

KULTURNI RESURSI U KREIRANJU SPECIJALIZIRANIH TURISTIČKIH PROIZVODA GRADA KAŠTELA

Begonja, Ružica

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:014919>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-25**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET



ZAVRŠNI RAD

**KULTURNI RESURSI U KREIRANJU
SPECIJALIZIRANIH TURISTIČKIH
PROIZVODA GRADA KAŠTELA**

Mentor:

prof. dr. sc. Neven Šerić

Studentica:

Ružica Begonja, 1123599

Split, ožujak 2017.

SADRŽAJ:

1. UVOD.....	4
1.1. Definicija problema istraživanja.....	4
1.2. Ciljevi istraživanja.....	4
1.3. Metode istraživanja.....	4
1.4. Struktura rada	4
2. KULTURNI TURIZAM I RAZVOJ PONUDE KULTURNOG TURIZMA.....	6
2.1. Definiranje pojmova turizma i kulture.....	6
2.1.1. Pojam turizma i turista.....	6
2.1.2. Pojmovno određenje kulture i njena funkcija u turizmu	7
2.2. Osnovne podjele i podaci vezani uz kulturni turizam te povijest nastanka kulturnog turizma.....	8
2.2.1. Kulturni turizam i tržišne niše.....	9
2.2.2. Povijest razvoja kulturnog turizma.....	13
2.2.3. Održivi razvoj kulturnog turizma.....	14
2.3. Razvoj ponude kulturnog turizma.....	15
2.3.1. Obilježja ponude kulturnog turizma Hrvatske.....	16
3. IZVIDAJNO ISTRAŽIVANJE: ISKORISTIVI KULTURNI RESURSI I DESTINACIJSKE IKONE GRADA KAŠTELA.....	20
3.1. Opći podaci i povijesni pregled grada Kaštela.....	20
3.1.1. Osnovni podaci o gradu.....	20
3.1.2. Povijest grada Kaštela.....	21
3.1.3. Razvoj turizma u Kaštelima.....	22
3.1.4. Ekološki problemi grada Kaštela i utjecaj na turizam mjesta.....	24
3.2 Kulturni resursi i destinacijske ikone Kaštela.....	26
3.2.1. Kulturno- povijesne građevine i arheološki lokaliteti.....	26
3.2.2. Kaštelanski parkovi i perivoji.....	34
3.2.3. Manifestacije i festivali.....	36
3.2.4. Destinacijske ikone grada Kaštela.....	37

4. PRIMARNO ISTRAŽIVANJE NA ANKETNOM UZORKU.....	42
4.1. Predmet, cilj istraživanja i struktura anketnog upitnika.....	42
4.2. Rezultati empirijskog istraživanja na uzorku sudionika u turizmu o kulturnom turizmu grada Kaštela.....	43
5. KRITIČKI OSVRT I PRIJEDLOG SPECIJALIZIRANIH PROIZVODA TURISTIČKE DESTINACIJE GRADA KAŠTELA.....	54
6. ZAKLJUČAK.....	62
LITERATURA.....	64
POPIS SLIKA I TABLICA.....	67
SAŽETAK.....	68
SUMMARY.....	68

1. UVOD

1.1. Definicija problema istraživanja

Kulturni turizam predstavlja sve važniji segment turističke ponude destinacije. Veći stupanj obrazovanja stanovništva te želja za upoznavanjem novih kultura i stilova života utječu na porast potražnje za tim selektivnim oblikom turizma. Grad Kaštela raspolaže bogatom kulturnom baštinom koja može privući turiste zainteresirane za kulturu. Problem ovog istraživanja je utvrđivanje važnosti kulturnog turizma u suvremenom svijetu, stanja kulturno turističke ponude te mogućnostima njegovog daljnjeg razvoja u cilju postizanja prepoznatljivosti grada kao kulturno i turistički privlačne destinacije. Da bi se taj cilj postigao potrebno se prethodno upoznati s destinacijom grada Kaštela kao i raspoloživim kulturnim resursima te istražiti postoji li mogućnost razvoja specijaliziranih kulturno turističkih proizvoda.

1.2. Ciljevi istraživanja

Glavni cilj istraživanja je proučavanje kulturnog turizma, to jest utvrđivanje mogućnosti razvoja Grada Kaštela kao kulturno turističke destinacije za ostvarivanje bolje pozicije na turističkom tržištu. Kroz rad se željelo pokazati kako Kaštela imaju veliki potencijal s obzirom na bogatstvo resursa za razvoj kulturno turističke ponude zbog čega se javlja potreba za većim ulaganjima u napredak i rast takve vrste turizma.

1.3. Metode rada

Tokom izrade rada korišteno je više metoda istraživanja. Metoda deskripcije kojom su opisivani određeni pojmovi i pojave u turizmu, zatim metoda analize i sinteze pri izvođenju određenih zaključaka te metoda indukcije, dedukcije i klasifikacije. Indukcija predstavlja metodu u kojoj se iz više pojedinačnih tvrdnji formira opća tvrdnja, dok se metodom dedukcije iz općih tvrdnji formiraju pojedinačne tvrdnje.

1.4. Struktura rada

Rad se sastoji od šest glavnih poglavlja, u uvodnom dijelu predstavljena je definicija problema istraživanja, ciljevi te metode istraživanja. U drugom dijelu definiraju se pojmovi

turizma i kulture, zatim se izlažu opći podaci i podjele vezane za kulturni turizam, njegov povijesni i održivi razvoj. U istom dijelu je pojašnjen razvoj ponude kao i obilježja ponude kulturnog turizma Hrvatske. U trećem dijelu napravljeno je izviđajno istraživanje gdje su prvo dane opće informacije o Gradu Kaštelima i razvoju turizma nakon čega su istaknuti poznati kulturni resursi, atrakcije i manifestacije koji predstavljaju sastavni dio turističke ponude mjesta. Kako bi se kvalitetnije provela analiza trenutnog stanja kao i mogućnosti kulturnog turizma za Grada Kaštela je napravljena swot analiza. U četvrtom dijelu rada prikazani su rezultati samostalnog istraživanja pomoću anketnog upitnika namijenjenog turističkim sudionicima u kojem je pojašnjen i predstavljen način prikupljanja podataka te rezultati i zaključci koji su proizašli iz njega. Peti dio se sastoji od kritičkog osvrta na dobivene rezultate kao i prijedloga specijaliziranih turističkih proizvoda koji bi potpomogli gradu da formira kvalitetnu i prepoznatljivu kulturno turističku ponudu, dok je u šestom dijelu dan zaključak cjelokupnog rada.

2. KULTURNI TURIZAM I RAZVOJ PONUDE KULTURNOG TURIZMA

2.1. Definiranje pojmova turizma i kulture

Čovjek je putovao od najranijih vremena poradi različitih potreba. Smatra se da je putovanje staro koliko i sami ljudski rod. Turizam se počeo razvijati onog trena kada je čovječanstvo doseglo određeni stupanj civilizacije i razvoja. Tada čovjek počinje živjeti u organiziranim zajednicama kada dolazi do razvoja trgovine, a samim time i pojave novca kao sredstva razmjene. Javljaju se prva putovanja koja su bila motivirana ostvarivanjem trgovine, stjecanjem novih znanja, posjećivanjem kulturnih znamenitosti ili pak poradi zdravstvenih potreba (lječilišta).

2.1.1. Pojam turizma i turista

Pojam turista nastaje prije samog pojma turizma stoga ga je potrebno prvog definirati. Turist predstavlja posjetitelja koji putuje van svog uobičajenog okruženja u razdoblju od najmanje jednog noćenja do godine dana sa svrhom posjeta koji nema za cilj ostvarivanje bilo kakve plaćene aktivnosti.¹ Iz definicije je jasno da turist putuje u određenu destinaciju u svrhu odmora, zabave, rekreacije ili pak drugih aktivnosti koje nisu povezane uz ostvarivanje ekonomske dobiti. Dok turizam predstavlja masovnu, dinamičnu i složenu društveno-ekonomsku pojavu suvremenog doba. Hunziker i Krapf u svojoj općoj teoriji o turizmu iz 1942. godine su iznijeli svoju definiciju turizma koja je kasnije nadopunio AIEST, a ona glasi: Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se s tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva gospodarska djelatnost.² Turizam igra veoma važnu ulogu mnogih zemalja, omogućava nevidljivi izvoz turističkih proizvoda neke zemlje te stvara nova radna mjesta jer omogućava zapošljavanje stanovništva unutar turističkog sustava. S obzirom na tematiku samog rada bitno je za naglasiti kako se turizam našao na prijelazu iz masovnog u novi oblik turizma. Masovni odnosno *hard* turizam predstavljao je organizirana masovna putovanja u svrhu godišnjeg odmora, a motiv putovanja je odmor, kupanje i sunčanje u špici sezone bez

¹ Smith, S.L.J. (1995); *Tourism Analysis*, Longman, Essex, UK., str.24, u skripti: Petrić, L. (2013/2014.): Uvod u turizam, 28 str.

² Pirjevec, B., Kesar, O.(2002): *Počela turizma*, Mikrorad d.o.o., Zagreb, str.5

iskazane potrebe turista za upoznavanjem i ekološkim očuvanjem mjesta kojeg posjećuju. No, taj oblik turizma je imao mnoge negativne učinke na destinaciju (zagađenje okoliša, degradacija prostora i drugo). Ujedno s vremenom razvija se novi oblik turizma, raste obrazovanost stanovništva koje postaje sve zahtjevnije prilikom odabira putovanja te raste njihova ekološka svijest stoga se povećava broj putnika koji traže dodatne aktivnosti u mjestu. Turisti iskazuju zanimanje za zemlju u koju putuju te želju za upoznavanje kulture i jezika određenog kraja. Turizam i njegovi prihodi ovise o turističkoj potražnji pa je bilo veoma važno da ponuđači turističkih usluga razumiju različite vrste motivacija turista kako bi bili sposobni proizvesti proizvode i usluge koji mogu zadovoljiti potrebe različitih tipova turista.³ Turistička ponuda se počinje diversificirati na temelju čega nastaju selektivni oblici turizma. Stoga kod selektivnih oblika turizma naglasak je na udovoljavanju individualnih, posebnih želja i potreba turista. Tu spada: vjerski, gastronomski, ekološki, kulturni, zdravstveni, nautički, kongresni, seoski, elitni, robinzonski turizam.

2.1.2. Pojemno određenje kulture i njena funkcija u turizmu

Kultura se odnosi na skup vrijednosti, vjerovanja, ponašanja, simbola i oblika naučenog ponašanja lokalne zajednice. Može se definirati i kao 'način života' koji društvo dijeli, a koji se prenosi s generacije na generaciju i za koji se smatra da je tipičan za određenu društvenu skupinu. Ova definicija ne obuhvaća materijalne oblike kulture dok u turizmu posjetitelji imaju mogućnost spoznati kako materijalnu tako i nematerijalnu kulturu receptivne zajednice nekog mjesta. Stoga se kultura može definirati kao ukupnost materijalni i duhovnih vrijednosti koje je čovjek stvorio u svojoj društveno-povijesnoj praksi, u svome svladavanju prirodnih sila, razvoju proizvodnje te tijekom rješavanja društvenih problema.⁴ Što se tiče turizma i kulture, oni imaju jaku korelaciju koja s vremenom sve više jača s obzirom da kulturni sadržaji igraju sve važniju ulogu u atraktivnosti turističke destinacije. Kultura samim time pomaže daljnjem razvoju turizma jer nuđenjem velikog broja kulturnih sadržaja povećava vrijednost turističke ponude ali i prihode unutar nekog mjesta. S druge strane turizam omogućava daljnju valorizaciju i revitalizaciju elemenata objektivne kulture, te razvijanju i poticanju novih spoznaja u okviru subjektivne kulture. U objektivnu spadaju oni elementi koji su od naročitog povijesnog značenja ili velike znanstvene ili umjetničke vrijednosti. Sami turizam pridonosi razvoju objektivne kulture s obzirom da otkriva, štiti,

³ Jelinčić, D. A.,(2008'); Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia, Zagreb, str.20-21.

⁴ Jelinčić, D. A., (2008); Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia, Zagreb, str.26-27.

sanira, revitalizira i popularizira kulturno blago, čuva od propadanja napušteno i ugroženo kulturno nasljeđe. Utjecaj turizma na subjektivnu kulturu očitava se kroz postupno kultiviranje velikog broja ljudi koji sudjeluju u turizmu, proširenjem spoznaja, duhovnim bogaćenjem i drugim što doprinosi daljnjem napretku društva.⁵ Jasno je kako turizam i kultura zajedničkom interakcijom stvaraju mnoge pozitivne učinke u ekonomskom i društvenom smislu stoga se nastoji i dalje podupirati njihovu suradnju uz pomoć djelatnika kako u turizmu tako i u kulturi. No, uz pozitivne važno je spomenuti i negativne učinke turizma koji nastaju poradi pritiska velikog broja turista u područjima koja su bogata kulturom pa dolazi do njenog narušavanja stoga, dio povjesničara i zaštitnika kulturne baštine ne zagovara razvoj kulturnog turizma. Bitno je shvatiti kako se negativni utjecaji mogu prevladati ukoliko se primjeni koncept održivog razvoja.

2.2. Osnovne podjele i podaci vezani uz kulturni turizam te povijest nastanka kulturnog turizma

Motivi za putovanjima su se mijenjali kroz prošlost. Ono što karakterizira suvremeno putovanje je da turist postaje sofisticiran i sve zahtjevniji prilikom odabira određene destinacije. Dosadašnja putovanja motivirana suncem i morem nisu dovoljna kako bi turisti zadovoljili svoje potrebe. Turist traži autentično upoznavanje s određenim područjem kroz kulturu, povijest, gastronomiju, običaje i druge segmente pomoću kojih stvara jedinstven doživljaj o mjestu. Dakle, sve je veća potreba turista da se povežu s krajem u koji putuju i da aktivno sudjeluju u određenim aktivnostima i događanjima tog kraja. Ljudi se razlikuju s obzirom na želje i potrebe, stoga svakog turista treba promatrati kao pojedinca čije zahtjeve treba zadovoljiti kada dođe u destinaciju, a to je moguće raznovrsnom ponudom sadržaja i događanja unutar iste. Kako je potražnja postajala sve zahtjevnija tako je rasla i potreba za formiranjem selektivnih oblika turizma unutar nekog geografskog područja, a kulturni turizam je jedan od njih.

⁵ Geić, S. (2007): Organizacija i politika turizma: Kulturološko-ekologijski i sociogospodarski aspekti, Sveučilište u Splitu, Split, [Internet], raspoloživo na: [file:///C:/Users/beg/Downloads/Kulturno_nasljedje_i_medjunarodna_putovanja%20\(7\).pdf](file:///C:/Users/beg/Downloads/Kulturno_nasljedje_i_medjunarodna_putovanja%20(7).pdf) [10.10.2016.]

2.2.1. Kulturni turizam i tržišne niše

Kulturni turizam predstavlja spoj turizma i kulture. Ti pojmovi su veoma bliski jedan drugome, kako je već rečeno ranije, s obzirom da kulturna baština upotpunjuje ponudu neke turističke destinacije. Kulturni turizam ili pak turizam baštine omogućava turistu da upozna posebnosti nekog grada ili države kroz umjetnosti, povijest i kulturu. Ova vrsta turizma se javlja ukoliko putovanja uključuju posjet nekim kulturnim resursima bez obzira na početnu motivaciju.⁶ Prema definiciji kulturni turizam predstavlja onu vrstu turizma koja obuhvaća putovanje stanovništva van njihovog stalnog boravka koje je u cijelosti ili pak djelomično motivirano interesom za povijest, umjetnost, nasljeđe ili stil života lokaliteta, regije, grupe ili institucije. Tom definicijom kultura obuhvaća materijalnu ali i nematerijalnu kulturu poput običaja i tradicije.⁷ Iz definicije je vidljivo kako kulturna baština predstavlja najvažniji resurs kulturnog turizma. Organizacija ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu (UNESCO) u Konvenciji za zaštitu svjetske kulturne i prirodne baštine iz 1972. godine baštinu definira: Kulturna baština odnosi se na spomenike, skupine građevina i lokalitete koji imaju povijesnu, estetsku arheološku, znanstvenu, etnološku ili antropološku vrijednost.

U materijalnu kulturnu baštinu prema Konvenciji se ubrajaju:

- Spomenici: djela arhitekture; monumentalna djela iz područja skulpture i slikanja; elementi i strukture arheološke prirode; crteži pećine i prebivališta; kombinacije obilježja izuzetne univerzalne vrijednosti; povijesne, umjetničke ili znanstvene.
- Skupine građevine: skupine samostojećih ili povezanih građevina koje zbog svoje arhitekture, homogenosti ili položaja u okolišu posjeduju izuzetnu univerzalnu vrijednost, povijesnu, umjetničku ili znanstvenu.
- Lokaliteti: čovjekova djela ili kombinirana djela prirode i čovjeka te područja koja uključuju arheološke lokalitete izuzetne univerzalne vrijednosti, povijesne, umjetničke ili znanstvene.⁸

Bitno je razumijevanje i definiranje nematerijalne baštine jer turisti ne posjećuju samo kulturne institucije ili koncerte već dolaze u doticaj i s duhovnim oblicima kulture nekog kraja. UNESCO uvodi pojam nematerijalne baštine koja je od iznimnog značaja, ona predstavlja identitet nekog naroda ali promiče i poštovanje kulturne raznolikosti i ljudske

⁶ Jelinčić, D. A. (2008); Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia, Zagreb, str.42.

⁷ Vlada Republike Hrvatske – Ministarstvo turizma, (2003); Strategija razvoja kulturnog turizma, Zagreb, str. 5.

⁸ United Nation World Heritage Convention Concerning Protection of the World Cultural and Natural Heritage 1972, [Internet] raspoloživo na: <http://whc.unesco.org/archive/convention-en.pdf> [10.10.2016]

kreativnosti. Tu spadaju prakse, predstave, izrazi, znanja, vještine, kao i instrumenti, predmeti, rukotvorine i kulturni prostori koji su povezani s tim koje zajednice, skupine i pojedinci, prihvaćaju kao dio svoje kulturne baštine.⁹

Kulturni turizam se javlja kao nova vrsta turizma 80- tih godina. To razdoblje obuhvaća akademsko istraživanje kulturnog turizma u svrhu obogaćivanja turističke ponude kulturnim resursima uz naglasak na očuvanje i zaštitu kulturne materijalne i nematerijalne baštine. Danas interes za kulturni turizam sve više raste od strane potražnje s obzirom da kao posebna vrsta turizma nudi edukativno i zabavno iskustvo omogućujući pojedincu da se uključi u zajednicu koju posjećuje.

Tržišne niše je također vrlo važno spomenuti s obzirom da predstavlja bitan pojam u razumijevanju samog kulturnog turizma kao posebno specijalizirane vrste turizma na tržištu. Tržišna niša predstavlja usko specijaliziran proizvod namijenjen točno određenom segmentu potrošača na tržištu. Koncept tržišne niše podrazumijeva dodanu vrijednost nekom osnovnom tržištu. Za primjer, masovni turizam predstavlja osnovno tržište dok kultura predstavlja dodatnu vrijednost neke destinacije koja uz osnovni turističku ponudu nudi i dodatne sadržaje (gastronomiju, kulturu, zabavu). Prema Dahringer i Muhlbacher definiciji tržišne niše pružaju čvrste dodane vrijednosti već prema posebnim potrebama tržišta fokusirajući svoje resurse na usko područje u kojem imaju distinktivnu kompetitivnu prednost.¹⁰ Važno je za napomenuti kako je utvrđeno da tržišne niše imaju snagu stvoriti imidž destinacije te su zahvaljujući tome mnoga područja postala dobro prodavane specijalizirane destinacije.

U daljnjem tekstu vezanom uz kulturni turizam su izložene različite vrste kulturnih turista kao i karakteristike ovakve vrste putnika. Svaki turist ne mora biti potpuno motiviran kulturom da bi se njegovo putovanje okarakteriziralo kao kulturno. S obzirom na motiviranost pojedinca na putovanje vezano uz upoznavanje kulture nekog mjesta razlikujemo primarni, usputni i slučajni posjet. Primarni podrazumijeva posjet nekoj destinaciji isključivo radi upoznavanja kulturne materijalne i nematerijalne baštine. Kada turist sudjeluje u određenim aktivnostima mjesta, te se upoznaje s kulturnom baštinom nekog odredišta odlaskom na izložbe, koncerte, kazališne predstave. Usputni podrazumijeva da turistu upoznavanje kulture nekog kraja nije na prvom mjestu, već ima neki primarni cilj uz kojeg usputno odlučuje posjetiti određene spomenike, muzeje, galerije ili pak prisustvovati nekom događaju. Na primjer, turista

⁹ Unesco Intangible Heritage 2003, [Internet] raspoloživo na: http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=17716&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html [10.10.2016.]

¹⁰ Dahringer i Muhlbacher, prema Jenkins & Jones (2002.), str 81.

odlučuje posjetiti neku zemlju radi prisustvovanja nekom sportskom događaju ali usput posjećuje poznati kulturni lokalitet, kuša tradicionalna jela mjesta ili pak posjećuje izložbu u međuvremenu. Dok slučajni podrazumijeva situaciju kada turist nema namjeru upoznavati kulturu nekog mjesta, ali za vrijeme svog boravka djelomično dolazi u doticaj s lokalnim stanovništvom pa na taj način se ujedno i upoznaje s njihovom kulturom.¹¹

S obzirom na motive koji utječu na turiste da sudjeluju u određenim kulturnim aktivnostima postoje tri oblika kulturnog turizma: turizam nasljeđa, povijesni turizam i turizam umjetnosti.

- Turizam nasljeđa temelji se na potrebi turista da se educira vezano za nasljeđa iz prošlosti nekog lokaliteta, arheološka nalazišta, da upozna povijesne ostatke građevina ali i spomenike prirodnog nasljeđa kao što je netaknuta priroda. Osim navedenih resursa turizam kulturnog nasljeđa također uključuje vjerske običaje, obiteljske obrasce života i tradiciju: folklor, umjetnost, način života, običaje, sakralne svečanosti i obrt. S obzirom na sve navedeno jasno je da turizam nasljeđa obuhvaća velik broj kulturnih resursa kako opipljivih tako i neopipljivih odnosno nematerijalnih.
- Povijesni turizam predstavlja ostvarivanje putovanja u stare kulture kao što je Egipat, Rim, civilizacija Inka. Ovaj oblik kulturnog turizma ima obrazovnu ulogu za turista tako što se putovanje ostvaruje uz stručno vođenje te održavanje predstava sa zvučnim i svjetlosnim efektima.
- Turizam umjetnosti orijentiran na zainteresiranost pojedinaca za slikarstvo, skulpture, kazalište i druge kreativne oblike umjetničkog izražavanja. Posjeti turista vezani su uz obilazak povijesnih područja, posjećivanje galerija, muzeja, umjetničkih priredbi.¹²

Turisti se također razlikuju po ulozi koju kultura ima u njihovoj motivaciji da putuju te s obzirom na to razlikujemo:¹³

- Turiste motivirane kulturom koju čini 5 do 15 posto turista te oko 5 posto lokalnog stanovništva, njihova osnovna motivacija za putovanjem je kultura, taj tip turista prisustvuje izrazitim kulturnim događanjima i posjećuje kulturne atrakcije, a izbor destinacije u većini slučajeva ovisi o njihovim specijaliziranim interesima. Njihova

¹¹ Vreg, F.(2002); Europska kultura i turističko komuniciranje. Media, culture and public relations.1; str. 3.

¹² Pavlović, T (2015.).;Kulturni turizam kao strategija turističkog razvoja grada Splita, Diplomski rad, Ekonomski fakultet, Split, str.19.

¹³ Strategija razvoja kulturnog turizma (2013) ; Od kulture i turizma do kulturnog turizma, Institut za turizam, Zagreb, str. 6.[Internet] raspoloživo na: <http://www.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/Strategij-Razvoja-Kulturnog-Turizma.pdf> [12.10.2016]

motivacija za putovanjem uvijek je začeta na kulturnim interesima za određenu destinaciju.

- Turiste inspirirane kulturom koji čine skupinu u koju spada 30 posto turista i 15 posto lokalnog stanovništva. U destinaciju ih privlače poznati kulturni događaji ili atrakcije. To su većinom velike izložbe ili koncerti. U ovom segmentu prevladavaju bogati i novopečeni kulturni interesenti koji ne predstavljaju stalno tržište s obzirom da nemaju dublje interese za kulturu.
- Turiste privučene kulturom čini 20 posto turističkog i 20 posto lokalnog stanovništva. Ova skupina turista nema u planu posjetiti kulturna događanja, ali ih odlučuju posjetiti ukoliko im se to ponudi tokom putovanja. Takav turist u načelu nema nikakvu kulturnu motivaciju i najčešće je masovni turist. Kako bi se privukla ova skupina turista destinacija treba imati dobro razvijen marketing, pravovremeno informiranje, dostupnost atrakcije i lakoću kupnje ulaznica.

Iz ove podjele je jasno kako postoji veliki broj posjetitelja kulturnih atrakcija čiji primarni cilj ili motiv putovanja nije posjet kulturi određenog kraja stoga veliku ulogu igra marketing, razvoj kulturnih proizvoda i lakoća pristupa istim.

Unutar kulturnog turizma javlja se pojam 'kulturni turist', to može biti bilo koja osoba koja putuje van svom domicila koja je djelomično ili potpuno motivirana kulturnim atrakcijama neke destinacije. S obzirom na prirodu kulturnog interesa postoji razlika između opće kulturnog turista i specijaliziranog kulturnog turista.

- Opće kulturni turist posjećuje različite zemlje i regije te sudjeluje u različitim kulturnim aktivnostima. Njegova karijera se razvija u skladu s akumuliranim znanjem i iskustvom, koje se poslije inkorporira u sklop osobnih generalizacija o stranim kulturama. Konstantno raste njegovo iskustvo tokom posjeta čime dobiva širi spektar znanja o različitim kulturama, uči kako se odnositi prema lokalnom stanovništvu i kako sudjelovati u svakodnevnih aktivnostima u nepoznatoj okolini. Takva vrsta turista većinom uspoređuje kulturu različitih lokaliteta koje je posjetio.
- Specijalizirani kulturni turist kao što sama riječ kaže, koncentrira se na jedan ili manji broj lokaliteta ili kulturnih entiteta poradi šireg razumijevanja kulture nekog određenog turističkog mjesta. On kontinuirano posjećuje ta mjesta poradi detaljnijeg

razumijevanja određenog mjesta. Većinom traži mjesta i lokalitete određene vrste umjetnosti, povijesti, festivala i muzeja.¹⁴

Studije su pokazale da kulturne turiste karakterizira to što se većinom radi o iskusnim pojedincima s višim dohodima, pretežito srednje životne dobi što nas navodni na zaključak da je takav turist spreman više novca potrošiti na smještaj i druge usluge u receptivnoj destinaciji. Posjetitelji muzeja i galerija nešto su stariji, dok na događajima prevladavaju mlađi posjetitelji. Oni traže jedinstvene kulturne destinacije koje se diferenciraju od ostalih, ostaju duže u destinaciji koju posjećuju te su veoma aktivni, radi se o posjetiteljima koji su uglavnom fakultetski obrazovani ili imaju završenu višu školu. Nešto više su zastupljeni muškarci kao kulturni turisti, često je njihovo profesionalno zanimanje vezano uz kulturu i umjetnost.¹⁵

2.2.2. Povijest razvoja kulturnog turizma

Još u doba Antike ljudi su posjećivali mjesta od kulturnog značaja gdje su se nalazili ostaci starih civilizacija. U doba antičke Grčke i Rima putovanja su bila motivirana sportskim događajima, dok u srednjem vijeku prva masovna putovanja bila su vezana uz hodočašća vjernika u poznata svetišta. Tokom 17. i 18. stoljeća naglašavaju se individualna putovanja u određena odredišta, tj. Grand Tour putovanja.¹⁶ Britansko plemstvo putuje Francuskom i Italijom u potrazi za znanjem te željom za upoznavanjem umjetnosti i kulture zapadne civilizacije. Otkupljuju mnoga umjetnička djela, prisvajaju običaje i stupaju u kontakt s domicilnim stanovništvom. No, s obzirom da su u to vrijeme putovanja bila većinom omogućena stanovništvu višeg društvenog staleža ne može se točno govoriti o pravim turističkim putovanjima i razvijenom turizmu. U drugoj polovici 19. stoljeća razvila su se organizirana putovanja čija se pojava veže uz napredak znanosti i tehnoloških dostignuća te uz porast životnog standarda i slobodnog vremena. Kulturni sadržaji su bili motivi putovanja većini putnika sve do Prvog svjetskog rata. Između dva rata većina stanovnika sjeverne Europe prakticira domaći turizam. 50-tih godina 20. stoljeća dolazi do razvoja masovnog turizma kada je putovanje omogućeno i onima niže platežne moći, turisti putuju u

¹⁴ Jelinčić, D. A. (2008); Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia, Zagreb, str.46.

¹⁵ TOMAS, Kulturni turizam (2008.) Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, str. 2. [Internet] raspoloživo na: http://www.iztg.hr/UserFiles/File/novosti/2009_TOMAS_Kulturni_turizam_2008_Sazetak_i_Prezentacija.pdf [14.10.2016.]

¹⁶ Petrić, L. (2013/2014.) nastavni materijali: Uvod u turizam, str.12.

mediteranske zemlje kako bi uživali u suncu i moru bez nekih dodatnih sadržaja u destinaciji.¹⁷ S vremenom turizam se razvija u vrlo važan sustav u kojem se ostvaraju visoki prihodi i zapošljavanje. Poslije, sve većom obrazovanošću stanovništva, još većim dohocima, zasićenjem za dosadašnjim putovanjima vezanih samo uz odmor i sunce, turisti postaju zahtjevniji, traže jedinstvene destinacije bogate kulturom kao i mogućnošću aktivnog sudjelovanja, turisti više ne žele biti pasivni tokom svog boravka. Javlja se termin post modernog turista kojeg zanima aktivnost u destinaciji, edukacija, iskustvo. Samim time ponuda se morala prilagoditi novonastaloj potražnji čime se turizam segmentira na specijalizirane oblike: vjerski, seoski, kongresni, zdravstveni, avanturistički, robinzonski turizam ali i kulturni turizam.

2.2.3. Održivi razvoj kulturnog turizma

Turizam pored ekonomskog ima i značajan utjecaj na okoliš. S obzirom da se turistička ponuda uvelike bazira na prirodnim i kulturnim atrakcijama neke destinacije razumno je da postoji potreba za njihovim očuvanjem i brigom. Turizam koristi prirodne resurse te jednim velikim dijelom negativno utječe na okoliš (onečišćenje vode, zraka, prenapučenosti drugi problemi). Uz okolišni, turizam ima veliki društveni i kulturni utjecaj na određenu destinaciju stoga razvoj turizma nekog područja značajno može utjecati na kvalitetu života domicilnog stanovništva. Održivost je jedino moguće postići ukoliko su svi akteri i činioци informirani i uključeni u sam proces održivog razvoja. Cilj samog održivog razvoja je postići visok stupanj zadovoljstva potrošača (turista) ali i svih sudionika u turizmu koji omogućuju ponudu turističkih usluga (prijevoznici, ugostitelji i drugi) ujedno vodeći brigu o očuvanju, zaštiti i povećanju potencijala neke destinacije za upotrebu budućim generacijama.

Prema definiciji Svjetske turističke organizacije (UNWTO), održivi turizam je turizam koji zadovoljava potrebe prisutnih turista i domicilnog stanovništva istodobno čuvajući resurse budućeg razvitka. Takav razvoj podrazumijeva upravljanje resursima na način da se udovolje osnovni ekonomski, socijalni i estetski zahtjevi uz istodobno očuvanje kulturnog integriteta, osnovnih ekoloških procesa i biološke raznolikosti.¹⁸

Održivi turizam bi trebao:

¹⁷ Vukonić, B. (2008); Povijesni gradovi i njihova turistička razvojna opcija. Acta Turistica Nova. 2, str. 111-122.

¹⁸ 7 UNEP and UNWTO, (2005); Making Tourism More Sustainable: Guide for Policy Makers, UNEP and UNWTO, 11

- iznaći optimalan način korištenja prirodnih resursa kako bi se održali ključni ekološki procesi te zaštitila priroda i bio raznolikost
- poštivati društveno-kulturološku izvornost lokalne zajednice, poštujući njihovu kulturno nasljeđe i tradicionalne vrijednosti kao i pridonijeti interkulturnom razumijevanju
- pridonijeti dugoročnom gospodarskom razvitku, donoseći ekonomske koristi svim dionicima

Koncepcija održivog turizma se primjenjuje na sve selektivne oblike turizma pa tako i na kulturni. Održivo korištenje kulturne baštine s jedne strane podrazumijeva brigu i očuvanje te s druge strane stjecanje prihoda putem korištenja iste.

Načela turizma koja su temeljena na prirodnoj i kulturno-povijesnoj baštini su: Prepoznavanje važnosti baštine, briga o lokalitetima baštine, razvoj partnerstva za višestruku koristi, ugradnja pitanja baštine u poslovno planiranje, investiranje u ljude i lokalitete te oglašavanje i promoviranje odgovornosti u oblikovanju turističkih proizvoda.¹⁹

Vrlo je bitno u današnjem svijetu kada broj posjetitelja unutar destinacija rapidno raste da se primjeni koncept održivog ili društveno odgovornog razvoja. To je jedini način da se maksimiziraju pozitivni učinci i smanje oni negativni. Potrebno je podizati svijest ne samo kreatora turističke ponude i turista koji posjećuju destinacije već i domicilnog stanovništva o važnosti očuvanja kulturne i prirodne baštine nekog mjesta kako bi ono očuvalo svoju vrijednost i atraktivnost u budućnosti.

2.3. Razvoj ponude kulturnog turizma

Sve je veći broj zemalja kojima raste udio turizma u BDP-u države, takav je slučaj i s Hrvatskom što znači da turizam velikim dijelom utječe na ekonomski rast i zapošljavanje. Turistička mjesta koja su dosegla fazu zrelosti okrenula su se razvoju kulturnog turizma. Razvoj kulturno-turističke ponude bitan je i zbog valorizacije i očuvanja nasljeđa te zbog jačanja kulturne baštine. Neke zemlje pate od nedostatka prirodnih atrakcija pa svoju konkurentnost na tržištu pokušavaju ostvariti jačanjem kulturno turističke ponude. U

¹⁹ Wikipedija, Ekološki turizam,[Internet] raspoloživo na:
https://hr.wikipedia.org/wiki/Ekolo%C5%A1ki_turizam [15.10.2016.]

današnjici sve više raste ta ponuda zahvaljujući određenim čimbenicima:²⁰ dolazi do procesa urbane obnove i kreiranja imidža gradova gdje kultura igra značajnu ulogu u revitaliziranju i unapređenju imidža, dolazi do sve manjeg financiranja kulturnog sektora iz državnog proračuna te smatranja da kulturne ustanove se trebaju same financirati iz vlastitih sredstava (samim time formiranjem kulturnog turizma kulturni sektor se pokušava financirati putem većeg broja posjetitelja u destinaciji). Nadalje, sve veća konkurencija na tržištu s obzirom da i druge destinacije koriste svoje kulturne resurse kao sredstvo diferenciranja na tržištu i gradnje imidža.

2.3.1. Obilježja ponude kulturnog turizma Hrvatske

Prije govora o samoj ponudi kulturnog turizma potrebno je spomenuti važnost turističke potražnje koja potiče kreiranje kulturno turističke ponude. TOMAS je proveo tržišno istraživanje iz kojih se dolazi do informacija da raste interes inozemnih turista za kulturnim turističkim proizvodima kao i kulturnim aktivnostima unutar destinacije. No, problem stvara niska razina ponude kulturnih dobara kao i označavanja lokacije kulturnih znamenitosti. Posjetiocima odlaze nezadovoljni što može vrlo loše utjecati na imidž destinacije. Dodatni problem predstavlja manjak ponude organiziranih izleta stranim turistima kao i mogućnošću kupnje određenih suvenira. Također problem predstavljaju i loše postavljeni putokazi koji bi trebali navoditi turiste kako doći do određenih kulturnih resursa, loša prezentacija i interpretacija, te slaba infrastrukturna opremljenost pojedinih lokaliteta.²¹ Zbog postojanja ovih problema smanjena je dostupnost kulturnih resursa kao i mogućnost ostvarivanja prihoda jer iako potražnja postoji turisti nemaju na što potrošiti taj novac zbog nedovoljno razvijene ponude. Što se tiče domaćeg tržišta koje predstavlja putovanje domicilnog stanovništva unutar granica države, ono je zanemareno iako je veoma bitno u ostvarivanju prihoda od turizma. Bitno je poradi toga što se domaća potražnja ne odvija samo za vrijeme sezone, već produžuju vrijeme konzumacije određenih usluga tokom godine. Što se tiče domaće potražnje većina putovanja su posjeti rodbini i prijateljima kulturna aktivnost je većinom koncentrirana u blizini mjesta stanovanja stanovništva stoga je potražnju domaćih turista potrebno povećati jačim lokalnim i regionalnim marketingom kako bi oni ujedno

²⁰ Razović, M. (2009). Obilježja ponude kulturnog turizma dalmatinskih županija. *Acta turistica nova*, 3(1), 137-162. [Internet] raspoloživo na: <http://hrcak.srce.hr/43447> [16.10.2016.]

²¹ Strategija razvoja kulturnog turizma (2013); „Od kulture i turizma do kulturnog turizma“, Institut za turizam, Zagreb, , str 8.[Internet] raspoloživo na: <http://web.efzg.hr/dok/TUR/okesar//Strategija%20Razvoja%20Kulturnog%20Turizma.pdf> [16.10.2016.]

povećali svoju potrošnju.²² Dakle, sve više raste potreba za razvijanjem i promocijom različitih proizvoda kulturnog turizma koji će zadovoljiti i dodatno potaknuti potražnju kako inozemnih, tako i domaćih turista.

Što se tiče ponude, najvažniji korak je identificirati sve raspoložive kulturne resurse unutar zemlje. Jedino turistički sustav ima mogućnost da od kulturnih resursa stvori proizvod koji će se nuditi na turističkom tržištu te uz pomoć koje će se ostvarivati ekonomska korist. U ponudi kulturnog turizma najvažniju ulogu igraju kulturne i kreativno proizvodne industrije koje ujedno vode brigu o obnovi ali i stvaranju novih kulturnih i inovativnih proizvoda koji će se ponuditi na tržištu. Većina kulturnih ustanova imaju povoljnu lokaciju te s postojećom infrastrukturu imaju mogućnost prihvata većeg broja posjetitelja, muzeji i galerije djeluju većinom na području dobro razvijene mreže što je isto tako veoma važno poradi bolje dostupnosti određenoj kulturnoj i umjetničkoj ponudi. No, s druge strane slaba je povezanost kulturnih institucija, primijećen je manjak putokaza koji navode turiste na lociranost same ustanove, ponuda muzeja što se tiče popratnih sadržaja također je mala što onemogućuje ostvarivanje dodatne potrošnje turista. Njihove brošure se izdaju u nedovoljno primjeraka te su loše distribuirane, većinom samo po turističkim zajednicama i turističkim informativnim centrima.²³ Što se tiče partnerskih odnosa primijećen je nedostatak suradnje između kulturnih institucija i turističkog sektora, stoga postoji potreba za njihovim zajedničkim djelovanjem i programima kako bi se ponuda kulturnog sadržaja dodatno obogatila.

Sve veću ulogu na turističkom tržištu igra razvoj tematskih kulturnih itinerara koji u sebi objedinjavaju posjet različitim atrakcijama unutar neke zemlje, na taj način je omogućeno ostvarivanje dobiti različitim regijama, a ujedno se izbjegava stvaranje konkurencije između istih. Uz pomoć njihova razvoja pojedina povijesna i kulturna područja manje popularnosti i značaja dolaze do izražaja te se na taj način lakše probijaju na turističko tržište. Većina hrvatskih tematskih itinerara je osmišljeno na lokalnoj razini. Tako za primjer na području grada Kaštela osmišljen je itinerar obilaska povijesnih i kulturnih znamenitosti kroz sedam kaštelanskih mjesta. No aktivnosti kojima se ponuda kulturnog turizma želi okrenuti sastoji se

²² Strategija razvoja kulturnog turizma (2013) Zagreb, str.9. raspoloživo na: <http://web.efzg.hr/dok/TUR/okesar//Strategija%20Razvoja%20Kulturnog%20Turizma.pdf> [18.10.2016.]

²³ Strategija razvoja kulturnog turizma (2013); „Od kulture i turizma do kulturnog turizma“, Institut za turizam, Zagreb, str 11, raspoloživo na: <http://web.efzg.hr/dok/TUR/okesar//Strategija%20Razvoja%20Kulturnog%20Turizma.pdf> [18.10.2016.]

od osmišljavanja nacionalnih tematskih ruta koje će objedinjavati veće teritorijalno područje.²⁴

Također na ponudu kulturnog turizma utječe privatno poduzetništvo s obzirom da ima mogućnost proizvoditi određene kulturno-turističke proizvode koji nadopunjuju samu kulturnu ponudu kao što je proizvodnja predmeta specifičnih za kulturu neke zemlje, održavanje kulturnih radionica (vrši se utjecaj na umjetničke obrte u osmišljavanju i organiziranju kreativnih radionica), festivala i ostalo. U Hrvatskoj se tokom godine organiziraju različita kulturna događanja tokom različitih perioda što znači da su manifestacije i festivali dobro vremenski i prostorno disperzirani što uvelike obogaćuje ponudu kulturnih događanja unutar zemlje. Većinom su kvalitetno osmišljeni te dobro posjećeni s obzirom na dobru prometnu dostupnost. Turistička događanja se većinom vezana za oživljavanje tradicije (za primjer, smotre folklora), obilježavanje značajnih datuma u godini (adventske svečanosti, Martinje), ili obilježavanje povijesnih događaja (Sinjska alka, renesansni/ srednjovjekovni festivali). Iako su se manifestacije bolje razvile u poslovanju od muzeja i galerija postoji problem što su neka manja događanja zanemarena, dok druga poznatija postaju simbolom određenog područja. Većina festivala koji se održavaju financirani su iz javnih sredstava koja su ograničena zbog čega organizatori ne mogu nekoliko mjeseci unaprijed objavljivati programe što loše utječe na njihovu promociju, a zatim i na turističku potražnju i daljnji razvoj tih događanja. Potencijal festivala je također smanjen zbog prevelike orijentiranosti na formiranje samog programa i zanemarivanja marketinga kao vrlo važnog elementa prodaje.²⁵

Iz svega navedenog jasno je kako Hrvatska ima dobru predispoziciju za dugoročni razvoj kulturnog turizma jer raspolaže s mnoštvo kulturnih resursa. Najveći problem Hrvatske do sada je bio vezan uz zanemarivanje, nedovoljno ulaganje i slabu organizaciju vezano za kulturne resurse, lošu promidžbu, nedovoljna znanja koordinatora projekata o kulturnom turizmu, nedovoljno razvijen sustav kulturnih statistika, površno znanje lokalnog stanovništva o vlastitoj baštini, nedovoljnu suradnju između kulture i turizma te nepostojanje savjetodavne institucije za organizatore kulturno turističkih projekata. S obzirom na sve raspoložive ustanove, djelatnike, resurse ali i veliku potražnju potrebno je formirati kvalitetne kulturne sadržaje i proizvode koji će upotpuniti putovanja turista te potaknuti dodatnu potrošnju. Osmišljena strategija razvoja kulturnog turizma do 2020. godine bi trebala polučiti uspjeh s

²⁴Tomljenović, R., Boranić, Živoder, S.(2015.): Akcijski plan razvoja kulturnog turizma, Zagreb, str 26, raspoloživo na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/150629_askcijski_kulturni-turizam.pdf [19.10.2016.]

²⁵ Tomljenović, R., Boranić, Živoder, S.(2015.): Akcijski plan razvoja kulturnog turizma, Zagreb, str 28, raspoloživo na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/150629_askcijski_kulturni-turizam.pdf [19.10.2016.]

obzirom na kvalitetno razrađene smjernice daljnjeg razvoja kulturnog turizma. Daljnji razvoj ponude prema strategiji biti će vezan uz stvaranje organizirane suradnje između kulturnih i turističkih djelatnika, podizanje stupnja znanja i vještina kojima je potrebno ovladavati kako bi se stvorili kvalitetni i uspješni kulturno turistički proizvodi te unapređenju promocije, marketinga i distribucije tih proizvoda.

3. IZVIDAJNO ISTRAŽIVANJE: ISKORISTIVI KULTURNI RESURSI I DESTINACIJSKE IKONE GRADA KAŠTELA

U trećem dijelu rada prvo se izložene opće karakteristike te prostorni smještaj grada Kaštela kao i određena povijesna zbivanja koja su obilježila kaštelansko područje. Zatim se predstavljaju svi iskoristivi kulturni resursi kao i destinacijske ikone grada pomoću kojih je moguće oblikovati kvalitetnu kulturno turističku ponudu.

3.1. Opći podaci i povijesni pregled grada Kaštela

3.1.1. Osnovni podaci o gradu

Grad Kaštela je grad u Republici Hrvatskoj, točnije u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Kaštela su smještene na obali Kaštelanskog zaljeva između Trogira i Splita, gradova koji se nalaze pod zaštitom UNESCOA-a. Južno od grada pruža se pogled na poluotok Čiovo i Marjan, a na sjevernoj strani Kaštela nalazi se brdo Kozjak koji se proteže u smjeru istok-zapad u duljini od 14 km. Kaštela predstavljaju grada sa sedam naselja K. Štafilić, K. Novi, K. Stari, K. Lukšić koja spadaju u donja Kaštela te K. Kambelovac, K. Gomilica, K. Sućurac koji spadaju u gornja. Kaštela obilježava pretežito ravničarski prostor s blagim padinama prema središnjem i priobalnom dijelu te strmim dijelom koji se proteže put sjevera prema brdu Kozjaku. Ovakav teren veoma je pogodan za naseljavanje stanovništva s obzirom da obuhvaća plodno Kaštelansko polje i obalni pojas koji se proteže u dužini od 18 km. Ovo područje pripada mediteranskoj klimi sa suhim i vrućim ljetima i blažim zimama te izraženom vjetrovitošću. Tu uspijevaju mnoge mediteranske kulture kao što je voćarstvo, povrtlarstvo, maslinarstvo i vinogradarstvo. Blaga klima, pitka i čista voda, plodno tlo te položaj naselja uz more učinili su ovaj kraj iznimno privlačnim za naseljavanje. Prema posljednjem popisu stanovništva iz 2011. godine u Kaštelima je zabilježeno 38.667 stanovnika te se svrstava na drugo mjesto prema broju stanovnika u Splitsko-dalmatinskoj županiji.²⁶

²⁶ Grad Kaštela, Službeni glasnik grada Kaštela (2015.), broj 1, [Internet], raspoloživo na: http://www.kastela.hr/wp-content/uploads/2015/01/ka_01_15.pdf [22.10.2016]

3.1.2. Povijest grada Kaštela

Na području Kaštela nalaze se tragovi ljudskog postojanja i djelovanja svih pretpovijesnih i povijesnih razdoblja. Najstariji tragovi ljudskog obitavanja na ovim prostorima pronađeni su u Mujinoj pećini koji predstavljaju arheološko nalazište iz doba srednjeg paleolitika i imaju izuzetnu povijesnu vrijednost. Ostaci brojnih gradina na vrhu Kozjaka ali i okolnih brda datiraju iz pretpovijesnog razdoblja. Na tim područjima su živjeli stara ilirska plemena koja su se bavila stočarstvom. Krajem III. Stoljeća prije Krista grčki doseljenici naseljavaju Salonu, a na području Resnika bilo je utvrđeno grčko naselje Sikuli.²⁷ Stari Rimljani na području kaštelanskog polja bavili su se poljoprivredom i gradili ruralna naselja s zgradama villae rusticae koje su služile kao turistička odredišta imućnijih Rimljana. Najbolje sačuvana villae rusticae je ona iz perioda kasne antike na predjelu Miri u Kaštel Novome.²⁸ Važno je napomenuti kako je rimska jadranska cesta prolazila preko kaštela i imala važno lokalno značenje jer je povezivala prostor između Tragurija i Salone. Na područje Kaštela u VII i VIII stoljeću doseljavaju Slaveni tj. Stari Hrvati te prostor postaje posjed prvih hrvatskih vladara koji su imali dvorove na Klisu i u Bijaćima. Tu se izdaju prve povelje kojima su hrvatski vladari darivali Crkvi dijelove svog kraljevskog posjeda. Naselja poslije stradavaju poradi turskih provala u XV. i XVI. stoljeću. U srednjem vijeku Kaštela se dijele na splitski Dilat i trogirski teritorij Podmorje, poradi borbe gradova Splita i Trogira za prevlast nad kaštelanskim područjem. Granica između teritorija je uspostavljena u XIV. stoljeću između Kaštel Lukšića i Kaštel Kambelovca Stupom pod Ostrogom. Kasnije, početkom XV. stoljeća uspostavlja se Venecijanska vlast u Dalmaciji koja će potrajati sve do 1797. godine. Kada je Klis prešao u tursku vlast 1537. godine Kaštelansko polje je bilo izloženo naletima napadača stoga posjednici zemalja, splitska nadbiskupija, benediktinski samostan i plemićke obitelji podižu od kraja XV. do kraja XVII. stoljeća sedamnaest utvrda kako bi zaštitili lokalno stanovništvo i težake koji su obrađivali Kaštelansko polje. Po tim utvrđenim naseljima- kaštelima sami grad je i dobio ime. Ti utvrđeni dvorci prema kopnu su djelovali kao utvrde sa svojim kulama i otvorima za topove, dok one prema moru su izgrađivane u stilu renesansnih ljetnikovaca sa širokim prozorima i balkonima. Kaštelanski težaci su se naseljavali po utverdama i gradili prve primitivne nastambe, bavili se poljoprivredom te se branili od turskih napada. Sačuvano je dvanaest utvrda i devet utvrđenih

²⁷ Acalija, S. (2009.): Kaštelanski turizam u kronološkom pregledu: uz 100 godišnjicu pansiona Šoulavy, Babin A. i Maršić N., Split, Povijesni pregled, str. 3-5.

²⁸ Duvnjak, M. (2007): Župna crkva Sv. Petra Apostola u Kaštel Novome, Babin A., Split, Kulturno povijesni i prostorni okvir, str.9

naselja unutar sedam povijesnih jezgri (od Kaštel Sućurca pa sve do Kaštel Štafilića). Sredinom XVII. stoljeća Turci se povlače s Klisa i u Kaštelima se stanovništvo počinje naseljavati mirno i izvan obrambenih zidina. Grade se nove crkve, barokne velikih dimenzija i bogatih inventara, a prijašnje nastambe zamjenjuju kuće s tipičnom primorskom arhitekturom. Devetnaesto stoljeće je bilo razdoblje gospodarskog napretka i ekonomske obnove, dolazi do proizvodnje i izvoza vina, ulja i suhih smokava. No, nakon pojave industrijske revolucije koncem XIX. stoljeća dolazi do promjena u načinu života stanovništva kaštelanskog kraja. 1877. godine u promet je puštena željeznička pruga Split- Perković. Duž obale nastaju mrežne stanice radi motrenja vremenskih prilika poradi razvoja turizma i pomorskog prometa te se uspostavlja brodska veza sa Splitom i Trogicom. Krajem devetnaestog stoljeća cvjeta poljoprivreda, koja se kasnije smanjiva poradi trgovačkog ugovora odnosno vinske klauzule između Italije i Austrije iz 1892. godine zbog čega dolazi do opadanja vinogradarstva kao agrarne djelatnosti.²⁹

3.1.3. Razvoj turizma u Kaštelima

Velika politička zbivanja i promjene, kao što je pad Mletačke Republike, dovele su do prestanka izoliranosti Dalmacije što je izazvalo veća zanimanja putnika za kaštelanskim područjem. Austrijski Lloyd 1837. godine uspostavlja parobrodsku vezu između Trsta i Dalmacije pa dalmatinska obala postaje pristupačna europskim putnicima. Putnici su većinom posjećivali samo veće dalmatinske gradove zanimajući se za kulturu i povijesne znamenitosti. U to vrijeme smještajne i higijenske prilike su bile loše na ovim područjima, a kupanje u moru nije bilo dio turističke ponude. No, također zbog loših prometnih veza zanimanje stranih turista za Kaštela bilo je veoma malo. Ipak, 1838. godine Kaštela posjećuje saski kralj Fridrih August koji je Kaštela obišao kočijom te zabilježio kako se Kaštela svojom ljepotom mogu uspoređivati s najzanimljivijim mjestima u Europi. Ratovi koji su se vodili u Europi između 1853. i 1871. su negativno utjecali na turistički promet, a povoljnije prilike nastaju u razdoblju do prvog svjetskog rata. Povoljni uvjeti za turizam posebno nastaju kada je 1877. godine puštena željeznička veza Splita s unutrašnjim dijelom Dalmacije te uvođenjem parobrodске veze sa Splitom i Trogicom. U Kaštelima nije bilo vodovoda i vladale su loše higijenske prilike ali već od osamdesetih godina devetnaestog stoljeća strani gosti u sve

²⁹ Acalija, S. (2009.): Kaštelanski turizam u kronološkom pregledu: uz 100 godišnjicu pansiona Šoulavy, Babin A. i Maršić N., Split, Povijesni pregled, str. 3-5.

većem broju posjećuju Kaštelansku rivijeru. U promicanju kaštelanskog turizma su pridonosile i strane novine, a godinu dana poslije je primijećen porast broja njemačkih turista u Kaštelima. Češki i Austrijski hotelijeri počinju razmišljati o izgradnji turističkih smještaja i lječilišta po Kaštelima no i kaštelanski poljoprivrednici počinju razmišljati o važnosti formiranja turističke ponude grada. Razlog tome je dodatno bio potaknut vinskom krizom koja je već spomenuta ranije u tekstu zbog konkurencije talijanskih vina te zbog bolesti vinove loze u Dalmaciji. Nažalost planovi o izgradnji turističkih kapaciteta su propali, razvoj turističke ponude zahtijevao je velike investicije koje kaštelanska privreda nije bila u stanju pokriti. No, radilo se na uređenju javnog prostora, parkova i luka uz pomoć kaštelanske općine, a lukšićki veletrgovac Antun Mlikotin 1901. godine gradi kuću na tri kata s deset do dvanaest soba u turističke svrhe. Poslije bankrotira kuća se prenamjenjuje u druge svrhe.³⁰ Poradi nedostatka turističke ponude 1899. godine osnivaju se "Društva za ustanovljenje lječilišta i izgradnja kupališta na obali Donjih Kaštela". Cilj tih društava je bila gradnja turističkih objekata ali društvo prestaje s radom već 1903. godine jer nije dobilo potporu općinske vlasti. Češki liječnik dr. Henrik Šulavy svojim dolaskom otvara prvi turistički pension s uređenom plažom, taj događaj predstavlja početak organiziranog turizma u Kaštelima. Mnogi drugi turistički djelatnici ugledali su se na primjer Šoulavog te se počinju otvarati i drugi pansioni u Kaštelima, a nakon prvog svjetskog rata radilo je oko dvadesetak pansiona. Ujedno se otvaraju i odmarališta kao što je Željezničko i Poštansko odmaralište u Kaštel Lukšiću koji su odigrali bitnu ulogu u daljnjem razvoju turizma. Idući značajan događaj za turizam Kaštela bilo je otvaranje hotela "Palace" 1928. godine od strane dr. Petra Kambera. Hotel je bio najreprezentativniji turistički objekt na cijeloj Kaštelanskoj rivijeri. Kroz razdoblje je dolazilo do stalnog porasta broja turista pa i vlasnici većih i bolje opremljenih kuća nude svoje smještajne kapacitete kao dio turističke ponude. Godine 1936. osniva se "Općinsko kupališno povjereništvo" kako bi turizam još bolje organizirao svoju ponudu. Nakon II. svjetskog rata turizam se intenzivno razvija u Kaštelima te se proširuje i sami hotel "Palace". Ujedno se osniva ugostiteljsko poduzeće "Kozjak" te 1955. godine hotelsko-ugostiteljsko poduzeće "Kaštelanska rivijera". Formiraju se i turistička društva, Turistički savez i na kraju turistički biro, izgrađuje se restoran "Plavi Jadran", nove zgrade "Palaca" i novi hotel "Resnik" koji je pretvoren u turističko naselje druge kategorije. U tom razdoblju bilježen je veliki turistički promet, prema statistikama, Kaštelanska rivijera od 1965 do 1985. godine je ostvarila oko 8 milijuna prijavljenih noćenja. Stoga, kaštelanski turizam je

³⁰ Omašić, V. (1996); Sto ljeta turizma u Kaštelima, Turistička zajednica grada Kaštela, Turistička zajednica Županije splitsko-dalmatinske, Split, Kaštela kroz povijest kao mjesto odmora, str.13-16.

moguće prikazati kroz tri faze, prva obuhvaća razdoblje od početka I. svjetskog rata kada se bilježe dolasci viših društvenih slojeva, drugo razdoblje između dva svjetska rata kada dominira srednji društveni sloj, te zadnja faza nakon II. svjetskog rata kada promet turista raste toliko naglo da poprima odlike masovnog turizma. Bitno je napomenuti kako je u razdoblju razvoja turizma u Kaštelima došlo do procesa industrijalizacije Kaštelanskog zaljeva, ujedno dolazi do novih izgradnji na području Kaštelanskog polja pa cijeli prostor gubi prijašnji izgled prirodnog krajolika. Zbog izgradnje tvornica i otvaranjem industrijske zone na području istočnog dijela Kaštela dolazi do ekoloških problema i zagađenja Kaštelanskog zaljeva što smanjuje turistički potencijal mjesta.³¹

3.1.4. Ekološki problemi grada Kaštela i utjecaj na turizam mjesta

Kaštela su u bivšoj državi Jugoslaviji krajem 19. i u 20. stoljeću bila kraj s velikom koncentracijom zagađivačke industrije koja je radila uz pomoć zastarjelih tehnologija. Većina tvornica primitivne tehnologije bila je smještena na području Kaštel Sućurca: kemijska tvornica Jugovinil, tvornice cementa i željezara. Ekološka kriza kulminirala je u drugoj polovini 20. stoljeća kada atmosfera postaje preopterećena velikim količinama cementne i ugljične prašine te plinovitim tvarima. Postaje rizično kupanje u moru kao i konzumiranje ribe i školjki te propadaju mnoge poljoprivredne kulture. Sve to je utjecalo na smanjenje turističke atraktivnosti mjesta kao i na smanjenje turističke potražnje. Devedesetih godina prošlog stoljeća raste broj ekoloških udruga koje svojim projektima i drugim aktivnostima pokušavaju utjecati na zaštitu okoliša. Dolazi do gašenja industrije Jugovinila te postepenog uvođenja novih tehnologija poradi čega se smanjuje zagađenost zraka i mora. Stanje se uvelike promijenilo u pozitivnom smjeru no i dalje Kaštela imaju određene probleme koje je potrebno sanirati.

Prijašnje industrijsko područje trenutno grdi sliku grada u urbanističkom i turističkom smislu stoga se prema "Razvojnom projektu Grada Kaštela" planira njegova prenamjena koja bi omogućila gospodarske i društvene doprinose. U 2016. godini kakvoća mora je ocijenjena zadovoljavajućom na osam plaža, te na tri plaže nezadovoljavajućom. Stanje se promijenilo na bolje za razliku od prijašnjih godina, no i dalje je lošija kakvoća mora za razliku od drugih destinacija u županiji. Vrlo bitnu ulogu igra realizacija projekta Eko Kaštelanskog zaljeva te

³¹ Domazet, M. (1996); Sto ljeta turizma u Kaštelima, Turistička zajednica grada Kaštela, Turistička zajednica Županije splitsko-dalmatinske, Split, Razvitak turizma u Kaštelima od 1885. do danas, str. 17-20.

sve aktivnije uređivanje i održavanje javnih gradskih površina, parkova, plaža i prometnica od strane grada Kaštela.³² Sve ove aktivnosti imati će reperkusije na daljnji razvoj turizma Kaštela.

U sljedećem nastavku su prikazane dvije tablice u kojima je prikazan broj turističkih dolazaka u razdoblju od 1988.g.-1994.g. te u razdoblju od 2000.g.-2015.g. Tablice su prikazane kako bi se ukazalo na turistička kretanja grada Kaštela u zadnjih 30-ak godina. Iz prve tablice je vidljiv pad broja turističkih dolazaka u 1988. godini, a taj je broj nastavio opadati sve do kraja Domovinskog rata. U drugoj tablici od 2000. godine je vidljiv rast broja dolazaka i noćenja u gradu Kaštela, no 2008. godine ponovo dolazi do opadanja. Mogući razlog tog pada je zatvaranje hotela Palace i Resnik. Na daljnji pad utječe svjetska kriza koja je imala veliki utjecaj na Hrvatsko gospodarstvo. U 2011. godini dolazi do oporavka te porasta broja noćenja i dolazaka, a do 2015. godine broj turista prelazi brojku iz 1988. godine, ali broj noćenja je još uvijek duplo manji.

Tablica 1: Broj gostiju i noćenja u razdoblju 1988.g.-1994.g

Godina	Broj gostiju	Broj noćenja
1988.g.	52 021	418 875
1989.g.	49 269	347 189
1990.g.	33466	230 424
1991.g.	-	34 328
1994.g.	2159	6655

Izvor: Udovičić (2008), prema Turističkoj zajednici grada Kaštela

Tablica 2: Broj gostiju i noćenja u razdoblju 2000.g.-2015.g.

Godina	Broj gostiju	Broj noćenja	Godina	Broj gostiju	Broj noćenja
2000.g.	21380	101122	2008.g.	30094	152511
2001.g.	27706	156768	2009.g.	26970	155787
2002.g.	33026	192671	2010.g.	25546	150498

³² Bućan, I., Rilov V., 25 godina ekološke udruge lijepa naša Kaštela (2016.), Javna ustanova za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima na području Splitsko-Dalmatinske županije, ekološka udruga Lijepa naša i grad Kaštela, Split, str.1-11.

2003.g.	33848	193868	2011.g.	26931	152828
2004.g.	36892	190321	2012.g.	35467	204454
2005.g.	41396	205654	2013.g.	39401	214340
2006.g.	39074	190147	2014.g.	42227	244359
2007.g.	28501	136405	2015.g.	50334	282129

Izvor: Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije;

<http://www.dalmatia.hr/hr/statistike>

3.2 Kulturni resursi i destinacijske ikone Kaštela

U ovom dijelu rada biti će izloženi svi iskoristivi kulturni resursi i destinacijske ikone grada Kaštela koji predstavljaju privlačni element i turističku atrakciju mjesta.

3.2.1. Kulturno- povijesne građevine i arheološki lokaliteti

Grad Kaštela raspolaže s mnoštvo resursa kada je u pitanju kulturno-povijesna baština. Prema službenom glasniku grada Kaštela (2015.) u zaštićena kulturna dobra spada 48 zaštićenih nepokretnih kulturnih dobara, 8 arheoloških lokaliteta, 31 građevina i jedan spomenik parkovne arhitekture.³³

Kronološki gledano, Mujina pećina predstavlja bitno prapovijesno arheološko nalazište sjeverno od Kaštela u kojemu su pronađene kamene rukotvorine musterijenske kulture te životinjske kosti i zubi. Musterijanska kultura pripada srednjem paleolitu i vezuje se za neandertalce, pa se vjeruje da su rukotvorine nađene u Mujinoj pećini pripadale neandertalcima iako na nalazištu nisu pronađeni ostaci fosilni ljudi. Putem mnogih istraživanja koja su provedena pod nadzorom poznatih svjetskih znanstvenih instituta utvrđeno je da starost nalaza otprilike iznosi 40 000 godina, a nalazište su posjetili vrhunski stručnjaci za razdoblje paleolitika.³⁴ To sve govori o važnosti tog arheološkog nalazišta kao i potrebi njegove implementacije u formiranju kulturno turističkih proizvoda Kaštela.

Stara ilirska plemena naseljavaju područje Kozjaka gdje nastaju Gradine koje danas predstavljaju arheološki lokalitet prapovijesnih utvrđenih naselja često ograđena suhozidnim bedemima uglavnom napravljenih od kamena. Imale su važnu ulogu za stanovništvo tokom

³³ Grad Kaštela, Službeni glasnik grada Kaštela (2015.), broj 1, [Internet], raspoloživo na: http://www.kastela.hr/wp-content/uploads/2015/01/ka_01_15.pdf [04.11.2016]

³⁴ Karavanić, I. (2014.); Mujina pećina-tragovi života dalmatinskog pračovjeka, Muzej grada Kaštela, Kaštel Lukšić, str.8-10.

brončanog i željeznog doba radi sigurnosti koju su nudile. Gradine se na tom području mogu podijeliti u dvije grupe, primorska u koju spadaju Putalj, Luko, Lažani, Ostrog, Biranj i Veli Bijać, te drugu koju čine gradine kaštelanskog zaleđa. U Kaštelima i okolici se nalazi veliki broj gradina iz čega se da zaključiti da se radi o bogatom prapovijesnom području.³⁵ Grad bi trebao biti sposoban ponuditi turistima organiziran posjet gradinama kao dio kulturno turističke ponude s obzirom da se radi o iznimno očuvanom kulturnom resursu.

Grčki doseljenici krajem III. Stoljeća prije Krista naseljavaju Salonu, a na području Resnika bilo je utvrđeno grčko naselje Sikuli. Uz obalu Kaštelanskog zaljeva 80-tih godina 20. stoljeća otkriveno je to naselje koje danas predstavlja arheološki lokalitet Sikuli te ujedno i najveće otkriveno antičko nalazište. Riječ je o nalazima koji datiraju od helenističkog do kasnoantičkog razdoblja. Naselje je bilo planski izgrađeno s obzirom na pravilan tlocrt s glavnom ulicom, blokovima kuća i ulicama između njih, a pronađen je i bedem koji je okruživao naselje. Na lokalitetu je iskopano i 11 grobova koji nisu bili jasno organizirani te životinjski ostaci koji su većinom pripadali stoki koju je stanovništvo uzgajalo. Također su pronađene i brojne cjelovite amfore, pitosi, kuhinjsko posuđe, žrvnjevi, oruđe, antički novac, kućni žrtvenici i drugi materijali koji upućuju na to da se radilo o nastambama. Nađena je i iznimno vrijedno keramičko posuđe s reljefnim prikazima, a najveći broj zbirki posjeduje Muzej grada Kaštela.³⁶

Brojna nalazišta iz rimskog razdoblja na području Kaštela su vile rustike koje su predstavljale novi tip ruralnog naselja. One su imale više gospodarsko neko ladanjsko značenje za njihove gospodare koji su povremeno boravili u vilama te većinski živjeli u gradu. O vilama rustikama na području Kaštela svjedoče zidovi dugački više desetaka metara i ostaci turnjača za vino i ulje. Na području Kaštel Sućurca nalaze se ostaci od oko 20 villa rustika, dok su ostaci tih objekata pronađeni i u Smoljevcu, Dolcu u Gomilici, na Majurinama u Lukšiću, na Gostinju u Kaštel Starom, a najbolje sačuvana villa rustika je na Mirima u Novome koja potječe iz kasne Antike.³⁷ Na žalost većina vila je u ruševnom stanju, iako devastirane trebalo bi poraditi na njihovoj valorizaciji.

O povijesti Kaštela svjedoče i otkrivena groblja u Krtinama u Kaštel Sućurcu. To groblje ujedno predstavlja najveće istraženo antičko groblje u Kaštelima te je dokaz guste naseljenosti

³⁵ Šuta, I. (2016.); Prapovijest Kozjaka, Muzej grada Kaštela, Kaštel Lukšić, str.16

³⁶ Kamenjarin, I., Šuta, I., Bonačić Mandinić, M., Sanford, J. (2011.); Antički Sikuli, Muzej grada Kaštela, Kaštel Lukšić, str.31-38.

³⁷ Omašić, V. (2001); Kaštela od prapovijesti do početka XX. Stoljeća, Muzej grada Kaštela, društvo za očuvanje kulture i prirodne baštine Kaštela "Bijaći", Kaštela, str.19.

Sućurca u tom razdoblju. Istraženo je 35 grobova sa nalazima iz rimskog doba u razdoblju od 2. do 5. stoljeća poslije Krista. Pronađeni su grobni prilozi poput keramičkog posuđa, amfora, staklenih trbušastih boca te metalnog nakita, oružja i oruđa. Pronađeni ostaci sada pripadaju postavi Muzeja grada Kaštela.

Nakon dolaska Hrvata na Kaštelansko područje grade se starohrvatske crkvice. U Kaštel Štafiliću, točnije Bijaćima nalazi se jedna od najstarijih starohrvatskih crkvi, crkva sv. Marte. Crkva je sagrađena u perimetru ranokršćanske bazilike, predstavlja predromaničku trobrodnu s uglatom apsidom i temeljima zvonika na pročelju. Oko nje su pronadjeni ostaci drugih građevina te groblja, Bijaći-Stombrate se upravo nalaze u blizini crkve, te predstavlja starohrvatsko groblje koje je potpuno istraženo, a grobni nalazi tipični su za razdoblje od 9. do 11. stoljeća u Dalmaciji. Prema Trpimirovoj darovnici utvrđeno je da su na tom području stolovali hrvatski vladari i da je u starohrvatsko vrijeme imala veliku značajnost s obzirom da se u njoj prvi put spominje Hrvatsko ime knez Hrvata. Zanimljiva je i crkva sv. Jurja od Žestinja iz 12. st. koja se ističe po nadvratniku ukrašenom sa stiliziranim lišćem i križem te crkva sv. Petra od Klobučca. Oko crkve sv. Jurja se nalazi staro groblje s očuvanim stećcima. U Kaštel Novom didići grade crkvu Gospe od Špiljana ili Stomorije. U zid crkvene apside ugrađen je fragment starokršćanskog reljefa koji prikazuje dva dupina i križ. Oko crkve se nalaze stoljetna stabla, a u njihovom dvorištu se nalazi izvor vode što je pružilo priliku za formiranjem Biblijskog vrta koji je utemeljen u čast dolaska pape Ivana Pavla II. U Hrvatsku. Starom na planini Kozjak izgrađena je starohrvatska crkva sv. Jurja od Raduna iz 9. stoljeća i jedina je od svih koja je sačuvana u svom izvornom obliku, crkvu okružuju groba u razdoblju od 9. do 15. stoljeća. Na grobljima su pronadjeni starohrvatski nakit i predmeti koji pripadaju Muzeju grada Kaštela. Od starih crkava u Kaštel Lukšiću spominje se crkva sv. Lovre od Ostroga a nalazi se na mjestu gdje je nekada bilo sjedište didića, dok na ilirskoj Gradini je sagrađena crkva sv. Ivana Birnja. Na području Kaštel Kambelovca nalazi se crkvica sv. Martina od Kruševka, a sjeverno od Kruševika na predjelu Lažane nalazi se srednjovjekovna crkvica sv. Mihovila, a u Gomilici je poznata crkva sv. Kuzme i Damjana koja pripada 12. stoljeću. Kralj Zvonimir je 1078. godine darovao splitskom samostanu taj posjet na kojem je zatim izgrađena crkva. Uređena je u romaničkom stilu na temeljima ranije starokršćanske crkve. Ispod crkve raste hrast medunac koji je otprilike star 700 godina, ispod kojeg se prema legendi odmarao kralj Zvonimir. U Sućurcu na obroncima Kozjaka nalaze se ostaci predromaničke crkve sv. Jurja od Putalja koja potječe iz 9. stoljeća predstavlja zadužbinu kneza Mislava dok se na istočnom vrhu Kozjaka nalazi crkvica sv. Luke s nadgrobni

stećcima. U riznici nove župne crkve u Sućurcu čuva se prijepis Trpimirove darovnice napisane 852. godine u Bijaćima ispred crkve sv. Marte. Osim darovnice tu se čuvaju i kameni starosučurački luk, kameni spomenici i dijelovi drvenih baroknih skulptura s oltara stare župne crkve.³⁸

Idući važan resurs grada Kaštela predstavljaju kaštelanske utvrde koje se grade poradi zaštite posjeda od provale Turaka. Plemići započinju gradnju utvrda u razdoblju 15. i 16. stoljeća, a danas predstavljaju destinacijsku ikonu grada. Utvrde su nabrojane od Kaštel Štafilića prema Sućurcu.³⁹

- U Štafiliću se nalazi nedovršena kula Nehaj čiju je izgradnju započela plemićka obitelj Lodi iz Trogira 1548. godine ali poradi smrti braće kula ostaje nedovršena. Kula poslije prelazi u vlasništvo obitelji Papalić iz Splita ali također nikada nije dovršena. No, svojom jedinstvenošću i položajem plijeni pažnju turista.
- Zatim kula Rotondo koja je nazvana po plemićkoj obitelji Stafileo koja ju je posjedovala, gradnja je dovršena 1508. godine. Rotondo karakterizira jednostavna arhitektura, a po sredini sjevernog pročelja izgrađena je kvadratična kula iznad čijeg ulaza se nalazi latinski natpis u kojem piše da je Stafileo podigao o svom trošku sklonište za svoju obitelj i prijatelje od zakletih neprijatelja Osmanlija. Na južnoj strani nalazila su se vrata prema moru koja su služila u slučaju potrebe bijega s brodovima. Bitno je za napomenuti kako je ova utvrda trenutno u lošem stanju te je potrebna njena sanacija te izdana je dokumentacija za njenu obnovu.
- Sjevernije od utvrde nalazi se kula koju je sagradila obitelj Ferro 1603. godine, na sjevernom pročelju kule sačuvan je grb obitelji i natpis o gradnji.
- U Kaštel Starom nalazi se kula Cipicco koju 1481. godine gradi trogirski plemić Koriolan Cipicco. Koriolan je izgradio kulu pomoću financijskih sredstava koje je stekao mletačko-turskom ratu, u samom natpisu iznad sjevernog ulaza u kulu navodi kako ju je izgradio pomoću "azijskog plijena". Uz natpis nalazi se i uklesan grb obitelji Cipicco- krilo orla. Kaštel je izgrađen na hridima uz more, a s kopnom ju je povezivao pokretni most. Na južnoj strani prema moru nalaze se vrata za bijeg od provale i neprijatelja. Koriolan 1493. godine obnavlja kulu u stilu renesansnog ljetnikovca s

³⁸ Portal za kulturni turizam, Muzej grada Kaštela, [Internet], raspoloživo na: <http://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/kastela/> [05.11.2016.]

³⁹ Alduk, I., (2015.), Povijest Kaštela: Trogirski i Splitski plemići digli su dvadesetak utvrda kako bi zaštitili težake i ljetinu, Dalmatinski portal, [Internet], raspoloživo na: <http://dalmatinskiportal.hr/vijesti/povijest-kastela-trogirski-i-splitski-plemici-digli-su-dvadesetak-utvrda-kako-bi-zastitili-tezake-i-ljetinu/9197> [05.11.2016.]

trijemom na stupovima koji okružuje unutrašnje dvorište. Veći dio trijema danas je zazidan, južno pročelje otvoreno je lučnim prozorima, a na sredini se nalazi kameni balkon s obiteljskim grbovima.

- Zapadnije od kule Cipicco nalazi se kula obitelji Celio-Cega iz 1501. godine. Na sjevernom pročelju kule nalazi se natpis o gradnji i grb obitelji (lav), a na ulaznim vratima sagrađen je barokni balkon s balustradom.
- U Kaštel Lukšiću nalazi se utvrda trogirske plemićke obitelji Vitturi koji je izgrađen 1564. godine o čemu svjedoči natpis na galeriji u dvorištu samog dvorca. Izgrađen je na moru u stilu raskošne renesansne palače, a od kopna ga je dijelio jarak s morskom vodom preko kojeg je bio izgrađen pokretni most. Ovaj kaštel predstavlja najljepši primjer ladanjsko-fortifikacijske kaštelanske arhitekture s reprezentativnom stambenom zgradom na južnoj strani te trokatnim obrambenim kulama na sjevernoj strani, a u zidu su sačuvani otvori za topove. Na sjevernom pročelju na drugom katu bio je breteš, odnosno obzidani prostor na konzolama iz kojeg se bacalo užareno olovo, ulje ili kamenje na neprijatelja u slučaju da pokušava otvoriti vrata. Južno u prizemlju nalazile su se konobe, a na prvi kat se ulazilo izvanka uz sjeverni zid. Godine 1760. renesansi prozori na južnoj strani dvorca zamijenjeni su baroknima koji su bili mnogo većih dimenzija. Kaštel Vitturi obnovljen je 2001. godine. Također je rekonstruiran obrambeni jarak te je arheološkim istraživanjem pronađen i kameni most na koji su se oslanjala pokretna vrata. Danas se u njemu nalazi Muzej grada Kaštela u kojem se čuvaju povijesni eksponati kraja te Turistića zajednica Kaštela.
- Kaštel Rušinac je iduća poznata utvrda obitelji Rosani odakle i dobiva ime Rušinac, a izgrađena je oko 1500 godine na morskoj hridi u Kaštel Lukšiću. Kaštel predstavlja utvrđenu plemiću kuću. Danas predstavlja arhitektonski sklop koji je opkoljen zidom s tri strane. Čine ga dvije kuće na jugu te vrt na sjeveru ograđen zidom koji predstavlja bedem malog utvrđenog naselja. Iznad Rušince je smještena crkva sv. Ivana koja je predstavljala seosku župnu crkvu, oko nje je mjesno groblje, a prema legendi u njoj su pokopani nesretni kaštelanski par Miljenko i Dobrila.
- Kula Cambi u Kaštel Kambelovcu je ime dobila po splitskoj plemićkoj obitelji koja ju je sagradila na tom području 1478. godine. Sačuvana su tri kata i mašikul na konzolama na četvrtom. Kula je građena od kamena dok je mašikul napravljen od opeke kako bi bio što laganiji na kamenim konzolama. Na jugozapadnoj strani izgrađeno je dvorište i obrambeni zid s kruništem koje se spominje u ugovoru o gradnji.

- Kaštilac u Kaštel Gomilici predstavlja utvrđeno naselje izgrađeno u prvoj polovici 16. stoljeća uz samu obalu te predstavlja veoma poznatu dalmatinsku utvrdu. Osnovale su ga redovnice splitskog samostana, a gradnju dovršavaju trogirski majstori 1545. godine. Na sjevernog pročelju nalazi se obrambena kula koja omogućava ulaz u kaštel. Kula je zadržala svoju izvornost s mašikulom za lijevanje ulja ili olova na neprijatelja s vanjske strane. Ulaz je zatvaran drvenim pokretnim mostom koji je spajaju s kopnom. Do danas su na južnoj strani ostala morska vrata kao i na većini utvrda uz koja su pristajali brodovi. Bratovština svetog Sakramenta 1853. godine je u sjeverni zid kule ugradila sat sa zvonom. Godine 1991. obnovljeni su određeni uništeni dijelovi kule, trenutno je kula u lošem stanju te je potreba njena obnova.
- Kaštilac u Kaštel Sućurcu predstavlja trokatnu obrambenu kulu dok se u njenom okruženju razvila povijesna jezgra Sućurca. Kaštel je izgrađen 1489. godine od strane nadbiskupa Averolda koji omogućava naseljavanje težaka unutar zaštićenog prostora. O gradnji svjedoči natpis nad ulaznim vratima, a to su i ulazna vrata koja povezuju Gualdovu kulu i nadbiskupijsku palaču u jednu cjelinu, palača je ukrašena gotičkim monoforama i biforom. Nakon izgradnje utvrde započinje naseljavanje stanovništva gdje se grade nastambe. Mjesni trg se nalazio na južnoj strani palače, a do danas je sačuvan njegov prvotni naziv Podvorje. Danas se tu nalazi arheološka zbirka Muzeja, a sami Sućurac ima najbolje sačuvanu jezgru starog naselja s labirintom kamenih ulica.

Povijesne utvrde Kaštela predstavljaju jako bitan resurs kulturno-turističke ponude grada. Većina tih utvrda je u lošem stanju te je potrebna njihova obnova kako ne bi došlo do urušavanja i uništavanja tih vrijednih građevina. Grad u proračunu nema dovoljno sredstava za takva ulaganja, a ni ministarstvo ne može u potpunosti financirati te projekte stoga bitnu ulogu u revitalizaciji kulturne baštine Kaštela će imati financijska sredstva iz EU fondova. Izrađena je projektna dokumentacija za Opatičku kuću u Kaštilcu u Kaštel Gomilici te za utvrdu Cambi u Kaštel Kambelovcu. Kaštela su prepoznala važnost očuvanja i rekonstrukcije kaštelanskih utvrda te se pokreće i izrada strategije upravljanja kulturnim resursima. Sve ove promjene idu u pozitivnom smjeru u kreiranju kvalitetnije kulturno-turističke ponude grada.

Kulturni resurs grada predstavljaju i Kaštelanske crkve koje se grade u razdoblju 17. i 18. stoljeća. Ističu se stilom gradnje i bogatim ukrasima uz umjetnine majstora s područja Splita, Trogira i Kaštela te importirana djela radova venecijanske provenijencije i austrijskih zlatara.

Župna crkva Bezgrešnog začeća Blažene Djevice Marije u Kaštel Štafiliću predstavlja reprezentativni primjerak regionalne varijante dalmatinskog baroka te kao takva dalmatinski tip crkve. Uz renesanse motive ovratnika portala te isklesanog reljefa u formi stiliziranih ruža koji predstavlja barokni stil pronađeni su motivi i srednjovjekovne umjetnosti a to su dvije prozorske ruže, rozete na sredini pročelja.⁴⁰

Župna crkva Sv. Petra apostola u Kaštel Novome je bazilikalnog tipa s tri lađe, crkva ima nejedinstvenu gradnju. Izvana se razlikuje stari dio, središnji povišeni dio s nižim bočnim kapelama, svetište i sakristija iz baroknog razdoblja te noviji prednji dio građevine. Pročelje crkve obilježava kombinacija romantičkih dekorativnih elemenata (rozeta, viseće arkadice, uski duguljasti prozori, portal) i gotičkih (tornjići) dekorativnih elemenata.⁴¹

Crkva Sv. Ivana Krstitelja u Kaštel Starom izgrađena je u raskošnom baroknom stilu 1714. godine na temeljima stare župne crkve s kraja 16. stoljeća. Potrebno je istaknuti da se na oltaru sv. Fulgencija nalazi mramorna raka s tijelom ovog kršćanskog mučenika koji je iz Rima prebačen brodom u Kaštel Stari. U crkvi se također čuva čudotvorna ikona Gospe od Milosti iz 16. stoljeća.⁴²

Župna crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije je jednobrodna građevina sagrađena u kasnobaroknom stilu, a gradnja je završena 1817. godine. Na crkvi se nalazi kasnobarokni zvonik visok 36 metara. U unutrašnjosti crkve nalazi se sedam baroknih oltara i oltar okrenutom prema puku s vrijednim umjetninama. Posebno se ističu umjetničke slike i skulpturna djela: oltarna grobnica sv. Arnira koja predstavlja rad poznatog umjetnika Jurja Dalmatinca iz 15. stoljeća, barokno raspelo G. Piazzete iz 17. stoljeća, oltarna pala Palme mlađeg iz 16. stoljeća koja prikazuje Bogorodičino uznesenje, te slika "Bogorodice s djetetom" iz 15. stoljeća na glavnom oltaru crkve.⁴³

⁴⁰ Acalija, S. (2007); Župna crkva Bezgrešnog začeća Blažene Djevice Marije u Kaštel Štafiliću, Kaštela, Muzej grada Kaštela, str. 30-38.

⁴¹ Duvnjak, M. (2007.); Župna crkva Sv. Petra apostola u Kaštel Novome, Kaštela, Muzej grada Kaštela, str.32-34.

⁴² Babin, A. (2004); Publikacija Crkva sv. Ivana Krstitelja u Kaštel Starome, Kaštela, Muzej grada Kaštela, str.30.

⁴³ Župa Uznesenja BDM, Povijest župe, [Interet], raspoloživo na: <http://www.zupa-luksic.com/about.php> [07.11.2016.]

Župna crkva Sv. Mihovila arkandela u Kaštel Kambelovcu koja je sagrađena 1893. godine. Kao i ostale kaštelanske crkve ukrašena je baroknim motivima, a na vrhu pročelja crkve postavljen je kip sv. Mihovila. U crkvi najstariji mramorni kip pripada Gospi od Karmena.⁴⁴

Crkva sv. Jeronima u Kaštel Gomilici sagrađena je u obliku velike lađe sa malim kapelicama. U unutrašnjosti crkve nalazi se veliki oltar napravljen u baroknom stilu, a oltar Svetog Križa ima poznato drveno raspelo koje je izrezbario franjevac Fulgencije Bakotić u 18. stoljeću. Tu se nalazi i jedina kaštelanska riznica u kojoj je izložena vrijedna crkvena zbirka koju je moguće posjetiti.⁴⁵

U crkvenoj riznici Svetog Jurja u Kaštel Sućurcu čuva se jedan od najstarijih hrvatskih srednjovjekovnih spomenika, nadvratnik starije crkve s natpisom iz VII. Stoljeća, a u župnom arhivu najstariji prijepisi na pergameni iz 1568. godine- povelja hrvatskih knezova Trpimira i Mutimira iz 852. i 892. godine.⁴⁶

Muzej grada Kaštela

Muzej grada Kaštela nalazi se u Dvorcu Vitturi, u Kaštel Lukšiću. Muzej u svom sastavu ima četiri različite zbirke i knjižnicu sa preko 2300 naslova (knjiga, stručnih i periodičnih časopisa). Mnogi predmeti koji predstavljaju dokaz ljudskog djelovanja na području Kaštela od prapovijesti do danas nalaze se sačuvani unutar Vitturija. U 1983. godini iz splitskog Muzeja revolucije prenesena je zbirka skulptura poznatog kipara Marina Studina u Kaštel Novi, njegovo rodno mjesto. Tako je 1988. godine osnovana prva muzejsko-galerijska ustanova u Kaštelima, galerija Studin. Rad Galerije Studin bio je i poticaj djelatnicima Muzeja za daljnje sakupljanje predmeta kaštelanske kulturne baštine koja se do tada otuđivala i uništavala zbog čega dolazi i do potrebe za formiranjem složenije muzejske organizacije za zaštitu cjelokupne kulturne baštine Kaštela. Galerija je prerasla u Zavičajni muzej Kaštela 1991. godine, te se osnivaju arheološke, etnografske i zbirke umjetničkog obrta, dok sama Galerija pripada modernoj zbirci. Osnivanje arheološkog odjela povezano je s arheološkim lokalitetima Siculi na Resniku i Bijaći-Stombrate. Muzej također radi na zaštiti i popisu sakralnih umjetničkih predmeta Župnih kaštelanskih crkvi. Isto tako, materijali s arheoloških lokaliteta Siculi, Stombrate i Mujine pećine te starohrvatskog groblja uz crkvu

⁴⁴ Bego, F. (1991); Kaštel Kambelovac, Kaštel Gomilica, Bijaći-društvo za očuvanje kulturne baštine Kaštela, Kaštela, str. 390.

⁴⁵ Bego, F. (1991); Kaštel Kambelovac, Kaštel Gomilica, Bijaći-društvo za očuvanje kulturne baštine Kaštela, Kaštela, str. 798.

⁴⁶ Župa Kaštel Sućurac (2016); Župna crkva sv. Jurja, [Internet], raspoloživo na: <http://zupaksucurac.wixsite.com/zupa-kastel-sucurac/untitled-c5ro> [07.11.2016]

sv. Jurja od Raduna u Kaštel Starom se nalaze pohranjeni u Muzeju grada Kaštela te čine značajan dio kulturno-povijesne ponude mjesta.⁴⁷ Muzej organizira povremene izložbe od arheoloških, kulturno-povijesnih do umjetničkih, te je također pokrenuo kiparske kolonije što je rezultiralo postavljanjem 11 skulptura na javnim prostorima grada.

Galeriju Studin također je bitno spomenuti s obzirom da istoimeni kipar predstavlja vrlo bitan segment kaštelanske moderne umjetnosti. U zbirci Studinovih radova nalazi se 69 predmeta, skulptura i reljefa. Četrdeset umjetnina je pune plastike, u gipsanoj i brončanoj inačici, skica, studija i 30 reljefa. Muzej grada Kaštela posjeduje pet reljefa i četiri slobodne skulpture. Sama zbirka u kaštelanskom muzeju nema stalnu izložbu.

3.2.2. Kaštelanski parkovi i perivoji

Stara maslina

U Kaštel Štafiliću se nalazi specifični spomenik prirode, riječ je o maslini koja je stara preko 1500. godina. Pretpostavlja se da je donešena iz južne Italije ili Grčke s obzirom da takva sorta masline više ne postoji na ovom regionalnom području. U antičko vrijeme kaštelanski prostor je predstavljao bitno poljoprivredno područje s brojnim Rimskim ladanjskim vilama, pa je u vrijeme cara Klaudija zemlja podijeljena rimskim vojnicima koji su naseljavali područje u blizini Sicula. Vjeruje se da su upravo oni donijeli sjeme masline. Danas se ona nalazi u dvorištu dječjeg vrtića Maslina koja je u posjedu obitelji Perišić. Spada u sortu uljarica, sitnih je listova i plodova, no zanimljivo je to što maslina nema glavno korijenje već sustav korijenja koje je razvila u prostoru od 100 metara. Razmatra se mogućnost njenog ulaska u listu svjetske prirodne i kulturne baštine pri UNESCO-u.⁴⁸ Vrlo je bitno očuvati ovakav spomenik koji predstavlja i prirodnu i povijesnu značajku grada.

Hrast međunac

Kod romaničke crkvice sv. Kuzme i Damjana u Kaštel Gomilici kojeg su u 12. stoljeću izgradile Dominikanke iz Splita nalazi se stari hrast, procjenjuje se da je star otprilike

⁴⁷ Muzej grada Kaštela,(2016);Kaštela, Povijest Muzeja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.muzej-grada-kastela.hr/povijest.html> [07.11.2016.]

⁴⁸ Kaštelanski zbornik 4 (1994); Bijaći-društvo za očuvanje kulturne baštine Kaštela, Zavičajni muzej Kaštela, Kaštela, str.103.

700 godina te da se ispod njega odmarao kralj Zvonimir. Danas je zaštićen kao spomenik prirode.⁴⁹

Park Vitturi

U blizini dvorca uz obalu u Kaštel Lukšiću nalazi se park-perivoj Vitturi. Podigao ga je lukšićki plemić Radoš Micheli Vitturi u drugoj polovini 18. stoljeća. O tome svjedoči zavjetna slika Vitturijevih sa likom sv. Roka koji na dlanu drži perivoj, a datira oko 1760. godine. Prilog njegovog postanka jest klasicistički okvir, te renesansno barokne broderije od šimšira. Proglašen je spomenikom prirode i kulture, a u perivoju je sve do danas sačuvana broderija od šimšira, stari čempresi, alepski bor i drugo. Vrt je dugo bio zapušten, no postojalo je govora o njegovoj revitalizaciji i sanaciji kako bi postao izrazito vrijedna atrakcija turistima tokom njihova posjeta Kaštelima.⁵⁰

Park oko hotela "Palace" u Kaštel Starom

Utemeljio ga je 1910. godine dr. Petar Kamber, zaljubljenik u Kaštela. Prostrani park na zemljišnom kompleksu od oko 35.000 četvornih metara desetljećima je devastiran zbog izgradnje novih objekata na u njemu te nebrige što je dovelo do osiromašenja biljnog fonda. Parku je nužna obnova i obogaćivanje novim biljnim vrstama.⁵¹

Botanički vrt

Na području osnovne škole u Kaštel Lukšiću početkom 80- tih godina počinje se uređivati školski okoliš kao dio nastavne aktivnosti učenika. Danas u vrtu raste oko 1400 svojti raznoga bilja sa svih kontinenata, kao i brojni kultivirani oblici drvenastih i zeljastih biljaka. Botanički vrt je proglašen spomenikom hortikulture kao jedinstveni školski botanički vrt. Danas je jedan on najljepših u Hrvatskoj. Vrt ima i važnu ulogu u uzgoju domaćih i stranih sorti maslina, a sadnice su poklonjene od strane Ujedinjenih naroda. U masliniku se nalazi oko 40 sorti uljnih i stolnih maslina koje podrijetlom dolaze iz gotovo svih sredozemnih zemalja. Stoga se maslinik smatra najbogatijim na području hrvatskog Jadrana. Mogućnost posjeta tokom godine je omogućena kako stanovništvu tako i turistima.⁵²

⁴⁹ Bućan, I. (1996); Autohtona vegetacija i parkovi kao turistički kurioziteti Kaštela, „Sto ljeta turizma u Kaštelima, Turistička zajednica grada Kaštela, Turistička zajednica Županije splitsko-dalmatinske, Split, str.38.

⁵⁰ Portal grada Kaštela, (2016); Park Vitturi, [Internet], raspoloživo na: <http://www.kastela.org/kastela/u-kastelima/1376-park-vitturi> [07.11.2016.]

⁵¹ Bućan, I. (1996); Autohtona vegetacija i parkovi kao turistički kurioziteti Kaštela, „Sto ljeta turizma u Kaštelima, Turistička zajednica grada Kaštela, Turistička zajednica Županije splitsko-dalmatinske, Split, str.39.

⁵² Portal grada Kaštela, (2016); Park Vitturi, [Internet], raspoloživo na: <http://www.kastela.org/kastela/u-kastelima/1227-botanicki-vrt> [07.11.2016.]

Biblijski vrt

Na južnim padinama Kozjaka 1189. godine podignuta je crkva sv. Marije od Špiljana, danas zvane Gospe Stomorije. U svetište Stomorije stanovništvo Kaštela je stoljećima odlazilo na hodočašće. Danas u predvorju vrta stoji Spomen-kamen, kipara Marka Gugića na kojem piše kako se Biblijski vrt zasniva na spomen drugog došašća sv. Oca Ivana Pavla II Kaštelima. Nasuprot Spomen-kamena zasađena je Papina maslina, te je blagoslovljena iste godine njegovog posjeta. U njezinom okruženju nalazi se veliki blokovi antičkog kamena iz I. i II. Stoljeća iz stare Salone. Tu se nalazi i drvena skulptura Noina arka, rad poznatog umjetnika Vaska Lipovca. Na tom mjestu je podignut i manji vinograd u spomen težaku i lozi. U njemu se uz mnoge autohtone vrste nalazi i Kaštelanski Crljenak, poznat u svijetu, a posebno u Kaliforniji. Tu se na malom brežuljku- Golgoti nalazi križ života, djelo kipara Kažimira Hraste, do kojeg se dolazi križnim putem, a za križne postaje su postavljeni grmovi mirisne trave. U Biblijskom vrtu raste većina od 110 biljaka koliko ih se spominje u Bibliji.⁵³

3.2.3. Manifestacije i festivali

Potrebno je spomenuti i određena kulturna i društvena događanja, manifestacije i priredbe koje se održavaju tokom godine, a predstavljaju bogat kulturni život grada Kaštela. U gradu djeluju mnoge udruge i ustanove koje svojom aktivnošću omogućuju odvijanje kulturnih događanja neke od njih su: Bijaći-društvo za očuvanje kulturne baštine Kaštela, Ekološka udruga "Lijepa naša Kaštela", Kaštelanska udruga "Poklade", Kulturno-umjetničko društvo "Cambi", umjetničko društvo Ante Zaninović, Hrvatsko glazbeno društvo Zrinski i mnogi drugi. Tokom veljače u Kaštel Sućurcu, Kambelovcu te donjim Kaštelima (Štafilić, Novi, Stari) održavaju se karnevalska svečanosti čija tradicija na ovim prostorima traje već više od 200 godina. Ljetna sezona je dobro organizirana i nudi mnoštvo događanja, a u nastavku su dani primjeri iz 2016 godine. Krajem svibnja obilježen je Kaštelanski praznik cvijeća na kojem su sudjelovali cvjećari i uzgajivači cvijeća s područja Kaštela, Splita i Trogira sa svojim aranžmanima i rezanim cvijećem., zatim izložbe slika i skulptura, izložbe unikatnog nakita, koncerti klasične glazbe i šansone, te Dani hrvatskih tradicijskih obrta u lipnju. U razdoblju od 01.07-31.08. svake godine obilježava se Kaštelansko kulturno ljeto pod pokroviteljstvom Grada Kaštela i Turističke zajednice grada Kaštela. U 2016. godini za

⁵³ Portal grada Kaštela, (2016); Park Vitturi, [Internet], raspoloživo na: <http://www.kastela.org/kastela/u-kastelima/213-biblijski-vrt-stomorija> [08.11.2016]

vrijeme kulturnog ljeta održan je koncert zvorske glazbe i klasične glazbe, predstave za djecu, koncert DJ-a, glazbeno scenska priredba, komedije, izložbe fotografija, izložbe slika i skulptura, beach party, večer igrokaza, dani moto kluba "Sjene", klapske večeri, te 18. festival Večeri dalmatinske pisme gdje su nastupale mnoge klape sa svojim izvedbama uz pratnju orkestra. Održane su i komedijske predstave te Ribarska fešta na kojoj se poslužila riba na gradelama, rižoti i druge dalmatinske delicije. U kolovozu su organizirane predstave u spomen na Legenda o Miljenku i Dobrili, kaštelanskim nesretnim ljubavnicima koji predstavljaju destinacijsku ikonu Kaštela. Zatim, izložbe i koncerti klasične glazbe, Kaštelanske rock večeri, koncert u čast pok. Vinku Coci, koncert "Moonlite Jazz" i "Boje Jazza", te koncerti: za flautu i klavir, za tamburicu i mandolinu, te koncert arije i dueta. U rujnu ima puno manje događanja koja uključuju izložbu maketa kaštelanskih utvrda koju organizira Muzej grada Kaštela, izložbu "Akvizicije muzeja grada Kaštela- obitelj Šoulavy gdje je moguće vidjeti izloženi obiteljski inventar kao i osobne predmete Henrika Šoulavya koji otvara prvi turistički pansion u Kaštel Lukšiću, te Festival šalše i salse gdje se kušaju jela od rajčice uz južnoamerički ritam salse. U desetom mjesecu nema posebnih događanja osim manifestacije "Jesen u Kaštelima"- Sajam plodova zemlje. Cilj same manifestacije je oživljavanje i održavanje tradicije i edukacija mladih u svezi tradicijske pripreme kruha, slastica i drugih jela i pića putem kvalitetne i autentične interpretacije gastro i eno ponude Kaštela i Dalmacije.⁵⁴ Ovom manifestacijom se pokušava obogatiti sadržaj unutar same destinacije te na takav način utjecati na kvalitetu ponude grada u postsezoni.

3.2.4. Destinacijske ikone grada Kaštela

Kaštela su poznata po određenim poljoprivrednim kulturama od kojih je važno spomenuti smokve, bademe, masline, posebno kvalitetne trešnje i vinovu lozu od koje je najpoznatija sorta kaštelanski Crljenak. Gastronomska tradicija kaštelanskog kraja vezana je uz dalmatinsku kuhinju koja uključuje jela ispod peke, meso, hobotnice, lignje, morsku ribu, maslinovo ulje, pršut. Od poznatih tradicijskih jela najistaknutija je kaštelanska paštica, makaruni na vreteno, paradizot, kroštule, pršurate, kotonjata od grožđa, fritule, rafiole te poznata kaštelanska torta od bajama. Kaštela su poznata i po bobu, pa se u svibnju održava i poznata "Fešta od boba". Od kaštelanskih vina najpoznatija su Plavac, Babica te već spomenuti Crljenak.

⁵⁴ Službene stranice Turističke zajednice Grada Kaštela (2016); službene stranice Grada Kaštela, [Internet], raspoloživo na: <http://www.kastela-info.hr/hr/dogadjanja/2016-11> [11.11.2016.]

Kaštelanski Crljenak

Kaštelanski Crljenak predstavlja visoko kvalitetnu sortu vinove loze te autohtonu sortu crnog kaštelanskog grožđa koja zadnjih godina zaokuplja domaću i stranu vinogradarsku javnost. Svoj preporod doživljava u Kaliforniji pod imenom zinfandel, danas se uzgaja i u južnoj Italiji pod imenom primitivo. DNK metodom je utvrđeno da je zinfandel identičan talijanskoj sorti primitivo. U Sveučilištu u Davisu utvrđeno je da je hrvatska sorta plavac mali poliklonska populacija (smjesa više sličnih sorti) unutar koje koegzistira taj genotip. Potraga je vodila do južne Hrvatske gdje je 2001. godine u vinogradu Ivica Radunića u Kaštel Novome pronađen prvi trs čiji je DNK identičan s zinfandelom. Sorta je veoma popularna pogotovo u Americi i uzgaja ju preko 200 proizvođača. Nedugo nakon tog otkrića Poljoprivredna zadruka Kaštela u suradnji s Gradom Kaštela započinje projekt obnove starih vinograda i sadnje novih pa se u kaštelansko polje vraćaju visoko kvalitetne autohtone sorte plavac mali, babica te kaštelanski Crljenak. Za razliku od drugih crnih sorti, vina dobivena od kaštelanskog Crljenka su mekana i pitka s izraženom sortnom aromom koja varira od diskretno cvjetnih do snažno razvijenih voćnih mirisa. Kakvoća i karakter vina uvelike ovisi o području uzgoja, starosti nasada i primijenjenoj tehnologiji. Poznato je i rose vino te sorte koje je dugo vremena bilo na vrhu popularnosti u Americi. Broj registriranih proizvođača Crljenka u Kaštelima sve više raste. Otkriće kaštelansko Crljenka kao sinonima vinske sorte zinfandel učinio je ovaj grad jednom od najpoznatijih vinskih destinacija u svijetu.⁵⁵

Legenda o Miljenku i Dobrili

Priča o ljubavnom paru smještena je u drugoj polovici 17. stoljeća u Kaštel Lukšiću gdje su živjele obitelji Vitturi i Rušinić u svojim utvrdama. Miljenko Rušinić i Dobrila Vitturi su bili prijatelji koji su se na kraju zaljubili ali im nije bilo dozvoljeno viđanje zbog neprijateljskih odnosa između njihovih obitelji. Nakon što su obitelji saznale za njihovu ljubav Dobrila je bila pod strogim nadzorom, a Miljenka su roditelji poslali u Veneciju. Dolazi do niza zavrzlama pa čak i do pokušaja udavanja Dobrile za trogirskog plemića. Na kraju dvoje mladih uspješno pobjegnu zajedno što je natjeralo roditelje na popuštanje, stoga su im poručili da se vrate i vjenčaju u Kaštel Lukšiću. Nakon što je u kolovozu 1690. godine obavljena vjenčana ceremonija Dobrilin otac iz osвете ubija zeta na mostu ispred utvrde. Dobrila je nakon toga izgubila zdrav razum, razboljela se i umrla. Njena posljednja želja je

⁵⁵ Maletić, E.(2016); Crljenak kaštelanski- Zinfandel, Grad Kaštela, Turistička zajednica Grada Kaštela, [Internet], raspoloživo na: <http://www.kastela.org/kastela/u-kastelima/1138-crljenak-kastelanski-zinfandel>, [11.11.2016.]

bila da bude pokopana zajedno s Miljenkom u crkvi sv. Ivana u Kaštel Lukšiću. Na njihovom počivalištu uklesana je poruka " Pokoj ljubovnikom".⁵⁶ Ovu ljubavnu priču je potrebno dodatno valorizirati i predstaviti javnosti kao vrlo važan segment turističke atraktivnosti mjesta na čemu grad i radi. U zadnje tri godine u Kaštelima se organizira manifestacija pod nazivom "Legenda o Miljenku i Dobrili" putem koje se pokušava na kvalitetan način posjetiteljima približiti priča o njihovoj tragičnoj ljubavi kroz petodnevna događanja na autentičnim lokalitetima utvrde Vitturi, Rušince, parka Vitturi, te Župne crkve Uznesenja BDM uz kostimiranje sudionika u odjeću tog doba. Hrvatska ima vlastitog Romea i Juliju, a u Lukšiću se još uvijek nalaze njihove utvrde. O njihovoj sudbini je napisana novela, opera i kazališna predstava. Grad Kaštela se definitivno diferencira od ostalih turističkih gradova na tržištu i kao takav može privući brojne zaljubljenike koji bi razgledavanjem povijesnih kaštelanskih utvrda, crkvi, kušanjem jedinstvenog autohtonog kaštelanskog Crljenka i prezentiranjem nesretne ljubavne priče trajno dobilo utisak o ljepoti i značajnosti Kaštela kao vrijedne turističke destinacije.

SWOT analiza

Za analizu snaga, slabosti, prilika i prijetnji koristi se SWOT analiza (S-strengths, W-weaknesses, O-opportunities, and T-threats). Kaštela kao turistička destinacija ima brojne snage i prilike ali i slabosti i prijetnje što je prikazano u tablici 4. Kao što je već rečeno grad Kaštela ima pogodan geografski položaj i mediteransku klimu koja pospješuje uzgoj mnogih mediteranskih kultura od kojih se najviše ističe Crljenak kaštelanski koji se smatra pretečom američkog Zinfandela, njegovim otkrivanjem Kaštela postaju jedna od poznatijih vinskih destinacija. Važnu snagu predstavljaju i brojni parkovi, perivoji i spomenici prirode, kao što je park Vitturi, Biblijski vrt, Stara maslina i drugi. Bogatstvo kulturno povijesne baštine predstavljaju arheološka nalazišta Mujina pećina, Siculi na Resniku, starohrvatske crkve, crkvene umjetnine, ljetnikovci, poznate utvrde-kaštele po kojima je sami grad dobio ime. Zatim, veliki broj manifestacija i festivala koji se odvijaju u ljetnoj sezoni: Festival dalmatinske pisme, glazbeni koncerti, Fešta od boba, Ribarske večeri, manifestacija "Legenda o Miljenku i Dobrili" te mnoge druge koje predstavljaju dodatnu snagu grada. Muzeji i galerije su lako dostupno svim posjetiteljima pogotovo za vrijeme ljetne sezone kada su izložene Akvizicije Muzeja grada Kaštela- obitelji Šoulavy te mnoge druge izložbe. Svemu tome dodatno pridonosi povoljan prometni položaj koji omogućava lakšu dostupnost Kaštela

⁵⁶ Službene stranice Turističke zajednice Grada Kaštela (2016), službene stranice Grada Kaštela, [Internet], raspoloživo na: <http://www.kastela-info.hr/hr/legenda-o-miljenku-i-dobrili> [11.11.2016.]

kao turističke destinacije. Tu je izgrađena državna cesta D8 koja je trenutno u procesu proširenja te cesta dr. Franje Tuđmana, u blizini se nalazi i autocesta, zračna luka na Resniku te pristajalište za hidroavione. Što se tiče vanjskih pozitivnih utjecaja, odnosno prilika grada Kaštela ističe se projekt Eko-kaštelanskog zaljeva te njegov sve aktivniji utjecaj na ekološku zaštitu grada i oporavak od dosadašnjih devastacija. Zatim, blizina komplementarnih destinacija kao što je Split i Trogir koji svojom popularnošću dodatno utječu i na prezentaciju grada Kaštela kao poveznice ovih dvaju gradova. Gradu Kaštela je također odobreno 4,4 mil. Kn. iz Europskih fondova za revitalizaciju kulturne baštine, a odnosi se na lokacije Kaštilca, kule i uljare Cambi, utvrde Vitturi te arheološkog parka Kozjaka što će pozitivno utjecati na kulturnu ponudu grada. U sklopu tih ulaganja u planu je i razvoj modela destinacijskog managementa Kaštela kojim bi se pospješilo kvalitetno upravljanje destinacijom. Dodatnu priliku gradu predstavlja rast obrazovnih kapaciteta, te sve veća globalna zainteresiranost za razvoj kulturnog turizma. Što se tiče slabosti vrlo negativan utjecaj na grad u ekološkom i turističkom smislu ima područje nekadašnjih tvornica koje su koristile primitivnu tehnologiju te utjecale na visoku razinu zagađenja okoliša, a danas izgrđuju izgled grada. Zatim, nedostatak kvalitetnog upravljanja destinacijom što se reflektira na manjak inovacija u razvoju novih turističkih proizvoda i u osmišljavanju programa u sklopu kulturno turističke inicijative. Dodatnu slabost predstavlja loša promocija grada kao kulturno privlačne destinacije kao i manjak suradnje između kulturnih institucija i turističke zajednice grada. Postoji veliki broj kulturnih događanja tokom ljetne sezone, dok je ostatak godine zanemaren i popraćen puno manjim brojem sadržaja što onemogućuje produljenje turističke sezone. Što se tiče lakoće dostupnosti kulturnih resursa grada Kaštela zamijećen je nedostatak njihovog označavanja, putokaza te slaba infrastrukturna opremljenost pogotovo onih koji se nalaze na Kozjaku pa su teže dostupni turistima za razgledavanje. Dodatnu slabost karakterizira propadanje određenih kulturnih objekata kojima je potrebna obnova kako bi ponovo plijenili pozornost turista u destinaciji, za primjer može poslužiti utvrda Rotondo u Kaštel Štafiliću koju je potrebno renovirati. Kaštela se također susreću s raznim prijetnjama iz okoline odnosno negativnim utjecajima koji utječu na kulturni turizam grada. To su konkurentske destinacije sa svojom kulturnom baštinom, te manifestacijskim događanjima i festivalima čime grad gubi određene potencijalne turiste. Nepovoljna investicijska klima od strane državnog okvira također može utjecati na daljnji potencijalni razvoj destinacije s obzirom na suzdržanost investitora pri ulaganju. Zatim, nepovoljne klimatske prilike, te politički nemiri u državi. Već je do sada zamijećen negativan utjecaj rata i svjetske krize na razvoj turizma

Kaštela, samim time ti čimbenici uvijek predstavljaju moguću prijetnju za sve turističke destinacije pa tako i za Kaštela.

Tablica 3. SWOT analiza

SNAGE (S)	SLABOSTI (W)
• Pogodan geografski položaj i klima • Pogodan prometni položaj • Bogatstvo kulturne baštine: kaštelanske utvrde, ljetnikovci, crkve, arheološki lokaliteti itd. • Kaštelanski Crljenak-prepoznatljivost Kaštela kao bitne vinske destinacije • Laka dostupnost muzejima i galerijama • Veliki broj kulturnih i zabavnih događaja u ljetnoj sezoni	• Područje nekadašnje tvorničke industrije • Propadanje određenih kulturnih objekata turističkog značaja • Nedostatak inovacija u razvoju novih turističkih proizvoda • Manjak osmišljenih programa u kulturi • Slab menadžment destinacije • Slaba suradnja između kulturnih i turističkih institucija • Manjak kulturnog sadržaja van sezone • Nedostatak putokaza u označavanju kulturnih resursa • Slaba infrastrukturna opremljenost određenih kulturnih resursa
PRILIKE (O)	PRIJETNJE (T)
• Projekt Eko-Kaštelanskog zaljeva • Raspoloživa sredstva u iznosu od 4,4 miliona kn. iz EU fondova za revitalizaciju kulturne baštine Kaštela • Blizina komplementarnih destinacija-Split, Trogir • Rast obrazovnih kapaciteta u turizmu • Razvoj i sve veća globalna značajnost kulturnog turizma	• Konkurentske destinacije sa svojom kulturnom baštinom i manifestacijama • Nepovoljna investicijska klima • Politički nemiri • Ekološki problemi

Izvor 1: Izrada autorice (2017)

4. PRIMARNO ISTRAŽIVANJE NA ANKETNOM UZORKU

U četvrtom dijelu rada napravljeno je primarno istraživanje na uzorku sudionika u turizmu o kulturnom turizmu grada Kaštela.

4.1. Predmet, cilj istraživanja i struktura anketnog upitnika

Predmet samog istraživanja je bilo ispitati kako sudionici turizma percipiraju važnost kulturno povijesnog nasljeđa grada Kaštela unutar ukupne turističke ponude destinacije te koliko su ti isti kulturni resursi iskorišteni i promovirani kao sastavni dio turističke ponude. Istraživanjem se željelo ukazati na trenutačno stanje kulturno turističke ponude Kaštela kao i propuste na kojima je potrebno poraditi kako bi kulturna ponuda bila dostupnija i kvalitetnija. Stoga, glavni cilj istraživanja je bio utvrditi imaju li kulturni resursi grada Kaštela potencijala za razvoj novih turističkih proizvoda te pospješivanje daljnjeg turističkog razvoja destinacije.

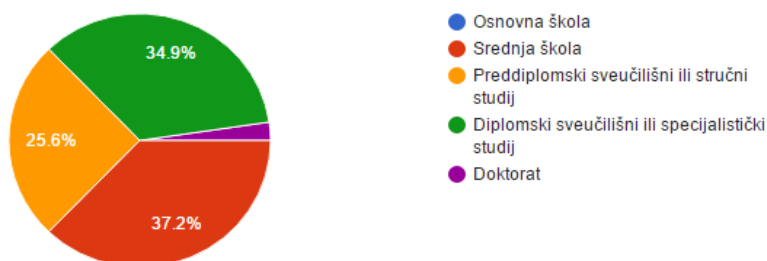
Empirijsko istraživanje je provedeno pomoću on-line anketnog upitnika koji je putem link-a poslan na mail adrese ispitanika. Metoda ankete predstavlja postupak koji se temelji na istraživanju i prikupljanju podataka, informacija, stavova i mišljenja o predmetu istraživanja. Putem anketnog upitnika ispitane su 43 osobe. Prilikom istraživanja korišten je prigodni uzorak poznavatelja, odnosno anketirani su samo poznavatelji i sudionici u turizmu. Pred testom iz uzorka su isključeni svi oni koji se nisu smatrali kompetentni za problem istraživanja. Anketom su obuhvaćeni hoteli i turističke agencije na području grada Kaštela te mali iznajmljivači. U prvom dijelu ankete ispitanicima su postavljena pitanja vezana uz demografske karakteristike turista kojima se nudi kulturni turizam koje uključuju njihovu dob i mjesečni prihod. Zatim slijede pitanja vezana uz motive, odnosno razloge posjeta kulturnoj baštini grada Kaštela od strane turista te u kojem periodu godine najčešće dolaze. U drugom dijelu ankete postavljeno je 14 tvrdnji vezanih uz percepciju sudionika u turizmu o kulturnom turizmu, trenutačnoj ponudi kulturno turističkih sadržaja te mogućnostima daljnjeg razvoja kulturnog turizma grada Kaštela. Anketirani ispitanici su mogli označiti polja od 1 do 5 pored svake od tvrdnji. Ta polja su označavala sljedeće: 1- U potpunosti se ne slažem s tvrdnjom, 2- ne slažem se, 3- niti se slažem niti se ne slažem, 4- slažem se s tvrdnjom, 5- u potpunosti se slažem s tvrdnjom. Na kraju anketnog upitnika postavljeno je otvoreno pitanje na koje su ispitanici mogli iznositi svoje dodatne prijedloge/ ideje vezane uz kulturnu ponudu grada

Kaštela i njeno unaprjeđenje. Rezultati dobiveni obradom prikupljenih podataka su prikazani u nastavku rada.

4.2. Rezultati empirijskog istraživanja na uzorku sudionika u turizmu o kulturnom turizmu grada Kaštela

Unutar anketnog upitnika obuhvaćene su 43 osobe, odnosno sudionika u turizmu sa područja grada Kaštela. Prvo pitanje unutar ankete je vezano uz završen stupanj obrazovanja ispitanika.

1. Vaš završen stupanj obrazovanja (43 responses)



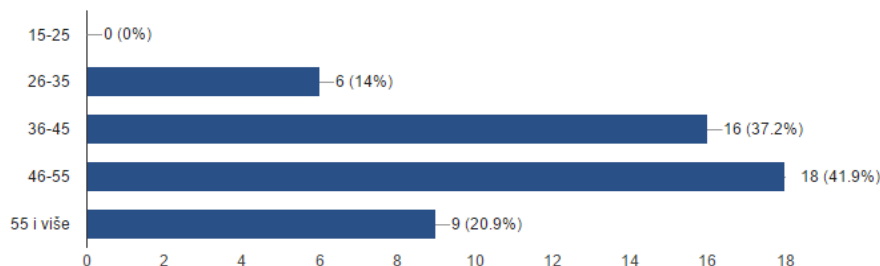
Slika 1: Prikaz stupnja obrazovanja turističkih sudionika grada Kaštela

Izvor: Izrada autorice (2017)

Većina ispitanika, preciznije 37,2% imaju završeno srednjoškolsko obrazovanje, 34,9% (15 od 42 ispitanika) ima završen diplomski sveučilišni ili specijalistički studij. Zatim slijede oni s preddiplomskim studijem 25,6% (11 ispitanika) te s doktoratom 2,3 % ispitanika iz uzorka.

2. Dob turista koji troše na kulturni turizam i posjećuju kulturne znamenitosti grada Kaštela

(43 responses)



Slika 2: Prikaz dobne skupine kulturnih turista

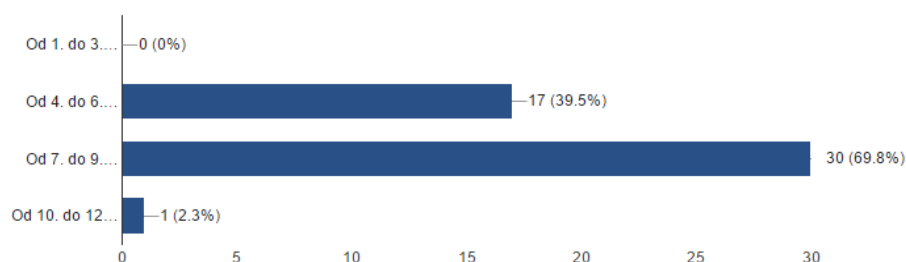
Izvor: Izrada autorice (2017)

Kod pitanja vezanog uz dob turista koji troše na kulturni turizam prilikom posjeta destinaciji vidljivo je da većina smatra da se radi o skupini turista između 46-55 godina ili pak o skupini

između 36-45 godina starosti, 20,9% smatra da se radi o dobi starijoj od 55 godine, dok 14% ispitanika smatra da se radi o mlađoj dobnoj skupini od 26-35 godina. Iz ovih podataka je vidljivo kako ispitanici smatraju da većina zainteresiranih osoba za kulturni turizam su zrelije životne dobi koji žele kvalitetno proučiti kulturnu baštinu i povijest mjesta kojeg posjećuju. Iako postoje iznimke kada i mlađa populacija, koja je kulturno osviještena, odlazi na putovanja kako bi se kulturno obrazovala.

Što se tiče mjesečnog prihoda turista kojima se nudi kulturni turizam, 41,9% ispitanika smatra da se taj prihod kreće od 2000 do 2,999 eura, njih također 41,9% smatra da se kreće od 3000 do 3,999 eura, 14% (6 ispitanika) smatra da iznosi od 4000 do 4,999 eura, dok svega 2,3% ispitanika smatra da se radi o turistima s prihodima većim od 5000 eura. Iz ovoga se da zaključiti kako ispitanici imaju podijeljena razmišljanja kada se govori o mjesečnom dohotku gostiju, ali se može zaključiti kako se većinom radi o prihodima koji se kreću od 2000 do 4000 eura. Očito je da posjetioци koji su zainteresirani za kulturni turizam raspolažu s prosječnom ili pak višom mjesečnom plaćom.

4. U kojem periodu godine posjetioци kulturnog turizma najčešće dolaze (43 responses)

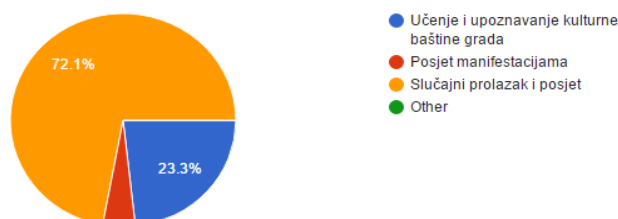


Slika 3: Prikaz perioda godine u kojem posjetioци kulturnog turizma dolaze

Izvor: Izrada autorice (2017)

Što se tiče perioda u godini u kojem posjetioци kulturnog turizma najčešće dolaze 69,8% odgovora se odnosi na razdoblje od 7 do 9 mjeseca, 39,5% na period od 4 do 6 mjeseca, dok 2,3% se odnosi na razdoblje od 10 do 12 mjeseca. Iz ovih podataka je vidljivo kako većinski broj turista zainteresiranih za kulturni turizam u grad Kaštela dolazi za vrijeme pred sezone i ljetne sezone, a tek mali broj istih dolazi u post sezoni. Pretpostavka je da je glavni razlog posjeta odmor tokom ljeta (3 S destinacija) koji je popraćen posjetom i upoznavanjem kulturne baštine grada.

5. Po vašem mišljenju koji je glavni motiv turističkog posjeta kulturnoj baštini grada Kaštela
(43 responses)



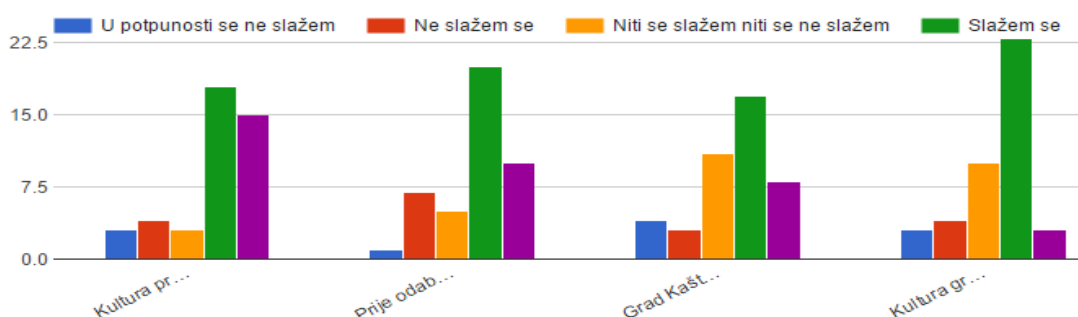
Slika 4: Prikaz glavnih motiva posjeta kulturnoj baštini Kaštela

Izvor: Izrada autorice (2017)

Strukturni krug vrlo jasno pokazuje da većina turističkih posjeta kulturnoj baštini grada Kaštela se ostvaruje poradi slučajnog prolaska i posjeta. Čak 72,1% ispitanika smatra kako glavni motiv posjeta nije direktno vezan uz posjet kulturnim resursima grada iz čega slijedi pretpostavka da turisti prilikom svog posjeta turističkim destinacijama Splita, Solina i Trogira, u kojima se nalaze UNESCO-vi lokaliteti, ujedno usputno posjećuju i grad Kaštela. Zatim 23,3% ispitanika smatra da je glavni motiv posjeta vezan uz učenje i upoznavanje kulturne baštine grada, odnosno da su turisti direktno zainteresirani za kulturni turizam Kaštela kao turističke destinacije, dok 4,7 posto njih smatra da su glavni motiv posjeta manifestacije.

Iduće pitanje se sastoji od 14 tvrdnji kojima se željelo doći do saznanja o percepciji sudionika u turizmu o kulturnom turizmu, trenutačnoj kulturno turističkoj ponudi grada te mogućnostima daljnjeg razvoja kulturnog turizma grada Kaštela. Ispitanici su tokom rješavanja ankete mogli zaokružiti polja od u potpunosti se ne slažem do u potpunosti se slažem s tvrdnjom ovisno o njihovom vlastitom stajalištu.

6. Odgovorite na sljedeće tvrdnje od u potpunosti se ne slažem do u potpunosti se slažem



Dijagram 1.

Dijagram 2.

Dijagram 3.

Dijagram 4.

Slika 5: Prikaz dijagrama s rezultatima za tvrdnje od 1 do 4.

Izvor: Izrada autorice (2017)

Dijagram 1. Kultura predstavlja bitan segment turističke ponude.

U potpunosti se ne slaže s tvrdnjom: 3 ispitanika, ne slaže se: 4 ispitanika, niti se slaže niti se ne slaže: 3 ispitanika, slaže se: 18 ispitanika, u potpunosti se slaže: 15 ispitanika. Većina ispitanika, točnije 75,7%, se slaže s tvrdnjom da kultura igra vrlo važnu ulogu u ukupnoj turističkoj ponudi destinacije. Može se zaključiti kako kultura predstavlja vrlo važan privlačni segment čija raznolikost i brojnost ujedno može igrati vrlo bitnu ulogu u odluci gdje će turisti doista oputovati.

Dijagram 2. Prije odabira destinacije turisti se informiraju o ponudi, uključujući i kulturnu ponudu mjesta.

U potpunosti se ne slaže s tvrdnjom: 1 ispitanika, ne slaže se: 7 ispitanika, niti se slaže niti se ne slaže: 5 ispitanika, slaže se: 20 ispitanika, u potpunosti se slaže: 10 ispitanika. 69,7% ispitanika se slaže s tvrdnjom da se turisti informiraju o kulturnoj ponudi destinacije prije svog putovanja u istu. Prema tome, kultura predstavlja jedan od važnijih elemenata pri izboru turističke destinacije. Kulturna baština svaku destinaciju diferencira i čini jedinstvenom stoga uključivanje kulturnih resursa obogaćuje ukupnu turističku ponudu mjesta i utječe na broj turističkih dolazaka.

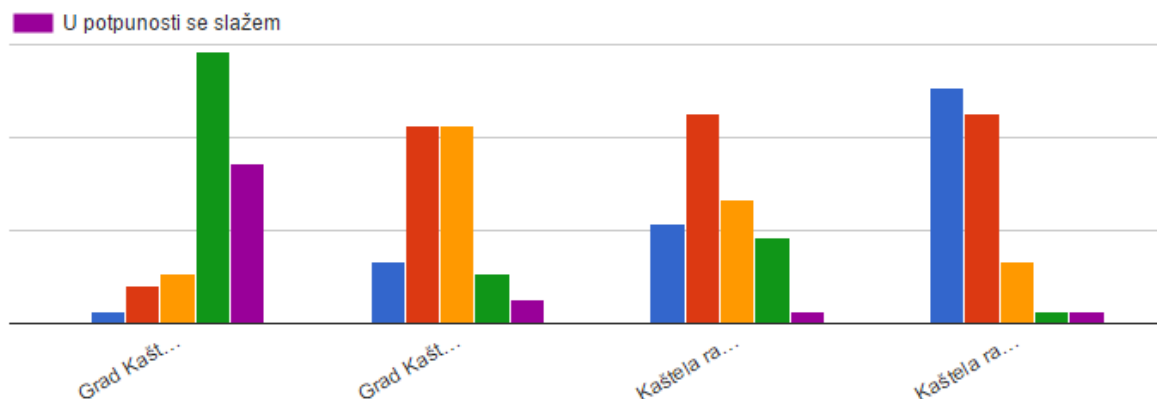
Dijagram 3. Grad Kaštela ima bogatu kulturnu ponudu.

U potpunosti se ne slaže s tvrdnjom: 4 ispitanika, ne slaže se: 3 ispitanika, niti se slaže niti se ne slaže: 11 ispitanika, slaže se: 17 ispitanika, u potpunosti se slaže: 8 ispitanika. Veliki broj ispitanika (58,1%) se slaže s tim da grad Kaštela raspolaže bogatom kulturnom ponudom, ali je i veliki broj ispitanika (njih 25,5%) neodlučan i ne može se u potpunosti složiti s ovom izjavom. Razlog tome može biti činjenica da iako Kaštela raspolažu s brojnim kulturnim znamenitostima i lokalitetima, isti nisu dovoljno dobro ukomponirani i predstavljeni kao dio ukupne turističke ponude grada.

Dijagram 4. Kultura grada Kaštela predstavlja važan segment turističke ponude.

U potpunosti se ne slaže s tvrdnjom: 3 ispitanika, ne slaže se: 4 ispitanika, niti se slaže niti se ne slaže: 10 ispitanika, slaže se: 23 ispitanika, u potpunosti se slaže: 3 ispitanika. Prema prikazanim rezultatima ankete vidljivo je kako se više od pola ispitanika (60,5%) slaže s tvrdnjom da je kultura grada Kaštela važan element turističke ponude ali određeni broj ispitanika (njih 16,2%) se ne slaže s tom izjavom te je 23,3% ispitanika suzdržan. Kaštela su

do sada više imala ulogu destinacije u kojoj se kao glavni element ponude ističe odmor, sunce i more te posjet susjednim turističkim destinacijama. Kaštela kao grad bi trebala više promatrati kulturni aspekt ponude kako bi ista bila raznovrsnija i kvalitetnija.



Dijagram 5.

Dijagram 6.

Dijagram 7.

Dijagram 8.

Slika 6: Prikaz dijagrama s rezultatima za tvrdnje od 5 do 8

Izvor: Izrada autorice (2017)

Dijagram 5. Grad Kaštela bi se mogao prezentirati kao kulturno turističko odredište.

U potpunosti se ne slaže s tvrdnjom: 1 ispitanik, ne slaže se: 3 ispitanika, niti se slaže niti se ne slaže: 4 ispitanika, slaže se: 22 ispitanika, u potpunosti se slaže: 13 ispitanika. 81,4% turističkih sudionika se složilo s tvrdnjom da bi se Kaštela mogla prezentirati kao kulturno turističko odredište s obzirom na brojnost kulturno povijesnih građevina, arheoloških lokaliteta, parkova i perivoja te bogatstvo nematerijalne baštine. Tek mali broj njih se ne slaže s tvrdnjom ili je suzdržano.

Dijagram 6. Grad Kaštela adekvatno promovira svoju kulturnu baštinu.

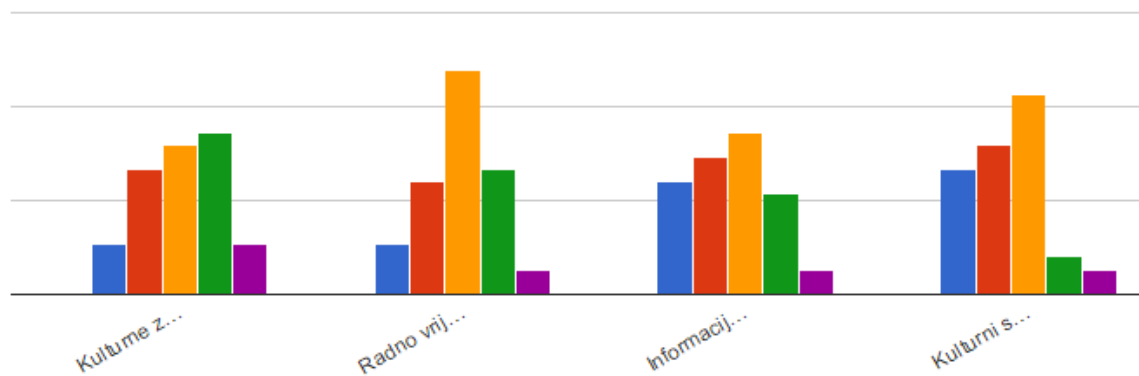
U potpunosti se ne slaže: 5 ispitanika, ne slaže se: 16 ispitanika, niti se slaže niti se ne slaže: 16 ispitanika, slažu se: 4 ispitanika, u potpunosti se slažu: 2 ispitanika. Na sljedeću tvrdnju 48,8% ispitanika smatra da Grad Kaštela neadekvatno promovira svoju kulturnu baštinu, 37,2 % njih je neodlučno, a tek 13,9% se slaže s tvrdnjom. To se može zaključiti i iz prethodnih odgovora s obzirom da ispitanici smatraju da većina turista grad Kaštela posjećuje poradi slučajnog prolaska. Grad i turistička zajednica bi trebali više ulagati u promociju kulturne baštine.

Dijagram 7. Kaštela raspolažu s dovoljnim brojem manifestacija u ljetnoj sezoni.

U potpunosti se ne slaže: 8 ispitanika, ne slaže se: 17 ispitanika, niti se slaže niti se ne slaže: 10 ispitanika, slaže se: 7 ispitanika, u potpunosti se slaže: 1 ispitanik. Iz sljedećih rezultata je vidljivo da kod 58,1% ispitanika prevladava negativan stav o brojnosti manifestacija u ljetnoj sezoni, odnosno smatraju da bi trebao postojati veći broj događanja koji bi obogatili turističku ponudu mjesta za vrijeme ljeta. 18,6% ispitanika smatra da je broj manifestacija zadovoljavajući, dok je 23,3% ispitanika ostalo neodlučno. Smatram da i kod jednih i drugih odgovora postoje opravdani razlozi za složiti se ili ne složiti s ovom izjavom, više o tome će biti riječ unutar kritičkog osvrt.

Dijagram 8. Kaštela raspolažu s dovoljnim brojem manifestacija van sezone.

U potpunosti se ne slaže: 19 ispitanika, ne slaže se: 17 ispitanika, niti se slaže niti se ne slaže: 5 ispitanika, slaže se: 1 ispitanika, u potpunosti se slaže: 1 ispitanik. Iz slijedećih odgovora je jasno kako 83,7% ispitanika odlučno smatra da grad Kaštela ne raspolaže dovoljnim brojem manifestacija u pred sezoni i post sezoni. Većina manifestacija je koncentrirana u vrijeme ljetne sezone, a ostatak godine je poprilično zanemaren.



Dijagram 9.

Dijagram 10.

Dijagram 11.

Dijagram 12.

Slika 7: Prikaz dijagrama s rezultatima za tvrdnje od 9 do 12

Izvor: Izrada autorice (2017)

Dijagram 9. Kulturne znamenitosti grada Kaštela su lako dostupne.

U potpunosti se ne slažu: 4 ispitanika, ne slaže se: 10 ispitanika, niti se slaže niti se ne slaže: 12 ispitanika, slaže se: 13 ispitanika, u potpunosti se slažu: 4 ispitanika. Slijedeći dijagram ne pokazuje velika odstupanja kojima bi lako došli do zaključka koliko je istinita tvrdnja vezana uz dostupnost kulturnih znamenitosti grada. 32,5% ispitanika smatra da su kulturne znamenitosti teško dostupne, 39,5% ispitanika smatra da su lako dostupne, a

27,9% njih je neodlučno. Smatram da je razlog ovakvog rezultata taj što neke kulturne znamenitosti, koje se nalaze na južnom dijelu grada, su dostupne i lako vidljive: utvrde, parkovi, župne crkve. Dok, neke kulturne znamenitosti pogotovo na sjeveru, put Kozjaka, su slabo označene i teže dostupne zbog loše cestovne infrastrukture: starohrvatske crkve, biblijski vrt.

Dijagram 10. Radno vrijeme kulturnih institucija je prilagođeno turističkim posjetima.

U potpunosti se ne slaže s tvrdnjom: 4 ispitanika, ne slaže se: 9 ispitanika, niti se slaže niti se ne slaže: 18 ispitanika, slaže se: 10 ispitanika, u potpunosti se slažu: 2 ispitanika. Iz rezultata je vidljivo kako je većina ispitanika (njih 41,8%) ostala suzdržana, s tvrdnjom se složilo 30,2% ispitanika, a tvrdnju je negiralo 27,9% ispitanika. S obzirom na ovakve rezultate ne može se doći do konkretnog odgovora na tvrdnju. Razlog tome može biti neinformiranost o radnom vremenu kulturnih institucija od strane sudionika u turizmu ili pak taj što nisu sigurni odgovara li njihovo radno vrijeme turističkim posjetima i u kolikoj mjeri.

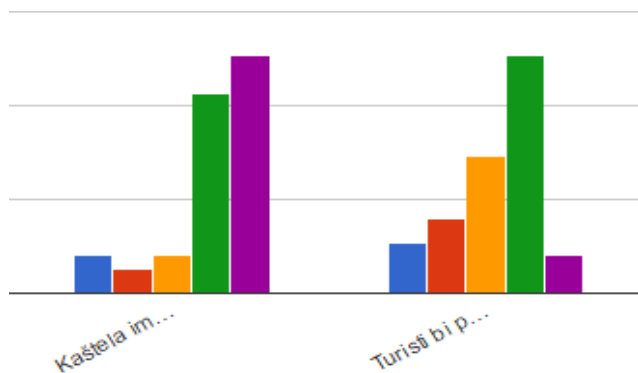
Dijagram 11. Informacije o kulturnim atrakcijama/ događanjima u Kaštelima su lako dostupne turistima.

U potpunosti se ne slaže s tvrdnjom: 9 ispitanika, ne slaže se: 11 ispitanika, niti se slaže niti se ne slaže: 13 ispitanika, slaže se: 8 ispitanika, u potpunosti se slažu: 2 ispitanika. Kod iduće tvrdnje je prevagnulo većinsko neslaganje (46,5%) ili pak neodlučnost (30,2%), dok se s tvrdnjom složilo svega 23% ispitanika. Smatraju da informacije o kulturnim atrakcijama nisu lako dostupne turističkoj potražnji. Svaka turistička destinacija bi trebala maksimalno ulagati u marketing kako bi turisti bili informirani o tome što sve određena destinacija ima za ponuditi da zadovolji njihove potrebe. Očito prema mišljenju većine turističkih sudionika grad Kaštela nedovoljno ulaže u vlastitu promociju.

Dijagram 12. Kulturni sadržaji i ponuda grada Kaštela mogu ispuniti očekivanja današnjih turista.

U potpunosti se ne slaže: 10 ispitanika, ne slaže se: 12 ispitanika, niti se slaže niti se ne slaže: 16 ispitanika, slaže se: 3 ispitanika, u potpunosti se slažu: 2 ispitanika. 51,2% ispitanika smatra da kulturni sadržaji i ponuda grada nisu u mogućnosti ispuniti očekivanja suvremenog turista, 37,2 % ostaje neodlučno, a svega 11,6% njih se slaže s tvrdnjom. S obzirom na dosadašnje rezultate ankete ovakav ishod nije iznenađujući jer prema odgovorima turističkih sudionika grad nedovoljno ulaže u vlastitu promociju kao i kvalitetu

ponude kulturno povijesnih znamenitosti i događanja. Takva situacija sigurno ne može zadovoljiti potrebe suvremenog turističke potražnje.



Dijagram 13.

Dijagram 14.

Slika 8: Prikaz dijagrama s rezultatima za tvrdnje 13 i 14

Izvor: Izrada autorice (2017)

Dijagram 13. Kaštela imaju potencijal za dodatni razvoj kulturne ponude (tematske staze, organiziranje umjetničkih radionica itd.)

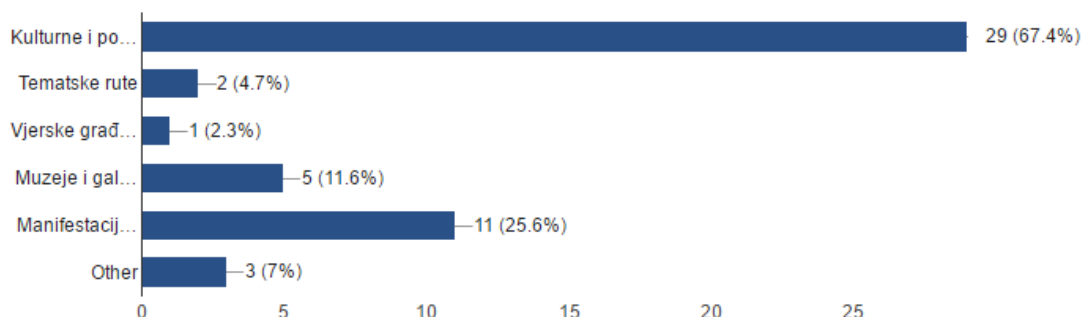
U potpunosti se ne slažu: 3 ispitanika, ne slažu se: 2 ispitanika, niti se slažu niti se ne slažu: 3 ispitanika, slaže se: 16 ispitanika, u potpunosti se slaže: 19 ispitanika. Vidljivo je kako 81,4% turističkih sudionika smatra da grad Kaštela ima potencijala za dodatni razvoj svoje kulturne ponude. Većina smatra da grad posjeduje bogatu kulturnu baštinu, a kultura sama po sebi predstavlja bitan segment turističke ponude. Prema tome grad bi trebao raditi na unaprjeđenju vlastite promocije i dostupnosti kulturnih resursa kao i razvoju novih specijaliziranih proizvoda kako bi maksimalno iskoristio vlastiti potencijal.

Dijagram 14. Turisti bi preporučili posjet turističkoj destinaciji grada Kaštela.

U potpunosti se ne slažu s tvrdnjom: 4 ispitanika, ne slažu se: 6 ispitanika, niti se slaže niti se ne slaže: 11 ispitanika, slaže se: 19 ispitanika, u potpunosti se slažu: 3 ispitanika. Posljednji dijagram pokazuje kako se 51,1% ispitanika slaže s tvrdnjom da bi turisti preporučili posjet gradu Kaštela kao turističkoj destinaciji. Razlog takvog ishoda rezultata je vjerojatno taj što grad posjeduje mnoštvo kulturnih resursa kao i značajne kaštelanske utvrde koje turistima ostaju upečatljive, a bitnu ulogu igra i blizina komplementarnih destinacija Splita i Trogira. Ujedno, veliki broj ispitanika (njih 23,2%) se ne slaže s tom tvrdnjom ili je

pak neodlučno (25,5%). Takvo razmišljanje je zasigurno zasnovano na neadekvatno razrađenoj kulturnoj ponudi, promociji kao i dostupnosti samih kulturnih resursa.

7. Tokom boravka u destinaciji turisti najčešće posjećuju: (43 responses)



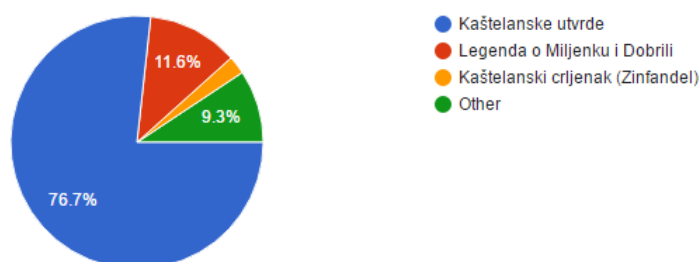
Slika 9: Prikaz kulturnih atrakcija koje kulturni turisti najčešće posjećuju

Izvor: Izrada autorice (2017)

Prema rezultatima većina smatra da tokom boravka turisti najčešće posjećuju kulturne i povijesne znamenitosti grada (67,4 %), zatim manifestacije i festivale (25,6 %), te muzeje i galerije (11,6%). Očito je da su turisti najviše zainteresirani za utvrde grada i povijesne građevine te manifestacije koje se odvijaju za vrijeme ljetne sezone. U ostalo su ispitanici pisali kako turisti najčešće posjećuju plaže poradi odmora i sunca.

8. Što turiste najviše asocira na grad Kaštela s obzirom na vaše dosadašnje iskustvo

(43 responses)



Slika 10: Prikaz glavnih asocijacija turista na grad Kaštela

Izvor: Izrada autorice (2017)

Turiste prema mišljenju ispitanika na grad Kaštela najviše asociraju Kaštelanske utvrde (76,7%), zatim legenda o Miljenku i Dobrili (11,6%), a tek mali broj je odgovorio da je glavna asocijacija Kaštelanski crljenak. Dodatni odgovori su se odnosili na manifestacije i zabavne programe te blizinu Splita. S obzirom da grad Kaštela karakteriziraju utvrde unutar sedam sela koje su imale bogatu povijesnu prošlost i obrambenu ulogu, a sami grad je dobio

ime upravo po tim utvrdama (Kaštilima), nije čudno što predstavljaju glavnu asocijaciju turistima.

U nastavku su prikazani dodatni prijedlozi ispitanika vezani uz pospješivanje kvalitetnije kulturno turističke ponude grada Kaštela.

Ples,ples,muzika,muzika
Kaštela su prebogata raznoraznom kulturnom ponudom koju bi neke druge destinacije samo poželjeti mogle. Svaki segment žudi za razradom koja bi se ponudila turistima. Ipak jedna priča je jedinstvena, svevremenska i sreća da je kaštelanska, a to je Legenda o Miljenku i Dobrili. Ljubav, kao okosnica, te kao tema koja je svima na svijetu razumljiva, u svim njenim oblicima, nema kraja. Autentična mjesta događanja, bez potrebe za dodatnim scenskim intervencijama, čine temu neiscrpnom u svakom kalendarskom dijelu godine našeg grada.
Povećati ponudu manifestacija u zimskom periodu.
Fokus na utvrde jer nista drugo ni ne postoji
Organizirati za vrijeme sezone više koncerata i klasične i zabavne glazbe,feste -ribarske,lovacke...i sa restoranima napraviti dobru suradnju i vecim atraktivnijim kavicima,napraviti letke sa informacijama,pravodobno stavljati internetske reklame za događanja i za informacije o gradskim znamenitostima posebno objavljivati i prije sezone za bolju reklamu i poziv turistima,uzduz autoceste reklamirati Kastelansku rivijeru....
Turistu je nabitnije cisto more ciste velike pjescane plaze u posrednoj blizini kafici i igraliste za djecu.to nam bude najcesci upit kad netko trazi u srcu ljeta nocenje pa uz to bi i trebalo bit sta vise festivalskih događaja i zabava.
Transparetnost postojeće ponude, brendiranje samog mjesta
Povezati kaštelanske utvrde u jednu cjelinu, te sukladno tome napraviti svakodnevne programe upoznavanja sa bogatom baštinom; organizirati rekonstrukcije važnih događaja i prizora iz prošlosti; povezati kulturnu baštinu sa tradicionalnom gastronomijom
Bolja promocija crljenka kaštelanskog, biblijski vrt, botanički vrt u lukšiću, organizirati grupne obilaske kaštelanskih utvrda. Promovirati i okolna mjesta kao što je utvrda Klis i Salona kako bi se napravila jedinstvena ponuda bogatog sadržaja.
Potrebno je raditi na boljoj povezivanosti turističke zajednice s kulturnim institucijama grada, poboljšati promociju samog mjesta na tržištu.
promijeniti inertne osobe u gradu
Bolji promotivni sadržaj
Treba bolja promidžba.
Signalizacija (označavanje) spomenika kulture i prirode.
Potrebno je povećati broj putokaza koji pokazuju kako doći do određenih kulturnih resursa. Često su turisti zainteresirani posjetiti neke kulturne znamenitosti ali ne znaju kako doći do njih.
Veći angažman turističke zajednice kroz uključivanje lokalne zajednice u projekte, poticanje suradnje, stvaranje novih ideja promocije i razvoja proizvoda

Slika 11: Prikaz dodatnih prijedloga ispitanika za razvoj kulturnog turizma grada

Kaštela

Izvor: Izrada autorice (2017)

Iz provedenog anketnog istraživanja je vidljivo kako ispitanici većinski smatraju da kultura predstavlja bitan segment turističke ponude grada Kaštela s obzirom na bogatstvo kulturnih resursa, čak 81,39% njih se slaže s tvrdnjom da bi se grad mogao prezentirati kao kulturno turističko odredište. Također se može zaključiti da Kaštela imaju potencijal za razvoj novih specijaliziranih proizvoda pri postizanju jedinstvene i kvalitetne kulturno turističke ponude te se s tom tvrdnjom slaže 81,4% ispitanih. Iz ankete se dolazi do zaključka da bi grad, kulturne institucije i turistička zajednica u budućnosti trebali više poraditi na ponudi, sadržajima i promociji vezanoj za kulturni turizam. Gledajući na bogatstvo kulturno povijesnih građevina, arheoloških lokaliteta, parkova, perivoja i ostale materijalne i nematerijalne kulturne baštine grad ima mogućnost izgraditi kvalitetnu ponudu koja može ispuniti očekivanja današnjih turista te omogućiti produženje sezone i veći broj dolazaka koji nije motiviran samo usputnim posjetom radi obilaska komplementarnih destinacija Splita i Trogira.

5. KRITIČKI OSVRT I PRIJEDLOG SPECIJALIZIRANIH PROIZVODA TURISTIČKE DESTINACIJE GRADA KAŠTELA

U petom dijelu rada kritički će se detaljnije razraditi rezultati anketnog istraživanja vezanog uz važnost kulture kao segmenta ponude u turizmu, trenutnog stanja kulturno turističke ponude grada Kaštela kao i mogućnostima njegovog daljnjeg razvoja. Također će se dati prijedlog novih specijaliziranih proizvoda kojima bi grad mogao udovoljiti zahtjevima suvremenog turističkog tržišta.

Prije govora o razvoju novih turističkih proizvoda grada Kaštela potrebno je definirati sami pojam specijaliziranog turističkog proizvoda. Suvremeno turističko tržište karakterizira sve jača konkurencija među destinacijama koja zahtjeva konstante inovacije i praćenje trendova u turizmu. Specijalizirani turistički proizvodi predstavljaju proizvod budućnosti koji je sastavljen od elemenata ponude prepoznatljive točno određenom segmentu turističke potražnje. Svaka turistička destinacija može razvijati vlastitu specijaliziranu ponudu na temelju vrijednih turističkih resursa koje posjeduje i koje je moguće valorizirati i prezentirati.⁵⁷

Kultura ima bitnu ulogu u ukupnoj turističkoj ponudi i predstavlja sve važniji element koji pridonosi ukupnoj atraktivnosti destinacije, što je vidljivo i iz rezultata ankete. U današnjici turisti postaju sofisticirani putnici koji imaju želju posjetiti destinacije koje nude drugačiji i opsežniji sadržaj što im se može pružiti kroz razne kulturne atrakcije i mogućnost aktivnog sudjelovanja u području kojeg posjećuju. Stoga, prije konačnog izbora destinacije koju će posjetiti turisti se informiraju o kvaliteti i raznovrsnosti kulturne ponude. Grad Kaštela raspolaže bogatim kulturnim sadržajima: brojnim kulturno povijesnim građevinama, arheološkim lokalitetima, parkovima, perivojima, bogatom nematerijalnom baštinom itd. U anketnom upitniku 25,5% ispitanika je ostalo neodlučno pri postavljenoj tvrdnji da grad raspolaže bogatom kulturnom ponudom. Stoga, ne može se reći da je kulturna ponuda grada kvalitetno obuhvaćena i ponuđena turistima koji su zainteresirani za kulturni turizam. Krenuti će se od Kaštelanskih utvrda (Kaštila) koje predstavljaju jedan od najvažnijih objekata grada, a za većinu njih je potrebna rekonstrukcija i obnova. Utvrda Kaštilac u Kaštel Gomilici nalazi se u jako lošem stanju, dio obale uz sami objekt se počeo urušavati, a potrebna je i sanacija Opatičke kuće koja se nalazi uz samu kulu. Zatim, kula Cambi u Kambelovcu, koja je u

⁵⁷ Kesar, O. (2012.) : Razvoj turističke destinacije prema specifičnim oblicima turizma, Zagreb, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu.

vlasništvu grada, nije obnavljana i praktički je ostavljena u urušenom stanju. Utvrda Rušinac u Lukšiću također treba obnovu kao i Kaštel Ćipiko u Starom. U privatnom vlasništvu se nalazi kula Rotondo u Štafiliću te također zahtjeva kompletnu sanaciju. Nadalje, kula Cipicco u Novome nakon dugogodišnjih neulaganja dolazi u ruke investitora koji su pokrenuli njenu obnovu u cilju otvorenja luksuznog hotela no, kula se još uvijek nalazi u procesu obnove s obzirom da su radovi zaustavljeni od strane konzervatora i Ministarstva graditeljstva. Za razlog se navode započeti radovi na staroj vinariji koja navodno predstavlja vrijedan dio kulturne baštine, a prema mišljenju konzervatora vlasnik se nije pridržavao projekta. Zatim, Nadbiskupska palača u Kaštel Sućurcu koja ima nesređene imovinskopravne odnose, djelomično je obnovljena kako bi se spriječilo njeno propadanje prouzrokovano vlagom jer je tu smještena arheološka zbirka Muzeja.⁵⁸ Zapravo jedina utvrda u Kaštelima koja je podvrgnuta kompletnoj rekonstrukciji i obnovi je Vitturi u Kaštel Lukšiću u kojem se ujedno nalazi Muzej grada Kaštela. S obzirom na situaciju, ni ministarstvo ni grad ne može iz proračuna pokriti tolike izdatke za njihovu obnovu. Utvrde imaju kulturno povijesno i simbolično značenje i kao takve imaju veliku važnost u ukupnoj kulturno turističkoj ponudi grada stoga je potrebno više poraditi na sređivanju imovinskopравnih odnosa i izvlačenju financijskih sredstva iz EU fondova za njihovu sanaciju. Prodavanje tako vrijednih kulturnih građevina u privatno vlasništvo može imati i pozitivne i negativne reperkusije na turizam grada. Pozitivna bi bila obnova i financijsko ulaganje u povijesne građevine koje desetljećima stoje neobnavljane jer grad s obzirom na proračunska sredstva ne može pokriti tako velike i financijski zahtjevne projekte. Dok negativnu stranu predstavlja prodaja vlastitih kulturnih vrijednosti u strano, privatno vlasništvo.

U prijedlozima ankete veliki broj ispitanika se osvrnuo upravo na važnost kaštelanskih utvrda kao posebnog kulturno turističkog proizvoda. Među prijedlozima se navodi povezivanje utvrda u cjelinu, organiziranje rekonstrukcije važnih događaja i prizora iz prošlosti te organiziranje grupnih obilazaka na tom području. Grad bi trebao uz obnovu utvrda više pažnje posvetiti obilasku utvrda kroz povijesnu priču bitnih događaja koji su obilježili te građevine za što je potrebno organizirati vodiča koji bi kvalitetno izložio povijesnu stranu i nastanak utvrda. Također, bilo bi kreativno organizirati tjedne manifestacije u kojima bi se vršile rekonstrukcije povijesnih događaja (dramske predstave) uz pomoć glumaca odjevenih u renesansnom stilu iz kojeg utvrde potječu. Obilazila bi se po jedna utvrda unutar sedam Kaštela, a u razdoblju odvijanja manifestacije, uz kulturnu ponudu, turistička zajednica bi

⁵⁸ Portal grada Kaštela, (2017), Revitalizira se kulturna baština Kaštela, [Internet], raspoloživo na: <http://www.kastela.com/2016/11/10/revitalizira-se-kulturna-bastina-kastelima/> [24.02.2017.]

mogla u suradnji s restoraterima s područja Kaštela organizirati i gastronomsku ponudu poznatih kaštelanskih jela. Time bi turisti na jedinstven način upoznali kulturnu ponudu grada uz specifičan okus domaće tradicionalne kuhinje. Grad bi prezentirao utvrde, a restorateri vlastitu ponudu jela što ide na obostranu korist. Sami dvorac Vitturi posjeduje svevremensku priču o tragičnom ljubavnom paru Miljenku i Dobrili. Ova priča smještena u središtu grada mogla bi predstavljati vrhunac događanja u sklopu obilaska utvrda. Italija kao turistička destinacija je priču o Romeu i Juliji kvalitetno ukomponirala u vrijedan turistički proizvod te kao takvog ga prezentirala tržištu. Kaštela kao grad posjeduje stvarnu priču sa autentičnim mjestima (dvorcima Vitturi i Rušinac kao mjestu stanovanja mladog para, crkvicom Sv. Ivana kao mjestu njihovog pokopa) gdje se odvila prava ljubavna priča, no nju je potrebno dodatno valorizirati i promovirati jer ni većina hrvatskog stanovništva nikada nije čula za taj događaj. Zadnja dva ljeta je taj povijesni ljubavni događaj prikazan u obliku sedmodnevne kostimirane manifestacije što je zasigurno dobar način brendiranja destinacije no treba poraditi na njenoj većoj tržišnoj prepoznatljivosti. Za primjer snimiti hrvatski film o Miljenku i Dobrili, na taj bi se način efikasno prezentirala povijesna priča i kaštelanske utvrde te bi veći broj ljudi znao za tu vrijednu kulturnu baštinu. Dobar pokušaj je bio napravljen od strane poznate klape "Sveti Juraj" koji su unutar svoje pjesme Ružo Crvena prikazali kaštelansku ljubavnu priču i lokacije povijesnih utvrda i crkvice sv. Ivana.

Turistička zajednica bi mogla osmisliti posebne pakete za parove-turiste koji bi uključivali odlazak na kostimiranu dramsku predstavu o Miljenku i Dobrili, te posjet i fotografiranje parova na autentičnim povijesnim lokacijama u tradicionalnoj odjeći iz tog razdoblja. Turistima parovima bi se u suradnji s Kulturno umjetničkim društvom Kaštela moglo omogućiti pohađanje tečaja tokom kojeg bi imali mogućnost naučiti tradicionalni kaštelanski ples. Zasigurno bi mnogima takva vrsta ponude ostala trajno upečatljiva kao jedinstvena.

Turistička zajednica bi u suradnji s udrugom kaštelanski suveniri mogla osmisliti kreativne radionice i tečajeve unutar utvrde Vitturi na kojima bi turisti mogli iz prve ruke vidjeti i naučiti izrađivati određene ukrasne predmete, nakit, lutke u kaštelanskoj narodnoj nošnji i druge rukotvorine. Turisti bi mogli razgledati i druge radove ali ih i kupiti na licu mjesta. Moglo bi se organizirati i natjecanje za najbolje izrađene rukotvorine.

Na planini Kozjak, odnosno na sjevernom dijelu Kaštela nalaze se brojne starohrvatske crkvice koje su prethodno predstavljene i nabrojane kao kulturni značajni resursi grada. U Kaštel Štafiliću se nalazi jedna od najstarijih hrvatskih crkvi, crkvica sv. Marte gdje su stolovali hrvatski vladari i gdje se prvi put spominje hrvatsko ime knez Hrvata. Ovakva

povijesno značajna lokacija za Hrvatsku može predstavljati bitan privlačni faktor u turističkoj posjećenosti grada. Potrebno je poraditi na signalizaciji i cestovnoj dostupnosti crkvice na području Kozjaka, većina njih je teško dostupna zbog starih, uskih cesta i makadama. Na brzoj cesti između Splita i Trogira ne postoje jasno vidljivi putokazi koji bi navodili posjetitelje. Određene crkvice, kao što je crkvice sv. Jurja od žestinja, je potrebno sanirati i spriječiti njihovo daljnje urušavanje i propadanje. Atrakcija bi se mogla napraviti i na području crkvice Gospe od Stomorijske gdje je lociran Biblijski vrt u kojem su zasađene mnoge biljke koje se spominju u Bibliji. Za produženje sezone mogli bi se organizirati izleti u proljeće i jesen kojim bi se posjetile kaštelanske crkvice kao i otkrivene grobnice na istom području. Za organizaciju takve ponude turistička zajednica bi trebala osigurati promidžbene materijale na svojim stranicama te angažirati turističke vodiče. Kod crkvice Gospe od Stomorijske, kao potencijalnom mjestu odmora tokom izleta, moguće bi bilo postaviti štandove na kojima bi se prodavali suveniri (kamen izrađene kaštelanske povijesne crkvice, masline, ulje, domaći crljenak u bočicama) od čega bi se dodatno ostvarila turistička potrošnja. Vrijedne povijesne građevine predstavljaju i Župne crkve grada Kaštela iz 17. i 18. stoljeća s jedinstvenim stilom gradnje i vrijednim umjetninama majstora s područja Splita, Trogira i Kaštela te importirani radovi iz Italije i Austrije. S obzirom na njihov značaj ispred svake Župne crkve bi trebalo postaviti oglasne ploče s prijevodom na više jezika (Engleski, Talijanski, Njemački, Francuski, Španjolski) uz naglašavanje poznatih sakralnih umjetnina koje se nalaze u crkvi te u kojem vremenskom periodu i kojim danima turisti mogu neometano ući i razgledavati. U crkvi sv. Jeronima u Kaštel Gomilici se nalazi jedina riznica u kojoj je izložena vrijedna crkvena zbirka. Istu je potrebno više promovirati u sklopu ukupne turističke ponude grada.

Iskoristiv turistički potencijal ima i Mujina pećina iz doba paleolitika i predstavlja najstarije prebivalište čovjeka na prostoru između Splita i Trogira. Pećinu su posjetili brojni svjetski stručnjaci što govori o važnosti tog nalazišta za grad Kaštela. Ovakva povijesna lokacija je idealan razlog posjeta gradu Kaštela od strane poznavatelja prapovijesti kao posebnog segmenta turističke klijentele zainteresirane za kulturni i arheološki turizam. Stoga je u suradnji s gradom Zagrebom osmišljen itinerar pod nazivom Putevima neandertalaca čime bi se kulturno i turistički valorizirala sva vrijedna arheološka nalazišta na području Hrvatske. Osmišljena je ruta koja bi kretala od Hušnjakovog brda do Mujine pećine u Kaštelima.⁵⁹ Ovaj projekt se doima zanimljivim i može uvelike osnažiti kulturni turizam velikog broja županija

⁵⁹ Babin, A. (2009); Kulturna baština Kaštela kao resurs kulturnog turizma, [Interet], raspoloživo na: [file:///C:/Users/Ru%C5%BEica/Downloads/17_40_1_2_2009_Ankica_Babin%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Ru%C5%BEica/Downloads/17_40_1_2_2009_Ankica_Babin%20(3).pdf) [25.02.2017.]

kroz kojeg prolazi spomenuta ruta. Ideja o ujedinjenju poznatih arheoloških lokaliteta može turistički uzdići gradove i okolna mjesta te povećati broj turističkih dolazaka na razini cijele Hrvatske kao kulturne destinacije. Uvjet koji se postavlja za ostvarivanje projekta je uključivanje brojnih kulturnih, znanstvenih ustanova, gradova, jedinica lokalne samouprave te turističkih zajednica i agencija što je poprilično zahtjevan posao koji zahtjeva kvalitetnu organizaciju. No, ukoliko bi se uspio realizirati predstavljao bi kvalitetan pomak kulturnog turizma kako na razini grada tako i na razini cijele države.

Posebno je potrebno istaknuti arheološki lokalitet Siculi na području Resnika koji predstavlja ujedno i najveće otkriveno antičko nalazište. U 2015. godini Muzej grada Kaštela u suradnji s turističkom agencijom *Ventula* turistima je omogućio sudjelovanje na arheološkim istraživanjima. Cilj je da se što veći broj turističkih agencija Kaštela uključi u projekt kako bi se formirala jedinstvena arheološka, ujedno i kulturna ponuda. Zainteresirani turisti će moći sudjelovati u raznim aktivnostima iskapanja, a u projekt se uključuje i hotel Resnik u kojem će turisti odsjedati. Ovakva vrsta turističkog proizvoda je veoma suvremena i može polučiti uspjeh, gradu treba više ovako kvalitetno osmišljenih projekata kako bi Kaštelanski turizam napokon počeo pružati diversificiranu i privlačnu turističku ponudu. Područje Kaštelanskog zaljeva je idealno upravo za razvoj kulturnog i arheološkog turizma. Vrlo bitan naglasak se ovdje stavlja na potrebu za suradnjom kulturnih institucija, hotela, turističkih agencija ali i same turističke zajednice koja na lokalnoj razini treba utjecati na organizaciju i formiranje takve turističke ponude. Potrebno je sve sudionike u turizmu Kaštela osvijestiti, obrazovati i informirati o važnosti zajedničke suradnje kako bi se projekti lakše realizirali putem organiziranih sastanaka.

Rimske vile rustike koje su devastirane treba također bolje valorizirati, promovirati i označiti kao mjesto rimskih ladanjski vila. Također bi trebala postojati posebna ploča na kojoj bi se mogao vidjeti tlocrtni prikaz tadašnjih rimskih vila ili bi se pak mogao osmisliti unutar mobilne aplikacije grada Kaštela poseban dio sadržaja (modeli) putem koje bi turisti mogli vizualno doživjeti i vidjeti izvorni oblik tih objekata koji se danas nalaze u ruševinama. Dodatni problem je što grad Kaštela uopće nema svoju aplikaciju, u današnjem svijetu sve važniju ulogu igra razvoj novih tehnologija zbog čega se stvara potreba da se svaka turistička destinacija treba prilagoditi rastućim trendovima ukoliko uopće želi poslovati. Sve veći broj turista putem mobitela se informira o ponudi i sadržajima unutar nekog mjesta stoga bi grad trebao razviti aplikaciju preko koje bi turisti dobivali informacije o kulturnim događanjima, gastronomiji (restoranima), znamenitostima, noćnom životu itd.

Veoma privlačan arheološki lokalitet koji je uvelike turistički zanemaren, a nalazi se na području Kozjaka, su ostaci prapovijesnih naselja Gradine. Ovakva vrsta povijesne ostavštine bi se trebala kvalitetnije valorizirati i predstaviti kao turistički proizvod unutar ukupne ponude grada. Sami Muzej grada Kaštela je 2008. godine napravio izložbu fotografija "Gradine Kaštela i okolice", a izložba je čak prikazana i u Arheološkom muzeju u Zagrebu.⁶⁰ Ta izložba predstavlja dobru vrstu promidžbe te se na taj način širi broj populacije može upoznati s ponudom grada Kaštela. Također, na području Gradina bi trebalo napraviti prohodne puteve do lokaliteta i postaviti tabele s informacijama o povijesnoj ulozi istih, nakon čega bi turistička zajednica mogla organizirati turističke posjete na tom području.

U gradu Kaštela nalaze se povijesni parkovi i perivoji među kojima bi najviše potencijala mogao imati spomenik prirode i kulture park Vitturi u blizini utvrde Vitturi kojeg je podigla istoimena obitelj. U njemu su još uvijek su sačuvani posađeni stari čempresi i borovi, a krasi ga i povijesni bunar. Park se svakodnevno održava i čisti, no to nije dovoljno kako bi se maksimalno iskoristio njegov turistički i kulturni potencijal. Potrebno je izraditi projekt za obnovu i revitalizaciju parka kojeg je onda moguće uklopiti u ponudu. Na tom mjestu bi se mogli izvoditi koncerti klasične glazbe za vrijeme ljetne sezone ali i u proljeće. Negativna strana cijele priče vezane za kaštelanske parkove i perivoje je ta da većina njih nije dovoljno valorizirana i većinski je zanemarena kao dio ponude mjesta. Jedino botanički vrt u Kaštel Lukšiću je očuvan i otvoren tokom cijele godine posjetiteljima.

Grad bi dodatno mogao obogatiti kulturno turističku ponudu mjesta ukoliko bi se iskoristila vrijednost sorti koje uspijevaju na području Kaštela među kojima se najviše ističe Crljenak kaštelanski i maslinarstvo. Veliki pomak je napravljen je prosincu 2016. godine kada je održana manifestacija o vinskim putevima Crljenka kaštelanskog koja je zainteresirala i širu javnost pa će se ista održati i ove godine. Udruživanjem lokalnih vinara i članova udruge Prijatelja konja događaj je obilježen degustacijom domaćeg vina, tradicionalnom hranom i folklorom.⁶¹ Održavanjem ove manifestacije upravo u vrijeme post sezone je pokazano kako se kulturno turistička ponuda Kaštela ne mora koncentrirati samo za vrijeme ljetne sezone obzirom da je iz rezultata ankete vidljivo kako većina turista posjećuju kulturne atrakcije i manifestacije mjesta u razdoblju od 4 do 9 mjeseca. Grad bi trebao kvalitetnije surađivati s

⁶⁰ Portal grada Kaštela, (2017); Gradine Kaštela i okolice, [Internet], raspoloživo na: http://www.kastela.org/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=5246:gradine-kastela-i-okolice&catid=16:kultura&Itemid=6 [25.02.2017.]

⁶¹ Portal grada Kaštela, (2017); Reprizirana priča o vinskim putima, [Internet], raspoloživo na: <http://www.kastela.org/crljenak/28456-reprizirana-prica-o-vinskim-putima> [25.02.2017.]

lokalnim vinarima kako bi zajedno sudjelovali na takvim projektima. S obzirom da je i maslinarstvo vrlo bitna kulturna djelatnost turistička zajednica treba poraditi i na suradnji s Udrugom maslinara grada Kaštela u istom segmentu. Za produženje sezone bi trebalo berbu maslina i grožđa uvrstiti u ukupnu ponudu, sigurno bi brojni posjetitelji/ turisti imali želju sudjelovati u takvim aktivnosti i na jedinstven način upoznati kulturni život Kaštela. U vrijeme berbe ovih sorti od rujna do studenoga turistička zajednica bi u suradnji s vinarima i maslinarima mogla promovirati (preko svoje stranice kao i reklamnih materijala, e-brošura) ovu vrstu specijalne ponude te organizirati grupe turista berača koji bi zajedno s vlasnicima vinograda i maslinika odlazili u branje. Nakon odrađenog posla turisti bi imali mogućnost vidjeti kako se grožđe i masline prerađuju u finalni proizvod, ulje i vino. Vinari bi također turiste mogli provesti kroz svoje vinarije gdje se čuvaju boce poznatog Crljenka uz mogućnost kušanja i kupnje. Sigurno bi ovakva vrsta ponude zainteresirala mnoge zaljubljenike u vina.

Iz rezultata ankete i trenutne turističke ponude grada Kaštela je vidljivo kako grad treba više poraditi na razvoju novih turističkih proizvoda te na promociji postojećih. Veliku važnost gradu pridonose manifestacije tokom godine, a većina njih je koncentrirana u vrijeme ljetne sezone. U razdoblju od siječnja do svibnja održava se samo Krnjeval u veljači i to u trajanju od tjedan dana, te Praznik cvijeća krajem svibnja u trajanju od dva dana. Zatim, razdoblje ljetne sezone je obilježeno brojnim manifestacijama, izložbama i događanjima (Izložbe unikatnog nakita, slika i skulptura, Večer kaštelanskih mažoretkinja, Koncerti klasične glazbe, Koncerti šansone, razne priredbe, Beach party, klapske večeri, Festival Večeri dalmatinske pisme, Ribarska fešta, Legenda o Miljenku i Dobrili itd.) Iza sezone ponovo se smanjuje broj događanja, a mjesec rujan obilježavaju jedino dvije izložbe u Muzeju grada Kaštela te Festival šalše i salse, dok se u listopadu održava svega jedna manifestacija i to Sajam plodova zemlje u trajanju od jednog dana.⁶² U rezultatima ankete se 83,7% ispitanika složilo kako Grad ne raspolaže s dovoljnim brojem manifestacija za vrijeme zimskog dijela godine. Prethodno danim prijedlozima vezanim uz maslinarstvo i Crljenak grad bi sigurno uspio povećati kulturno turističku ponudu i produžiti je van sezone. Iznenadujuće je kako 58% ispitanika smatra da grad treba povećati broj manifestacija i za vrijeme ljeta. Mogući razlog takvih odgovora može ležati u činjenici da iako postoji veliki broj manifestacija, grad treba puno više poraditi na promociji i održavanju manifestacijskih događanja na području svake od kaštelanskih utvrda kao i oživljavanju Legende o Miljenku i Dobrili na jedan kvalitetniji način

⁶² Službene stranice Turističke zajednice Grada Kaštela, (2017); službene stranice Grada Kaštela, [Internet], raspoloživo na: <http://www.kastela-info.hr/hr/događanja/2016-02> [25.02.2017.]

u sklopu cjelovitog proizvoda destinacije. Većina manifestacija i događanja se odvija u utvrđi Vitturi dok su druge zanemarene.

Vidljivo je da grad Kaštela ima potencijala za razvoj vlastite ponude, ali ne smije se zaboraviti i mogućnost suradnje s komplementarnim destinacijama Splita, Trogira i Solina. Susjedni gradovi se razlikuju od grada Kaštela, imaju UNESCO-ve lokalitete, drugačije znamenitosti, manifestacije i atrakcije kao i običaje. No, te destinacije nije potrebno promatrati kao konkurente već tokom rada na vlastitoj kulturno turističkoj ponudi, treba poraditi i na zajedničkoj suradnji s komplementarnim destinacijama. Većina turista koji odsjedaju ili usputno posjećuju Kaštela zapravo za glavni razlog dolaska navode blizinu Splita i Trogira. Bitno je napomenuti da su susjedna područja međusobno povezana i kroz povijest, cijelo područje je bilo pod rimskom vlasti, ali i izloženo napadima Turaka. Na jednoj većoj razini bi se mogli organizirati izleti kojima bi se posjetili povijesno bitni lokaliteti od Splita do Trogira ukomponirani u jednu cjelovitu priču. Dakle, turističke zajednice okolnih gradova u suradnji s kulturnim institucijama bi zajedno trebale nadopuniti i povezati razne sadržaje te ih promovirati i tako zajedno nastupiti na tržištu kroz jedan zajednički turistički proizvod.

6. ZAKLJUČAK

Kulturni turizam predstavlja jednu od najvažnijih grana u turizmu koja će nastaviti svoj pozitivan trend rasta. Većina putovanja koja se u današnjici ostvaruje u sebi sadrže komponentu kulture. Raste potražnja za turističkim destinacijama koje nude diversificiranu, kvalitetnu i jedinstvenu ponudu. Grad Kaštela s obzirom na prirodno geografske karakteristike i bogatstvo materijalne i nematerijalne kulturne baštine može udovoljiti suvremenim zahtjevima tržišta u budućnosti, ali ti elementi nisu sami po sebi dovoljni za postizanje prepoznatljivosti grada kao privlačne destinacije zbog zahtjevnosti tržišta i rasta konkurencije, odnosno pojavljivanja novih turistički atraktivnih destinacija. Vidljivo je da iako grad Kaštela raspolaže mnoštvom kulturnih znamenitosti i blizinom komplementarnih destinacije Splita i Trogira nema zadovoljavajuću i turistički prepoznatljivu ponudu. Većina dolazaka vezuje se uz slučajan prolazak i posjet, što samim time utječe na ostvarivanje niske razine potražnje i potrošnje. Stoga je potrebno prilagoditi turističku ponudu postojećoj potražnji što se u prvom redu može ostvariti kvalitetno razrađenom strategijom turističkog razvoja grada. Nakon formiranja strategije destinacija dobiva plan kojom putanjom se treba kretati kako bi maksimalno iskoristila vlastiti potencijal. Obzirom na provedena primarna i sekundarna istraživanja unutar rada dolazi se do zaključka da Grad i Turistička zajednica grada Kaštela trebaju raditi na obnovi i sanaciji postojećih kulturnih resursa, njihovoj signalizaciji, osmišljavanju projekata u cilju razvoja novih kulturno turističkih proizvoda kao i njihovoj promociji. Većina kulturno značajnih resursa je zanemarena i nije uvrštena u razrađenu turističku ponudu grada. Turistička zajednica kao glavni pokretač bi također trebala poraditi na suradnji sa svim bitnim subjektima koji djeluju u turizmu, turističkim agencijama, kulturnim institucijama, iznajmljivačima, poljoprivrednicima, udrugama te svima ostalima koji su u doticaju s turizmom ili na neki način mogu pridonijeti njegovom razvoju ali i lokalnim stanovništvom koje veoma dobro poznaje potencijal svog mjesta. Kaštela do sada nikada nisu imala plan razvoja turizma, s takvim poslovanjem destinacija ne može napredovati i postati prepoznatljiva. Važno je napomenuti da je na turizam grada Kaštela, uz slabo razvijenu ponudu, također utjecala i industrijska proizvodnja koja je donijela velika zagađenja te samim time umanjila razvojni potencijal mjesta. No, većina njih je danas ugašena, a čistoća okoliša i mora se znatno poboljšala. S obzirom na porast konkurencije i zahtjevnosti potražnje grad treba poraditi i na formiranju vlastitog upečatljivog imidža. Kaštela bi se mogla prezentirati kao grad tragične ljubavne priče i prepoznatljivog vina, Crljenka. Imidž može uvelike pomoći gradu da stvori vlastiti identitet i da se razlikuje

naspram drugih destinacija što može biti ključni faktor uspjeha dok se pri tome ne smije zanemariti održivost turističkog razvoja grada.

LITERATURA

KNJIGE:

1. Acalija, S. (2007); Župna crkva Bezgrešnog začeća Blažene Djevice Marije u Kaštel Štafiliću, Kaštela, Muzej grada Kaštela
2. Babin, A. (2004); Publikacija Crkva sv. Ivana Krstitelja u Kaštel Starome, Kaštela, Muzej grada Kaštela
3. Bego, F. (1991); Kaštel Kambelovac, Kaštel Gomilica, Bijaći-društvo za očuvanje kulturne baštine Kaštela, Kaštela
4. Domazet, M. (1996); Sto ljeta turizma u Kaštelima, Turistička zajednica grada Kaštela, Turistička zajednica Županije splitsko-dalmatinske, Split, Razvitak turizma u Kaštelima od 1885. do danas
5. Duvnjak, M. (2007): Župna crkva Sv. Petra Apostola u Kaštel Novome, Babin A., Split, Kulturno povijesni i prostorni okvir
6. Geić, S. (2007): Organizacija i politika turizma: Kulturološko-ekologijski i sociogospodarski aspekti, Sveučilište u Splitu, Split
7. Jelinčić, D. A., (2008); Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia, Zagreb, str.20-21.
8. Kamenjarin, I., Šuta, I., Bonačić Mandinić, M., Sanford, J. (2011.); Antički Sikuli, Muzej grada Kaštela, Kaštel Lukšić
9. Kaštelanski zbornik 4 (1994); Bijaći-društvo za očuvanje kulturne baštine Kaštela, Zavičajni muzej Kaštela, Kaštela
10. Omašić, V. (1996); Sto ljeta turizma u Kaštelima, Turistička zajednica grada Kaštela, Turistička zajednica Županije splitsko-dalmatinske, Split, Kaštela kroz povijest kao mjesto odmora
11. Omašić, V. (2001); Kaštela od prapovijesti do početka XX. Stoljeća, Muzej grada Kaštela, društvo za očuvanje kulture i prirodne baštine Kaštela "Bijaći", Kaštela
12. Petrić, L. (2013/2014.): Uvod u turizam
13. Pirjevec, B., Kesar, O.(2002): Počela turizma, Mikrorad d.o.o., Zagreb
14. Šuta, I. (2016.); Prapovijest Kozjaka, Muzej grada Kaštela, Kaštel Lukšić

ČLANCI I STRUČNI RADOVI:

1. Acalija, S. (2009.): Kaštelanski turizam u kronološkom pregledu: uz 100 godišnjicu pansiona Šoulavy, Babin A. i Maršić N., Split, Povijesni pregled, str. 3-5.
2. Babin, A. (2009); Kulturna baština Kaštela kao resurs kulturnog turizma
3. Bućan, I. (1996); Autohtona vegetacija i parkovi kao turistički kurioziteti Kaštela, „Sto ljeta turizma u Kaštelima, Turistička zajednica grada Kaštela, Turistička zajednica Županije splitsko-dalmatinske, Split, str.38.
4. Dahringer i Muhlbacher, prema Jenkins & Jones (2002.), str 81.
5. Pavlović, T (2015.); Kulturni turizam kao strategija turističkog razvoja grada Splita, Diplomski rad, Ekonomski fakultet, Split, str.19.
6. Karavanić, I. (2014.); Mujina pećina-tragovi života dalmatinskog pračovjeka, Muzej grada Kaštela, Kaštel Lukšić, str.8-10.
7. Kesar, O. (2012.) : Razvoj turističke destinacije prema specifičnim oblicima turizma, Zagreb, Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu
8. Razović, M. (2009). Obilježja ponude kulturnog turizma dalmatinskih županija. *Acta turistica nova*, 3(1), 137-162.
9. Strategija razvoja kulturnog turizma (2013) ; Od kulture i turizma do kulturnog turizma, Institut za turizam, Zagreb, str. 6.
10. TOMAS, Kulturni turizam (2008.) Stavovi i potrošnja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, str. 2.
11. Tomljenović, R., Boranić, Živoder, S.(2015.): Akcijski plan razvoja kulturnog turizma, Zagreb, str 26.
12. UNEP and UNWTO, (2005); Making Tourism More Sustainable: Guide for Policy Makers, UNEP and UNWTO, 11
13. Vreg , F.(2002); Europska kultura i turističko komuniciranje. Media, cultureandpublicrelations.1; str. 3.
14. Vukonić, B. (2008); Povijesni gradovi i njihova turistička razvojna opcija. *Acta Turistica Nova*. 2, str. 111-122.

WEB STRANICE:

1. Babin, A. (2009); Kulturna baština Kaštela kao resurs kulturnog turizma, raspoloživo na:
[file:///C:/Users/Ru%C5%BEica/Downloads/17_40_1_2_2009_Ankica_Babin%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Ru%C5%BEica/Downloads/17_40_1_2_2009_Ankica_Babin%20(3).pdf) [25.02.2017]
2. Dalmatinski portal, [Internet], raspoloživo na:
<http://dalmatinskiportal.hr/vijesti/povijest-kastela--trogirski-i-splitski-plemici-digli-sudvadesetak-utvrda-kako-bi-zastitili-tezake-i-ljetinu/9197> [05.11.2016.]
3. Grad Kaštela, Službeni glasnik grada Kaštela (2015.), broj 1, [Internet], raspoloživo na: http://www.kastela.hr/wp-content/uploads/2015/01/ka_01_15.pdf [22.10.2016]
4. Maletić, E.(2016); Crljenak kaštelanski- Zinfandel, Grad Kaštela, Turistička zajednica Grada Kaštela, [Internet], raspoloživo na: <http://www.kastela.org/kastela/ukastelima/1138-crljenak-kastelanski-zinfandel> [11.11.2016.]
5. Muzej grada Kaštela,(2016);Kaštela, Povijest Muzeja, [Internet], raspoloživo na: <http://www.muzej-grada-kastela.hr/povijest.html> [07.11.2016.]
6. Portal za kulturni turizam, Muzej grada Kaštela, [Internet], raspoloživo na: <http://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/kastela/> [05.11.2016.]
7. Portal grada Kaštela, (2016); raspoloživo na: <http://www.kastela.org/> [07.11.2016.]
8. Službene stranice Turističke zajednice Grada Kaštela, (2017); raspoloživo na: <http://www.kastela-info.hr/> [25.02.2017.]
9. Unesco Intangible Heritage 2003, [Internet] raspoloživo na:
http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=17716&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html [10.10.2016.]
10. United Nation World Heritage Convention Concerning Prorotection of the World Cultural and Natural Heritage 1972, [Internet] raspoloživo na: <http://whc.unesco.org/archive/convention-en.pdf> [10.10.2016]
11. Wikipedija, Ekološki turizam,[Internet] raspoloživo na:
https://hr.wikipedia.org/wiki/Ekolo%C5%A1ki_turizam [15.10.2016.]
12. Župa Kaštel Sućurac (2016); Župna crkva sv. Jurja, [Internet], raspoloživo na: <http://zupaksucurac.wixsite.com/zupa-kastel-sucurac/untitled-c5ro> [07.11.2016]
13. Župa Uznesenja BDM (2016); Povijest župe, [Interet], raspoloživo na: <http://www.zupa-luksic.com/about.php> [07.11.2016.]

POPIS SLIKA I TABLICA

Popis tablica:

Tablica 1: Broj gostiju i noćenja u razdoblju 1988.g.-1994.g., str. 25

Tablica 2: Broj gostiju i noćenja u razdoblju 2000.g.-2015.g., str. 25

Tablica 3: SWOT analiza, str.41

Popis slika:

Slika 1: Prikaz stupnja obrazovanja turističkih sudionika grada Kaštela, str.43

Slika 2: Prikaz dobne skupine kulturnih turista, str. 43

Slika 3: Prikaz perioda godine u kojem posjetioči kulturnog turizma dolaze, str. 44

Slika 4: Prikaz glavnih motiva posjeta kulturnoj baštini Kaštela, str. 45

Slika 5: Prikaz dijagrama s rezultatima za tvrdnje (vezane uz kulturni turizam kao dio turističke ponude) od 1 do 4, str. 45

Slika 6: Prikaz dijagrama s rezultatima za tvrdnje (vezane uz kulturni turizam kao dio turističke ponude) od 5 do 8, str. 47

Slika 7: Prikaz dijagrama s rezultatima za tvrdnje (vezane uz kulturni turizam kao dio turističke ponude) od 9 do 12, str. 48

Slika 8: Prikaz dijagrama s rezultatima za tvrdnje (vezane uz kulturni turizam kao dio turističke ponude) 13 i 14, str. 50

Slika 9: Prikaz kulturnih atrakcija koje kulturni turisti najčešće posjećuju, str. 51

Slika 10: Prikaz glavnih asocijacija turista na grad Kaštela, str. 51

Slika 11: Prikaz dodatnih prijedloga ispitanika za razvoj kulturnog turizma grada Kaštela, str. 52

SAŽETAK

Turizam i kultura imaju jaku korelaciju koja postaje sve intenzivnija obzirom na zahtjeve suvremenog turističkog tržišta. Sve više raste potražnja za diversificiranom i jedinstvom turističkom ponudom zbog čega se formiraju različiti selektivni oblici turizma među kojima je i kulturni turizam. Kulturni turizam predstavlja vrstu putovanja koja uključuju posjet kulturnim resursima nekog područja, odnosno omogućava posjetiteljima da upoznaju turističku destinaciju kroz umjetnosti, povijest i kulturu. S obzirom na rastući broj putovanja bitnu ulogu ima koncepcija održivog turizma odnosno održivo korištenje kulturne baštine koje podrazumijeva očuvanje ali i stjecanje prihoda od njenog korištenja. Grad Kaštela raspolaže brojnim arheološkim lokalitetima, kulturno povijesnim građevinama, parkovima i perivojima te bogatom nematerijalnom baštinom. Kaštela se stoga mogu prezentirati kao kulturno turističko odredište ali trenutna ponuda ne može udovoljiti potražnji. Potrebno je poraditi na razvoju novih turističkih proizvoda te promociji, dostupnosti i kvaliteti postojećeg kulturno turističkog sadržaja. Grad ima mnogo prilika iz okruženja te potencijala za razvoj u turistički privlačnu destinaciju.

Ključne riječi: Kaštela, kulturni turizam, turistički proizvod, razvoj

SUMMARY

Tourism and culture have a strong correlation that becomes even more intense because of the requirements of the modern tourist market. There is a growing demand for diversified and unique tourism supply, therefor are formed selective types of tourism, including cultural tourism. This type of tourism includes visits to cultural resources of an area and enables visitors to learn more about tourist destination through the art, history and culture. Considering the growing number of travels very important role plays Concept of sustainable tourism and sustainable use of cultural heritage that includes preserving and generating income from its use. City of Kaštela has numerous archaeological localities, cultural and historic buildings, parks and gardens and also rich intangible heritage. Kaštela therefor can be presented as a cultural tourist destination, but the current supply cannot meet demand. It is necessary to work on the development of new products and also on the promotion, availability and quality of existing cultural and tourist facilities. The city has many opportunities from the environment and potential for development in the attractive destination.

Key words: Kaštela, cultural tourism, tourism product, evolvent