PROBLEMI RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA U GRADU TROGIRU

Lovrić, Karla

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

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:124:145641

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

PROBLEMI RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA U GRADU TROGIRU

Mentor:

Doc. dr. sc. Davorka Mikulić

Student:

Karla Lovrić

Split, rujan 2018.

SADRŽAJ:

1. UVOD **3**
2. POJAM I PODJELA KULTURNE BAŠTINE **5**
2.1. Definicija kulturne baštine **5**
2.2. Podjela kulturne baštine **6**
2.2.1. Materijalna kulturna baština 7
2.2.2. Nematerijalna kulturna baština 9
2.3. Institucionalni okvir **9**
3. KULTURNI TURIZAM I PREDUVJETI RAZVOJA **11**
3.1.Definiranje pojma kulturnog turizma **11**
3.2.Turisti motivirani kulturnom **14**
4. PROBLEMI RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA U TROGIRU **17**
4.1. Povijest grada Trogira **17**
4.2. Kulturna baština grada Trogira **18**
4.3. Turizam u gradu Trogiru **22**
4.3.1. Turistička potražnja u Trogiru 22
4.3.2. Turistička ponuda u Trogiru 23
4.4. Problemi razvoja kulturnog turizma i smjernice razvoja **24**
LITERATURA: **31**
POPIS TABLICA **34**
POPIS SLIKA **35**
SAŽETAK **36**
SUMMARY **37**

1. UVOD

Razvojem turizma mijenjaju se potrebe i interesi turista, fokus se pomiče s jednostavnijih oblika turizma, kao što je odmorišni turizam, na suvremenije selektivne oblike turizma. Posebice kulturni turizam koji predstavlja kretanje ljudi uzrokovano atrakcijama izvan uobičajenog mjesta stanovanja s namjerom sakupljanja novih informacija i iskustava kako bi zadovoljili kulturne potrebe. Obogaćivanjem se ponude otvara prostor na tržištu za stvaranje novog segmenta posjetitelja, posjetitelja motiviranih kulturom. Kulturno turistički proizvodi povećavaju potrošnju turista u destinaciji, produljuju njihov boravak i povećavaju zadovoljstvo viđenim, što posljedično pozitivno utječe na povratak posjetitelja. Povećanjem značaja kulturnog turizma povećava se svijest o kulturnim dobrima i potiče se njihovo očuvanje.

Trogir, grad čije se povijesno središte nalazi na UNESCO-voj listi svjetske kulturne baštine od 1997. godine, jedno je od kulturnih središta Dalmacije. Uvrštavanjem na UNESCO-vu listu dolazi do potrebe za stvaranjem turističke ponude što dovodi do postepenog razvoja masovnog turizma s naglaskom na kulturnu baštinu grada. Cilj je ovog rada pojasniti značenje pojma i važnosti kulturnog turizma grada Trogira kao važnog faktora ponude te analizirati probleme nastale kao posljedica toga i ponuditi određene smjernice daljnjeg razvoja. Rad je koncipiran u tri poglavlja, ne uključujući uvod i zaključak.

Po završetku uvoda, u drugoj se cjelini obrađuje definicija i podjela kulturne baštine kao pojma turističke ponude te podjela kulturne baštine na materijalnu i nematerijalnu. Također, cjelina sadrži osvrt na institucionalni okvir Republike Hrvatske kojim je definirana zaštita i razvoj kulturnog turizma i uloga države u istim.

U trećoj se cjelini definira značenje kulturnog turizma i međuovisnost kulture i turizma. Potom se predstavljaju preduvjeti za razvoj kulturnog turizma.

Četvrta cjelina započinje upoznavanjem s Trogirom putem kratkog povijesnog osvrta. Zatim je predstavljeno bogatstvo kulturne baštine Trogira i turizam u Trogiru. Posljednji se dio cjeline odnosi na problematiku razvoja kulturnog turizma grada s ponuđenim smjernicama daljnjeg razvoja.

U posljednjoj su cjelini navedeni zaključak i popis korištene literature.

Pri izradi rada koristile su se znanstvene metode istraživanja kao što su: metoda indukcije i dedukcije, metoda sinteze i analize te opisna metoda.

2. POJAM I PODJELA KULTURNE BAŠTINE

2.1. Definicija kulturne baštine

Kulturna je baština izuzetno složen pojam čijoj se definiciji pristupa s aspekta više znanstvenih disciplina. Približim se definiranjem kulturne baštine s više aspekata omogućava olakšano razumijevanje pojma. Postoji više različitih definicija kojima se predočava pojam kulturne baštine kako bi se pobliže objasnio, no, da bi se počelo s analizom pojma kulturne baštine ponajprije je potrebno pojasniti pojmove kultura i baština.

Osnovna definicija pojma kulture bi bila: „Pojam koji obično označava složenu cjelinu institucija, vrijednosti, predodžbi i praksi koje čine život određene ljudske skupine, a prenose se i primaju učenjem“.[1]

No, prethodna definicija ne obuhvaća cjelokupno značenje iznimno složenog pojma kulture. Jedna od novijih definicija pobliže objašnjava bit i složenost kulture: „Kultura nije samo umjetnost, odnosno estetski sud izabrane manjine koja je obrazovana kako bi znala cijeniti određene kulturne aktivnosti; ona uključuje život i interese svih građana“… „kultura se odnosi na skup vrijednosti, vjerovanja, ponašanja simbola i oblika naučenog ponašanja lokalne zajednice. Definira se kao način života koji neka zajednica dijeli i prenosi s generacije na generaciju i smatra se tipičnim za određenu društvenu zajednicu. Kultura uključuje i prirodna, povijesna i kulturna postignuća određenog područja i stanovništva“.[2]

Stoga se definicija kulture treba promatrati iz različitih aspekata jer je ujedno ostvarenje i pojedinca i zajednice. Kao ostvarenje pojedinca, kultura se odnosi na osobna postignuća i vrijednosti osobe. A, kao ostvarenje zaajednice, kultura predstavlja s vremenom utemeljenu hijerarhiju i društveno uređenje te sakupljeno i utvrđeno znanje i umijeća. Iz navedenog je očigledno da kultura nije nastala momentalno već se godinama afirmirala i prenosila s generacije na generaciju kako bi se očuvala.

Svojstveni pojmovi kulture i baštine sami po sebi označavaju bitan dio cjelokupnog naslijeđa entiteta (pojma koji nadilazi ograničenost pojma narod jer se navedeni pojmovi mogu odnositi na manje i veće populacije), ali njihovo stapanje u pojam kulturne baštine daje cjelovit uvid i pregled u identitet entiteta.

[1] Leksikografski zavod Miroslav Krleža; preuzeto sa: www.enciklopedija.hr (pristupljeno 14. lipnja 2018.)
[2] Jelinčić, D.A. (2008.): Abeceda Kulturnog Turizma, Meandarmedia, Zagreb, str.28.

„Kulturna baština materijalna i nematerijalna, zajedničko je bogatstvo čovječanstva u svojoj raznolikosti i posebnosti, a njena zaštita jedan je od važnih čimbenika za prepoznavanje, definiranje i afirmaciju kulturnog identiteta. Kulturnu baštinu čine pokretna i nepokretna kulturna dobra od umjetničkoga, povijesnoga, paleontološkoga, arheološkoga, antropološkog i znanstvenog značenja.“[3]

Pojam baština odnosi se na nešto naslijeđeno iz prošlosti, radi se o dobru koje se generacijama prenosilo do današnjeg dana. Baština predstavlja poveznicu između današnjih stanovnika nekog područja i njihovih predaka koja je jedinstvena za područje na kojem se nalazi.

Dakle, kulturna se baština podjednako odnosi na materijalna i nematerijalna dobra gdje materijalna dobra obuhvaćaju „spomenike, djela arhitekture, monumentalna kiparska i slikarska djela, elemente ili strukture arheološkog karaktera, natpise, većinu i grupe elemenata koji imaju iznimnu univerzalnu vrijednost s povijesnog, umjetničkog ili znanstvenog gledišta; grupna zdanja: grupe izoliranih ili povezanih građevina koje po svojoj arhitekturi, jedinstvu i uklopljenosti u krajolik predstavljaju iznimnu univerzalnu vrijednost s povijesnog, umjetničkog ili znanstvenog gledišta te znamenita mjesta: djela ljudskih ruku ili kombinirana djela ljudskih ruku i prirode kao i zone, uključujući arheološka nalazišta koja su od iznimno univerzalnog značaja s povijesnog, estetskog i etnološkog ili antropološkog gledišta.“[4].

Dok se nematerijalna dobra definiraju kao: „oblici kulturnog izričaja od osobite važnosti na određenom prostoru, njihova koncentracija odnosno disperzija svjedoči njihovu povijesnu ukorijenjenost posebice u tradicijskoj kulturi nematerijalne kulturne baštine osobite vrijednosti ili popularne i tradicijske izričaje iznimne vrijednosti s povijesnog, umjetničkog, etnografskog, sociološkog, antropološkog, lingvističkog ili književnog aspekta.“[5]

2.2. Podjela kulturne baštine

Baštinu je potrebno klasificirati kako bi se mogla identificirati i evidentirati te naposljetku valorizirati i štiti. Jedino adekvatnom valorizacijom i zaštitom moguće je ostvariti preduvjete za razvoj kulturne baštine. Kulturna se baština odnosi na: „spomenike, skupine zgrada i lokalitete koji imaju povijesnu, estetsku, arheološku, znanstvenu, etnološku ili antropološku

[3] Definicija Ministarstva kulture Republike Hrvatske preuzeto sa: https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6 (pristupljeno 12. lipnja 2018.)
[4] Konvencija o zaštiti prirodne i kulturne baštine (UNESCO 1972.) preuzeto sa: https://whc.unesco.org/en/conventiontext/ (pristupljeno 12. lipnja 2018.)
[5] Definicija Ministarstva kulture Republike Hrvatske preuzeto sa: https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=251 (pristupljeno 12. lipnja 2018.)

vrijednost“.[6] Kulturna baština predstavlja ostavštinu predaka s kulturnim svojstvima koja je implementirana u život i odgoj današnjeg stanovništva, a odnosi se na književnost, umjetnost, znanost i slične pojmove.

Organizacija Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu (UNESCO) definirala je kulturnu baštinu putem Konvencije o zaštiti prirodne i kulturne baštine davne 1972. godine.

Pri definiranju kulturne baštine fokus je stavljen na tri glavne komponente kulturne baštine. Prva komponenta su spomenici u obliku arhitektonskih radova, monumentalnih djela iz područja skulpture i slikanja. Također, u prvu komponentu uvrštavamo elemente arheološke prirode kao što su crteži, pećine i prebivališta te kombinaciju obilježja univerzalne vrijednosti bilo povijesne, umjetničke ili znanstvene. Kao drugu komponentu definiramo skupine građevina koje mogu biti samostojeće ili povezane građevine čija arhitektonska unikatnost, homogenost ili položaj u okolišu daju na izuzetnosti i vrijednosti. Treća komponenta su lokaliteti, koji mogu biti čovjekovo djelo ili kombinacija utjecaja prirode i čovjeka, koji su bili integrirani u svakodnevni život i time dobivaju na povijesnoj, umjetničkoj i znanstvenoj vrijednosti.[7]

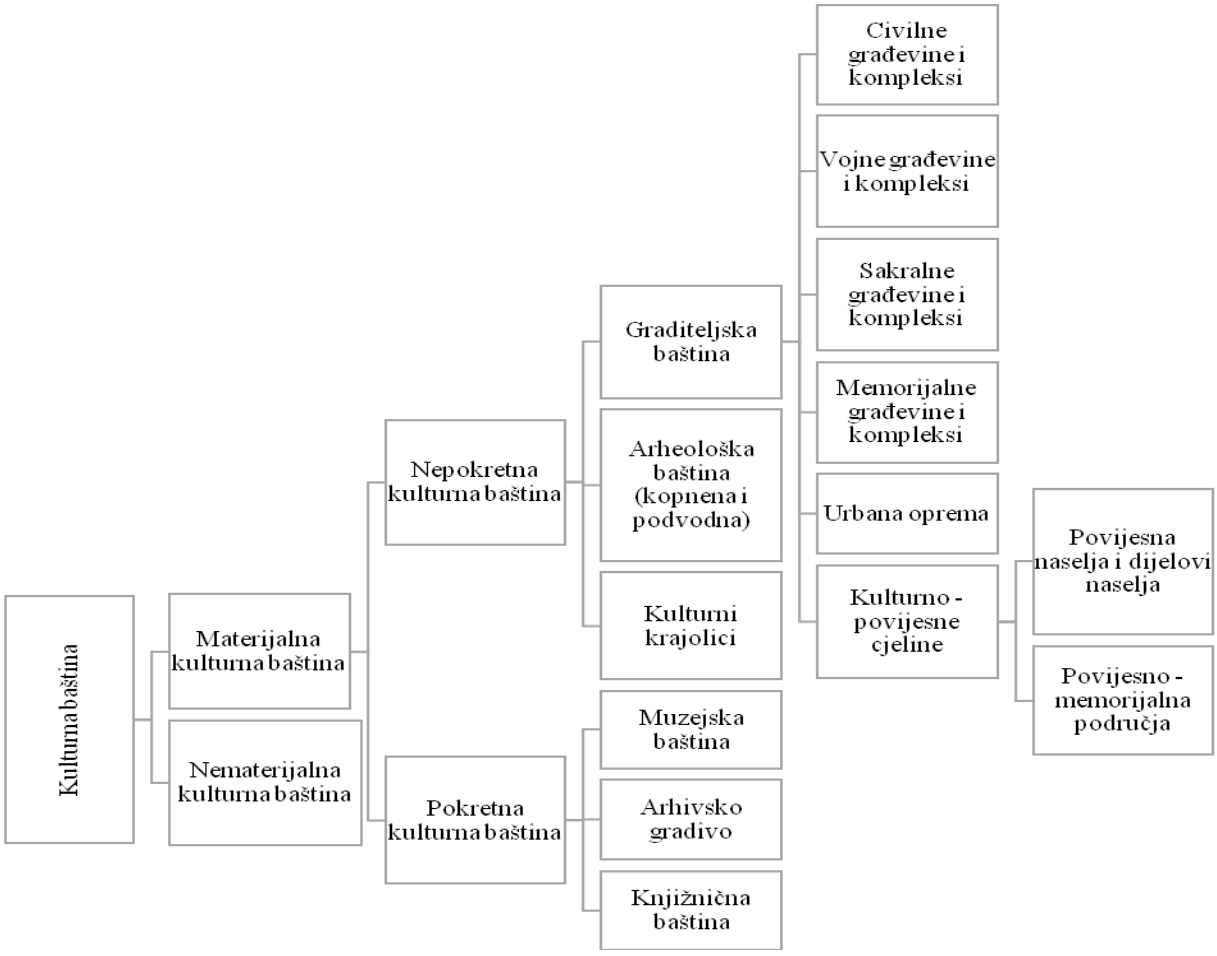
2.2.1. Materijalna kulturna baština

Materijalna je kulturna baština fizička i opipljiva baština koja sadrži već spomenute elemente definicije kulturne baštine prema UNESCO-u, ali se razlikuje od nematerijalne baštine po tome što joj je glavna karakteristika predstavljanje povijesnih konstrukcija različitih namjena uključujući sakralne, stambene, trijumfalne i umjetničke objekte te raznovrsne rukotvorine čijim se premještanjem ili rekreacijom ne utječe na izvornu vrijednost.

Podjela se vrši na nepokretnu i pokretnu kulturnu baštinu. Nepokretnu kulturnu baštinu čine pojedinačne građevine i/ili kompleksi građevina, kulturno – povijesne cjeline te krajolici, te ona može biti: grad, selo, naselje ili dio naselja, te na manjoj skali građevine, dijelovi građevina i kompleks građevina s okolišem. Također u nepokretnu kulturnu baštinu ubrajamo elemente povijesne opreme naselja, elemente povezane s povijesnim događajima i osobama, podvodna i površinska arheološka nalazišta, područja s etnološkim i toponimskim sadržajima, krajolik koji svjedoči postojanju čovjekove nazočnosti te vrtovi i perivoji.[8]

[6] Konvencija o zaštiti prirodne i kulturne baštine (UNESCO 1972.) preuzeto sa: https://whc.unesco.org/en/conventiontext/ (pristupljeno 21. srpnja 2018.)
[7] Konvencija o zaštiti prirodne i kulturne baštine (UNESCO 1972.) op. cit.
[8] Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, preuzeto sa: http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=27 (pristupljeno 21. srpnja 2018.)

Glavna obilježje pokretne materijalne baštine je što ono može biti premještano bez da se utječe na izvornu vrijednost, a predstavlja dobro nastalo kao rezultat tradicije i vještina nastalih tijekom povijesti. Pokretna materijalna dobra mogu biti: muzejske, galerijske i književne zbirke te predmeti u privatnom ili državnom vlasništvu. Veliki dio pokretnih dobara se odnosi na crkveni inventar, te arhivsku građu u obliku zapisa, pisama i rukopisa. Svakodnevne predmete također možemo svrstati pod tu kategoriju, a to su: stare knjige, novac, vrijednosni papiri, poštanske marke i ostale tiskovine te etnografski predmeti i uporabni predmeti (namještaj, odjeća, oružje i sl.), prometna i prijevozna sredstva i uređaji. Moderniji su oblik pokretnog materijalnog dobra film, kazališni rekviziti i ostali mediji.[9]



Slika 2-1. Podjela materijalne kulturne baštine

Izvor: Ministarstvo kulture Republike Hrvatske; preuzeto sa: https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6 (pristupljeno 09. lipnja 2018.)

[9] Ministarstvo kulture Republike Hrvatske; preuzeto sa: http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=3505

2.2.2. Nematerijalna kulturna baština

Pojam nematerijalna kulturna baština obuhvaća: „prakse, predstave, izrazi, znanje, vještine, kao i instrumente, predmete, rukotvorine i kulturne prostore koji su povezani s tim, koje zajednice, skupine i, u nekim slučajevima pojedinci, prihvaćaju kao dio svoje kulturne baštine.“[10]

Razvoj nematerijalne kulturne baštine ne stagnira jer se prenosi s generacije na generaciju čime se uvjetuje njeno preoblikovanje, ali i očuvanje. Nematerijalna je kultura baština esencijalna komponenta zajednice jer se njome etablira identitet kroz običaje, zanate i jezik.

Nematerijalna kulturna dobra mogu biti: „razni oblici i pojave duhovnog stvaralaštva što se prenose predajom ili na drugi način, a osobito jezik, dijalekti, govori i toponimika, te usmena književnost svih vrsta, folklorno stvaralaštvo u području glazbe, plesa, predaje, igara, obreda, običaja, kao i druge tradicionalne pučke vrednote, tradicijska umijeća i obrti.“[11]

2.3. Institucionalni okvir

Vrhovna institucija zadužena za očuvanje kulturne baštine je Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. Primarni zadatak ministarstva je određivanje zakonskog okvira održivog korištenja kulturne baštine, stvaranje inicijativa za razvoj kulture, financiranje kulture te kandidiranje projekata za programe potpore financiranja Europske unije.

Ministarstvo obavlja upravne i druge poslove koji se odnose na: „istraživanje, proučavanje, praćenje, evidentiranje, dokumentiranje i promicanje kulturne baštine; središnju informacijsko-dokumentacijsku službu; utvrđivanje svojstva zaštićenih kulturnih dobara; propisivanje mjerila za utvrđivanje programa javnih potreba u kulturi Republike Hrvatske; skrb, usklađivanje i vođenje nadzora nad financiranjem programa zaštite kulturne baštine; osnivanje i nadzor nad ustanovama za obavljanje poslova djelatnosti zaštite kulturne baštine; ocjenjivanje uvjeta za rad pravnih i fizičkih osoba na restauratorskim, konzervatorskim i drugim poslovima zaštite kulturne baštine; osiguranje uvjeta za obrazovanje i usavršavanje stručnih radnika u poslovima zaštite kulturne baštine; provedbu nadzora prometa, uvoza i izvoza zaštićenih kulturnih dobara; utvrđivanje uvjeta za korištenje i namjenu kulturnih dobara, te upravljanje kulturnim dobrima sukladno propisima; utvrđivanje posebnih uvjeta

[10] Ministarstvo kulture Republike Hrvatske; preuzeto sa: https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=29 (pristupljeno 21. srpnja 2018.)
[11] Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara, članak 9; preuzeto sa: https://www.zakon.hr/z/340/Zakon-o-za%C5%A1titi-i-o%C4%8Duvanju-kulturnih-dobara (pristupljeno 07. kolovoza 2018.)

građenja za zaštitu dijelova kulturne baštine; obavljanje inspekcijskih poslova zaštite kulturne baštine.“[12]

Uprava za zaštitu kulturne baštine pri Ministarstvu kulture nadležno je tijelo za obavljanje administrativnih i stručnih poslova vezanih za zaštitu i očuvanje kulturnih dobara. Uprava za zaštitu kulturne baštine sastoji se od dva sektora, Sektora za zaštitu kulturne baštine i Sektora za konzervatorske odjele i inspekciju unutar kojega su konzervatorski odjeli i uredi za regije (21 odjel) i Gradski zavod za zaštitu spomenika kulture i prirode grada Zagreba. [13]

Hrvatsko vijeće za kulturna dobra osnovano je kako bi pratilo i unaprjeđivalo stanje kulturnih dobara. Vijeće raspravlja o : „općim pitanjima iz područja zaštite i očuvanja kulturnih dobara i daje preporuke za unaprjeđivanje djelatnosti zaštite i očuvanja kulturnih dobara, upoznaje se s programima zaštite kulturnih dobara i njihovom provedbom, predlaže ministru kulture donošenje odluke o proglašenju ugroženoga kulturnog dobra, daje mišljenje o uklanjanju nepokretnoga kulturnog dobra … raspravlja o prijepornim pitanjima u području zaštite i očuvanja kulturnih dobara i predlaže rješenja.“[14]

Hrvatski restauratorski zavod je javna ustanova u vlasništvu Republike Hrvatske koja obavlja poslove restauriranja, konzerviranja i obnove kulturnih dobara.

Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara osnovni je zakon kojim se uređuje postupanje s kulturnom baštinom u Hrvatskoj, postoje i drugi zakoni vezani uz kulturna dobra kao što je zakon o muzejima, arhivskoj građi, knjižnicama.

Prilikom pristupanja Hrvatske Europskoj uniji bilo je potrebno uskladiti sve propise, zakone i uredbe s europskim te ratificirati konvencije i prihvatiti preporuke Vijeća Europe.

Hrvatska turistička zajednica nacionalna je „turistička organizacija osnovana za stvaranje te promociju hrvatskog turističkog identiteta, promociju u zemlji i inozemstvu kao podizanje ukupne kvalitete hrvatske turističke ponude.“[15]

[12] Zakon o ustrojstvu i djelokrugu ministarstava i drugih središnjih tijela državne uprave, „Narodne novine“, br. 150/2011.; preuzeto sa: https://www.zakon.hr/z/410/Zakon-o-ustrojstvu-i-djelokrugu-ministarstava-i-drugih-sredi%C5%A1njih-tijela-dr%C5%BEavne-uprave (pristupljeno 01. rujna 2018.)
[13] Ministarstvo kulture Republike Hrvatske; preuzeto sa: https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=134 (pristupljeno 12. lipnja 2018.)
[14] Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara članak 104., preuzeto sa: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1999_07_69_1284.html (pristupljeno 11. rujna 2018.)
[15] Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, preuzeto sa: https://www.zakon.hr/z/342/Zakon-o-turisti%C4%8Dkim-zajednicama-i-promicanju-hrvatskog-turizma (pristupljeno 01. rujna 2018.)

3. KULTURNI TURIZAM I PREDUVJETI RAZVOJA

3.1. Definiranje pojma kulturnog turizma

Turizam pretpostavlja putovanje ili posjet područjima koja se razlikuju od mjesta stanovanja sa svrhom upoznavanja i doživljavanja načina života posjećenog područja. Integralni je dio života nekog područja i kultura zajednica koje su ga nastanjivale stoga dolazi do potrebe za stvaranjem kulturnog turizma.

Turizam se u najširem smislu riječi može razumjeti kao „skup raznolikih individualnih iskustava o odnosima koji nastaju povodom zadovoljavanja čovjekovih potreba, koje uobičavamo zvati turističkim.“…ili kao skup odnosa i pojava koji „proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.“[16]

"Turizam obuhvaća sve aktivnosti osoba na putovanju i prilikom boravka u mjestima izvan njihova uobičajenog prebivališta u razdoblju ne duljem od jedne godine, a u svrhu odmora, poslovnih i ostalih razloga“.[17]

Ovom se definicijom utvrđuju glavna obilježja turizma kao interaktivnog oblika putovanja i boravka. Interaktivnost se izražava kroz poticanje onih aktivnosti koje se razlikuju od uobičajenih aktivnosti rezidentnog stanovništva. Najbitnije je obilježje kratkoročnost i privremenost putovanja.

Iz objašnjenja definicije jasno je da bi se ostvarila interaktivnost posjetioca s lokacijom, potrebno je ponuditi najširu moguću ponudu aktivnosti koje se mogu ponuditi kako bi se posjetioca zainteresiralo za lokaciju i ponudilo mu se ispunjenje zahtjeva koji uvjetuju posjet nekoj lokaciji. Ponudom kulturnog turizma i prikazom povijesne i kulturne značajnosti neke lokacije se postiže povećanje atraktivnosti neke lokacije posjetiocu.

Kulturni je turizam složen pojam koji obuhvaća posjete kulturno – povijesnim znamenitostima, kulturnim ustanovama, manifestacijama i događanjima, sakralnim objektima i tematskim rutama. Kulturni turizam s proizvodima gradskog turizma, turizma baštine,

[16] Petrić, L. (2003.): Osnove turizma, Ekonomski fakultet, Split, str. 20 prema Hunziker, W; Krapf, K (1942). „Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre“

[17] Leksikografski zavod Miroslav Krleža; preuzeto sa: http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763 (pristupljeno 14. lipnja 2018.)

turizma događanja, kreativnog turizma i vjerskog turizma predstavljaju potencijalno vodeći proizvod hrvatskog turizma.[18]



Slika 3.1-1. Relevantni proizvodi kulturnog turizma definirani Strategijom razvoja turizma RH do 2020

Izvor: Tomljenović R., Bojanić Živoder S. (2015.): „Akcijski plan razvoja kulturnog turizma“, Institut za turizam, Zagreb, preuzeto sa: https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//001_160128-AP_kulturni.pdf (pristupljeno 03. kolovoza 2018.)

Unatoč sveprisutnosti kulturnog turizma nedostaje jedinstvena precizna definicija kulturnog turizma stoga su u ovom radu ponuđene dvije definicije kako bi se što obuhvatnije objasnila svrha i cilj kulturnog turizma.

Svjetska turistička agencija (WTO) definirala je kulturni turizam kao „putovanje motivirano kulturom poput studijskih, kazališnih i kulturnih tura, putovanja na festivale i slična događanja, posjete povijesnim lokalitetima i spomenicima, putovanja kako bi se proučavala priroda, folklor ili umjetnost te hodočašća“.[19]

Međunarodno vijeće za spomenike i spomeničke cjeline definira kulturni turizam kao „oblik turizma čija je svrha, između ostalog, otkrivanje spomenika i lokaliteta. Zbog toga ima pozitivne učinke na iste utoliko što doprinosi njihovom održavanju i očuvanju. Ovaj oblik

[18]Tomljenović R., Bojanić Živoder S. (2015.): „Akcijski plan razvoja kulturnog turizma“, Institut za turizam, Zagreb, preuzeto sa: https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//001_160128-AP_kulturni.pdf (pristupljeno 03. kolovoza 2018.)

[19] Razović M. (2009): „Obilježja ponude kulturnog turizma dalmatinskih županija“ prema WTO (Svjetska turistička organizacija preuzeto sa: https://hrčak.srce.hr/file/67725 (pristupljeno 14. lipnja 2018.)

turizma u stvari opravdava napore koje spomenuto održavanje i očuvanje zahtijevaju od ljudske zajednice zbog socio - kulturne i ekonomske dobrobiti koju donose stanovništvu.“ [20]

Kulturni je turizam sastavni dio turističkog tržišta koje je samo po sebi opsežno. Aspekti turističkog tržišta koji se mogu smatrati dijelom kulturnog turizma su putovanja motivirana kulinarskom ponudom lokacije, posjeti povijesnim atrakcijama i destinacijama, prisustvovanje tradicionalnim festivalima i folklornim događajima, aktivnosti povezane s tradicionalnim sportovima te sudjelovanje u aktivnostima tipičnima za određeno podneblje.[21]

Kao ključne državne institucije za razvoju kulturnog turizma u Hrvatskoj identificirani su Ministarstvo kulture, Ministarstvo turizma i Hrvatske turističke zajednice. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske djeluje u sedam upravnih odjela i dva neovisna odjela. Ministarstvo turizma je središnje tijelo državne uprave u Republici Hrvatskoj koje obavlja upravne i druge poslove koji se odnose na turističku politiku.

Pravilni pristupi razvoju turizma prema ICOMOS – u[22]:

1. Održivost; zaštita prirodne i kulturne baštine, stvaranje harmonije između potreba posjetitelja, mjesta koje posjećuju i lokalne zajednice. Potpora zajednici u vidu ekonomske, društvene i kulturne ravnoteže. Važnost ispravnog odnosa države, zajednice i sektora turizma.

2. Lokalno stanovništvo mora preuzeti inicijativu i kontrolu nad razvojem turizma postavljanjem ciljeva, identifikacijom resursa i razvitkom strategija. Jednako bitna je i odgovornost lokalne zajednice za implementaciju strategije.

3. Razvitak turizma mora generirati kvalitetne poslove za stanovnike. Stvaranje radnih mjesta za lokalnu zajednicu treba biti integralni dio razvitka turizma na lokalnoj razini.

4. Proces razvoja treba osigurati da kulturni resursi budu održavani i razvijeni koristeći međunarodno priznate kriterije i standarde. Cilj kulturnog turizma je da osigura najbolje i najautentičnije iskustvo koje ne reflektira lažnu sliku stanja zajednice.

[20] ICOMOS (1999.): „International cultural tourism charter – Managing Tourism at Places of Heritage Significance“, Meksiko preuzeto sa: https://www.icomos.org/charters/tourism_e.pdf (pristupljeno 03. kolovoza 2018.)
[21] Ministarstvo kulture Republike Hrvatske (2003.): „Strategija razvoja kulturnog turizma – Od turizma i kulture do kulturnog turizma“, Zagreb preuzeto sa: http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/Strategij-Razvoja-Kulturnog-Turizma.pdf (pristupljeno 03. kolovoza 2018.)
[22] ICOMOS (1999.): „International cultural tourism charter – Managing Tourism at Places of Heritage Significance“; op. cit.

5. Inventar i analiza trebaju uzeti u obzir cijeli spektar resursa kulturnog turizma, bilo da se radi o materijalnim ili nematerijalnim resursima.

3.2. Turisti motivirani kulturnom

Procjene govore da oko 40% [23]svih međunarodnih odmorišnih putovanja sadrži komponentu kulture dok je 12% dolaska turista motivirano kulturnim znamenitostima ili događanjima te je prosječna potrošnja na kulturu iznosi 2,72 eura[24].

Uspješnost kulturnog turizma proporcionalna je kulturnoj ponudi destinacije koja je direktno povezana sa stanovništvom. Obzirom da kultura destinacije ne postoji bez stanovništva, za stvaranje ponude i doživljaja destinacije potrebno je prihvaćanje lokalne zajednice i njihovih želja za razvitkom kulturnog turizma, kako bi se spriječila nepoželjna eksploatacija destinacije. Uz navedeno, za postojanje uspješnog kulturnog turizma potrebno je ciljano pronalaženje posjetitelja zainteresiranih za takav tip turizma i podređivanje ponude tom segmentu. Dakle, uvjet uspješnosti kulturnog turizma direktno proizlazi iz podjednakog poštivanja želja lokalnih stanovnika i ispunjavanja zahtjeva posjetioca.

Skupine posjetitelja čiji posjet rezultira posjetom nekog kulturnog dobra su prvenstveno turisti motivirani kulturom kojima su atraktivna elitna kulturna događanja i turistički paketi te potražuju poseban tretman. Nadalje su turisti inspirirani kulturom koje privlače poznati kulturni lokaliteti, atrakcije i događaji, no njihov dolazak uvjetuju cijena i omjer cijene i kvalitete i dostupnost. Njihov primarni fokus je na dobro reklamirane i popularne destinacije i događanja kao što su koncerti, izložbe i predstave. Posljednja skupina je skupina turista privučena kulturom čiji primarni fokus nije posjet kulturnim atrakcijama, ali će ih posjetiti ako su im ponuđene tijekom boravka. Ovoj skupini će kulturni resursi biti atraktivni ako su na vrijeme obaviješteni o ponudi.[25]

„Turisti se smatraju kulturnim turistima ako su barem djelomice motivirani željom za sudjelovanjem u kulturnim aktivnostima.“[26] Kako ponašanje turista na odmoru postaje sve rafiniranije, potrebno je poznavati motive koji utječu na odluke pojedinaca o putovanju.

[23] Institut za turizam (2015), op. cit.
[24] TOMAS ljeto (2018.): „Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj“, Institut za turizam, Zagreb, dostupno na: http://www.iztzg.hr/UserFiles/file/novosti/2018/TOMAS-Ljeto-prezentacija-2017-06_02_2018-FIN.pdf (pristupljeno 03. kolovoza 2018.)
[25] Ministarstvo kulture Republike Hrvatske (2003.): „Strategija razvoja kulturnog turizma - Od turizma i kulture do kulturnog turizma“; op. cit.
[26] Ministarstvo kulture Republike Hrvatske (2003.): „Strategija razvoja kulturnog turizma - Od turizma i kulture do kulturnog turizma“ op. cit.

Prvenstveno, to su biološki motivi koji proizlaze iz ljudskih potreba koje su prisutne i u mjestu stalnog boravka te se stoga trebaju zadovoljiti i u turističkoj destinaciji; gastronomija (lokalni specijaliteti), nautika (spavanje na brodu) te psihičku i fizičku relaksaciju i to sve s „turističkim predznakom“. Nadalje, značajni su i društveni motivi koji u prvi plan stavljaju čovjekovu neprestanu želju za kontaktom i unapređivanjem međuljudskih odnosa. Kao posljednji motiv se nalaze osobni motivi turista za samodokazivanjem (vlastita organizacija putovanja), samopotvrđivanjem (stjecanje ugleda boravkom u mondenom ljetovalištu), upoznavanjem novih prostora i kultura, stjecanjem novih saznanja i dr.[27]

Kulturnim resursima ne smatramo samo povijesne građevine i predmete već i metode korištenja i stvaranja jer je uz resurs neophodno posjedovati i znanje potrebno za korištenje tog resursa. Uz razgledavanje i vizualizaciju kulturno povijesnih znamenitosti, muzeja, galerija i sl. potrebno je kod turista potaknuti osjećaj zanimanja ili divljenja tj. od resursa stvoriti atrakciju koja je cjelovit kulturni „proizvod“. Svrha kulturnog resursa je pobuditi emociju i pružiti turistu konkretan doživljaj povijesti atrakcije. Kako bi doživljaj bio optimalan treba se kontrolirati čitav niz faktora koji mogu utjecati na negativan doživljaj, a nisu uzrokovani samom atrakcijom i njenom poviješću. To su, na primjer, pružena usluga, osobna očekivanja i stav, gužve i neorganiziranost razgledavanja i vremenske neprilike.

Na odluku turističkog potrošača o njegovom odabiru željene destinacije utječu poticajni činitelji, tj. atraktivni činitelji. U atraktivne elemente ponude ubrajamo prirodne ili biotropne elemente i društvene ili atropične elemente ili akcija. Nadalje, postoje komunikativni / komunikacijski elementi u koje ubrajamo kompletnu prometnu infrastrukturu i sve vrste prijevoznih sredstava u destinaciji te receptivni elementi ponude, odnosno, u najužem smislu ugostiteljska i hotelijerska usluga, tj. objekti namijenjeni prehrani i smještaju.[28]

Prema TOMAS istraživanju ljeto 2017., poznavanje kulturnih znamenitosti i događanja sedmi su motiv dolaska turista u Hrvatsku, s time da je ovaj motiv izraženiji kod mladih (do 29 godina) i starijih (50 i više) te onih koji dolaze prvi puta u Hrvatsku. Glavni motivi posjeta kulturnoj atrakciji ili događanju bili su 'učenje o kulturi, povijesti i baštini dotičnog kraja', 'imidž/reputacija' atrakcije/događanja, 'znatiželja' te 'provođenje kvalitetnog vremena sa svojom obitelji ili prijateljima'. Tijekom boravka u destinaciji više se posjećuju kulturno-povijesne znamenitosti te muzeji i galerije dok je nešto manji interes za festivale, tematska rute, puteve i glazbeno-scenska događanja. Pored kulturne baštine, u skladu sa svjetskim

[27] Petrić, L. (2003.): Osnove turizma, Ekonomski fakultet, Split, str. 60
[28] Petrić, L. (2003.): Osnove turizma, Ekonomski fakultet, Split, str. 90

pokazateljima kretanja trendova, gosti se sve više zanimaju za tzv. kreativnim turizmom, odnosno doživljajima koji nastaju njihovim sudjelovanjem u kreativnim ili proizvodnim procesima kroz različite radionice i tečajeve.[29]

[29] Institut za turizam (2017), Tomas ljeto 2017, preuzeto sa: http://www.iztzg.hr/hr/institut/tomas-ljeto/ (pristupljeno 03. kolovoza 2018.)

4. PROBLEMI RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA U TROGIRU

4.1. Povijest grada Trogira

Romanički grad Trogir osnovali su grčki kolonisti s otoka Visa (*Issa*) u III. Stoljeću. Povijesna jezgra grada smatra se najbolje sačuvanim romaničko – gotičkim gradom u središnjoj Europi. Srednjovjekovna jezgra okružena je zidinama te sadrži dvorac, kulu, brojne građevine i palače iz romaničkog, gotičkog, renesansnog i baroknog perioda. [30]

Najstariji nalazi arheoloških iskapanja unutar povijesne jezgre datiraju otprilike 2000 godina prije nove ere. Trogir je smješten u morskom tjesnacu između kopna i otoka Čiova, na zapadnom ulazu u Kaštelanski, nekoć Salonitanski zaljev. Na južnoj strani, prema Čiovu, Trogir je prirodno odvojen morem, a na sjevernoj, prema kopnu, okruživali su ga močvarni plićaci i jarak.[31]

Povijest Trogira može se pratiti paralelno s poviješću Dalmacije. Prapovijesno, Ilirsko naselje krajem III. Ili početkom II. Stoljeća p.n.e. evoluira u grčko naselje Tragurion, dok tijekom I. stoljeća p.n.e. ono postaje rimski municipij „*Tragurium civium Romanorum*“. Od VI. Do XI. Stoljeća Trogir se nalazi u sastavu bizantske Dalmacije, od kada je Dalmacija postala pokrajina - temat Istočnorimskoga Carstva, Trogir je pod vlašću bizantskoga cara i njegovog Egzarhe u Raveni. S vremenom se u okolici naseljava novo stanovništvo - Hrvati, koji okreću drugu stranicu u povijesti ovih predjela.[32]

Od XI. Do početka XV. Stoljeća grad priznaje vlast hrvatskih i ugarskih vladara iako je povremeno pod vlašću Venecije. Zanimljivost je da su Tatari 1242.godine, tražili od građana izručenje kralja Bele IV., koji se tu u bijegu bio sklonio, uzvikujući svoj zahtjev na hrvatskomu jeziku kako bi ih ovi mogli razumjeti. Zahvalni kralj kasnije ih je velikodušno obasuo darovima. Ovo razdoblje predstavlja vrhunac društvene, gospodarske, kulturne i umjetničke moći Trogira. Svakidašnji život, prema zapisima općinske pisarnice bio je veoma živahan. To je doba bribirskih knezova Šubića, humanista i pisca Koriolana Cipika, hrvatskog biskupa i bana Petra Berislavića, borca protiv Turaka. Domaći majstori i umjetnici ostavili su svoja djela: Radovan, Blaž Jurjev Trogiranin, Ivan Duknović (rodom iz Orihovice nedaleko Trogira), a osim njih Andrija Aleši i Nikola Firentinac. Njihov je pečat vidljiv i na pročeljima

[30] Ministarstvo vanjskih i europskih poslova, preuzeto sa: http://www.mvep.hr/hr/o-hrvatskoj/kulturna-bastina/lokaliteti-i-spomenici-nulte-kategorije/romanicki-grad-trogir/ (pristupljeno 08. kolovoza 2018.)
[31] Babić I. (2005.): „Monografija grada Trogira“, Trogir tisak, Trogir, str. 35 – 37. preuzeto sa: http://www.trogir.hr/GradTrogir/o-trogiru/trogir-kroz-povijest, (pristupljeno 08. kolovoza 2018.)
[32] http://www.portal-trogir.com/o-trogiru/povijest/ (pristupljeno 08. kolovoza 2018.)

zgrada, skulpturama u kamenu, drvu i platnu. Od početka XV. Stoljeća pa do kraja XVIII. Stoljeća grad se nalazi po vlašću Mlečana. Nazadovanje Trogira, tijekom XVII. i XVIII. st., uvjetovano je činjenicom neprestane turske opasnosti zbog čega se glavnina sredstava trošila na utvrđivanje grada.[33]

Kulturni život odvijao se u krugu plemićkih obitelji ili u kazalištu, dok se pučanstvo zabavljalo na ulici. Od kraja XVIII. Stoljeća, izuzevši kratko razdoblje francuske vlasti početkom XIX. Stoljeća, Trogir je u sklopu austrijske Dalmacije i to sve do kraja Prvog svjetskog rata. Francuska vladavina (1806.-1814.) uvela je niz promjena u život grada, pogotovo u svezi s opismenjivanjem, gospodarstvom, poljodjelstvom, zdravstvom itd. Na žalost, iz tih razloga srušene su gradske zidine čime se počeo gubiti izgled utvrđenog grada. Trogir se nalazio u Jugoslaviji u razdoblju od završetka Prvog svjetskog rata pa sve do 1991. otkada se nalazi u Republici Hrvatskoj. [34]

Pravo poboljšanje standarda i načina života počelo je 1970-ih godina kada su brodska industrija i turizam zapošljavali više od 50% građana Trogira. Daljnji razvoj je prekinut agresijom na Hrvatska 1991, kada su ljudi iz Trogira i njezino gospodarstvo pretrpjeli ozbiljne posljedice. U tijeku integracijskog procesa u Europskoj uniji započet je UNESCO-ov proces priznavanja Trogira kao Svjetske kulturne baštine što je i učinjeno 1997.[35]

4.2. Kulturna baština grada Trogira

Povijesni grad Trogir uvršten je na UNESCO – vu listu svjetske kulturne baštine na 21. zasjedanju odbora 1997. godine. Odbor je odlučio upisati ovu imovinu na temelju kriterija (II) [36] i (IV) [37], s obzirom na to daje Trogir izvrstan primjer srednjovjekovnog grada izgrađenog u skladu s izgledom helenističkog i rimskog grada. Povijesna jezgra je sačuvala svoju srž s minimalnim suvremenim intervencijama te je u njoj jasno vidljiv društveni i kulturni razvoj u svim aspektima gradskog krajobraza.

[33] http://www.portal-trogir.com/o-trogiru/povijest/ (pristupljeno 08. kolovoza 2018.)
[34] ibidem
[35] ibidem
[36] Pokazati važan utjecaj na ljudske vrijednosti, u određenom vremenskom razdoblju ili unutar kulturnog područja svijeta, na razvoj arhitekture ili tehnologije, monumentalne umjetnosti, urbanističko planiranje ili krajobrazni dizajn;

[37] Izvanredan primjer neke vrste građevinskih, arhitektonskih i tehnoloških ansambla ili krajolika koji ilustriraju značajnu pozornicu u ljudskoj povijesti;

Osobitost grada Trogira su romanički spomenici, gdje se ističu katedrala i portal majstora Radovana, jednog od najvećih kipara europskog srednjeg vijeka.[38] Uz romaničke spomenike valja istaknuti i kasnogotičko-renesansna arhitektonska i kiparska ostvarenja Nikole Firentinca, Ivana Duknovića i Andrija Alešija te palače iz renesansnog i baroknog razdoblja kao što su palača Andreis, palača Ćipiko, palača Lucić i palača Garagnin - Fanfogna. Povijesno im prethodi srednjovjekovni fortifikacijski sistem koji je nastao u vrijeme mletačke okupacije. Uz arhitektonska dostignuća, u trogirskim crkvama se čuvaju mnoge umjetnine kao što su Trogirski evanđelistar s minijaturama iz XIII: stoljeća i slike velikog slikara Blaža Jurjeva Trogiranina iz prve polovice XV. stoljeća.

Na području Trogira mogu se slijedeći kulturni resursi:

Tablica 1. Kulturni resursi Trogira

Kategorija	Naziv
Arheološki lokalitet	Rudine
Urbane i urbano – ruralne cjeline	Grad Trogir
Sakralni objekti	• Trogirska katedrala sv. Lovre • Crkva i Samostan Sv. Križa (Čiovo) • Crkva Gospe od Mora • Crkva sv. Ivana Krstitelja • Crkva sv. Barbare (sv. Martina) • Crkva Gospe od Karmela • Crkva i samostan sv. Dominika • Crkva i samostan sv. Nikole • Crkva sv. Petra • Crkva Svih Svetih • Ostaci crkve sv. Marije • Zvonik crkve sv. Mihovila
Tvrđava, utvrda ili gradina	• Gradska vrata i zidine • Kula sv. Marka • Tvrđava Kamerlengo • Djelomično očuvani obrambeni bedemi
Kaštel, palača ili ljetnikovac	• Kneževa palača • Palača Berislavić • Palača Cega na obali • Palača Ćipiko

[38] Preuzeto sa: https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=7023 (pristupljeno 09. kolovoza 2018.)

	• Palača Lucić • Palača Garagnin – Fanfogna • Kuća Burgoforte • Kuća Ivana Lucića • Kuća Moretti • Kuća Sasso • Kuća Stafileo • Palača Andreis
Muzeji, zbirke i galerije	• Muzej grada Trogira • Muzej sakralne umjetnosti • Zbirka umjetnina Kairos
Kulturno – turističke manifestacije	• Trogirsko kulturno ljeto • „Vridne ruke obale, zagore i škoja – od Kairosa do danas“ • Moondance festival

Izvor: Tomljenović R. s suradnicima (2009.): „Plan razvoja kulturnog turizma Splitsko-dalmatinske županije“, Institut za turizam, Zagreb preuzeto sa: http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/plan_razvoja_kulturnog_turizma_sdz_tre_i_dio_marketing_strat.pdf (pristupljeno 09. kolovoza 2018.)

Među najimpresivnijim atrakcijama grada je tvrđava ili kaštel Kamerlengo u sklopu zidina. Prepoznatljiva poligonalna kula sa kraja XIV. stoljeća je najstariji dio zidina, u sklopu koje se nalazi kršćanska kapela sv. Marka. Kula je građena preko 17 godina, točnije od 1420. do 1437. godine, a po izgradnji je služila kao smještaj mletačkih vojnika. Danas je Kamerlengo poprište mnogih glazbenih i zabavnih manifestacija kao pozornica na otvorenom.

Od spomenutih palača ističe se palača trogirske obitelji Ćipiko iz XIII. st. Palača nije singularna građevina već je sklop više zgrada čija se kompleksnost očituje kroz mješavinu umjetničkih stilova romanike, gotike i renesanse. U palači se čuvaju mnoga umjetnička djela, od kojih valja spomenuti isklesana gotička *trifora* (prozorsko okno) djelo Andrije Alešija i južna vrata koja su djelo Nikole Firentinca uz natpis „Nosce te ipsum“ („Poznaj samog sebe.“).[39]

Trogir obiluje arhitektonskim zdanjima od kojih su jedna renesansna južna gradska vrata ili *porta civitatis,* s čije se istočne strane nalazi *loggia* namijenjena za smještaj putnika koji bi pristigli u grad u vrijeme kad bi gradska vrata bila zatvorena. Sjeverna gradska vrata ili *porta terraefermae* iz XVII. st s prikazom lava, simbola Mletačke Republike i kipom sv. Ivana

[39] http://hotelpasike.com/10-znamenitosti-koje-morate-posjetiti-u-trogiru/ (pristupljeno 09. kolovoza 2018.)

Trogirskog, zaštitnika grada. Sjeverna su vrata logistički važna jer su povezivala grad s kopnom. [40]

Kao još jedan dokaz o mletačkoj prisutnosti služi Knežev dvor iz XIII.st (restauriran u XIX: st u renesansnom stilu) s povijesnim grbovima mletačkih knezova i plemića i natpisom o dozvoljenom pristupu isključivo plemićima. U dvoru se također nalazilo kazalište koje je kasnije uništeno, a danas je Gradska vijećnica.

Ipak, turistima je najatraktivnija Trogirska riva koja je smještena na južnom dijelu grada (posljednja obnova 2002. godine). Atraktivnosti pridonose brojni ugostiteljski objekti, ali i luksuzne jahte koje su privezane uz rivu.

Još jedno od najpoznatijih obilježja grada je katedrala sv. Lovre čija je izgradnja trajala gotovo 300 godina, zaključno s 1598. godinom. Pročelje katedrale krasi Radovanov portal, iznimno cijenjeno umjetničko djelo koje datira iz 1340. godine., a sastoji se od biblijskih motiva i prikaza lavova, apostola, svetaca te Adama i Eve. Zvonik u sklopu katedrale doseže visinu od 47 metara, a cijela katedrala je kombinacija gotičkog, renesansnog i baroknog stila.[41]

Uz mnoge sakralne građevine grada valja istaknuti benediktinski samostan u sklopu crkvice sv. Nikole iz XI.st koja je prvobitno bila posvećena sv. Dujmu. U crkvi se čuva prikaz Bogorodice s djetetom i jedan od simbola grada, kameni reljef starogrčkog boga sretnog trenutka Kairosa iz III. / IV. st. kao dokaz obitavanja Grka na području Trogira. Popularnost Kairosa proizlazi iz legende da će osoba kojoj se u ključnom životnom trenutku pokaže Kairos, a on ga uspije uhvatiti za čuperak kose, imati vječnu sreću.[42]

Mjesto gdje se najbolje upoznati s poviješću grad je Trogirski Gradski muzej koji se nalazi u palači Garagnin- Fonfogna iz XVIII. stoljeća.[43]

Muzej se sakralne umjetnosti nalazi na mjestu romaničke palače župnog dvora iz XVIII. st i sadrži zbirku ranog mletačkog sakralnog slikarstva dok se u pinakoteci, uz ostala djela

[40] http://hotelpasike.com/10-znamenitosti-koje-morate-posjetiti-u-trogiru/ op. cit. (pristupljeno 09. kolovoza 2018.)
[41] http://www.trogir.hr/GradTrogir/o-trogiru/kulturna-bastina/katedrala (pristupljeno 11. rujna 2018.)
[42] Kovačić V. (1994.): „Porta Dominica i crkva sv. Dujma u Trogiru“, Državna uprava za zaštitu kulturne i prirodne baštine, Split, preuzeto sa: https://hrcak.srce.hr/file/171567 (pristupljeno 11. rujna 2018.)
[43] http://hvm.mdc.hr/muzej-grada-trogira,763%3ATRG/hr/info/ (pristupljeno 11. rujna 2018.)

domaćih majstora, nalazi opus Blaža Jurjeva i poliptih iz 13. stoljeća kao i brojne ikone, raspela i dijelovi sakralnog namještaja.[44]

4.3. Turizam u gradu Trogiru

Prvi turistički objekt otvoren na području grada bila je gostionica – pansion Tomić 1893. godine, da bi se desetak godina kasnije otvorili prvi gradski hoteli Bellevue i Central. Turističke udruge „Društvo za uljepšavanje grada“ i „Društvo za unaprjeđenje turizma“ osnovane u 1930 – tih izdaju vodič „O historiji, umjetnosti i životu Trogira“. Replika trogirskog reljefa grčkog boga „Kairosa“ postavljena je na ulaz stadiona berlinskih Olimpijskih igara 1936. godine te je time kulturna baština Trogira dobila svojevrsnu promociju. [45]

4.3.1. Turistička potražnja u Trogiru

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku (DZS) broj dolazaka i noćenja u Trogiru ima trend rasta u posljednjih godina, kao i broj dolazaka i noćenja stranih turista koji ima veću stopu rasta od rasta domaćih turista.

Tablica 2. Dolasci i noćenja turista u Trogiru u razdoblju siječanj – listopad 2017

	Ukupno	**Domaći**	**Strani**	**Indeks 2017./2016.**		
				Ukupno	**Domaći**	**Strani**
Dolasci	128262	5308	122954	130	108	131
Noćenja	548299	20966	527333	122	84	124

Izvor: Analiza turističke sezone 2017. godine i osnovne smjernice za pripremu turističke sezone 2018. godine, Turistička zajednica Splitsko – dalmatinske županije, preuzeto sa: https://www.dalmacija.hr

U sljedećoj tablici dan je prikaz turista te noćenja prema nacionalnosti ostvarenih u Trogiru u 2017. godini. Ukupno je u Trogiru ostvareno 130 332 dolazaka te 551748 noćenja u 2017. godini. Većinski udio dolazaka čine Nijemci i Poljaci kao primarni gosti s više od 14 000 dolazaka. Nadalje ih slijede stanovnici Zapadne Europe predvođeni Francuzima i stanovnicima Ujedinjenog Kraljevstva . Valja spomenuti i Sjedinjene Američke Države kao i Norvešku koje su ostvarile oko 5 000 dolazaka. U Trogir je došlo 5636 hrvatskih turista koji su ostvarili 21 727 noćenja.

[44] Bilić D. (2005.): „Muzej sakralne umjetnosti u Trogiru“, Institut za povijest umjetnosti, Zagreb, str. 35 – 37., preuzeto sa: https://hrcak.srce.hr/file/292106 (pristupljeno 11. rujna 2018.)
[45] Trogirski turizam kroz povijest I, preuzeto sa: http://www.trogir.hr/GradTrogir/povijest-turizam (pristupljeno 02. rujna 2018.)

Tablica 3. Najvažnija emitivna tržišta u Trogiru 2017. godine

	Zemlja	Dolasci	Noćenje	Indeks 2017./2016.	
				Dolasci	Noćenje
1.	Njemačka	14282	84229	125	121
2.	Poljska	14340	98202	144	137
3.	Francuska	9979	23648	120	108
4.	Ujedinjeno Kraljevstvo	8275	31832	134	134
5.	Mađarska	6506	38233	121	122

Izvor: Statistička analiza turističkog prometa Srednje Dalmacije u 2017. godini prema e-visitoru, preuzeto sa: https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/statisticka-analiza-turistickog-prometa-u-2017-godini (pristupljeno 11. rujna 2018.)

4.3.2. Turistička ponuda u Trogiru

Turizam i ugostiteljstvo imaju značajnu ulogu u gradu Trogiru, turizam je najveća industrija na trogirskom području s udjelom od oko 50% proračuna te više od 20.000 kreveta u hotelima i privatnim apartmanima.[46] Sezonalnost je u gradu izražena s trajanjem sezone od svega četiri mjeseca, a većina lokalnih stanovnika se bavi upravo iznajmljivanjem smještaja tijekom ljetne sezone.

Turistička ponuda grada Trogira sastoji se od ponude usluga smještaja, ugostiteljskih usluga dok u strukturi smještajnih kapaciteta dominiraju privatni iznajmljivači, odnosno ponuda apartmanskog smještaja.

U ponudi smještaja dominiraju privatni iznajmljivači, čija ponuda čini 73% ukupnih kapaciteta, sobe za iznajmljivanje čine 11% ukupnih kapaciteta te preostalih 16% čine vile i hoteli. Većina objekata privatnih iznajmljivača pripada kategoriji s 3 zvjezdice kao i hotela gdje 75% čine hoteli s 3 zvjezdice. Na području grada Trogira ne postoji ponuda hotelskog smještaja sa 5 zvjezdica. Dodatnu ponudu smještajnih kapaciteta pruža kamp Rožac.[47]

[46] Preuzeto sa: http://www.trogironline.com/hr/trogir.html (pristupljeno 02. rujna 2018.)
[47] https://www.booking.com/city/hr/trogir.hr.html (pristupljeno 11. rujna 2018.)

Na prostoru grada Trogira nalaze se i dvije marine: marina Trogir te ACI marina Trogir. ACI marina Trogir broji ukupno 209 vezova od čega 174 veza u moru i preostalih 35 suhih vezova. Primarni oblici turizma u Trogiru su kulturni turizam, kupališni turizam i nautički turizam.

Ugostiteljska ponuda temelji se na oko 100 ugostiteljskih objekata smještenih u širem gradskom području.

U sklopu Trogirskog kulturnog ljeta održavaju se mnogobrojne glazbene večeri, kazališno scenska događanja, pučke fešte, ribarske noći, smotre folklora te drugi zanimljivi događaji. Manifestacija Vridne ruke obale, zagore i škoja- od Kairosa do danas obuhvaćaju prezentaciju i promociju autohtonih proizvoda, tradicionalnih obrta i folklorne baštine.

4.4. Problemi razvoja kulturnog turizma i smjernice razvoja

Trogir je bogat kulturno – turističkim resursima, no to ne znači da ne postoje problemi u razvoju kulturnog turizma. Najveći potencijal grada je u činjenici da se radio o lokalitetu pod UNESCO – vom zaštitom, što ga čini poželjnom međunarodnom turističkom atrakcijom. Kako bi se razvio kulturni turizam, potrebno je sve potencijalne resurse aktivirati i predstaviti tržištu. U procesu razvoja kulturnog turizma može doći do određenih problema koji sputavaju daljnji razvoj. Neke od problema razvoja kulturnog turizma možemo uočiti i u Trogiru, a to su: suradnja turizma i kulture, komunikacija s turistima, prezentacija i promidžba, nedostatak plana upravljanja kulturnom baštinom, turistička signalizacija, nedostatak inovativnog sadržaja, problemi onečišćenja i odnosa prema rezidentima, problem financiranja te problem kulturnih ustanova.

Problem suradnje turizma i kulture

Suradnja turizma i kulture teško se ostvaruje jer je potrebno prvotno uspostavljanje međusektorske suradnje na svim razinama administracije: državnoj, regionalnoj i lokalnoj. Posljednje navedena lokalna suradnja nedostaje u Trogiru. Tek kada dođe do uspostavljanja suradnje među dionicima na lokalnoj razini, stvorit će se preduvjeti nastanka odgovarajućeg kulturnog proizvoda. Turistički sektor treba raditi na povezivanju s kulturnim sektorom kako bi se iskoristili svi potencijali grada Trogira te stvorila odgovarajuća ponuda kulturnog dobra. Rezultat povezivanja kulturnog sektora i turističkog sektora bio bi stvaranje ponude koja povezuje kulturnu baštinu grada s proizvodima turističkog sektora; kao što su ugostiteljska ponuda, sportske, rekreativne i druge aktivnosti. Također, u gradu nedostaje multidisciplinarno obrazovanih stručnjaka sa znanjima kulturnog menadžmenta koji su u stanju prepoznati kulturno – turistički potencijal.

Problem komunikacije s turistima

U gradu postoji turistički informativni centar, ali on ne odgovara zahtjevima modernog turista. Potrebno je napraviti suvremeni centar za posjetitelje u gradskoj jezgri u kojem će turistima biti dostupne sve informacije i usluge koje su im potrebne tijekom boravka u gradu. Komunikacija s turistima *online* putem jedan je od problema nastalih u Trogiru. Mrežne stranice informativnog centra su površne i nedorečene te osim mape grada i biciklističkih puteva ne nude mnogo informacija. Trenutno ne postoji mogućnost kupovine ili rezervacije ulaznica *online* putem. Posjetitelji se danas prije dolaska u destinaciju upoznaju s njom putem interneta, stoga je potrebno omogućiti im informiranje i kupovinu *online* na istom mjestu. Trogir još uvijek nema mobilnu aplikaciju prilagođenu svim korisnicima pametnih telefona kojom bi se predstavila ponuda destinacije. Postoji mobilna aplikacija službeni vodič Srednje Dalmacije koja obuhvaća 76 destinacija među njima i Trogir, koja nudi prijedloge što raditi, gdje jesti i odsjesti te još mnogo toga, no potrebno je napraviti sličnu verziju i za sam grad Trogir.

Problem prezentacije i promidžbe

Iako postoji urbana povijesna cjelina s velikom koncentracijom vjerskih objekata, palača i utvrda ne postoji adekvatna prezentacija istih. Mitovi i legende povezani s navedenim objektima i samim gradom nisu prezentirani ni interpretirani u ponudi grada. Turistička zajednica ne djeluje u suradnji s kulturnim ustanovama na stvaranju najboljeg oblika prezentacije kulturnih resursa.

Primarni je nedostatak u gradu Trogiru interpretacija i prezentacija kulturne baštine. Kvalitetnom interpretacijom kulturne baštine, korištenjem suvremenih tehnologija i personalizacijom iskustva potiče se posjetitelja na veću zainteresiranost za kulturno povijesnu baštinu. Loša infrastrukturna opremljenost lokaliteta te slaba ponuda pratećih sadržaja onemogućuje ostvarivanje prihoda od dodatne ponude koju nude suvenirnice, restorani i trgovine. Svrha stvaranja pratećih sadržaja je povećanje atraktivnosti kulturno – turističkog ponude grada.

Nedostatan marketing, promidžba i nedostatak brenda znatno utječu na informiranost posjetitelja o svim mogućnostima i atrakcijama koje grad pruža. Niti jedan objekt osim muzeja nema svoju web stranicu, portal grada Trogira se prvenstveno bavi ponudom apartmanskog smještaja što dodatno potiče pasivni odmor turista u gradu.

Premda se na promidžbi kulturnog turizma posljednjih godina sustavno radi, ona u Trogiru još uvijek nije na odgovarajućoj razini. Trenutno ne postoje promotivni materijali i promotivni spot grada, izuzev brošura koje se nalaze na web stranici turističkog informativnog centra. Potrebna je pojačana aktivnost promidžbe kulturne baštine koju Trogir nudi, ozbiljnije promišljanje o novim načinima prezentacije putem interneta, portala i društvenih mreža. U 2017. godini iz grsadskog proračuna izdvojeno je 400.000 kn za promociju destinacije.[48]

Informacije su posjetiteljima teško dostupne, marketinške aktivnosti su sporadične i slabo podržane od strane turističkog sektora.

Nedostatak plana upravljanja kulturnom baštinom

Grad Trogir nema plan upravljanja kulturnom baštinom i gradskom povijesnom jezgrom. Potrebno je izraditi plan kako bi se zaštitila baština te osiguralo njeno adekvatno korištenje. Planom upravljanja povijesnom jezgrom odredile bi se smjernice i pravila gradnje te aktivnosti dopuštene unutar gradskih zidina. Stvaranjem plana upravljanja rasteretilo bi se malo područje gradske jezgre koje pati od masovnog turizma. Jedan dio turističkih tokova preusmjerio bi se izvan granica gradskih zidina na područje koje nije dovoljno iskorišteno.

Turistička signalizacija

Turistička signalizacija prisutna je samo na glavnim atrakcijama u gradskoj jezgri kao što su katedrala sv. Lovre i palača Ćipiko. Uz to što je potrebno označiti i ostale znamenitosti, potrebno je smisliti inovativniji pristup signalizaciji već postojećih oznaka.

Nedostatak inovativnog sadržaja

Virtualni turizam i virtualna rekonstrukcija događaja zanimljiv su način predstavljanja povijesti grada gostu. 3DVT (*3D virtual tourism*) može se koristiti u obliku panoramskih video materijala na najatraktivnijim turističkim lokacijama ili kao virtualna šetnja. U Šibeniku je ovaj oblik turizma već prisutan u obliku virtualnih šetnji tvrđavom sv. Mihovila.

U Trogiru trenutno postoje samo dvije veće manifestacije „Trogirsko kulturno ljeto“ i „Vridne ruke obale, zagore i škoja – od Kairosa do danas“ te festival elektronske glazbe „Moondance“. Očigledno je da u gradu nedostaje kulturnih manifestacija, poglavito van glavne sezone. Potrebno je pronaći obrazovani kadar iz sektora kulture koji će zajedno s sektorom turizma raditi na stvaranju novih i unaprjeđenju postojećih manifestacija. Potrebno je identificirati mogućnost razvoja novih događaja s potencijalnom međunarodnom

[48] Prema proračunu grada Trogira za 2017. godinu; preuzeto sa: http://www.trogir.hr/GradTrogir/proracun2

prepoznatljivošću te na tome graditi imidž Trogira. Na ovaj način se može produžiti boravak turista u gradu ili ih potaknuti na dolazak van glavne sezone.

Manifestacije koje se održavaju na području grada nemaju popratnih sadržaja i usluga kojima bi se povećala potrošnja te nisu integrirane u turističku ponudu. Slaba uključenost kulturnih resursa u turističke aranžmane umanjuje važnost kulture kao potencijala u turističkom poslovanju. Receptivne agencije specijalizirale su se u ponudi apartmanskog smještaja, transfera i jednodnevnih izleta gdje jednostavno nema kulturnih aspekata.

Problemi onečišćenja i odnosa prema rezidentima

Izuzetno je bitno u promišljanju o unaprjeđenju kulturnog turizma u Trogiru uzeti u obzir lokalno stanovništvo, koje već i sada trpi posljedice turizma. Neodgovoran razvoj bilo kojeg oblika turizma može dovesti do otuđenja stanovnika koji imaju primarno pravo na proizvode i kulturu grada. U malom mediteranskom gradu kao što je Trogir ovaj problem posebice dolazi do izražaja, kvaliteta života stanovništva narušava se zbog onečišćenja zraka, buke, smeća i povećanih cijena. Trogir se nalazi u neposrednoj blizini zračne luke Resnik u koju je samo u srpnju 2017. sletjelo 657.000 putnika, što je rekordan broj za jedan mjesec, ne samo u povijesti Resnika već u povijesti svih domaćih zračnih luka. Prilikom slijetanja avioni prelijeću preko stare jezgre i stvaraju ogromnu buku. U razdoblju siječanj – rujan 2017. godine porast broja putnika zabilježile su gotovo sve hrvatske zračne luke, pri čemu je Zračna luka Split zabilježila najveći porast broja prevezenih putnika i to sa brojkom od preko 2,5 milijuna putnika, što je porast od 24%.[49] Konflikt između stanovnika i posjetitelja povećava se i stanovnici su često primorani skloniti se izvan grada pod pritiskom razvoja hotela, apartmana, restorana i trgovina. Neravnoteža među lokalnim stanovništvom i turistima može se stvoriti u neko određeno vrijeme u godini tj. sezoni ali i u određeno vrijeme tijekom dana. U Trogiru se radi o visokoj koncentraciji izletnika što stvara velike prometne probleme.

Gradske vlasti su već prepoznale negativne učinke turizma i potrebe za konzervatorskim rješenjima zbog oštećenja kulturne baštine. Predložene mjere koje se trebaju ostvariti u sljedećih 5 godina su: projekt obnove krovova u staroj gradskoj jezgri, projekt obnove muzeja, sanacija kule Kamerlengo, edukacija lokalnog stanovništva o kulturi i vrijednostima koje posjeduju, projekt obnove Ćipikove palače, projekt obnove Lucićeve palače, otkup i obnova palače Beroslavić, obnova i izgradnja sakralnih objekata, očuvanje i optimizacija

[49] Analiza turističke sezone 2017. godine i osnovne smjernice za pripremu turističke sezone 2018. godine – Turistička zajednica Splitsko – dalmatinske županiji, preuzeto sa: https://www.dalmacija.hr (pristupljeno 13. kolovoza 2018.)

gustoće stanovanja u staroj gradskoj jezgri i suradnja s investicijskim fondovima zainteresiranim za zaštitu gradske jezgre.[50]

Problem financiranja

Zasada Trogir nije povukao sredstva fondova Europske unije za razvoj kulturne baštine, već samo za izgradnju mosta koji povezuje kopno s otokom Čiovom. Prema gradskom proračunu iz 2017. godina za kulturu je izdvojeno:

Tablica 4. Proračunski izdaci za kulturu 2017.

Kategorija	Iznos
Integrirani razvojni programi temeljeni na obnovi kulturne baštine	400.000 kn
Kultura	846.000 kn
Promocija destinacije	400.000 kn
Proračunski korisnici u kulturi (npr. Knjižnica)	2.379.801 kn
Muzej grada	1.637.689 kn
Uređenje zapadnog dijela stare grad.jezgre od kule Kamerlengo do kule sv. Marka	3.820.000 kn

Izvor: www.trogir.hr (pristupljeno 09. kolovoza 2018.)

Problem kulturnih ustanova

Muzej Grada i Muzej sakralne umjetnosti imaju tradicionalan postav s nedostatkom popratnih sadržaja koji bi angažirali pažnju posjetitelja. Vremenski su nepristupačni jer izvan sezone rade samo jutarnju smjenu do 14:00 sati, dok u jeku sezone rade u dvije smjene po tri sata kroz jutro i popodne. Ovdje uočavamo problem nedostatka financijskih sredstava ali i stručnog osoblja za rad u muzeju. Marketing muzeja je u potpunosti zanemaren što se vidi u činjenici da ni jedan od muzeja nema odgovarajuću službenu stranicu.

Kako bi se unaprijedio kulturni turizam potrebno je osigurati svijest o značenju kulturne baštine među lokalnim stanovništvo te osposobljavanje koordinatora kulturno – turističkih projekata za kulturno – turistički menadžment kako bi projekti postali atraktivniji i isplativiji. Poticanjem međusektorske i unutar – sektorske suradnje stvorila bi se sinergija različitih kulturno – turističkih proizvoda. Decentralizacijom u odlučivanju pojedinih faza kreiranja kulturno – turističkih programa kako bi se skratilo vrijeme potrebno za realizaciju projekta.

[50] ibidem

Promocija treba biti organizirana za ciljana tržišta i širu publiku, također treba poticati uključenost kulturnih resursa u turističke aranžmane kako bi se povećao broj turističkih putovanja koje se temelje na kulturnim resursima.

Stvaranje partnerstva

Stvaranjem partnerstva između sektora kulture i turističkog sektora stvorilo bi se pozitivno okruženje za razvoj i valorizaciju kulturnih resursa grada Trogira. Dionici kulture i turizma spajaju se u partnerstva kada postoji za to odgovarajuće okruženje te im se putem seminara, javnih rasprava i radionica predstave pozitivni učinci udruživanja. Važno je stvoriti preduvjete za komunikaciju i nastanak rasprave oba sektora koja će rezultirati optimalnim rješenjem. Jedan od načina stvaranja partnerstva je osnivanje klastera – oblika strateškog saveza tj. grupa srodnih poduzeća ili udruženja proizvođača iz jedne grane, uključujući i proizvođače, kao i vladine i nevladine organizacije, znanstvene i obrazovne institucije koje tako udružene rješavaju zajedničke probleme i unaprjeđujući poslovanje postižu uspjeh u određenom segmentu djelatnosti i natprosječnu konkurentnost i promociju u zemlji i inozemstvu.

Stvoriti identitet i brend

Potrebno je raditi na društvenom i kulturnom identitetu prostora, tj. na spletu kulturnih i duhovnih vrijednosti materijalne i nematerijalne prirode koje su razvojem turizma zanemarene. Posebnu važnost za turizam imaju djela domaćih umjetnika (slikara, kipara, pisaca i znanstvenika), a važne su i duhovne vrijednosti, kao što su običaji, folklor, jezik i slično.

Evidencija turista

Nedostatak kulturnih statistika u području kulturnog turizma, primjerice evidencija posjetitelja u kulturnim ustanovama, lokalitetima i slično, onemogućuje promišljanje i izradu konkretnih strategija i planova kulturnog turizma grada. Aktivnim praćenjem posjeta kulturnim ustanovama, lokalitetima i znamenitostima može se utjecati na posjetitelja na način da se personalizira njegovo iskustvo i stvori jedinstven doživljaj prilikom posjeta atrakciji.

Signalizacija

QR kod (kratica od engl. *Quick Response* kod, odnosno brzi odgovor) znači da turisti mogu s ploča očitati QR kodove preko kojih mogu doći do različitih informacija o znamenitostima. Radi se o projektu označavanja kulturno - povijesnih znamenitosti na nov i inovativan način, te se turistima omogućuje bolji pristup informacijama.

5. ZAKLJUČAK

Povijest, arhitektura i kultura u gradu Trogira jedan su od glavnih motiva dolaska turista u turističku destinaciju. Posjetitelji putuju u destinaciju kako bi posjetili kulturno nasljeđe te doživjeli nova iskustva i doživljaje. Samo uspješnom valorizacijom kulturnih resursa Trogir može postaviti kulturni turizam kao konkurentni oblik turizma na području grada.

Trogir posjeduje specifičnu povijesnu gradsku jezgru na čijem području se nalazi većina kulturnih spomenika, no postoje i znamenitosti koje su disperzirane na širem gradskom području čija je valorizacija još uvijek potrebna.

Iako u Trogiru postoje svi preduvjeti za kulturni turizam, njegov razvoj je ograničen zbog određenih problema koje možemo prepoznati na području grada. Tu se radi o problemu partnerstva kulturnih institucija i dionika kulture s turističkim sektorom koja su trenutno nepostojeća te nema planova za skoru suradnju. Zatim stvorila se potreba za obrazovanim kadrom koji će biti u mogućnosti voditi razvoj kulturnog turizma na ispravan način te promotivnim i marketinškim aktivnostima predstaviti destinaciju na međunarodnoj razini u njenom punom sjaju. Problem interpretacije i prezentacije baštine potrebno je riješiti inovativnim i kreativnim pristupom, jedan od načina je uporaba modernije turističke signalizacije, stvaranje virtualnih tura i rekonstrukcija povijesnih događaja. Grad mora napraviti plan upravljanja kulturnom baštinom kako bi zaštitio resurse od daljnjeg uništavanja i potpomogao napretku kulturnog turizma. Ovim bi se planom uzelo u obzir i lokalno stanovništvo i pritisak koji na njih vrši turizam, spriječila bi se prekomjerna eksploatacija nekih resursa te bi se turistički tokovi preusmjerili u druge pravce.

LITERATURA:

1. Babić I. (2005.): „Monografija grada Trogira“, Trogir tisak, Trogir
2. Bilić D. (2005): „Muzej sakralne umjetnosti u Trogiru“, Institut za povijest umjetnosti, Zagreb str. 35 – 37.
3. Demonja, D. (2011): „Kulturni turizam: Hrvatska iskustva“, Institut za međunarodne odnose, Zagreb
4. Geić, S. (2011): „Menadžment selektivnih oblika turizma“, Sveučilište u Splitu, Split
5. Hunziker, W., Krapf, K. (1942): „Die Grundriss der Allgemeinen Fremdeverkersiehre“, Polygrphischer Verlag Zürich, Zürich
6. ICOMOS (1999.): „International cultural tourism charter – Managing Tourism at Places of Heritage Significance“, Meksiko
7. Jelinčić, A. D. (2008): „Abeceda kulturnog turizma, Meander“, Zagreb.
8. Kovačić V. (1994.): „Porta Dominica i crkva sv. Dujma u Trogiru“, Državna uprava za zaštitu kulturne i prirodne baštine, Split, preuzeto sa: https://hrcak.srce.hr/file/171567
9. McKercher, B., du Cros, H. (2002): „Cultural tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management“, The Haworth Press
10. Mesić M. (2007): „Pojam kulture u raspravama o multikulturalizmu“, Filozofski fakultet Zagreb, Zagreb
11. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske (2016.): „Strateški plan Ministarstva kulture 2016. – 2018. Revidirana verzija“, Zagreb
12. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske (2003.): „Strategija razvoja kulturnog turizma – Od turizma i kulture do kulturnog turizma“, Zagreb
13. Petrić, L. (2013): „Osnove turizma, skripta/čitanka“, Ekonomski fakultet Split, Split.
14. Petrić, L. (2011): „Upravljanje turističkom destinacijom – načela i praksa“, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, Split
15. Razović M (2009) : „Obilježja ponude kulturnog turizma dalmatinskih županija“, Acta Turistica Nova 3, dostupno na hrčak: https://hrcak.srce.hr/43447
16. Richards, G. (1996): Introduction: Cultural Tourism in Europe, CABI, Wallingford

17. TOMAS ljeto 2017 (2018.), „Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj“, Institut za turizam, Zagreb,

18. Tomljenović R., Bojanić Živoder S. (2015.): „Akcijski plan razvoja kulturnog turizma“, Institut za turizam, Zagreb

19. Tomljenović R. s suradnicima (2009.): „Plan razvoja kulturnog turizma Splitsko-dalmatinske županije“, Institut za turizam, Zagreb

20. Turistička zajednica SDŽ i Upravni odjel za turizam i pomorstvo (2018.): „Analiza turističke sezone 2017. godine i osnovne smjernice za pripremu turističke sezone 2018. godine“, Split

21. Vrtiprah V. (2006): „Kulturni resursi kao činitelji turističke ponude u 21. stoljeću“, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik

Izvori s Interneta:

1. https://www.min-kulture.hr (pristupljeno 09. lipnja 2018.)
2. https://whc.unesco.org/en/conventiontext/ (pristupljeno 12. lipnja 2018.)
3. http://www.enciklopedija.hr (pristupljeno 14. lipnja 2018.)
4. http://portal.unesco.org (pristupljeno 21. srpnja 2018.)
5. http://www.iztzg.hr/ (pristupljeno 03. kolovoza 2018.)
6. http://muzejgradatrogira.blogspot.com/ (03. kolovoza 2018.)
7. http://zakon.hr/ (pristupljeno 07. kolovoza 2018.)
8. http://www.mvep.hr/hr/o-hrvatskoj/kulturna-bastina/lokaliteti-i-spomenici-nulte-kategorije/romanicki-grad-trogir/ (pristupljeno 08. kolovoza 2018.)
9. http://www.portal-trogir.com/o-trogiru/povijest/ (pristupljeno 08. kolovoza 2018.)
10. http://hotelpasike.com/10-znamenitosti-koje-morate-posjetiti-u-trogiru/ (pristupljeno 09. kolovoza 2018.)
11. http://www.trogir.hr (pristupljeno 09. kolovoza 2018.)
12. http://www.trogironline.com/hr/povijest_kultura.html (pristupljeno 02. rujna 2018.)
13. https://www.booking.com/city/hr/trogir.hr.html (pristupljeno 11. rujna 2018.)

14. https://www.dalmatia.hr/hr/multimedija/mobilna-aplikacija-vodic-srednje-dalmacije (pristupljeno 11. rujna 2018.)

POPIS TABLICA

Tablica 1. Kulturni resursi Trogira 19
Tablica 2. Dolasci i noćenja turista u Trogiru u razdoblju siječanj – listopad 2017 22
Tablica 3. Najvažnija emitivna tržišta u Trogiru 2017. godine 23
Tablica 4. Proračunski izdaci za kulturu 2017. 28

POPIS SLIKA

Slika 2-2. Podjela materijalne kulturne baštine 8
Slika 3-1. Relevantni proizvodi kulturnog turizma definirani Strategijom razvoja turizma RH do 2020 12

SAŽETAK

Problem koji se u radu istražuje jest problem razvoja kulturnog turizma u gradu Trogiru nastao tijekom godina neorganiziranog razvoja turizma s naglaskom na masovni turizam. Stvorena je potreba razrade problema te stvaranja odgovarajućih smjernica kako bi porastao značaj kulturnog turizma u ponudi grada.

U prvom dijelu rada objašnjeni su teorijski pojmovi kulture i baštine, da bi se naknadno definirao i pojam kulturne baštine. Složenost definiranja navedenih pojmova prikazana je putem primjera više aktualnih definicija. Zatim je dana podjela kulturne baštine uz trenutni institucionalni okvir zaštite kulturne baštine u Hrvatskoj. Nadalje, objašnjen je pojam kulturnog turizma te njegova pozicija u Hrvatskoj ponudi. Za razvoj kulturnog turizma trebaju postojati određeni uvjeti koje treba ispuniti da bi se kulturni turizam mogao razvijati, kao preduvjeti razvoja dani su primjeri valorizacije i održivog upravljanja baštinom.

Objašnjenju problema razvoja kulturnog turizma u Trogiru se pristupilo kratkim osvrtom na povijest Trogira te prikazom kulturne baštine kojom grad raspolaže. Zatim je dan osvrt na postojeći turizam u Trogiru. U gradu postoji izvjestan broj problema povezanih uz razvoj kulturnog turizma nastalih kao rezultat prijašnjeg neodgovornog odnosa prema baštini. Neplanski razvoj turizma te kulturnog turizma kao njegovog segmenta doveo je do situacije u kojoj se Trogir danas nalazi, gdje primarni kulturni proizvod predstavlja područje pod UNESCO – vom zaštitom dok su ostala dobra zanemarena.

Ključne riječi: kultura, baština i kulturni turizam

SUMMARY

The city of Trogir is facing many challenges regarding the development of cultural tourism, which is the main objective of this study. There has been a need to recognise the problems and create appropriate guidelines to increase the significance of cultural tourism in the city.

The first part explains the theoretical concepts of culture and heritage, in order to define the term cultural heritage. The complexity of defining these terms is illustrated by examples of more current definitions. Furthermore, the explanation for the term cultural heritage with its forms has been given, alongside with the current institutional framework for the protection of cultural heritage in Croatia. Moreover, the concept of cultural tourism and its position in Croatian tourism offer is explained. For the development of cultural tourism there are certain conditions to be fulfilled in order for it to thrive, as examples of valorisation and sustainable heritage management are the prerequisites for development.

A brief overview was given of the history of Trogir and the presentation of the cultural heritage that the city possess'. Then there is a review of the existing tourism in Trogir. There are numerous problems in the city associated with the development of cultural tourism as a result of the previous irresponsible attitude towards heritage. The development of tourism and cultural tourism as its segment has led to the situation in which Trogir is today, where the primary cultural product under UNESCO protection is the main attraction, while the rest are neglected.

Key words: culture, heritage and cultural tourism