Hotel Prčanj

Bodrožić, Marin

Master's thesis / Diplomski rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:
University of Split, Faculty of Civil Engineering, Architecture and Geodesy / Sveučilište u Splitu, Fakultet građevinarstva, arhitekture i geodezije

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:123:136671

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

FCEAG Repository - Repository of the Faculty of Civil Engineering, Architecture and Geodesy, University of Split

SVEUČILIŠTE U SPLITU

Fakultet građevinarstva, arhitekture i geodezije

AK. GOD. 2015./2016.

Diplomski rad

NAZIV DIPLOMSKOG RADA

Hotel Prčanj

LOKACIJA

Prčanj, Crna Gora

MENTORICA

Doc. Iva Letilović

KOMENTORICA

Doc. dr. sc. Božena Krce Miočić

KONZULTANT ZA KONSTRUKCIJU

Dr. sc. Hrvoje Smoljanović

STUDENT

Marin Bodrožić

0. SADRŽAJ

1. Uvod

2. Komentorski elaborat
   - 2.1. Razvoj turizma kroz povijest
   - 2.2. Temeljni pojmovi turizma
     - 2.2.1. Turist
     - 2.2.2. Turizam
     - 2.2.3. Turistička destinacija
   - 2.3. Suvremeni turizam
     - 2.3.1. Utjecaj novih tehnologija
     - 2.3.2. Trendovi u turizmu
     - 2.3.3. Specifični oblici turizma
     - 2.3.4. Tutizam kulturne baštine
   - 2.4. Nasljeđe i turizam Boke kotorske
     - 2.4.1. Kultura Boke Kotorske
     - 2.4.2. Turistička naselja Kotorskog zaljeva
     - 2.4.3. Prometna povezanost Boke Kotorske
     - 2.4.4. Strategija EU za Jadransko-jonsku regiju
   - 2.5. Literatura

3. Analiza lokacije
   - 3.1. Lokacija
   - 3.2. Povijest
   - 3.3. Prčanj - zona za turizam
   - 3.4. Smjernice za oblikovanje
   - 3.5. Zelenilo za turizam
   - 3.6. Promet
   - 3.7. Projektni program
   - 3.8. Sadržaj i namjena
   - 3.9. Koncept

4. Grafički prilozi
   - 4.1. Situacija 1:1000
   - 4.2. Tlocrti
     - 4.2.1. Tlocrt ±0,00 1:200
     - 4.2.2. Tlocrt +3,00 1:200
     - 4.2.3. Tlocrt ±6,00 1:200
     - 4.2.4. Tlocrt ±9,00 1:200
     - 4.2.5. Tlocrt ±12,00 1:200
     - 4.2.6. Tlocrt ±16,00 1:200
     - 4.2.7. Tlocrt ±20,00 1:200
     - 4.2.8. Tlocrt ±24,00 1:200
     - 4.2.9. Tlocrt ±28,00 1:200
     - 4.2.10. Tlocrt prizemlja 1:200
   - 4.3. Presjeci
     - 4.3.1. Presjek A-A 1:200
     - 4.3.2. Presjek B-B 1:200
     - 4.3.3. Presjek C-C 1:200
     - 4.3.4. Presjek D-D 1:200
     - 4.3.5. Presjek E-E 1:200
     - 4.3.6. Presjek F-F 1:200
     - 4.3.7. Presjek G-G 1:200
     - 4.3.8. Presjek H-H 1:200
   - 4.4. Sjeveroistočna fasada 1:200
   - 4.5. Materijali i vegetacija
   - 4.6. Aksonometrija
   - 4.7. Atmosferski prikazi
   - 4.8. Aksonometrija vila

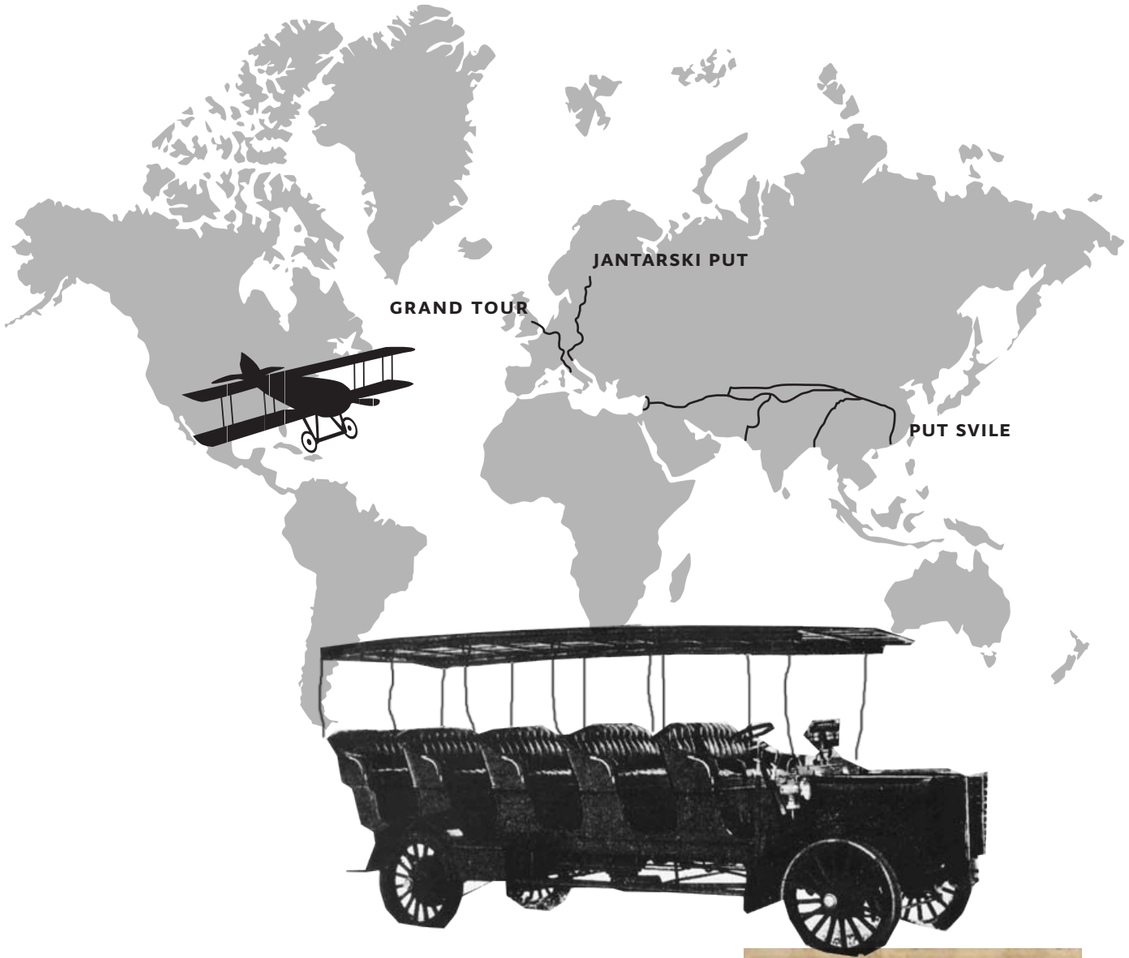
1. Uvod

Crna Gora svoju budućnost polaže u turizam kao najvažniji faktor budućeg ekonomskog razvoja države. 2007. godine Crna Gora je bila najbrže rastuće turističko tržište na svijetu, što ne čudi, uzmu li se u obzir njene prirodne karakteristike, položaj na obali Jadranskog mora i iskustvo u turizmu koje započinje još 1970-ih.

Razvoj tržišta turističkih usluga u Crnoj Gori je dinamičan i napreduje, dok je istovremeno karakteriziran jakom polarizacijom i divergentnim trendovima. Potrebna su ulaganja u sektoru infrastrukture koja je većinom orijentirana na masovni turizam i tržište niske platežne moći kojem je razvojna budućnost neizvjesna. Istovremeno, postoji malena, ali rastuća ponuda ekskluzivnih turističkih usluga koje se smatraju predvodnicom budućeg razvoja Crne Gore kao destinacije za bogate turiste. S druge strane, gospodarski naglasak na razvoj obalnog turizma uključuje i rizik povečanja već snažnih prostornih dispariteta, ostavljajući za sobom planinsku unutrašnjost s padom u gospodarskom razvoju i populaciji.

Turizam, kako pokazuju istraživanja UNWTO-a, predstavlja 10% svjetskog BDP-a, 6% svjetskog izvoza, te 1 od 11 svih svjetskih radnih mjesta. Nije riječ samo o jednoj od najbrže rastućih grana gospodarstva, nego i jednim od ključnih pokretača socijalno-ekonomskog napretka države.

2. Komentorski elaborat



2.ST.PR.KRISTA	>	PUT SVILE (KINA - CRNO MORE)
	>	JANTARSKI PUT (SREDOZEMLJE - BALTIK)
	>	PUT SOLI (SREDOZEMLJE - RIM)
16 - 19. ST.	>	GRAND TOUR PUTOVANJA EUROPOM
1841.	>	PRVI ORGANIZIRANI IZLET, T. COOK
1900-TE	>	AUTOBUS ZA RAZGLEDAVANJE NEW YORKA
1.1.1914.	>	1. KOMERCIJALNI LET

Five Days' Trip to the West of England

CHARMING EXCURSION

TO

CHELTENHAM, GLOUCESTER,

BRISTOL,

EXETER & PLYMOUTH.

TUESDAY, JUNE 18, 1850,

SPECIAL TRAINS

TIME OF STARTING AND FARES THERE AND BACK.

A SPECIAL TRAIN WILL LEAVE BRISTOL FOR EXETER & PLYMOUTH,

2.1. Razvoj turizma kroz povijest

Početke turizma pojedini teorijski aspekti pripisuju prvim migracijama koje su pobuđene potragom za hranom, dok je drugima takvo gledanje neprihvatljivo i neosnovano jer su ta putovanja potencirana egzistencijalnim pitanjima, odnosno instinktom za preživljavanje. Prve pojave turizma, u pravom smislu tog pojma, datiraju iz sumerske kulture kada se razvojem trgovine svrha putovanja orijentira prema zdravstvenim i kulturnim potrebama. Danas se uz turizam nužno veže prometna povezanost pa kad se pogleda na razvoj prvih prometnih putova u Aziji i Europi, "puta svile", "Jantarskog puta" i "Puta soli", može se utvrđeno govoriti o pojavi turizma tisućljećima prije Nove ere. Antika je period kada se putuje iz razonode i zadovoljstva. Dok Grci putuju na sportske igre, Rimljani se kreću prema amfiteatrima gdje se održavaju zabave za puk. Također, njihov stil života bilježi i putovanja na odmorišta s termama, a poznato je kako se u vrijeme Rimskog Carstva gradi popriličan broj cesta. U Srednjem vijeku s razvojem proizvodnje i trgovine putovanja uzimaju sve više maha, a javljaju se i organizirana grupna putovanja od strane Crkve, poznata kao hodočašća vjernika. Renesansa i humanizam razdoblja su kada među intelektualnom elitom postaje popularno odlaziti na putovanja u prirodu kako bi se otkrilo nešto novo. Iz brojnih djela književnosti moguće je iščitati kako se radi o putovanjima Europom. Naredni period, od 16. do 19. stoljeća, na putovanja znana kao "Grand Tour" odlaze aristokrati, trgovci, plemstvo. Ova putovanja mediteranskim zemljama trajala su i po nekoliko godina, a motivirana su edukacijom te se nazivaju "pretečom pravih turističkih putovanja".

Sredinom 19. stoljeća može se reći da je predturističku epohu zamijenila turistička epoha. Razlika ovih dviju je u faktorima koje turizam nosi sa sobom kao što su razvoj urbanizma, prometna povezanost, organiziranost putovanja, dostupnost putovanja raznim društvenim slojevima i drugo. Ovo je jedna od mogućih i, prema Petrić (2003), najčešće citiranih podjela razvoja turizma.

Prvo organizirano putovanje događa se 1841. godine kada Thomas Cook oglašava u tisku izlet željeznicom kojemu prisustvuje oko 500 osoba. Nedugo nakon tog uspjeha, Cook osniva prvu putničku agenciju, a potom i banku koja radi s putničkim čekom (voucherom). Razvojem parnog stroja osnažuje se prometna povezanost željezničkim i brodskim putevima te se preplovljavanjem Atlantika može govoriti o početcima turističkog krstarenja. U ovom se periodu također razvija kupališni turizam na područjima talijanske i francuske rivijere.

20. stoljeće naziva se stoljećem turizma. Industrijska revolucija je, kao i u brojnim drugim aspektima i granama ljudske djelatnosti, donijela veliki napredak i u turizmu. Proizvodnja automobila dostupnih velikom broju ljudi omogućava sve veće kretanje stanovništva. Sukladno tome razvijaju se prometne infrastrukture. Nadalje, 1900. godine pojavljuje se autobus, a nedugo zatim avion postaje komercijalno prijevozno sredstvo, što posebno dolazi do izražaja nakon 2. svjetskog rata kada zračni prijevoz postaje pristupačniji te doprinosti razvoju masovnog turizma. 80-ih godina 20. stoljeća turizam više nije prepušten slobodnoj volji pojedinca, nego se javlja potreba za usmjeravanjem djelatnosti prema načelima održivog razvoja.

2. 2. Temeljni pojmovi turizma

Kao što je u povijesnom razvoju vidljivo, teško je jasno odrediti što se svrstava pod turizam, a što on nije. Svaki oblik putovanja ili migracije nije jednak turizmu. Postoje različite komponente koje se uzimaju u obzir prilikom obrade informacija u turističke svrhe. Definicija turizma, prema tome, ima nebrojeno mnogo. Pojam se može promatrati s aspekta potražnje, "demand - side" ili s aspekta ponude, "supply - side", a potom se dalje specificirati konceptualnim i statističkim definicijama. Turizam je teško moguće odvojiti od pojma turist, jer bez osobe koja putuje turizma ne bi ni bilo. Međutim, kad se govori o pojmu putnika, potrebno je precizirati razlike između rezidenta, posjetitelja, turista i dnevnog posjetitelja/eksurzista.

2.2.1. Turist

Često se pri definiciji pojma *turist* citira Erika Cohena, koji radi podjelu na šest dimenzija turističke funkcije te kaže kako je turist "dobrovoljni, privremeni putnik koji putuje u očekivanju zadovoljstva koje mu mogu pružiti novosti i promjene doživljene na relativno dugom i učestalom kružnom putovanju."

	DIMENZIJE FUNKCIJE	FUNKCIJA		
		putnik		
		∨		
(1)	trajnost	privremeni	>	trajni (lutalica, skitnica, "nomad")
		∨		
(2)	dobrovoljnost	dobrovoljni	>	prisilni (izgnanik , izbjeglica, ratni zarobljenik, rob)
		∨		
(3)	smjer	kružno putovanje	>	jednostmjerno (emigrant)
		∨		
(4)	udaljenost	relativno dugo	>	relativno kratko (svakodnevni putnik, izletnik)
		∨		
(5)	učestalost	neučestalo	>	učestalo (vlasnik vikendice, vlasnik kuće za odmor)
		∨		
(6a)	opća svrha	neinstrumentalna (zadovoljstvo)	>	instrumentalno (poslovni putnik, radnik na privremenom radu)
		∨		
(6b)	posebna svrha	novost i promjena	>	ostalo (student, "terminalist", u posjti oibtelji)
		∨		
		turist		

Grafički prilog 1. "Pojmovno stablo" za određenje turističke funkcije , E. Cohen

Turist je putnik koji svojevoljno i slobodno napušta mjesto na kojem boravi kako bi napravio privremeni prekid svakodnevne kolotečine iz potrebe za osjećajem novoga. Putnik je svaka osoba koja odlazi na putovanje, neovisno o razlogu koji ga motivira (službeni put, konferencija, privremeni rad, krstarenje,...), dok je posjetitelj osoba koja napušta svoje mjesto boravka kako bi posjetila neku udaljenu destinaciju, ali bez da obavlja neku djelatnost od koje uprihođuje zaradu. Turist na destinaciji ostaje dulje od 24 sata, dakle ostvaruje noćenje, a izletnik napušta mjesto koje posjećuje u roku 24 sata.

2.2.2. Turizam

Prema definiciji W. Hunzikera i K. Krapfa koju prihvaća Međunarodna organizacija za turizam, AIEST, "**turizam** je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako tim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost."

"Turizam obuhvaća sve aktivnosti osoba koje putuju i borave u mjestima izvan svoga uobičajenog okruženja u vremenu do maksimalno godine dana u svrhu odmora, poslovnih razloga te drugih razloga za koje nisu plaćeni u mjestu koje posjećuju." (Petrić, 2003)

Pobliže definiranje turizma vrši se prema nekoliko odvojenih kategorija:

trajanje
- > BORAVIŠNI
- > IZLETNIČKI
- > VIKEND TURIZAM

stupanj mobilnosti
- > STACIONARNI
- > MOBILNI

nacionalna pripadnost pojedinca
- > DOMAĆI
- > MEĐUNARODNI

prostorni obuhvat
- > LOKALNI
- > REGIONALNI
- > NACIONALNI
- > MEĐUNARODNI

način organizacije putovanja
- > INDIVIDUALNI
- > GRUPNI

dobna struktura
- DJEČJI
- OMLADINSKI
- OBITELJSKI
- UMIROVLJENIČKI

sadržaj boravka
- ZDRAVSTVENI
- LOVNI
- RIBOLOVNI
- ŠPORTSKI
- KONGRESNI
- KULTURNI
- NATURIZAM
- NAUTIČKI
- VJERSKI

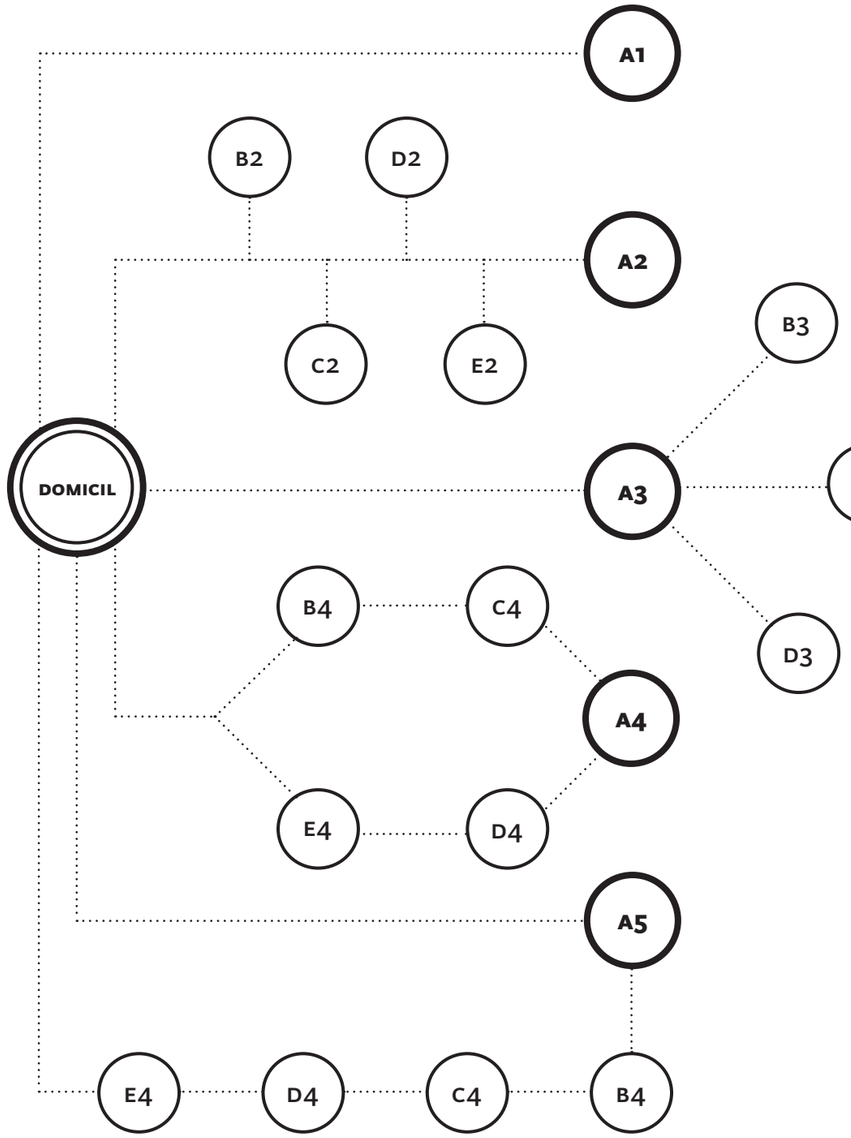
obilježja turističkog prostora
- PRIMORSKI
- OTOČKI
- PLANINSKI
- JEZERSKI
- GRADSKI
- SEOSKI

2.2.3. Turistička destinacija

Destinacija u turizmu označava **odredište turističkog putovanja**. To može biti lokalitet, mjesto, regija, zemlja, skupina zemalja, ili kontinent. Predispozicije destinacije ovise o fiksnim i varijabilnim čimbenicima. Priroda, znamenitosti, atrakcije te infrastruktura ubrajaju se u fiksne čimbenike, a varijabilni se tiču promocije i plasiranja na tržištu. Bez obzira na prirodni potencijal nekog mjesta, turistička ponuda i ljudski doprinos velikim dijelom utječu na potražnju. Jedna od bitnih odlika svake turističke destinacije je takozvani "životni ciklus." Naziv sam po sebi ukazuje na proces rasta interesa turista za određenim mjestom, ali jednako tako i proces promjena, starenja i odumiranja istoga, što je usporedivo sa živim bićem. Jedan životni ciklus sastoji se od nekoliko etapa, a to su: faza istraživanja, angažiranja, razvojna faza, zatim faza konsolidacije, stagnacije, propadanja i faza pomlađivanja. Ove faze svakako su u međuovisnosti s potrebama tržišta i mogu varirati.

Posljednji trendovi u turizmu sve više bilježe porast **multidestinacijskih shema**. Riječ je o posjećivanju ne jednog nego više odredišta prilikom putovanja. Čak se uvodi posebna tipologija prema pet prostornih modela kojima se sagledava ovaj koncept. Osim toga, razvija se i koncept **kumulativnih destinacija** pri čemu se sadržaje i atrakcije pojedine destinacije povezuje i umrežava te na taj način ona ima prednost pred destinacijom čiji su sadržaji međusobno nepovezani.

A1 > putovanja u jednu destinaciju
A2 > "lančano putovanje": posjeta niza destinacija bez žarišnog odredišta
A3 > osnovna destinacija boravka, služi za posjet drugima u radijusu
A4 > kružno putovanje s jednom žarišnom destinacijom
A5 > regionalno kružno putovanje; posjet nizu destinacija u regiji



Grafički prilog 2. Tipologija turističkih destinacija prema prostornom obuhvatu, Lue, Crompton, Fesenmeier, 1993.

2. 3. Suvremeni turizam

Masovni turizam 70IH i 80IH godina 20. stoljeća u postfordističkom društvu 90IH kreće se smjerovima koje određuje ukus potrošača, odnosno potražnja. Jedan od najvažnijih motiva putovanja postaje posjećivanje kulturnih odredišta, posebno u većim svjetskim gradovima. Konzumenti kulturnog turizma postaju sve zahtjevniji te se sve više inzistira na kvaliteti ponude i senzaciji iskustva zbog čega se u ovaj oblik upliću gastronomski, vjerski, wellness i spa turizam, volonterski, kreativni, edukativni ili pak neki specifični oblik turizma. Samim time dobrobiti ostvaruje lokalna zajednica. Međutim, kod stvaranja ponude iskustava za turističke svrhe postoji tanka granica koja stvara razliku ponuda među destinacijama. Zato je potrebno konstantno ne samo slijediti trendove nego ih nadograđivati novim sadržajima. Nerijetko je slučaj da se dobrom pričom o destinaciji ona prodaje unatoč ne tako dobrim resursima i predispozicijama. Marketing je, dakle, ključna komponenta stvaranja atraktivnih sadržaja određene lokacije.

2.3.1. Utjecaj novih tehnologija

Tehnologija bežičnog interneta i smartphone-a omogućava brzo širenje informacija, za razliku od ranijih vremena kada se iskustva s putovanja prenosilo razgovorom. Prema Buhalisu (2011), fotografije objavljene na društvenim mrežama postaju jedino učinkovito marketinško sredstvo kojim se može prenijeti identitet destinacije u okolnostima brzorastuće potražnje i povećanja broja destinacija.

Druga opasnost koju sve razvijenija tehnologija sa sobom nosi za turizam je pojava virtualnog turizma. Sve češće se može naići na realne prikaze destinacija, od trodimenzionalnih snimaka na mapama (npr. Google Street) do realnih prikaza videom i kamerama od 360°. Ovi mediji dvosjekli su mač, jer istovremeno mogu biti promocija odredišta i poticaj na putovanje, ali i imati suprotan učinak na putnika, turista.

Razvojem aplikacija za "pametne telefone" koje služe u turističke svrhe poprilično je olakšano snalaženje pojedinca u novom okruženju, ali je prijetnja primjerice lokalnim turističkim vodičima. Isto tako turističke agencije postaju ugrožene internetskim stranicama koje se bave oglašavanjem smještajnih kapaciteta. Unatoč tome, pojava ovakvih platformi olakšava pristup lokaciji i omogućava lakše stupanje u kontakt s lokalnom zajednicom.

Iskustvo putovanja moguće je prenijeti aplikacijama, ali senzacija osjetila koju sa sobom nosi realan prostor ne može se reducirati u digitalni zapis. Na kraju krajeva, ideja aplikacija koje se koriste u turističke svrhe nije otuđiti destinaciju, nego je približiti korisniku. "U današnje vrijeme, kad su turisti vremenski ograničeni i fizički često dislocirani od turističkih agencija, prednosti novih tehnologija sadržane su u mogućnostima izravne komunikacije korisnika, u prevladavanju vremenskih i prostornih prepreka na način poticanja učinkovitosti sadržane u načinu izravnog kontaktiranja s davateljima usluga u odredištu."

2.3.2. Trendovi u turizmu

Prema Ekonomskom leksikonu, trend je "komponenta vremenske pojave koja predočuje osnovnu dugoročnu tendenciju njezina razvoja u vremenu". U Klaićevom rječniku stranih riječi trend je pojašnjen kao "sklonost, nastojanje, stalan pravac, tendencija prema nečemu". Bez obzira na definiciju, podudarnost je očigledna.

Turistički **trendovi** definiraju se analizom statističkih podataka o kretanjima turista na lokalnoj, nacionalnoj, regionalnoj ili međunarodnoj razini. Obradom podataka na svjetskoj razini bavi se Svjetska turistička organizacija UN-a, UNWTO. Istraživanje i bilježenje promjena važno je za utvrđivanje ponude i potražnje u turizmu, čime se sudionici procesa lakše mogu prilagođavati promjenama i ići u korak s vremenom. Trendove u turizmu određuju gospodarski, ekološki, demografski, sociokulturološki, tehnološki, politički i drugi aspekti.

Prema istraživanjima iz 2012. godine gospodarska kriza potresala je i turizam te je ukupna potražnja opala zbog smanjene želje za potrošnjom koja je uzrokovana nesigurnošću čime se i cijena ponuda smanjila. Među europskim stanovništvom za čak 40% putovanja motivirano je "suncem i morem", 36% otpada na posjete obitelji i prijateljima; prirodne ljepote okupiraju 26% putnika, a kultura 22%. Na city break putovanja odlazi 20%, sportska putovanja konzumira 10%, a 7% otpada na razna događanja. Koncept 4S (sand, sea, sun, sex) razvija se u 6E koncept (escape, education, ecology, entertainment, excitement, experince), a najnovije tzv. X, Y i Z generacije potiču promjenu na 4M (moderate growth, multidiversification, multitasking, mobile). Turist budućnosti od destinacije očekuje kompleksnija iskustva, a ključnu ulogu kod takvih potražnji imaju turističke agencije koje su sposobne zadovoljiti posebne interese gostiju.

TRENDOVI TURISTIČKE PONUDE

- turizam zabave, uzbuđenja i obrazovanja
- imidž destinacije
- nove destinacije
- održivi razvoja turizma
- rast održivog razvoja i specifičnih oblika turizma
- unapređenje prijevoza, pametna tehnologija
- rast broja dolazaka turista

TRENDOVI TURISTIČKE POTRAŽNJE

- polarizacija turističkih ukusa
- porast korištenja interneta za individualno organizirana putovanja

TRENDOVI TURISTIČKE PONUDE I TURISTIČKE POTRAŽNJE

- korištenje elektroničke i mobilne tehnologije
- smanjivanje svijeta u očima turista

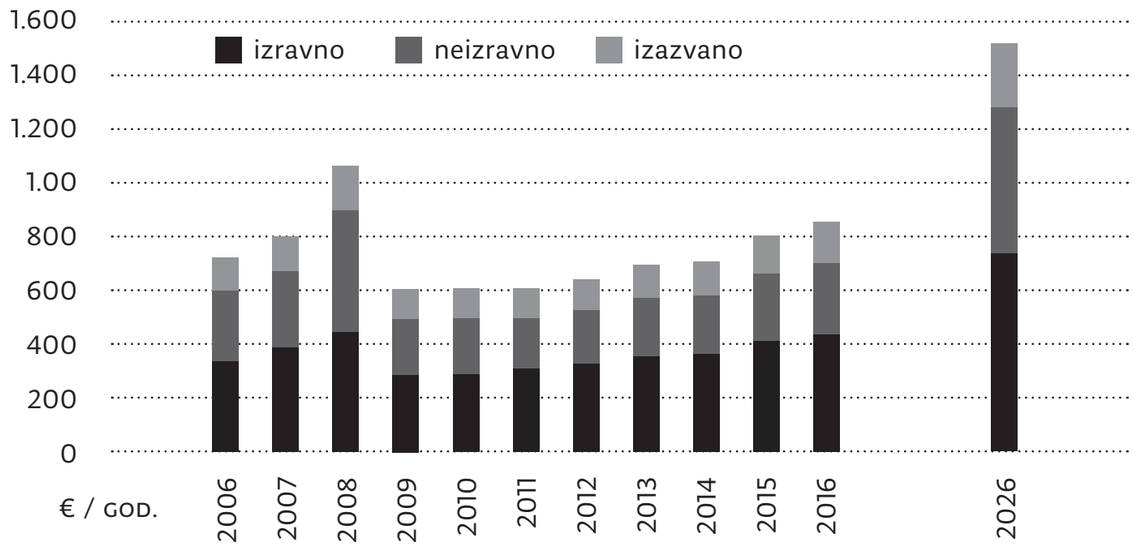
Glavno obilježje suvremenog turizma je prerastanje iz takozvanog "hard" u "soft" turizam, što označava promjenu iz masovnog u individualizirani turizam. Ova promjena dovodi do razvoja specifičnih oblika turizma te se fragmentira tržište. Nastaju različite turističke destinacije koje samostalno postoje na globalnom tržištu. Turistička se ponuda razlikuje prema određenom kriteriju kojega odredište zadovoljava, prema nabrojenima u poglavlju 2.2.2.

Trend rasta turističke potražnje, u međuovisnsti je s rastom turističke ponude. Na tržištu se pojavljuje sve veći broj destinacija zahvaljujući globalizaciji, prometnoj povezanosti i mrežnim stranicama. Tako, primjerice, na ljestvici vodećih turističkih destinacija prema ukupnim prihodima iz 2013. i '14. stoje SAD, Meksiko, Francuska, Španjolska i druge europske zemlje, ali su u prvih 10 i Kina, Tajland, Hong Kong... (WTTC, 2016)

Osim trenda rasta interesa za zemlje Istoka, očit je i trend rasta "populacije koja stari" kao i trend smanjenja broja djece u obiteljima. Premda ovo ne utječe direktno na turizam u ovom trenutku, ostavit će traga na naredna desetljeća.

Najveća potražnja za putovanjima trenutno postoji među financijski bolje situiranim stanovništvom, istospolnim parovima, parovima bez djece (DINK), mladim urbanim profesionalcima (YUPI) te multigeneracijskim gostima (djedovi i bake s unucima na kruzerima).

Na području Europe proučavanja vrši Europska turistička komisija. Istraživanjima iz 2006. predviđao se rast interesa europskog stanovništva za tradicionalnim odmorom, obrazovanjem i upoznavanjem tuđih kultura; ekoturizmom; preventivno zdravstvenim turizmom te specifičnim oblicima turizma kao što su urbani i ruralni turizam, zimski turizam, golf turizam, kreativni turizam, avanturizam, tematski zabavni parkovi i sl.



Grafički prilog 3. Ukupan udio turizma i putovanja u BDP-u, WTTC 2016.

2.3.3. Specifični oblici turizma

Soft turizam naziva se još alternativni, odgovorni ili održivi turizam. On je, dakle, suprotnost od masovnog ili konvencionalnog tj. komercijalnog turizma. Karakterizira ga stalna promjenjivost koju potiču novi oblici prometa, povećanje izgradnje turističkih objekata, ekološka populacija i drugo. Često se govori ne o alternativnom turizmu, nego o alternativnim oblicima turizma.

Pod alternativne oblike turizma ubrajaju se poslovna turistička putovanja, konvencije, hodočašća, obiteljska okupljanja, posjete toplicama te turistička putovanja izletnika i onih skupina turista koji putuju radi "općeg razgledavanja". Osim toga, ovim pojmom opisuju se promjene koje su zadesile dosadašnji turizam: od ponuda i resursa do motiva, potreba i ponašanja turista.

Alternativni ili održivi turizam uključuje očuvanje i jačanje kulturno povijesnog nasljeđa, od umjetnosti do lokalne gastronomije ili očuvanja bioraznolikosti, poštuje ekološke principe i kriterije turističkih područja, inzistira na većoj zaštiti prirodnih vrijednosti i rariteta autohtonog okoliša.

2.3.4. Turizam kulturne baštine

Kao što sam naziv govori, **turizam kulturne baštine** bavi se kulturnim nasljeđem iz prošlosti sadržanim u starim zgradama, muzejima, spomenicima i krajoliku. Definiciju prema kojoj se nasljeđe dijeli na kulturnu baštinu pod koju se ubrajaju "spomenici, skupine zgrada ili mjesta povijesne, estetske, arheološke, znanstvene, etnološke i antropološke vrijednosti" te prirodnu baštinu koja označava "izvanredne fizičke, biološke i geološke značajke; staništa ugroženih biljaka i životinjskih vrsta i područja vrijednosti na znanstvenu ili estetsku razloga ili iz aspekta zaštite" usvaja UNESCO 1972. godine.

Postoje različita shvaćanja pojma baštine diljem svijeta, stoga u turizam kulturnog nasljeđa spadaju primjerice muzeji na otvorenom razvijeni u Skandinaviji tijekom 20. stoljeća i predstavljaju nestalu tradiciju, dok u Nizozemskoj postoje kulturno-povijesni turistički lokaliteti koji su sačuvali cjelokupne gradove i prizore iz prošlosti.

Često se uz ovaj oblik turizma vezuje kulturni turizam jer se kultura kao način života shvaća kao dio baštine. Turisti koje motivira baština i kultura posjećuju destinacije u želji za učenjem nečega novoga, ali ne u smislu tradicionalnog poimanja učenja, već stjecanjem autentičnog iskustva.

Pod turizam kulturne baštine odnedavno se ubrajaju i zgrade koje su izgrađene sredinom 20. stoljeća, 70IH i 80IH godina. Tržište se time proširilo na tvornice, industrijska postrojenja i druge slične objekte koje bi već bile srušene u drugim okolnostima. Popis svjetskog nasljeđa je tako u periodu od 1984. do 1994. narastao sa 185 na 440 mjesta.

2. 4. Nasljeđe i turizam Boke Kotorske

Prostran i razgranat zaljev, jedinstvenog izgleda, u južnom dijelu istočne obale Jadranskoga mora naziva se Boka Kotorska, a opisuje se i kao **najjužniji fjord Europe**. Specifičan je po tome što je sazdan od tri manja zaljeva: vanjskog Hercegnovskoga, središnjeg Tivatskoga i unutrašnjeg Risansko-morinjsko-kotorskoga. Strmi izgled okolnih padina i tragovi u stijenama ukazuju na geološku prošlost i nastanak ovog prostora procesom riječne erozije.

Geografski smještaj zaljeva u odnosu na Sredozemno more i Jadran te zahvalne prirodne karakteristike čine ovaj prostor posebno atratktivnom strateškom jedinicom u povijesti ratovanja na Sredozemlju. Od ilirskog i rimskog doba preko srednjeg vijeka kada prodiru Turci dok ih nisu istjerali Mlečani, potom vrijeme kad je Boka pripojena Austriji, zatim Francuskoj, kada se Bokelji i Crnogorci bore protiv Francuza, potom ponovno Austrija do kraja 1. svjetskog rata, nakon kojega Kotor postaje dijelom Kraljevine SHS. U novijoj povijesti bilježi još okupaciju Talijana, bila je dio SFRJ, Srbije i Crne Gore dok se Crna Gora na poslijetku nije osamostalila 2006. godine.

2.4.1. Kultura Boke Kotorske

Tragovi prvih kultura iz ilirskog doba pronađeni su u obliku utvrda i novca. Iz rimskog doba ostali su pojedini natpisi, grobovi, mozaici, arhitektonski ostatci i tragovi ceste.

Temelje kulturi Kotorskog zaljeva postavlja pomorstvo. Stanovništvo je stoljećima razvijalo djelatnosti i vještine u tom kontekstu: izrada brodova svih veličina i oblika koji su se koristili kao prijevozno sredstvo u posredništvu trgovine, jer je područje zbog prirodnih karakteristika nepogodno za produkciju bilo kakvih dobara za izvoz. Prenosilo se hranu, žito, tkanine, ukrasne predmete i kućne potrepštine za Italiju.

Osim pomorstva, kulturu razvija bogoštovlje. Izgrađene su brojne crkve, čak i bazilika, a moguće je pronaći elemente različitih stilskih razdoblja: od romaničkih i bizantinskih preko gotičkih i renesansnih do baroka koji ostavlja najveći broj artefakata ne samo u odnosu na druge stilove, nego je općenito najveći broj baroknih spomenika na istočnom Jadranu pronađen u Kotoru. Osim arhitekture, zastupljeni su i kiparstvo i slikarstvo te novčarstvo. Često se radi o uvezenim predmetima iz Venecije i sl. Boka Kotorska naziva se i "zaljev hrvatskih svetaca" jer je ondje rođeno nekoliko hrvatskih svetaca radi čega se na ovoj destinaciji razvija vjerski turizam.

U periodu od 16. do 18. stoljeća, za vrijeme vladavine Mletačke republike, razvijaju se i poseban pomorska naselja: Perast, Dobrota, Prčanj i Stoliv. Tijekom austrougarske vlasti Tivat postaje glavna vojna baza.

Potres koji je zadesio ovaj prostor 1979. godine razorio je brojne spomenike te je od onda Kotor uvršten na **UNESCOv popis kulturne baštine**.

2.4.2. Turistička naselja Kotorskog zaljeva

Duž cijelog zaljeva raspoređena su naselja među koja su se smjestila tri grada: Tivat, Kotor i Herceg-Novi, prema kojima su se rasporedile tri rivijere zaljeva. Cijeli potez karakteriziraju brojne plaže - veće u predjelu Tivta i Herceg-Novog, a manje, intimnije u Kotorskoj rivijeri. Svako od naselja ima svoje posebnosti.

Dražin vrt je malo naselje od svega petnaestak kuća, iz kojeg je potekao jako veliki broj pomoraca, kapetna, ratnika, književnika. Jedno od najvećih imena je svakako Miloš Vukasović, pomorski arhitekt koji je u Argentini izgradio neke od najljepših brodova na prijelazu 19. stoljeća.

Orahovac, također malo ribarsko naselje, rodno mjesto pomoraca. U Gornjem Orahovcu smješten je vidikovac koji je ostao kao vojna izvidnica iz vremena Austro-Ugarske.

Ljuta je manje naselje u srcu Bokokotorskog zaljeva, udaljeno oko 7 km od Kotora. Naziv dobiva od rijeke Ljute na kojoj se smješta. Od kulturnih spomenika, u centru naselja nalazi se barokna crkva sv. Petra. Ovo je malo ribarsko mjesto ubrojeno je među najtraženije lokacije crnogorskog primorja.

Dobrota je najbrojnije naselje općine Kotor. Formira se iz tradicionalnih cjelina nastalih spuštanjem bratstava sa viših dijelova na obalu, oko crkava. Među spomenicima kulture, osim sačuvanih toponima ilirskog porijekla i materijalnih ostataka iz doba Rimljana, treba spomenuti crkvu Sv. Ilije iz 12. stoljeća, crkvu Sv. Mateja, izgrađenu u baroknom stilu, gdje se nalaze barokni mramorni oltari te slika "Bogorodica s djetetom" i crkvu sv. Eustahija u kojoj se čuva poznata dobrotska čipka. Preporod kojega mjesto doživljava u 17. i 18. stoljeću donosi mu naziv "pomorsko naselje" te su tada podignute brojne palače dobrotskih obitelji.

Kotor je grad opasan starim, četiri kilometra dugim zidinama kroz koje se ulazi na troja vrata. Od 1979. nalazi se na UNESCO-vu popisu zaštićene svjetske kulturne baštine. Da je riječ o bogatom kulturnom nasljeđu govori činjenica da grad postoji od 3. st. prije Krista kao grčko naselje. Poznati slikari, graditelji, kipari ostavili su traga na nekoliko romaničkih crkava, katedrali sv. Tripuna, gotičkim i renesansnim artefaktima, a najviše u baroknim spomenicima profanog i sakralnog karaktera.

Stoliv je dvojno naselje na sjeveroistočnoj strani Vrmca. Gornji Stoliv nalazi se u kestenovoj šumi na 240 m nadmorske visine. Ovo naselje je sačuvalo svoju izvornu ruralnu fizionomiju. Danas ima oko 15-tak stanovnika, jer su se mnogi tijekom 17. i 18. st. preselili u Donji Stoliv koji u tom vremenu, kao i Dobrota, dobiva status pomorskog naselja. Zahvaljujući ugodnoj klimi ovdje uspijevaju mnoge vrste voća i cvijeća, osobi-

Risanski zaljev
Orahovac
Dražin vrt
Ljuta
Stoliv
Kotorski zaljev
Dobrota
Prčanj
Tivatski zaljev
Tivat
Kotor
Vesla

to kamelija po kojoj je Stoliv poznat.

2.4.3. Prometna povezanost Boke Kotorske

Kotor je dostupan iz svih dijelova Europe i svijeta zahvaljujući prometnoj povezanosti. Smješten je u blizini dvije zračne luke Crne Gore: Tivat i Podgorica. Uz to, blizina granice s Hrvatskom omogućava brz pristup i zračnoj luci Ćilipi u Dubrovniku.

Aerodrom Tivat opremljen je za prijem velikog broja turista koji redovnim i čarter letovima iz cijelog svijeta (London, Moskva, Pariz, Frankfurt, Stokholm, Prag,...) od tridesetak avio-kompanija. 80% letova u ovu luku pristigne tijekom ljetne turističke sezone. Vrlo veliki broj letova na svakodnevnoj razini pristiže s istoka Europe - Rusija, Ukrajina.

Zračna luka Podgorica glavno je čvorište Montenegro Airlinesa. Međunarodno udruženje zračnih luka proglasilo ju je 2007. godine najboljom u kategoriji do 1 milijun putnika. Za razliku od Tivta, Podgorica ostvaruje internacionalnu vezu i s low-cost aviokompanijama što je bitno za razvitak turizma. Udaljenost od Kotorskog zaljeva je otprilike 2 sata vožnje automobilom.

Luka Kotor se nalazi neposredno uz Jadransku magistralu kojom je povezana s mjestima uz obalu. Smještena je u južnom dijelu zaljeva Kotor i dobro je zaštićena od valova. Pristanište je za kruzere, a drugim dijelom je marina s tridesetak vezova za brodove.

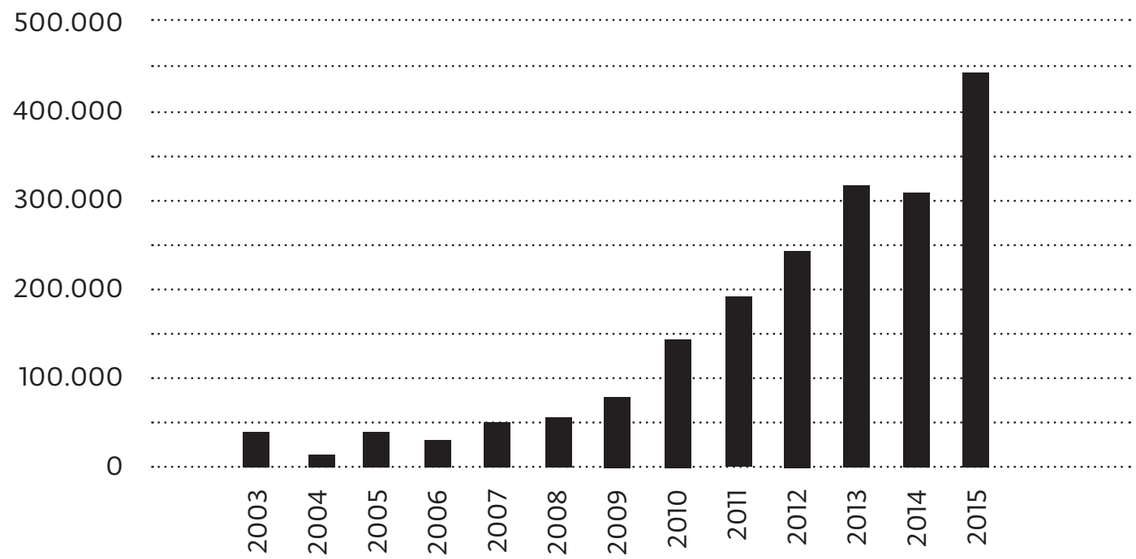
Marina Porto Montenegro smještena je u Tivtu, gradu najvećeg broja sunčanih sati u kotorskom zaljevu. Broji 450 vezova za plovila te ima carinske usluge. Specifična je po tome što osim pristaništa i vezova nudi stambene jedinice, pomorsko naselje, muzej, školu, restorane, barove, hotel i jachts klub.

Cestovni promet odvija se Jadranskom magistralom kojom je moguće proći uz more duž čitavog bokokotorskog zaljeva. Tunel Vrmac povezuje sjevernu i južnu stranu brda odnosno gradove Kotor i Tivat te omogućava lakši pristup zračnoj luci Tivat iz kotorskog zaljeva.

Željeznički promet odvija se glavnim željezničkim pravcem Bar-Podgorica-Beograd.

2.4.4. Strategija EU za Jadransko-jonsku regiju

Jadransko – jonska regija nalazi se na važnom europskom raskrižju s bogatim kulturnim i prirodnim naslijeđem, a obuhvaća ukupno osam zemalja: Grčku, Italiju, Sloveniju, Hrvatsku, Bosnu i Hercegovinu, Crnu goru, Srbiju i Albaniju. S više od 70 milijuna stanovnika, ova regija ima važnu ulogu u jačanju geografskog kontinuiteta u Europi. U prošlosti je obilježena sukobima i teškom gospodarskom situacijom te se mnogi od takvih izazova osjećaju i danas: društveno ekonomske razlike, slabe infrastrukturne mreže, nerazvijeno energetsko tržište, administrativni problemi i drugo.



Grafički prilog 4. Putnici na kruzerima, luka Kotor

Strategija je predstavljena 2014. godine te je priložen Akcijski plan zasnovan na 4 stupa. Ublažavanje klimatskih promjena te prilagodba na njih kao i upravljanje rizicima od katastrofa horizontalna su načela za sva četiri stupa:

- plavi razvoj/rast
- povezanost regije
- kvaliteta okoliša
- održivi turizam

Plavi rast zalaže se za poticanje inovativnog pomorskog i morskog rasta u regiji promicanjem održivog gospodarskog razvoja, radnih mjesta i poslovnih prilika u plavom gospodarstvu, uključujući ribarstvo i akvakulturu.

Cilj povezivanja regije je poboljšati je prometnu i energetsku povezanost u regiji i s ostatkom Europe održivim prometnim i energetskim mrežama.

Kvalitetu okoliša povećava se smanjenjem onečišćenja mora, ograničavanjem, ublažavanjem i nadoknadom prekrivanja zemljišta, smanjenjem onečišćenja zraka te zaustavljanjem gubitka biološke raznolikosti i narušavanja ekosustava.

Održivi turizam za cilj ima razviti puni potencijal regije s obzirom na inovativan, održiv, odgovoran i kvalitetan turizam. Raznovrsnost turističkih usluga i proizvoda te smanje-

Literatura

Cohen, E. (1974) Tko je turist?, http://mudrac.ffzg.hr/~dpolsek/sociologija%20turizma/cohen%20tko%20je%20turist1.pdf

Hendija, Z. (2014) Skripta za kolegij "Međunarodni turizam", Diplomski studij poslovne ekonomije, Zagreb

Klarin, T., Gusić, A. (2013) Kultura putovanja mladih u Hrvatskoj i omladinski turizam, Sveučilište u Zadru

Mihajlović, I. (2012) Dinamika utjecaja novih trendova u turizmu primjenom ICT-a i posljedice transformacijskih procesa na poslovanje turističkih agencija, Poslovna izvrsnost Zagreb, god. VII (2013) br. 1

Petrić, L. (2003) Osnove turizma, Ekonomski fakultet, Split

Richards, G. (2000) Tourism and the World of Culture and Heritage, Tourism Recreation Research, Volume 25, Issue 1, 2000

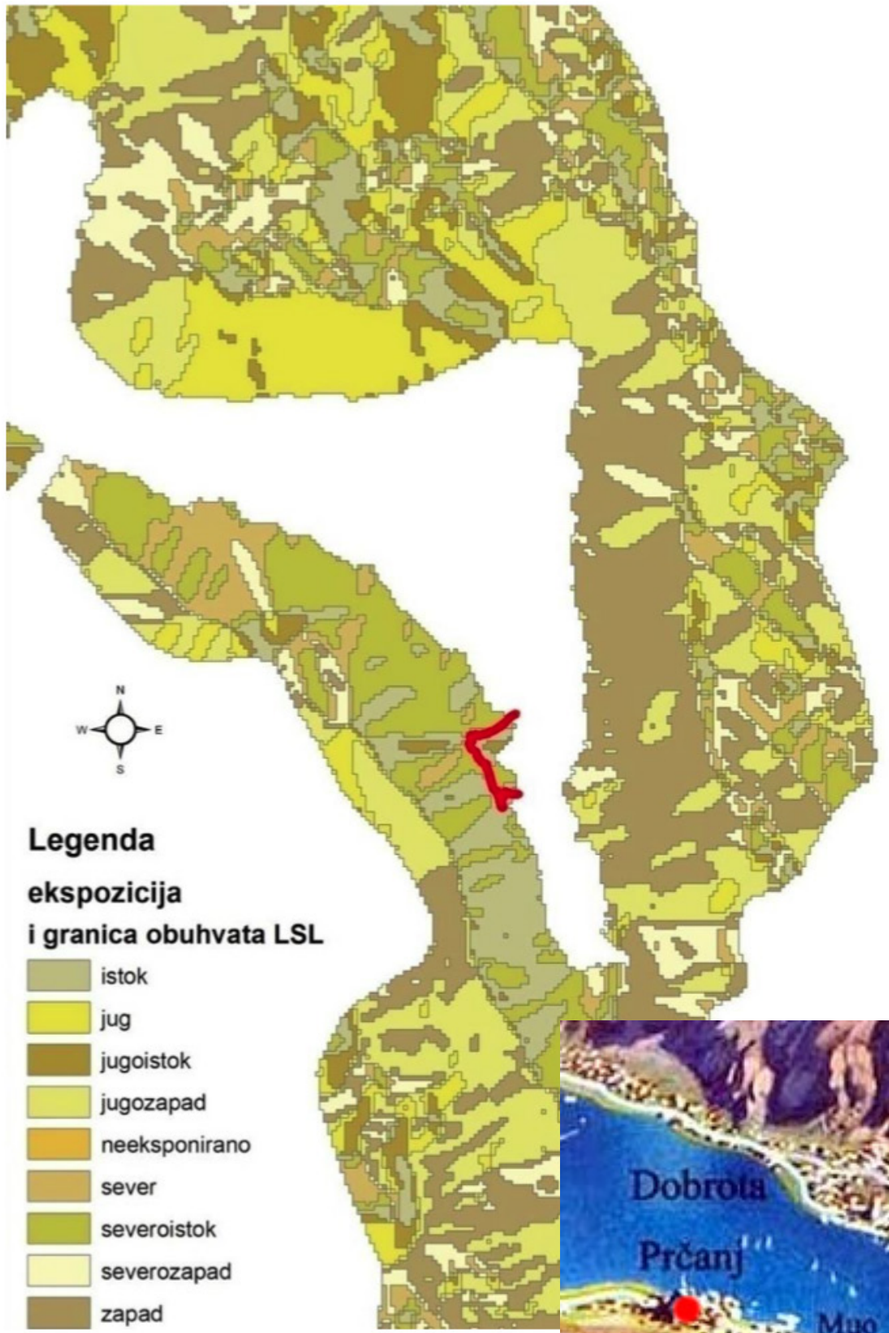
Iis P. Tussyadiah, Pesonen J. (2015) Impacts of Peer-to-Peer Accommodation Use on Travel Patterns, Journal of Travel Research

Buhalis, D. (2011) E-Tourism, Goodfellow Publishers, Oxford

Internetski izvori (posjećeno: rujan 2016)

https://independent.academia.edu
http://www.montenegroairports.com
http://www.booking.com/
https://www.tripadvisor.com
https://repozitorij.efzg.unizg.hr/islandora/object/efzg%3A846/datastream/PDF/view
http://www.krce-miocic.com/pdf/ekonomika_turizma.pdf
http://www.poslovniturizam.com/brojke-trendovi/uhpa-novi-turisticki-trendovi-i-suvremeni-turizam/1176
http://www.e-turizam.com/baza-znanja/rijecnik-termina-i-skracenica/
http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=8483
http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/montenegro2016.pdf
http://www.tokotor.me
http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/cooperate/adriat_ionian/pdf/com_357_hr.pdf
http://www.portofkotor.co.me
http://www.portomontenegro.com

3. Analiza lokacije



3.1. Lokacija

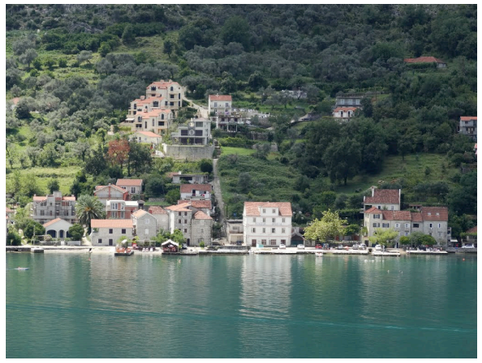
Naselje Prčanj određeno je koordinatama 42° 27’ 17” sjeverne geografske širine i 18° 44’ 48” istočne geografske dužine, a cijelo područje naselja je na terenu u padu, nagiba 10 - 35° između kota +2.00 do +120.00m nadmorske visine. Prema popisu stanovnika iz 2011.godine u Prčnju je bilo 1128 stanovnika u 380 domaćinstva, bez tendencija većeg rasta.

Klima bokeljskog primorja, sa sušnim ljetima i velikom količinom padalina u toku godine, različita od kontinentalne srednjoeuropske i mediteranske klime, najsličnija je monsunskom tipu suptropske klime.

Blaga klima, sa velikim postotkom joda u zraku, izdvaja Prčanj od drugih naselja u zaljevu. Male su temperaturne razlike između najhladnijeg i najtoplijeg mjeseca. Najhladniji mjesec je sječanj s prosječnom temperaturom 7,4°C, a najtopliji srpanj sa prosječnom temperaturom 25°C.

Preko 140 dana temperatura je veća od 18°C. Srednja godišnja temperatura u Prčnju je 15,4°C. Ljeta su topla i sušna, a jeseni i zime blage i kišovite, s visokom prosječnom oblačnosti. Prema apsolutnim količinama padalina područje općine Kotor primi 2000 mm kiše godišnje, što ga čini jednim od najkišovitijih naselja na Jadranu. Dominantni vjetar je jugo, koji je topao i vlažan, jer puše s mora.

Predmetna lokacija nalazi se u priobalnom dijelu naselja Prčanj i obuhvaća katastarske parcele br. 174, 175/1 i 175/2 k.o. Prčanj I.



3.2. Povijest

Prčanj je jedno od prvih naselja na području crnogorskog Kotorsko-risanskog zaljeva koja su se razvila u antičkom periodu. Arheološki lokaliteti iz antičkog perioda na području Prčnja, o kojima postoje pisani izvori, nisu još uvijek istraženi.

Naziv Prčnja (Perzano, Parzana,Perzagno, Parzagno) se pojavljuje u dokumentima počevši od XIV. stoljeća. Oko 1420. godine Kotor i Prčanj padaju pod vlast Mletačke republike, što je prethodilo dolasku mletačkih porodica (Florio, Verona i dr.), koje podižu palače na ovom području.

Prčanj (Perzagno) je dio mreže naselja koja čine jedinstvenu cijelinu sa Kotrom, uvrštenu zbog svojih specifičnosti na UNESCO-vu listu svjetske prirodne i kulturne baštine. Najstarije naselje se razvilo na padinama Vrmca, iznad današnjeg Prčnja, oko stare župne crkve. Uz obalu su se nalazile samo manje kapele i objekti vezani za trgovačku dijelatnost.

Od pada pod vlast Mletačke republike počinje intenzivno naseljavanje Prčnja. Zbog turskog osvajanja dijela Boko-kotorskog zaljeva od Risna do Herceg-Novog, krajem XV. stoljeća, naselje se zadržalo u višim brdskim predjelima. Razvoj longitudinalnog naselja na obali, u pravcu jugoistok-sjeverozapad, počinje od XVI. stoljeća.

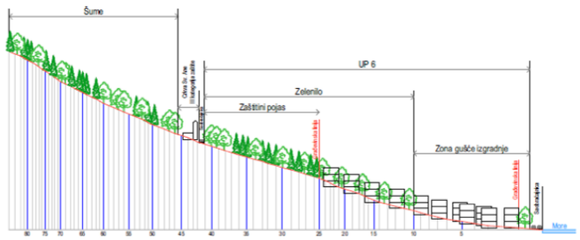
Naselje se dalje razvijalo, uz brdske puteve i skaline, formirajući uzdužne nizove, tako da lice svake kuće ima pogled na more, odnosno na sjeveroistok. Stara putna mreža se sastojala od puta nabrdu, s kojeg su se spuštale staze k moru. u 19. stoljeću obalom prolazi put i razdvaja dokove i mulove kuća vlasnika.

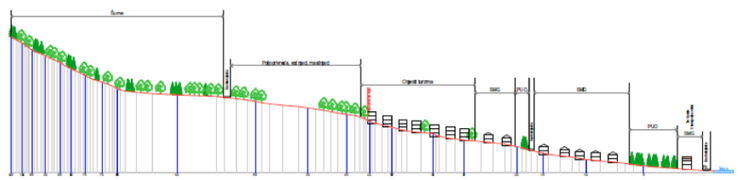
Poprečni presjek naselja sastojao se od sljedećih cjelina:

- Stambeno naselje uz obalu, čine objekti u nizu, kao i slobodnostojeći objekti, veće katnosti, s ograđenim vrtovima iza ili pored objekta.
- Gornji dio naselja čine šumski pojas i zelene površine voćnjaka i maslinjaka s velikim neizgrađenim parcelama i mjestimičnom kućom.
- Stjenski masiv Vrmca iznad naselja.

Uzdužni presjek naselja od poluotoka Mondov do Mua ima sljedeće karakteristike:

- Stambeno naselje na terasastim parcelama sa slobodnim neizgrađenim platoima između objekata.
- Neizgrađena uvala s crkvom sv.Ane i posjedom Sbutega na brdu.
- Gusto izgrađeno stambeno naselje uz granicu s k.o. Muo I.

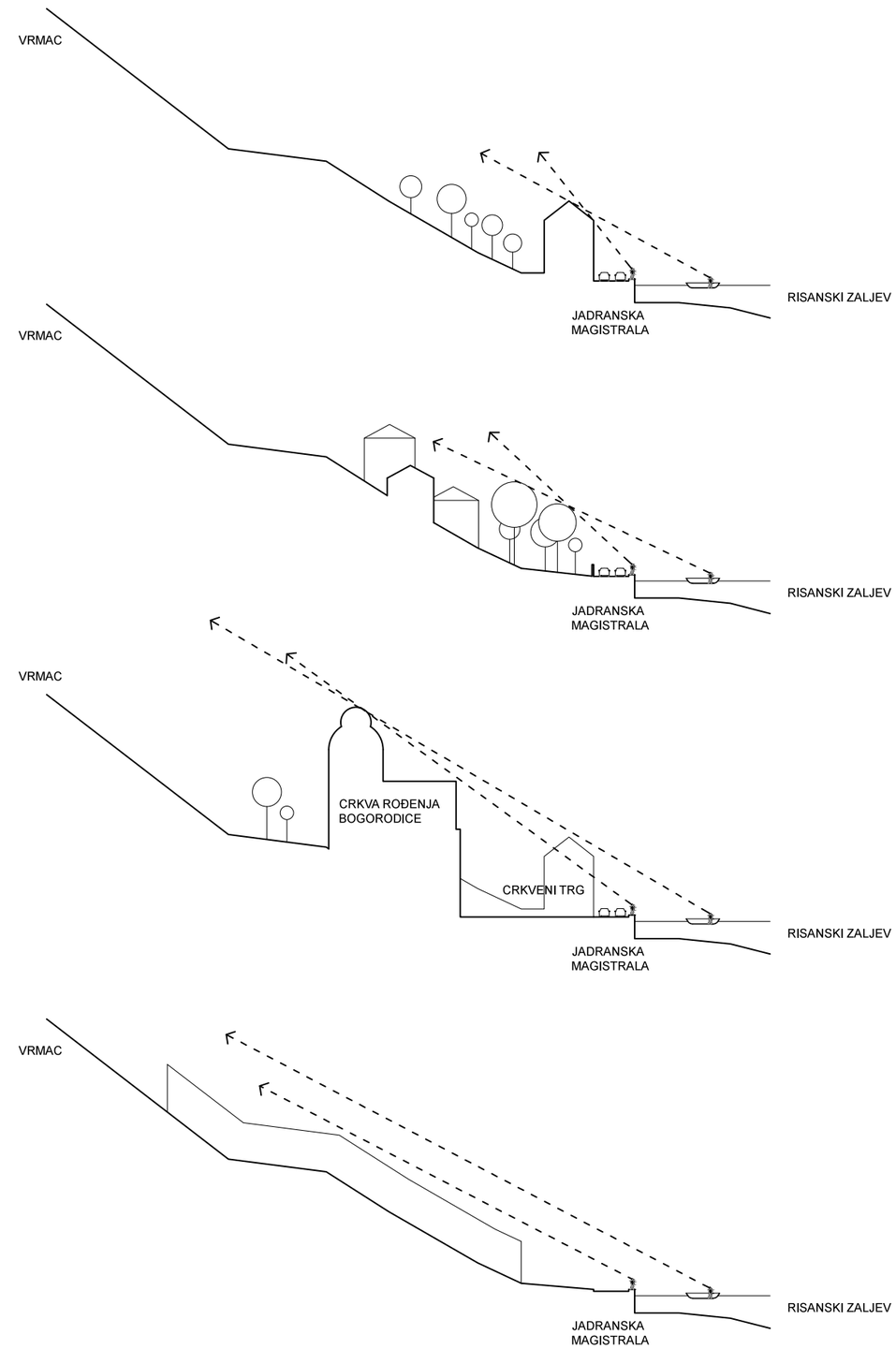




Grafički prilog 5. Poprečni presjeci Prčnja, izvedeno iz DPU Prčanj

Nizovi kuća uz more razvijeni su u panorami dužine 3 do 4 km, s nekoliko manjih zaljeva razdjeljenih rtovima. Među njima dominiraju barokni ansambli na višim kotama s kamenim stepeništima i platoima. Centralnu poziciju ima Bogorodičin hram, koji se sagledava kao glavni motiv kultnog kompleksa u kome su još: franjevački samostan, pravoslavna crkva, kapela i groblje. Ovakve topografske okolnosti i rastvorenost panorame iznad akvatorija je velika kvaliteta Prčnja.

U obalnom pojasu, iza kuća poznatih obitelji podignutih u tom vremenu, formirani su vrtovi s parterima i pergolama okruženi visokim zidovima. Na platoima između kuća njegovane su zelene oaze s klupama za odmor. Tome su služili i kamene klupe uz pročelja kuća, osobito prije trasiranja obalnog puta. Najveći broj stambenih zgrada pripada tipu tradicionalne kamene kuće, kakva je podizana stoljećima, bez velikih promjena rasporeda osnovnih prostorija, sa skromnim stilskim elementima ili bez njih.



Grafički prilog 6. Shematski prikaz profila ulice

3.3. Prčanj - zona za turizam

Prčanj je identificiran kao zdravstveni centar i kao lokacija pogodna za razvoj visokog turizma. realizacija je moguća kroz sljedeće aktivnosti:

- Maksimalna racionalizacija površina preko zaustavljanja svake l inearne novogradnje pored mora i eventualne gradnje u zaleđu kroz pažljivo proguščavanje postojećeg tkiva.
- Razvoj visokog turizma bez veće gradnje novih smještajnih kapaciteta (osim na odabranim lokacijama), već adaptacijom postojećih palača i dokategorizacijom postojećih objekata.
- Zdravstveni objekti i centri kao dio specifične turističke ponude.
- Kontrolirani razvoj nautičkog turizma.
- Razvoj ne samo stacioniranog već i tranzitno-izletničkog turizma kroz osmišljene programe, čija je osnova kulturna i prirodna baština u samom zaljevu.
- Osposobljavanje postojećeg puta iznad naselja kao obilaznice.

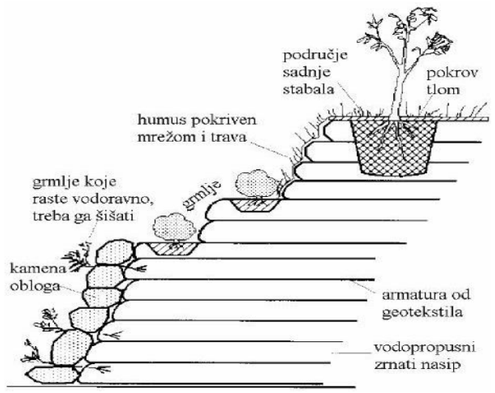
	Javne i ostale površine	Površina [ha]	Učešće u LSL [%]
1	Stanovanje	4.64	19.62 %
2	Turizam	0.11	0.47 %
3	Kulturno istorijska baština – sakralne građevine	0.33	1.40 %
4	Kulturno istorijska baština – civilne građevine	0.04	0.17%
5	Saobraćajna infrastruktura	1.29	5.45 %
6	Ostala infrastruktura	0.007	0.03 %
7	Površine za pejzažno uređenje naselja ograničene namjene	9.95	42.07 %
8	Voćnjaci	0.50	2.12 %
9	Maslinjaci	1.29	5.45 %
10	Šume	5.38	22.75 %
11	Vodotok	0.11	0.47 %
	UKUPNO	**23.65**	**100.00**

Grafički prilog 7. Postojeće namjene površina, izvedeno iz DPU Prčanj

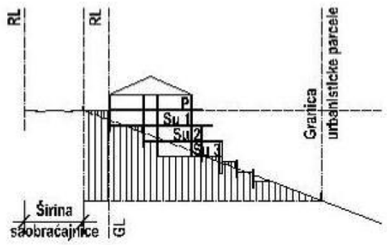
3.4. Smjernice za oblikovanje

Prčanj je mjesto sinteze prirodnih i graditeljskih vrijednosti, s dugom povijesti i treba ga oblikovati u tom smislu, kao naselje sjedinjeno s prirodnim okruženjem. Povijesni profil naselja u kojem su se razlikovale urbana, ruralna i prirodna zona, s centralnom zonom oko župske crkve, predstavlja matricu za trajnu zaštitu. Urbanu zonu čine nizovi kuća i barokni ansambli s vrtovima iza njih, ruralne kamene kuće s poljoprivrednim zemljištima na terasastim parcelama, a prirodnu šumski pojas Vrmca. Svaki objekt mora imati pogled na more. Novogradnja je moguća u obalnom pojasu, s obaveznim ulaznim trgovima, što omogućava izbjegavanje neprekinutog fronta zgrada duž obale, i na terasastim parcelama u zaleđu pojedinačni, dvojni ili objekti u kraćem nizu. Obavezno očuvanje kamenih potpornih zidova, razvijenih stabala i uvođenje sađenja voćnjaka i ukrasnog bilja na okućnicama. Na višim položajima je prostor koji može biti korišten za stambene jedinice za povremeni odmor, rekreaciju. Jednostavni gabariti objekata, svijetlo bojane fasade, popločani platoi.

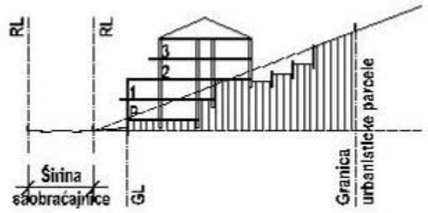
Grafički prilog 8. Izrada potpornih zidova; Prijedlog izgradnje u odnosu na prometnicu izvedeno iz Izvještaja o procjeni utjecaja na kulturni pejzaž

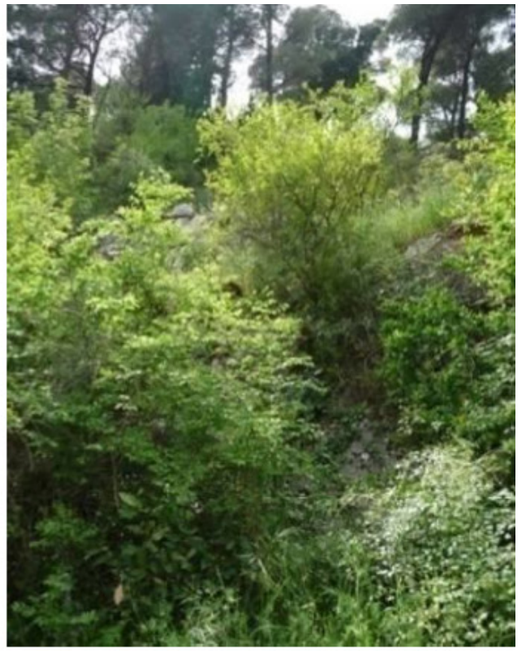


Predlog izgradnje na parceli sa nagibom od saobraćajnice



Predlog izgradnje na parceli sa nagibom prema saobraćajnici





3.5. Zelenilo za turizam

Zelene površine oko hotela oblikovati u skladu s veličinom slobodnog prostora kao i u skladu turističke ponude unoseći u prostor visoko dekorativne biljne vrste. Naglasak dati dekorativnoj funkciji zelenila, a pejsažnim uređenjem očuvati karakter kulturnog pejsaža. Koristiti pejsažno-arhitektonska rješenja koja se naslanjaju na iskustva i forme tradicionalne vrtne arhitekture Mediterana, a istovremeno predstavljaju znak suvremenog doba kako u formi tako i u izboru biljaka i materijala.

U taksonomskom spektru flore na području Boke Kotorske najzastupljenije su obitelji Fabaceae, Poaceae, Asteraceae, Laminaceae, Brassicae, Apiaceae i rodovi Trifolium, Vicia, Euphorbia, Carex, Satureja, Medicago. Zaštićene i ugrožene vrste u akvatoriju Kotorsko-risanskog zaljeva su: Magnoliophyta-Posidonia oceanica, Zostera nolti, Phaeophyta-Cystosira spinosa. Šume na području primorja su, uglavnom, niskoproduktivna područja, obrasla izdanačkim šumama, šikarama, šibljacima i ostalim degradacijskim stadijumima koji zauzimaju 73% ukupne površine obog područja. Ove šume imaju pretežito zzaštitnu ulogu. Područja na nižim kotama su obrasla niskim i visokim raslinjem s karakteristikama šumske vegetacije manje kvalitete. Kvalitetna šumska područja su na najvišim kotama, u zoni Vrmca. Minimalni postotak zelenih površina na parcelama u okviru turističke namjene je 35% površine parcele. Na UP6 planirana je izgradnja turističkog naselja s visokim stupnjem ozelenjenosti parcela. Planirane su slobodne, rekreativne i zelene površine luksuzne obrade.

3.6. Promet

Kolno-pješački promet: glavna prometnica, Jadranska magistrala, koja povezuje Prčanj sa susjednim naseljima ide od Kotora prema Lepetanima uz more. Odvijanje prometa ovom trasom je znatno otežano zbog uskog profila prometnice, tako da je mimoilaženje na pojedinim točkama problematično. Uz prometnicu širine 4-5 metara, koja nema trotoar, se nalazi frontalni niz kuća, a na morskoj strani mulovi i pristaništa. Zbog izgrađenih vrijednosti poteza, ne postoji mogućnost proširenja. postojeća širina prometnice je ujedno i regulacijska širina. Ova prometnica onemogućava integraciju obale i naselja i ograničava uvijete za razvoj visokog turizma. Autobusne linije gradskog i prigradskog prometa također prolaze ovom trasom. Naselje se prostire na padinama u nagibu 10°-35° i većina postojećih prometnica ne ispunjava ni minimalne tehničke uvijete. Izlazi na glavni put su nepregledni, a nagibi prelaze 15%. Širine ovih prilaznih putova su 2,5-4,0 metara. Putovi unutar naselja su betonski ili makadamski.

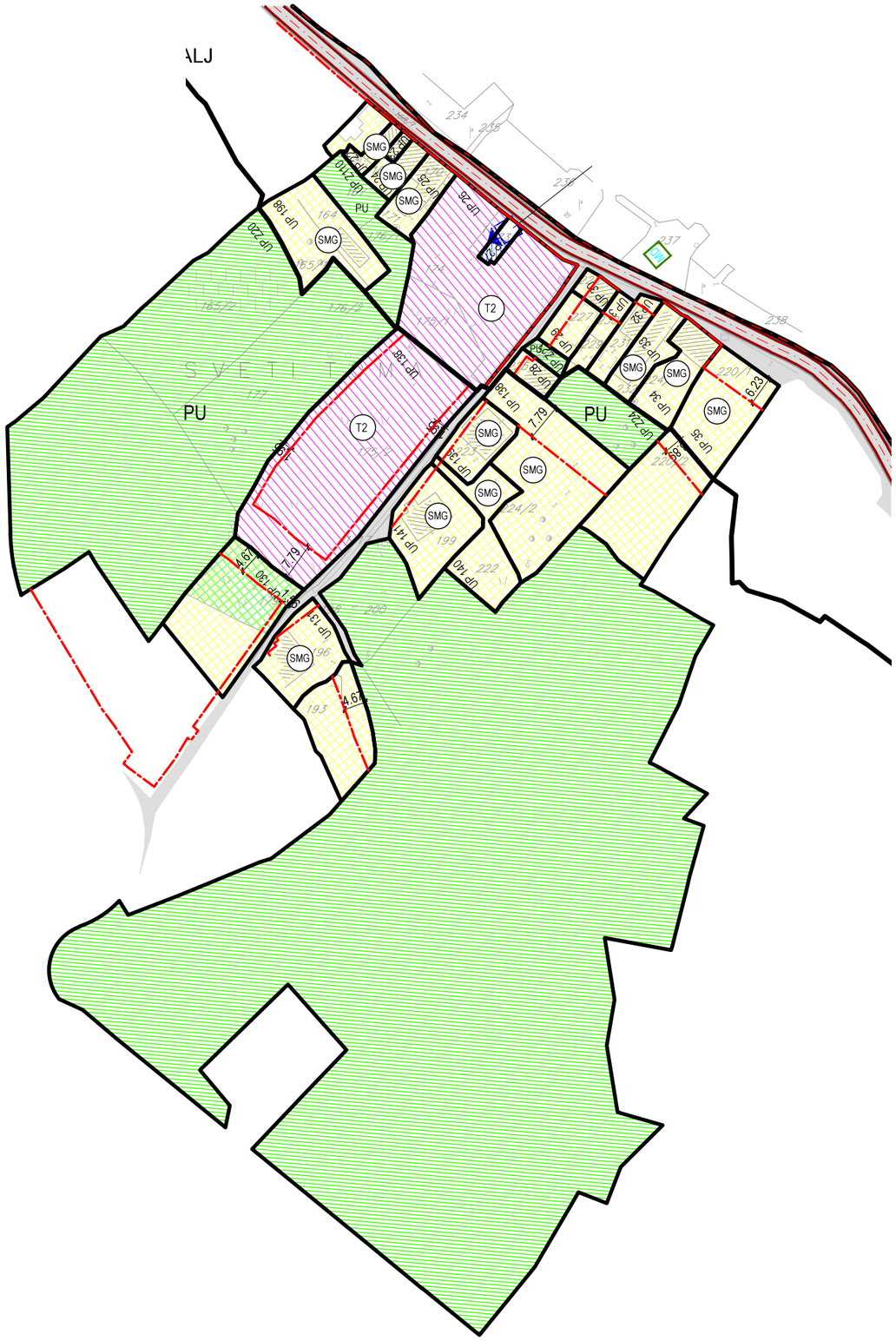
Promet u mirovanju: na teritoriju Glavate ne postoji organizirano javno parkiranje. parkiranje se odvija uz obalu, na proširenjima puta i u okviru parcela. Neke parcele imaju garaže u okviru stambenog objekta ili kao zasebni objekt. Problem parkiranja je naročito izražen ljeti, u vrijeme turističke sezone.

Namjena	Broj parking mjesta		Min	Max
	Korisnici i zaposleni	Posjetioci		
Stanovanje	12	3	12	18
Školstvo	30	0	10	37
Administracija	25	5	10	40
Trgovina	8	52	40	80
Hoteli	4	26	20	40
Restorani	20	100	40	200
Bioskopi	0	250	80	400

Grafički prilog 9. Plan parkirnih mjesta u naselju, izvedeno iz DPU Prčanj

Pješački promet: Pješačko kretanje odvija se kolno-pješačkim putovima, stepeništima i pješačkim stazama. Pješački putovi su dosta strmi i uski. Neki imaju klizavu betonsku podlogu, ali većinom su zemljani. Na pojedinim dionicama su zarasli u teško prohodno žbunje. Pješačke komunikacije, kao i kolne prometnice, zahtijevaju rekonstrukciju.

Vizure: zahvaljujući specifičnoj terasastoj konfiguraciji terena, ostavrene su izvanredne vizure s svake parcele na cijeli Risanski zaljev. Pogled na cijelo naselje i na širu okolinu pruža se s platoa sv. Ane na brdu.



Grafički prilog 10. Izvod iz DPU Prčanj

3.7. Projektni program

Na lokaciji predviđa se izgradnja turističkog naselja i to po sljedećim pravilima:
Turističko naselje će se sastojati od glavnog objekta hotela na UP 26 (blok 1) i objekata vila na UP138' (blok 7). Potrebno je osigurati maksimalno 90 ležajeva.
Na UP26 (blok 1) nalazi se objekat hotela koji je u izrazito lošem građevinskom stanju.

Osnovni objekat hotela treba projektirati da bude minimum 4 zvijezdice. Treba biti maksimalne katnosti P+2+Pk, s tim da potkrovna etaža oblikuje timpanon kao na postojećem objektu. Visina nadozida iznosi maksimalno 1,20 m. Moguće je otvaranje luminara na bočnim stranama krova objekta. Maksimalna BRGP osnovnog objekta hotela iznosi 2250 m^2.

U osnovnom objektu hotela osigurati najmanje 18 smještajnih jedinica. Također, osigurati i recepciju s lobby-om i restorant sa kuhinjom, spa centar sa teretanom, kozmetički salon i ostale prateće sadržaje za hotel od minimum 4 zvijezdice. U parteru hotela osigurati terasu sa vanjskim šankom kao i terasu u funkciji otvorenog bazena. Parking prostor, tehničke prostorije i ostave koje su u funkciji turističkog naselja osigurati u podrumskom dijelu objekta hotela u zadnjem dijelu urbanističke parcele UP26. Osigurati najmanje 5 parking mjesta na 1000m2 neto površine objekata turističkog naselja, najmanje 10 parking mjesta u garaži.

Zbog poklapanja regulacijske linije s građevinskom linijom dozvoljeni su konzolni ispusti (erkeri, lođe i balkoni) maksimalne dubine do 1,8m, a na visini većoj od 4,2 m od kote trotoara. U oblikovnom smislu objekat hotela mora sadržati sve elemente tradicionalne gradnje uz obavezno oblaganje kamenom. Fasade hotela mogu biti bojane (nijanse bijele, bež, zagasito bijele do sivo-bijele boje) ili obložene kamenom uz korištenje i drugih prirodnih materijala (drvo). Kod formiranja kaskada potpornih zidova iz razloga osiguravanja potrebnog broja parking mjesta dozvoljena je maksimalna visina zida i do 2,4 m. Ukoliko se na parceli ne predviđaju parking mjesta, visina potpornih zidova može biti maksimalno 2,0 m.

Slobodne površine na parceli se moraju ozelenjavati i hortikulturno urediti i oplemeniti urbanom opremom u skladu sa Urbanističko-tehničkim pravilima i Konzervatorskim smjernicama i smjernicama vizualnog utjecaja. U okviru slobodnih površina moguća je izgradnja bazena čija površina ne ulazi u obračun indeksa zauzetosti i izgrađenosti.

Katne visine etaža objekata u turističkom naselju su:

- prizemlje (poslovni i javni sadržaji) do 4,50 m;
- gornje etaže (sobe i apartmani) do 3,50 m.

Vile: Na UP138' (blok 7) planira se izgradnja najviše 6 objekata vila. Svaki objekat vile projektirati s maksimalnom BRGP do 350m^2. Svaka od vila može imati najmanje 1 luksuzni apartman, a najviše 2 apartmana sa odvojenim ulazima. Maksimalna katnost vila je do P+2. Krovovi objekata vila mogu biti ravni ili dvostrešni (nagiba 16° do 23°). Fasade mogu biti bojene (nijanse bijele, bež, zagasito bijele do sivo-bijele boje) ili obložene kamenom uz korištenje i drugih prirodnih materijala (drvo). Slobodne površine oko objekata vila oplemeniti vodenim i zelenim površinama.

Grafički prilog 11. Geodetska podloga, izvod iz DPU Prčanj

3.8. Sadržaj i namjena

1. PROSTORI ZA KORISNIKE

1.1. lobby	100 m²
1.2. recepcija	30 m²
1.3. lounge	80 m²
1.4. restoran	110 m²
1.5. gym	40 m²
1.6. wellness	100 m²
Ukupno:	460 m²

2. GOSPODARSKI PROSTORI

2.1. kuhinja	65 m²
2.2. gospodarsko dvorište	30 m²
2.3. spremišta, hladnjače	30 m²
2.4. uprava	30 m²
2.5. kotlovnica, šprinkler stanica	15 m²
2.6. zajedničke sanitarije	100 m²
Ukupno:	270 m²

3. GARAŽA

3.1. hotelska garaža, 13 PM	315 m²

4. VANJSKI PROSTORI

4.1. vanjski bazen	90 m²
4.2. ulazni trg	130 m²
4.3. vanjske tribine	30 m²
4.4. atrij x2	2x50 m² = 100 m²
4.5. krovne terase x2	2x65 m² = 130 m²
4.6. vanjski parking, 7 PM	105 m²
Ukupno:	585 m²

UKUPNO ZATVORENOG PROSTORA: 1.045 m²

5. SMJEŠTAJNE JEDINICE

5.1. deluxe vila x6

5.1.1. kuhinja	10 m²
5.1.2. blagovaonica	15 m²
5.1.3. dnevni boravak	30 m²
5.1.4. wc+garderoba	5 m²
5.1.5. ostava	2 m²
5.1.6. glavna spavaća soba	17 m²
5.1.7. dječja spavaća soba	13 m²
5.1.8. glavna kupaonica	10 m²
5.1.9. dječja kupaonica	7 m²
5.1.10. vinski podrum	30 m²
Ukupno netto:	140 m2
Ukupno brutto:	6 x 170 m² = 1020 m²

5.2. deluxe apartman x4

5.2.1. kuhinja	5 m²
5.2.2. blagovaonica	10 m²
5.2.3. dnevni boravak	15 m²
5.2.4. kupaonica+garderoba	10 m²
5.2.5. spavaća soba	15 m²
Ukupno:	4 x 55 m² = 220 m²

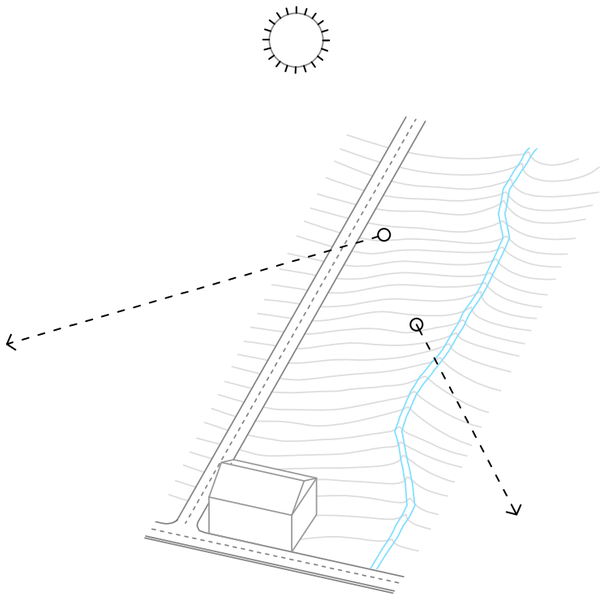
5.3. hotelska soba x14

	14 x 27m² = 370 m²
UKUPNO SMJEŠTAJ:	1.610 m²

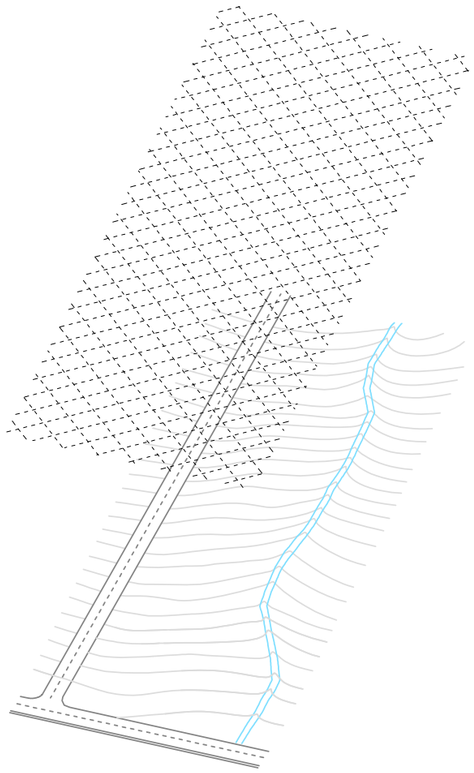
UKUPNA NETTO P. HOTELA: cca 2.655 m²

UKUPNA BRUTTO P. HOTELA: cca 3.000 m²

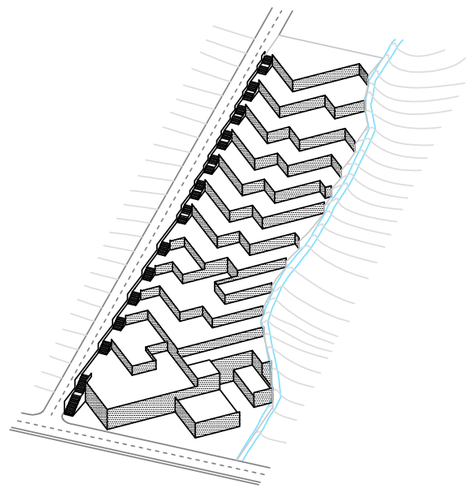
3.9. Koncept



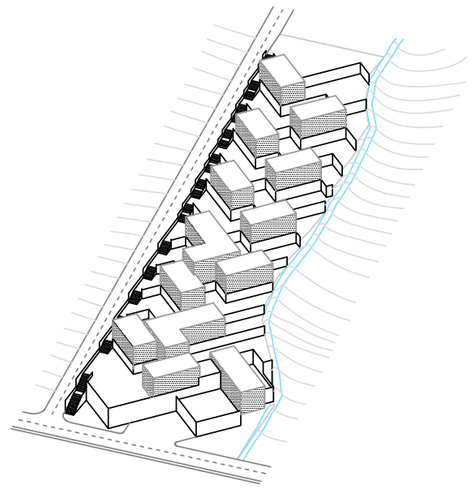
> Postojeća zgrada
> Vizura u svim smjerovima
> sunce sa stražnje strane



> Postavljanje rastera
od 45° zakrenutosti



> Prepariranje čitave
parcele terasama



> Umetanje volumena
hotela na rubove terasa

4. Grafički prilozi

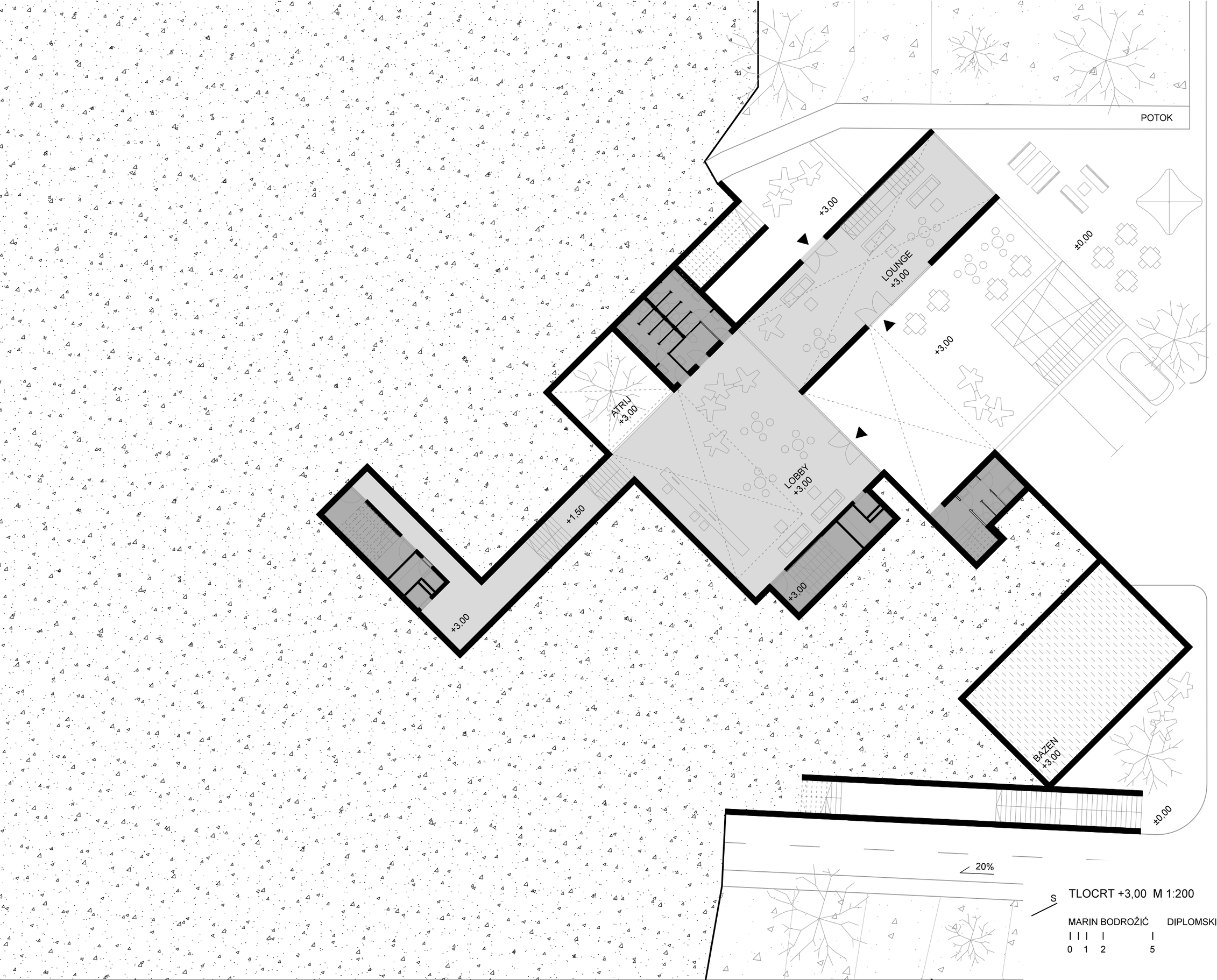
P+2
+9,00
P
+10,50
P+1
+13,50
P0+P+1
+13,50
P+1
+12,00
P+1
+16,50
2P0+P+1
+18,00
P+1
+15,00
P0+P+1
+20,00
P+1
+18,00
P0+P+1
+24,00
P0+P+1
+22,00
P0+P+1
+28,00
P0+P+1
+26,00
P0+P+1
+30,00
S
SITUACIJA M 1:1000
MARIN BODROŽIĆ
DIPLOMSKI RAD
HOTEL PRČANJ
0
10
20
50
a.k. ±0,00 = 1,35m

TLOCRT ±0,00 M 1:200

MARIN BODROŽIĆ DIPLOMSKI RAD HOTEL PRČANJ

0 1 2 5 10

a.k. ±0,00 = 1,35m



TLOCRT +3,00 M 1:200

MARIN BODROŽIĆ DIPLOMSKI RAD HOTEL PRČANJ

0 1 2 5 10

a.k. ±0,00 = 1,35m

TLOCRT +6,00 M 1:200

MARIN BODROŽIĆ DIPLOMSKI RAD HOTEL PRČANJ

0 1 2 5 10

a.k. ±0,00 = 1,35m

TLOCRT +9,00 M 1:200

S

MARIN BODROŽIĆ DIPLOMSKI RAD HOTEL PRČANJ

0 1 2 5 10

a.k. ±0,00 = 1,35m

TLOCRT +12,00 M 1:200

MARIN BODROŽIĆ DIPLOMSKI RAD HOTEL PRČANJ

0 1 2 5 10

a.k. ±0,00 = 1,35m

TLOCRT +16,00 M 1:200

MARIN BODROŽIĆ DIPLOMSKI RAD HOTEL PRČANJ

0 1 2 5 10

a.k. ±0,00 = 1,35m

TLOCRT +20,00 M 1:200

MARIN BODROŽIĆ DIPLOMSKI RAD HOTEL PRČANJ

0 1 2 5 10

a.k. ±0,00 = 1,35m

TLOCRT +24,00 M 1:200

MARIN BODROŽIĆ DIPLOMSKI RAD HOTEL PRČANJ

0 1 2 5 10

a.k. ±0,00 = 1,35m

S

TLOCRT +28,00 M 1:200

MARIN BODROŽIĆ DIPLOMSKI RAD HOTEL PRČANJ

0 1 2 5 10

a.k. ±0,00 = 1,35m

S

TLOCRT SVIH PRIZEMLJA M 1:200

MARIN BODROŽIĆ DIPLOMSKI RAD HOTEL PRČANJ

0 1 2 5 10

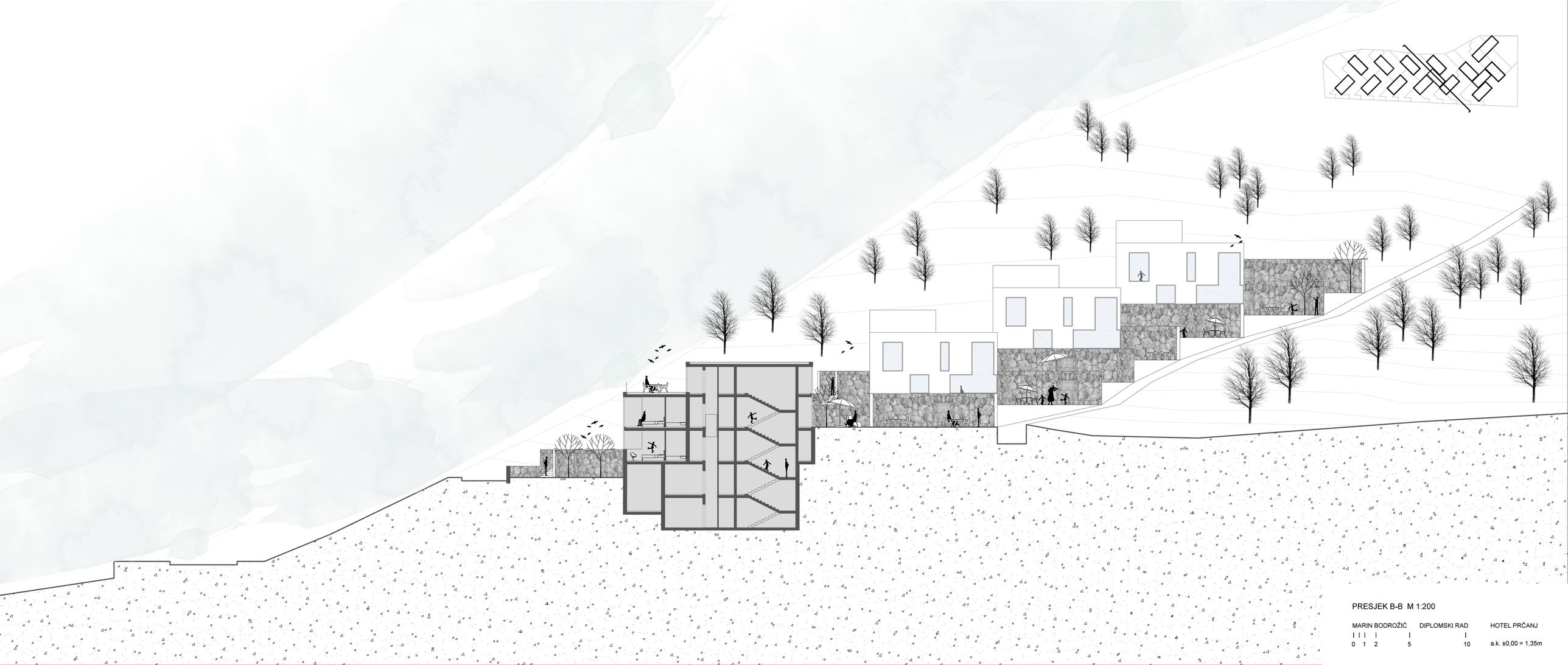
a.k. ±0,00 = 1,35m

PRESJEK A-A M 1:200

MARIN BODROŽIĆ DIPLOMSKI RAD HOTEL PRČANJ

0 1 2 5 10

a.k. ±0,00 = 1,35m



PRESJEK B-B M 1:200

MARIN BODROŽIĆ DIPLOMSKI RAD HOTEL PRČANJ

0 1 2 5 10

a.k. ±0,00 = 1,35m

PRESJEK C-C M 1:200
MARIN BODROŽIĆ
DIPLOMSKI RAD
HOTEL PRČANJ
0 1 2 5 10
a.k. ±0,00 = 1,35m

PRESJEK D-D M 1:200

MARIN BODROŽIĆ DIPLOMSKI RAD HOTEL PRČANJ

0 1 2 5 10

a.k. ±0,00 = 1,35m

PRESJEK E-E M 1:200

MARIN BODROŽIĆ DIPLOMSKI RAD HOTEL PRČANJ

0 1 2 5 10

a.k. ±0,00 = 1,35m

PRESJEK F-F M 1:200

MARIN BODROŽIĆ DIPLOMSKI RAD HOTEL PRČANJ

0 1 2 5 10

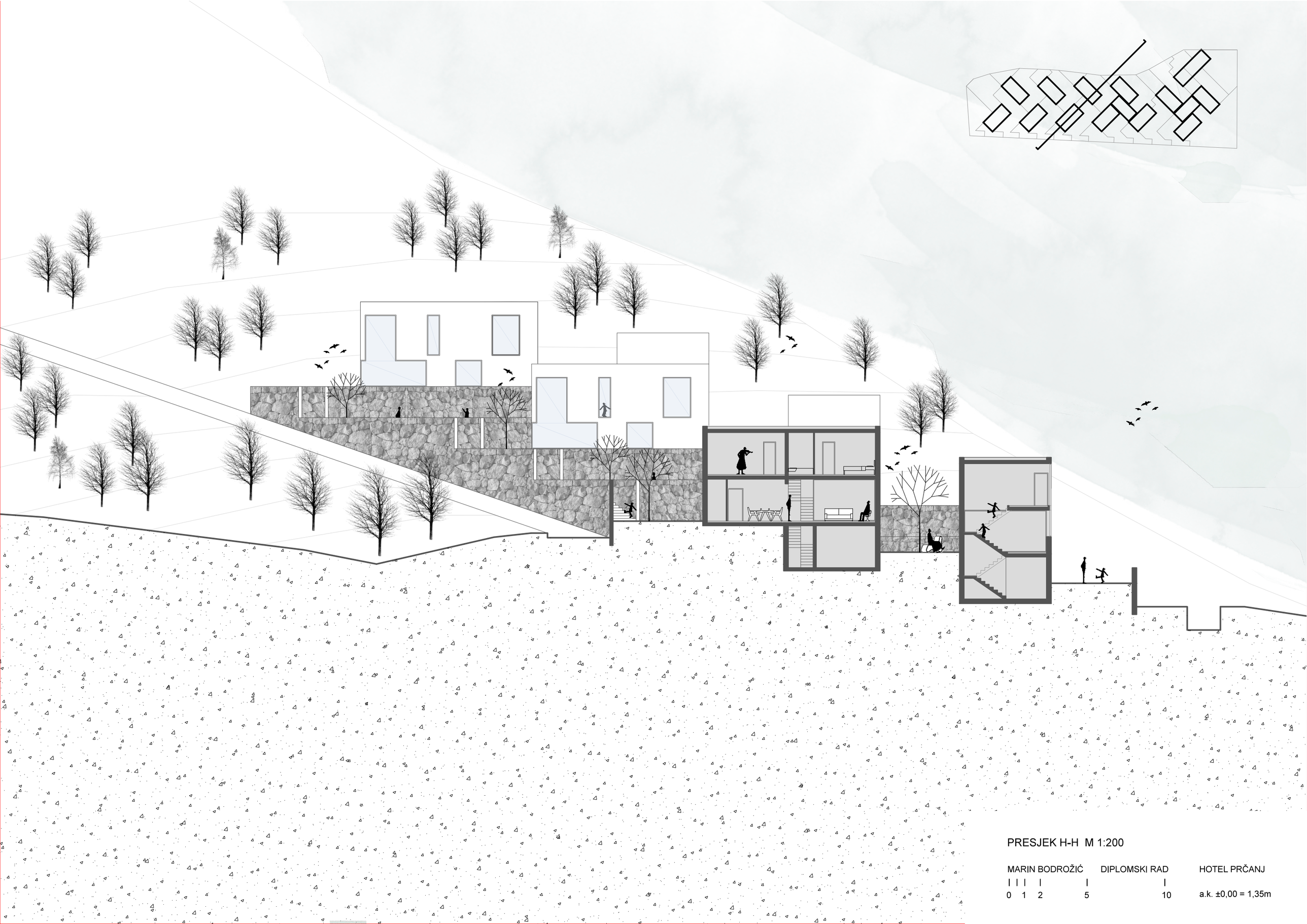
a.k. ±0,00 = 1,35m

PRESJEK G-G M 1:200

MARIN BODROŽIĆ DIPLOMSKI RAD HOTEL PRČANJ

0 1 2 5 10

a.k. ±0,00 = 1,35m

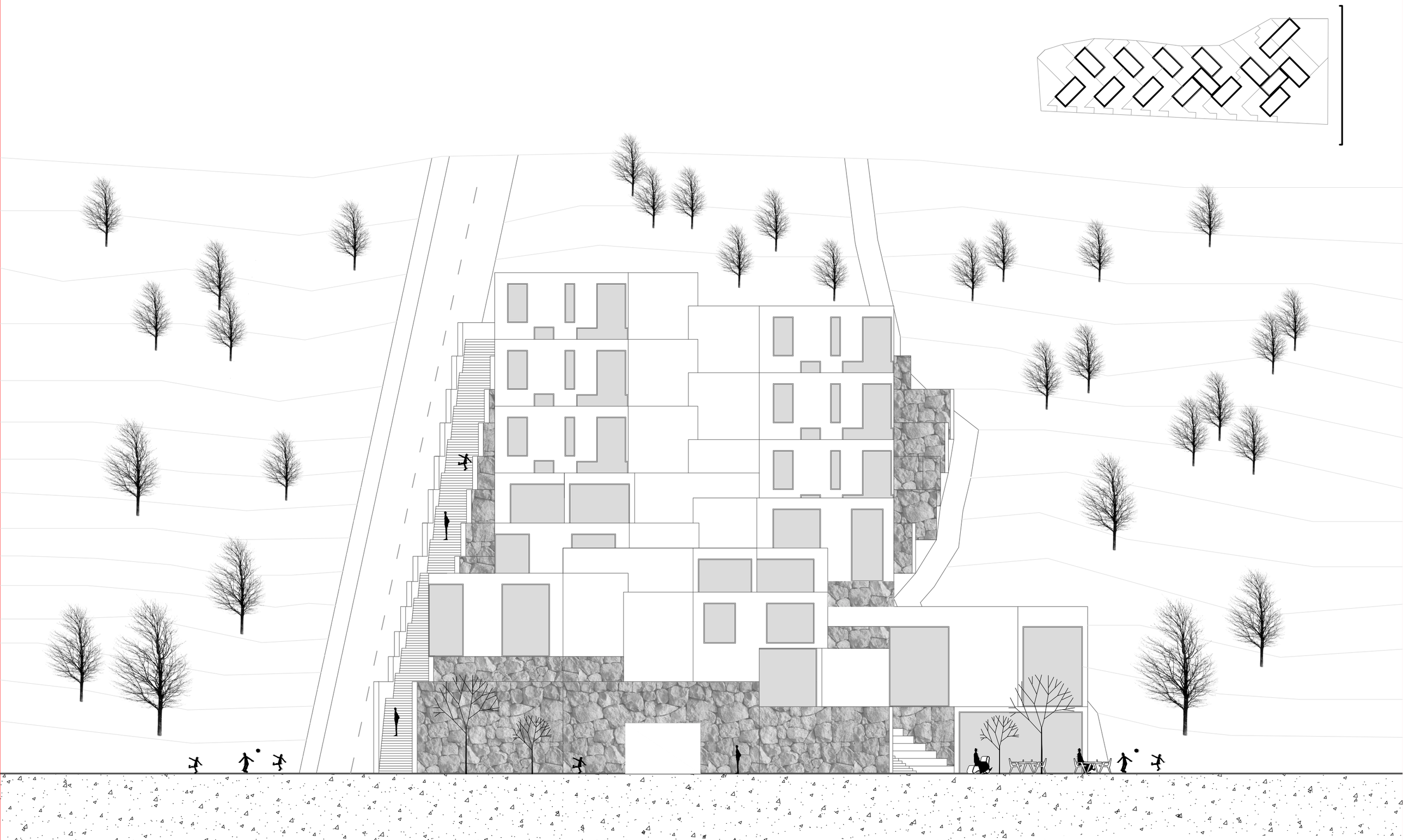


PRESJEK H-H M 1:200

MARIN BODROŽIĆ DIPLOMSKI RAD HOTEL PRČANJ

0 1 2 5 10

a.k. ±0,00 = 1,35m



FASADA SJEVEROISTOK M 1:200

MARIN BODROŽIĆ DIPLOMSKI RAD HOTEL PRČANJ

0 1 2 5 10

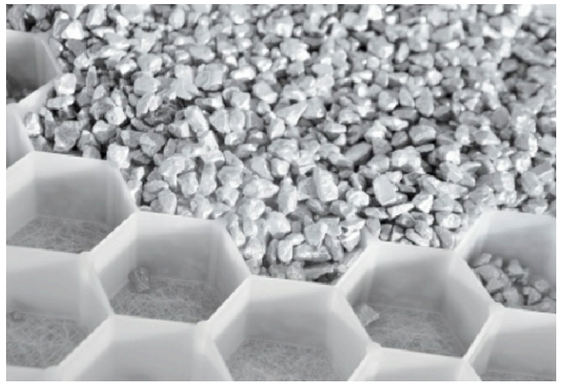
a.k. ±0,00 = 1,35m

PROFILIRANA LIMENE PLOČE (Bevk Perović / Sotočje)

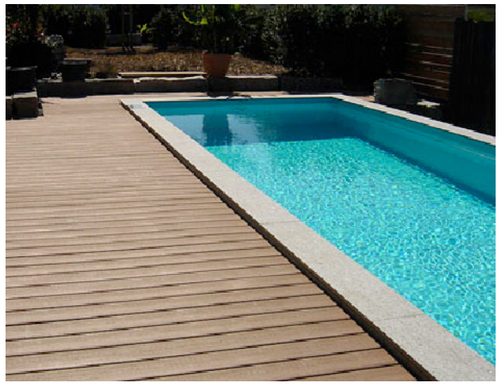
BENKOVAČKI KAMEN (tradicionalno zidanje)

LIMUN (Citrus x limon)

NARANČA (Citrus sinensis)



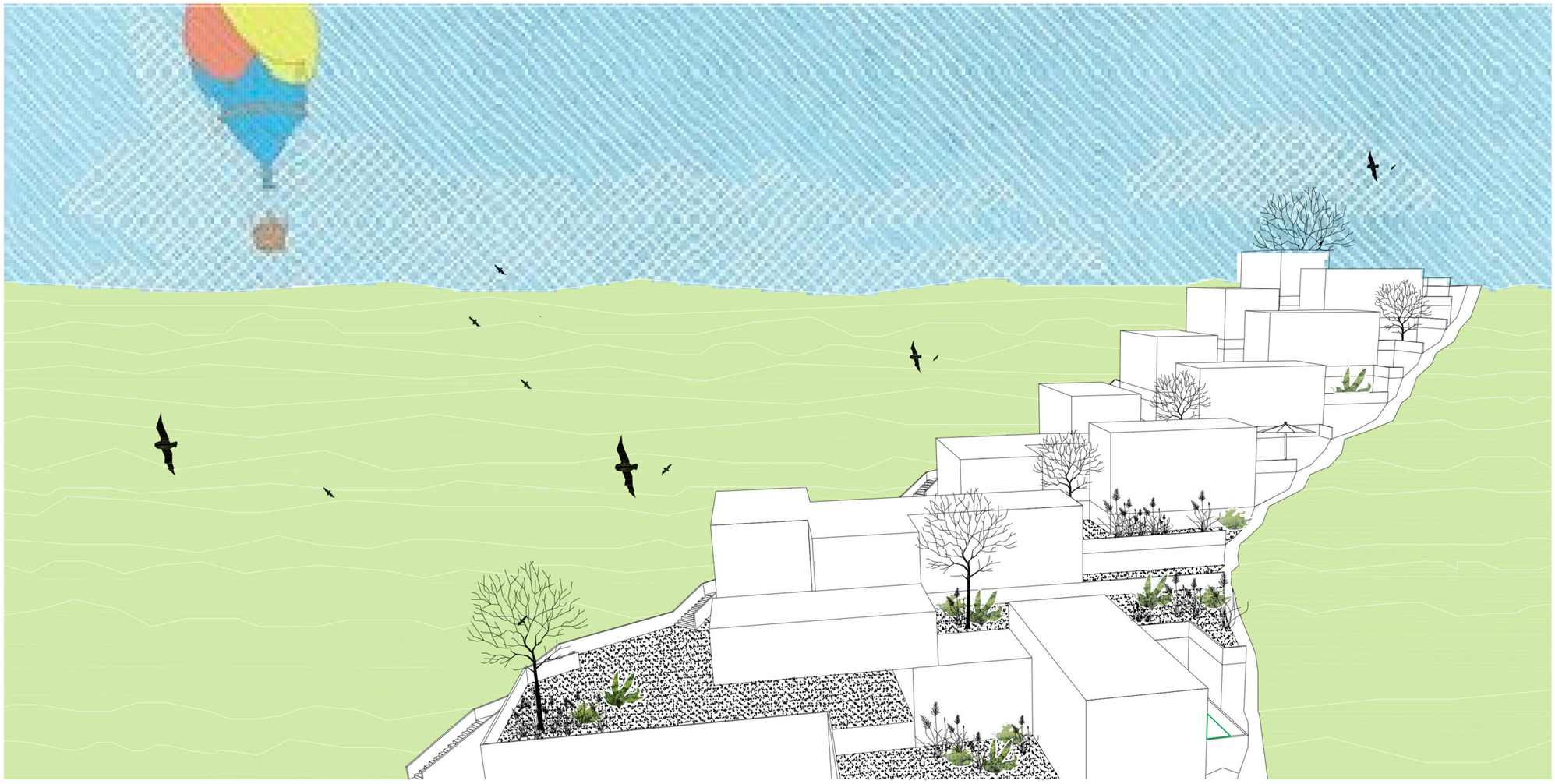
RIJEČNI ŠLJUNAK (ECOgravel)



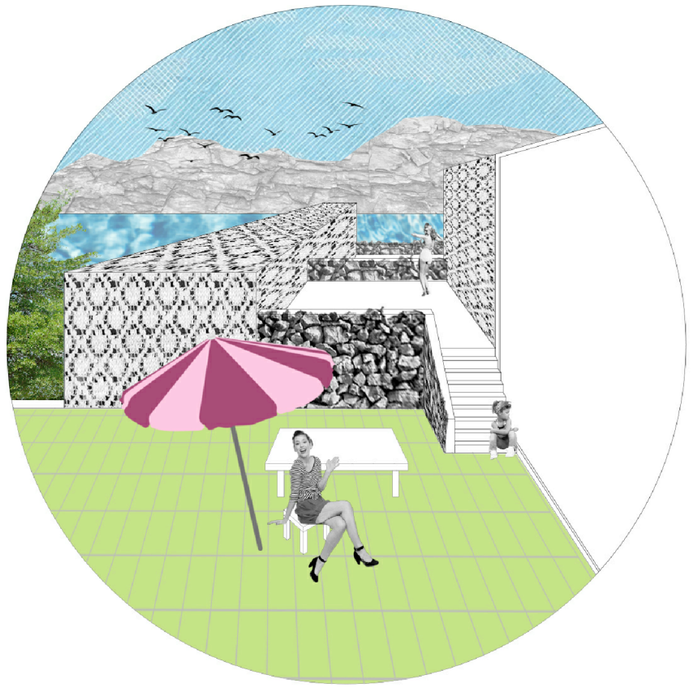
BRODSKI POD (Smreka)

OLEANDAR (Nerium oleander)

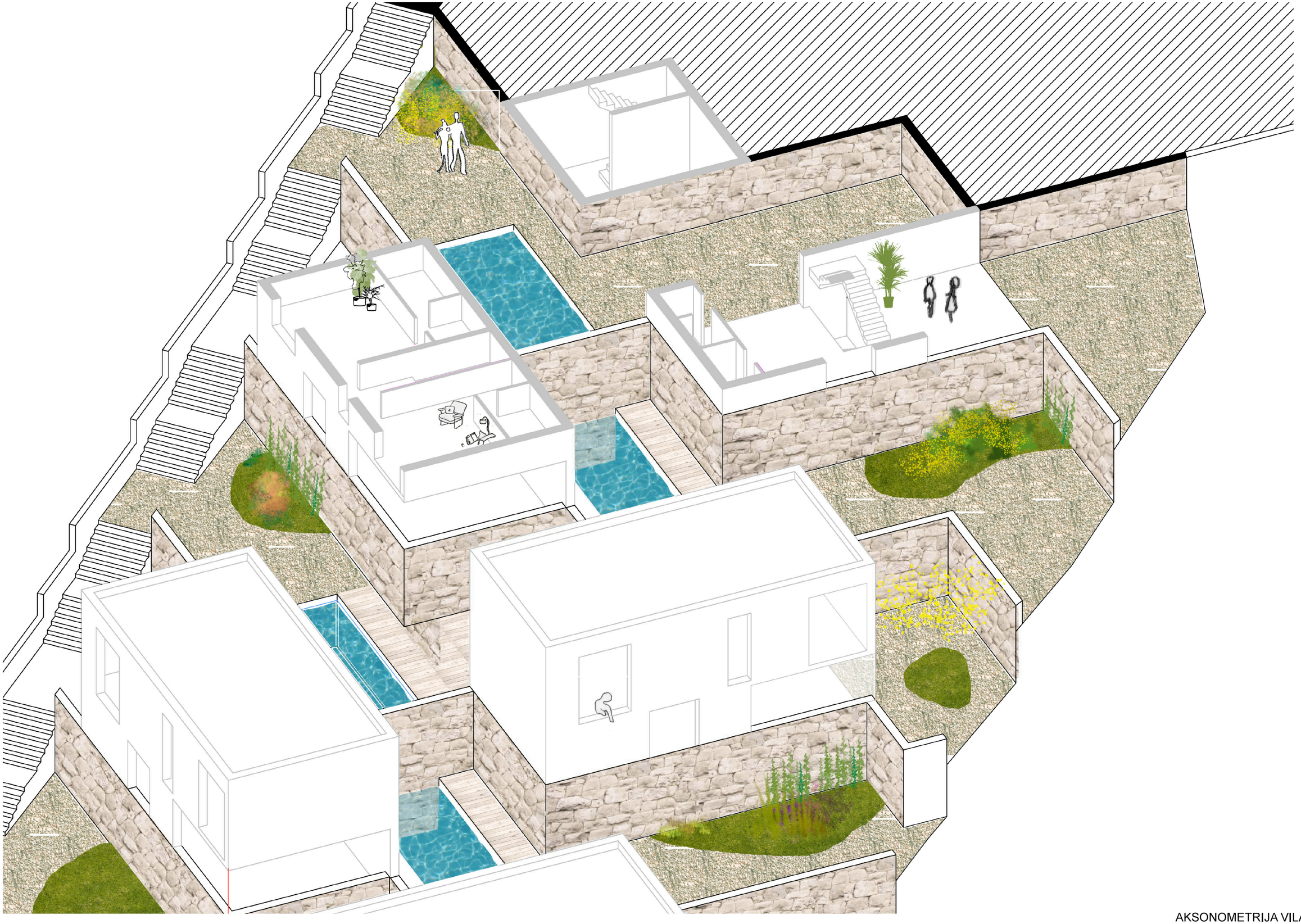
MASLINA (Nolea europaea)



AKSONOMETRIJA



ATMOSFERSKI PRIKAZI



AKSONOMETRIJA VILA