

UNIVERZITET "ADRIATIK" BAR
FAKULTET ZA MEDITERANSKE POSLOVNE STUDIJE
TIVAT



Iva Dvornik

UTJECAJ KULTURNOG TURIZMA SPLITSKO-
DALMATINKSE ŽUPANIJE NA RAZVOJ NAUTIČKOG
TURIZMA

MAGISTARSKI RAD

Tivat, Juni, 2020.

UNIVERZITET "ADRIATIK" BAR
FAKULTET ZA MEDITERANSKE POSLOVNE STUDIJE
TIVAT



Iva Dvornik

UTJECAJ KULTURNOG TURIZMA SPLITSKO-
DALMATINSKE ŽUPANIJE NA RAZVOJ NAUTIČKOG
TURIZMA

MAGISTARSKI RAD

Predmet: Sociologija turizma

Mentor: Prof. Dr. Stevo Nikić

Student: Iva Dvornik

Studijski program: Nautički turizam

Broj indeksa: M7/18

Tivat, Juni, 2020.

SADRŽAJ

SAŽETAK.....	5
ABSTRACT	5
1. UVOD	6
1.1. Predmet istraživanja.....	7
1.2. Cilj istraživanja.....	7
1.3. Hipoteze istraživanja:	8
2. KULTURNI TURIZAM	10
2.1. Pojam kulturnog turizma	10
2.2. Prirodna simbioza kulture i turizma	12
2.3. Uloga filmske industrije kao motiv dolaska u destinaciju	15
3. UTJECAJ TZ SPLITSKO DALMATINSKE ŽUPANIJE NA RAZVOJ KULTURNE PONUDE	16
3.1. Nautički turizam SDŽ i utjecaj kulturne ponude na njegov razvoj.....	18
3.2. Marine u Splitsko-dalmatinskoj županiji	26
3.2.1. ACI marina Milna	27
3.2.2. Marina Vlača	28
3.2.3. ACI marina Palmižana	29
3.2.4. ACI marina Vrboska	30
3.2.5. Marina Zlatan Otok – Bilo Idro -Sveta Nedjelja	31
3.2.6. ACI marina Split	31
3.2.7. ACI marina Trogir.....	33
3.2.8. Marina Agana	34
3.2.9. Marina Baotić	35
3.2.10. Marina Kaštela.....	36
3.2.11. Marina Lav	37
3.2.12. Marina Martinis Marchi.....	39
3.2.13. Marina Ramova	39
3.2.14. Marina Tučepi.....	40
3.2.15. Marina Baška Voda.....	41
4. Značajni kulturni elementi kao motiv dolaska u destinaciju	43
4.1. Kulturni turizam Splitsko – dalmatinske županije	43
4.2. Split.....	45
4.3. Solin	46

4.4.	Kaštela	46
4.5.	Trogir	47
4.6.	Seget	48
4.7.	Marina	49
4.8.	Omiš.....	50
4.9.	Makarska i primorje	51
4.9.1.	Brela.....	52
4.9.2.	Podgora	53
4.9.3.	Drvenik.....	53
4.9.4.	Baška Voda	53
4.9.5.	Tučepi	54
4.10.	Srednjodalmatinski otoci.....	54
4.10.1.	Otok Šolta	54
4.10.2.	Otok Brač.....	55
4.10.3.	Otok Hvar.....	56
4.10.4.	Otok Vis	58
4.11.	Dalmatinska Zagora	58
4.12.	Nematerijalna kulturna baština.....	59
5.	ZAKLJUČAK.....	62
	LITERATURA.....	64

SAŽETAK

Predmet istraživanja ovog rada je utjecaj kulture na razvoj nautičkog turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Nautički turizam je specifičan oblik modernog turističkog kretanja te ujedno i jedan od najekspanzivnijih oblika turističke rekreacije. U funkciji razvoja destinacije možemo zaključiti da kulturni proizvodi obogaćuju turističku ponudu. Brojna mjesta postala su pozornice za prezentaciju kulturne baštine u kojima sudjeluju i mnogobrojni lokalni stanovnici od kojih ovisi budućnost turizma. Spajanjem kulture i turizma otvaraju se mogućnosti razvoja novih tržišnih segmenata.

Zaključci rada pokazuju da razvoj nautičkog turizma uvelike potiče razvoj destinacije te da je kulturna baština usko povezana s nautičkom aktivnosti Splitsko-dalmatinske županije.

Ključne riječi: nautički turizam, kulturna baština, razvoj destinacije, Splitsko-dalmatinska županija

ABSTRACT

This research focuses on the impact of culture on the development of nautical tourism in Split-Dalmatia County in Croatia. Nautical tourism represents a specific form of modern tourist movement and is one of the most expansive way of tourist recreation. It can be rightfully assumed that, in the process of destination development, cultural products enrich the tourist experience. A number of places have become venues for promoting cultural heritage, with local residents taking active part in these activities and becoming increasingly aware that the future of tourism depends on them. The merger of culture and tourism creates possibilities for development of new segments of the market.

The conclusions of the paper indicate that the growth of nautical tourism facilitates the destination development to a large extent, and that cultural heritage is closely related to nautical activities in Split-Dalmatia County.

Key words: nautical tourism, cultural heritage, destination development, Split-Dalmatia County

1. UVOD

Kulturni je turizam specifičan selektivni oblik turizma koji postavlja imperativ na kulturno-povijesnu baštinu, onu materijalnu i nematerijalnu. Specifičnost ovoga turizma ogleda se u činjenici da on predstavlja jedinstveni spoj kulture turizma, ali i ostalih znanosti kao što su povijest, sociologija, antropologija i slično. Može se tvrditi da kulturni turizam označava idealan turistički proizvod koji ima izniman potencijal u zadovoljenju suvremene turističke potražnje. U tom kontekstu posebno se izdvajaju autentičan doživljaj, jedinstveno iskustvo, unapređenje osobnih znanja i spoznaja te pogleda na svijet i slično. Njegov značaj intenzivira se u posljednjih 20-30 godina, a sličan trend očekuje se i u budućnosti. Nautički turizam u protekla tri desetljeća zabilježio jednu od najviših razvojnih stopa u europskom i u hrvatskom gospodarstvu. Zakonom o turističkoj djelatnosti daje sljedeću definiciju nautičkog turizma: *"Nautički turizam je plovidba i boravak turista – nautičara na plovnim objektima, kao i boravak u lukama nautičkog turizma radi odmora i rekreacije."*¹ Ekonomski prognostičari razvitka turizma navode da je nautički turizam u početnom razvojnem razdoblju i da se visoki rezultati tek očekuju.

Tema rada je detaljno objasniti kako kulturni turizam utječe na razvoj nautičkog turizma na području Splitsko-dalmatinske županije. Svrha rada je potvrditi hipoteze u svezi posebnog značaja kulturnog turizma u razvoju nautičkog turizma. Ovaj rad se sastoji od V. poglavlja. Svako poglavlje obrađivati će detaljno pojmove s kojima se susrećemo u kulturnom i nautičkom turizmu, strategiju razvoja i preduvjete koje treba zadovoljiti jedna destinacija kako bi dobila titulu s kvalitetnom kulturno-turističkom ponudom koja je sposobna zadovoljiti i one najzahtjevnije.

U suvremenoj turističkoj teoriji sve češće aktivnosti vezane za turizam stavljaju se u kontekst *selektivnih* oblika turizma. Selektivni oblici turizma mogu generirati i negativne utjecaje na ionako osjetljive prirodne resurse, stoga trebaju i odgovarajuće vodstvo.

Selektivni oblici spadaju pod tzv "soft" turizam i temelje se na putovanjima koja nisu tipizirana i masovna, već individualizirana i prilagođena potrebama i željama pojedinca. Postoje brojne klasifikacije selektivnih oblika turizma, a u ovom radu obrađen utjecaj kulture na nautički turizam. Ono što je zajedničko većini suvremenih turista je to da žele doći u kontakt s lokalnom zajednicom, žele upoznati lokalnu kulturu, povijest i način življenja lokalnog

¹ NN(130/2017) https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2017_12_130_2982.html

stanovništva i sve što se pod tim podrazumijeva počevši od gastronomije, preko kazališnih predstava, lokalnih muzeja, festivala i manifestacija pa sve do onih tradicionalnih aspekata poput nacionalnog folklora i drugog nasljeđa.

Najpoznatije kulturne i prirodne znamenitosti Splitsko-dalmatinske županije su: Dioklecijanova palača; rimska carska palača iz 4. Stoljeća(na popisu UNESCO-a od 1979.), srednjovjekovna romanička i gotička gradska jezgra Trogira (na popisu UNESCO-a), ostaci antičke salone u Solinu, Modra špilja na Biševu, Crveno i Modro jezero (Imotski), Park prirode Biokovo, tvrđava Klis, Stara gradska jezgra na Hvaru.²

Splitsko - dalmatinska županija ima veliki kulturni potencijal zbog čega je prepoznata kao jedna od najprivlačnijih turističkih destinacija. Razvedena obala neprijeporno je prepoznatljiv preduvjet za razvoj nautičkog turizma kojeg smatramo autentičnim hrvatskim turističkim proizvodom.

1.1. Predmet istraživanja

U radu je istražen utjecaj kulturnog turizma na razvoj nautičkog turizma Splitsko-dalmatinske županije.

Predmet istraživanja koji se očitovao u traženju odgovora na pitanje "kako i u kojoj mjeri kulturni turizam utječe na razvoj nautičkog turizma, a time i na turizam općenito na području županije Splitsko dalmatinske ?".

1.2. Cilj istraživanja

Cilj je u skladu sa glavnom hipotezom, a odnosi se na ispitivanje utjecaja kulturnog turizma na razvoj nautičkog turizma. Određen je problemom i predmetom istraživanja, te navedenim hipotezama. Rad je baziran na istraživanju selektivnog oblika turizma. Masovni turizam generira brojne prijetnje i slabosti koje danas još ne osjetimo, ali s obzirom na ograničenost resursa svakako se mogu generirati u budućnosti i na taj način otežati život i ograničiti resurse budućim naraštajima. Ova vrsta turizma pripada elitnom turizmu i ima

² Wikipedija, Slobodna enciklopedija (2019): Splitsko- dalmatinska županija, [Internet], raspoloživo na: http://hr.wikipedia.org/wiki/Splitsko-dalmatinska_županija

izuzetno značajne ekonomske učinke i visoku profitabilnost. Zaključci rada pokazuju da razvoj kulturnog turizma potiče razvoj destinacije ujedno i nautičkog turizma, kao međusobno uvjetovanih pojava.

1.3. Hipoteze istraživanja:

Na temelju definiranog problema i predmeta istraživanja definirana je sljedeća polazna hipoteza:

Hg: Kulturni turizam u velikoj mjeri utječe na razvoj nautičkog turizma Splitsko-dalmatinske županije

Kulturni turizam utječe na razvoj nautičkog turizma na području Splitsko-dalmatinske županije jer elementi kulturnog turizma upotpunjuju turističku ponudu, te tako nautičkim turistima našu destinaciju čine još atraktivnijom i zanimljivijom.

H1: Kulturni turizam svakako može doprinijeti kvaliteti cjelokupne usluge.

Nautičarima je relativno važno da je mjesto u koje pristaju bogato materijalnim i nematerijalnim kulturnim atrakcijama. Pretpostavlja se da nautički turizam u svojoj ponudi sadrži elemente kulture koji utječu na stvaranje konkurentnog turističkog proizvoda na turističkom tržištu. U korelaciji s kulturnim turizmom, nautički turizam Splitsko-dalmatinske županije se razvija, te se na taj način razlikuje od sličnih na tržištu.

H2: Brojne kulturne (materijalne i nematerijalne) atrakcije privlače nautičare i predstavljaju presudan element kod odabira itinerera za kruzere.

Metode istraživanja koje će biti korištene u ovom radu su:

- metoda indukcije: donošenje zaključaka o općem sudu na temelju pojedinačnih činjenica;
- metoda dedukcije: donošenje pojedinačnih zaključaka na temelju općeg suda;
- metoda analize: proces raščlanjivanja složenih misaonih cjelina na jednostavnije sastavne dijelove;
- metoda sinteze: proces objašnjavanja složenih misaonih cjelina pomoću jednostavnih misaonih tvorevina;

- metoda komparacije: način uspoređivanja istih ili srodnih činjenica, tj. utvrđivanje njihove sličnosti, odnosno različitosti.
- metoda deskripcije: postupak opisivanja činjenica, te empirijsko potvrđivanje njihovih odnosa;

Značaj istraživanja:

Nautički turizam je specifični segment turizma koji je veoma atraktivan te u svijetu bilježi kontinuirano visoke stope rasta. Uz visoki stupanj očuvanosti prirodnog i kulturnog okruženja prednost za razvoj nautičkog turizma su prije svega razvedenost obale, povoljna klima, povoljni vjetrove srednje jačine, velik broj zaštićenih uvala, raspored malih i većih naselja te luka i lučica koje omogućavaju krstarenje i malim plovnim jedinicama, Splitsko -dalmatinska županija je jedna od poželjnijih nautičkih destinacija na svijetu. Potvrda svega se nalazi u konstantno rastućim rezultatima poslovanja u nautičkom turizmu.³

Razvoj nautičkog turizma treba se usmjeravati prema kvaliteti, prema individualiziranom turizmu uz prihvaćanje načela i strogih mjera zaštite prirodne i kulturne baštine. Splitsko- dalmatinska županija ima cijeli niz kulturnih turističkih proizvoda koji vrlo kvalitetno funkcioniraju na tržištu, od raznih kulturnih manifestacija i festivala koji su vrlo dobro inkorporirani u ukupnu turističku ponudu pojedinih destinacija. Samo na razini upravljanja destinacijama, potrebno je stvoriti preduvjete za kreiranje kvalitetne turističke ponude u kojoj će i kulturni turistički proizvodi biti iskorišteni i prezentirani na najbolji mogući način. Glavni cilj daljnjeg razvoja hrvatskog turizma trebao bi biti svraćanje pažnje međunarodne javnosti i medija, da čuvajući svoj identitet i bogatstvo različitosti koje posjeduje, Hrvatska postane respektabilan dio europskog identiteta. Splitsko dalmatinska županija gotovo je idealno područje za nautički turizam. Kod odabira itinerera za domaće i strane kruzere presudne su prirodne i kulturne atrakcije koje privlače nautičare kod odabira putovanja.

³ Favro S., Saganić I.: *Prirodna obilježja hrvatskog litoralnog prostora kao komparativna prednost za razvoj nautičkog turizma* , pregledni rad, Zadar, 2007.str.60

2. KULTURNI TURIZAM

2.1. Pojam kulturnog turizma

Kad se govori o motivima putovanja Europom danas, istraživanja (European Commission) pokazuju da je čak 17% putovanja primarno usmjereno na međukulturna iskustva (npr. posjeti gradovima, kulturnim događajima i slično). Prema ATLAS-ovim istraživanjima kulturnoga turizma (Hammond, 2004: 26-27) "tradicionalne" atrakcije, kao što su muzeji, galerije i spomenici, najvažnija su mjesta koja su posjetili kulturom motivirani turisti.⁴

Masovni turizam koji još traje u većini odmorišnih destinacija omogućio je turistima bijeg od svakodnevnice, no događaju se bitne promjene na strani potražnje koje direktno utječu na ovaj vid turizma. Turistička se putovanja skraćuju, putuje se češće, a interes turista više nije samo na atraktivnosti sadržaja destinacije već je ponuda u vezi s iskazanim interesima turista. Iskustvo, novost, aktivnost, edukacija i poslovni ciljevi (MICE) su osnovne odlike novog postmodernog turista. Bitno je doživjeti i uživjeti se, naučiti nešto novo te aktivno sudjelovati u lokalnim događanjima, znanstvenim skupovima i sl.⁵

S obzirom na nove trendove u turizmu, tržište segmentira na brojne specijalizirane oblike između kojih i kulturni turizam. Postaje očito kako za razvoj kulturnog turizma nije dovoljno izgraditi smještajne kapacitete i ponuditi kulturne i prirodne ljepote. Za zahtjevnog turista treba organizirati kvalitetan kulturni program i sadržaje koje će moći konzumirati. 80.-ih godina 20.-og stoljeća počinje intenzivnije akademsko istraživanje fenomena kulturnog turizma kako bi se na što optimalniji način iskoristili kulturni resursi u turizmu te da bi se osigurala kvaliteta turističke ponude, ali i zaštita i unapređenje odnosno očuvanje i reprodukcija materijalne i duhovne kulture kao izraza identiteta receptivne zajednice.⁶

Pojam kulturnog turizma sjedinjuje u sebi pojmove kulture i turizma. Ako se ta dva pojma pokušaju zamisliti u nekom kontekstu, na prvi se pogled čini da su vrlo blisko vezani i da se

⁴ Rudan, E. (2012): *Razvojne perspektive kreativnog turizma Hrvatske*, Sveučilište u Rijeci, Ekonomska misao i praksa, Br. 2, str. 715.; Hrčak, Portal znanstvenih časopisa Republike hrvatske, raspoloživo na: <http://hrcak.srce.hr/search/?q=razvojne+perspektive+kreativnoga+turizma+Hrvatske>

⁵ Hrvatska znanstvena bibliografija home page, [Internet], Jelinčić, Daniela Angelina.

Kulturni i arheološki turizam // Arheologija i turizam u Hrvatskoj / Archaeology and Tourism in Croatia / Mihelić, Sanjin (ur.). Zagreb : Arheološki muzej u Zagrebu, 2009. Str. 16-32

⁶ Jelinčić, D. A. (2008): *Abeceda kulturnog turizma*, Meandarmedia Zagreb, Zagreb, str. 52-54.

vrlo dobro upotpunjuju. Jasno je kultura i kulturna baština pridonose atraktivnosti određene turističke destinacije pa su prema tome često i preduvjet turističkog odabira. Danas se taj pojam često upotrebljava, no nije baš uvijek potpuno jasno na što se on odnosi.

Interes za kulturni turizam je velik, ali su termini i područja koja ti termini pokrivaju vrlo izmiješana. Često se pod tim pojmom podrazumijeva vrsta turizma u kojem su meta turističkih posjeta izložbe, koncerti i muzeji, ili je takva vrsta turizma vezana uz materijalnu baštinu (od velikih religijskih spomenika do svjetovne arhitekture). Za mnoga tradicionalna društava diljem svijeta, spomenički je lokalitet od manje važnosti. To je osobito vidljivo kod lovačkih i sakupljačkih naroda gdje usmena tradicija ima najveću snagu. Pripadnici takvog društva smatraju svoju baštinu jednako vrijednom kao što stanovnik Pariza osjeća Louvre ili Eiffel-ov toranj. Tako baštinu jednoga takvog tradicionalnog društva označuju priče, pjesme i plesovi koji prelaze iz generacije u generaciju, a ne crkve sagrađene od cigle ili kamena.⁷

Jedna od najprihvaćenijih definicija kulturnog turizma je autora Richardsa iz njegovog djela "European Cultural Tourism: Patterns and Prospects" iz 1999. godine: "Kulturni turizam označava kretanje ljudi koje je uzrokovano kulturnim atrakcijama izvan njihovog uobičajenog mjesta stanovanja, s namjerom sakupljanja novih informacija i iskustava kako bi zadovoljili svoje kulturne potrebe".⁸

Kulturni turizam je simbioza sadržaja kulture i turizma. Kompleksnost same definicije kulture, složenost interesa kulturnih turista, te mnoštvo resursa koje kulturni turizam posjeduje uzrok su teškoća u definiranju istog uz brojne definicije tog oblika turizma. Neki stručnjaci ga zovu kulturnim turizmom, neki turizmom kulturne baštine, no svi smatraju da turizam i subjekti turističke ponude imaju odgovornost upoznavanja turista s onim što lokalitet, grad, regiju ili državu čini povijesno i kulturno vrijednim, različitim i zanimljivim, bez obzira je li to umjetnost, kultura, povijest ili sve zajedno.⁹

Prema definicijama kulturnog turizma koje su dali Richards, Silberberg, a zatim i Svjetska turistička organizacija ključni element koji razlikuje kulturne od ostalih turista je motivacija u kojoj prevladava kultura.¹⁰

⁷ Culturenet.hr, Web centar hrvatske kulture, [Internet], raspoloživo na: <http://www.culturenet.hr/default.aspx?id=23209&>

⁸ Ibidem

⁹ Jelinčić, D. A. (2008): op.cit, str. 28-40.

¹⁰ Jelinčić, D. A. (2008): *ibid.*, str. 7.

2.2. Prirodna simbioza kulture i turizma

U turističkoj literaturi ali i praksi veliko značenje pridaje se fenomenu kulturnog turizma kao selektivnom vidu koji čini sve veći postotak ukupnoga međunarodnog turizma. Razlog leži u tome što turisti žele upoznati svjetsku kulturno-povijesnu baštinu. Stoga su se turističke organizacije dosjetile kako na najbolji način iskoristiti kulturne resurse destinacije te kako ih pretvoriti u turističke atrakcije. Mnoštvom kulturnih turističkih atrakcija i sadržaja, menadžeri (ili u hrvatskom slučaju direktori Turističkih zajednica raznih razina) nastoje svojim destinacijama donijeti konkurentske prednosti, smanjiti sezonalnost, stvoriti novi turistički proizvod, ojačati turističku potrošnju i socio-ekonomski razvoj.¹¹

Kultura je kao motiv bila oduvijek bila pokretač turističkih putovanja pa i u vremenu masovnoga turizma koji se razvijao nakon 50-ih godina prošlog stoljeća. Crkvene građevine, povijesna zdanja i ostaci, kulturne priredbe bili su oduvijek sastavni dio putovanja. Turističko tržište i danas nudi raznoliku kulturnu ponudu. Standardni oblici kulturnih atrakcija još uvijek su dobro posjećeni i sastavni su dio mnogih turističkih aranžmana. Vrtiprah (2006.) naglašava da kulturni „proizvod“ treba oblikovati kao atraktivan proizvod turistima koji se žele približe upoznati s prošlim i sadašnjim nasljeđem destinacije, a doživljaj se može stvoriti jedino kvalitetnim prikazom mjesta, povijesti, ljudi, umjetnosti itd. Kvalitetan prikaz, učenje o lokalnim vrijednostima i upoznavanje povijesti i tradicije lokaliteta danas su vrlo važni elementi u ukupnom turističkom proizvodu destinacije.¹²

Selektivni oblik kulturnog turizma uključuje iskustvo turista i sve više stavlja težište na različite interese turista, a ne samo na uobičajene kulturne atraktivnosti i atrakcije lokaliteta. Pojam kulturnog turizma objedinjuje složene inovativne pojmove kulture i turizma kao blisko vezanih društvenih fenomena.

Međuzavisnost i recipročni utjecaji turizma i kulture su toliko brojni i isprepleteni da od samog nastanka turističkog fenomena, pa do današnjih vremena imaju obilježje najužih korelativnih odnosa. Korelaciju susrećemo bez obzira da li pojam kulture definiramo i promatramo izdvojeno ili u svezi s turizmom.¹³

¹¹Rudan, E. (2012): *op.cit.*, str. 714.

¹² Ibidem

¹³ Geić, S., *Kulturno nasljeđe i međunarodna putovanja*, [Internet], raspoloživo na: [file:///C:/Users/korisnik/Downloads/Kulturno_nasljedje_i_medjunarodna_putovanja%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/korisnik/Downloads/Kulturno_nasljedje_i_medjunarodna_putovanja%20(2).pdf)

Međuodnos turizma i kulture može se ustvrditi kroz pojmovno i sadržajno definiranje ovih fenomena: ¹⁴

- Kultura je proces savladavanja i nadvladavanja prirodnih i društvenih pojava
- Turizam je prirodno prostorni i sociogospodarski fenomen koji na najbolji način prezentira kulturu određene zemlje
- Turizam i kultura dakle međusobno korespondiraju, a stupanj njihove povezanosti ovisi o razini dostignutog kulturno-civilizacijskog razvoja.

Međutim, masovni turizam ipak dovodi do popratnih oblika kolizije kulture i turizma, posebno u slučajevima potenciranja ekonomističkog sagledavanja turizma što izaziva sukob humanističko-kulturološkog i ekonomsko-tržišnog poimanja turizma. U posljednje vrijeme pojavom novih sofisticiranih potreba nastrani turističke potražnje kulturni sadržaji u turizmu dolaze do sve većeg izražaja. Kultura u širem poimanju uvjetuje nastanak, te stalno pospješuje razvitak turizma. Turizam igra vrlo značajnu ulogu u revitalizaciji (oživljavanju) i valorizaciji (vrednovanju-korištenju) elemenata "objektivne kulture", te razvijanju i poticanju novih spoznaja u okviru "subjektivne kulture".¹⁵

Kad se govori o putovanjima koja su motivirana kulturnom, govori se i o potrebi učenja i zabave što je rezultat sve veće obrazovanosti ljudi i generalne potrebe „rada na sebi“. Zbog toga je spektar aktivnosti koji uključuje komponentu kulture sve širi što dovodi do daljnje segmentacije ovoga tržišta pa tako danas možemo govoriti o tri podsegmenta:¹⁶

- 1) putovanja motivirana upoznavanjem kulturne baštine koja se odnose na obilazak kulturno-povijesnih lokaliteta i aktivnosti kroz koje se upoznaje prošlost,
- 2) putovanja motivirana prisustvovanjem kulturnom događanju koja se odnose na uprizorenje nekih zbivanja iz prošlosti ili su suvremenog karaktera uključujući i popularnu kulturu,
- 3) putovanja motivirana kreativnim kulturnim aktivnostima koja se odnose na aktivnosti koje su sačuvane iz prošlih vremena, poput učenja glagoljice, tradicijskih vještina, suvremenu praksu kulture života i rada ili suvremenu umjetničku produkciju.

Kretanja turista na tržištu govore nam o novim trendovima na suvremenom turističkom tržištu. Moderni turist traga za jedinstvenošću i aktivnim sudjelovanjem što potiče sve veću potražnju

¹⁴ Ibidem

¹⁵ Ibidem

¹⁶ file:///C:/Users/PFST-User/Downloads/Glavni_plan_razvoja_turizma_SDZ.pdf

za turizmom događanja. Turisti su voljni sudjelovati u kreiranju samog proizvoda što dodatno ističe činjenicu da je bitno biti kreativan u osmišljavanju različitih proizvoda kulturnog turizma. Interes za kulturom raste s dobi i prihodima. Ovakav tip potražnje odlikuje činjenica da se radi o širokom spektru kupaca i obuhvaćaju različite dobne skupine, razine obrazovanja.

S obzirom da je turizam oduvijek privlačio turiste kulturno povijesnim spomenicima, jedinstvenom atmosferom, raznim festivalima i karnevalima možemo zaključiti da kulturni turizam sve više postaje kriterij ocjene kvalitete i stupnja razvijenosti turističke ponude određenog područja.

Područja za koje se smatra da mogu postati turističke privlačnosti i motivi u kulturnom turizmu, u interpretaciji hrvatskih autora jesu:¹⁷

- arheološka područja
- arhitektura (ruševine, poznati objekti, čitavi gradovi),
- muzeji, umjetnost, skulpture, zanati, galerije, festivali, razni događaji,
- glazba i ples (klasični folklor i suvremeni)
- drama, kazalište, filmovi,
- jezične i književne studije (ture i događaji),
- vjerska slavlja i hodočašća,
- cjelokupna (narodna i primitivna) kultura i sub-kultura.

Sve više destinacija koristi koncept „Storytelling-a“ tzv. „pričanja priča“ kao alat za privlačenje gostiju. Storytelling koncept nije novitet jer se koristio u filmskoj, glazbenoj i drugim povezanim industrijama. U novije vrijeme nametnuo se u Europi kao kreativno rješenje za potrebe turista novog doba koji očekuje doživljaj koji će im probuditi emocije. Pogotovo se to odnosi na novije generacije koje imaju potrebu vizualno podijeliti takve događaje na raznim društvenim platformama. U turizmu se koristi kao kreativna prezentacija i interpretacija kulturne i prirodne baštine te kao alat za bolje pozicioniranje na tržištu.

¹⁷ Razović, M. (2009). *Obilježja ponude kulturnog turizma dalmatinskih županija*. *Acta turistica nova*, 3 (1), 137-162. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/43447>

2.3. Uloga filmske industrije kao motiv dolaska u destinaciju

Turisti vole turistički proizvod sunce i more, a naša obala uz relativno dobru povezanost, sigurnost koju im pruža, zabavu na moru to im može omogućiti. Ipak u novije doba uz brojne kulturne i prirodne atrakcije postoji još jedan motiv koji privlači sve više turista u našu destinaciju, a to su tzv. filmske atrakcije koje se vezuju uz posjete mjesta gdje su snimani popularni filmovi i serije. Filmski turizam zbog sveprisutne popularnosti i njegovih dosega prezentira se kao novi turistički trend.

Ovaj oblik turizma potiče ekspanziju kulturnih sadržaja i porast broja međunarodnih putovanja. Kao dio kreativne industrije, industrije zabave, umjetničkog izraza, kulture i lokalne tradicije, film koji pokreće turizam može se nazvati i dijelom kulturne turističke baštine.¹⁸

Film ima ulogu kontinuiranog poticatelja na dolazak turista u destinaciju, svojevrsni je oblik audiovizualnog komuniciranja određenih ideja, vrijednosti, poruka i značenja, pa s lakoćom može kreirati smisao destinacije na način koji će dovesti do njenog daljnjeg rasta i razvoja. Stoga je evidentno koliko značajan utjecaj mogu imati filmske produkcije na neke destinacije, a koji se ogleda kroz povećanje broja turističkih posjeta destinaciji prikazanoj u filmu.¹⁹

Dokazano je da je gledanje filmova povezano s odlukom o odabiru turističke destinacije. Ljepote krajolika viđene u filmu i općenito prirodne ljepote predstavljaju najveći poticaj odluci o odabiru turističke destinacije, uz specifičnost lokacije i raznovrsnost kulturno-povijesnih znamenitosti koji se također mogu smatrati izuzetno značajnim poticajima.

Osim turističkog booma, filmski turizam potiče i ekonomski rast (za svaki film nužno je zaposliti brojne lokalne statističare, kozmetičare, frizere, električare, pomoćnike u logistici, prevoditelje itd.). Filmske produkcije daju vrlo vrijednu prepoznatljivost mjestu čineći destinaciju kulturno-turističkom znamenitošću. Kad je riječ o promociji destinacije učinci su nemjerljivi. Besplatna promocija na filmu jedan je od najisplativijih oblika promocije, pogotovo kad je riječ o TV serijama i filmovima koji imaju milijunsku publiku diljem svijeta.

Producenti *Game of Thrones*a su odlučili kreirati zanimljivu kampanju u kojoj je odabrano 7 lokacija diljem svijeta na kojima je postavljen „Željezni tron“, a svaki tjedan putem

¹⁸ Bagarić L., Jelić A., Meštrović D.: *Filmska industrija kao promotor turističke destinacije za mlađu populaciju*, Zbornik Veleučilišta u Rijeci, Vol. 6 (2018), No.1, pp. 113-126

¹⁹ Ibidem.

društvenih mreža fanovi su nastojali pogoditi u kojoj se zemlji tron nalazi. Mnogi turisti, s druge strane potražili su drugi način zabave prije početka spektakla, te su odlučili svratiti do Dubrovnika (King's Landing) ili Klisa (Meerena). Već je poznato da su Dubrovnik, Klis, Trogir i mnoga druga mjesta u Hrvatskoj odigrali važnu ulogu u seriji. Zbog svoje ljepote i očuvanosti, povijesne lokacije, koje su ujedno glavno mjesto radnje u seriji jedne su od najposjećenijih destinacija u Hrvatskoj. Zanimljiv je podatak kako nije bilo potrebno koristiti puno specijalnih efekata kako bi Dubrovnik dočarao život u King's Landingu. Zahvaljujući finalu Game of Thronesa mnoge lokacije u Hrvatskoj će postati još poželjnije za mnoge obožavatelje ovog spektakla. Filmska priča postaje presudni poticaj pri odabiru destinacije prikazane u filmu, a s obzirom na porast broja međunarodnih filmskih produkcija tijekom posljednjih godina, Hrvatska može iskoristiti taj trend u brendiranju kao filmske destinacije.

3. UTJECAJ TZ SPLITSKO DALMATINSKE ŽUPANIJE NA RAZVOJ KULTURNE PONUDE

Na razvoj kulturnog turizma Splitsko-dalmatinske županije izravno utječe prvenstveno nacionalna politika razvoja kulturnog turizma kao i županijska politika cjelokupnog turističkog razvoja.²⁰

Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije prepoznala je razvoj kulturnog turizma kao jedan od prioriteta u strategiji te je pokrenula aktivnosti diverzifikacije turističke ponude kako bi se smanjila sezonalnost tj. prevelika ovisnost samo o ljetnom turizmu.

Na tržište kulturnog turizma otpada 37% svih međunarodnih putovanja koji su u potpunosti ili djelomično motivirani zadovoljavanju kulturnih potreba. Koncentracija zaštićenih kulturno – povijesnih lokaliteta, čak tri su na Popisu UNESCO-a, bogata i vrijedna arheološka baština čini Splitsko – dalmatinsku županiju idealnom destinacijom za razvoj kulturnog turizma. Kako bi se Županija uspješno pozicionirala kao atraktivna turistička destinacija kulturni turizam ne treba gledati kao poseban vid turizma, nego treba biti integriran u ukupnu ponudu kako bi se izgradio atraktivan imidž srednje Dalmacije.

²⁰ Institut za turizam (2009): *Plan razvoja kulturnog turizma Splitsko-dalmatinske županije*, [Internet], raspoloživo na: http://www.dalmacija.hr/Portals/0/PropertyAgent/558/Files/641/plan_razvoja_kulturnog_turizma_sdz_drugi_dio_strategija.pdf str. 4.

Kulturni turizam treba biti shvaćen i kao dio ukupnih kulturnih i društvenih razvojnih procesa. Razvojem kulturnog turizma potiču se brojni pozitivni učinci na materijalnu i nematerijalnu kulturnu baštinu, građanski ponos te se otvaraju poduzetničke mogućnosti institucijama i poduzetnicima u kulturi.

Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije pripremila je projektnu dokumentaciju i 2008. godine raspisala javni natječaj za izradu Strategije kulturnog turizma županije. Na temelju javnog natječaja ugovor je potpisan s Institutom za turizam u svibnju 2008. godine. Prema natječajnoj dokumentaciji, zadatak Strategije kulturnog turizma Splitsko-dalmatinske županije je da osigura planski okvir kojim će se:²¹

- potaknuti svijest stanovnika Splitsko-dalmatinske županije o postojanju velikog broja kulturnih subjekata u regiji
- potaknuti razumijevanje, vrednovanje i stvaranje partnerstva između kulturnih institucija i organizacija, subjekata turističkog poslovanja i svih neturističkih poslovnih sektora
- pokrenuti razvoj strategije kulturnog turizma, uključujući i razvoj vizualnog identiteta, upravljačkog mehanizma, turističkih proizvoda i programa u kulturi te njihovo marketinško oblikovanje.

U ovaj projekt uložena su financijska sredstva raznih ministarstava RH i fondovi europske unije i veliki naponi pa je isti urodio plodom i pridonio relativnom razvoju kulturnog turizma Splitsko-dalmatinske županije. Područje Splitsko-dalmatinske županije izuzetno je bogato arheološkim lokalitetima, od prapovijesti, preko helenističkih i rimskih do ranokršćanskih nalazišta, no bez obzira na sve i dalje se mora naporno raditi kako bi se iskoristi puni potencijal koji Županija ima, a na kraju i kako bi se ostvarili ciljevi iz Strategije..

Ciljevi Master plana turizma srednje Dalmacije, na temelju detaljne analize postojećeg stanja (turistički profil srednje Dalmacije, analiza konkurencije, *benchmark* analiza, analiza potražnje, SWOT analiza), bio je definirati dugoročnu viziju razvoja ovog područja, ukazati na nekoliko mogućih razvojnih scenarija, strateški pozicionirati srednju Dalmaciju i njene karakteristične klastere na tržištu, identificirati ključne razvojne projekte relevantne za

²¹ Ibid., str. 4.

realizaciju razvojne vizije te predložiti adekvatan akcijski plan u funkciji učinkovitog upravljanja i kontrole provedbe Master plana.²²

TripAdvisor proveo je istraživanje na ispitanicima iz 33 države s ciljem otkrivanja globalnih trendova, gdje su do sada bili i što ih je navelo da se odluče na određenu destinaciju. Naime, gotovo 60% ispitanika navodi da im je lokalna povijest i kultura važnija od lijepog vremena. Ovo je znak da se trebamo potruditi na lokalnoj i regionalnoj razini i ponuditi što više sadržaja iz sfere kulturnog turizma.

S ciljem upotpunjavanja zanimljivosti turističke ponude te upoznavanje turističkog tržišta s prapovijesnim gradinama, ranokršćanskim kompleksima, srednjovjekovnim utverdama, bunarima te rimskim vojnim logorima i brojnim drugim spomenicima TZ SDŽ je pokrenula izradu kulturno-turističkog vodiča arheoloških lokaliteta. Također od 2012.g. podupire razvoj tematskih kulturnih ruta kroz projekt „Rimske ceste srednje Dalmacije“, što je dovelo i do ulaganja u projekt „Interpretacijski centar Gardun – Tiliurium (Tilurij)“, na kojem su pronađeni ostatci antičkog kolnog puta cestovne mreže koja je povezivala grad Salonu sa zaleđem rimske provincije Dalmacije. Na ovaj način TZ podiže kvalitetu kulturne ponude u zaleđu te potiče arheološki turizam kao jedan od važnijih specifičnih oblika turizma koji se na području županije još uvijek razvija.

3.1. Nautički turizam SDŽ i utjecaj kulturne ponude na njegov razvoj

Splitsko – dalmatinska županija odlikuje se iznimno dugom i bogatom pomorskom tradicijom, kako u plovidbi i prihvatu nautičkih plovila, tako i u srodnim djelatnostima poput brodogradnje, a u novije vrijeme i nautičkog turizma. Čitava Srednja Dalmacija ima povoljne i odgovarajuće uvjete za stvaranje konkurentnog proizvoda nautičkog turizma.

More je čisto i nezagađeno, obalna područja i plaže izuzetno lijepa, s brojnim lukama i marinama, temeljni je element u sklopu kojega se proizvod mora dalje razvijati.

Kako bi se zadovoljila razina očekivanja gostiju postoji potreba za poboljšanjem usluga i opreme.

²² Ibid., str. 12

Splitsko – dalmatinska županija svoju turističku industriju treba zahvaliti sretnom spoju prirodnih i kulturnih ljepota obale, zaleđa i otoka te unatoč brojnim propustima sačuvali su se ključni resursi i vrijednosti, iako je dosadašnji turizam bio više vođen snagom prirodno - kulturnih resursa, a manje samim inovacijama.

U sam razvoj ponude možemo uključiti i završavanje procesa privatizacije, aktivaciju neiskorištene državne imovine, te unaprjeđenje smještajne turističke ponude. Sunce i more će i dalje ostati dominantan proizvod, ali se njegov bolji tržišni položaj može unaprijediti kroz produbljivanje lanca vrijednosti.

Pomorski promet je od iznimne značajnosti za Splitsko-dalmatinsku županiju s obzirom na njegovu nezaobilaznu ulogu u prometnom i gospodarskom razvoju. Lučka infrastruktura se sastoji od:

- 3 trgovačko-industrijske luke (2 županijskog i 1 državnog značaja),
- 9 luka nautičkog turizma (8 županijskog i 1 državnog značaja),
- 51 luka otvorene za javni promet (44 lokalnog značaja, 6 županijskog i 1 međunarodnog značaja),
- 9 sportsko-rekreativnih luka (županijskog značaja),
- 8 pristaništa (5 županijskog i 3 državnog značaja), 4 brodogradilišta (2 županijskog i 2 državnog značaja) i
- 1 servisne baze.

Pogotovo je važna Splitska luka koja je jedna od najvećih hrvatskih luka, a dijeli se na putničku (Gradska luka) i teretnu (Sjevernu luku). Gradska luka Split se suočava s problemima poput nedostatka parkirališnog prostora za automobile i privezišta za mega jahte, ali i veza za prihvat kruzera (RERA SDŽ, pp.11).

Gradska luka Split svako ljeto suočava se s prometnim kolapsom u prilazu luci, nedostatkom parkirališnog prostora za automobile, i privezišta za mega jahte, kao i veza za prihvat cruisera. Sjeverna luka pak ima problem manjka i/ili zastarjelosti postojeće lučke suprastrukture. Za trajektne luke na glavnim prometnim pravcima pretežno postoji problem nedostatnog kapaciteta i opremljenosti te može se istaknuti da su morske luke županijskog značenja nedovoljno iskorištene s obzirom na potencijale i rastuće potrebe.

Da bi se usporedila nautička ponuda i potražnja moralo se utvrditi kojim aktivnostima se bave nautičari za vrijeme boravka u destinaciji. Analiza je temeljena na dosadašnjim istraživanjima Tomas turizam i Tomas nautika (2017.). Najbolje su ocijenjeni ljepota prirode i krajolika, osobna sigurnost, ekološka očuvanost te niz elemenata vezanih uz ponudu marina i čarter. Najmanje su zadovoljni mogućnostima za kupnju u marinama te ponudom zabave i sportskih sadržaja. Aktivnosti kojima se bave nautičari na našem području su: odlazak u kupnju odlazak u restorane, odlazak u slastičarnice, 'kafiće' i sl. Obilazak vinskih i cesta maslinovog ulja su na samom začelju.

Tablica br. 1. Prikaz aktivnosti kojima se turisti/nautičari bave tijekom boravka u destinaciji

Aktivnost	Oblik turizma	% turista	% nautičara u 2007.	% nautičara u 2012.g
Odlazak u slastičarnice, kafiće i sl.	Gastro	87,4	97,7	94,9
Odlazak u restorane	gastro	84,2	97,4	95,8
Razgledavanje znamenitosti, posjet muzejima i izložbama	kulturni	47,6	79,3	60,5
Posjet lokalnim zabavama	kulturni	66	78,2	73
Posjet koncertima, kazalištu, priredbama	kulturni	47,4	61,2	47,2
Ples ili disko	kulturni	55,7	56,2	41,9
Odlazak u kupnju	kulturni	71	94	96,9
Izleti u nacionalne parkove	Ekoturizam	75,3	84,4	80,4
Šetnje u prirodi	Ekoturizam	69,9	79,7	75,7
Ronjenje	Sportsko rekreacijski turizam	43	67,9	47,2
Ostale sportsko rekreacijske	Sportsko rekreacijski turizam	100	71,8	45,4

aktivnosti na moru (osim kupanja)				
Sportsko-rekreacijske aktivnosti na kopnu	Sportsko rekreacijski turizam	100	63,5	41,3
Ribolov	Sportsko rekreacijski turizam	35,1	60,5	38,2

Podaci iz prethodne tablice upućuju na zaključak da se nautičari u većem broju bave ronjenjem i ribolovom te razgledavanjem znamenitosti i posjećivanjem muzeja i izložbi nego prosječni turisti. Ukoliko se analizira koje grupe aktivnosti segmentirane po oblicima turizma dolazi se do zaključka da su nautičari najviše zainteresirani za korištenje elemenata kulturnog turizma (38% više sudjelovanja u aktivnostima u 2007.g), potom sportsko-rekreacijskog turizma (26% više sudjelovanja u aktivnostima), a zatim u manjem dijelu gastronomskog (14%) i ekoturizma (13%). Stoga će se u nastavku rada pretežno orijentirati na kulturni turizam kao komplementarni oblik koji se može integrirati u nautički proizvod.

Splitsko-dalmatinska županija je rekorder u nautičkom turizmu Hrvatske i to sa 1,44 milijuna noćenja nautičara i rastom od 7 posto u prvih devet mjeseci, odnosno gotovo polovicom svih nautičkih noćenja koja su ostvarena u Hrvatskoj.

Tablica br.2.: Dolasci i noćenja prema turističkim zajednicama

	Ukupno (2019)		Ukupno (2018)		Ukupno (indeks)	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Baška Voda, TZO	735	4.670	708	4.752	103,81%	98,27%
Bol, TZO	128	984	93	748	137,63%	131,55%
Brela, TZO	77	345	18	115	427,78%	300,00%
Drvenik, TZM	12	96	10	10	120,00%	960,00%
Dugi Rat, TZO	1.596	11.908	1.332	9.773	119,82%	121,85%
Hvar, TZG	301	967	489	1.637	61,55%	59,07%
Jelsa, TZO	16	64	7	21	228,57%	304,76%
Kaštela, TZG	38.036	249.040	35.429	239.042	107,36%	104,18%
Komiža, TZG	48	176	19	53	252,63%	332,08%

Makarska, TZG	830	5.107	836	5.249	99,28%	97,29%
Marina, TZO	7.905	54.873	6.959	49.882	113,59%	110,01%
Milna, TZO	122	587	62	259	196,77%	226,64%
Omiš, TZG	867	5.463	754	5.014	114,99%	108,95%
Podgora, TZO	-	-	3	15	0,00%	0,00%
Postira, TZO	-	-	-	-	-	-
Pučića, TZO	-	-	28	84	0,00%	0,00%
Seget, TZO	38.901	258.547	38.508	264.610	101,02%	97,71%
Selca, TZO	-	-	-	-	-	-
Solin, TZG	46	112	23	161	200,00%	69,57%
Split, TZG	72.217	476.278	66.242	444.249	109,02%	107,21%
Stari Grad, TZG	57	286	30	120	190,00%	238,33%
Sućuraj, TZO	-	-	-	-	-	-
Supetar, TZG	266	1.230	795	5.108	33,46%	24,08%
Sutivan, TZO	-	-	6	18	0,00%	0,00%
Šolta, TZO	2.284	15.815	2.055	14.487	111,14%	109,17%
Trogir, TZG	52.473	352.478	43.511	299.627	120,60%	117,64%
Tučepi, TZO	23	116	27	54	85,19%	214,81%
Vis, TZG	229	747	180	552	127,22%	135,33%
Vrboska, TZM	39	139	47	268	82,98%	51,87%
	217.208	1.440.028	198.171	1.345.908	109,61%	106,99%

Izvor: Sustav e-visitor

Tablica 3. Dolasci i noćenja prema tržištima

	Ukupno (2019)		Ukupno (2018)		Ukupno (indeks)	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Austrija	16.411	108.793	15.824	106.197	103,71%	102,44%
1Belgija	3.168	21.881	1.869	13.472	169,50%	162,42%
Češka	7.762	50.560	7.837	52.039	99,04%	97,16%

Danska	2.465	17.183	2.285	16.282	107,88%	105,53%
Finska	1.385	9.043	1.122	7.313	123,44%	123,66%
Francuska	6.199	45.865	5.614	41.456	110,42%	110,64%
Italija	5.203	38.277	5.140	37.983	101,23%	100,77%
Japan	74	482	67	453	110,45%	106,40%
Kanada	3.682	25.037	2.991	20.957	123,10%	119,47%
Kina	148	946	96	713	154,17%	132,68%
Koreja	18	133	39	267	46,15%	49,81%
Mađarska	5.360	30.219	4.392	24.509	122,04%	123,30%
Nizozemska	2.915	21.207	3.046	22.384	95,70%	94,74%
Norveška	4.170	29.112	4.794	34.830	86,98%	83,58%
Njemačka	27.498	192.489	24.792	179.626	110,91%	107,16%
Ostalo	54.154	346.019	48.929	318.467	110,68%	108,65%
Poljska	8.834	61.101	8.448	60.220	104,57%	101,46%
Rusija	3.883	26.228	3.742	26.113	103,77%	100,44%
SAD	16.963	111.519	14.990	102.178	113,16%	109,14%
Slovačka	4.569	27.624	4.617	28.754	98,96%	96,07%
Slovenija	7.454	40.744	6.385	36.294	116,74%	112,26%
Španjolska	2.414	16.556	2.131	14.946	113,28%	110,77%
Švedska	8.400	53.456	7.290	48.521	115,23%	110,17%
Švicarska	4.986	35.067	4.306	31.538	115,79%	111,19%
UK	19.093	130.487	17.425	120.396	109,57%	108,38%
	217.208	1.440.028	198.171	1.345.908	109,61%	106,99%

Izvor: Sustav e-visitor

Na prvo mjesto kao naši najbrojniji gosti u prvih devet mjeseci po prvi put su se smjestili Nijemci sa 316 tisuća dolazaka i 2,1 milijuna noćenja koji su ostvarili rast od 9 posto u dolascima i 3 posto u noćenjima. Značajan rast dolazaka i noćenja u prvih devet mjeseci u odnosu na prošlu godinu bilježi se sa tržišta SAD-a sa 166 tisuća dolazaka i 430 tisuća noćenja i rastom od 11 posto u dolascima i 11 posto u noćenjima te daljnji porast dolazaka i noćenja skandinavskih, britanskih i francuskih gostiju.

Registrirani broj dolazaka i noćenja nautičara u lukama nautičkog turizma pokazuje nam trend da nautički turizam zauzima sve značajnije mjesto u ukupnom turizmu Hrvatske. Treba napomenuti da postoji metodološki problem u registriranju broja dolazaka i ostvarenih noćenja nautičara. Naime, u broju dolazaka nautičara registrira se svaki dolazak nautičara u luku nautičkog turizma. Što znači da dolazak jednog nautičara registriran je u svakoj luci nautičkog turizma koju je posjetio tijekom plovidbe. Budući da veliki broj nautičara tijekom plovidbe posjećuje nekoliko luka nautičkog turizma, službeno registrirani broj ukupnih dolazaka nautičara znatno premašuje stvarni broj nautičara koji su plovili našim morem i posjećivali luke nautičkog turizma. S druge strane javlja se još jedan problem, registrirani broj ostvarenih noćenja nautičara je u službenim podacima znatno podcijenjen. Problem je u tome što se registriraju samo ona noćenja nautičara ostvarena u lukama nautičkog turizma, a poznato je da nautičari noće i na sidru izvan takvih luka i to u znatnoj mjeri, te je ukupan broj ostvarenih noćenja nautičara znatno veći.

Nautički turizam županije treba se sagledavati kroz njegove glavne komponente – jahting te međunarodni i domaći kruzinge. Specifičnost županije je krstarenje na tradicionalnim jedrenjacima „trabakulima“.²³

Jahting podrazumijeva plovidbu i boravak na brodicama i jahtama, bez obzira na vlasništvo plovila, na kojima se plovi uglavnom u društvu s prijateljima ili obitelji koji tijekom plovidbe mogu odlučiti o itinereru ili njegovoj promjeni, a brodom upravljaju sami ili uz pomoć skipera. Potražnja za jahtingom se povećava i na svjetskoj razini. Trend porasta kvalitete ponude i prilagodbe posebnim tržišnim segmentima, osobito sve brojnijoj starijoj, ali i mlađoj populaciji kako bi se stvorili lojalni nautičari budućnosti.²⁴

Veličina jahte raste pa sukladno tome marine smanjuju broj vezova za manja plovila.. Faktori uspjeha naše županije mogu se podijeliti u dvije grupe:²⁵

- Jedna se odnosi na infrastrukturu i sigurnost – mogućnost sigurnog veza i sidrenja, prostorni raspored marina i njihovu opremljenost servisnim, ugostiteljskim, trgovačkim i zabavnim sadržajima, uslužnost i educiranost osoblja u marinama te osjećaj osobne sigurnosti.

²³ <https://www.dalmatia.hr/hr/priopcenja/glavni-plan-razvoja-turizma-splitsko-dalmatinske-zupanije-233>

²⁴ Ibidem

²⁵ Ibidem

- Druga grupa faktora uspjeha odnosi se na doživljaj plovidbe – ljepota i čistoća okoliša te atraktivnost i sadržajnost mjesta u koja uplovljavaju (destinacija).

Kruzing turizam ili krstarenje podrazumijeva plovidbu i boravak na većim i velikim plovilima – krstašima (kruzerima), s profesionalnom posadom, na kojima se putnici u pravilu međusobno ne poznaju i koji najčešće imaju unaprijed poznatu rutu/itinerer plovidbe s posjetom određenom broju destinacija na kopnu ili otocima, a o eventualnoj promjeni itinerera tijekom plovidbe odlučuje brodar.²⁶

Prema i istraživanju koji su napravili u Institutu za turizam nautičari su izuzetno zadovoljni ljepotom prirode i krajolika te osobnom sigurnošću. U usporedbi s konkurentskim zemljama na Mediteranu (Španjolska, Francuska, Italija, Grčka, Turska), Hrvatska je ocijenjena boljom kad je riječ o čistoći mora i obalnih mjesta, ljepoti i očuvanosti prirode te klimi, kao i socijalnim elementima sigurnosti, gostoljubivosti i imidžu zemlje. Ipak, u odnosu na konkurente, prvenstveno Španjolsku, Francusku i Italiju, ponuda najma plovila, raspoloživost tranzitnih vozova i opremljenost marina kao i ugostiteljska ponuda, lošije su ocijenjeni.²⁷

Slika 1. Splitska luka u sezoni



²⁶ Ibidem

²⁷ Ibidem

3.2. Marine u Splitsko-dalmatinskoj županiji

Najveći nedostatak nautičkog turizma u Hrvatskoj je nedovoljan broj vezova za nautičare. Sama potražnja je veća od ponude, uključujući potražnju za stalnim vezom, ali i tranzitnim vezom u sezoni. Sukladno svjetskim trendovima izražena je potražnja za vezovima za dulja i veća plovila. Nedostatak marina za mega jahte veliki je nedostatak nautičkog turizma. Marina je posebna vrsta luke nautičkog turizma, uređena i opremljena na vodenom i kopnenom prostoru i objektima. Osim usluga veza i smještaja plovila, nudi brojne druge pomoćne i dodatne sadržaje i usluge koje su u stanju zadovoljiti različite zahtjeve i želje. Za razliku od drugih nautičkih luka, marine još nude čitav niz drugih sadržaja i usluga kojima se povećava zadovoljstvo gostiju, produžuje turistička sezona i obuhvaća sveukupna nautičko-turistička ponuda.

Marine su luke nautičkog turizma koje osim akvatorije za vez, podrazumijevaju i priobalne lučke sadržaje koje koriste plovila i nautičari za rekreaciju. Konceptija tih sadržaja, proširena je na dodatne servise i usluge koje su postale dio modernog nautičkog i rekreacijskog turizma.

Tablica br. 3. Evaluacija Marina

Klaster	Grad/Općina	Luka Nautičkog turizma	Atraktivnost	Tržišna spremnost
Makarska Rivijera	Baška Voda	Marina Baška voda	Visoka	Spremno
		Marina Ramova	Visoka	Spremno
	Tučepi	Marina Tučepi	Visoka	Spremno
Splitska Rivijera	Split	Aci Marina Split	Visoka	Spremno
	Kaštela	Marina Kaštela	Visoka	Spremno
	Podstrana	Marina lav	Visoka	poluspremno
	Trogir	Aci marina Trogir	Visoka	Spremno
		Marina Trogir	Visoka	Spremno
	Marina	Agana marina	Visoko	Spremno
	Šolta	Marina Martinis Marchi	Visoko	Poluspremno
Otok Brač	Milna	Marina Baotić	Visoko	Spremno
		Marina Baotić	Visoko	Spremno
	Seget	Marina Baotić	Visoko	Spremno
Otok Hvar	Hvar	Marina Baotić	Visoko	Spremno
		Marina Baotić	Visoko	Spremno
	Marina	Agana marina	Visoko	Spremno

Izvor: www.dalmatia.hr

3.2.1. ACI marina Milna

Milna, smještena u uvali koja gleda na tjesnac splitska vrata, najveća je, najzaštićenija i najljepša bračka luka na zapadnoj obali otoka Brača. Marina raspolaže sa 183 veza u moru i 15 mjesta za smještaj plovila na kopnu. U srpnju 2015. u ACI marini Milna svečano je otvoren novouređeni restoran „Navigare”. Uređenje ovog restorana prema novoj suvremenoj koncepciji uređenja dio je projekta unifikacije vizualnog identiteta ACI marina te uvođenja novih ACI-jevih normi u ugostiteljstvu. Ponuda u restoranu „Navigare” temelji se na tradicionalnoj kuhinji, koja proizlazi iz tog podneblja s pomakom u načinu i tehnikama pripreme jela.²⁸

Sadržaj

- recepcija s mjenjačnicom, bankomat
- restoran, caffe-bar, najam skutera i rent-a-car, prodavaonica prehrambenih proizvoda
- trgovina nautičke opreme i rezervnih dijelova
- usluge ronjenja
- sanitarni čvor za zasebnim odjeljkom za invalide, praonica rublja
- tehnički servis, dizalica nosivosti do 8 tona, wlan sustav za pristup internetu
- benzinska crpka nalazi se na ulazu u luku Milna.

Slika 2. Aci Milna



²⁸ https://www.aci-marinas.com/aci_marina/aci-milna/

3.2.2. Marina Vlačka

Nova marina u Milni nalazi se na sjevernom dijelu uvale, samo 500 metara iza maloga crvenog svjetionika. Uvala je vrlo mirna, okružena borovom šumom i zaštićena od vjetra. U neposrednoj blizini je lijepa plaža, a marina ima i vlastitu agenciju s uslugama kao što su mjenjačnica i iznajmljivanje apartmana ili soba.²⁹

Sadržaji:

- Recepcija
- Računalo & Internet
- WC & tuš:
- Parking
- Iznajmljivanje auta i motora
- Praona
- servis

Slika 2. Marina Vlačka



²⁹ <http://marinavlaska.eu/marina/>

3.2.3. ACI marina Palmižana

Nasuprot otoka i grada Hvara na udaljenosti od samo 2,5 nm, smjestila se Palmižana, poznato hvarsko izletišta. Skrivena u jednoj od najsigurnijih jadranskih uvala, na otoku bez automobila, Palmižana je idealno utočište svima koji žele pobjeći od vrepe gradskog života. Na toj popularnoj nautičkoj destinaciji možete iskusiti opušten i bezbrižan odmor u jedinstvenom ambijentu harmonije s prirodom. Večera u umjetničkoj galeriji ili botaničkom vrtu, uživanje u dalmatinskoj kuhinji uz nezamjenjive okuse i upijanje mirisa Mediterana. Od ružmarina, kadulje, bosiljka i lavande, pa do kaktusa i raznovrsnog egzotičnog bilja – Palmižana je pravi mali ekološki raj. Šetnja, pak, otočkim puteljcima, dok u daljini puca pogled na blještavi Hvar sa svojim bogatim noćnim životom, nezaboravno je iskustvo. Od plivanja i pješačenja po prirodi, do vožnje kajacima, ronjenja i surfanja.

ACI marina Palmižana, otvorena od početka travnja do kraja listopada, među najljepšim je marinama na Jadranu. Nalazi se u istoimenoj uvali na sjeveroistočnoj strani Svetog Klementa, najvećeg od Paklenih otoka. Ostatak arhipelaga odavde je nadohvat ruke: iz Palmižane se lako otisnuti u istraživanje brojnih skrivenih uvala i izoliranih plaža koje će vas ostaviti bez daha.³⁰

Sadržaj:

- recepcija s mjenjačnicom (sezonski)
- restoran i caffe-bar
- paviljon s masažom
- prodavaonica prehrambenih proizvoda
- dječje igralište i boćalište
- sanitarni čvor
- wlan sustav za pristup internetu
- crpka za gorivo nalazi se u Križnoj luci (Hvar) – 2,5 nm

Slika 3. Aci marina Palmižana

³⁰ https://www.aci-marinas.com/aci_marina/aci-palmizana/



3.2.4. ACI marina Vrboska

Vrboska na otoku Hvaru lako zasjenjuje svojom ljepotom koju u prvome redu zahvaljuje specifičnom zemljopisnom položaju. Nalazi se na sjevernoj obali središnjega dijela otoka, duboko u zaljevu na kraju uskog, vijugavog fjorda. Usred uvale smjestio se otočić, a preko kanala protežu se brojni mali mostovi, zbog kojih se Vrbosku ponekad naziva i malom Venecijom. Rimske ruševine pokazuju da je mjesto bilo naseljeno još od starog vijeka, no najstariji od očuvanih spomenika i starih zgrada datiraju iz 15. stoljeća. U mjestu prevladavaju impresivne stare kuće gotičkog, neorenesansnog i baroknog stila te mediteranska arhitektura kamenih građevina i uskih uličica. Idilična je slika upotpunjena gustom borovom šumom koja okružuje grad s kopnene strane, te prekrasne plaže i uvale s morske. Bogata ribarska tradicija danas se ogleda u gastronomskoj ponudi ovoga maloga mjesta koje odiše šarmom i toplinom. Temeljna djelatnost u Vrboskoj danas je, dakako, turizam a ACI marina predstavlja za Vrbosku važan gospodarski subjekt. ACI marina smještena je u vanjskom dijelu vrbovačke luke. Marina je otvorena tijekom cijele godine.³¹

Sadržaj:

- recepcija s mjenjačnicom
- sanitarni čvor, praonica rublja, dizalica nosivosti do 5 tona
- parkiralište za osobna vozila

³¹ https://www.aci-marinas.com/aci_marina/aci-vrboska/

- wlan sustav za pristup internetu
- crpka za gorivo
- u neposrednoj blizini marine nalazi se više restorana i konoba kao i trgovine prehrambenim proizvodima te pekare

Slika.4. Aci marina Vrboska



3.2.5. Marina Zlatan Otok – Bilo Idro -Sveta Nedjelja

Maksimalna dužina brodova: u unutarnjem lukobranu do 18 m, u vanjskom lukobranu do 40 m. Dubina gaza: u unutarnjem lukobranu do 4 m, u vanjskom lukobranu do 7 m. Dodatna ponuda: punjenje vode, električni priključci, WC Restoran Bilo Idro.

3.2.6. ACI marina Split

U najljepšem dijelu gradske luke, sjeverno od poluotoka Sustipana, smjestila se ACI marina Split. Otvorena je cijele godine, a njezin dugački lukobran pruža izvrsnu zaštitu od mora i južnih vjetrova. Splitska ACI marina zapravo je točka kojom počinje splitski lungomare, najduža i svakako jedna od najljepših uzmorskih šetnica na Jadranu, koja prolaznike vodi do znamenitih i raznolikih plaža “sunčanog lipog cvita Mediterana”.

2013. godine, u akciji Turistički cvijet – kvaliteta za Hrvatsku, ACI marina Split nagrađena je Priznanjem za 3. mjesto u kategoriji Najbolje srednje marine na Jadranu.³²

Posjeduje 318 vezova u moru i 30 mjesta za smještaj plovila na kopnu.

Aci Marina Split nudi sljedeće sadržaje:

- recepcija s mjenjačnicom i s prodajnim mjestom modnih dodataka iz ACI kolekcije bankomat
- više restorana s caffe-barom, ledomat
- sanitarni čvor sa zasebnim odjeljkom za invalide, praonica rublja
- prodavaonice prehrambenih proizvoda i nautičke opreme
- charter agencije i prodaja plovila
- servisna radionica, servis za jedra, dizalica nosivosti 10 tona, navoz 45 tona, igla za skidanje jarbola
- crpka za gorivo nalazi se na udaljenosti od 100 metara
- Wi-Fi sustav za pristup internetu
- 2 Tesla Only električne punionice snage do 22kW
- 1 Tesla Universal električna punionica snage do 22kW

Slika 5. Aci marina Split



³² https://www.aci-marinas.com/aci_marina/aci-split/

3.2.7. ACI marina Trogir

ACI marina Trogir otvorena je cijele godine iz nje se može uživati u pogledu na zavodljivu trogirsku rivu, na zvonik katedrale Sv. Lovre na čijem je ulazu znameniti portal majstora Radovana. Putnik namjernik pomislio bi da je u ovome gradu vrijeme stalo, ali živost njegovih stanovnika u sretnoj simbiozi s uvijek znatiželjnim turistima lako će ga uvjeriti u suprotno.³³ Posjeduje 174 veza u moru i 35 mjesta za smještaj vozila.

Aci Marina Trogir nudi sljedeće sadržaje:

- recepcija s mjenjačnicom, bankomat
- restoran, caffe-bar,
- fitness centar, charter agencije
- prodavaonice prehrambenih proizvoda i nautičke opreme
- sanitarni čvor sa zasebnim odjeljkom za invalide, perilica i sušilica rublja
- škola ronjenja, škola jedrenja
- servisna radionica, dizalica nosivosti do 9 tona
- parkiralište za osobna vozila
- crpka za gorivo

Slika 6. Aci marina Trogir



³³ https://www.aci-marinas.com/aci_marina/aci-trogir/

3.2.8. Marina Agana

Marina Agana raspolaže sa 134 veza u moru za plovila do 25 m te 70 mjesta na kopnu za plovila do 22 m, potpuno opremljenih priključcima na električne i vodovodne instalacije.³⁴

Nude Vam sadržaje kao što su:

- 24-satni nadzor uz pomoć CCTV,
- besplatan Wi-Fi,
- sanitarne čvorove,
- praonicu rublja,
- opremu za prihvrat svih vrsta otpada,
- parking,
- sprave za vježbanje na otvorenom,
- dječje igralište,
- bistro
- te najam i kupoprodaju plovila.
- Servisna zona nudi usluge dizanja i spuštanja plovila, zatim popravke elektronike, motora, trupa broda, usluge čišćenja i održavanja, rigging i dr.

Slika.7. Agana marina



³⁴ <http://www.marina-agana.hr/>

3.2.9. Marina Baotic

Marina Baotic poželjna je adresa i za vrlo zahtjevne i iskusne moreplovce. Redovni gosti cijene gostoljubivost, profesionalnu uslugu i prvoklasnu opremljenost naših marina. Marina Baotic raspolaže s oko 400 vezova na moru i kopnu. Izgrađena je na najvišim tehničkim i ekološkim standardima čime je i dobila epitet jedne od najmodernijih marina u Hrvatskoj.

Na jednom mjestu možete pronaći cijelu paletu nautičkih i pratećih usluga:

- ekskluzivnih apartmana za odmor,
- dva restorana,
- koktel bar,
- trgovački objekti,
- fitness studio,
- bazen i mnogim dodatnim sadržajima.

Njena lokacija u blizini splitskog aerodroma (samo 8 minuta vožnje) i na razmeđu nautičkih putova, čini ju idealnim izborom u potrazi za nautičkim partnerom na Jadranu.³⁵

Slika 8. Marina Baotic – Seget Donji



³⁵ <https://www.marinabaotic.com/hr/248.html>

3.2.10. Marina Kaštela

Izgradnja Marine Kaštela odvija se u dvije faze. Počela je 2002. idejom da se osigura prostor za pristanak brodova i jedrilica Bavadrie. Marina Kaštela se pokazala kao dobra prilika za povezivanje i proširenje aktivnosti koje su već postojale u veslačkom i jedriličarskom klubu. Klubovi i sada funkcioniraju pod sponzorstvom Marine i primaju nove članove svake godine.

Posjeduje 420 vezova s priključcima za struju i vodu (dubina mora kreće se od 2,5 do 8 metara unutar marine te s vanjske strane lukobrana dubine 10 m za privez megajahti), 200 mjesta za smještaj brodova na kopnu (suhi vez), smještaj plovila u hangar.³⁶

- 60-tonski travel lift za dizanje i spuštanje plovila
- 60-tonski carello za sigurni cestovni prijevoz plovila
- 40-tonski carello za siguran prijevoz plovila
- 5-tonska dizalica
- servis
- mogućnost korištenja spremišta
- 437 parkirnih mjesta
- sanitarne prostorije s tuševima za goste marine
- zasebne sanitarne prostorije za vlasnike plovila
- recepcija
- caffe-bar BavAdria
- restoran Nautic
- supermarket
- kompleks sa zatvorenim bazenom (25 m) i restoran-pizzeriom
- jedriličarski klub sa strukturama za komercijalne i sportske regate te restoranom Spinnaker

³⁶ <http://www.marina-kastela.hr/marina/>

Usluge / objekti koji će biti dostupni po završetku izgradnje marine:

- vakuumski kanalizacijski crpni sustav (2020. godine)*
- 200-tonski travel lift (2020. godine)*
- hotel s kongresnim centrom*
- benzinska crpka s 5 agregata u servisnom dijelu marine (2020. godine)

Slika. 10. Marina Kaštela – Kaštel Gomilica



3.2.11. Marina Lav

Marina Lav je predivna mediteranska luka s iznimnim geografskim položajem i blagim klimatskim uvjetima. Smještena u samom središtu hrvatske obale, sastavni je dio bogate ponude luksuznog kompleksa Le Méridien Lav hotela. U marini na raspolaganju su Vam 74 veza u moru za plovila do 40 m dužine. Tijekom ljetnog perioda, svojim gostima nude i uslugu smještaja na vanjskoj obali, pogodnoj za tranzitni privez mega jahti.³⁷

U svojoj ponudi nude sljedeće sadržaje:

- Stalni video i security nadzor nad plovilima
- WLAN
- Usluge mornara
- Korištenje odvojenih sanitarija

³⁷ <http://www.marinalav.hr/o-nama/>

- Parkirno mjesto u garaži
- Priključci na vodu i struju
- Recepcija
- Smještaj u Le Meridien Lav
- RE:CUPERA najekskluzivniji Spa i wellness centar u Splitu i Hrvatskoj.
- Restorane i barove
- Transport/rent a car
- Turistička agencija
- Charter agencija
- Usluga ronioca
- Mjenjačnica
- Parking
- Penguin club – igraonica
- Praonica rublja

Slika 11. Marina Lav



3.2.12. Marina Martinis Marchi

Marina je izgrađena uz luksuzni tradicijski hotel & restoran Martinis Marchi. Marina posjeduje 50 vezova. Opremljena je sa strujom i vodom. Novi vezovi nude sigurno mjesto za jahte dužine do 35 m, čak i duže na vanjskim vezovima.³⁸

Dodatni sadržaji su:

- Izleti sa gliserom
- Amfiteatar sa 500 sjedećih mjesta
-

Slika 12. Marina Martinis Marchi



3.2.13. Marina Ramova

Luka nautičkog turizma marina "Ramova" nesebičnim investicijskim ulaganjima kroz modernu tehničku opremljenost, servisne usluge i izgradnjom eko skladišta zadovoljava nautičke standarde zaštite okoliša a isti predstavlja jedan od njenih najvećih prioriteta kad je u pitanju zaštita mora i priobalja. Usluga pružanja vezova čini 255 veza od čega 60 na kopnu a u moru 195 sa priključcima za struju i vodu za prijam plovila maksimalne veličine do 16 metara.

³⁸ <https://www.martinis-marchi.com/marina>

Osim vlastite servisne zone u kojoj se pružaju usluge vađenja brodova širine do 7 metara, dizalice nosivosti 20 tona i 8 tona, cjelodnevnu uslugu mornarsko-čuvarske službe, osiguran i čuvan parking sa 100 parkirnih mjesta kao i restoran marine "Ramova" sa konobom kapaciteta do 150 mjesta. Na samoj plaži nalazi se cocktail bar. U sklopu nautičkog centra „Ramova“ izdaju se i dozvole za ribolov za strane državljane. U sklopu marine djeluju i vanjske tvrtke koje u okvirima poslovne suradnje s marinom "Ramova" pružaju servisne usluge što osigurava pružanje vrhunske usluge svim njenim gostima.³⁹

Slika 12. Marina Ramova



3.2.14. Marina Tučepi

Marina Tučepi omogućuje nautičarima pristajanje u modernoj lučici s 50 komercijalnih vezova za jahte i 150 vezova za domicilne brodice te operativnim mulom. Svih 50 vezova za jahte su opremljeni novim kutijama s električnim i vodovodnim priključkom, novim konopima i murinzima, uređenim kupatilima i WC-ima te cjelodnevnom dežurstvom naših djelatnika.

Sve usluge su uključene u cijenu veza. U sklopu marine nalazi se turistički info-centar te recepcija marine. Marina je stacionirana u samom centru Tučepi pa joj je u neposrednoj blizini

³⁹ <https://www.marinaramova.com/marina>

banka, pošta, općina, TZ, župna crkva, mnogobrojni restorani i kafići, trgovine, supermarketi i slično, pristup Internetu, parking.⁴⁰

Sadržaji:

- Recepcija: svaki dan od 7:00 do 21:00 (sezona)
- Računalo & Internet: 50 m (recepcija)
- WC & tuš: 50 m
- Parking: 50 m (gratis za vlasnike vozova)

Slika 14. Marina Tučepi



3.2.15. Marina Baška Voda

Marina Baška Voda u Hrvatskoj nalazi se u samom središtu istoimenog mjesta. Gosti mogu lako doći u brojne obližnje restorane i barove, u kupovinu u obližnjim supermarketima, kupati se i sunčati na mnogim modernim plažama Makarske rivijere. Marina se nalazi na jednom od najvažnijim i atraktivnim dijelom Makarske rivijere, nazvane tako zbog svoje

⁴⁰ <https://www.marinatucepi.com/index.htm>

netaknute ljepote, s mirnim i čistim morem, sa malim ribarskim zaseokom te ga pretvorilo u mirno turističko mjesto. Marina je otvorena tijekom cijele godine.

Marina raspolaže s 200 vezova u moru i 30 na kopnu.

Usluge koje možete očekivati kada posjetite Yacht Charter marinu u Baškoj Vodi:

- recepciju,
- sanitarije,
- tuševi,
- parking,
- struja, voda,
- restorani,
- trgovine.

Slika 15. Marina Baška voda



4. Značajni kulturni elementi kao motiv dolaska u destinaciju

4.1. Kulturni turizam Splitsko – dalmatinske županije

U Splitsko-dalmatinskoj županiji postoji 60-ak muzeja, zbirki (sakralnih, zavičajnih, arheoloških, malakoloških, etnografskih, likovnih, bibliotečnih, arhivskih) i galerija. Najviše se najvećom nalazi u Splitu. Muzeji su izuzetno vrijedan resurs ukoliko su mjesto primarnog interesa turističkog posjetitelja. Iako je broj posjetitelja samo jedan od pokazatelja rada muzeja, sve se češće nameće kao glavno mjerilo kvalitete i uspjeha. Iako bilježimo značajnije poraste turistički noćenja, nažalost veći broj turista ujedno i ne znači veći broj posjetitelja muzejima.

Posjetitelje sa specijaliziranim interesima privući će specijalizirane institucije (npr. Galerija Ivana Meštrovića), ili pojedini izlošci poput djela iz Tintorettove radionice u dominanskim samostanima Bola i Staroga Grada. Posjetitelje s općenitim interesom za kulturno-povijesnu baštinu zanimat će zavičajni muzeji i samostanske zbirke.⁴¹

Na temelju analize i valorizacije kulturno-turističke resursne osnove definirane su i destinacije kulturnog turizma i poredane po važnosti, pri čemu su uzeti u obzir i važni prostorni odnosi među turističkim atrakcijama.⁴²

Prema važnosti i značaju kulturno-turističke destinacije Splitsko-dalmatinske županije razvrstane su u sedam kategorija:⁴³

- Kategorija 1: Split (UNESCO)
- Kategorija 2: Trogir (UNESCO); Hvar
- Kategorija 3: Stari Grad (UNESCO)
- Kategorija 4: Makarska i Vis
- Kategorija 5: Jelsa i Sinj
- Kategorija 6: Bol (pustinja Blaca), Kaštela, Komiža, Trilj, Imotski

⁴¹ Ibidem

⁴² [file:///C:/Users/PFST-User/Downloads/plan_razvoja_kulturnog_turizma_sdz_prvi_dio_sa%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/PFST-User/Downloads/plan_razvoja_kulturnog_turizma_sdz_prvi_dio_sa%20(2).pdf)

⁴³ Ibidem

- Kategorija 7: (urbano-ruralne cjeline) Baška Voda, Marina, Milna (Brač), Nerežišća, Postira, Pučišća, Seget, Supetar, Sutivan, Sućuraj, Vrboska, Vrgorac, Vrljika i Zagvozd.

Ove kulturno-turističke destinacije, promatrane prostorno, čine pet tzv. složenih kulturnoturističkih destinacija koje, u svojoj osnovnoj podjeli, prate županijske subregije definirane Master planom:⁴⁴

- Destinacija 1: splitska (Split, Trogir, Kaštela, Omiš)
- Destinacija 2: hvarska (Hvar, Jelsa, Stari Grad)
- Destinacija 3: viška (Vis i Komiža)
- Destinacija 4: bračka (Bol, Milna, Nerežišća, Postira, Pučišća, Supetar, Sutivan)
- Destinacija 5: sinjska (Sinj, Trilj).

Ovako hijerarhijski i prostorno definirane, pet složenih kulturno-turističkih destinacija čine kulturno-turistički koridor Splitsko-dalmatinske županije. Pri tome su četiri kulturno-turističke destinacije izvan ovog koridora: Omiš i Makarska (Kategorija 4), Imotski (Kategorija 6) te Zagvozd i Baška Voda (Kategorija 7).⁴⁵

Tablica br.3. Popis urbanih i urbano-ruralnih cjelina po regijama i gradovima/općinama

SUBREGIJA	URBANE I URBANO-RURALNE CJELINE
DALMATINSKA ZAGORA	Imotski, Sinj, Vrgorac, Vrljika, Zagvozd
MAKARSKA RIVIJERA	Makarska, Baška Voda
SPLITSKA RIVIJERA	Split, Trogir, Omiš, Kaštel Gomilica, Kaštel Kambelovac, Kaštel Kaštilac, Kaštel Lukšić/ Vitturi, Kaštel Štafilić, Kaštel Stari, Kaštel Sućurac, Marina, Seget, Solin, Stobreč
OTOK HVAR	Hvar, Jelsa, Stari Grad, Sućuraj, Vrboska
OTOK VIS	Vis, Komiža
OTOK BRAČ	Bol, Milna, Nerežišća, Postira, Pučišća, Supetar, Sutivan

Izvor: Plan razvoja kulturnog turizma Splitsko-dalmatinske županije

⁴⁴ Ibidem

⁴⁵ Ibidem

4.2. Split

Drugi grad po veličini i važnosti u Hrvatskoj, veliki tranzitni centar, turističko i sveučilišno središte, razvio se već u ranom srednjem vijeku. Danas je administrativno, političko, kulturno središte Splitsko – dalmatinske županije i njezin najveći grad. Njegova povijesna jezgra sa Dioklecijanovom palačom pod zaštitom je UNESCO –a. Smjestio se na obali u središtu srednje Dalmacije, a ispred se nalaze turistički važni otoci Brač, Hvar i Vis. Omiljena je destinacija kako domaćih tako i inozemnih turista.

Najstariji arheološki nalazi datiraju iz pretpovijesnog razdoblja, a nađeni su na uzvisini Gripe koja je u to doba bila važna utvrda. Pokrajina Dalmacija dobila je ime po plemenu Delmati koji su se doselili na ovo područje u željeznom dobu.

Sam nastanak grada Splita vezan je uz cara Dioklecijana koji je odlučio sagraditi palaču u kojoj će i sam provesti zadnje godine svoga života. Palača je spomenik nulte kategorije ujedno i „light motiv“ grada Splita. Građena je od 295. do 305g. te je jedan od najočuvanijih rimskih spomenika kulture. Palača je građena pretežno od bračkog kamena, dok su stupovi i sfinge dopremljene čak iz Egipta. Nakon što su Avari provalili na ovo područje u 7 .s.t. postala je utočište običnom stanovništvu što je i dovelo do izgradnje novih objekata unutar same fortifikacije. Palača se pomalo pretvarala u grad, a zidine su već u srednjem vijeku postale tijesne za broj stanovnika koji se kontinuirano naseljavao te se grad počeo širiti izvan zidina.

Grad je svoj najveći razvoj doživio u 20. stoljeću. Poznat je po tzv. „dišpetu“ svojih stanovnika, koji su upravo u najtežim trenucima davali najviše od sebe što je posebno vidljivo po velikom broju sportaša koji dolaze upravo iz ovog grada. U samom centru grada, nalazi se brdo Marjan, ujedno i omiljeno šetalište Splićana. Srednjovjekovni naziv za Marjan je Kyrieelison ili Mons Golgota zbog brojnih crkvice svjedoči nam o sakralnom karakteru koji za grad oduvijek imao. Splićanima je stoljećima bio „čaroban gora“.

Najpoznatije i kupalište u Splitu su Bačvice, a ujedno je poznat i po igri „picigin“ koje se igra u svako godišnje doba. Omiljeno okupljalište svih posjetitelja je Riva. Riva je pretvorena u šetalište još u 19. stoljeću, a poseban ugođaj joj daju palme posađene početkom 20. stoljeća. Glasoviti mediteranski trg u središtu grada su prokurative, poznatije kao pozornica velikog broja kulturnih zbivanja u gradu, a građene su po uzoru na venecijanske Procurative.

Na Pjaci se nalaze sudnica, knežev dvor, straža, kazalište i niz drugih građevina koje su tijekom srednjeg vijeka zaokružile izgled ovog prostora. Ovo je ujedno i prostor gdje su se

nekoć zbivali svi javni događaji. U gradu se još nalaze palače, među kojima se posebno ističu Velika i Mala Papalićeva palača, Palača Cambi, Palača Cindro i Palača Grisogno – Cipici. Veliki je broj znamenitosti i zanimljivosti koje se mogu vidjeti u "najlipšem gradu na svitu", jedna od njih je i kip biskupa Grgura Ninskog, prema legendi svatko tko dodirne njegov nožni palac ispuniti će se želja.

Kada se priča o Splitu, svakako se mora spomenuti i nogometni klub Hajduk i stadion Poljud. U gradu posjetitelji mogu posjetiti i veliki broj muzeja i galerija (Arheološki muzej, Etnografski muzej, Muzej Hrvatskih arheoloških spomenika, Muzej grada Splita, Galerija Meštrović,..) te uživati u brojnim kulturno – zabavnim sadržajima (Splitsko ljeto, Dani Dioklecijana, Ljetni akvarel, Ultra festival).

4.3. Solin

Šest kilometara sjeverno od Splita smjestio se gradić Solin. U današnjem Solinu nalaze se ostaci metropole rimske provincije Dalmacije, antički grad Salona. Povoljan zemljopisnom položaju i dobra cestovna povezanost pomogli su da se grad brzo i nesmetan razvija. Salona je bila uporište i luka delmata, te nakon uspostave rimske dominacije postala je glavni emporij za delmatsku unutrašnjost te središtem čitave provincije Dalmacije i kozmopolitsko središte Jadrana. Procvat je doživjela u Dioklecijanovo doba.

Starohrvatski Solin razvio se uz rijeku Jadro istočno od ruševina Salone. Na ovom području istražene su brojne crkve podignute od hrvatskih kraljeva: crkve sv. Marije i sv. Stjepana od Otoka, gdje je 1898. pronađena glasovita ploča s natpisom kraljice Jelene, crkva u Gradini (koja bi mogla biti adaptirana ranokršćanska građevina) i „Šuplja crkva“ – krunidbena crkva kralja Zvonimira (11. st.), impozantne zidine s kulama, i vratima, forum s hramovima, amfiteatar, groblja sa salonitanskim mučenicima (Manastirine, Kapljuč, Marusinac).

4.4. Kaštela

Kaštela – zajedničko ime sedam naselja koja su se razvila uz renesansne plemićke kaštele na obali između Solina i Trogira, vezane uz polja pod planinom Kozjak. Građeni su, naravno, ne samo radi obrane kolona od turskih i gusarskih uskakanja, nego i da bi vlasnici u njima „uživali ljepote proljeća“. Veći dio Kaštelanskog polja pripadao je u antičko doba salonitanskom ageru, a dio oko Sricula (poviše današnjeg Resnika) u doba cara Klaudija (46. g.

n. e.) centurijacijom je dodijeljen veteranima. Sredinom 7. st. naseljuju ga Hrvati, s nizom sela pod Kozjakom, te s kraljevskim dvorima Trpimirovića u Bijaćima, Solinu i na Klisu.

4.5. Trogir

Grad Trogir poznat kao „Grad sretnog trenutka“ smjestio se na malenom otočiću između kopna i otoka Čiova. Stara gradska jezgra se nalazi na popisu svjetske povijesne baštine UNESCO – a. Stara gradska jezgra povezana je jednim mostom kopnom dok s drugim mostom je povezana sa otokom Čiovo. Povijesni Tragurion, su osnovali Grci u 4. stoljeću prije Krista, u sklopu svojih pohoda diljem Mediterana. Nasljeđe tog vremena se može prepoznati u grčkom natpisu u samostanu sv. Nikole. Od ostalih grčkih spomenika svakako je najpoznatiji Kairos (bog sretnog trenutka) i reljef grčkog junaka Ahileja, koje možete vidjeti u zbirci časnih sestara benediktinki, te helenistički reljef ”Žena sa stupom” koji se nalazi u Muzeju grada Trogira. Grad je bio poznat po mramoru, plodnom polju s mediteranskim kulturama i kao pogodna luka. Rimljani su ostavili brojne ulomke spomenika, kovanog novca, grobne urne i kamene ostatke koji su živi svjedoci o životu tog doba. Nakon pada Zapadnog rimskog carstva grad dolazi pod vlast Bizanta, a Hrvati su već u 8. stoljeću počeli naseljavati grad kreirajući tijekom daljnjih stoljeća jedinstvenu romansku – hrvatsku simbiozu u povijesti, kulturi i civilizaciji.

U Trogiru je pronađen vrlo važan dokument ”Pacta Conventa” tj. Ugovor hrvatskog i ugarskog plemstva, koji je veoma značajan za kasniju hrvatsku povijest. Trogir se razvija kao prosperitetni mediteranski grad s bogatim kulturno - povijesnim civilizacijskim zasadama. Među prvima na Balkanu dobio je ljekarnu u 13. stoljeću, a već tada je imao ustrojenu komunalnu i sudsku vlast. Početkom 15. stoljeća grad je došao pod vlast Mlečana, koja se zadržala sve do 18. stoljeća. Mlečani su ovo razdoblje obilježili gradnjom novih palača, javnih objekata i utvrda za obranu od Turaka. Čitav grad predstavlja jedan veliki spomenik na kojem svaki detalj ima svoju važnost i vezan uz neki povijesni događaj. Kulturni procvat grad je doživio od 13. do 15. stoljeća. Katedrala sv. Lovre je nastala na mjestu nekadašnje kasnoantičke bazilike i zasigurno je najmonumentalniji spomenik Trogira. Njezin najpoznatiji i najvrjedniji dio je Radovanov portal iz 1240. godine. Uz samu katedralu smjestila se renesansna kapela sv. Ivana iz 15. stoljeća, uz čiju se izgradnju spominju imena majstora Nikole Firentinca, Ivana Duknovića Trogiranina te Andije Alešija uz čije se ime spominje izgradnja krstionice. Na glavnom gradskom trgu nalaze se i ostale važne građevine kao Knežev dvor iz 15. stoljeća,

prepoznatljiv po pročelju u renesansnom stilu. Osim Kneževog dvora, trg je okružen ostacima najstarije trogirske crkve sv. Marije Rotonde, palačom Čipiko, gradskom ložom i crkvom sv. Sebastijana sa veličanstvenim tornjem gradskog sata. Od tvrđava i fortifikacija sačuvane su kula Kamerlengo koja danas služi kao ljetna pozornica te kula sv. Marka te dvojica gradska vrata koja su vezana uz ostatke antičkih zidina. Muzeju grada Trogira koji se nalazi u Palači Garanjin – Fangona gdje se najbolje može upoznati povijest grada. U sklopu muzeja nalazi se poznata povijesna biblioteka s oko 8 000 svezaka. Trogir se često naziva muzej na otvorenome, kojeg karakterizira mnoštvo spomenika na jednom malenom mjestu, tako da cijela gradska jezgra ima funkciju svojevrsnog otvorenog muzeja. Na širem trogirskom polju prostire se trogirska Zagora te izrazito atraktivno izletišta stare mlinice na Pantani, koji se nalaze u zaštićenom rezervatu prirode.

Slika 16. Trogir



4.6. Seget

Godine 1564. trogirski plemić Jakov Rotondo dobio je dozvolu gradnje kule uz utvrđeno selo. Cesta od Travarice pred Trogirom prema Segetu bila je zasjenjena prelijepim stablima, posjećenim pred ratne operacije 1648. godine.

4.7. Marina

Nastaje kao planirano naselje za obranu kolona koji su radili na imanjima trogirskih biskupa (glasovito ulje i suhe smokve). Četverokutnu kulu s konzolno istaknutim kruništem (izvorno s pokretnim mostom) gradio je 1495. biskup Francesco Marcello. Ime je dobilo po crkvi sv. Marine na ulazu u mjesto. Posjetiocima su još u 19. stoljeću otkrili ljepote našega kraja, kada je zabilježen posjet carske obitelji iz Beča, tj. cara Franje Josipa I. koji je posjetio špilju sv. Filipa i Jakova. Turizam je, uz maslinarstvo jedina gospodarska djelatnost koja je opstala i postala konstanta bez koje ne možemo i za koju svi živimo. Danas je Općina Marina poznata kao maslinarska općina, a i turistička destinacija koja pruža idealne uvjete za odmor obiteljima s djecom. Općina Marina je destinacija koja nautičarima nudi vrhunsku uslugu, posjetiocima pruža smještaj u privatnim apartmanima, pansionima i sobama okruženim maslinama i borovima, a vlada domaća atmosfera gdje će svaki gost pronaći ne samo domaćina, već i prijatelja.

Najveća zanimljivost vezana uz Marinu je marinska bitka, tj. obrana Marine od napada od Turaka 1657. godine. Nakon što su izginili gotovo svi branitelji Marine, 30 naoružanih mladih žena obučenih u muške odore aktivno su sudjelovale u borbi. Poznata su nam neka od imena tih junakinja i njihova djela. Kata Despotova i Matuša Škriljina, borile su se odjevene u mušku odjeću i kad su ih Turci zarobili, ustanovivši začuđeni da su žene, nisu ih ubili, već su ih odveli. Treća hrabra žena, djevojka po imenu Jele Marunova ne želeći se predati, zapalila je nekoliko bačvi baruta u kuli u kojoj su se nalazile sklonjene žene i djeca ubivši pritom i veliki broj Turaka. Turistička zajednica Marina organizirala je uprizorenje povijesne Marinske bitke u kojoj su sudjelovali Marinci i Osmanlije. Ova bitka od velike je povijesne važnosti te je specifična po tome što su glavnu ulogu odigrale hrabre žene marinske. Prikaz bitke nije samo rekonstrukcija borbe, već je događaj edukativno-povijesnog karaktera koju ćemo razvijati kroz storytelling koncept.

Slika 17. Marinska bitka – hrabre žene marinske



4.8. Omiš

Na ušću rijeke Cetine, između Splita i Makarske, smjestio se maleni srednjodalmatinski grad Omiš. Kroz povijest je bio poznat kao ozloglašeno gusarsko naselje, a njegovi gusari bili su među najopasnijim na cijelom Mediteranu, koristili su brodove na vesla - omiške strijele plitkog gaza koji im je omogućavao brzinu manevriranja. Dokazi burne gusarske prošlosti su vidljivi gotovo na svakom koraku.

Iznad ušća rijeke Cetine, na prapovijesnoj gradini nalazi se crkva sv. Jure ispred koje se nalazi natkriveni trijem što je nekoć bila tradicija poljičkih sakralnih građevina. Mosorska sela posebno su ponosna na povijest Poljičke republike, srednjovjekovne državne organizacije koja se sastojala od 12 seoskih općina. Imali su i svoj statut koji je uz Vinodolski zakonik najzanimljiviji hrvatski povijesno-pravni spomenik.

Kako bi se stanovnici obranili od neprijateljskih napada, grad su zaštitili zidinama i utverdama. Grad je tako bio omeđen zidinama sa tri strane, dok je četvrtu stranu čuvala planina. Iznad zidina se nalaze utvrde Fortica i Mirabela. Fortica se nalazi iznad Borka te predstavlja

jedinstveni vidikovac na grad, otoke preko puta i poljica u zaleđu, dok se iznad omiškog Starog grada nalazi utvrda Mirabela (Peovica). Stara gradska jezgra odlikuje se građevinama od 16. do 19. stoljeća, uskim kamenim kalama i neizostavnim mediteranskim ugođajem.

Slika 18. Gusarska bitka – Omiš



4.9. Makarska i primorje

Makarsko primorje, najpitomiji jadranski kraj, od davnine je omeđeno Vruļjom i Baćinom pred ušćem Neretve, te bilom Bi - okova impozantnim poput Alpa. Najviši vrh stoji vidljivih 1762 m nad morem. Ime je dobio po kapelici sv. Jure koja je 1964. radi gradnje televizijskog repetitora premještena nešto niže, privlačeći i sada hodočasnike i namjernike posljednje subote u srpnju svake godine. Cesta do vrha u cijelosti je asfaltirana, ali je vožnja do - puštena samo od zore do sumraka. Od 1981. širi prirodni okvir same planine (19.550 ha) proglašen je zaštićenim parkom prirode o kojemu skrbi posebna javna ustanova. Time će se zasigurno u neposrednoj budućnosti steći uvjeti da se cijeli taj prostor tretira i kao nacionalni park, zacijelo i uz proširenje zone zaštite. Godine 1984. na 16,5 ha područja iznad sela Kotišine oblikovan je Biokovski botanički vrt. Utemeljio ga je franjevac i znanstvenik Jure Radić (1920-1990) radi uzgoja i zaštite najznačajnijeg biokovskog bilja. On je trasirao i „Poučni ekološki put“ dugačak 33 km, od njegove rodne kuće u Baškoj Vodi do Sv. Jure na Biokovu, odnosno

do ulaznih vrata Instituta „Planina i more“ sjeverno od Franjevačkog samostana u Makarskoj, u kojemu je 1963. utemeljio i glasoviti Malakološki muzej.

Urbanistički je zanimljiv sklop Male obale (Marineta) s prijelaza 18/19. st, te dio obale u kojemu se ističe kasnobarokno pročelje crkve Sv. Filipa iz 1757., s niskim zvonikom (danas zbirka crkve - njih umjetnina). Uz nju je postojao samostan filipinaca koji je utemeljio biskup Blašković. Treba posjetiti i svetište u Vepricu, oblikovano zauzimanjem bivšeg skupa Jurja Carića oko špilje slične onoj kod Lurda. Privlači po njemu i božni narod od Cetine do Neretve, iz Zagore i s otoka. Baška Voda. Ime mjesta dolazi od Basta, karakterističnog podbiokovskog sela, danas većim dijelom napuštenoga. Basta se spominje među selima u „Primorju“, koje Hrvojevoj sinovci vojvoda Juraj Hrvatinić-Vojšalić 1424. vraćaju kao djedovinu krajinsko-humskoj vlasteoskoj obitelji Jurjevića, koji su duhovnu pastvu povjerali fra - njevcima. Još do nedavna grandioznim platoom pod Biokovom „gospodarile“ su ovce i koze (bilo ih je do 5-6.000) omogućavajući proizvodnju glasovitog sira. Osobito slikovit je zadnji dobro sačuvani sklop karakteristične podbiokovske pučke arhitekture pod bijelim kamenim krovovima u zaseoku Ribarovići, kao i pastirski stanovi u Starom selu, na terasama u stijenama visoko poviše crkvice sv. Roka. U samoj luci je nedavno otkriven antički brodolom, što dodatno potvrđuje pretpostavku da tu treba locirati rimski Biston koji u svojoj Kozmografiji spominje Anonim iz Ravene u 7. st. I kasno - barokna crkvice Sv. Lovre vjerojatno je sagrađena na antičkom lokalitetu.

4.9.1. Brela

Raštrkano mjesto s dobro branjenim ruralnim sklopovima (vjerojatno na poziciji antičke Berulije), nastalo je spuštanjem žitelja podbiokovskih zaselaka uz more. Tu je 1710. poduzetni makarski biskup Nikola Bijanković (koji je u to doba definirao makarski urbanitet) sagradio filipinski hospicij, nažalost srušen. Ostala je samo tradicija Bijankovićeva bora uz mor - skopalo, pod kojim je taj biskup svete uspomene meditirao. Uz župnu crkvu iz 19. st. (na mjestu ranije), među borovima i dubovima, nalazi se srednjovjekovno groblje. Tučepi. Ostaci antičke arhitekture na južnim obroncima brda Sušid i ulomci starokršćanskog kamenog namještaja na mjesnom groblju, gdje ima i više srednjovjekovnih nadgrobni ploče, svjedoče o kontinuitetu naselja. Crkvice sv. Jurja je s kraja 11. st. Podignuta je unutar rastera rimske vile i na ostacima kasnoantičke bazilice, a uz nju je postojao i mali pustinjački cenobij. Lokalna legenda prenosila je da je tu pokopan Petar Candiano, mletački dužd koji je poginuo 18. X. 887.

u bitci s Neretljanima, nakon čega su Mlečani s hrvatskim knezom Branimirom (888.) sklopili ugovor o plaćanju danka za slobodnu plovidbu Jadranom i trgovanje.

4.9.2. Podgora

Mjesto se razvilo u više zaselaka uz more, te uz cestu prema Vrgorcu. Tu su 1700-ih podignute kule protiv Turaka. Blizu su bila obilna vrela pitke vode i ljekovito slano vrelo Klokun. Obitelj Mrkušić sagradila je uz more (danas preinačeni) kasnobarokni ljetnikovac s osmerostranom klasicističkom kapelom Srca Isusova (1802). Klasicistička župna crkva Svih Svetih (18. st.) u sredini Gornje Podgore jedna je od reprezentativnijih građevina Makarskog primorja podignutih nakon odlaska Turaka. Crkva Sv. Tekle, na ranosrednjovjekovnom lokalitetu Sutikla, građena na mjestu crkve dvaput srušene u potresu, nedavno je iz temelja obnovljena. Uz srednjovjekovne ploče na groblju je spomenik u bronci, rad Ivana Rendića, podignut Mihovilu Pavlinoviću (1830-1887) hrvatskom preporodnom političaru koji je radio na sjedinjenju Dalmacije s ostalom Hrvatskom, zaslužnom što je Makarska bila prvom općinom koja je stekla prvu hrvatsku autonomnu upravu (1865.) u Dalmaciji. Iznad luke je monumentalni spomenik galebova krila (1962.) podignut u spomen osnivanja prve partizanske flote 1942. upravo u Podgori.

4.9.3. Drvenik

Mjesto s ruševinama barokne kule na glavici sjeverno od mjesta. U zidovima i temeljima gotičke (barokizirane) crkve Sv. Jurja nalazi se nekoliko srednjovjekovnih nadgrobnih ploča. U Donjoj Vali su jedan uz drugog dva ladanjska sklopa obitelji Ivičević, iz 18. st. Antičku Aroniju koju spominju Tabula Peutingeriana i Anonim iz Ravene u novije se vrijeme traži u području Zadvarja – Brela, odakle bi se nadziralo važno čvorište oko prijevoja na Dupcima i kod velikog koljena Cetine. Zadvarje (Dvare, Duare) bijaše srednjovjekovni grad i važna tvrđava, poprište krvavih borbi s Turcima u Kandijskom ratu u 17. st.

4.9.4. Baška Voda

Baška Voda se smjestila na zapadnom dijelu Makarskog primorja, a u podnožju masiva planine Biokovo. Naselje težaka i ribara, trgovaca i pomoraca, Baška Voda je izrasla u suvremeno turističko mjesto sa svim sadržajima i obilježjima malog mediteranskog gradića. U Baškoj Vodi nalaze se brojni hoteli, privatni pansioni, kampovi i apartmanska naselja. Glavna djelatnost lokalnog stanovništva je turizam. Za vrijeme turističke sezone u Općini Baška Voda

boravi najveći broj turista od svih turističkih mjesta Makarske rivijere. Arheološki nalazi svjedoče o životu na prostoru današnje Baške Vode oko četiri tisuće godina prije Krista, a glavni motiv za naseljavanje ovoga prostora bio je izvor pitke vode. U brončano doba, vremenu stočarskih seoba na Mediteran, dolazi do sukoba različitih plemena oko izvora vode i pašnjaka, pa se na uzvisini Gradina u središtu današnjega mjesta, radi obrane izvora vode, formira utvrđeno naselje čiji su bedemi bili napravljeni u suhozidu.⁴⁶

4.9.5. Tučepi

Područje je bilo naseljeno u ilirsko doba, kao i u ranom srednjem vijeku o čemu svjedoči starokršćanska crkva iz V. ili VI. Stoljeća. Selo se inače prvi puta spominje u Kreševskoj povelji. Današnji Tučepi jače su se razvili šezdesetih godina, kada je počela gradnja kuća u zaseoku Kraj na obali. Od tada su se Tučepi postupno razvijali i izrasli u poznato turističko odredište. U Tučepima se nalazi marina za ribarske i turističke brodove i jahte. Poznati su po najdužoj plaži na Makarskoj rivijeri.

4.10. Srednjodalmatinski otoci

4.10.1. Otok Šolta

Otok Šolta na najbolji mogući način dočarava kakav je Mediteran nekada bio. Zbog netaknute prirode, kulturno povijesne baštine i gostoljubivim domaćinima ovaj otok postao je meta sve većeg broja turista. Može se pohvaliti kristalno bistrim morskim dubinama prirodnim šljunčanim plažama, malim romantičnim mjestima uz more, maslinicima i rascvjetanim stablima badema su razlozi zbog kojeg bi trebali posjetiti ovaj otok. Zbog svega navedenog ne čudi što je otok uvršten među najljepše manje poznate europske otoke. U 4. stoljeću prije Krista Grci su naseljavali otok, a zvali su ga Olyntia ili "otok smokava", dok su ga Rimljani preimenovali u Solenta što znači "otok Sunca". Prvo otočko naselje bila su Grohote koje su i danas administrativno središte.

⁴⁶ <https://baskavoda.hr/povijest/prapovijest>

U mjestu se nalazi crkva sv. Stjepana, koja slovi među najljepšima na otoku. Tipična dalmatinska arhitektura do danas je odlično sačuvana. Od ostalih mjesta na otoku ističu se Rogač, Nečujam, Stomorska i Maslinica.

Između Šolte i otoka Brača nalazi se mali otočić Mrduja, koji je oduvijek imao strateški položaj. Za ovaj otočić vezana je šaljiva legenda o svađi Bračana i Šoltana koji se nikako nisu uspijevali dogovoriti čiji je otok te su to odlučili riješiti povlačenjem konopa. Po uzoru na tu legendu, svake se godine održava natjecanje između Šoltana i Bračana. Manifestacija je postala tradicionalna manifestacija i sve popularnija i zanimljivija među posjetiteljima.

Slika 19. Potezanje Mrduje



4.10.2. Otok Brač

Jedan od najvećih dalmatinskih otoka, može se pohvaliti razvijenim turističkim mjestima, kulturno povijesnim spomenicima i zanimljivom prirodnom baštinom. Ime je dobio po jelenu, životinji koja je nekoć naseljavala ovaj otok. Život se od prapovijesti počeo graditi na stočarstvu, maslinarstvu, vinogradarstvu i ribarstvu. Rimljani nisu osnovali veće naselje na otoku, ali dokazi njihove prisutnosti su vidljivi na cijelom otoku (villae rusticae, cisterne, sarkofazi). Unatoč razvijenoj poljoprivredi i ribarstvu, najveći značaj za otok je imalo kamenarstvo. Daleko je poznata činjenica se Bijela kuća u Washingtonu sagradila od bračkog kamena. Gospodarski procvat otok doživljava tijekom druge polovice 19.st., no otok ima i teških razdoblja pogotovo nakon gospodarske krize 1900. kada je veliki dio otočkog stanovništva napustio otok i otišao u prekooceanske zemlje. Razvijena kultura stanovanja na Braču je vidljiva na palačama bračkog plemstva, te na skromnoj arhitekturi bračkih pomoraca,

težaka i ribara. Od 16. stoljeća počela su se oblikovati naselja na obalama otoka, a koja ukazuju na razvijeni stupanj urbanističke i kulturne svijesti mještana. Brački kamenolomi su privukli slavne renesansne graditelje i kipare koji su djelovali u Dalmaciji. Od prirodnih ljepota treba spomenuti i Vidovu goru te pustinju Blaca, te Zmajevu i Dragonjinu spilju. Prekrasna mediteranska mjesta pružaju nezaboravan ugođaj i preduvjete za idealan odmor. Prvo mjesto s kojima se većina posjetitelja susretne je ujedno i trajektna luka Supetar koji obiluje povijesnim nasljeđem. Njegova povijest seže u vremena rimskih careva što potvrđuju ostaci nađeni uz gradsku plažu. Osim plaža i restorana, Supetar posjeduje i bogatu kulturnu baštinu. Jedno od najautentičnijih mjesta na otoku u kojem doslovno možete osjetiti povijest otoka je Škrip, mjesto koje je muzej graditeljske tradicije. Na otoku se nalaze brojna mjesta dobro očuvane povijesne arhitekture: od Sutivana do Poblja, od Sumartina i Selaca preko Gornjeg Humca, Nerežišća do Bobovišća, Ložišća do Milne i Bols, Škripa, Splitske, Postira i Dola.

Možda najpopularnije odredište na otoku je poznata turistička destinacija Bol. Mjesto obiluje privlačnim plažama, a tu se nalazi i jedna od najljepših prirodnih atrakcija, plaža Zlatni rat.

4.10.3. Otok Hvar

Jedan od najljepših svjetskih otoka i jedna od najpoželjnijih turističkih destinacija, otok Hvar smjestio se na središnjem dijelu hrvatske obale Jadrana. Ugodna klima i bujne vegetacija uvjetovale su naseljavanje i razvoj otoka više od 5000 godina. Ovaj otok može se pohvaliti i činjenicom da ima najviše sunčanih sati godišnje, čak njih 2 764. Otok je poznat po proizvodnji vina, prošeka, maslinovog ulja i meda, a neka su nadaleko poznata po proizvodnji lavandinog ulja.

Najpoznatiji otočni grad, ujedno i destinacija brojnih svjetskih „celebritija“ je grad Hvar, nastao krajem 13. st. . Smjestio se na južnoj strani otoka i okrenut prema prekrasnoj otočnoj skupini, Paklenim otocima. Unutar zaštićene gradske jezgre, u sklopu uskih kamenih ulica i tradicionalnih kamenih kuća, smjestile su se brojne kulturne zanimljivosti. Obiluje prekrasnim palačama i ljetnikovcima, gdje se posebno ističe palača Hektorović, palača Paladinić te ljetnikovac Hanibala Lucića. Knežev dvor je nastao u 14. stoljeću i sastojao se od nekoliko objekata: stare kancelarije, kneževog stana, gradske vijećnice, sudnice i kule sa satom. Hvarski Arsenal, nastao je sredinom 16. stoljeća, na mjestu postojećeg arsenala iz 14. stoljeća i jedan je od najočuvanijih na Mediteranu. Monumentalna kamena zgrada s velikim lukom je sagrađena na samoj obali, a služila je kao brodogradilište i spremište za brodove. Na prvom katu Arsenala

otvoreno je prvo javno kazalište u Europi. Današnji izgled, kazalište je dobilo u 19. stoljeću i time je postalo jedno od deset najstarijih baroknih kazališta u Europi. Katedrala sv. Stjepana je nastala na mjestu stare crkve i nekadašnjeg benediktinskog samostana na sjevernom dijelu prostrane hvarske Pjace, a dovršena je u 18. stoljeću. Uz Katedralu se nalazi biskupski dvor iz 19. stoljeća u kojem se i danas nalazi Biskupski muzej. Nad sjevernim dijelom grada, na brdu visine oko stotinjak metara, izdiže se stoljetna zaštitnica grada, tvrđava Fortica sagrađena početkom 16. stoljeća. Za vrijeme mletačke vladavine, predstavljala je središnju obrambenu utvrdu grada. Bajkoviti položaj čine ju jednom od najljepših utvrda na Jadranu, jedan je od simbola značajne i burne povijesti grada.

Pogodna klima, čist morski zrak i blage zime pogodovala su razvoju lječilišnog turizma, stoga se grad Hvar može se pohvaliti dugom turističkom tradicijom. 1868. godine osnovano je Higijeničarsko društvo, jedno od prvih takvih društava u Europi čiji je zadatak bilo promicanje turizma. U tu svrhu su se počeli graditi smještajni kapaciteti, a prvi među njima bio je nekadašnji hotel Elizabet iz 1903. godine, koji se nalazi uz gradsku vijećnicu. Najstarije naselje na otoku je Stari Grad, koje postoji još od 384. godine prije Krista kada su kolonisti s grčkog otoka Parosa utemeljili polis Faros koji je obuhvaćao i naselje Chora Pharou. Brojni spomenici koji svjedoče burnoj prošlosti grada, mogu se vidjeti u muzejima ali i u samoj šetnji gradom. Dolaskom Slavena – Hrvata, grad dobiva ime koje nosi, Stari grad. Za vrijeme renesanse grad je bio ladanjsko naselje hvarskih plemića, a Petar Hektorović je ostavio trajni značajni pečat u gradu. Barokna stoljeća su zaslužna za oblikovanje većine crkava i gradskih kuća, a 20. stoljeće je značajno po razvoju turizma. Šetnja Starim gradom predstavlja jedinstveni susret sa prošlošću. Najznačajniji javni gradski prostor je Trg. Sv. Stjepana kojim dominira barokna crkva sv. Stjepana iz 17. stoljeća, nastala na mjestu nekadašnje hvarske katedrale. Zvonik crkve potječe iz 18. stoljeća, a njegovi temelji su sagrađeni od kamenih blokova uzetih iz antičkih gradskih zidina. Ranokršćanska crkva sv. Ivana je doživjela brojne promjene tijekom stoljeća, a u blizini crkve se nalaze ostaci gradskih zidina Farosa te kuće i ulice antičkog grada. Ujedo, tu su nekoć bila vrata koja su vodila u veliko plodno polje, antički Ager. Od ostalih sakralnih objekata ističu se crkva sv. Lucije, crkva sv. Nikole te crkva sv. Roka koji je ujedno zaštitnik grada. Nasuprot crkve sv. Roka nalazi se ulaz u Tvrđalj Petra Hektorovića, koja je najpoznatija građevina Staroga grada. Izgrađena je u 16. stoljeću, kako bi se stanovnici ali i sam Petar Hektorović zaštitili od turskih napada. Tvrđalj je ujedno i kamena knjiga u koju je Hektorović uklesao preko dvadeset kamenih natpisa na latinskom, talijanskom i na hrvatskom jeziku.

Na sjevernoj strani otoka nalazi se Jelsa, jedino mjesto na otoku s vlastitim izvorom pitke vode i bujnom vegetacijom. Naselje karakterizira gradnja 19. stoljeća, no ovdje postoje tragovi života još od prapovijesti. Najznačajniji spomenik Jelse je barokna crkva sv. Ivana iz 15. stoljeća. Nadomak Jelse nalazi se Grapčeva špilja, koja svjedoči o naseljenosti otoka starijoj od 6 000 godina. U špilji je živio čovjek iz doba neolitika, dok je na keramičkoj posudi pronađen najstariji prikaz broda u Europi.

4.10.4. Otok Vis

Najudaljeniji i najzapadniji nastanjeni otok na Jadranu je otok Vis. Viški arhipelag obuhvaća veliki morski prostor površine cca 6.000 km². Ribarstvo je od prapovijesti do danas ostala najvažnija djelatnost, a grad Komiža središte riblje industrije i tradicionalnog ribarstva. Otok je služio u vojne svrhe zbog čega je pristup Visu godinama je bio zabranjen za turiste. Otok je bio naseljen još u starim vremenima, a u 4. stoljeću prije Krista ovdje je osnovano naselje Issa koja je bila trgovački centar Jadrana.

Dolaskom Hrvata, ime Issa se mijenja u ime Vis. Vis je nekada bio omiljeno ladanjsko boravište hvarskih plemića koji su izgradili brojne renesansne i barokne ljetnikovce. Tijekom 2. Svjetskog rata, otok je bio sjedište zračne sile i mornarice Ujedinjenih snaga, a ovdje su se odvijale i bitke Talijana i Nijemaca. U obalnim gradovima i u selima u unutrašnjosti otoka Otok skriva mnoštvo znamenitosti. Grad Vis je izgrađen na uobičajenoj gradskoj matrici, a najvažniji spomenici tog vremena su terme, nekropola, kazalište i ruševine stare luke. Kako je otok u prošlosti bio od strateške važnosti, na otoku se nalaze i ruševine venecijanskih, engleskih i austro – ugarskih utvrda. Svakako najpoznatiji spomenici su iz 2. Svjetskog rata među kojima se ističu Titova špilja i mnogi podzemni tuneli.

Cijeli otok se može pohvaliti prekrasnim šljunčanim plažama i skrivenim uvalama te netaknutom prirodom. Posebno je poznata uvala Stiniva, koju s morske strane zatvaraju dvije kamene litice. U viškom arhipelagu smjestila se i svjetski poznata Modra špilja, u koju se može ući samo brodom ili plivajući.

4.11. Dalmatinska Zagora

U zemljopisnom smislu Zagora se smjestila između planinskih lancaca Mosora i Biokova te najvećim planiskim lancom Dinarom koji u kulturološkom smislu predstavlja zid između mediteranskog i kontinentalnog svijeta. Zbog brojnih kulturnih, turističkih i gospodarskih

sadržaja počinje privlačiti brojne turiste svojim vinskim i biciklističkim stazama, a i brojnim eko-selima i novosagrađenim vilama za odmor .

U Dalmatinskoj zagori smjestilo se grad Sinj, ujedno i poznato marjansko središte. Grad je poznat i po Sinjskoj alci, viteškoj igri koja se održava od 18.st. u znak pobjede nad turskim osvajačima. Grad Sinj poznat je i po proslavi Velike Gospe. To je dan kada se u Sinj slijeva na tisuće hodočasnika iz cijele Hrvatske. Građena je krajem 17.st., a u natoč brojnim ratovima i potresima uspjela je sačuvati svoj izvorni izgled. Središnje mjesto u crkvi zauzima slika Čudotvorne Gospe Sinjske, djelo nepoznatog autora iz 15. i 16. stoljeća koja je prema legendi, zauvijek oslobodila Sinj od turske vlasti . Sinj krasi i brojne druge znamenitosti kao skulptura alkara konjanika na konju koja je ujedno i simbol Sinja. Od podnožja Starog grada do crkve smješteno je 14 postaja Križnog puta, a svaka od njih je djelo nekog od najpoznatijih hrvatskih umjetnika. Jedna od novijih atrakcija je muzej Sinjske alke. Posebnu atrakciju muzeja čini prikaz alkarske povorke načinjen u prirodnoj veličini. Prikazana je i rekonstrukcija bitke pod Sinjem iz 1715. gdje će posjetitelji u multimedijalnom okruženju moći uživati u prizorima bitke. Osim Sinja u Zagori su se smjestili i gradovi Trilj, Vrgorac te Imotski sa svojim krškim fenomenima, Modrim i Crvenim jezerom.

4.12. Nematerijalna kulturna baština

Hrvatska se može pohvaliti i sa trinaest dobara uvrštenih na UNESCO-vu listu nematerijalne kulturne baštine, a njih pet dolaze sa područja Splitsko-dalmatinske županije:

- čipka od agave u sklopu čipkarstva u Hrvatskoj
- hvarska procesija 'Za Križen'
- Sinjska alka
- vrličko nijemo kolo
- klapsko pjevanje.

Čipku od agave u Hrvatskoj izrađuju jedino redovnice benediktinskog samostana u Hvaru, a ta je vještina, porijeklom s Kanarskih otoka (Tenerife), u Hvaru prisutna od sredine 19. stoljeća. Okrugle ukrasne čipke se izrađuje od niti agave od kojih je svaka različita i ovisi o spretnosti ruku pojedine čipkarice. Niti se posebnim, mukotrpnim postupkom dobivaju iz sredine svježih listova agave, a nakon obrade niti su bijele, prilično tanke, određene čvrstoće i dužine.

Procesija 'Za Križen' jedinstveni je obred pobožnosti i izraz vjerskog i kulturnog identiteta stanovnika središnjeg dijela otoka Hvara. Procesija se neprekidno odvija pet stoljeća i povezuje šest otočkih mjesta (Jelsa, Pitve, Vrisnik, Svirče, Vrbanj i Vrboska). U noći s Velikog četvrtka na Veliki petak iz šest župnih crkava započinu ophodi na čelu s križonošom koji nosi križ težak do 18 kilograma. Specifičnost same procesije je u tome da šest zasebnih procesija kreće istovremeno i jako je bitno da se ne sretnu jer se to smatra velikom nesrećom.. Procesija traje osam sati tijekom kojih se prijeđe 25 kilometara.

Sinjska alka viteški je turnir koji se u Sinju održava od 1717. godine prve nedjelje u kolovozu, u spomen na pobjedu nad turskim osvajačima 14. kolovoza 1715. godine. U viteškom nadmetanju može sudjelovati najmanje 11 i najviše 17 alkara. Pravila turnira promiču poštenu igru i naglašavaju značaj sudjelovanja u životu zajednice. Sudionici Alke moraju se roditi na području Sinja i Cetinske krajine. Sinjska alka je jedini preživjeli primjer srednjovjekovnih viteških natjecanja koja su se redovito održavala u hrvatskim obalnim gradovima sve do 19. stoljeća.

Slika 19. Viteška igra Sinjska alka



Vrličko nijemo izvođenja jedinstveno je po načinu izvođenja. Izvodi se bez glazbene pratnje ili neovisno o njoj kada postoji (svira se u tradicijski instrument diple, mijeh tipa gajdi, ili specifičan način pjevanja u malim skupinama 'potresanjem' glasa – rera, ganga, ojkavica). Jedino se na području Dalmatinske zagore izvodi u kolu koje se povremeno razbija u parove ili se tijekom cijeloga plesa izvodi u parovima koji se kreću po krugu ili slobodno po plesnom prostoru.

Klapsko pjevanje je tradicijsko višeglasno pjevanje bez pratnje instrumenata. Tradicija klapa i klapske pjesme kakvu poznajemo i danas formirala se sredinom 19. stoljeća, kada su se profilirali kulturni i glazbeni identiteti mediteranskih gradića na našoj obali i otocima, naročito u Dalmaciji. Danas riječ klapa najčešće asocira na organizirane pjevačke skupine sa specifičnim 'a capella' načinom pjevanja. Pučka klapa je neformalna skupina pjevača koji povremeno pjevaju zadovoljavajući na taj način svoju ljubav prema pjevanju. Posljednjih desetljeća klapsko pjevanje doživjelo velike promjene i steklo veliku popularnost i izvan svoje kolijevke Dalmacije

Slika 20. Klapsko pjevanje



5. ZAKLJUČAK

Pojam kulturnog turizma sjedinjuje u sebi pojmove kulture i turizma koji su blisko vezani i vrlo dobro se upotpunjuju. Kulturni turizam ne znači samo upoznavanje kulturno-povijesne baštine nekog kraja, već i upoznavanje suvremenog načina života ljudi tog područja. Stoga možemo reći da je interakcija kulture i nautičkog turizma izuzetno bitna stavka u razvoju turizma ne samo Splitsko- dalmatinske županije nego i šire.

Kultura je važna odrednica svake destinacije, stoga je izuzetno bitno razviti kulturni turizam kroz koji se ta kultura najbolje očituje i dolazi do izražaja. U Splitsko-dalmatinskoj županiji u posljednjih nekoliko godina uloženi su brojni napor u poboljšanje ponude. Organizirane su brojne kulturne manifestacije, uloženi napor u poboljšanje promidžbe, a naposljetku i svjetski poznat festival elektronske glazbe "Ultra Music Festival" te brojni filmovi hollywoodske produkcije koji su se snimali na ovom području doprinijeli su razvoju raznih oblika turizma među kojima i nautičkog.

Što se tiče samog utjecaja kulturne ponude na razvoj nautičkog turizma mogu reći samo da su kulturne znamenitosti svakako jedan od motiva dolaska brojnih turista, no da bi zadržali razinu snage našeg brenda svakako i dalje treba ulagati u poboljšanje prateće nautičke suprastrukture bez koje nije moguće znatnije konkurirati na svjetskom tržištu.

Kod nautičkog turizma ključ je u razvoju odgovarajuće infrastrukture koja će omogućiti održivi razvoj ove vrste turizma zbog čega pri planiranju bi trebalo uvažiti prava i potrebe domaćeg stanovništva, životnog stila i kulture i njihovo pravo da utječu na sudbinu lokalnih resursa iz razloga što pored brojnih pozitivnih utjecaja nautičkog turizma, javljaju se i neki negativni utjecaji.

Atraktivnost sadržaja na kopnu i kulturna ponuda je bitni čimbenik turističke pa tako i nautičke ponude. Velika koncentracija kulturne baštine i zabavnog života u Splitsko-dalmatinskoj županiji pogotovo na splitsko-trogirskom području, pa na Hvaru s Paklinskim te Bolu na Braču koji se nalazi pod pritiskom izletničkih brodova na Zlatni rat županija je izrazito atraktivna za domaći i međunarodni kruzing. Integracijom kulturnog i nautičkog turizma stvara se poseban i potpuniji doživljaj nautičarima tijekom plovidbe. Nautički turizam može polučiti maksimalne učinke samo kreiranjem integriranog proizvoda koji bi uključivao različite oblike turizma koji će konkurirati na nautičkom tržištu te pružiti nautičarima dodatnu vrijednost. Bez

obzira na sve ovo područje ima još potencijala za povećanje konkurentnosti na tržištu nautičkih usluga.

LITERATURA

Knjige i publikacije

1. Antunac, I. (1985): Turizam i ekonomska teorija, Institut za istraživanje turizma Zagreb, Zagreb
2. Antunac, I. (1991): Selektivne vrste turizma, Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis, br.4.
3. Butler, R. W. (1980): The concept of a tourist area cycle of evolution; Implications for the menagement of resources, Canadian Geographer
4. Cooper, C. et. alt. (2005): Tourism: Principles and practice
5. Čavlek N. i dr. (2011): Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb
6. Dulčić A.; Petrić L. (2001): Upravljanje razvojem turizma, MATE d.o.o., Zagreb
7. Dulčić, A. (2002): Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma, Ekokon d.o.o Split, Split
8. Geić,S. (2002): Turizam i kulturno - civilizacijsko nasljeđe, Veleučilište u Splitu, Split
9. Geić, S. (2007): Organizacija i politika turizma, Sveučilište u Splitu, Split
10. Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split
11. Gračan, D., Alkier Radnić, R., & Vizjak, A. (2006). Razvoj nautičkog turizma na mediteranu. Pomorski zbornik, 44(1), 123-137.
12. Hitrec,T. (1995): Turistička destinacija, pojam, razvitak, koncept, Turizam
13. Hitrec, T. (2006):Hrvatski turizam, plavo, bijelo, zeleno, Institut za Turizam, Zagreb
14. Horak, S., Marušić, Z. & Sever, I. (2014). Akcijski plan razvoja nautičkog turizma - Jahting. Institut za turizam, Zagreb.
15. Horak, S., Marušić, Z. & Sever, I. (2015). Akcijski plan razvoja nautičkog turizma. Institut za turizam, Zagreb.

16. Hrvatski hidrografski institut (2015). Akcijski plan razvitka nautičkog turizma Splitsko-dalmatinske županije. HHI.
17. Institut za turizam (2006): Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno, Copygraf, Zagreb
18. Jadrešić, V. (1991): Selektivni turizam pouzdano sredstvo za revitalizaciju prostorno-ekološke i kulturne baštine Hrvatske, Turizam: znanstveno-stručni časopis, 39
19. Jelinčić, D. A. (2008): Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia Zagreb, Zagreb
20. Jelinčić, D. A. (2009): Kulturni i arheološki turizam, Institut za međunarodne odnose, Arheološki muzej u Zagrebu, Zagreb
21. Jelinčić, D. A.; Gulišija, D.; Bekić, J. (2010): Kultura, turizam, interkulturalizam, Meandarmedia, Zagreb
22. Konečnik, M. (2005): Customer – Based Brand Equity for Tourism Destination: Conceptual Model and its Empirical Verification, doctoral dissertation, Faculty of Economics Ljubljana
23. Kušen, E. (2006): Hrvatski turizam, plavo, bijelo, zeleno, Institut za Turizam, Zagreb
24. Luković, T. (2007). Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje. Ekonomski pregled, 58(11), 689-708.
25. Luković, T., & Gržetić, Z. (2007). Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana. Hrvatski hidrografski institut, Split.
26. Marković, S. I Z. (1987): Osnove turizma, Školska knjiga, Zagreb
27. Mikačić, V., Horak, S., et.al. (2006): Hrvatski turizam, plavo, bijelo, zeleno, Institut za Turizam, Zagreb
28. Pančić-Kombol, T. (2000): Selektivni turizam, TMCP Sagena, Matulji
30. Petrić, L. (2006): Osnove turizma, Ekonomski fakultet Split, Split
31. Petrić, L. (2006) Destinacijski menadžment, Sveučilište u Splitu, Split
32. Petrić, L., Šimundić, B., Pivčević, S. (2011): Ekonomika turizma, Skripta/čitanka tekstova, Ekonomski fakultet Split
33. Petrić, L. (2011): Upravljanje turističkom destinacijom, Ekonomski fakultet Split, Split
34. Pirjevec, B., Kesar, O. (2002): Počela turizma, Mikrorad d.o.o., Zagreb

35. Pivčević, S. (2014): Upravljanje manifestacijama, Ekonomski fakultet, Split
36. Rozga, A. (2009): Statistika za ekonomiste, Ekonomski fakultet u Splitu, Split
37. Rudan, E. (2012): Razvojne perspektive kreativnog turizma Hrvatske, Sveučilište u Rijeci, Ekonomska misao i praksa
38. Tomljenović, R. (2006): Hrvatski turizam, plavo, bijelo, zeleno, Institut za Turizam, Zagreb
39. Tomljenović, R., Kunst, I., Hendija, Z., Boranić, S. (2009): Plan razvoja kulturnog turizma Splitsko-dalmatinske županije, Institut za turizam, Zagreb
40. Tomljenović, R., Kunst, I., Hendija, Z., Boranić, S. (2009): Plan razvoja Splitsko-dalmatinske županije: polazište za razvoj – analiza stanja, Institut za turizam, Zagreb
41. Vukonić, B. (1990): Turizam i religija : rasprava o njihovom suodnosu, Školska knjiga, Zagreb
42. Vukonić, B., Čavlek, N. (2001): Rječnik turizma, Masmedia, Zagreb
43. Vukonić, B. (2005): Povijest hrvatskog turizma, Prometej, Zagreb

Internet izvori:

1. Bagarić L., Jelić A., Meštrović M. : Filmska industrija kao promotor turističke destinacije za mlađu populaciju Zbornik Veleučilišta u Rijeci, Vol. 6 (2018)
2. Culturenet.hr, Web centar hrvatske kulture, [Internet], raspoloživo na: <http://www.culturenet.hr/default.aspx?id=23209&>
3. Favro S., Saganić I. (2007): Prirodna obilježja hrvatskog litoralnog prostora kao komparativna prednost za razvoj Nautičkog turizma
4. Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije
5. Geić, S., Kulturno nasljeđe i međunarodna putovanja, [Internet] , raspoloživo na: file:///C:/Users/korisnik/Downloads/Kulturno_nasljedje_i_medjunarodna_putovanja%20(2).pdf
6. Hrvatska znanstvena bibliografija home page, [Internet], Jelinčić, Daniela Angelina. Kulturni i arheološki turizam // Arheologija i turizam u Hrvatskoj / Archaeology and

Tourism in Croatia / Mihelić, Sanjin (ur.). Zagreb : Arheološki muzej u Zagrebu, 2009.
Str. 16-32

7. Institut za turizam (2009): Plan razvoja kulturnog turizma
8. Jugović A., Zubak A., Kovačić M. (2013): Nautički turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji razvoja destinacije;
9. Luković, T. (2007): Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje.
10. Razović, M. (2009). Obilježja ponude kulturnog turizma dalmatinskih županija. Acta turistica nova, 3 (1), 137-162. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/43447>
11. <http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/nauti%C4%8Dki-turizam-strategija.pdf>
12. https://www.aci-marinas.com/aci_marina/aci-milna/
13. https://www.aci-marinas.com/aci_marina/aci-palmizana/
14. https://www.aci-marinas.com/aci_marina/aci-split/
15. https://www.aci-marinas.com/aci_marina/aci-trogir/
16. https://www.aci-marinas.com/aci_marina/aci-vrboska/
17. <http://www.marina-agana.hr/>
18. <https://www.marinabaotic.com/hr/248.html>
19. <http://www.marina-kastela.hr/marina/>
20. <http://www.marinalav.hr/o-nama/>
21. <http://www.zlatanotok.hr/hr/marina-restoran-smjestaj.php>
22. <https://www.visitadriatic.eu/>