance, energy and trade. *Energy Strategy Reviews, 60*, 101800. https://doi.org/10.1016/j.esr.2025.101800

124. Harrison, D., & Sharpley, R. (2017). *Mass tourism in a small world*. Wallingford: CAB International.

125. Harstad, B., & Kessler, A. S. (2025). Present bias in politics and self-committing treaties. *Journal of Public Economics, 246*, 105372. https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2025.105372

126. Hay, B. (2019). Are national tourism organisations past their sell-by date? A perspective article. *Tourism Review, 75*(1), 170–173. https://doi.org/10.1108/TR-03-2019-0107

127. Honey, M., Vargas, E., & Durham, W. (2010). *Impact of tourism related development on the Pacific Coast of Costa Rica: Summary report*. Center for Responsible Travel. https://www.responsibletravel.org

128. Hu, Y., & Jin, Y. (2025). Energy hubs integrating renewable energy sources and demand response programs for cost-effective operations. *Energy, 333*, 137271. https://doi.org/10.1016/j.energy.2025.137271

129. Ignjatović, A., Vujko, A., Bojović, R. (2023). Education and Innovation as a driver for rural destination development. Economic of Agriculture, 70(2), 537-552. https://doi.org/10.59267/ekoPolj2302537I

130. Išpanović, M., Vujko, A., Turčinović, M. (2025). Empowering rural women: determining factor for sustainable development in tourism. Turističko poslovanje, 35(2), 1-15, https://doi.org/10.5937/turpos0-56555

131. Javno preduzeće za nacionalne parkove Crne Gore. (n.d.). *Zvanična web stranica*. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://nparkovi.me/

132. Jayawardana, J., Sandanayake, M., Jayasinghe, J. A. S. C., Kulatunga, A. K., & Zhang, G. K. (2025). Life cycle economic and social sustainability aspects of prefabricated construction – a systematic review towards the holistic sustainability. *Construction Innovation: Information, Process, Management, 25*(7), 98–138. https://doi.org/10.1108/CI-11-2024-0364

133. Ji, Y., & Li, J. (2025). Population aging, digital economy and family tourism consumption. *Finance Research Letters, 82*, 107634. https://doi.org/10.1016/j.frl.2025.107634

134. Jocić, L., Vujko, A., & Panić, A. (2024). Services quality as a factor for bridging the gap between expected and perceived services in agency business. *Turističko poslovanje, 33*(1), 71–79. https://doi.org/10.5937/turpos0-49765

135. Knežević, M., Pindžo, R., Ćulić, M., Kovačić, S., Dunjić, M., & Vujko, A. (2024). Sustainable (re)development of tourism destinations as a pledge for the future – a case study from the Western Balkans. *Geojournal of Tourism and Geosites, 56*(4), 1564–1575. https://doi.org/10.30892/gtg.56413-1327

136. Ko, T. G. (2005). Development of a tourism sustainability assessment procedure: A conceptual approach. Tourism Management, 26(3), 431-445.

137. Kong, T. T. H., Zou, R., & Xiao, H. (2025). Twenty years of red tourism research: A systematic literature review using the theories-contexts-characteristics-methods framework. *Tourism Management Perspectives*, *58*, 101390. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2025.101390

138. Kootbodien, T., Naicker, N., Street, R., & Mathee, A. (2025). Cumulative lead exposure and cognitive performance among the elderly in Johannesburg, South Africa. *Environmental Advances*, *21*, 100652. https://doi.org/10.1016/j.envadv.2025.100652

139. Kraljević, N. (2024). Festivals as a form of creative industries as a development function of rural tourist destinations. *Festivals as a Form of Creative Industries as a Development Function of Rural Tourist Destinations*. Zenodo. https://doi.org/10.5281/zenodo.14063458

140. Ladkin, A., Mooney, S., Solnet, D., Baum, T., Robinson, R., & Yan, H. (2023). A review of research into tourism work and employment: Launching the *Annals of Tourism Research* curated collection on tourism work and employment. *Annals of Tourism Research*, *100*, 103554. https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103554

141. Lai, L. W. C., Lorne, F. T., Davies, S. N. G., & Chau, K. W. (2025). Innovative planning for sustainable development: A win-win approach through conversion of negative into positive externalities. *Land Use Policy*, *157*, 107643. https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2025.107643

142. Lane, B. (1993). Rural tourism: An overview. In M. Taylor (Ed.), Leisure, recreation and tourism (pp. 25-43). Routledge.

143. Lane, B. (1994). What is rural tourism? Journal of Sustainable Tourism, 2(1-2), 7-21.

144. Lane, B. (2001). Rural tourism and sustainable development: An overview. Journal of Sustainable Tourism, 9(2), 101-107.

145. Lane, B., & Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: The evolution of practice and research approaches – towards a new generation concept? Journal of Sustainable Tourism, 23(8-9), 1133-1156.

146. Law, C. C. H. (2025). Exploring the relationship between air travel demand and tourism in Thailand: An ARDL approach. *Transport Economics and Management*, *3*, 183–191. https://doi.org/10.1016/j.team.2025.03.003

147. Laws, E. (2020). Commemorating Thomas Cook 5 July 1841–23 September 2019. *Tourism Management*, *77*, 104036. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104036

148. Lee, J., Park, J., Park, J.-Y., & Back, R. M. (2025). Tracing the impact of COVID-19 on hospitality and tourism: A comprehensive bibliometric analysis across pandemic phases. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, *8*(6), 2162–2185. https://doi.org/10.1108/JHTI-08-2024-0801

149. Leitenberg, D. (2025). Navigating tourism: Mobility, uncertainty and inequality in the Swiss Alps. *Mobilities*. https://doi.org/10.1080/17450101.2025.2508214

150. Li, J., Ji, X., & Chen, F. (2025). Does information overload attract or repel self-driving tourists? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *63*, 343–365. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2025.05.008

151. Li, S., Li, S., Fong, L. H. N., & Li, Y. (2025). When intangible cultural heritage meets modernization–Can Chinese opera with modernized elements attract young

festival-goers? *Tourism Management, 107*, 105036. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.105036

152. Li, X., Aghazadeh, S., Liaquat, M., Nassani, A. A., & Eweade, B. S. (2025). Transforming Costa Rica's environmental quality: The role of renewable energy, rule of law, corruption control, and foreign direct investment in building a sustainable future. *Renewable Energy, 239,* 121993. https://doi.org/10.1016/j.renene.2024.121993

153. Lisboa, P. J. G., Martín-Guerrero, J. D., & Vellido, A. (2015). Making nonlinear manifold learning models interpretable: The manifold grand tour. *Expert Systems with Applications, 42*(22), 8982–8988. https://doi.org/10.1016/j.eswa.2015.07.054

154. Lista lokalnih samouprava – Vlada Crne Gore. (n.d.). *Lista opština Crne Gore*. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://www.gov.me/clanak/lista-opstina-crne-gore

155. Liu, L., Palaiologou, F., & Schmidt-III, R. (2025). Green infrastructure morphology: Integrating urban morphological perspectives for sustainable urban development. *Journal of Urban Management, 14*(4), 1231–1252. https://doi.org/10.1016/j.jum.2025.05.004

156. Liu, L.-W., Pahrudin, P., Tsai, C.-Y., & Hao, L. (2024). Disaster, risk and crises in tourism and hospitality field: A pathway toward tourism and hospitality management framework for resilience and recovery process. *Natural Hazards Research, 4*(4), 653–668. https://doi.org/10.1016/j.nhres.2024.06.001

157. Liu, Q., & Wei, Y. (2025). The role of renewable energy transitions in promoting sustainable rural tourism and cultural heritage preservation: Health, economic, and environmental impacts. *Energy, 332*, 137109. https://doi.org/10.1016/j.energy.2025.137109

158. Ma, X., & Bai, C. (2025). Sustainable development of PV projects based on a text-analytic decision-making framework. *International Journal of Production Economics, 285*, 109610. https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2025.109610

159. Mahran, K., Ibrahim, B. A., Albarrak, H., & Elamer, A. A. (2025). Green workforce in tourism and hospitality: A systematic review and future research agenda. *International Journal of Hospitality Management, 131*, 104325. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104325

160. Maiti, M., Kayal, P., & Vujko, A. (2025). A study on ethical implications of artificial intelligence adoption in business: Challenges and best practices. *Future Business Journal, 11*, 34. https://doi.org/10.1186/s43093-025-00462-5

161. Makuyana, T., & du Plessis, E. (2025). Exploring the obstacles and opportunities related to disability-inclusive diversity management in the local tourism sector of South Africa. *Tourism Management, 111*, 105238. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105238

162. Mandić, D., Knežević, M., Borovčanin, D., & Vujko, A. (2024). Robotisation and service automation in the tourism and hospitality sector: A meta-study (1993–2024). *Geojournal of Tourism and Geosites, 55*(3), 1271–1280. https://doi.org/10.30892/gtg.55327-1299

163. Mantuano, C., Omoyele, O., Hoffmann, M., Weinand, J. M., Panella, M., & Stolten, D. (2025). Data imputation methods for intermittent renewable energy sources: Implications for energy system modeling. *Energy Conversion and Management, 339*, 119857. https://doi.org/10.1016/j.enconman.2025.119857

164. Marczak, M., & Borzyszkowski, J. (2020). Are natural resources important elements in the national tourism policy? Examples of European countries. *Journal of Environmental Management and Tourism*, *11*(5), 1200–1214. https://doi.org/10.14505/jemt.11.5(45).17

165. Martinho, V. J. P. D. (2021). Insights into circular economy indicators: Emphasizing dimensions of sustainability. *Environmental and Sustainability Indicators, 10*, 100119. https://doi.org/10.1016/j.indic.2021.100119

166. McGehee, N. G., & Kim, K. (2004). Motivation for agri-tourism entrepreneurship. Journal of Travel Research, 43(2), 161-170.

167. Melović, B., & Ćirović, D. (2018). Sustainable development through the prism of ethno-tourism – example of Montenegro**.** *MATEC Web of Conferences, 193*, Article 05078. https://doi.org/10.1051/matecconf/201819305078

168. Milanović, Đ., Čaković, D., Hadžiablahović, S., Vuksanović, S., et al. (2021). *Priručnik za identifikaciju tipova staništa Crne Gore od značaja za Evropsku uniju sa obrađenim glavnim indikatorskim vrstama*. Agencija za zaštitu životne sredine Crne Gore & Univerzitet u Banjoj Luci, Šumarski fakultet.

169. Ministarstvo ekologije, održivog razvoja i razvoja sjevera Crne Gore. (2025). *Zvanična web stranica*. Vlada Crne Gore. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://www.gov.me/mers

170. Ministarstvo ekologije, prostornog planiranja i urbanizma Crne Gore. (2021, 13. mart). *Crna Gora da zaista postane ekološka država, a ne samo na papiru*. Vlada Crne Gore. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://www.gov.me/en/article/montenegro-truly-to-become-an-ecological-state-not-only-on-paper

171. Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma Crne Gore. (2022). *Strategija razvoja turizma Crne Gore za period 2022–2025*. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://www.montenegro.travel/uploads/2_BUSINESS/Analiti%C4%8Dke%20kartice%20i%20putni%20nalozi/Strateska%20dokumenta/strategija-razvoja-turizma-crne-gore-2022-2025.pdf

172. Ministarstvo održivog razvoja i turizma Crne Gore, & PAP/RAC. (2015, 25. juni). *Nacionalna strategija integralnog upravljanja obalnim područjem Crne Gore (ICZM)* [Strategija]. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://paprac.org

173. Monastiriotis, V., & Zilić, I. (2020). The economic effects of political disintegration: Lessons from Serbia and Montenegro. *European Journal of Political Economy, 65*, 101938. https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2020.101938

174. *Montenegro tourism in 2025: Navigating challenges amid changing visitor trends and statistical distortions.* Montenegro Business. https://montenegrobusiness.eu/montenegro-tourism-in-2025-navigating-challenges-amid-changing-visitor-trends-and-statistical-distortions/

175. Moghaddam, P., Blasco Franch, D., & Ferrer-Roca, N. (2025). Management self-perception of Iranian women managers in tourism amidst social change. *Tourism Management Perspectives, 55*, 101335. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.101335

176. Monstat – Zavod za statistiku Crne Gore. (2024). *Zaposleni po sektorima djelatnosti (NACE Rev. 2), period 2010–2024*. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://www.monstat.org/cg/page.php?id=1164&pageid=23

177. Moric, I., Pekovic, S., Janinovic, J., Perovic, Đ. & Griesbeck, M. (2021). Cultural Tourism and Community Engagement: Insight from Montenegro. Business Systems Research Journal, 12(1), 2021. 164-178. https://doi.org/10.2478/bsrj-2021-0011

178. Nacionalna turistička organizacija Crne Gore. (2025). Preuzeto 9. jula 2025, s https://www.montenegro.travel

179. Nastić, S., Vujko, A., & Dragosavac, M. (2024). Does economic indicators of sustainable tourism present a promising trend of rural destination development? Attitudes from Vojvodina rural residents. *Economics of Agriculture, 71*(1), 275–293. https://doi.org/10.59267/ekoPolj2401275N

180. OECD. (2024). *Tourism trends and policies: Montenegro country profile*. Organisation for Economic Co-operation and Development. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://www.oecd.org/cfe/tourism/oecd-tourism-trends-and-policies.htm

181. Okolie, J. A., Barakat, S. M., Smith, E. K., Ogbaga, C. C., Iorember, P. T., & Jellason, N. P. (2025). A team-based activity integrated with comics for introducing the Sustainable Development Goals in classrooms. *Education for Chemical Engineers, 51*, 9–19. https://doi.org/10.1016/j.ece.2025.01.004

182. Oldekop, J. A., Devenish, K., Alencar, L., Erbaugh, J. T., Hernández-Montilla, M., Jaiswal, S., Khuu, D. T., Mansourian, S., Meyfroidt, P., Nofyanza, S., & Pritchard, R. (2025). Sustainable forest transitions: A new analytical framework to understand social and ecological outcomes of reforestation. *One Earth, 8*(5), 101248. https://doi.org/10.1016/j.oneear.2025.101248

183. Pang, Q., Hao, F., Xiao, H., & Bao, J. (2024). Community empowerment: Pro-poor tourism income distribution. *Annals of Tourism Research, 106*, 103764. https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103764

184. Pang, Q., Wu, H., Qiu, R. T. R., Long, Q., & Bao, J. (2025). Tourists' willingness to pay for pro-poor tourism income distribution: Evidence from revealed and stated preference experiments. *Tourism Management, 111*, 105222. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105222

185. Panić, A., Vujko, A., & Knežević, M. (2024a). Rural tourism impact on the life quality of the local community: A case study of Western Serbia. *Economics of Agriculture, 71*(3), 733–753. https://doi.org/10.59267/ekoPolj2403733P

186. Panić, A., Vujko, A., & Knežević, M. (2024b). Economic indicators of rural destination development oriented to tourism management: The case of ethno villages in Western Serbia. *Hotel and Tourism Management, 12*(1), 1–17. https://doi.org/10.5937/menhottur2400006P

187. Panić, A., Vujko, A., & Knežević, M. (2025b). Social indicators as important implications of sustainable rural tourism development. *Oditor, 11*(1), 1–17. https://doi.org/10.59864/Oditor62501AP

188. Panić, A., Vujko, A., & Mandić, D. (2025a). Ecological sustainability in agritourism development: Navigating opportunities and challenges for a balanced future. *Ekologica*, *32*(117), 29–45. https://doi.org/10.18485/ecologica.2025.32.117.5

189. Parsa, S. M., Norozpour, F., Hedayatizadeh, A., Javadi, D., Shoeibi, S., Kargarsharifabad, H., Feng, S., Guo, W., Ngo, H. H., & Ni, B.-J. (2025). Understanding the role of small-scale solar desalination (solar still, humidification-dehumidification) to

achieving sustainable development goals (SDGs) in developing nations: A review. *Sustainable Energy Technologies and Assessments, 81*, 104423. https://doi.org/10.1016/j.seta.2025.104423

190. Pathiranage, N. W., Waheduzzaman, W., & Dayarathna, K. N. T. (2025). Top management gender diversity and environmental performance: Evidence from hospitality and tourism industry. *International Journal of Hospitality Management, 130*, 104262. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104262

191. Pécot, M., Ricaurte-Quijano, C., Khoo, C., Alonso Vázquez, M., Barahona-Canales, D., Yang, E. C. L., & Tan, R. (2024). From empowering women to being empowered by women: A gendered social innovation framework for tourism-led development initiatives. *Tourism Management, 102*, 104883. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.104883

192. Perdomo, Y. (2016). Key issues for tourism development – the AM-UNWTO contribution. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 8*(6), 625–632. https://doi.org/10.1108/WHATT-09-2016-0050

193. Pessot, E., Spoladore, D., Zangiacomi, A., & Sacco, M. (2021). Natural resources in health tourism: A systematic literature review. *Sustainability, 13*(5), 2661. https://doi.org/10.3390/su13052661

194. Petrovszki, J., Szilassi, P., & Erős, T. (2024). Mass tourism generated urban land expansion in the catchment of Lake Balaton, Hungary – analysis of long-term changes in characteristic socio-political periods. *Land Use Policy, 142*, 107185. https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2024.107185

195. Popović, S. G., Dobričić, M., & Vlahović Savić, S. (2021). Challenges of sustainable spatial development in the light of new international perspectives – The case of Montenegro. *Land Use Policy, 105*, 105438. https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2021.105438

196. Preziosi, M., Tourais, P., Acampora, A., Videira, N., & Merli, R. (2019). The role of environmental practices and communication on guest loyalty: Examining EU-Ecolabel in Portuguese hotels. *Journal of Cleaner Production, 237*, 117659. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.117659

197. Privitera, D. (2010). The importance of organic agriculture in rural tourism. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, *4*(1–2), 59–64. https://doi.org/10.19041/APSTRACT/2010/1-2/8

198. Radak, B. Đ., Peškanov, J. M., Bokić, B. S., & Anačkov, G. T. (2025). Exploring the orchid flora of Montenegro: Ten newly identified taxa. *Diversity, 17*(5), 337. https://doi.org/10.3390/d17050337

199. Radojević, N., & Vujko, A. (2025). *Kulturna baština i turizam [Cultural heritage and tourism]*. Singidunum.

200. Radojičić, B. (2015). *Montenegro – Geographical encyclopedic lexicon* (p. 785). Faculty of Philosophy, University of Nikšić.

201. Rutešić, S., Ćetković, J., Knežević, M., Žarković, M., & Vatin, N. (2015). Institutional framework, current investments and future strategic direction for development of construction sector in Montenegro. *Procedia Engineering, 117*, 637–645. https://doi.org/10.1016/j.proeng.2015.08.224

202. Rahmania, T., Kertamuda, F., Wulandari, S. S., & Marfu, A. (2025). Empowering women for a sustainable future: Integrating gender equality and environmental stewardship. *Social Sciences & Humanities Open, 11*, 101503. https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101503

203. Rajović, G., & Bulatović, J. (2015). The role of local population in ecotourism development: Attitudes of citizens from northeastern Montenegro. *European Journal of Economic Studies, 12*(2), 84–100. https://doi.org/10.13187/es.2015.12.84

204. Rakočević, L., Knežević, M., & Vujko, A. (2025b). Empowering women in rural Montenegro: A pathway to sustainable rural tourism development. Geojournal of Tourism and Geosites, 59(2), 920–929. https://doi.org/10.30892/gtg.59236-1468

205. Rakočević, Lj., & Vujko, A. (2025). *Exploring the nexus of tourism and female entrepreneurship in Montenegro: Challenges and opportunities for growth*. In *Proceedings of the 4th International Conference "Conference on Advances in Science and Technology" (COAST 2025)* (pp. 508–517). Herceg Novi, Montenegro. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://confcoast.com/Zbornici_radova.html

206. Rakočević, Lj., Vujko, A., & Cvijanović, D. (2025a). Adopting green solutions in Western Balkans hotels: Transformative path to enhance sustainability. *BizInfo, 16*(1), 1–10. https://doi.org/10.71159/bizinfo250015R

207. Ray, N., Das, D., Sengupta, P., & Ghosh, S. (2012). Rural tourism and its impact on socio-economic condition: Evidence from West Bengal, India. *Global Journal of Business Research*, *6*(2), 11–22.

208. Ribeiro, M. A., Adam, I., Kimbu, A. N., Afenyo-Agbe, E., Adeola, O., Figueroa-Domecq, C., & de Jong, A. (2021). Women entrepreneurship orientation, networks and

firm performance in the tourism industry in resource-scarce contexts. *Tourism Management, 86*, 104343. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104343

209. Richards, G., & Hall, D. (2000). Tourism and sustainable community development. Routledge.

210. Rosselló, J., & Santana-Gallego, M. (2024). The effect of visa types on international tourism. *Economic Modelling, 137*, 106757. https://doi.org/10.1016/j.econmod.2024.106757

211. Sakawa, H., & Watanabel, N. (2025). Does investor sentiment affect stock returns during the COVID-19 pandemic? Examining Japanese tourism industry. *Finance Research Open, 1*(3), 100015. https://doi.org/10.1016/j.finr.2025.100015

212. Salamaliki, P. K. (2024). Globalization and fiscal policy after financial crises. *European Journal of Political Economy, 85*, 102590. https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2024.102590

213. Sarajevo Times. (2023, December 1). *Opening of "Winter Magic" soon in Sarajevo*. Sarajevo Times. https://sarajevotimes.com/opening-of-winter-magic-soon-in-sarajevo/

214. Schandl, H., Walton, A., Oliver, S., Barnett, G., & Whitten, S. (2025). Navigating sustainability transitions: A science for policy approach. *Sustainable Production and Consumption, 58*, 385–395. https://doi.org/10.1016/j.spc.2025.07.001

215. Sharma, A., McGinley, S., Dogru, T., & Nicolau, J. L. (2025). The effect of job availability on hospitality and tourism industry performance. *International Journal of Hospitality Management, 131*, 104316. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104316

216. Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: The case of Cyprus. Tourism Management, 23(3), 233-244.

217. Sharpley, R., & Roberts, L. (2004). Rural tourism – 10 years on. International Journal of Tourism Research, 6(3), 119-124.

218. Skorupan, A., Vujko, A., & Bjelić, K. (2025). The hotel industry role in terms of achieving tourism destination sustainability: Challenges and best practices. *Serbian Journal of Engineering Management*, *10*(1), 68–78. https://doi.org/10.5937/SJEM2501068S

219. Skuras, D., & Dimara, E. (2004). Factors affecting the provision of tourism services by farm enterprises in Greece. Tourism Management, 25(2), 181-195.

220. Smolović, S. (2019). *Značaj ruralnog turizma i poljoprivrede sa aspekta održivog razvoja Crne Gore.* Doktorska disertacija, Alfa BK Univerzitet. https://nardus.mpn.gov.rs/bitstream/id/148934/bitstream_148934.pdf

221. Soretz, S., Nodehi, M., & Taghvaee, V. M. (2025). Sustainability and sustainable development concepts: Defining the perspectives and pillars. In N. Apergis (Ed.), *Encyclopedia of Monetary Policy, Financial Markets and Banking* (1st ed., pp. 709–714). Academic Press. https://doi.org/10.1016/B978-0-44-313776-1.00030-1

222. Spalević, V. (2024). Pedological characteristics of Montenegro. In G. Barović (Ed.), *Speleology of Montenegro* (pp. 85–97). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-49375-1_7

223. Stojanović, E., Vujko, A., & Knežević, M. (2024). The state and perspectives of the Zlatibor rural tourism development from the aspect of sociological indicators of

sustainability. *Serbian Journal of Engineering Management, 9*(2), 1–9. https://doi.org/10.5937/SJEM2402001S

224. Stojanović, V. (2011). *Turizam i održivi razvoj*. Prirodno-matematički fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo. Novi Sad.

225. Sun, Y., Tang, L., & Jiang, X. (2025). Combating over-commercialization in ecotourism through collaborative governance: A game-theoretic modeling analysis. *Ecological Modelling, 508*, 111194. https://doi.org/10.1016/j.ecolmodel.2025.111194

226. Sutherland, K., Mulcahy, R., Burgess, J., & Lawley, M. (2025). Training clients in digital marketing: The key to a feel-good B2B relationship with SMEs. *Industrial Marketing Management, 127*, 148–163. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2025.05.002

227. Tescione, I., Todesco, M., & Giordano, G. (2021). Geothermal fluid circulation in a caldera setting: The Torre Alfina medium enthalpy system (Italy). *Geothermics, 89*, 101947. https://doi.org/10.1016/j.geothermics.2020.101947

228. Tew, C., & Barbieri, C. (2012). The perceived benefits of agritourism: The provider's perspective. Tourism Management, 33(1), 215-224.

229. Todorović, M., & Bjeljac, Ž. (2009). Rural tourism in Serbia as a concept of development in undeveloped regions. *Acta geographica Slovenica, 49*(2), 453–473. https://doi.org/10.3986/AGS49208

230. Torkabadi, A., Mousapour Mamoudan, M., Erdebilli, B., & Aghsami, A. (2025). A multi-objective game theory model for sustainable profitability in the tourism supply chain: Integrating human resource management and artificial neural networks. *Systems and Soft Computing, 7*, 200217. https://doi.org/10.1016/j.sasc.2025.200217

231. Turalija, A., Grgić, I., & Zrakić, M. (2017). Organic agriculture as a precondition for development of ecoagrotourism on the islands – A case study of Korčula. *Journal of Central European Agriculture, 18*(3), 733–748. https://doi.org/10.5513/JCEA01/18.3.1947

232. Turčinović, M., Vujko, A., & Knežević, M. (2024a). Basic directions and possibilities of tourism sustainable development from the aspect of economic indicators of sustainability – Mountains case study. *Turizam, 28*(2), 98–111. https://doi.org/10.5937/turizam28-49099

233. Turčinović, M., Vujko, A., & Knežević, M. (2025). *The women self-help groups (SHG) as a factor for rural tourism development – Case of Vršac Mountain women's associations*. In *Proceedings of the 5th International Scientific and Professional Conference on Rural Tourism Development (RRT 2024): Rural tourism as a driver of local development* (pp. 177–189). Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://vimal.hr/zbornik-radova-rrt-2024/#flipbook-df_5747/1/

234. Turčinović, M., Vujko, A., & Stanišić, N. (2025). Community-led sustainable tourism in rural areas: Enhancing wine tourism destination competitiveness and local empowerment. *Sustainability, 17*(7), 2878. https://doi.org/10.3390/su17072878

235. Turan, G., & Abdiu, H. (2025). The relationship between economic growth, exports, transport, tourism, and financial development: Dynamic panel data estimations for the Western Balkans. In N. Apergis (Ed.), *Encyclopedia of Monetary Policy, Financial Markets and Banking* (1st ed., pp. 79–97). Academic Press. https://doi.org/10.1016/B978-0-44-313776-1.00213-0

236. Udruženje hotelijera Crne Gore. (2024). *Početna stranica*. Preuzeto 10. jula 2025. sa http://www.mha.me/

237. UNESCO World Heritage Centre. (2017, October 11). *Old Bridge Area of the Old City of Mostar*. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://whc.unesco.org/en/list/946

238. UNESCO. (n.d.). *Tara River Basin*. UNESCO Man and the Biosphere Programme. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://www.unesco.org/en/mab/tara-river-basin

239. Urošević, N., Cameron, R., & Frančić, D. (2024). Valorising Transnational Heritage Through Cultural Routes—European Travels in Special Collections of Adriatic Libraries. Social Sciences, 13(12), 632. https://doi.org/10.3390/socsci13120632

240. Uzar, U., & Yılmaz, M. S. (2025). The political dimension of tourism: New insights into freedom of expression and tourism development. *Tourism Management Perspectives, 56,* 101349. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2025.101349

241. Via Dinarica Initiative. (n.d.). *Via Dinarica – Hiking trails across the Western Balkans*. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://www.viadinarica.com/

242. Vinzenz, F. (2019). The added value of rating pictograms for sustainable hotels in classified ads. *Tourism Management Perspectives, 29,* 56–65. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.10.006

243. Vučetić, A. (2017). Influence of job stability on employees' perception about importance of concrete measures and activities of tourism policy in the destination of cultural tourism. *Turizam*, *21*(2), 81–89. https://doi.org/10.5937/Turizam1702081V

244. Vučetić, A. (2010). Strategic approach to development of selective tourism destination. *Selective Tourism, 5,* 5–16.

245. Vučetić, A. (2011). New concept of cultural tourism management in Montenegro. *Selective Tourism, 6,* 5–23.

246. Vučetić, A. (2012a). Managerial perception of employees in travel agencies in Montenegro. *Tourism and Hospitality Management, 18*(1), 127–140.

247. Vučetić, A. (2012b). Correlation among different types of selective tourism and selective tourism offer and business results of travel agencies. *Selective Tourism, 7,* 1–10.

248. Vučetić, A. (2012c). Human resources and tourism sector in Montenegro – dilemmas and perspectives. Paper presented at *Razvoj kompetentnih ljudskih resursa za potrebe turizma u zemljama regiona Jugo-istočne Evrope,* Jahorina.

249. Vučetić, A. (2012d). Human resources as a competitive advantage of travel agencies in Montenegro. *Turizam, 16*(2), 78–87. https://doi.org/10.5937/turizam1202078v

250. Vučetić, A. (2015). Tourism market of the Russian Federation and travel agencies in Montenegro. Paper presented at *Tourism Like a Ties of Cooperation between Russia and Montenegro in Terms of Overcoming the Global Economic Crisis,* Podgorica.

251. Vučetić, A. Š. (2018a). Differences in perception of the importance of generic competencies among destination regions. *Economic Research – Ekonomska Istraživanja, 31*(1), 1240–1257. https://doi.org/10.1080/1331677x.2018.1482224

252. Vučetić, A. Š. (2023). *Menadžment selektivnog turizma* (Prvo izdanje). Univerzitet Crne Gore. https://www.ucg.ac.me/skladiste/blog_3/objava_161052/fajlovi/Aleksa%20%C5%A0%20Vu%C4%8Deti%C4%87%20-

%20Menad%C5%BEment%20selektivnog%20turizma%20_elektronsko%20izdanje_.pdf

253. Vučetić, A., & Delić, M. (2004). Razvoj uslužne ponude u banjskom turizmu Crne Gore u drugoj polovini XX vijeka. In D. J. Martinović et al. (Eds.), *Turizam Crne Gore u drugoj polovini XX vijeka* (pp. 223–230). Cetinje: Prestonica Cetinje – Ekonomski fakultet u Podgorici – Fakultet za turizam i hotelijerstvo – Kotor.

254. Vučetić, A., & Lagiewski, R. (2016). Montenegro. In J. Jafari & H. Xiao (Eds.), *Encyclopedia of tourism* (pp. 625–626). Cham: Springer.

255. Vučićević, S., Vujko, A., & Knežević, M. (2024). The role of cycling tourism in the function of sustainable development of Arilje. *Arilje*, *15*(2), 1–10. https://doi.org/10.5937/bizinfo2402065V

256. Vujko, A., & Bojović, R. (2023). Spa tourism as a development driver of rural destination. In *VIII International Scientific Conference in the field of Tourism and Hotel Management "Managing the future by learning from the past – contemporary trends in tourism and hospitality"* (pp. 96–102). Belgrade, Serbia.

257. Vujko, A., & Cvijanović, D. (2024). Sustainable wellbeing as an indicator of women's empowerment in rural tourism. In *IV International Scientific and Practical Conference "Tourism and the Hospitality Industry: Current State and Development Trends"* (October 16–17, 2024). Rostov-on-Don, Russia.

258. Vujko, A., & Delić Jović, M. (2024). Posebni oblici turizma u funkciji održivog razvoja ruralnih destinacija [Special forms of tourism in function of sustainable rural destination development]. Fakultet za turistički i hotelijerski menadžment, Univerzitet za poslovne studije, Banja Luka.

259. Vujko, A., & Delić-Jović, M. (2021). Koncept kvaliteta i integralnog upravljanja u ruralnom turizmu. University of Business Studies, Banja Luka. https://plus.cobiss.net/cobiss/sr/en/bib/132099841

260. Vujko, A., & Zečević-Stanojević, O. (2021). Postojeći uslovi i mogućnosti razvoja turizma u Kaću. *Oditor – časopis za menadžment, finansije i pravo*, 7(1), 121–133. http://www.cefi.edu.rs/oditor-vol-vii-br-s012021-4/

261. Vujko, A., Arsić, M., & Bojović, R. (2025). From local product to destination identity: Leveraging cave-aged cheese for sustainable rural tourism development. *Agriculture, 15*(11), 1137. https://doi.org/10.3390/agriculture15111137

262. Vujko, A., Bojović, R., & Knežević, M. (2023). Rural tourism in the function of Serbian and EU tourism development. In *International Scientific Conference „Sustainable agriculture and rural development“, IV, IEP 2023* (pp. 423–433). Belgrade, Serbia.

263. Vujko, A., Bojović, R., Nedeljković, D., Jović, M. D., & Todorović, M. J. (2024b). Can organic farming contribute to sustainable women entrepreneurship in rural tourism? An national park evidence. *Geojournal of Tourism and Geosites, 57*(4spl), 1950–1970. https://doi.org/10.30892/gtg.574spl01-13xx

264. Vujko, A., Bojović, R., Popović, V., Ristić, V., Ljubičić, N., Filipović, V., & Stevanović, P. (2023). Gastronomy as a factor of rural development – the example of Vojvodina farms. In *6th International scientific conference "Village and agriculture"* (pp. 258–273). Bijeljina University. https://id.ubn.rs.ba/wp-content/uploads/2023/10/Book_of_proceedings-2023-E.pdf

265. ujko, A., Cvijanović, D., & Berjan, S. (2024a). *Gastronomija kao indikator održivog razvoja ruralnog turizma [Gastronomy as an indicator of sustainable rural tourism development]*. Fakultet za turizam i hotelijerstvo u Vrnjačkoj Banji, Univerzitet u Kragujevcu.

266. Vujko, A., Delić-Jović, M., Zečević, S. O., Zečević, L., & Nedeljković, D. (2020). Gastronomy as a mean of marketing management and rural destination development. *Serbian Journal of Engineering Management,* 5(1), 1–13. https://doi.org/10.5937/SJEM2001001V

267. Vujko, A., Karabašević, D., Cvijanović, D., Vukotić, S., Brzaković, P., & Mirčetić, V. (2024). Women's empowerment in rural tourism as a key of sustainable communities transformation. *Sustainability, 16*(23), 10412. https://doi.org/10.3390/su162310412

268. Vujko, A., Knežević, M., & Arsić, M. (2025a). The future is in sustainable urban tourism: Technological innovations, emerging mobility systems and their role in shaping smart cities. *Urban Science, 9*(5), 169. https://doi.org/10.3390/urbansci9050169

269. Vujko, A., Papović, Z., & Cvijanović, D. (2025b). Artificial intelligence and its influence on sustainable travel agencies business: The role of chatbots in creating tourist arrangements. *Ekonomika, 71*(1), 1–15. https://doi.org/10.5937/ekonomika2501001V

270. Vujko, A., Tretiakova, N.T., Petrović, M., Radovanović, M., Gajić, T., Vuković, D. (2019): Women's empowerment through self-employment in tourism. Annals of tourism research, 76(May 2019), 328-330, https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.09.004

271. Vujko, A., Vuković, D., Demirović-Bajrami, D., Zečević-Stanojević, O., & Zečević, L. (2022). The nexus between employee engagement and performance

management process – Fruška Gora National Park (Serbia) case study. *Sustainability*, 14(18), 11489. https://doi.org/10.3390/su141811489

272. Vujko, A., Zečević, S. O., Zečević, L., Nedeljković, D., & Zečević, M. (2021). Rural residents' perceptions on economic impacts of cultural and promotional aspects of tourism. *Economics of Agriculture*, 68(1), 155–173. https://doi.org/10.5937/ekoPolj2101155V

273. Vujko, A., Zečević-Stanojević, O., & Zečević, L. (2022). The impact of empowerment on married women through self-employment in rural tourism. In *International Scientific Conference „Sustainable Agriculture and Rural Development" III, Book of Abstracts* (pp. 109–123). Institute of Agricultural Economics, Belgrade.

274. Vujko, A., Zečević-Stanojević, O., & Zečević, L. (2023). The impact of empowerment on married women through self-employment in rural tourism. In *International Scientific Conference „Sustainable Agriculture and Rural Development" III* (pp. 109–123). Institute of Agricultural Economics, Belgrade. https://www.iep.bg.ac.rs/images/stories/izdanja/Tematski%20Zbornici/Zbornik%20radova%202023%20LQ.pdf

275. Vujović, S., Premović, J., & Arsić, Lj. (2020). Ekološki aspekti materijalne osnove ruralnog turizma. *Ecologica, 27*(97), 65–69.

276. Vukčević, N. M., & Vukčević, N. (2020). Cultural tourism of Montenegro. *Journal of Awareness, 5*(4), 527–534. https://doi.org/10.26809/joa.5.037

277. Vuković, D., Maiti, M., Petrović, D. M., & Vujko, A. (2023). Tourism development, entrepreneurship, and women's empowerment – focus on Serbian

countryside. *Journal of Tourism Futures*, 9(3), 417–437. https://doi.org/10.1108/JTF-10-2020-0167

278. Vuković, D., Vujko, A., Maiti, M., & Riad, S. (2020). Residents' perceptions of wine tourism on rural destinations development. *British Food Journal*, 122(8), 2739–2753. https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2019-0291

279. Vunjak, M. N., Vujko, A., Dragosavac, M., & Antonijević, N. T. (2020). Descriptive statistics in corporate management and employee engagement in rural destinations. *Economics of Agriculture*, 67(4), 1087–1101. https://doi.org/10.5937/ekoPolj2004087V

280. Walton, J. K. (2009). Prospects in tourism history: Evolution, state of play and future developments. *Tourism Management*, *30*(6), 783–793. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.05.010

281. World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future: Report of the World Commission on Environment and Development* (UN Doc. A/42/427). Oxford University Press. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf

282. World Tourism Organization. (1980). *Manila declaration on world tourism*. World Tourism Organization. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1980.6.4.1

283. World Tourism Organization. (2002). *Tourism and sustainability: Sustainable development of tourism*. World Tourism Organization. Preuzeto 11. jula 2025. sa https://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/a17_15_report_of_the_secretary-general_en.pdf

284. World Travel & Tourism Council. (n.d.). *Home*. Preuzeto 10. jula 2025. sa https://wttc.org

285. Yang, L., Yang, Y., Huang, X., & Yan, K. (2026). From words to growth: Unveiling government attention to tourism from natural language processing. *Tourism Management, 112*, 105264. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105264

286. Yang, W., Fan, R., & Wang, L. (2025). Can the integration of culture and tourism promote rural revitalization? Research on the mechanism and policies of green finance. *Finance Research Letters, 84*, 107787. https://doi.org/10.1016/j.frl.2025.107787

287. Yudhistira, P. G. A., & Robaka, G. W. (2025). Gender's role in shaping participation and career opportunities in the tourism industry: A systematic literature review. *Social Sciences & Humanities Open, 11*, 101604. https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101604

288. Yudhistira, P. G. A., & Robaka, G. W. (2025). Gender's role in shaping participation and career opportunities in the tourism industry: A systematic literature review. *Social Sciences & Humanities Open, 11*, 101604. https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101604

289. Yuxia, Y. (2020). Development of natural ecological resources and the practice of building tourism brand. *The Journal of Environmental Protection and Ecology*, *21*, 1386–1394.

290. Zavod za hidrometeorologiju i seizmologiju Crne Gore. (n.d.). *Početna stranica*. Preuzeto 10. jula 2025. sa http://www.meteo.co.me/

291. Zečević, S. O., Vujko, A., & Zečević, L. (2021). The role and significance of gastronomic tourism for rural areas of the municipality of Apatin. *Economics of Agriculture*, 68(4), 1043–1061. https://doi.org/10.5937/ekoPolj2104043Z

292. Zeng, X., Li, Y., Zhang, C., & Yang, X. (2024). Sustainable entrepreneurship in tourism: The interaction between tourism enterprise and community. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 60*, 429–440. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.09.001

293. Zhao, Y., Zhan, Q., Du, G., & Wei, Y. (2024). The effects of involvement, authenticity, and destination image on tourist satisfaction in the context of Chinese ancient village tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 60*, 51–62. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.06.008

294. Zhong, L., Xu, G., Liu, W., Liu, Y., & Liu, X. (2025). Destination-to-gate assignment to mitigate congestion-related risks in oversaturated metro lines: A new passenger flow control strategy. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review, 196*, 104005. https://doi.org/10.1016/j.tre.2025.104005

295. Zhou, Y., Liu, H., Chen, C., & Ma, Y. (2025). The impact of digital inclusive finance on green economic efficiency: Pathways to inclusive sustainability. *Research in International Business and Finance, 76*, 102857. https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2025.102857

296. Zisopoulos, F. K., Fath, B. D., Meirelles de Oliveira, B., Toboso-Chavero, S., D'Assenza-David, H., Miranda de Souza, V., Huang, H., Scrieciu, Ş., Clark, O. G., Noll, D., Singh, S., Stefanakis, A., Boyd, G., Schraven, D., & de Jong, M. (2025). Towards an

ecological metaphor for regenerative circular economies. *Ecological Economics, 231*, 108545. https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2025.108545

PRILOZI

PITANJA ZA STEJKHOLDERE

- procena stavova zaposlenih u turističkim agencijama o održivom turizmu u Crnoj Gori:

Sekcija 1: Implementacija održivih praksi

1. Naša agencija aktivno promoviše održivi turizam.
2. U turističkim aranžmanima vodimo računa o ekološkom uticaju.
3. Koristimo lokalne proizvode i angažujemo lokalne vodiče i preduzetnike.
4. Organizujemo ture koje edukuju turiste o zaštiti prirode i kulturnog nasleđa.
5. Naši aranžmani uključuju ekološki prihvatljiv transport.

Sekcija 2: Interesovanje turista za održivi turizam

6. Turisti sve više traže ekološki odgovorne ture i smeštaj.
7. Posetioci su spremni da plate više za održive turističke aranžmane.
8. Turisti su svesni uticaja svojih putovanja na životnu sredinu.
9. Strani turisti pokazuju veće interesovanje za održivi turizam od domaćih.

10. Ekološke i kulturne vrednosti su ključni faktori pri izboru destinacije.

Sekcija 3: Izazovi u implementaciji održivih praksi

11. Održivi turizam je izazovan zbog visokih operativnih troškova.
12. Nedostaje podrška državnih institucija za razvoj održivog turizma.
13. Turistička infrastruktura u Crnoj Gori nije prilagođena održivim standardima.
14. Postojeći propisi o zaštiti prirode i održivom turizmu nisu dovoljno efikasni.
15. Konkurencija sa masovnim turizmom otežava primenu održivih praksi.

Sekcija 4: Budući planovi i strategije

16. Planiramo dodatne ekološke inicijative u našem poslovanju.
17. Digitalne tehnologije mogu doprineti razvoju održivog turizma.
18. Smatram da će održivi turizam povećati konkurentnost Crne Gore.
19. Potrebno je više investicija u promociju ekološkog i kulturnog turizma.
20. Vidim dugoročnu korist od održivih turističkih praksi u Crnoj Gori.

Likertova skala odgovora:

1 – Uopšte se ne slažem

2 - Ne slažem se

3 – Nemam mišljenje

4 - Slažem se

5 – Potpuno se slažem

PITANJA ZA TURISTE

- ispitivanje turista o održivom turizmu u Crnoj Gori:

Sekcija 1: Svest i interesovanje za održivi turizam

1. Prilikom odabira destinacije, obraćam pažnju na ekološku održivost.
2. Smatram da je važno podržavati turističke objekte koji primenjuju ekološke prakse.
3. Više volim boravak u prirodnim sredinama nego u urbanim turističkim centrima.
4. Održivi turizam poboljšava moje celokupno iskustvo putovanja.
5. Informisan/a sam o principima održivog turizma.

Sekcija 2: Ekološke prakse tokom putovanja

6. Tokom putovanja vodim računa o smanjenju plastičnog otpada.
7. Preferiram hotele i smeštaj koji koriste obnovljive izvore energije.
8. Trudim se da koristim javni prevoz, bicikl ili pešačenje tokom boravka na destinaciji.
9. Podržavam lokalne proizvođače kupovinom autentičnih proizvoda.
10. Izbegavam aktivnosti koje mogu negativno uticati na prirodu i životnu sredinu.

Sekcija 3: Stavovi o održivim turističkim praksama u Crnoj Gori

11. Crna Gora nudi dovoljno opcija za ekološki odgovoran turizam.
12. Smatram da turistički sektor u Crnoj Gori posvećuje dovoljno pažnje održivosti.
13. Postojeći turistički kapaciteti u Crnoj Gori su preopterećeni tokom sezone.
14. Kvalitet infrastrukture u ekoturizmu u Crnoj Gori je na zadovoljavajućem nivou.
15. Smatram da su lokalne zajednice u Crnoj Gori dovoljno uključene u turizam.

Sekcija 4: Spremnost na doprinos održivom turizmu

16. Spreman/na sam da platim više za turističke aranžmane koji su ekološki održivi.
17. Bih rado učestvovao/la u edukativnim programima o održivom turizmu tokom putovanja.
18. Smatram da je važno učestvovati u volonterskim akcijama zaštite životne sredine dok putujem.
19. Podržavam uvođenje ekoloških taksi za turiste radi očuvanja prirode.
20. Smatram da je budućnost turizma u Crnoj Gori u održivim praksama.

Likertova skala odgovora:

1 - U potpunosti se ne slažem

2 - Ne slažem se

3 - Neutralan/na sam

4 - Slažem se

5 - U potpunosti se slažem