



SVEUČILIŠTE
U DUBROVNIKU
UNIVERSITY
OF DUBROVNIK



FORMIRANJE INTEGRIRANE TURISTIČKE DESTINACIJE (Dubrovačko primorje, otok Mljet, Grad Korčula i Smokvica)

“Ruralna poučna, kulturno-etnografska turistička atrakcija”

Odjel za ekonomiju i poslovnu ekonomiju



**SVEUČILIŠTE
U DUBROVNIKU**
UNIVERSITY
OF DUBROVNIK

IZDAVAČ

Sveučilište u Dubrovniku
Branitelja Dubrovnika 29, 20000 Dubrovnik
<http://www.unidu.hr>

ZA IZDAVAČA

prof. dr. sc. Nikša Burum

RECENZENTI

prof. dr. sc. Ivona Vrdoljak Raguž
doc. dr. sc. Iva Gregurec
doc. dr. sc. Danijela Madžar

LEKTOR

dr. sc. Antun Česko

GRAFIČKA I TEHNIČKA OBRADA

Katarina Banović, mag. oec.

DIZAJN NASLOVNICE

Katarina Banović, mag. oec.

TISKARA

Tiskara Zelina d.d.

NAKLADA: 50 primjeraka

Odlukom Senata Sveučilišta u Dubrovniku od 29. rujna 2021. ova je knjiga prihvaćena za tisak.

ISBN 978-953-7153-57-1

CIP zapis dostupan u računalnom Skupnom katalogu hrvatskih knjižnica pod brojem 581162023.



SVEUČILIŠTE
U DUBROVNIKU
ODJEL ZA
EKONOMIJU
I POSLOVNU
EKONOMIJU

FORMIRANJE INTEGRIRANE TURISTIČKE DESTINACIJE (Dubrovačko primorje, otok Mljet, Grad Korčula i Smokvica)

“Ruralna poučna, kulturno-etnografska
turistička atrakcija”

Izv. prof. dr. sc. Ivana Pavlić, izv. prof. dr. sc. Katija Vojvodić, doc. dr. sc. Ana Portolan, izv. prof. dr. sc. Marija Benić Penava, izv. prof. dr. sc. Marija Dragičević Ćurković, izv. prof. dr. sc. Iris Lončar, izv. prof. dr. sc. Marija Martinović, izv. prof. dr. sc. Matea Matić Šošić, izv. prof. dr. sc. Nebojša Stojčić, doc. dr. sc. Mara Marić, doc. dr. sc. Iris Mihajlović, dr. sc. Barbara Puh, doc. dr. sc. Meri Šuman – Tolić, Ljubica Mišković, mag. oec., Matej Kajinić, univ. bacc. ing. el., Mira Medović, mag. ing. kraj. arh., Mireja Muhoberac, mag. oec.

Dubrovnik, 2021.

Sadržaj

Uvod	XI
I. dio ♦ Ruralna poučna, kulturno-etnografska turistička atrakcija Stvaranje integralne turističke destinacije	1
1. ZAKONODAVNI OKVIR RAZVOJA TURIZMA U DUBROVAČKOM PRIMORJU, NA MLJETU I KORČULI	3
1.1. Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN 68/07, 88/10, 30/14, 89/14, 152/14)	3
1.2. Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08)	7
1.3. Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti (NN, 85/15., 121/16.)	9
1.4. Zakon o turističkome i ostalom građevinskom zemljištu neprocijenjenome u postupku pretvorbe i privatizacije (NN, 92/10.)	13
1.5. Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara (NN, 69/99., 151/03., 157/03., 100/04., 87/09., 88/10., 61/11., 25/12., 136/12., 157/13., 152/14. , 98/15.)	14
1.6. Zakon o zaštiti okoliša (NN 80/13., 153/13., 78/15.)	17
2. PREGLED STRATEŠKIH DOKUMENATA	19
2.1. Strategija razvoja kulturnog turizma „Od turizma i kulture do kulturnog turizma“	19
2.2. TOMAS Kulturni turizam (2008.) i TOMAS Ljeto 2014.	21
2.3. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.	23
2.4. Akcijski plan razvoja kulturnog turizma	24
2.5. Strateški marketinški plan hrvatskog turizma 2014. – 2020.	27
2.6. Strateški plan Ministarstva turizma za razdoblje 2016. – 2018. i Strateški plan Ministarstva turizma za razdoblje 2017. – 2019.	30
2.7. Strategija razvoja turizma i odredbe o kruzing – turizmu na području grada Dubrovnika (2016.)	31
2.8. Strategija razvoja turizma Dubrovačko–neretvanske županije (2012. – 2022.)	32
3. STARI PLANOVI I STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA: DUBROVAČKO PRIMORJE, OTOK MLJET I OTOK KORČULA	35
3.1. Dubrovačko primorje	35
3.1.1. Mogućnosti razvoja Dubrovačkog primorja	36
3.1.2. Potrebna ulaganja u infrastrukturu i smjernice razvoja	38

3.1.3. Strategija razvoja turizma općine Dubrovačko primorje 2012. – 2022.	40
3.2. Otok Mljet	41
3.2.1. Mogućnosti razvoja otoka Mljeta	41
3.2.2. Potrebna ulaganja u infrastrukturu i smjernice razvoja otoka Mljeta	42
3.2.3. Strategija razvoja turizma otoka Mljeta 2012. – 2022.	45
3.3. Otok Korčula	46
3.3.1. Strategija razvoja turizma otoka Korčule 2012. – 2022.	47
4. PROSTORNI PLANOVI	53
4.1. Korčula	53
4.2. Lumbarda	58
4.3. Dubrovačko primorje	61
4.4. Mljet	67
5. ANALIZA DIONIKA I NJIHOVA ULOGA U PODRUČJU KULTURNOG TURIZMA	77
5.1. Pristup i metodologija	77
5.2. Identifikacija dionika	77
5.3. Analiza dionika i njihova uloga – nacionalna razina	80
5.3.1. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske	80
5.3.2. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske	81
5.3.3. Hrvatska turistička zajednica	82
5.3.4. Hrvatska obrtnička komora	82
5.4. Analiza dionika i njihovih uloga – regionalna (županijska) razina	83
5.4.1. Upravni odjel za obrazovanje, kulturu, znanost i šport Dubrovačko–neretvanske županije	83
5.4.2. Upravni odjel za turizam, pomorstvo, poduzetništvo i energetiku Dubrovačko–neretvanske županije	83
5.4.3. Turistička zajednica Dubrovačko–neretvanske županije	84
5.4.4. Regionalna razvojna agencija Dubrovačko–neretvanske županije Dunea	84
5.4.5. Konzervatorski odjel Ministarstva kulture – Dubrovnik	85
5.4.6. Zavod za prostorno uređenje Dubrovačko–neretvanske županije	85
5.4.7. Hrvatska gospodarska komora Dubrovnik	85
5.4.8. Udruge za očuvanje kulturne baštine	86
5.5. Analiza dionika i njihovih uloga – lokalna razina	86
5.5.1. Turističke zajednice	86
5.5.2. Župni uredi	87

5.5.3. Lokalna akcijska grupa 5 (LAG 5)	87
5.6. Grad Korčula	88
5.6.1. Udruge u Gradu Korčuli	89
5.6.2. Korčulanska razvojna agencija (KORA)	91
5.7. Općina Smokvica	91
5.8. Općina Blato	92
5.9. Općina Vela Luka	93
5.10. Općina Lumbarda	94
5.11. Općina Mljet	94
5.12. Općina Dubrovačko primorje	95
6. OPĆINA DUBROVAČKO PRIMORJE	97
6.1. Položaj	97
6.2. Geološke značajke prostora	98
6.3. Infrastruktura	101
6.3.1. Ceste i prometna povezanost	101
6.3.2. Vodoopskrba	102
6.3.3. Odvodnja i gospodarenje otpadom	103
6.3.4. Obrazovna infrastruktura	104
6.4. Stanovništvo	104
6.5. Gospodarstvo	106
6.5.1. Poljoprivreda, šumarstvo i lovstvo	106
6.5.2. Ribarstvo i marikultura	107
6.5.3. Proizvodnja, poduzetništvo, trgovina i obrt	108
6.5.4. Iskorištavanje mineralnih sirovina – rudarstvo	108
6.6. Turizam (2005.–2015.)	108
6.6.1. Receptivni sadržaji	109
6.6.2. Analiza turističke potražnje	110
7. OTOK KORČULA	117
7.1. Položaj	117
7.2. Geološke značajke prostora	117
7.3. Infrastruktura	119
7.3.1. Ceste i prometna povezanost	119
7.3.2. Vodoopskrba	121
7.3.3. Odvodnja i gospodarenje otpadom	121
7.3.4. Energetski sustav	122
7.3.5. Obrazovna struktura i zdravstvo	123
7.4. Stanovništvo	123
7.5. Gospodarstvo	124
7.5.1. Poljoprivreda i šumarstvo	124

7.5.2. Turističko posredovanje i ugostiteljski objekti	125
7.5.3. Eksploatacija mineralnih sirovina	127
7.6. Turizam (2005. – 2015.)	127
7.6.1. Receptivni sadržaji	127
7.6.2. Analiza turističke potražnje	129
8. OPĆINA MLJET	135
8.1. Položaj	135
8.2. Geološke značajke prostora	136
8.3. Infrastruktura	139
8.3.1. Elektroopskrba	139
8.3.2. Ceste i prometna povezanost	139
8.3.3. Vodoopskrba	141
8.3.4. Obrazovna infrastruktura	141
8.4. Stanovništvo	142
8.5. Gospodarstvo	143
8.5.1. Primarne djelatnosti (poljoprivreda, stočarstvo, ribarstvo i šumarstvo)	144
8.5.2. Sekundarne djelatnosti (industrija, proizvodnja)	145
8.5.3. Tercijarne djelatnosti	145
II. dio ♦ Ruralna poučna, kulturno-etnografska turistička atrakcija	
Stvaranje integralne turističke destinacije	150
1. ISTRAŽIVANJE STAVOVA LOKALNOG STANOVNIŠTVA DUBROVAČKOG PRIMORJA, OTOKA MLJETA I OTOKA KORČULE	151
1.1. Problem(i) istraživanja	151
1.2. Ciljevi istraživanja	151
1.3. Metodologija istraživanja	152
1.4. Rezultati istraživanja	153
1.4.1. Socio–demografska obilježja ispitanika	153
1.4.2. Upoznatost s prirodnim i društvenim resursima te njihova zastupljenost u turističkoj ponudi	155
1.4.3. Stavovi ispitanika o učincima turizma	160
1.4.4. Uključenost u turistički razvoj i prezentiranje prirodne i kulturne baštine	161
1.5. Zaključak	163
2. ISTRAŽIVANJE STAVOVA PUTNIKA DUBROVAČKOG PRIMORJA, OTOKA KORČULE I OTOKA MLJETA	165
2.1. Uvod	165

2.1.1. Problemi istraživanja	166
2.1.2. Ciljevi i sadržaj istraživanja	166
2.1.3. Metodologija i instrumenti istraživanja	168
2.1.4. Obilježja statističkog uzoraka	169
2.2. Rezultati empirijskog istraživanja	169
2.2.1. Socio–demografska obilježja	170
2.2.2. Obilježja putnika prije putovanja	173
2.2.3. Obilježja putnika na putovanju	177
2.2.4. Obilježja putnika za vrijeme boravka u destinaciji	180
2.2.5. Stavovi putnika o destinaciji	184
2.2.6. Potrošnja putnika	188
3. ISTRAŽIVANJE STAVOVA DIONIKA	191
3.1. Prethodna istraživanja o stanju kulturno–turističke ponude i potražnje u Republici Hrvatskoj	191
3.2. Ciljevi istraživanja	194
3.3. Metodologija istraživanja	195
3.3.1. Uzorak obrtnika	195
3.3.2. Uzorak lokalni i regionalni dionici	196
3.4. Rezultati istraživanja	198
3.5. Zaključak, problemi i ograničenja istraživanja	214
III. dio ♦ Ruralna poučna, kulturno-etnografska turistička atrakcija	
Stvaranje integralne turističke destinacije	217
1. UPRAVLJANJE DESTINACIJOM KLASTERA DUBROVAČKO PRIMORJE, KORČULA I MLJET	219
1.1. Kulturni turizam	219
1.2. Organizacija turizma na razini integrirane turističke destinacije	220
2. MODEL UPRAVLJANJA INTEGRIRANOM TURISTIČKOM DESTINACIJOM	223
2.1. Ciljevi upravljanja integriranom turističkom destinacijom	227
2.2. Indikatori održivog razvoja Integrirane turističke destinacije	228
2.3. Generički model upravljanja Integriranom turističkom destinacijom	233
LITERATURA	239
PRILOZI	247
Popis tablica	247
Popis grafikona	249
Popis slika	251

Popis dijagrama	251
UPITNIK Istraživanje stavova lokalnog stanovništva Dubrovačkog primorja, otoka Mljeta i otoka Korčule	252
UPITNIK Istraživanje stavova putnika u Dubrovačkom primorju, na otoku Korčuli i otoku Mljetu	256
UPITNIK Istraživanje kulturne baštine	260

Uvod

Turizam se, kako na području Republike Hrvatske, tako i na području Dubrovačko–neretvanske županije, etablirao kao jedan od glavnih nositelja gospodarskih aktivnosti. Tome svjedoči i činjenica da je udio turizma u BDP–u RH 2014. prema podacima HNB–a iznosio 17,2 %. Dubrovačko–neretvansku županiju je 2014. posjetilo više od 1,3 milijuna turista, a grad Dubrovnik više od 800 tisuća. Taj podatak pokazuje činjenicu da grad Dubrovnik apsorbira više od 60 % ukupnoga turističkog prometa, dok sva ostala područja u Županiji participiraju tek s nešto manje od 40 %. Izraženi su problemi sezonalnosti, neravnomjerne distribuiranosti turističkog prometa, disproporcije u turističkom razvoju urbanih i ruralnih područja Županije uz postojeće tržišne ovisnosti. Naznačeni se problemi mogu reducirati diversifikacijom turističkih proizvoda, preusmjeravanjem postojeće turističke ponude Županije iz urbanih u ruralna područja, te formiranjem pozitivnog imidža ruralnih područja. Na taj bi se način osigurao ravnomjerniji turistički razvoj u cijeloj Županiji, a s druge strane, minimalizirali bi se problemi razvoja urbanih sredina koji proizlaze iz nekontroliranog pritiska turista. Sukladno tome, jedna od mogućnosti je razvoj posebnih turističkih proizvoda baziranih na potencijalima kulturnih i prirodnih resursa koji u ruralnim područjima nisu adekvatno valorizirani.

Komponente projekta koje je proveo tim stručnjaka sa Sveučilišta u Dubrovniku, Odjela za ekonomiju i poslovnu ekonomiju, teritorijalno su povezane s ruralnim područjima otoka Mljeta, Korčule (grad Korčula i općina Smokvica) i Dubrovačkog primorja, koji su u projektu formirani u klastere. Cilj je bio isticanjem resursne osnove kulturne i prirodne baštine u tim klasterima kreirati integriranu turističku destinaciju (ITD) kako bi se povezale frekventnije točke Županije s ruralnima.

S obzirom na to da za kulturno–povijesnom baštinom vlada vrlo velik interes među posjetiteljima u Dubrovačko–neretvanskoj županiji, a kako bi se smanjio stupanj nezadovoljstva načinom na koji je ta ponuda osmišljena, bilo je potrebno u sklopu projektnih zadataka većinu aktivnosti usmjeriti na sam razvoj kulturnog proizvoda na prostoru ITD–a. Također, bilo je potrebno najvažnije lokalitete prilagoditi zahtjevima i očekivanjima posjetitelja. Ključna područja u kojima je trebalo djelovati je označavanje i interpretiranje povijesnih i kulturnih lokaliteta, njihovo tematiziranje i povezivanje itinerarima.

Iz istaknutoga izlazi da se prije svega bilo moralo provesti istraživanje postojećeg stanja u turizmu i kulturnom sektoru te procijeniti ekonomske, sociološke utjecaje i utjecaje na okoliš. Na taj su se način formirale polazišne osnove za razvoj kulturnog turizma ITD–e, što je zatim prvenstveno obuhvatilo detaljnu inventarizaciju kulturne, ali i prirodne turističke osnove, istraživanje razine zadovoljstva turističke potražnje, analizu stavova lokalnog stanovništva, analizu institucija i dionika koji sudjeluju ili bi trebali sudjelovati u razvojnom procesu. Nakon inventarizacije kulturno – turističke osnove ITD–a, ocijenila se atraktivnost potencijalnih budućih proizvoda, njihova konkurentnost pa su se predložili prioritetni proizvodi na razini svakog klastera, te na razini ITD–a.

Uz pomoć znanstveno utemeljenih rezultata moguće je utvrditi da učinkovito upravljanje izravno utječe na valorizaciju kulturne i prirodne baštine u funkciji turističkog razvoja. Upravljanje kulturnom baštinom treba počivati na jasnim načelima njezine valorizacije kao jednoga od prioriternih područja za razvoj turizma. Stoga, osnovne projektne aktivnosti usmjerile su se na: utvrđivanje zajedničkog interesa, kreiranje mehanizama suradnje, osmišljavanje zajedničke inicijative razvoja proizvoda kulturne baštine, razmjenjivanju informacija, koordinaciji akcija, organiziranju događaja i marketinšku komunikaciju turističkih proizvoda kulturne baštine. To omogućuje nositeljima razvoja da identificiraju mogućnosti financiranja razvojnih projekata te organizirano i sustavno pružaju stručnu i tehničku pomoć inicijativama za razvoj projekata turističke valorizacije kulturne baštine.

Cilj cjelokupnom projektu bio je postići ključnu masu kvalitetno prezentiranih, suvremeno interpretiranih i profesionalno, učinkovito promoviranih turističkih proizvoda kulturne i prirodne baštine na razini ITD–e. Uz to, cilj je bio utvrditi ima li problema i ograničenja u dostupnosti proizvoda kulturne baštine inozemnim i domaćim posjetiteljima tijekom njihova boravka u ITD–u. Korištenjem potencijala kulturne i prirodne baštine ITD–e kao marketinškog resursa utječe se na konkurentnost turizma, kroz produljenje turističke sezone, rast prodaje turističkih proizvoda i usluga, povećanje potrošnje posjetitelja, produljenje njihovoga boravka te ravnomjernu prostornu distribuciju potražnje.

Projektom je predloženo sustavno uključivanje kulturne baštine u turističku ponudu, koja bi trebala postati jedan od značajnijih pokretača turističkog razvoja i u područjima u kojima je turizam do tada bio nedostatan razvijen. U tom smislu, predložilo se umrežavanje kulturne i turističke ponude svih klastera u jedinstven i kvalitetan kulturni turistički proizvod. Pri tome

je predložen sustav indikatora za ocjenu i praćenje održivog razvoja ITD–a. Na taj se način osigurava praćenje implementacije turističkih inicijativa koje će imati bitnu ulogu umjetničke i kulturne baštine za razvoj turizma i u tim područjima u kojima on nije u dostatno razvijen.

Za što kvalitetniju turističku valorizaciju kulturne baštine utvrdila se postojeća razina znanja svih dionika i lokalnog stanovništva. Utvrđena razina znanja i postojeća razina svijesti o vrijednosti i ulozi kulturno povijesne baštine u razvoju bila je baza za različite edukativne aktivnosti kojima bi potaknuli razumijevanje, vrjednovanje i stvaranje različitih tipova partnerstva na razini ITD–a. Na taj se način kulturna baština može učiniti dostupnijom i prilagoditi potrebama posjetitelja, te učinkovitije ih promovirati. Kada je riječ o prilagodbi kulturne baštine potrebama posjetitelja, način prezentacije i organizacija građe predloženim projektnim aktivnostima utvrdio se adekvatan način prilagodbe potrebama turističkog tržišta. Dosad vrlo malen broj kulturnih institucija nudi dodatne usluge kojima bi se istodobno obogatilo doživljaj posjetitelja i povećala njihova potrošnja. Dostupnost kulturne baštine ne odnosi se samo na fizičku i vremensku dostupnost već i na dostupnost informacija o samoj atrakciji. U tom je smislu utvrđeno da je dostupnost informacija ograničena. Iako se tiskaju promotivni materijali, izdanja su male naklade. Pitanje je, dolaze li promotivni materijali do krajnjih korisnika, s obzirom na to da se turisti žale na nedostatak informacija o turističkoj ponudi.

Poradi valorizacije kulturne i prirodne baštine u funkciji turističkoga razvoja projektnim aktivnostima osmislili su se turistički proizvodi kulturne baštine. Time je moguće obogatiti i upotpuniti zadovoljstvo postojećih posjetitelja, stvoriti prepoznatljiv imidž destinacije bogate kulturnom turističkom ponudom, privući nove tržišne segmente i stimulirati domaću potražnju. Uz određene pomake u prilagodbi radnog vremena, proširenju usluge, učinkovitoj promociji i boljoj suradnji s turističkim sustavom – resursi kulturne i prirodne baštine spremni su za valorizaciju u funkciji razvoja. Zbog nedostatka svijesti, osobito na upravnim razinama gdje se odlučuje o alokaciji sredstava, projektnim aktivnostima edukacijom se upozorilo na prednosti razvoja turizma kulturne baštine. Također, predložile su se aktivnosti za stvaranje povoljne klime u kojoj će se inicijative za razvoj kulturnog turizma prepoznati kao prioritetne.

Unatoč činjenici da postoji turistička potražnja za proizvodima kulturne i prirodne baštine i da su ti resursi već tradicionalno sastavni dio turističkih promotivnih materijala – nažalost nema kvalitetnog razvoja takvih proizvoda. Sama organizacija ovisi o vještinama i znanjima ključnih nositelja

inicijativa za turistički razvoj. U tu svrhu, projektom je osmišljen sustav obrazovanja kojim će se premostiti nedostatak menadžerskih znanja i vještina. Aktivnost koja je povezana sa znanostu i obrazovanjem bila je u prvom redu povezana s provedbom sekundarnoga i primarnog istraživanja uz organizaciju seminara i radionica za razne dionike. Aktivnosti povezane sa sekundarnim istraživanjem uključivale su prikupljanje i analizu raspoloživih sekundarnih podataka – raspoloživu literaturu povezanu s naslovnom problematikom, planove i zakonsku regulativu, resursnu i atrakcijsku osnovu – analizu i valorizaciju materijalne i nematerijalne kulturno–povijesne baštine.

Aktivnosti povezane sa znanostu također su uključivale dizajniranje, provedbu i evaluaciju primarnog istraživanja, a odnosile su se na lokalno stanovništvo i potražnju – turiste, posjetitelje (putnike s kruzera) i izletnike te kreatore turističke politike i pružatelje usluga, i na analizu vanjskih čimbenika. Provedeno je nekoliko primarnih istraživanja kojima su bili obuhvaćeni svi elementi turističkog sustava (lokalno stanovništvo, potražnja – turisti, posjetitelji s kruzera i izletnici; dionici – kreatori politike turističkog razvoja i pružatelji usluga, te vanjski čimbenici na koje se ne može utjecati, ali označavaju zadani okvir turističkog razvoja), i to na sljedeći način:

- Primarno istraživanje o utvrđivanju obilježja potražnje za kulturno–turističkim proizvodima te percepcije i stavova turista, posjetitelja (putnika s kruzera) i izletnika o ulozi, prednostima i nedostacima kulturno–turističkog proizvoda i razlika između percepcije i očekivanja.
- Istraživanje potražnje domicilnog stanovništva za kulturnim proizvodom i njihova interesa za aktivno sudjelovanje u kulturnim događajima, i istraživanje stavova lokalnog stanovništva o učincima turizma na razvoj destinacije (pozitivni i negativni ekonomski, socio–kulturni i utjecaji na okoliš).
- Istraživanje mogućnosti integracije kulturne baštine i alternativnih oblika turizma, npr. enofilski, gastronomski turizam, avanturizam, turizam događaja – manifestacijski, cikloturizam – uz prijedlog turističkih proizvoda temeljenih na kulturno–povijesnoj baštini omogućuje se upoznavanje i doživljaj destinacije od nastanka do danas.
- Aktivnosti povezane s analizom vanjskih činitelja odnosile su se na istraživanje barijera u poslovanju organizacija kojima se proizvod temelji na valorizaciji kulturne baštine u analiziranom području.

- Na temelju provedenoga sekundarnog i primarnog istraživanja napravile su se znanstvene analize sa zaključcima i preporukama.

Aktivnosti povezane s obrazovanjem odvijale su se tako da se kreirao kurikulum edukacijskih aktivnosti, koji je uključivao održavanje seminara i radionica za lokalno stanovništvo, na kojima su se stjecala znanja o ulozi i vrijednosti kulturnih, povijesnih i prirodnih resursa u razvoju posebnih oblika turizma (enofilski, gastronomski turizam, avanturizam, turizam događaja – manifestacijski, cikloturizam...). Također su održani seminari i radionice “Kreativnost i kultura” i “Virtualno poslovanje i kultura”, kojima se jačao poduzetnički kapacitet na područjima obuhvaćenima projektom kulturnih i kreativnih industrija uz edukaciju nositelji ponude o vrijednosti kulturnih, povijesnih i prirodnih resursa (hotelijeri, privatni iznajmljivači, vlasnici seljačkih domaćinstava, malih tradicijskih obrtnika). Aktivnosti obrazovanja uključile su i obuku turističkih vodiča, voditelja poslovnica i pratitelja na organiziranim pješačkim/biciklističkim turama, te evaluaciju edukacijskih aktivnosti u sklopu projekta.



I. dio

**Ruralna poučna, kulturno-etnografska
turistička atrakcija**

**Stvaranje integrirane turističke
destinacije**

1. Zakonodavni okvir razvoja turizma u Dubrovačkom primorju, na Mljetu i Korčuli

U ovom su se poglavlju nastojale obuhvatiti sve pravne i fizičke osobe koje utječu ili bi mogle utjecati na formiranje atraktivnih i konkurentnih destinacija s jasno definiranim kulturnim obilježjima, ruralnom tradicijom i ujedinjenim promotivnim aktivnostima. Cilj je bio obuhvatiti zakone koji definiraju njihov status, prava i obveze.

1.1. Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN 68/07, 88/10, 30/14, 89/14, 152/14)

Ovim zakonom definiraju su usluge u turizmu i načini njihova pružanja. Člankom 2. propisano je što se smatra turističkom uslugom: pružanje usluga turističke agencije, turističkog vodiča, turističkog pratitelja, turističkog animatora, turističkog zastupnika, turističke usluge u nautičkom turizmu, turističke usluge u seljačkom gospodarstvu ili obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, turističke usluge u ostalim oblicima turističke ponude i ostale usluge koje se pružaju turistima u svezi s njihovim putovanjem i boravkom.

Također je određeno tko sve smije pružati turističke usluge. To su: trgovačka društva, zadruge, trgovci pojedinci i obrtnici koji ispunjavaju uvjete za pružanje turističkih usluga (čl. 3. st. 1.). Iznimno, turističke usluge mogu pružati i pravne osobe koje nisu registrirane za ovu djelatnost, a to su: javne ustanove koje upravljaju zaštićenim područjima prirode za potrebe područja kojim upravljaju, specijalne bolnice i lječilišta, ustanove u kulturi, udruge, škole i druge odgojno–obrazovne ustanove te fizičke osobe koje za pružanje tih usluga nisu registrirane kao obrtnici ili trgovci pojedinci (čl. 3. st. 2–6.).

Posebno su istaknuti pojmovi kojima se najviše koristi u zakonu (čl. 5. st. 1.):

Turistička agencija je trgovačko društvo, trgovac pojedinac, obrtnik ili njihova organizacijska jedinica koji pružaju usluge organizacije putovanja ili posredovanja usluga pri putovanju i boravku turista.

Putnik je osoba koja pribavlja turističku uslugu, osoba za čiji račun i/ili u čije ime se pribavlja turistička usluga ili bilo koja osoba na koju se prenese pravo pružanja turističke usluge.

Paket-aranžman (paušalno putovanje) jest unaprijed utvrđena kombinacija od najmanje dvije pojedinačne usluge koje se sastoje od: prijevoza, smještaja ili drugih turističkih i ugostiteljskih usluga što čine cjelinu, a pružaju se u vremenu dužem od 24 sata ili uključuju barem jedno noćenje, te se prodaju po ukupnoj unaprijed utvrđenoj (paušalnoj) cijeni.

Izlet jest unaprijed utvrđena kombinacija od najmanje dvije pojedinačne usluge koje se sastoje od prijevoza ili drugih turističkih i ugostiteljskih usluga, a trajaju manje od 24 sata i ne uključuje noćenje.

Turistička cjelina (lokalitet) je područje, prostor ili objekt na kojem se nalaze ili koji sadržava prirodne, kulturne, povijesne, tradicijske i druge vrijednote, na kojem uslugu turističkog vođenja može pružati samo ovlašteni turistički vodič.

Uz turističke agencije zakonodavac definira i druge pružatelje turističkih usluga. To su turistički vodič, turistički pratitelj, turistički animator i turistički zastupnik.

Turistička agencija smije pružati sljedeće usluge:

- organiziranje paket-aranžmana, sklapanje i provedba ugovora o paket-aranžmanu, organiziranje izleta, sklapanje i provedba ugovora o izletu,
- organiziranje kongresa,
- posredovanje u sklapanju ugovora o organiziranom putovanju (paket-aranžman i izlet),
- posredovanje ugostiteljskih usluga (prodaja i rezervacija smještaja i drugih ugostiteljskih usluga),
- posredovanje usluga prijevoza (prodaja putnih karata i rezervacija mjesta za sva prijevozna sredstva),
- organizacija prihvata i transfera putnika,
- posredovanje u pružanju usluga u posebnim oblicima turističke i ugostiteljske ponude,
- organiziranje i posredovanje u pružanju usluga turističkih vodiča, turističkih pratitelja i usluga upravljanja plovnim objektima nautičara (skipera),

- zastupanje domaćih i stranih putničkih agencija,
- davanje turističkih obavijesti i promidžbenog materijala,
- posredovanje u sklapanju ugovora o osiguranju putnika i prtljage,
- pomoć u pribavljanju putnih isprava, viza i drugih isprava potrebnih za prijelaz granice i boravak u inozemstvu, zatim isprava za lov, ribolov, ronjenje, plovidbu nautičara, uz druge isprave potrebne za organizaciju i provedbu različitih oblika turističke ponude,
- rezervacija, nabava i prodaja ulaznica za sve vrste priredaba, posjeta muzeja i dr. te prodaja robe potrebne za putovanja (razne putne potrepštine, suveniri, turističke publikacije i sl.),
- organizacija i pružanje usluga u svezi s poslovanjem karticama i putničkim čekovima, te pružanje mjenjačkih usluga, sukladno posebnim propisima,
- iznajmljivanje i posredovanje u iznajmljivanju vozila, letjelica i plovnih objekata,
- agencijsko–pomorske usluge za prihvata i opremu plovnih objekata u nautičkom turizmu.

Turistička agencija svoju djelatnost mora obavljati u odgovarajućem poslovnom prostoru. Ako se radi o internetskoj turističkoj agenciji, takva agencija smije poslovati u stambenom prostoru.

Turistička agencija koja organizira putovanja (paket–aranžman i izlet) ili pruža uslugu prijevoza putnika, dužna se koristiti prijevoznim sredstvima u kojima su putnici osigurani od posljedica nesretnog slučaja i prtljaga od gubitka i oštećenja, kao i ugostiteljske objekte u kojima su korisnici usluga osigurani od posljedica nesretnog slučaja (čl. 14. st. 1.).

Turistička agencija koja svoje usluge pruža neposredno, mora imati zaposlenu barem jednu osobu s uvjetima voditelja poslovnice u stalnome radnom odnosu.

Turistički vodič fizička je osoba koja pruža turistima usluge pokazivanja i stručnog objašnjavanja: prirodnih ljepota i rijetkosti, kulturno–povijesnih spomenika, umjetničkih djela, etnografskih i drugih znamenitosti, povijesnih događaja, uglednika, legenda o događajima i znamenitostima, gospodarskih i političkih tijekova i zbivanja. Mora imati najmanje srednju stručnu spremu, položen stručni ispit za turističkog vodiča i biti državljanin Republike Hrvatske, zemalja EU–a ili Europskog ekonomskog prostora. Svoje usluge pruža kao obrtnik ili trgovačko društvo.

Za razliku od turističkog vodiča, *turistički pratitelj* pruža organizacijsku i tehničku potporu pri vođenju i praćenju turista tijekom putovanja. Uvjeti koje turistički pratitelj mora ispunjavati su: minimalno srednja stručna sprema, državljanstvo Republike Hrvatske, EU–a ili Europskog ekonomskog prostora uz položen stručni ispit za turističkog pratitelja. Osoba koja je položila stručni ispit za turističkog vodiča ne treba polagati stručni ispit za turističkog pratitelja.

Turistički animator je fizička osoba iz članka 3. stavka 6. ovoga Zakona koja osmišljava i izvodi programe za provedbu slobodnog vremena turista, a koji se odnose na športsko–rekreativne i zabavne sadržaje. Uvjet za obavljanje ovog posla je poslovna sposobnost i srednja stručna sprema.

Turistički zastupnik fizička je osoba iz članka 3. stavka 6. ovoga Zakona koja u odredištima putovanja zastupa turističku agenciju što organizira putovanja (paket–aranžman) pred davateljima usluga i klijentima. Tom prigodom turistička agencija sklapa ugovor o turističkom zastupanju s turističkim zastupnikom te ga dostavlja Ministarstvu turizma radi upisa u „Upisnik ugovora o turističkom zastupanju turističke agencije“.

Od posebnog su značenja propisi koji se odnose na turističke usluge u seljačkom ili obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu. Naime, prostorni obuhvat Projekta uključuje pretežno ruralna područja, a cilj je upravo njihov ekonomski oporavak povećanjem zaposlenosti i smanjenjem iseljavanja lokalnog stanovništva. To se najlakše postiže kombinacijom turističkih i tradicionalnih aktivnosti.

Zakon propisuje da se turističke usluge radi odmora i rekreacije turista mogu pružati na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu upisane u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava i u šumama šumoposjednika upisanih u Upisnik šumoposjednika sukladno propisima iz ovlasti ministarstva za poljoprivredu, odnosno šumarstvo (čl. 49. st. 1.). U te se usluge ubrajaju: sudjelovanje u poljoprivrednim aktivnostima, kao što su: berba voća i povrća, ubiranje ljetine i sl., lov i ribolov, vožnja kočijom, čamcem, biciklom, jahanje, pješačenje i slične aktivnosti, uz iznajmljivanje sredstava, pribora i opreme za te aktivnosti, zatim programe kreativnih i edukativnih radionica povezanih s poljoprivredom, tradicijskim obrtima i sl., prezentacija poljoprivrednoga gospodarstva i njegovih prirodnih i kulturnih vrijednosti, posjete registriranim privatnim etno–zбирkama i sl.) (čl. 49. st. 2.). Uz spomenuto, na seljačkom gospodarstvu moguće je nuditi usluge smještaja i organiziranja izleta (čl. 49. st. 3.). Ipak, postoje ograničenja u broju posluženih turista. Seoska gospodarstva koja nude usluge iz stavka 2. mogu istovremeno uslužiti najviše 80 turista. S

druge strane, seoska gospodarstva koja nude usluge smještaja i/ili izleta mogu istovremeno poslužiti najviše 50 turista.

Ima i posebnih oblika pružanja turističkih usluga, kao što su: seoski, zdravstveni, kulturni, wellness, kongresni, za mlade, pustolovni, lovni, športski, golf–turizam, športski ili rekreacijski ribolov na moru, ronilački turizam, športski ribolov na slatkim vodama kao dodatna djelatnost u uzgoju morskih i slatkovodnih riba, rakova i školjaka i dr. Zatim, Zakon obuhvaća i ostale turističke usluge kao: iznajmljivanje pribora i opreme za šport i rekreaciju, sandoline, daske za jedrenje, bicikli na vodi, suncobrani, ležaljke i sl. Treba napomenuti da iznajmljivanje bicikla za vožnju po cesti ne ubraja se u turističke usluge jer se bicikl smatra prijevoznim sredstvom.

Turističke usluge koje uključuju sportsko–rekreativne ili pustolovne aktivnosti (skijanje, ronjenje, jedrenje, jahanje, gorsko–planinsko vođenje, splavarenje, uključujući i rafting, vožnju kanuima i drugim sličnim plovilima, padobransko jedrenje (*paragliding*), skakanje s užetom (*bungee-jumping*) i sl.) smiju pružati samo osobe koje su stručno osposobljene za obavljanje tog posla kao na primjer instruktori ili treneri. Osobe mlađe od 18 godina trebaju imati pismeni pristanak roditelja ili skrbnika kako bi im se dopustilo bavljenje ovim potencijalno opasnim aktivnostima.

1.2. Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08)

Ovim se Zakonom uređuju sustav turističkih zajednica, ustrojstvo, zadaće i način rada turističkih zajednica te osnovna načela njihova financiranja i gospodarenja.

Svrha osnivanja turističkih zajednica je promicanje i unapređenje turizma Republike Hrvatske i gospodarskih interesa pravnih i fizičkih osoba koje pružaju ugostiteljske i druge turističke usluge ili obavljaju drugu djelatnost neposredno povezanu s turizmom kako da upravljaju destinacijom na razini za koju su osnovane (čl. 2. st. 1.).

Turističke zajednice obvezno se osnivaju na razini općine ili grada (naselje razvrstano u turistički razred A ili B prema Pravilniku o kriterijima za razvrstavanje naselja u turističke razrede), područja, županije, grada Zagreba i Republike Hrvatske. Turističke zajednice mogu se osnovati i u općinama i gradovima s naseljima koje su prema naznačenom Pravilniku razvrstani u C

i D turističke razrede te u mjestima sa samo jednim naseljem turističkog A razreda uz prethodnu suglasnost Ministarstva turizma.

Temeljni ciljevi turističkih zajednica su:

1. poticati i inicirati razvoj i unapređivanje postojećeg turističkog proizvoda, inicirati razvoj novih turističkih proizvoda područja za koje su osnovane tako da upravljaju tom destinacijom.
2. promocija turističkog proizvoda područja za koje su osnovane,
3. razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma te potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističkog proizvoda određenog područja, a osobito zaštite okoliša te prirodne i kulturne baštine sukladno održivom razvoju (čl. 9.).

Turistička zajednica ne smije obavljati gospodarske djelatnosti, niti imati udio u temeljnom kapitalu trgovačkog društva. U okviru obavljanja gospodarskih djelatnosti Zakon dopušta iznimke kao što su: upravljanje turističkom infrastrukturom koje je postavila jedinica lokalne i regionalne samouprave, uz organizaciju manifestacija, prodaju vlastitih promotivnih materijala, prodaja karata, ulaznica i suvenira, posredovanje u rezervaciji privatnog smještaja – ako u mjestu nema turističke agencije i ostale poslove od javnog interesa. Svoje poslovanje temelji na statutu koji mora imati prethodnu suglasnost Ministarstva.

Četiri su tijela turističke zajednice: *skupština, turističko vijeće, nadzorni odbor i predsjednik*. Skupština je najviše tijelo upravljanja i čine je članovi ili predstavnici članova turističke zajednice. Sastaje se dva puta godišnje. Funkcije skupštine su: donositi statut, godišnji plan rada i financijski izvještaj turističke zajednice, imenovati i razrješavati članove vijeća i nadzornog odbora, donositi godišnje izvješće turističke zajednice i podružnica, odlučivati o osnivanju i ustroju turističkog ureda, te drugi poslovi određeni statutom.

Vijeće je izvršno tijelo turističke zajednice i odgovorno je skupštini. Provođa odluke i zaključke skupštine turističke zajednice i predlaže skupštini godišnji program rada i financijski plan turističke zajednice. Podnosi skupštini izvješće o svom radu najmanje jedanput godišnje.

Dužnost *predsjednika turističke zajednice* općine ili grada i županije obnaša općinski načelnik ili gradonačelnik, te župan, ovisno o jedinici lokalne, područne (regionalne) samouprave za područje na kojemu je turistička zajednica osnovana. Dužnost predsjednika *Hrvatske turističke zajednice* obnaša *ministar*. Predsjednik turističke zajednice je i predsjednik skupštine i predsjednik

turističkog vijeća. Predsjednik turističke zajednice saziva i predsjedava skupštini turističke zajednice i saziva i predsjedava sjednicama turističkog vijeća.

Nadzorni odbor nadzire vođenje poslova turističke zajednice te materijalno i financijsko poslovanje. O obavljenom nadzoru, nadzorni odbor dostavlja pisano izvješće skupštini i turističkom vijeću. Nadzorni odbor turističke zajednice ima najmanje tri člana. Broj članova određen je statutom uz uvjet da ih je neparan broj.

Skupština turističke zajednice dužna je do kraja tekuće godine donijeti program rada i financijski plan za sljedeću godinu. Prijedlog programa rada i prijedlog financijskog plana za sljedeću godinu, turističko vijeće turističke zajednice podnosi skupštini turističke zajednice do 31. listopada tekuće godine. Godišnji program rada i financijski plan turistička zajednica općine ili grada dužna je dostaviti turističkoj zajednici županije, a turistička zajednica županije Hrvatskoj turističkoj zajednici. Godišnji program rada i financijski plan turističke zajednice obvezno sadržavaju sve pojedinačno utvrđene planirane zadatke i potrebna financijska sredstva za njihovo izvršenje, te posebno planirane zadatke i financijske planove turističkih društava, podružnica, predstavništava i ispostava. Ako tijekom godine dođe do odstupanja od programa rada i financijskog plana više od 5 %, turistička zajednica je dužna donijeti izmjene, odnosno dopune programa rada i financijskog plana.

Turistička zajednica može ostvarivati ​​prihode iz nekoliko izvora: članarine, pristojbe, prihodi od gospodarskih djelatnosti, proračun lokalne i regionalne samouprave, dragovoljni prilozi te imovina u vlasništvu. Ako je potrebno, turistička se zajednica može zadužiti u visini do 50 % planiranih prihoda.

1.3. Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti (NN, 85/15., 121/16.)

Zakonom se uređuje način i uvjeti obavljanja ugostiteljske djelatnosti. Pod ugostiteljskom djelatnošću smatra se pripremanje i usluživanje jela, pića i napitaka te pružanje usluga smještaja. Uz to, ugostiteljska je djelatnost i pripremanje jela, pića i napitaka za potrošnju na drugome mjestu s usluživanjem ili bez njega (u prijevoznom sredstvu, na priredbama i slično) i opskrba tim jelima, pićima i napitcima (catering).

Nije svako pripremanje i usluživanje jela i pića ugostiteljska djelatnost, kao što je prikazano u tablici 1.

Tablica 1. Tko obavlja ugostiteljske djelatnosti prema članku 5. i 6.?

UGOSTITELJSKA DJELATNOST	NIJE UGOSTITELJSKA DJELATNOST
Trgovačka društva, zadruge, trgovci pojedinci i obrtnici koji ispunjavaju uvjete propisane za obavljanje te djelatnosti	Pružanje usluga prehrane i smještaja:
U vlastitim prostorima:	- u objektima ustanova socijalne skrbi, zdravlja, odgoja i obrazovanja i drugih sličnih ustanova
- javne ustanove na zaštićenim područjima	- pripadnika Oružanih snaga Republike Hrvatske i djelatnika Ministarstva obrane i Ministarstva unutarnjih poslova
- specijalne bolnice i lječilišta	- koje organizira Savez izviđača Hrvatske
- Javna ustanova »Memorijalni centar Domovinskog rata Vukovar«	- bez namjere stjecanja dobiti ili drugih gospodarski procjenjivih koristi
- ugostiteljske obrazovne ustanove te učenički i studentski centri	- koje organiziraju dobrovoljna vatrogasna društva
- Hrvatski ferijalni i hostelski savez	- koje organiziraju udruge umirovljenika
- Hrvatski planinarski savez	- u objektima i kampovima u kojima se organizirano provodi zbrinjavanje evakuiranih građana
- lovačke i ribičke udruge	- koje organiziraju udruge i ustanove nacionalnih manjina
- ustanove koje obavljaju kazališnu djelatnost	
- amaterske sportske udruge	
- Hrvatska glazbena mladež	
- muzeji i galerije koje obavljaju muzejsku djelatnost	
Fizičke osobe – građani i nositelji ili članovi obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava.	
Pravna osoba i fizička osoba, s poslovnim nastanom i registriranom ugostiteljskom djelatnošću u drugoj državi ugovornici Euro-pskoga gospodarskog prostora ili Švicarskoj konfederaciji	

Izvor: Izradili autori prema tekstu Zakona

Mjesto obavljanja ugostiteljske djelatnosti mora biti odgovarajuće uređeno i opremljeno, a može se nalaziti u:

- građevini, zasebnoj dijelu građevine ili u više građevina,
- poslovnom prostoru u kojemu se obavlja druga djelatnost tako da je prostor namijenjen obavljanju druge djelatnosti vidljivo odvojen od dijela u kojem je ugostiteljska djelatnost,
- nepokretnom vozilu, priključnom vozilu, željezničkom vagonu, plutajućem objektu i plovnom objektu kojim se obavlja prijevoz putnika za vrijeme prijevoza
- šatoru, na klupi, na kolicima i sličnim napravama opremljenima za pružanje ugostiteljskih usluga.

Ugostiteljski objekti su razvrstani u sedam skupina s obzirom na vrstu

usluge koju pružaju (čl. 8.). To su: hoteli, kampovi, ostali ugostiteljski objekti za smještaj, restorani, barovi, *catering* objekti i objekti jednostavnih usluga. Svaki od ovih oblika može imati klupski karakter, tj. pružati usluge ograničenom broju korisnika.

Zakonodavac je postavio ograničenja za radno vrijeme objekata (čl. 9. st. 1.). Tako hoteli, kampovi i ostali ugostiteljski objekti za smještaj mogu raditi od 0 do 24 sata. Ostali objekti imaju limitirano radno vrijeme. Tijela lokalne samouprave mogu mijenjati radno vrijeme pojedinih ugostiteljskih objekata, posebno za vrijeme održavanja manifestacija sportskih događanja, glazbenih festivala i slično. Mogu skratiti radno vrijeme za najviše dva sata.

Nadalje, definirane su obveze ugostitelja. Ugostitelj je dužan na ulazu u objekt istaknuti: vrstu i kategoriju objekta i oznaku kvalitete, obavijest o radnom vremenu, zatim utvrditi i istaknuti kućni red, normative o utrošku namirnica za pojedino jelo, piće i napitak, cijene usluga na hrvatskome i barem jednome svjetskom jeziku, izdati račun za pružene usluge, onemogućiti odnošenje hrane i pića iz uslužnog objekta i drugo.

Ugostitelj može povremeno (za vrijeme trajanja manifestacija, sajмова, prigodnih priredaba i sl.) izvan svojega ugostiteljskog objekta pružati ugostiteljske usluge, sukladno već odobrenom rješenju nadređenoga ureda, ili ministarstva, uz odobrenje jedinice lokalne samouprave. U tim prigodama nije dopušteno posluživati alkoholna pića.

Zabranjeno je posluživati alkoholna pića i druga pića i/ili napitaka koji sadržavaju alkohol osobama mlađima od 18 godina. Ugostitelj mora u svojemu objektu takvu obavijest izvjesiti na vidljivome mjestu.

Za obavljanje ugostiteljske djelatnosti u ugostiteljskim objektima moraju biti ispunjeni minimalni uvjeti uređenja i opreme ugostiteljskih objekata, usluga, te drugi uvjeti propisani ovim Zakonom. Minimalne uvjete pravilnikom propisuje ministar turizma uz prethodnu suglasnost ministra zdravlja i ministra zaduženoga za zaštitu od požara. To se odnosi na kategorije, posebne standarde i oznake kvalitete, naziv ugostiteljskog objekta, te uvjete za početak obavljanja djelatnosti.

U dijelu koji se odnosi na postupak utvrđivanja uvjeta za obavljanje ugostiteljske djelatnosti navode se: rješenja koja izdaju ovlašteni uredi, rješenja koja izdaje Ministarstvo turizma, ponovna kategorizacija, pravo pokretanja upravnog spora protiv prvostupanjskog rješenja Ministarstva turizma, uvjeti koje mora ispunjavati ugostitelj, rješenja o ispunjavanju uvjeta za posebni

standard i dodjelu oznake kvalitete, prestanak rješenja i središnji registar za ugostiteljsku djelatnost i usluge u turizmu.

S obzirom na predmet istraživanja i ciljeve Projekta, posebno je zanimljiv dio Zakona povezan s ugostiteljskim uslugama u kućanstvu i na obiteljskome poljoprivrednom gospodarstvu.

Ugostiteljskim uslugama u kućanstvu ovaj Zakon propisuje:

- smještaj u sobi, apartmanu i kući za odmor, kojih je iznajmljivač vlasnik, do najviše deset soba, tj. 20 postelja, u koji se broj ne uključuju pomoćni ležaji,
- smještaj u kampu i/ili kamp–odmorištu, organiziranima na zemljištu kojemu je iznajmljivač vlasnik, s ukupno najviše deset smještajnih jedinica, tj. za 30 gostiju istodobno, u koje se ne ubrajaju djeca u dobi do 12 godina
- doručak, polupansion ili puni pansion gostima kojima iznajmljivač pruža usluge smještaja u sobi, apartmanu i kući za odmor.

Boravak više od 15 osoba koje nisu članovi uže obitelji, sukladno posebnom propisu kojim se propisuje obveza plaćanja boravišne pristojbe, u stanovima, apartmanima i kućama za odmor, u turističkim mjestima od 15. lipnja do 15. rujna, smatra se pružanjem ugostiteljskih usluga u kućanstvu.

Za pružanje ugostiteljskih usluga u kućanstvu iznajmljivač je dužan dobiti rješenje ovlaštenoga ureda s odobrenjem za pružanje ugostiteljskih usluga.

Na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu mogu se pružati sljedeće ugostiteljske usluge:

- pripremanje i usluživanje jela, pića i napitaka iz pretežito vlastite proizvodnje za najviše 80 gostiju (izletnika) istodobno,
- usluživanje (kušanje) mošta, vina, voćnih vina, drugih proizvoda od vina i voćnih vina, jakih alkoholnih i alkoholnih pića te domaćih narezaka iz vlastite proizvodnje u uređenom dijelu stambenoga ili gospodarskog objekta, u zatvorenom, natkrivenom ili na otvorenom prostoru za najviše 80 gostiju (izletnika) istodobno,
- smještaj u sobi, apartmanu, ruralnoj kući za odmor do najviše deset soba, ili za 20 gostiju istodobno, u koji broj se ne ubrajaju pomoćni kreveti i/ili usluge smještaja u kampu i/ili kamp–odmorištu s ukupno najviše 20 smještajnih jedinica, za 60 gostiju istodobno, u koji se broj ne ubrajaju djeca do 12 godina. Gostima mora biti omogućeno

korištenje uslugama pripreme i usluživanja jela, pića i napitaka (doručak ili polupansion ili puni pension) iz pretežito vlastite proizvodnje. Usluge se mogu istodobno pružati u sobama, apartmanima i ruralnim kućama za odmor i kampovima do ukupno određenog broja gostiju (80 gostiju).

Pet puta u kalendarskoj godini mogu se pružati usluge i za više od 80 osoba (izletnika) radi organiziranja prigodnih tradicijskih proslava i manifestacija.

Jela, pića i napitci koji se uslužuju na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu moraju biti uobičajeni za kraj u kojem je obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo.

1.4. Zakon o turističkome i ostalom građevinskom zemljištu neprocijenjenome u postupku pretvorbe i privatizacije (NN, 92/10.)

Ovim se Zakonom utvrđuje pojam turističkog i ostalog građevinskog zemljišta koje nije procijenjeno i uneseno u temeljni kapital trgovačkog društva u postupku pretvorbe ili privatizacije, te se uređuju imovinskopravni odnosi na tom zemljištu i način njegova korištenja.

Turističko zemljište u ovome Zakonu je građevinsko zemljište koje nije procijenjeno u vrijednosti društvenog kapitala za društveno poduzeće u postupku pretvorbe, dakle koje nije uneseno u temeljni kapital trgovačkog društva u privatizaciji, a za koje je na dan stupanja na snagu ovoga Zakona dokumentima prostornog uređenja određena ugostiteljsko–turistička namjena i zemljište na kojemu su izgrađene građevine turističko–ugostiteljske namjene (kampovi, hoteli i turistička naselja), na kojemu su pravo uporabe, upravljanja i raspolaganja imala društvena poduzeća (čl. 2.).

Trgovačko društvo koje je suvlasnik nekretnine može podnijeti zahtjev da dobije koncesiju na suvlasničkom dijelu Republike Hrvatske za oblikovanje kampa na rok najdulje do 50 godina. Trgovačko društvo koncesionar plaća Republici Hrvatskoj naknadu za koncesiju za njezin suvlasnički dio (čl.8.).

Naknada za koncesiju dijeli se tako da 60 % pripada Republici Hrvatskoj, i ona se uplaćuje u Fond za turizam, a preostalih 40 % jedinicama lokalne i područne (regionalne) samouprave na kojega se području nalazi kamp – svakome u jednakim dijelovima, koja se uplaćuje u njihove proračune (čl. 15.).

Kada je u postupku pretvorbe i privatizacije u vrijednosti društvenoga kapitala društvenog poduzeća procijenjena vrijednost građevine (hotel ili drugi objekt u turističkom naselju) bez zemljišta, trgovačko društvo vlasnik je građevine i zemljišta ispod građevine (zemljišta tlocrtne površine) (čl. 18.).

Kada je u postupku pretvorbe i privatizacije u vrijednosti društvenoga kapitala za društveno poduzeće procijenjena vrijednost građevine i dio zemljišne čestice na kojoj je izgrađena građevina, a u postupku pretvorbe nije formirana posebna zemljišna čestica procijenjenog zemljišta, trgovačko društvo vlasnik je procijenjenog zemljišta i građevine (čl. 19.).

Preostalo turističko zemljište na kojemu je društveno poduzeće imalo pravo korištenja, upravljanja i raspolaganja, a nije procijenjeno u vrijednosti društvenoga kapitala, vlasništvo je jedinice lokalne samouprave na kojega se području nalazi to zemljište (čl.20.).

U poglavlju „Imovinski odnosi“ regulirani su:

- postupak parcelacije zemljišta,
- postupak utvrđivanja predmeta prava vlasništva nad zemljištem,
- uvjeti povrata zemljišta oduzetoga za vrijeme jugoslavenske komunističke vladavine,
- postupanje prijašnjeg vlasnika s vraćenom nekretninom.

Zakonom je određeno da pravo prvokupa zemljišta ima Republika Hrvatska ako ga prijašnji vlasnik odluči prodati.

1.5. Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara (NN, 69/99., 151/03., 157/03., 100/04., 87/09., 88/10., 61/11., 25/12., 136/12., 157/13., 152/14., 98/15.)

Ovim se Zakonom uređuju vrste: kulturnih dobara, uspostavljanje zaštite nad kulturnim dobrom, obveze i prava vlasnika kulturnih dobara, mjere zaštite i očuvanja kulturnih dobara, obavljanje poslova zaštite i očuvanja kulturnih dobara, obavljanje upravnih i inspekcijskih poslova, rad i djelokrug Hrvatskog vijeća za kulturna dobra, financiranje zaštite i očuvanja kulturnih dobara, te druga pitanja u svezi sa zaštitom i očuvanjem kulturnih dobara.

Kulturna dobra dijele se na nepokretna kulturna dobra, pokretna kulturna dobra i nematerijalna kulturna dobra.

Nepokretna kulturna dobra su:

- grad, selo, naselje ili njegov dio,
- građevina ili njezini dijelovi, te građevina s okolišem,
- elementi povijesne opreme naselja,
- područje, mjesto, spomenik i obilježje u svezi s povijesnim događajima i osobama,
- arheološko nalazište i arheološka zona, uključujući i podvodna nalazišta i zone,
- područje i mjesto s etnološkim i toponimskim sadržajima,
- krajolik ili njegov dio koji sadržava povijesno karakteristične strukture, koje svjedoče o čovjekovoj nazočnosti u prostoru,
- vrtovi, perivoji i parkovi,
- tehnički objekt s uređajima i drugi slični objekti.

U pokretna kulturna dobra ubrajaju se:

- zbirke predmeta u muzejima, galerijama, knjižnicama i drugim ustanovama, kao i u drugim pravnim osobama te državnim i upravnim tijelima, uključujući i fizičke osobe,
- crkveni inventar i predmeti,
- arhivska građa, zapisi, dokumenti, pisma i rukopisi,
- filmovi,
- arheološki nalazi,
- antologijska djela likovnih i primijenjenih umjetnosti i dizajna,
- etnografski predmeti,
- stare i rijetke knjige, novac, vrijednosni papiri, poštanske marke i druge tiskovine,
- dokumentacija o kulturnim dobrima,
- kazališni rekviziti, skice, kostimi i sl.,
- uporabni predmeti (namještaj, odjeća, oružje i sl.), prometna i prijevozna sredstva i uređaji, predmeti koji su značajna svjedočanstva razvitka znanosti i tehnologije,
- druge pokretne stvari od umjetničkoga, povijesnoga, paleontološkoga, arheološkoga, antropološkoga i znanstvenog značaja.

Nematerijalna kulturna dobra rezultat su duhovnog stvaralaštva, a prenose se usmenom predajom ili na neki drugi način. U ovu se skupinu ubrajaju:

- jezik, dijalekti, govori i toponimika, te usmena književnost svih vrsta,
- folklorno stvaralaštvo u području glazbe, plesa, predaje, igara, obreda, običaja, kao i druge tradicionalne pučke vrednote,
- tradicijska umijeća i obrti.

Poglavlje „Uspostava zaštite nad kulturnim dobrom“ elaborira uvjete privremenog donošenja rješenja o preventivnoj zaštiti kulturnog dobra i postupak utvrđivanja svojstva kulturnog dobra. Ako je neko kulturno dobro od posebnog značenja za Republiku Hrvatsku, onda se ono proglašava dobrom od nacionalnog značenja i upisuje se u Registar kulturnih dobara, i to u poseban dio – Listu kulturnih dobara nacionalnoga značenja. Registar se sastoji od tri liste: Liste zaštićenih kulturnih dobara, Liste kulturnih dobara nacionalnog značenja i Liste preventivno zaštićenih dobara. Kulturno dobro koje nije od nacionalnog značenje, može odlukom predstavničkog tijela županije, grada ili općine postati zaštićeno. Tada se govori o kulturnom dobru od lokalnog značenja.

Usto, Zakon definira prava i obveze vlasnika kulturnog dobra. U određenim situacijama vlasništvo se može ograničiti, i to dokumentiranja i istraživanja kulturnog dobra, zaštite kulturnog dobra i omogućavanje dostupnosti dobra javnosti. Vlasnik, nositelj prava na kulturnom dobru i drugi imatelj kulturnoga dobra dužan je nadoknaditi štetu na kulturnom dobru koju su uzrokovali postupci protivnim odredbama ovoga zakona.

Poradi zaštite i očuvanje kulturnih dobara, Zakon podrazumijeva obustavu građevinskih radova ako se, pri izvođenju tih ili bilo kojih drugih radova koji se obavljaju na površini ili ispod površine tla, na kopnu, u vodi ili moru naiđe na arheološko nalazište. Također, propisani su dokumentiranje i praćenje stanja kulturnih dobara, označavanje kulturnog dobra, utvrđivanje sustava mjera zaštite za kulturno dobro i utvrđivanje posebnih uvjeta za njegovu zaštitu. Radnje koje bi mogle narušiti cjelovitost i/ili uzrokovati promjene na pokretnom kulturnom dobru ili na nepokretnom kulturnom dobru mogu se poduzimati uz prethodno odobrenje ovlaštenoga tijela. Ono je ovlašteno prije izdavanja prethodnog odobrenja, prema potrebi, utvrditi posebne uvjete zaštite kulturnoga dobra.

Zakonom su regulirani izvoz, iznošenje i uvoz kulturnog dobra. Pod izvozom kulturnih dobara iz Republike Hrvatske razumijeva se izvoz u treće zemlje izvan carinskog područja Europske unije, a iznošenje kulturnih dobara iz Republike Hrvatske znači njegovo iznošenje u države članice Europske unije. Kulturno dobro može se privremeno izvesti i iznijeti iz Republike Hrvatske radi

izlaganja, ekspertiza, obavljanja radova na zaštiti i očuvanju kulturnog dobra ili drugih opravdanih razloga, uz odobrenje ovlaštenoga tijela. Privremeni izvoz ili iznošenje kulturnog dobra iz Republike Hrvatske može se odobriti najdulje na godinu dana od dana prelaska državne granice, s mogućnošću produljenja do pet godina.

Poslove na zaštiti i očuvanju obavljaju: restauratorske ustanove, muzeji, arhivi, knjižnice i slične ustanove, te specijalizirane pravne i fizičke osobe. Poradi praćenja i unaprjeđivanja stanja kulturnih dobara osniva se Hrvatsko vijeće za kulturna dobra. Funkcije su mu: raspravljanje o općim pitanjima iz područja zaštite i očuvanja kulturnih dobara, upoznavanje s programima zaštite kulturnih dobara i njihovom provedbom, predlaganje ministru kulture donošenje odluke o proglašenju ugroženoga kulturnog dobra i davanje mišljenja o uklanjanju nepokretnoga kulturnog dobra.

Fizičke i pravne osobe koje su obveznici poreza na dohodak ili poreza na dobit, a pritom obavljaju gospodarsku djelatnost u nepokretnom kulturnom dobru ili na području kulturno-povijesne cjeline, obveznici su spomeničke rente. Spomenička renta plaća se u godišnjem iznosu prema rješenju o utvrđivanju spomeničke rente koje donosi upravno tijelo jedinica lokalne samouprave zaduženo za poslove komunalnog gospodarstva.

1.6. Zakon o zaštiti okoliša (NN 80/13., 153/13., 78/15.)

Ovim se Zakonom uređuju: načela zaštite okoliša u okviru koncepta održivog razvitka, zaštita sastavnica okoliša i zaštita okoliša od utjecaja opterećenja, subjekti zaštite okoliša, dokumenti održivog razvitka i zaštite okoliša, instrumenti zaštite okoliša, praćenje stanja u okolišu, informacijski sustav zaštite okoliša, osiguranje pristupa informacijama o okolišu, sudjelovanje javnosti u pitanjima okoliša, osiguranje prava na pristup pravosuđu, odgovornost za štetu u okolišu, financiranje i instrumenti opće politike zaštite okoliša, upravni i inspeksijski nadzor, te druga pitanja s tim u vezi.

Koncept održivog razvitka definiran je kao takav razvitak društva koji kao temeljne kriterije uključuje ekološku, gospodarsku i socio-kulturnu održivost i koji poradi unaprjeđenja kvalitete života i zadovoljavanja potreba današnjeg naraštaja prihvaća iste mogućnosti u zadovoljavanju potreba idućih naraštaja, te omogućuje dugoročno očuvanje kakvoće okoliša, georaznolikosti, bioraznolikosti i krajobraza. Zaštita okoliša uvjet je za održivi razvitak, a jedan

od ciljeva zaštite je upravo zaštita i obnavljanje kulturnih i estetskih vrijednosti krajobrazu (čl. 7. st. 1.).

Elementi zaštite okoliša koji podižu atraktivnost turističke destinacije, a sadržani su u ovome zakonu su:

- zaštita prirode koja se odnosi na očuvanje georaznolikosti, bioraznolikosti, krajobrazne vrijednosti i raznolikosti te zaštitu prirodnih vrijednosti. (čl. 26.),
- zaštita od utjecaja opterećenja na okoliš (čl. 27.),
- zaštita od štetnog utjecaja genetski modificiranih organizama (čl. 28.),
- zaštita od buke (čl. 29.),
- zaštita od štetnog utjecaja kemikalija (čl. 31.),
- zaštita od svjetlosnog onečišćenja (čl. 32.),
- gospodarenje otpadom (čl. 33.).

Poradi promicanja proizvodnje i prodaje dobara i usluga sa smanjenim negativnim utjecajem na okoliš, Zakon određuje dodjeljivanje znaka zaštite okoliša Europske unije – EU Ecolabel pravnim i fizičkim osobama.

Literatura

1. *Zakon o pružanju usluga u turizmu* (NN, 68/07., 88/10., 30/14., 89/14., 152/14.)
2. *Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma* (NN, 152/08.)
3. *Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti* (NN, 85/15., 121/16.)
4. *Zakon o turističkom i ostalom građevinskom zemljištu neprocijenjenom u postupku pretvorbe i privatizacije* (NN, 92/10.)
5. *Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara* (NN, 69/99., 151/03., 157/03., 100/04., 87/09., 88/10., 61/11., 25/12., 136/12., 157/13., 152/14., 98/15.)
6. *Zakon o zaštiti okoliša* (NN, 80/13., 153/13., 78/15.)

2. Pregled strateških dokumenata

U ovoj se cjelini daje detaljniji osvrt na više strateških, i s njima povezanih, dokumenata kojima su stvoreni temelji i postavljene odrednice za razvoj turizma, kako na razini Republike Hrvatske, tako i na nižim razinama – Dubrovačko–neretvanske županije i grada Dubrovnika. U pregled su također uključeni i strateški marketinški plan hrvatskog turizma i Ministarstva turizma te strateški dokumenti povezani s problematikom kulturnog turizma. U tom se kontekstu detaljnije razmatraju sljedeći strateški dokumenti:

1. Strategija razvoja kulturnog turizma „Od turizma i kulture do kulturnog turizma“,
2. TOMAS Kulturni turizam (2008.),
3. TOMAS Ljeto (2014.),
4. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.,
5. Akcijski plan razvoja kulturnog turizma,
6. Strateški marketinški plan hrvatskog turizma 2014.–2020.,
7. Strateški marketinški plan Ministarstva turizma za razdoblje 2016.–2018.,
8. Strateški marketinški plan Ministarstva turizma za razdoblje 2017.–2019.,
9. Strategija razvoja turizma i odredbe o krucizing turizmu na području grada Dubrovnika,
10. Strategija razvoja turizma Dubrovačko–neretvanske županije 2012.–2022.

2.1. Strategija razvoja kulturnog turizma „Od turizma i kulture do kulturnog turizma“

Strategija razvoja kulturnog turizma, koju je Vlada Republike Hrvatske usvojila 2003., stvorila je temelje za sustavan razvoj kulturnog turizma te je istaknula mjere za prevladavanje tada najvećih problema: nepovezanosti kulture i turizma; nedostatka znanja o razvoju i upravljanju kulturnim turističkim proizvodima; neprikladne prezentacije kulturnih resursa, i nedostatnog marketinga, posebice na lokalnoj i regionalnoj razini. Na temelju analize postojećeg stanja, zaključeno je da Hrvatska ima uvjete na kojima dugoročno može graditi kulturnu turističku ponudu te imidž destinacije kulturnog turizma. U strategiji je za početnu fazu naglašena potreba podizanja razine

kvalitete prezentacije i interpretacije kulturnih resursa. U tom je kontekstu postavljen cilj da se oblikuje ključna masa kvalitetno prezentiranih, suvremeno interpretiranih i profesionalno promoviranih kulturnih turističkih proizvoda integriranih u cjelokupnu turističku ponudu destinacija. Time će se stvoriti imidž destinacija bogatih osmišljenom i sadržajnom kulturnom turističkom ponudom; obogatiti zadovoljstvo posjetom postojećih posjetitelja, stimulirati potrošnja, produljiti sezona i stimulirati izvansezonska potražnja; privući će se novi tržišni segmenti i potaknuti domaća potražnja.

Ostvarenje cilja postavljenoga Strategijom bilo je planirano četverogodišnje razdoblje tijekom kojega se kreira okružje i infrastruktura koja dugoročno potiče i usmjerava razvoj kulturnih turističkih inicijativa u Hrvatskoj. Jedna od identificiranih barijera bila je izostanak povezanosti i udruživanja kulture i turizma te nepostojanje zajedničke komunikacijske platforme. Razlozi su ležali u nerazvijenoj svijesti o sinergijskim učincima turizma i kulture te činjenica da za turizam kultura nije bila prioritetna aktivnost. Turizam se tradicionalno oslanjao na prirodne resurse, a uključivanje kulture u ponudu nije se držala prioritetnim. U tom smislu, u Strategiji je izdvojeno pet strateških prioriteta: (1) stvaranje pozitivnog okružja koje će poticati inicijative razvoja kulturnih turističkih proizvoda; (2) uspostava sustava organizacije i mehanizama intersektorske suradnje; (3) podizanje stupnja znanje i vještina potrebnih za razvoj kvalitetnih kulturnih turističkih proizvoda; (4) podizati standarda interpretacije, opremljenosti i kvalitete kulturnih turističkih proizvoda; (5) unaprjeđenje sustava protoka informacija, promocije i distribucije kulturnih turističkih proizvoda. Za svaki strateški prioritet Strategijom su bili definirani ciljevi i determinirane akcije potrebne za njihovo ostvarenje, uz nositelje projekta i razdoblje implementacije.

Unutar prvog strateškog prioriteta, dakle stvaranje pozitivnog okružja koje će poticati inicijative razvoja kulturnih turističkih proizvoda – definirani su specifični ciljevi stvaranja klime na nacionalnoj razini što podržava razvoj kulturnih turističkih inicijativa; stvaranja okružja u kojemu sve interesne strane razumiju ulogu i mjesto kulturnog turističkog proizvoda u kulturnome, turističkom i cjelokupnom gospodarskom razvoju; uspostava okružja u kulturnom sektoru koje opravdava i potiče prezentiranje i upravljanje kulturnim resursima tako da se od njihova stavljanja u turističku funkciju polučuje ekonomska korist. Drugi strateški prioritet, koji se odnosi na uspostavu sustava organizacije i mehanizama intersektorske suradnje, definirao je specifične ciljeve osnivanja formalne strukture zadužene za razvoj kulturnoga turističkog proizvoda na nacionalnoj i regionalnim razinama;

pritom treba osiguravati stabilne izvore financiranja i poticati umrežavanja i partnerstva kulturnog sektora i turizma na lokalnim i regionalnim razinama. Treći strateški prioritet – podizanje stupnja znanja i vještina potrebnih za razvoj kvalitetnih kulturnih turističkih proizvoda, definirao je specifične ciljeve razvijanja sustava obrazovanja kojim će se, kratkoročno i dugoročno, riješiti deficit znanja i vještina u području razvoja kulturnih turističkih proizvoda i njihove učinkovite promocije. Uz to ide i osvještavanje vrijednosti kulturnih resursa i njihovih turističkih potencijala članova gradskih poglavarstava i upravnih tijela, u kojih je ingerenciji, izravno ili neizravno, kulturni turistički proizvod, s potrebom razvijanja svijesti stanovnika o vrijednosti kulturnih turističkih resursa.

U okviru četvrtog strateškog prioriteta, dakle podizanja standarda interpretacije, opremljenosti i kvalitete kulturnih turističkih proizvoda – ciljevi razvoja proizvoda fokusirali su se na podizanje razine kvalitete prezentacije kulturnih resursa kako bi se postigla sinergija doživljaja, atrakcija pratećih turističkih proizvoda i omogućio jedinstven doživljaj lokaliteta. To zahtijeva označavanje, interpretaciju i prezentaciju najčešće onih resursa koje turisti posjećuju i koji su zastupljeni u promotivnim materijalima destinacija; tematizirane kulturne itinerare, od pješačkih do poludnevnih i jednodnevnih itinerara, naglašavanje značaja disperziranih povijesnih i kulturnih lokaliteta, realizaciju njihova turističkog potencija kako bi se potaknula aktivnost posjetitelja i geografski disperzirala potražnja te pretvaranje kulturnih resursa u jedinstven proizvod spreman za tržište. Peti strateški prioritet, unaprjeđenje sustava protoka informacija, promocije i distribucije kulturnih turističkih proizvoda – imao je za cilj učiniti kulturne turističke proizvode lako pristupačnim inozemnim i domaćim posjetiteljima; osmisliti sustavnu prezentaciju kulturnih turističkih proizvoda svim čimbenicima distribucijskog sustava u zemlji i na stranim tržištima i plasirati kulturne turističke proizvode koji slijede popratne promotivne aktivnosti.

2.2. *TOMAS Kulturni turizam (2008.) i TOMAS Ljeto 2014.*

TOMAS 2008 Kulturni turizam i TOMAS Ljeto 2014. dva su istraživanja koje je proveo Institut za turizam iz Zagreba, što je potrebno uzeti u obzir jer rezultati tih istraživanja uvelike upotpunjuju razmatranje postojećih dokumenata i mogu pridonijeti njihovu boljem razumijevanju.

TOMAS *Kulturni turizam* (2008.) prvo je sveobuhvatno istraživanje stavova i potrošnje posjetitelja kulturnih atrakcija i događaja u Hrvatskoj. Istraživanjem je trebalo prikupiti podatke o obilježjima turističke potražnje i potrošnje posjetitelja kulturnih atrakcija i događaja kao podlogu za kvalitetne odluke vezane uz razvoj kulturno–turističkih proizvoda i njihovu promociju. Istraživanje je provedeno od srpnja do listopada 2008., i prostorno je obuhvatilo 37 kulturnih atrakcija (16 kulturno–povijesnih znamenitosti, 9 muzeja i galerija te 12 događaja), ravnomjerno raspoređenih u priobalnim i kontinentalnim županijama. Glavni rezultati istraživanja pokazali su da je visok udio kulturom motiviranih turista (37 %) koji putuju specifično zbog posjeta kulturnoj atrakciji/događaju ili su na kulturom motiviranom odmoru, te izražavaju visok stupanj zadovoljstva posjetom (90 %) i visok stupanj interesa za kulturno–povijesnu baštinu. Uz to, četvrtina kulturnih turista zainteresirana za proizvode kreativnog turizma, npr. tečajeve gastronomije, berbe (maslina, grožđa, voća, ljekovitog bilja), arheološka iskapanja, tradicionalne narodne plesove i pjesme, radionice tradicijskih obrta i umjetničke radionice (kiparstvo, glazba).

Većina inozemnih kulturnih turista poistovjećuje Hrvatsku s bogatom kulturno–povijesnom baštinom, jedinstvenim običajima i tradicijom, bogatstvom muzeja i galerija, festivalima i događajima, bogatim kulturno–umjetničkim životom, i destinacijom pogodnom za kulturom motivirana putovanja. Klasična motivacija kulturnih turista, *želja za učenjem o kulturi, povijesti i baštini posjećenog kraja*, dominantan je motiv njihova posjeta. Aktivnosti kulturnih turista obuhvaćaju: obilazak kulturnih i povijesnim znamenitosti i atrakcija, crkava i samostana, muzeja i galerija, festivala, tematskih ruta i puteva te glazbeno–scenskih zbivanja i predstava. Posjetitelji su osobito zadovoljni kvalitetom postava/programa, mogućnošću da nauče nešto novo, profesionalnošću osoblja te čistoćom i urednošću. Vrlo nizak stupanj zadovoljstva iskazali su kvalitetom označavanja atrakcije/događaja na prometnicama i dostupnošću informacija prije polaska na put te po dolasku u destinaciju. Vezano za izvore informacija, kulturni turisti prikupljaju podatke o kulturnoj atrakciji ili događaju više od godinu dana unaprijed (46 %) ili po dolasku u destinaciju (26 %). Pri tome se najčešće oslanjaju na preporuke prijatelja, rođaka ili lokalnih stanovnika. Od formalnih kanala, najviše se koriste internetom (21 %), tiskanim promotivnim materijalima (18 %), radiom/TV–om (16 %), tiskanim turističkim vodičima (14 %) te novinama/časopisima (14 %).

Drugo istraživanje, TOMAS *Ljeto 2014*, kontinuirano je istraživanje o stavovima i potrošnji turista u Hrvatskoj. U kontekstu motiva kulture, iz

rezultata istraživanja razvidno je da je kulturom motivirano 7 % ljetnih odmorišnih turista. Ustanovilo se da kulturom inspirirani turisti Hrvatsku biraju kao destinaciju odmora prvenstveno zbog kulturne baštine (35 %) i zbog urbanističkog sklada i ljepote našim mjesta (35 %). Međutim, istraživanje stavova i potrošnje turista u Hrvatskoj tijekom ljeta 2014. upozorilo je i na to da turisti ponudu zabave, kulture, sporta i kupnje i dalje najslabije rangiraju na ljestvici stupnja svojega zadovoljstva.

2.3. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. polazi od analize ključnih pokazatelja dostignutog napretka, sagledava razvojna ograničenja i razvojne mogućnosti koje se očitavaju iz relevantnih razvojnih trendova u globalnom okruženju te prepoznaje ključne činitelje uspjeha na koje se hrvatska turistička politika mora usredotočiti u razdoblju do 2020. U tom smislu, Strategija izdvaja i prepoznaje kulturni turizam kao jedan od deset glavnih proizvoda uz nautički turizam (yachting i cruising), zdravstveni turizam, poslovni turizam, golf-turizam, cikloturizam, eno i gastroturizam, ruralni i planinski te pustolovni i sportski turizam.

U kontekstu kulturnog turizma, željena pozicija Hrvatske do 2020. jest da bude prepoznata kao novo, sadržajno i zanimljivo kulturno odredište uz veća ulaganja u razvoj palete inovativnih proizvoda kulturnog turizma te njihove intenzivnije i specijalizirane prodaje i promocije. Daljnja vizija odnosi se na revitalizaciju i opremanje pojedinačnih objekata baštine (npr. UNESCO lokaliteti), vjerskih lokaliteta i mreža hodočasničkih putova te uvođenje proizvoda nove generacije koji će omogućiti kreativno izražavanje i interakciju posjetitelja s lokalnim ambijentom, te otvoriti Hrvatskoj pristup novim potrošačkim segmentima. Posljedično, na karti kulturnog turizma kontinentalna i primorska Hrvatska prepoznate su kao destinacije bogate kulturno-povijesne baštine s više od tisuću dvoraca, kurija i utvrda. Osim toga, Strategija predviđa i novu izgradnju objekata namijenjenih kulturnom turizmu koja ima pretežno brownfield-karakter i odnosi se na prenamjenu i/ili adaptaciju različitih neiskorištenih industrijskih ili vojnih objekata u javnome vlasništvu kako bi se stvorila infrastruktura za razvoj različitih događaja i manifestacija.

Prioritetne aktivnosti u razvoju proizvoda predviđene Strategijom uključivale su: izradbu Akcijskog plana razvoja kulturnog turizma u suradnji

Ministarstva kulture, Ministarstva turizma i sustava turističkih zajednica; ulaganje u prepoznatljivost visoko atraktivnih pojedinačnih kulturnih atrakcija (npr. UNESCO–lokaliteti, arheološki nalazi, dvorci); uspostavu suvremenih centara za posjetitelje uz ključne atrakcije; identifikaciju mogućnosti razvoja novih događaja s potencijalom međunarodne prepoznatljivosti i gradnje imidža destinacija; poticanje razvoja kulturnih tematskih cesta i putova (npr. povijesne ceste, putovi UNESCO–baštine, vjerski putovi). Ostale aktivnosti razvoja proizvoda određene Strategijom odnosile su se na: poticanje primjene minimalne razine turistifikacije kulturnih objekata (npr. radno vrijeme prilagođeno turistima, osnovna interpretacija na svjetskim jezicima); ulaganja u kulturne, zabavne i sportske događaje, te osobito u suvremenu kulturnu produkciju u gradovima (strateški i akcijski planovi, kontinuirano obrazovanje profesionalnog kadra, podrška promociji); osmišljavanje portfelja visoko–atraktivnih proizvoda kulture života i rada, prioritarno gdje podržavaju imidž kulturno–turističkih destinacija.

2.4. Akcijski plan razvoja kulturnog turizma

Akcijski plan razvoja kulturnog turizma nastavak je planiranih aktivnosti na realizaciji Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. Njegov je cilj uspostaviti zajedničku razvojnu platformu i usuglasiti djelovanje glavnih dionika relevantnih za razvoj kulturnog turizma u Hrvatskoj, prema odrednicama zacrtanima Strategijom. Plan je nastavak sustavnog razvoja kulturno–turističke ponude Hrvatske. Ugrađen je kao prioritetni turistički proizvod u nacionalnu strategiju turističkoga razvoja, slijedi njezine glavne odrednice te definira konkretne aktivnosti i mjere koje treba poduzeti kako bi se kulturno–turistička ponuda razvijala sukladno ciljevima postavljenima za nacionalni strateški okvir.

Temeljem smjernica za razvoj kulturnog turizma iz Strategije razvoja turizma RH do 2020. definirano je pet strateških ciljeva: (1) razviti i opremiti ključne nacionalne kulturno–turističke atrakcije kvalitetnim vizitacijskim sadržajima; (2) osmisliti i pripremiti kulturno–turistički proizvodni portfelj na nacionalnoj i regionalnim razinama za plasman na turističko tržište; (3) aktivirati međunarodno i domaće turističko tržište kvalitetnim i dobro osmišljenim marketingom kako bi se stvorila tržišna prepoznatljivost na međunarodnoj razini i potaknula domaća potražnja; (4) stvoriti institucionalne

i organizacijske uvjete za razvoj kulturnog turizma uspostavom nacionalnoga liderstva i strateških partnerstva; (5) unaprijediti znanja, vještine i kompetencije dionika kulturnog turizma za razvoj proizvoda, uz poduzetništvo u turizmu i pružanje kvalitetne usluge.

Ovako postavljeni strateški ciljevi rješavaju ključna uska grla kulturnog turizma Hrvatske – kulturno–povijesne lokalitete koji ili nisu adekvatno opremljeni (za turističke posjete) ili su na niskom stupnju tržišne spremnosti; nedostatak konkretnih kulturno–turističkih proizvoda koji bi se mogli sustavno plasirati na turističko tržište; marketing koji, unatoč bogatstvu kulturne i povijesne baštine, nije uspio izgraditi slojeviti i kompleksniji imidž Hrvatske kao turističke destinacije. Njegovanje kulture partnerstva i suradnje koje počiva na posjedovanju ključnih znanja, vještina i kompetencija dionika u razvojnom procesu–ističe problem nedostatno konstruktivne suradnje u čijoj je pozadini međusobnoga nerazumijevanja i nepovjerenja koje proizlazi iz nedostatka znanja, vještina i kompetencija.

Akcijski plan usto definira pet programskih područja i 16 mjera koje valja realizirati poradi postignuća strateških ciljeva i realiziracije potencijala kulturnog turizma:

- (1) Infrastruktura za kulturni turizam kako bi se osigurala prezentacija i interpretacija materijalne i nematerijalne kulturne baštine te ujedinjavanje proizvoda kreativnih i kulturnih industrija, čime će se posjetiteljima ponuditi mogućnost za kvalitetno, interaktivno neformalno učenje o značenju kulturnog dobra, a destinacijama da identificiraju i komuniciraju s posjetiteljima jedinstvenost i autentičnost. U okviru ovog područja mjere se odnose na utvrđivanje prioriternih nacionalnih kulturno–turističkih atrakcija koje je potrebno opremiti suvremenim centrima za posjetitelje, kao i njihovu izgradnju.
- (2) Razvoj proizvoda kulturnog turizma radi stvaranja diversificirane kulturno–turističke ponude u svrhu vremenske i geografske disperzije turističke potražnje, dakle ravnomjernijega regionalnog razvoja i podizanja kvalitete kulturno–turističke ponude pa, time, njezine konkurentnosti. Mjere u ovome programskom području odnose se na: formiranje kompleksnijih proizvoda i sjedinjavanje ponude u tematske kulturne rute i itinerere na nacionalnoj i regionalnim razinama; njihovo umrežavanje u europske kulturne rute; oživljavanje destinacija festivalima i događajima i poticanje razvoja komplementarnih proizvoda kojima će se bogatiti doživljaj, te stimulirati malo i srednje poduzetništvo.

- (3) Marketing kulturnog turizma ima zadatak jačati imidž Hrvatske kao zemlje bogate kulturnim turističkim proizvodima na međunarodnom tržištu – njihove razlikovne komponente i specifičnosti koji pridonose autentičnim iskustvima, te jačanje svijesti unutar zemlje o vrijednostima i potencijalima kulturno–povijesne baštine za ukupni gospodarski razvoj. U tom smislu, definiran je splet mjera i aktivnosti kojima će se jačati imidž Hrvatske kao zemlje bogatih kulturnih turističkih proizvoda na međunarodnom tržištu, ali i svijest o kulturnom turizmu kao vrijednom i važnom turističkom proizvodu.
- (4) Partnerstvo za razvoj kulturnog turizma odnosi se na osiguranje koordiniranoga kreativnoga i inovativnog rukovođenja procesima razvoja kulturnog turizma uz pomoć formalnih i neformalnih mreža partnerstva i stabilnih izvora financiranja razvoja. Prijeko je za to potrebno različite misije kulturnog sektora i turizma te brojnih i raznorodnih uključenih dionika i zbog spektra specijaliziranih znanja potrebnih za uspješan razvoj i marketing kulturno–turističkog proizvoda. Mjere u okviru ovog područja odnose se na formalno nacionalno partnerstvo za razvoj kulturnog turizma te formiranje proizvodnih i marketinških klastera.
- (5) Edukacija za kulturni turizam usmjerena je na podizanje razine znanja, vještina i kompetencija potrebnih za razvoj kulturno–turističkih proizvoda i usluga te, time, i učinkovito djelovanje klastera. Mjere se odnose na definiranje kurikuluma i primjenu suvremenoga modularnog pristupa, koji omogućava stjecanje usko – specijaliziranih znanja, vještina i kompetencija tijekom manjeg broja nastavnih sati, uz formalno priznavanje tako stečenih kvalifikacija.

Prioritetna područja i mjere osmišljene su tako da realiziraju ključne zadaće koje je pred kulturni turizam postavila Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2020., a to je da pridonese: postizanju globalne prepoznatljivosti na turističkom tržištu; tržišnom repozicioniranju s destinacije „sunca i mora“ prema ponudi raznovrsnih autentičnih sadržaja i doživljaja; vremenskom proširenju i geografskoj disperziji turističke potražnje, uz vremenski i prostorno ravnomjerniji turistički razvoj; bogaćenju proizvodnog portfelja hrvatskog turizma kako bi se povećao broj turističkih dolazaka i turistička potrošnja.

2.5. Strateški marketinški plan hrvatskog turizma 2014. – 2020.

Svrha je Strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma pomoći Hrvatskoj i turističkoj industriji da turizmom ostvari veći prihod i razvojno napreduje. Plan predlaže strategije i inicijative za stvaranje dodane vrijednosti za tržište, privlačenja gostiju s tradicionalnih i novih tržišta, bolje upravljanje zadovoljstvom turista i kreiranje njihove odanosti. Plan se provodi na cijelom prostoru Republike Hrvatske u suradnji s turističkom industrijom, sustavom TZ-a, regionalnim vlastima i ostalim dionicima, u skladu s načelima „opće koristi”, usredotočenost na unapređenje prodaje i poštovanje autonomnosti regionalnih i lokalnih TZ-a.

Plan sadržava: analizu sektora, marketinšku viziju i ciljeve turističkog marketinga Hrvatske; marketinške strategije za Hrvatsku; marketinške planove uz implementaciju i plan upravljanja aktivnostima. Planom predložena „marketinška vizija” sastoji se od tri elementa: (1) Hrvatska želi igrati važnu ulogu na iskustvenim tržištima odmora, opuštanja i zabave te na tržištu turizma sastanaka; (2) Hrvatska želi postati destinacija s više kvalitetnih turističkih proizvoda; (3) glavni ciljevi: manja sezonalnost, veća potrošnja po turistu i snažniji turistički brend. Vizija i ciljevi marketinškog Plana u skladu su sa Strategijom razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020., koja ističe: snagu brenda i konkurentnost, turističko blagostanje i održivost, geografsku diversifikaciju, kvalitetni turizam, autentičnost i diferenciranu ponudu i smanjenje sezonalnosti. U skladu s tim, vizija Plana 2014. – 2020. jest da Hrvatska ubuduće ima važnu ulogu na iskustvenim tržištima odmora, istraživanja i zabave, te postane odredište s više turističkih proizvoda i s nižom sezonalnošću, većom profitabilnosti po turistu i snažnijim turističkim brendom. Tri izdvojena cilja su: povećati snagu brenda, umnožiti dolaske i dnevnu potrošnju.

Radi unaprjeđenja strateške analize provedeno je dubinsko istraživanje tržišta. Interna analiza pokazala je potencijal Hrvatske u turizmu izvan proizvoda sunca i mora te glavna ograničenja turističkog brenda. Hrvatska ima perspektivu da osvaja potencijalno tržište (ciljanih segmenata gostiju) u predsezoni i posezoni, i smještena je blizu većeg broja ključnih tržišta i može promovirati kratke odmore u predsezoni i posezoni. Nedostatci su što nije razvila adekvatan model komuniciranja svojih ključnih prednosti/koristi prema potencijalnom tržištu – nedostaje strukturiran i inovativan plan

proizvoda i doživljaja koji bi utjecao na bolju tržišnu prihvaćenost, te što je komunikacija snažno usmjerena na sunce i more (proizvod koji je moguć samo u vremenski ograničenom razdoblju), čime se nedostavno afirmiraju drugi proizvodi i turistička industrija (turoperator i putničke agencije).

S druge strane, eksterna analiza otkrila je da su gosti zadovoljni, ali da je pozicioniranje Hrvatske još uvijek lošije od konkurentskoga. Nedostaci su upravo snažna percepcija Hrvatske po brendu sunca i mora, što ograničava njezinu povezanost s drugim proizvodima, te potražnja u potpunosti ne razumije njezinu ukupnu ponudu. Također, brend nije pozicioniran na aspiracijskoj razini, zbog čega se smatra brendom srednje vrijednosti. Analiza ključnih slabosti hrvatskoga turističkog brenda identificirala je: slab imidž i percepciju brenda; nedostavno pozicioniranje (vizualni elementi i slogan); neisticanje mitova, slika, simbola i glazbe povezanih uz brend; nisku snagu brenda i proces usvajanja; manjkavost integriranog sustava brendiranja; nepovoljno upravljanje brendom i manjkavost njegove integrirane strategije.

Planom su postavljena tri glavna cilja (povećati snage brenda, rast broja dolazaka i dnevne potrošnje) i devet pomoćnih ciljeva koje treba postići do 2020., kako bi se ostvarila predložena marketinška vizija. Izdvojeno je i deset vodećih načela koja služe kao referentni okvir za strateški marketinški plan: (1) orijentiranost prema strateškom cilju; (2) usmjerenost prema dizajnu vrijednosti i doživljaja; (3) prioritet osnaženja brenda; (4) koncentracija ulaganja u odabrane geozone; (5) dodatna ulaganja u digitalni marketing; (6) podrška marketingu turističke industrije; (7) provedba tržišnih istraživanja; (8) snažnija afirmacija/aktivacija predstavništava HTZ-a u inozemstvu; (9) bliska suradnja s regionalnim i lokalnim TZ-ovima; (10) aktivacija marketinških metoda mjerenja uspješnosti ulaganja.

Prijedlog vrijednosti opisuje hrvatsku ponudu tako da objašnjava koristi koje ona može pružiti svojim gostima. U tom smislu, prijedlog vrijednosti naglašava prednosti Hrvatske i točke diferencijacije u usporedbi s drugim odredištima: ljepotu prirode i mora; netaknutost/očuvanost; bogatu povijest, umjetnost i kulturu; širok raspon gastronomije; te različitost životnih stilova. U tom se smislu prijedlog vrijednosti ugrađuje u portfelj proizvoda. Portfeljem proizvoda predložene su četiri proizvodne kategorije koje postaju sadržaj i srž ponude povezane sa svakim od četiri elementa motivacije (opuštanje, istraživanje, uživanje i upoznavanje), a proizvodni portfelj ujedinjuje ponudu diversificiranu u prema ciljanim tržištima. Dodatno, proizvodne kategorije uključuju sve proizvode koje je usvojila nacionalna Strategija razvoja turizma

do 2020. Za koncept istraživanja izdvajaju se: (1) vino i gastronomija; (2) avantura i sportovi; (3) priroda; (4) kultura.

Planom se preporučuje naglašavanje specifičnih kategorija i linija proizvoda:

- hrvatska obala (ture po otocima: aktivni odmor na obali, obalne ture, šarmantna ribarska mjesta na obali, kampovi, gastronomski užitci Jadrana, paketi „let/jedrenje” ili „let/kampiranje”, obiteljski odmor na obali itd.)
- posebni interesi (avanturizam i sport: Hrvatska za avanturiste, biciklizam i planinski biciklizam, sport u Hrvatskoj: biciklizam – biciklističke staze & EuroVelo staze, paketi „vozi/bicikliraj”, priroda: fotografije prirode, rute u prirodi, promatranje ptica, ruralni i planinski: autentično hrvatsko selo, odmor na selu);
- kultura i ture (kulturne i povijesne ture: UNESCO–ovo kulturno nasljeđe, šarmantni gradovi i mjesta, odmori na selu Hrvatske, nacionalni parkovi i parkovi prirode, šarmantna ribarska mjesta na obali...);
- jedrenje u Hrvatskoj (mjesta za jedrenje, ture po otocima, paket „let/ jedrenje”, jedrenje jadranskom obalom);
- kratki odmori (kulturne ture, tematski događaji, doživite Dubrovnik (Split, Zadar, Zagreb...), najautentičniji hrvatski gradovi, čuda prirode Hrvatske...).

Planom se posebice naglašava da Hrvatska mora identificirati ikone i simbole kako bi ojačala asocijacije između brenda i destinacijske ponude. S tim u vezi, regionalne ikone ključ su izgradnje regionalnih brendova kao sastavnih dijelova nacionalnog brenda. Istaknuto je bi Hrvatska trebala biti prepoznata i po raznovrsnosti doživljaja, pa je cilj pozicioniranja brenda – „Biti diferenciran kao „mediteranski turistički brend prepoznat po izvrsnosti i različitosti životnih stilova”. U skladu s tim, Plan izdvaja pet skupina inicijativa: (1) dizajn vrijednosti (za ojačavanje vrijednosnog prijedloga odredišta uspostavljanjem atraktivne ponude i dizajniranjem primamljivog brenda za ciljane segmente gostiju); (2) komunikacija vrijednosti (za informiranje gostiju o „koristima odredišta” i ojačavanje brenda u medijskim formatima poput oglašavanja ili odnosa s javnošću); (3) distribucija i prodaja vrijednosti (jer „isporuka vrijednosti” gostima zahtijeva inicijative stvaranja učinkovitih kanala distribucije i učinkovit prodajni sustav); (4) zadovoljstvo i zadržavanje

gostiju (jer „turistički lanac vrijednosti” nastavlja se definiranjem inicijativa osmišljenih da udovoljavaju očekivanjima gostiju i stimuliraju zadovoljstvo i lojalnost); (5) podrška industriji (inicijative koje uključuju transfer tehnologija i znanja, uz organizaciju godišnjeg kongresa turističke industrije).

2.6. Strateški plan Ministarstva turizma za razdoblje 2016. – 2018. i Strateški plan Ministarstva turizma za razdoblje 2017. – 2019.

Potrebno je dati i kraći osvrt na Strateški plan Ministarstva turizma za razdoblje 2016.–2018. i Strateški plan Ministarstva turizma za razdoblje 2017.–2019. Oba strateška plana ističu opći cilj podizanje konkurentnosti hrvatskog turizma uz afirmaciju Hrvatske kao jedne od vodećih međunarodnih turističkih destinacija, te dva posebna cilja: unaprijediti turističku kvalitetu i sadržaj turističkog proizvoda, te afirmaciju Hrvatske na međunarodnome turističkom tržištu učinkovitom promocijom.

U tom smislu, unaprjeđenje turističke kvalitete i sadržaja proizvoda razumijeva razvoj i oblikovanje novih uz poboljšanje postojećih turističkih proizvoda i usluga, implementirajući inovativnost, pametne specijalizacije, održivost u jačanju konkurentnosti hrvatskoga turističkog tržišta. Ostvarenje postavljenog cilja uvjetuje postizanje visoke razine kvalitete u svim segmentima. To znači visinu kvalitete ljudskih potencijala, kvalitete usluge, smještaja, organiziranog boravka, popratnih usluga i sadržaja, dakle kvalitete ukupnoga turističkog doživljaja.

U kontekstu afirmacije Hrvatske na međunarodnom turističkom tržištu učinkovitom promocijom, naglašava se da je ključno novim marketinškim aktivnostima provesti transformaciju Hrvatske u destinaciju koja nudi više od obiteljskog odmora, više od ljeta i više od sunca i mora. Jedna od osnovnih aktivnosti je inoviranje promocijskog miksa uz naglasak na „nove medije“ kao nove komunikacijske kanale s iznimno brzim rastom korisnika i nizom prednosti, poput dostupnosti, informativnosti, mogućnosti multimedijalne komunikacije i dr.

2.7. Strategija razvoja turizma i odredbe o kruzing – turizmu na području grada Dubrovnika (2016.)

Sveučilištu u Dubrovniku izradilo je dokument „Strategija razvoja turizma i odredbe o kruzing turizmu na području Grada Dubrovnika do 2025. (I. faza)“. Strategija je uputila na temeljna razvojna polazišta i na pitanje dostignute razine razvoja dubrovačkog turizma, njegove ponude i potražnje; analizirale su se dobre i loše strane postignuća, sagledao se postojeći turizam u sklopu globalnih turističkih trendova, te su se ocijenile prilike za Dubrovnik u novim geopolitičkim/ekonomskim uvjetima otkako je Hrvatska članica EU–a. Osim toga, odgovorilo se na ključna pitanja turizma grada Dubrovnika: u kojem će se smjeru razvijati, kako učinkovito upravljati turizmom/turističkim prostorom te kako upravljati posebno dinamičnim kruzing – turizmom. U ovom je dokumentu strategija razvoja turizma prezentirana po klasterima uzimajući u obzir ekonomske, prometne, demografske i ostale kriterijima, kao i stupanj razvijenosti i mogućnosti/smjernice razvoja turističkog sustava. Izdvojena su tri karakteristična područja/klastera (uže gradsko područje, prigradsko područje i Elafiti), a naglašava se da su klasteri sadržajno i tematski različiti, ali izrazito komplementarni.

Strateško opredjeljenje turističkog razvoja na području grada Dubrovnika temelji se na načelima održivog razvoja koji znači: sklad između okolišnih, ekonomskih i socijalnih elemenata, očuvanje prostornih vrijednosti i kulturno–povijesne baštine, visoku kvalitetu turističkog proizvoda i usluga, bogatu, raznovrsnu i autentičnu ponudu za sve segmente potražnje, autentičan turistički doživljaj i ravnomjeran razvoj turizma na cijelom području/ pojedinim klasterima. U smislu vizije razvoja do 2025., grad Dubrovnik anticipira se kao globalno prepoznatljiva turistička destinaciju koja živi tijekom cijele godine i svoje prirodno i kulturno nasljeđe i lokalni stil života interpretira kroz jedinstveni turistički doživljaj, a prigradsko područje vidi kao lokalitet novih i inovativnih sadržaja za odmor i rekreaciju koji poštuje i oplemenjuje prostor i okoliš. Ističe se da je jedan od izazova dubrovačkoga turizma smanjenje sezonalnosti, a neki od izdvojenih prioriteta u razvoju su: unaprjeđenje ponude, koja treba biti kvalitetnija, raznovrsnija, originalnija; čuvanje kulturne baštine i razvijanje, više nego dosad, kulturnog turizma i produljenje turističke sezone.

Strategija posebice naglašava neke od strateških ciljeva koji uključuju: (1) postizanje dugoročno održivoga i konkurentnog turizma na međunarodnome

turističkom tržištu uz očuvanje autentičnosti i poštovanje tradicije, pri čemu se kao pojedinačni ciljevi izdvajaju: jačanje održivog korištenja materijalne i nematerijalne kulturne baštine, učinkovito korištenje i upravljanje prirodnim, društvenim i prostornim resursima, te promjena postojećeg imidža; (2) kontinuiran rad na kvaliteti u svim aspektima formiranja turističke ponude poradi rasta turističke potrošnje, s posebnim naglaskom na produženje sezone posebnim oblicima turističkih proizvoda utemeljenih na diferencijaciji.

2.8. Strategija razvoja turizma Dubrovačko–neretvanske županije (2012. – 2022.)

Glavni izvođač Strategije razvoja turizma u Dubrovačko–neretvanskoj županiji bio je Zavod za prostorno uređenje Dubrovačko–neretvanske županije, koji je kao podizvođača angažirao tvrtku Horwath Consulting, Zagreb. Strategija je obuhvatila: analizu situacijskih elemenata u Županiji i klastera vezanih za turizam; analizu turističkih pokazatelja Županije i klastera s pozicije ponude i potražnje; strateška polazišta turističkog razvoja, ključne attribute, viziju, pozicioniranje i vodeće strategije Županije i klastera; model rasta turističkog prometa i smještajnih kapaciteta prema proizvodima i tipovima smještaja; plan razvoja proizvoda; plan investicija i projekata konkurentnosti; upravljački model.

Situacijskom je analizom istaknuto da je Dubrovačko–neretvanska županija atraktivan, ali geografski heterogen i razmjerno nefunkcionalan prostor, koji je nedostatan kvalitetno povezan sa središtem Županije. Uz to, njezini različiti dijelovi imali su i različitu povijest, koja je uvjetovala i dijelom različita kulturna obilježja te različite načine stvaranja ekonomskog blagostanja. Također, upozorava se da dio Županije (npr. Mljet i dijelovi Korčule i Dubrovačkog primorja) prate vrlo negativni demografski trendovi, pa se nalaze u situaciji u kojoj je interno pokretanje bilo kakva gospodarskoga ili turističkog razvoja vrlo izazovno. S druge strane, ističe se da je depopulacija dodatno povećala slobodan prostor u kojemu su moguće i razvojne inicijative većih razmjera. Kao ključne probleme turističkog razvoja, između ostalih, Strategija identificira: nejasno tržišno profiliranje u uvjetima ograničenog tržišta i proizvoda; fragmentirano upravljanje i neusuglašenost interesnih skupina (osobito između privatnog i javnog sektora); inkompatibilnost turističkih i razvojnih modela različitih klastera, te ograničen lanac vrijednosti (proizvoda i usluga) za komercijalizaciju izvan glavne sezone. Strategijom je

izdvojeno šest klastera: Dubrovnik, Pelješac, Neretva, Korčula, Lastovo i Mljet, a klaster Korčule i Mljeta zahtijevaju posebnu pozornost.

Strategijom turističkog razvoja za klaster Korčula izdvojene su ključne značajke jedinstvenog spoja raznolike geografije i autentičnih prirodnih i kulturnih atributa te bogatstva kulturne baštine i događaja. U tom smislu, vizija klastera Korčula globalno je prepoznata mediteranska destinacija koja svojim gostima nudi iskustvo bogate povijesti i užitak u kulturnoj baštini, te na tome temeljenim događajima. Zatim, otočni način života, tradicija, ali i inovacije, i gastronomska bogatstva oblikuju autentična iskustva za svoje goste, čime se naglašava identitet i značajke prostora i ljudi koji na njemu žive. Integracijom svih otočnih destinacija aktivira se cjelokupni turistički lanac vrijednosti, što znači i povezivanje te usku suradnju svih ključnih subjekata ovog klastera. Jedan od stupova vizije klastera Korčula jest izgradnja kompletnoga turističkog lanca vrijednosti te razvoj i oblikovanje turističkih proizvoda temeljenih na kulturi, povijesti i prirodnoj baštini. U kontekstu tržišnog pozicioniranja, Korčula se označava kao *upper midscale* destinacija (8 mjeseci), a kao primarni proizvodi izdvajaju se: nautika, sunce i more, događaji, kultura, ruralni i gastro. Ključne karakteristike ruralnoga i gastro-proizvoda autentične su ruralne kuće na otoku, kušaonice vina, tipični otočki agrikulturni proizvodi i ruralni objekti, dok su za proizvod događaja i kulture ključni interpretacija povijesti, glazba, tradicionalni plesovi (Moreška, Kumpanija) festivali i sl.; događaji u urbanim centrima otoka, osobito u Korčuli (pozornica izvan sezone), te internacionalna tržišta. U razmatranju klastera Korčula obuhvaćeni su i klasterski projekti konkurentnosti koji se, između ostalog, orijentiraju na Upis grada Korčule i viteške igre Moreška na UNESCO-om listu; tematski park Marko Polo; Kuću Moreške – Korčula; Kuću Kumpanije – Blato / Vela Luka; muzej vina u Čari; ture na Korčuli; koncept pješačkih i biciklističkih staza; vinske ceste; cestu maslinova ulja na otoku Korčuli; Velu spila – muzej na otvorenome i Plavu stazu; razvoj komplementarne ponude; muzej srebra i zlata Smokvice; agroturizam i ruralne kuće za odmor.

Strategijom turističkog razvoja za klaster Mljet izdvojene su ključne značajke raznolikosti prirodnih fenomena (Nacionalni park Mljet, zeleni otok, plaže i obala) i mistične povijesti (Odisejeva špilja, brodolom sv. Pavla, ostatci vjerskog nasljeđa). Vizija klastera Mljet temelji se na otoku parku koji stacionarne goste i izletnike privlači jedinstvenim i raznolikim doživljajem prirode te interpretacijom mitologije vezane za povijest otoka, pri čemu stanovništvo aktivno sudjeluje u ponudi malih, autentičnih i živopisnih smještajnih objekata proizvodima ruralnog turizma i posebnih interesa, te objekte u kojima se interpretira prirodno i povijesno nasljeđe otoka. U

smislu tržišnog pozicioniranja klastera, Mljet je *midscale* – destinacija (6 mjeseci), s karakterom otoka parka dominantnih raznolikosti prirodnih fenomena, te s primarnim proizvodima nautike, posebnih interesa, sunca i mora, te sekundarnim ruralnim i gastro–proizvodima. Specijalni interesi temelje se na prirodnoj resursnoj osnovi, prometnoj izoliranosti klastera te osjećaju izdvojenosti, dok se ruralni i gastro–proizvodi oslanjaju na visoku razinu tradicionalnosti i raspoloživost lokalnih namirnica. Među klasterskim projektima konkurentnosti izdvajaju se: Nacionalni Park Mljet, koncept pješačkih i biciklističkih staza, interpretacijski centar Mljet – Odisejev otok, specijalizacija gastronomske ponude, razvoj komplementarne ponude, te revitalizacija postojećih ruralnih objekata.

Literatura

1. *Akcijski plan razvoja kulturnog turizma „Od turizma i kulture do kulturnog turizma“*, 2015., Institut za turizam, Zagreb.
2. *Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2014.–2020.*, 2014., Ministarstvo turizma – *Horwath Consulting*, Zagreb i THR, Barcelona.
3. *Strategija razvoja kulturnog turizma „Od turizma i kulture do kulturnog turizma“*, 2003., Ministarstvo turizma, Zagreb.
4. *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.*, 2013., Ministarstvo turizma, Zagreb.
5. *TOMAS 2008 Kulturni turizam*, 2009., Institut za turizam, Zagreb.
6. *TOMAS Ljeto 2014*, 2015., Institut za turizam, Zagreb.
7. *Strateški plan Ministarstva turizma za razdoblje 2016. – 2018.* izmjene i dopune, 2016., Ministarstvo turizma, Zagreb.
8. *Strateški plan Ministarstva turizma za razdoblje 2017. – 2019.*, 2016., Ministarstvo turizma, Zagreb.
9. *Strategija razvoja turizma Dubrovačko–neretvanske županije (2012.–2022.)*, Zavod za prostorno uređenje Dubrovačko–neretvanske županije i Horwath HTL, Dubrovnik, 2013. (pdf verzija)
10. *Strategija razvoja turizma i odredbe o kruzing turizmu na području grada Dubrovnika*, 2016., Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik.

3. Stari planovi i strategije razvoja turizma: Dubrovačko primorje, otok Mljet i otok Korčula

3.1. Dubrovačko primorje

U ovom se dijelu razmatraju razvojne strategije i planovi od osamdesetih godina prošlog stoljeća. Razvojnem studijom donesenom 1985., obuhvaćene su turističke mogućnosti i gospodarsko aktiviranje područja Zaton – Slano. Ovom studijom obuhvaćen je prostor od Štikovice do uvale Budima, s naseljima u priobalnom pojasu: Zaton, Orašac, Trsteno, Brsečine i Slano, te prostor planinskog zaleđa s naseljima: Gromača, Kliševo, Ljubač, Mrčevo, Majkovi Gornji, Majkovi Donji, Mravinjac, Mravinca, Dubravica, Grbljave, Trnova i dr. (Džubur, H., et al., 1985.).

Šezdesete su godine vrijeme kada se počinje razmišljati i raspravljati o mogućnostima razvoja Primorja kao cjeline i kada počinje izradba studija o njegovu razvoju. Realizaciji osmišljenih ciljeva bilo je moguće ozbiljnije prići tek 1976., kada je osnovan Fond za razvoj nerazvijenih područja općine Dubrovnik. U vremenu od 1976. do 1991., kada je Fond ukinut, ostvareno je proširenje hotela u Slanome, izgradnja „Vrtova sunca“ u Orašcu, kamenolom Mironja, vodovod u Zatonu, pogon za obradbu kamena u Visočanima, vodovod u Slanome, peradarska farma u Banićima, pogon za proizvodnju školjaka i ribe na Bistrini, skladište trgovačke robe u Dolima, uvedeni su telefoni u sva sela, izgrađeni su putevi od magistrale do sela, financirani programi sadnje aromatičnog bilja i sl. (Brunsko, 1995.).

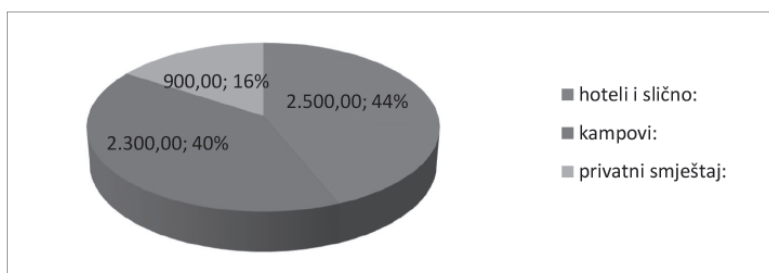
Udaljavanjem od užega primorskog pojasa prema planinskom zaleđu, smjestio se u krškim uvalama i depresijama velik broj manjih i većih naselja, s odlikom tradicionalnoga agrarnog gospodarenja u kojem prevladavaju djelatnosti maslinarstva, vinogradarstva, povrtlarstva i stočarstva. Zbog svojeg prirodno–geografskog položaja, relativno razvijene prometne mreže, očuvanih autohtonih primjera (ambijenata) ruralnog graditeljstva, nacionalnih vrijednosti folklor, običaja i kulture, a posebno blizine primorskih urbanih zona – gotovo sva spomenuta naselja planinskog zaleđa imaju neospornu turističku privlačnost i svojevrsnu izvornu atraktivnost. Potiče se poljoprivreda kao pomoć razvoju turizma. U Gornjim Majkovima prepoznat je potencijal za razvoj stočarstva i dijela ruralnog turizma u obliku

izleta. Dubrovačko primorje kao samostalna općina nastaje tek 1997., a do tada bilo je dio općine Dubrovnik, pa su se planovi i strategije turističkog razvoja turizma mogle iščitavati jedino u strategiji razvoja općine Dubrovnik.

3.1.1. Mogućnosti razvoja Dubrovačkog primorja

U Razvojnoj studiji iz 1985. detaljno je razrađena mogućnost turističkog aktiviranja cijelog područja, tako da se u obalnom dijelu razvijaju smještajni kapaciteti s pratećim sadržajima, a unutrašnji dio usmjerava se na tradicionalnu proizvodnju i valorizaciju nekih obilježja ambijenta, kako bi se i to uključilo u turističku ponudu radi ekonomskog aktiviranja cijelog područja. Prioritet turističke izgradnje daje se lokalitetima u blizini Slanog kako bi se unutar njega zaokružila cjelovita turistička ponuda – od smještajnih do rekreativnih, ugostiteljskih i ostalih kapaciteta. To uključuje lokacije za autokamp, apartmanski smještaj u bungalovima i veliki rekreativni centar. Na području Slađenića planira se izgradnja turističkog naselja gdje bi trebao biti izgrađen novi hotel s rekreacijskom zonom za šire područje. Čitavo se područje namjerava opremiti infrastrukturnom mrežom, a u uvalama Slađenići, Budima i Janska mogli bi se izgraditi plažni i ugostiteljski objekti kao dopuna turističkoj ponudi.

Pretpostavljena stopa rasta kapaciteta do 2000. godine iznosi oko 10,2 % godišnje, porast ukupne turističke potražnje, dakle fizičkog obujma turističkog prometa, trebao bi se razvijati po prosječnoj stopi između 6,7 % i 7,5 % godišnje. U tom slučaju, na bazi projekcije razvoja smještajnih kapaciteta (14 000 ležajeva) kojima bi navedena zona raspolagala u 2000. godini, ukupan turistički promet iznosio bi u hotelima i sličnim objektima, autokampovima i domaćinstvima između 1 252 000,00 i 1 438 000,00 noćenja (Džubur, H., et al., 1985.). Struktura smještajnih kapaciteta za zonu Slano do 2000. trebala bi biti sljedeća:



Grafikon 1. Struktura smještajnih kapaciteta do 2000.

Izvor: Prema (Džubur, H., et al., 1985.)

Da bi se mogla racionalno organizirati gospodarska aktivnost u turizmu i maksimalno iskoristiti postojeći resursi i demografski potencijal, trebalo bi dostići smještajni kapacitet područja za planiranih 14 000 gostiju. Uz taj kapacitet vezuju se odgovarajući sadržaji koji bi omogućili realizaciju turističke potrošnje, kakva opravdava potrebna ulaganja u izgradnju infrastrukture društvenih i komercijalnih sadržaja, prijeko popotrebni za funkcioniranje i rentabilno poslovanje nositelja turističke ponude. Zbog toga valja usmjeriti znatnije investicije u nedostajuće infrastrukture, posebno vodovodnu.

U Slanome se planira izgradnja marine kapaciteta od oko 300 vezova I. kategorije. U okviru hotela *Admiral* – Slano bila je turistička hotelska lučica kapaciteta oko 15 vezova. Planiralo se proširenje za još 35 vezova tako da bi ukupni kapacitet iznosio 50 vezova. Lučica na lokaciji Grgurici – Osmine imala je 15 vezova, a planiralo se proširenje s još 15 vezova tako da bi ukupni kapacitet bio 30 vezova. Što se tiče turističke potražnje za obrtničkim uslugama, pretpostavlja se da bi najtraženiji bili: frizeri, pedikeri, modne trgovine, prijevoznici, krojači, kemijske čistionice, automehaničari, proizvođači suvenira, itd.

Također je u planu izgradnja zabavno–rekreativnih centara koji bi popunjavali zabavni život stanovništva i turista, a bili bi dostupni tijekom cijele godine. Tako su na području Slanoga planirani noćni bar, diskoklub, mehaničke igre, kino itd. Sadržaji bi se dijelom vezivali uz more i plaže, a dijelom za druge oblike dnevne rekreacije. Za tu svrhu planiralo se izgraditi sljedeće terene:

Tablica 2. Planirani sportski tereni u Slanome

Izgradnja sportskih terena u Slanom:	
Sportski teren	Broj predviđenih terena
Igralište za tenis	3
Igralište za odbojku i košarku	3
Mini golf	3
Tereni za boćanje	2
Kuglana	1
Nogometno igralište	1

Izvor: (Džubur, H., et al., 1985.)

U dijelu zaleđa, izgradio bi se vidikovac s odgovarajućim ugostiteljskim i drugim sadržajima u selu Gornji Majkovi s pojedinim malim ugostiteljskim jedinicama koje bi mogle primiti organizirane izletnike iz primorskog dijela područja. Namjerava se razvijati izletnička ponuda koja bi obuhvaćala

obilazak nekih specifičnih spomenika, špilja i prirodno atraktivnih točaka uz konzumiranje lokalnih specijaliteta u autohtonom ambijentu seoskih naselja, dakle, računa se na tzv. seoski turizam. Budući da je more relativno blizu, potrebno je poboljšati prometnica, koje bi sela još više približila moru.

3.1.2. Potrebna ulaganja u infrastrukturu i smjernice razvoja

Potrebna ulaganja o kojima se govorilo 1985. bila su namijenjena za telekomunikacije (tadašnje ptt – usluge) i cestovnu infrastrukturu koja bi izravno bila u funkciji novoizgrađenih hotelskih i ostalih turističkih kapaciteta, parkirališta, uz proporcionalan broj postelja smještajnih/ugostiteljskih objekata, luke i lučice, vodovodnu infrastrukturu koja je ujedno najveći problem Dubrovačkog primorja zbog nedostatka osnovne vodovodne mreže. Pravo rješenje bilo bi priključenje najvećeg dijela zapadnog područja (Slano) na opskrbu vodom iz regionalnog vodovoda Neum. Što se tiče elektroenergetske infrastrukturne mreže, ona je dosta dobro riješena za buduće potrebe električnom energijom. Potrebna su samo elektroenergetska rješenja i ulaganja neposredno vezana za turističke objekte (Džubur, H., et al., 1985.).

U članku iz 1995. objavljenome u *Zborniku Dubrovačkog primorja i otoka*, autorica Zagorka Brunsko skreće pozornost na stradanje Dubrovačkog primorja u Domovinskom ratu, te daje daljnje smjernice za planirani oporavak i razvoj turizma navedenoga područja. Budući da je Dubrovačko primorje tijekom rata pretrpjelo veliku štetu, to je utjecalo na razvoj i realizaciju zadanih ciljeva iz postojećih razvojnih strategija. Turistički su objekti pretrpjeli velika oštećenja i razaranja. Hotel *Admiral* u Slanome čitav je spaljen i izgranatiran; ratne štete su dosegnule čak 85 % njegove vrijednosti. Prilikom obnove, namjerava se smanjiti broj postelja sa 610 na 350–400 i barem 50 % kapaciteta osposobiti za poslovanje tijekom čitave godine. Također se smatralo potrebnim poboljšati kvalitetu i kategoriju, povećati površinu soba i komfor, povećati društvene sadržaje i eventualno ih dopuniti još ponekim, pribaviti uredne dozvole za ronjenje u skladu sa zakonima RH, riješiti bolju prometnu povezanost Slanoga s Dubrovnikom. Teško je stradao i hotel *Osmine*, koji se namjerava obnoviti s istim kapacitetima i kategorijom, ali uz manja kvalitativna poboljšanja i neke manje dodatke sadržajima, planiran je rad tijekom cijele godine (Brunsko, 1995.).

Iz *Polazišta programa razvitka turizma na Dubrovačkom području* skupine autora nastale u rujnu 1999., vidljive su smjernice razvoja određenih dijelova općine Dubrovačko primorje. Smatra se da u uvali Budima postojeći

autokamp i dalje može ostati, ali treba poboljšati uvjete ulaganjem dodatnih sredstava i ograničiti kapacitet. Za uvalu Janska predloženo je planirati ljetnu marinu od pedesetak vezova uz manja bungalovska naselja od oko 100 postelja. Smatra se da u Slanome, uzimajući u obzir hotel *Osmine* i hotel *Admiral* koji će se obnoviti, ima prostora za izgradnju jednog bungalov naselja s oko 150 postelja od 4 zvjezdice. Privatni bi se smještaj trebao proširiti do 500 postelja na ovom području jer su takvi kapaciteti podnošljivi. Što se tiče osposobljavanja radne snage, rješavalo bi se obučavanjem i zapošljavanjem osoba iz gornjih sela. Ističe se kako Slano treba biti i luka nautičkog turizma; prostora ima za veliku ili manju marinu, cjelogodišnjega ili sezonskog karaktera, ovisno o investitoru i potrebama tržišta. Područje Ratac, koje nema kvalitetno područje za gradnju zbog neplanske gradnje, potrebno je kvalitetno umrežiti u turističku ponudu (Barbieri, V., et al., 1999.).

Godine 2009. objavljen je rad „Mogućnosti i smjernice održivog ekoturizma na primjeru Dubrovačkog primorja“, a cilj je bio uputiti na stanje i mogućnosti razvoja ekoturizma na načelima održivog turizma. Polazeći od socio–demografske i infrastrukturne karakteristike lokalnih zajednica koje su analizirane u radu, predložene su sljedeće smjernice:

- donijet će se zakonska regulativa i točno definirati pojam ekoturizma,
- izradit će se projekt održivog razvoja ekoturizma na nacionalnoj razini te konkretan projekt na županijskoj razini i uključivanje u međunarodne projekte razvoja ekoturizma,
- poboljšava se prometna infrastruktura i povezanost, s tim da pojedina područja na ekoturističkoj lokaciji trebaju biti pošteđena upotrebe motornih prijevoznih sredstava; u takvim situacijama uvodi se vožnja biciklom, jahanje i sl.,
- potrebno je voditi računa o održivosti i očuvanju prirodnih resursa,
- provodit će se mjere za povećanje broja stanovnika te raditi na podizanju obrazovne razine,
- poboljšava se ponuda i kvaliteta ponude smještajnih objekata,
- potaknut će se obnova i izgradnja objekata u skladu sa zahtjevima ekoturista, zadržati ambijentalnu gradnju i tradicionalni način života na selu kao posebnu turističku aktivnost,
- u izgradnji receptivnih kapaciteta prednost se daje objektima građenim od ekološki prihvatljivih materijala kao što su energija vjetra, solarna energija i slično,

- razviti treba ljudske potencijale i menadžerske vještine kako bi svojim znanjem isti bili nositelji razvoja i naprednih ideja,
- povećava se interakcija s lokalnim stanovništvom,
- potaknut će se proizvodnja ekološke hrane,
- potaknut će se proizvodnja ljekovitog bilja,
- poboljšat će se sustav informiranja turista (Dragičević, 2009.).

3.1.3. Strategija razvoja turizma općine Dubrovačko primorje 2012. – 2022.

Strategija razvoja turizma Dubrovačko–neretvanske županije podijeljena je na sedam klastera. Općina Dubrovačko primorje nije evidentirana kao samostalan klaster, nego je prikazana skupno s gradom Dubrovnikom i općinom Župa dubrovačka. U njoj se kao ključni investicijski projekt ističe Mega resort Dubrovnik smješten u Primorju. Bio bi turistički resort najviše kategorije s: ekskluzivnim sadržajima, hotelom i turističkim naseljem kapaciteta od 3 500 kreveta, s vilama, bogatim *wellness*–sadržajima, popratnim sadržajima kao MICE kapacitetima, sportskim sadržajima, morskom šetnicom, komercijalnim prostorima, prikladnim prometnicama i dostupnom infrastrukturom, prilagođenima najvišim tržišnim zahtjevima, uz vrijednost investicije procijenjene u iznosu od 150 – 200 mil. eura na površini 35–45 ha. Očekivani financijski prihod procjenjuje se na 60 – 90 mil. eura godišnje.

Ovom strategijom planiraju se različite atrakcije, povezane s turističkom infrastrukturom kao što su: ekopark na području Imotica – Topolo, koji bi sadržavao zone za istraživanje, igru i zabavu, a imao bi sve potrebne komercijalne, ugostiteljske i ostale sadržaje, sustav vidikovaca na mreži lokacija s najljepšim pogledima prema moru i unutrašnjim dijelovima zaleđa s pogledom na polja i sela. To podrazumijeva i kvalitetno dizajnirane platforme za posjetitelje s interaktivnim informacijskim pločama, suvremenim dalekozorom i sl., zatim revitalizaciju šetnica uz more, ture kroz Primorje, koncept pješačkih i biciklističkih staza, agroturizam kao poticaj poljoprivrede i proizvodnje tradicionalnih lokalnih proizvoda u Topolome, Majkovima, Ošlju, Mravinici, Liscu itd.; usto i ruralni *bed&breakfast*, ruralni obiteljski hotel, ruralnu kuću za odmor na mogućim lokacijama u Topolome, Majkovima, Smokovljanima, Visočanima, Čepikućama, te vinske ceste i kušaonice vina kao ruralni resort (Consulting, 2013.).

3.2. Otok Mljet

Turizam kao gospodarski sustav pojavljuje se na Mljetu 30-tih godina prošlog stoljeća, prvenstveno kao odraz turističkog potencijala Dubrovnika. U početcima turističkog prometa na otoku je pretežan udio izletnika. Razvoj turizma na Mljetu teкао je sporo. Turistička ponuda otoka nije organizirana kao jedinstven prostorni i funkcionalni sustav, već je zbroj pojedinačnih turističkih lokacija bez ikakvih programskih specifičnosti, koje bi se bazirale na osobitostima mljetskog prostora i na taj način podigle razinu cjelokupne turističke ponude. Turistički kapaciteti i efekti od turizma gotovo su nezapazivi. Udio smještajnih kapaciteta u ukupnim kapacitetima općine iznose 1986. 2,2 %, dok je udio u turističkom prometu /noćenjima 1,7 % (Mandarić, A., et al., 1985.).

3.2.1. Mogućnosti razvoja otoka Mljeta

U plansko–razvojnim dokumentima općine Dubrovnik definirani su prioritetne smjernice:

- intenzivniji razvoj turizma i svih djelatnosti koje upotpunjuju njegovu ponudu otoka,
- revitalizacija poljoprivredne proizvodnje uz uzgoj tradicionalnih i specifičnih mediteranskih kultura, prvenstveno vinove loze i maslina,
- poboljšana prometna povezanost s kopnom,
- razvoj infrastrukturne opremljenosti, prije svega izgradnjom vodovodne mreže i modernizacijom prometne infrastrukture,
- provedba mjera zaštite i unaprjeđenja čovjekove okoline, posebno iznimnih prirodnih resursa otoka Mljeta (Katičić, M., Sarić, B., Petronio, J., 1989.).

Zbog izoliranosti otoka i nedostataka sirovinske osnove, energetskih izvora i vode, ograničene su mogućnosti razvoja industrije i ostalih djelatnosti. Uvjeti za turizam i za djelatnosti koje prate postoje. Zbog toga je osnovna orijentacija daljnjega društveno–ekonomskog razvoja Mljeta – turizam uz istovremeni razvoj trgovine, poljoprivrede, prometa i obrtništvo. Poseban se naglasak stavlja na vinogradarstvo i maslinarstvo, ali i osiguranje dostatne količine vode za natapanje.

Iz Prostornog koncepta za turistički razvitak regije Južna Dalmacija, Mljet se ističe kao poželjan samo onim individualcima koji žele pobjeći što dalje od svega što je u turističkom smislu uredno. Mljet je optimalan za tip ponude

samostalnoga turističkog sela, tipičan za veći broj manjih građevina u autohtonom stilu standarda od tri zvjezdice, potpuno integrirano u prirodu, s velikim travnatim površinama za odmor, daleko od sportskih i animacijskih sadržaja. Turističko selo koncentriralo bi se na sebe samo, a to bi uključivalo kooperacijske modele koji bi morali postavljati drukčije naglaske: proizvodnju slatke vode s pomoću postrojenja za desalinizaciju i zajedničko zbrinjavanje otpada, ugovore o dobavi s otočnim gospodarstvom, zajednički organizirana slavlja u selima i, naravno, izletničke vožnje preko otoka. Ciljne skupine bile bi obitelji s velikom i malom djecom, mladi parovi i klupski gosti, sportaši u podskupinama – biciklisti, sportski ronionci, posjetitelji sauna, igrači tenisa, rekreativci (Prostorni koncept za turistički razvitak regije Južna Dalmacija - regionalni masterplan turizma (dodatak), 2003.).

3.2.2. Potrebna ulaganja u infrastrukturu i smjernice razvoja otoka Mljeta

U razvoju infrastrukturne turističke osnove, u energetsom segmentu, ističe se da je za potrebe opskrbe električnom energijom potrebno izgraditi najmanje jednu trafostanicu 35/10 kv. Budući su derivati nafte, kao najtraženiji energenti, nastojat će se izgraditi skladišni i distributivni kapaciteti, čime bi se poboljšala opskrba, kao bitno za turističko gospodarstvo. Što se cestovne infrastrukture tiče, namjerava se izgraditi cesta iz programa brodske supstitucije Polače–Korita. Na području vodoopskrbe provest će se istraživanja vodnog potencijala, a u okviru već postojećega regionalnog vodovoda Neretva–Pelješac–Korčula izgradit će se odvojak i za Mljet. Zaštiti voda i mora od onečišćenja posvetit će se iznimna pozornost izgradnjom kanalizacijskog sustava Mljetskih jezera. Pomorski promet pritom zahtijeva aktiviranje izravne brodske veze s Dubrovnikom.

Prirodni uvjeti otoka Mljeta odgovaraju orijentaciji na pojedine gospodarske djelatnosti. Zbog izoliranosti i nedostataka sirovinske osnove, energetske izvora i vode, mogućnosti razvoja industrije ostalih djelatnosti primarnoga i sekundarnog sektora (osim poljoprivrede), ograničene su. Osnovni čimbenik razvoja turizma iznimna je vrijednost prirodnih resursa, dok se dodatno pojavljuju kulturno–povijesno nasljeđe, ambijentalne i pejzažne vrijednosti. Uz prirodne osobina karakteristične za Jadran, Mljet ima nekoliko specifičnih i originalnih prirodnih resursa i spomenika kulture, kao što su Mljetska jezera, pješčane plaže na jugoistoku, benediktinski samostan i ostatci rimske palače u Polaçama. Shodno tome, prikazan je optimalan turistički potencijal otoka Mljeta.

Tablica 3. Optimalni turistički prihvatni potencijal otoka Mljeta

Područje	Vrsta smještaja	Kapacitet
I. Nacionalni park		2 500,00
	hoteli i slično	1 700,00
	privatni smještaj	800,00
II. Saplnara		2 500,00
	hoteli i slično	2 250,00
	privatni smještaj	250,00
III. Ostali lokaliteti		500,00
	hoteli i slično	200,00
	privatni smještaj	300,00
UKUPNO :		5 500,00

Izvor: (Kobašić, A., et al., 1985.)

Izgradnju budućih turističkih smještajnih kapaciteta na Mljetu posve jasno treba koncentrirati na dva uža lokaliteta – na krajnjem sjeverozapadu i jugoistoku otoka, zbog maksimalne zaštite prirodnog ambijenta između njih. Takva koncepcija izgradnje omogućuje bolje očuvanje prostora jer bi velik broj manjih, disperzno lociranih objekata jače devastirao ukupan prostor. Koncentracija kapaciteta ujedno omogućava i ekonomičnije građenje i smanjuje troškove infrastrukturnog opremanja. U strukturi smještajnih kapaciteta smiju ne prevladavati objekti visoke kategorije, već je potrebno diferencirati kapacitete prema ekonomskim kategorijama, poradi njihove bolje tržišne valorizacije, pa je optimalna kategorizacija hotelskog smještaja na Mljetu po područjima sljedeća:

Tablica 4. Optimalna kategorizacija hotelskog smještaja po područjima

Razina komfora	Područje			Ukupno
	Nacionalni park	Saplunara	Ostali lokaliteti	
“B”	970,00	1 300,00		2 270,00
“C”	730,00	950,00	100,00	1 780,00
“D”			100,00	100,00
UKUPNO:	1 700,00	2 250,00	200,00	4 150,00

Izvor: (Kobašić, A., et al., 1985.)

Radi ostvarivanja većih ekonomskih efekata treba na pogodnim lokacijama omogućiti izgradnju kampova, ali uz tendenciju njihove postupne transformacije u čvrste objekte tipa vila ili bungalova. U razdoblju do 2003. namjeravala su se uložiti znatna sredstva u izgradnju objekata gospodarske infrastrukture, čime bi se stvorili preduvjeti za brži razvoj. Najbitniji infrastrukturni zahvat u tom

razdoblju odnosi se na izgradnju vodovodne mreže. Namjerava se postaviti od uvale Lopatna na Pelješcu do uvale Zaklopita na Mljetu podmorski cjevovod dug 9 km kao nastavak regionalnog vodovoda Neretva–Pelješac–Korčula. Što se tiče elektroopskrbne mreže, ona će se u temelju rekonstruirati prateći dinamiku izgradnje turističkih kapaciteta. Cestovna infrastruktura je prioritet, pa će se rekonstruirati postojeće prometnice, ali i izgrađivati novi priključci kao i zaobilaznice. Što se tiče lučke infrastrukture, izgradit će se specijalizirano trajektno pristanište u Sobri. Radi turističkoga, ali i demografskog razvoja ulagat će se i u telekomunikacije. Planira se uspostava funkcionalnoga helikopterskog podsustava kojim uz elementarne nepogode i hitne medicinske intervencije tijekom turističke sezone koristiti i u komercijalnom smislu.

Adaptacijom hotela *Melita* osigurat će se najveća moguća ekonomska kategorija („B“ ili eventualno „A“). Benediktinski samostan u kojemu je hotel smješten turistički je simbol Nacionalnog parka, zbog čega je atraktivan za razgledavanje i posjete. Provest će se dogradnja hotela *Odisejs* za 60 postelja, uz javne prostore i sadržaje, te hortikulturno uređenje njegove okoline. U Sikirici se namjerava izgraditi turističko naselje B kategorije s bungalovima građenima u kamenu u tradicionalnom stilu. Optimalan kapacitet iznosi 250 postelja. U naselju Polače izgradit će se manji tranzitni hotel kapaciteta 100 postelja, koji bi po potrebi radio i cijelu godinu, i pristanište s vezovima za oko 100 manjih jahti. Na predjelu Saplunare, nakon što se osiguraju dovršetak ceste i vodoopskrbe, izgradilo bi se malo turističko naselje autohtonog mediteranskog tipa, formiranoga u nekoliko manjih jedinica smještenih u zelenilu, povezanih potrebnim komunikacijama i sa svim sadržajima za jedno naselje. Takva grupacija je tip malog turističkog naselja 1 000–1 500 ležajeva. Razvoj kulture bazirat će se na interakciji s turizmom, što će se očitovati u revitalizaciji i prezentiranju kulturno–povijesnog nasljeđa i glazbeno–scenske djelatnosti, etnofolkloru kao turističkih atraktivnosti. U prostoru benediktinskog samostana na Otočiću sv. Marije formirat će se zavičajni muzej i intenzivirati glazbeno–scenska djelatnost gostovanjima profesionalnih i amaterskih organizacija iz Dubrovnika i drugih centara. Stručno će se obraditi i bolje promovirati arheološka zona u Polačama. Sportsko–rekreacijski sadržaji novoizgrađenih turističkih kapaciteta uglavnom će se bazirati na pogodnostima koje pruža more: morski sportovi i podvodne aktivnosti (Katičić, M., Sarić, B., Petronio, J., 1989.).

Na području Nacionalnog parka ima više adekvatnih lokacija za gradnju hotela ili bungalova, koji kao ni hotel *Odisej* ne bi ugrožavali Park ako se kapaciteti ograniče. Ekskluzivna lokacija je uvala Lastovska, gdje bi se

mogao izgraditi hotel s najviše 150 postelja visoke kategorije. U uvali Polače treba biti sezonska marina i, eventualno bungalovsko naselje, kapaciteta oko 150 postelja. U Mljetskom kanalu u naseljima Prožura, Okuklje, Sobra i Kozarica treba poboljšati privatni smještaj i urediti sezonska pristaništa za jahte. Svaka od tih lučica poseban je ugođaj i sigurna budućnost turizma na Mljetu. Ukupno u ova četiri naselja, može se u kućnoj radinosti osigurati oko 500 postelja. Uvale Limuni i Saplunara treba osmisлити kao jednu cjelinu i projektirati kao luksuzna bungalovska naselja, kapaciteta do 500 postelja, s mnogo sadržaja (Barbieri, V., et al., 1999.).

3.2.3. Strategija razvoja turizma otoka Mljeta 2012. – 2022.

Strategijom razvoja turizma Dubrovačko–neretvanske županije za klaster Mljet postavljeni su sljedeći ciljevi:

- udvostručenje hotelskog smještaja (novih 200 do 250 jedinica) kroz novi resort – projekt na razini barem 4* u sljedećih 10 godina,
- novih 100 postelja u objektima ruralnog smještaja i B&B,
- izgradnja marine od 150 vezova u roku od pet godina,
- uspostava kontrole kvalitete i oznaka privatnog smještaja u roku od pet godina,
- povećanje turističkog volumena po prosječnoj godišnjoj stopi od 11 % u sljedećih deset godina,
- povećanje cijena hotelskog smještaja za 100 % i ukupne prosječne jedinične potrošnje turista za 150 % , itd.

Ključni investicijski programi su:

- luka nautičkog turizma, ili marina kao neizostavna tranzitna luka na jedrenjima duž jadranske obale; kapacitet luke bi bio do 150 vezova, uz priručni servisi za manje kvarove i popravke, zgrada za prijam gostiju s recepcijom i mjenjačnicom, nautičkim klubom, toaletima i potpuno opremljenim sanitarnim čvorovima, investicija bi iznosila 9 – 11 mil. eura, a prihod od vezova iznosio bi godišnje 1,9 – 2,9 mil. eura;
- EKO Resort projekt – turističko naselje srednje do visoke kategorije, 4*, uz mogućnost provođenja edukacija, obrazovnih programa, ljetnih škola i sličnih ekološko orijentiranih aktivnosti u prirodi i u vezi s njom, kapaciteta 400 – 430 ležajeva, fokusiranje na obnovljive izvore energije, recikliranje i kreiranje što manjeg utjecaja na okoliš, a istovremeno i

energetski što neovisniji, popratni sportski sadržaji, ugostiteljski objekti kao i manji MICE sadržaji do 200 mjesta, ukupna investicija 20 – 25 mil. eura, očekivani godišnji prihod od 4,5 – 6 mil. eura godišnje.

Od ostalih projekata naglasak se stavlja na Nacionalni park Mljet kao nezaobilazan element u stvaranju novog identiteta cijelog otoka, s konceptom pješačkih i biciklističkih staza, opremanjem i tematizacijom plaža, pa bi se interpretacijski centar Mljet – Odisejev otok koncipirao tako da na interaktivan način posjetiteljima daje mogućnost upoznavanja s legendom o Odiseju, povijesti otoka i kulturom, tradicijom i običajima Mljeta, specijaliziranom gastronomskom ponudom, ruralnim kućama za odmor, ruralni *bed&breakfast*, ruralnim obiteljskim hotelima (Consulting, 2013.).

3.3. Otok Korčula

Turizam otoka Korčule značajan je čimbenik u ukupnome društvenom i ekonomsko–socijalnom stanju. To znači da na ovome području postoje izvanredni uvjeti za razvoj turizma, poljoprivrede, ribarstva, trgovine i obrtništva. U Perspektivama i pravcima daljnjeg razvoja turizma na jadranskim otocima iz 1987., maksimalan broj smještajnih kapaciteta na Korčuli iznosi 52.000, što bi privuklo 2,8 posjetitelja po stanovniku otoka (Gavranić, 1987.).

U Gospodarskom stanju, uvjetima i mogućnostima razvitka Dubrovačko–neretvanske županije iz 1994., u poglavlju Uvjeti i mogućnosti gospodarskog razvitka, što se tiče Korčule, namjerava se uložiti u krupnu infrastrukturu, točnije u cijelosti dovršiti i razriješiti status regionalnog vodovoda Neretva–Pelješac–Korčula–Lastovo, zatim hitna rekonstrukcija i proširenje regionalne pelješke ceste, što je iznimno važno za gospodarski i demografski razvitak poluotoka Pelješca, ali i otoka Korčule (Cvjetković, P., et al., 1994.). Osim turizma i ugostiteljstva sve povoljniju poziciju u prostoru otoka zauzima poljoprivreda (vinogradarstvo, maslinarstvo, proizvodnja, prerada). Turizam je poticao ukupnu poljoprivrednu proizvodnju društvenoga i individualnog sektora, izazivajući pozitivne promjene u strukturi proizvodnje, povećanju obradivih poljoprivrednih površina i namjenskom korištenju raspoloživim prostorima. Kapaciteti turističkog smještaja na otoku Korčuli 1986. iznosili su 12 765 postelja u svim oblicima smještaja (hoteli, turističko naselje, pansion, autokamp, privatni smještaj, turistički sportski centar).

Turistička ponuda otoka Korčule zasnivat će se ubuduće na nekoliko važnijih elemenata: atraktivnosti prirodnoga i obalnog prostora, receptivnim

činiteljima u prvom redu smještajnoj, ugostiteljskoj i nautičkoj ponudi i izvornim kulturnim vrijednostima. Kako postojeći turistički profil Korčule nije bio rezultat politike uravnoteženoga i funkcionalnog razvoja, turizam budućnosti ovdje valja koncipirati tako da bude komplementaran postojećim suvremenim i tradicionalnim djelatnostima, te da s njima tvori funkcionalnu cjelinu u kojoj ni jedna aktivnost gospodarskoga i društvenog života ne bi trebala bitno zaostajati. U skladu s tim, potrebna je prilagodba i osposobljavanje lučica i pristana u naseljima obalnog prostora kao sekundarnih centara za nautičare i sportaše, jedriličarska i druga društva, plovila i usluge domicilnog pučanstva, te tehničke servise i usluge opskrbe, goriva i dr.

Potrebno je inicirati razvoj ruralnih zona u unutrašnjosti otoka. Ostvarenjem novih oblika potrošnje otvaraju se nova tržišta jer kretanje veće mase turista izaziva često neiskorištene potencijale gospodarskih i drugih aktivnosti i omogućava potrošnju raznih dobara i usluga u velikim razmjerima. Tako suvremeno strukturirana turistička ponuda otoka i njegovih turistički razvijenih naselja sačuvala bi jedinstvenost i ljepotu krajobraza, povijesni izgled naselja, spomenike prirode i kulture, posebice kulturne manifestacije; prvo ako kvantitativno limitira svoje razvojne impulse do razine razvijenosti lokalnih materijalnih i ljudskih resursa, i drugo, ako očuva i unaprijedi civilizacijsku kvalitetu života domicilnog pučanstva (Džubur, 1995.).

Nacionalnim programom razvitka otoka iz 1996. napominje se kako prometna infrastruktura koja otoke povezuje s kopnom nije ni izdaleka zadovoljavajuća. Konkretno, Jadrolinija Rijeka, najveći hrvatski putnički brodar, obavlja gotovo 90 % obalnoga linijskoga pomorskog prometa na Jadranu, a Mediteranska plovidba Korčula ima dva trajekta i tri putnička broda. Vodoopskrbni sustav Neretva–Pelješac–Korčula–Lastovo–Mljet opskrbljuje vodom samo Pelješac i dio naselja na Korčuli, koji se u svojem središnjem dijelu koriste i vlastitim izvorima (Nacionalni program razvitka otoka, 1996.).

3.3.1. Strategija razvoja turizma otoka Korčule 2012. – 2022.

Strategijom razvoja turizma Dubrovačko–neretvanske županije 2012. – 2022. za klaster Korčulu postavljeni su sljedeći ciljevi:

- barem 500 novih hotelskih soba na razini od minimalno 4*,
- novih 300 do 400 vezova u roku od deset godina,
- barem 150 jedinica u objektima ruralnog smještaja,

- uspostava kontrole kvalitete i oznaka privatnog smještaja u roku od pet godina,
- provedba ključnih programa konkurentnosti: plaže, muzej vina u Čari, projekt Marko Polo, Arheološki park, Vela spilja i Ceste maslinovog ulja otoka Korčule,
- izgradnja brenda i mehanizma kontrole kvalitete najvažnijih korčulanskih agrikulturnih proizvoda,
- povećanje turističkog volumena po prosječnoj godišnjoj stopi od 5 % u sljedećih deset godina,
- povećanje cijena hotelskog smještaja za 100 %.

Ključni investicijski programi su:

- luka nautičkog turizma – kapacitet do 250 vezova za mala i srednja plovila, servisni dio za manje kvarove i popravke, bruto površine do 1 000 m², sa zgradom za prijam gostiju s recepcijom i mjenjačnicom, nautičkim klubom, toaletima i potpuno opremljenim sanitarnim čvorovima, manjim komercijalnim prostorima, ugostiteljskim kapacitetima i manjim *wellness*-centrom s investicijom 11 – 13 mil. eura, i očekivanog prihoda od vezova na godišnjoj razini od 2,5 do 3,5 mil. eura;
- hotel projekt – bio bi hotel s dominantnim proizvodom vezanim uz sunce i more, s 4*, s pogledom na more i okolicu, kapaciteta 600 – 800 postelja, prilagođeni sadržaji potrebama odmorišnih gostiju s MICE kapacitetima do 250 osoba, *wellness/fitness* – sadržaji na 1.500 m², sportski i rekreativni sadržaji na otvorenome, s investicijom u vrijednosti 30 – 40 mil. eura, i očekivanim godišnjim prihodom 6 – 9 mil. eura;
- hotel *Marko Polo Residence* s 400 – 500 soba s balkonom, kongresni centar s polivalentnom dvoranom od 1 000 mjesta, *wellness*-centar, zatvoreni i otvoreni bazeni, nova plaža, s investicijom 70 – 80 mil. eura, i godišnjim prihodom 18 – 22 mil. eura;
- *Moreška Resort 4** – 750 jedinica sa sportskim, rekreativnim i zabavnim sadržajima; procjena investicije 80 – 90 mil. eura, a godišnji prihod 3 – 27 mil. eura;
- novi hotel Korčula – 60 jedinica najvišeg standarda, 9 – 11 mil. eura vrijedna investicija, a očekivani prihod 2,5 – 3,5 mil. eura.

Od ostalih investicijskih projekata tu su i: golf-teren s 18 rupa, novi turistički resort sa 3* i 4* na području Lumarde s 500 jedinica; novi turistički resort sa 3* i 4* na zapadnom dijelu otoka sa 700 jedinica; kamp Korčula s 1 000 mjesta suvremenog

standarda uz naglašene zabavne sadržaje na lokaciji 1 km od mora. Od klsterskih projekata konkurentnosti, ističe se: upis grada Korčule i viteške igre Moreške na UNESCO-listu, kuća Moreške – Korčula koja bi predstavljala turističku atrakciju, a nudila bi prikaz povijesno viteške igre, kostima, značenja elemenata plesa i sl., kuća Kumpanije – Blato bila bi turističku atrakciju s prikazom povijesti mačevalačke igre, kostima, značenja elemenata igre i sl., muzej vina u Čari, koji bi predstavljao autohtono korčulansko vino promatrano kao umjetničko djelo, gdje bi se osim degustacije nudili tečajevi enologije i degustiranja vina, učenje o sadnji i uzgoju vinove loze, istraživala povijest razvoja autohtonih vina na otoku; učenje o posebnim bocama, sortama, berbama itd.; nezaobilazne ture Korčule, koncept pješačkih i biciklističkih staza, vinske ceste, cesta maslinova ulja otoka Korčule; Vela spila – muzej na otvorenome i Plava staza, program opremanja i tematizacija plaža, škola korčulanske kuhinje, centar zdravlja, ljepote i wellness-a u Kalosu; specijalizacija gastronomske ponude i razvoj komplementarne ponude; muzej srebra i zlata Smokvice gdje bi se muzeološki valoriziralo i prikazalo postojeće zbirke liturgijskog srebra i zavjetnog zlata iz sakralnih objekata Smokvice i Čare; galerija i zavičajni muzej u Blatu; ruralni obiteljski hotel, uz ruralni *bed&breakfast*, agroturizam, ruralnu kuću za odmor (Consulting, 2013.).

Iz prethodno upotrebljenih strategija, planova i razvojnih studija koje se odnose na razvijanje i planiranje turizma na područjima općine Dubrovačko primorje, otoka Mljeta i Korčule – razvidno je da je način promišljanja razvoja bio dosta sličan kao i problemi koji su taj razvoj osporavali. Tako se prometna povezanost može primijeniti na sva tri spomenuta područja, upravo kao i problem ostale infrastrukture, bilo da se radi o cestovnoj, vodovodnoj, pa čak i elektroenergetskoj, iako je ona uglavnom definirana kao zadovoljavajuća. Što se razvojnih čimbenika tiče, sva tri područja imaju velik potencijal za bavljenje turizmom, koji je nedostavno valoriziran, a uz turizam naglasak se stavlja i na poljoprivredu kao dopunu turističkom razvoju. Sva tri područja zahtijevaju ozbiljnije investiranje, kako u prometnu povezanost, vodovodnu infrastrukturu, koja čak ni 2017. godine nije riješena u pojedinim mjestima, tako i u smještajne kapacitete, ugostiteljske objekte, sportske sadržaje i ostale usluge koje prate zahtjeve turističke potražnje što se nastoje planirati.

Prema trenutnom stanju, može se zapaziti da se malen broj zadanih ciljeva i planova realizirao do sada. Promatrano je područje od osamdesetih prema ovamo, iako je Domovinski rat usporio i onemogućio realizaciju postavljenih ciljeva. Međutim, od rata je prošlo 25 godina, a konkretna područja ne samo da stagniraju nego su i demografski opustošena zbog nekvalitetnih životnih uvjeta primjerenih dobu u kojemu živimo. Novom, aktualnom strategijom, ta područja

podijeljena su na klastere, a klasteri se međusobno vrlo malo razlikuju, što znači da se sličan ili čak isti razvojni okvir razlikuje samo u primjeni različitoga zemljopisnog područja, dakle je prilagođen klasteru ovisno o kulturnoj baštini kojom je bogat, kao i prostornom ambijentu. Iako je strategija aktualna od 2013., malo je ciljeva koji su se ostvarili ili se namjeravaju ostvariti.

Literatura

1. Arhitektonski fakultet, Z. z. (2014.). *Izvješće o stanju u prostoru općine Mljet*. Općina Mljet.
2. Barbieri, V., et al. (1999.). *Polazišta programa razvitka turizma na Dubrovačkom području*. Dubrovnik.
3. Brunsko, Z. (1995.). Turizam - važni čimbenik u razvoju Dubrovačkog primorja. *Zbornik Dubrovačkog primorja i otoka V*, str. 261-269.
4. Butler, R. W. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution. Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer*, XXIV(1), 5.-25.
5. Consulting, H. &. (Travanj 2013.). *Dubrovačko-neretvanska županija*. Preuzeto Veljača 2017 iz <http://www.edubrovnik.org/strategije-i-programi/>
6. Cvjetković, P., et al. (1994.). *Gospodarsko stanje, uvjeti i mogućnosti razvitka Dubrovačko-neretvanske županije*. Dubrovnik: Dubrovačko-neretvanska županija.
7. Deša et al. (2015). Plan razvoja ruralnog turizma grada Korčule 2015-2020.
8. Dragičević, M. S. (2009.). *Mogućnosti i smjernice održivog ekoturizma na primjeru Dubrovačkog primorja*. Dubrovnik, RH, Dubrovnik.
9. *Državni zavod za statistiku*. (n.d.). Preuzeto 30. siječanj 2017. iz <http://www.dzs.hr>
10. *Državni zavod za statistiku*. (2011.). *Turizam 2010*. Zagreb: Državni zavod za statistiku.
11. *Dubrovačko-neretvanska županija*. (n.d.). Preuzeto 12. 6. 2017. iz www.edubrovnik.org
12. DUNEA. (2016.). *Županijska razvojna strategija Dubrovačko-neretvanske županije 2016.-2020*. Dubrovnik: DUNEA.
13. Duplančić Leder et al. (2004). Coastline lengths and areas in the croatian part of the Adriatic Sea determined from the topographic maps at scale of 1:25000. *Geoadria*, 9(1), 5-32.
14. DZS. (2014). Statistički ljetopis.
15. Džubur, H. (1995.). Turizam otoka Korčule. Valorizacija ponude i pravci razvoja. *Ekonomski misao i praksa IV, br.1*, str. 57 - 73.
16. Džubur, H., et al. (1985.). *Turističke mogućnosti i privredno aktiviranje područja Zaton - Slano (Razvojna studija)*. Dubrovnik: Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu - Institut za ekonomska istraživanja.

17. Fakultet prometnih znanosti, Zagreb. (2013). Koncept prometnog razvitka grada Korčule.
18. Gavranić, A. (1987.). Jadranski otoci u turističkom razvoju SR Hrvatske i perspektive daljnjeg razvoja. *Susreti na dragom kamenu*, str. 121 - 134.
19. grad Korčula. (2010). Plan gospodarenja otpadom grada KORčule.
20. Grad Korčula. (2010). Plan gospodarenja otpadom grada Korčule.
21. Gratton, C., & Richards, G. (1996). The economic context of cultural tourism. U G. Richards, *Cultural tourism in Europe* (str. 77). CAB International.
22. Hazdovac Bajić, N. (2013. 60(5-6)). Suvremeni demografski i socio-ekonomski problemi otoka Mljeta. *Naše more*, str. 102-109.
23. HTL, Z. z. (2.. travanj 2013.). *Strategija razvoja turizma Dubrovačko-neretvanske županije 2012. - 2022. godine*. Preuzeto 10.. lipanj 2019. iz http://www.edubrovnik.org/strategije/01_SRTDNZ_za_WEB.pdf
24. <http://www.ikorculainfo.com/net/>. (2.02.2017.).
25. <http://www.korculaotok.com/>. (27.02.2017.).
26. <http://tzo.smokvica.> (n.d.).
27. <http://tzo-blato.hr/>. (3.02.2017.).
28. <http://visitdubrovnik.hr/>. (n.d.).
29. <http://www.brna.hr/>. (2.02.2017.).
30. <http://www.tzo-korcula/>. (2.03.2017.).
31. <http://www.visitkorcula.eu/>. (2.02.2017.).
32. <http://www.korcula.hr/>. (13.02.2017.).
33. Ivanković, P. (1993.). Prilog razmišljanja o gospodarskom razvoju Dubrovačkog primorja, Zbornik Dubrovačkog primorja i otoka IV. Primorac, Dubrovnik.
34. Jasprica & Kovačić. (2014). Ugrožene, endemične i rijetke biljke hrvatske flore na Korčuli. *Blatski ljetopis*, 73-96.
35. Jasprica, N. K. (1997.). Flora šire okolice malostonskog zaljeva, Zbornik Dubrovačkog primorja i otoka VI. Primorac, Dubrovnik.
36. JU NP Mljet i Udruga za prirodu, o. i. (travanj 2017.). *NP Mljet- plan upravljanja 2017.-2026.* Preuzeto 10.. 07. 2019. iz NP Mljet plan upravljanja 2017.-2026.: https://np-mljet.hr/?wpfb_dl=72
37. Kalogjera, A. (1975). Gospodarski razvitak otoka Korčule od 1837. *Radovi pedagoške akademije I, Split*, 243-269.
38. Katičić, M., Sarić, B., Petronio, J. (1989.). *Dugoročni program razvoja otoka Mljeta*. Dubrovnik: Zavod za društveno planiranje, ekonomiku i statistiku općine Dubrovnik.
39. Kobašić, A., et al. (1985.). *Razvoj turizma na području općine Dubrovnik*. Dubrovnik: Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu, Institut za ekonomska istraživanja.

40. Kombol, T. P. (2006.). Kulturno nasljeđe i turizam. *Radovi Zavoda za znanstveni rad HAZU Varaždin*, 211-226.
41. Krklec. (n.d.).
42. Krklec et al. (2011). Prirodni resursi otoka Korčule. *Geoadria*, 16(1), 3-25.
43. Krklec et al. (2011). Prirodni resursi otoka Korčule. *Geoadria*, 16(1), 3-25.
44. Krklec, Kristina;Ljubenikov Igor;Bensa Aleksandra. (2011). Prirodni resursi otoka Korčule. *Geoadria*, 16(1), 3-25.
45. Li, X. R., & Volgesong, H. (2002). A model of destination promotion with case study of Nanjing. U P. o. Symposium (Ur.). (str. 159-173). P.R.China.
46. Ljubenkov. (2011). održivo gospodarenje vodnim resursima otoka Korčule s naglaskom na njihovo korištenje za poljoprivredu. *Doktorska disertacija, Sveučilište u Splitu*.
47. Mandarić, A., et al. (1985.). *Program razvoja turizma na području općine Dubrovnik za razdoblje 1986 - 1990*. Zagreb: Opće udruženje turističke privrede Hrvatske.
48. *Mljet online.com*. (n.d.). Preuzeto 10. 5 2019. iz http://www.mljet-online.com/hr/mljet/jezero_hr.htm
49. Munsters, W. (1996). Cultural tourism in Belgium. U G. Richards, *Cultural tourism in Europe* (str. 110.). CAB International.
50. (1996.). *Nacionalni program razvitka otoka*. Zagreb: Ministarstvo razvitka i obnove.
51. *Općina Dubrovačko primorje*. (n.d.). Preuzeto 30.. siječanj 2017. iz <http://www.dubrovackoprimorje.hr>
52. *Općina Dubrovačko primorje*. (n.d.). Preuzeto 20. 6. 2017. iz www.dubrovackoprimorje.hr
53. Palmer. (2015). Diffues. *procedia*, 6(3), 11-15.
54. (1999.). *Polazišta programa razvitka turizma na Dubrovačkom području*. Dubrovnik.
55. (2011.). *Popis stanovništva 2011*. Zagreb: Državni zavod za statistiku.
56. (2003.). *Prostorni koncept za turistički razvitak regije Južna Dalmacija - regionalni masterplan turizma (dodatak)*. Dubrovnik.
57. Richards, G. (1996). Introduction: Culture and tourism in Europe. U G. Richards, *Culture tourism in Europe* (str. 5-6). CAB International.
58. *Strategija razvoja Općine Mljet do 2020*. (2017.). Preuzeto 25.. lipnja 2019. iz <http://www.opcinamljet.com.hr/documents/strategija-razvoja-opcine-mljet-do-2020-godine/>.
59. Šegota & Filipčić. (2003). Koppenova podjela klima i hrvatsko nazivlje. *Geoadria*, 8(1), 17-37.
60. Wilde, S., & Cox, C. (n.d.). Linking destination competitiveness and destination development: findings from a mature Australian tourism destination.

4. Prostorni planovi

4.1. Korčula

Temeljni je cilj da se planiranjem prostora postigne održivi trajni i postojani razvoj, koji će se koristiti sadašnjim prostorom i okoliš kako ne bi došlo do njegova nepovratnog uništenja. Isto tako, jedno od osnovnih polazišta modernog pristupa prostornom uređenju jest ravnopravno vrjednovanje ciljeva zaštite prostora i okoliša s ciljevima razvitka. Planiranje i uređenje prostora mora obuhvatiti ne samo prostor i njegovo funkcionalno uređenje već treba uključiti novonastale pojave u tom prostoru.

Na području bivše Općine Korčula koja je obuhvaćala otok Korčulu i zapadni kraj poluotoka Pelješca, nastale su nove jedinice lokalne samouprave temeljem navedenog zakona, i to: Općina Orebić, Grad Korčula, Općina Smokvica, Općina Blato, Općina Vela Luka i Općina Lumbarda. Sve one pripadaju Dubrovačko–neretvanskoj županiji. Grad Korčula je najveća teritorijalna jedinica na otoku. U svojem sastavu ima grad Korčulu i statistička naselja Žrnovo, Pupnat, Račišće i Čaru. U daljnjoj obradi razradit će se namjena površina grada Korčule i općina Dominče, Zagrađac, Pupnat i Poslovna lokacija Uvala Luka, koji su sastavni dio grada.

Za područje Grada, što uključuje i samo naselje Korčulu, danas je formalno na snazi dokument prostornog uređenja: „Izmjene i dopune prostornog grada Korčule“ iz 2011. (PPUG Korčule, Sl. gl. Grada Korčule, br. 3/11.). Ukupno plansko razdoblje Plana od 2011. iznosi dvadeset godina, sve do 2021. Planom je određeno i nekoliko planskih razdoblja–novelacija. Planira se da će se u ukupnom planskom razdoblju provesti 4–6 novelacija. U spomenutom Planu iz 2011. definirana je i struktura prostora Grada Korčule, kako slijedi:

- izgrađenih površina:
 - pretežno stambene namjene,
 - gospodarske namjene,
 - turističke namjene,
 - športsko–rekreacijske namjene;

- neizgrađenih površina:
 poljodjelskih površina
 Čarskog polja,
 Pupnatskog polja,
 Žrnovskog polja,
- terasastih vinograda i površina maslinika,
- šumskih površina,
- ostalih površina.

U Korčuli su četiri, dijelom izgrađene, površine namijenjene gospodarstvu:

- zona brodogradilišta u Dominčama,
- zona skladišta u Strečici (planirana prenamjena),
- zona Česminica u Žrnovu,
- zona vinarije u Čari.

Također, ima površina namijenjenih za razvoj turizma, i to samo tri manje turističke zone:

- zona hotela *Liburna*,
- zona hotela *Marko Polo*,
- zona *ACI marine*.

U izmjenama i dopunama prostornog plana grada Korčule iz 2011. (PPUG Korčule) razrađene su mogućnosti i ograničenja prostornog razvoja i uređenja. Uz istaknute prednosti i mogućnosti za gospodarski razvoj, ima i određenih ograničenja za postizanje željenoga gospodarskog razvoja, kao što je nedostatna cestovna infrastruktura i prometna povezanost s kopnom i većim centrima. Npr. razvoj prometa, kao što je izgradnja aerodroma u Brni ili marina visoke uslužnosti u akvatoriju između otoka Badije, Vrnika i kopna – može biti okosnica u turističkom razvoju. To ograničenje nepovoljno utječe na razvoj turizma, poljoprivrede, snažnije industrije i ostalih gospodarskih grana. Međutim, još uvijek je do kraja neriješeno zbrinjavanje otpadnih voda, što bi mogao biti jedan od ograničavajućih činitelja, osobito za turizam.

Međutim, imajući u vidu postojeću razvijenost gospodarstva i svojstvenosti prirodnih potencijala za razvoj, može se ustvrditi da su mogućnosti gospodarskog razvoja prilično velike i raznolike. Zbog toga, u planu je istaknuto veliko bogatstvo prirodnih uvjeta, klima, more, obala, reljef, vegetacija, zajedno s naslijeđenim materijalnim i kulturnim svojstvenostima i dobrima. Jednako tako, jedna od prednosti ovakve destinacije jest idealno usuglašavanje zahtjeva

za ekonomskim i ekološkim održivim razvojem u turizmu i poljoprivredi, kao osnovnim gospodarskim i komplementarnim djelatnostima s traženim sadržajima za bogatije goste u usporedbi s masovnim turizmom nekontroliranih razmjera.

Velik broj postelja namijenjenih turističkoj ponudi Grada Korčule smješten je u apartmanima obiteljskih kuća u zonama pretežno stambene namjene, dakle u okviru građevinskih površina naselja. Tako se u istom planu naglašava značenje turističkog razvoja koji treba usmjeriti na sljedeće elemente:

- rekonstrukciju, modernizaciju i valorizaciju postojeće ponude,
- izgradnju dijelom novih kapaciteta temeljenih na novim zahtjevima turističkih potrošača, uz isticanje ekoloških i kulturnih vrijednosti,
- uklapanje postojećih i izgradnju novih sadržaja prvenstveno zabavnog i sportskog karaktera.

Na temelju iznesenoga, prostorne su pretpostavke za razvoj Grada:

1. smanjivanje građevinskih područja naselja s obzirom na postojeći plan;
2. tolerantniji odnos prema građevinskim područjima u unutrašnjosti, a restriktivniji odnos prema građevnim područjima na obali;
3. sprječavanje obalne linearne izgradnje u jednom redu;
4. određivanje više lokacija za gospodarske zone;
5. određivanje više lokacija za turističku izgradnju;
6. planiranje izgradnje dviju obilaznica županijske ceste Ž-6224 na potezu od D-118 /kod korčulanskog groblja Sv. Luka/ do lokaliteta „Tri žala“ kojom bi se zaobišla Žrnovska Banja i b. od uvale Oskorušica do spoja županijske ceste Pupnat-Kneža kojom bi se zaobišla Kneža;
7. planiranje cestovne veze Pupnata i Kneže;
8. planiranje uređenja lokalnih cesta radi bolje integracije prostora;
9. bolja opremljenost naselja u skladu s razinom središnje važnosti planirane Strategijom i Programom razvoja RH;
10. izradba detaljnijih planova za odabrane zone, osobito u obalnom području;
11. uspostava sustava zaštite prostora, njegove prirodne i kulturne baštine, a osobito krajobraza priobalja i njegove pozadine, i u tim zonama restriktivan odnos prema širenju građevinskih područja;
12. planiranje bolje infrastrukturne opremljenosti (izgradnja odvodnog sustava u području naselja Korčule, poboljšanje elektroopskrbe i vodoopskrbe u najvećem dijelu Grada) i sl. U nastavku, prikazana je tablica koja prikazuje namjenu površine Općine grada Korčule.

Tablica 5. Namjena površine Općine grada Korčule

NAMJENA	ha	%
G. p. naselja – izgrađeno	341,72	3,16
G. p. naselja – planirano	139,66	1,29
G. p. za gospodarsku namjenu	31,66	0,29
G. p. za turističku namjenu	6,16	0,06
G. p. za sport i rekreaciju	0,00	0,00
Površina groblja	2,11	0,02
Infrastrukturni sustavi	257,71	2,38
Površina zaštićenih polja	129,92	1,20
Poljodjelske površine	2 301,44	21,27
Gospodarske šume	2 236,47	20,67
Šume posebne namjene	66,51	0,61
Ostale šum. i poljop. površine	5 304,47	49,03
GRAD KORČULA	10 817,83	100,00

Izvor: II. Izmjene i dopune Prostornog plana Grada Korčule (IDPPUG), *Službeni glasnik Grada Korčule*, br. 3/11., str. 99.

Sljedeća tablica prikazuje prostorne pokazatelje za područje grada Korčule.

Tablica 6. Iskaz prostornih pokazatelja za područje grada Korčule

GRAD KORČULA	Oznaka	Ukupno ha	% Od površine županije
GRAĐEVINSKA PODRUČJA (naselja)	GP	481,38	0,27
Izgrađeni dio građevinskog područja (sva izgradnja)		341,72	0,19
obalno			
otočno		341,72	0,19
kontinentalno–granično			
ostalo			
IZGRAĐENE STRUKTURE IZVAN GRAĐEVINSKOG (naselja)		47,77	0,03
	I	6,51	0,003
	E	4,00	0,002
	H	0,00	0,00
	K	25,14	0,01
	T	6,16	0,014
	R	0,00	0,00
POLJOPRIVREDNE POVRŠINE	P	2 426,97	1,36
obrađive	P1	640,70	0,36
	P2	308,33	0,17

	P3	1 476,94	0,83
ŠUMSKE POVRŠINE		2 302,98	1,29
gospodarske	Š1	2 273,92	1,27
zaštitne	Š2	0,00	0,00
posebne namjene	Š3	29,06	0,02
OSTALE POLJOP. I ŠUMSKE POVRŠINE	PŠ	5 263,26	2,95
VODENE POVRŠINE	V	0,00	0,00
vodotoci		0,00	0,00
jezera		0,00	0,00
akumulacije		0,00	0,00
retencije		0,00	0,00
ribnjaci		0,00	0,00
OSTALE POVRŠINE		260,06	0,15
	N	0,00	0,00
	IS	257,95	0,14
	G	2,11	0,00
GRAD KORČULA		10 817,83	6,06
ZAŠTIĆENE CJELINE			
ZAŠTIĆENA PRIRODNA BAŠTINA		4 935,30	2,77
nacionalni park	NP	0,00	0,00
park prirode	PP	0,00	0,00
ostali zaštićeni dijelovi prirode		4 935,30	2,77
ZAŠTIĆENA GRADITELJSKA BAŠTINA		125,50	0,07
arheološka područja		0,00	0,00
povijesne graditeljske cjeline		125,50	0,07
KORIŠTENJE RESURSA			
MORE I MORSKA OBALA			
obalno	ha, km		
otočno	ha, km		
ENERGIJA			
proizvodnja	MW		
potrošnja	MWh		
VODA			
vodozahvat	u 1 000 m3 ne iskazuje se		
potrošnja	u 1 000 m3		
MINERALNE SIROVINE	jed. mjere		
GRAD KORČULA		10 817,83	6,06

Izvor: II. Izmjene i dopune Prostornog plana Grada Korčule (IDPPUG), *Službeni glasnik Grada Korčule*, br. 3/11., str. 97.

U nastavku su naznačeni izrađeni urbanistički planovi za sljedeće općine:

- Urbanistički plan uređenja „Poslovna lokacija uvala Luka” (*Službeni glasnik Grada Korčule*, br. 06/16.) izrađuje se temeljem Prostornog plana uređenja Grada Korčule (*Službeni glasnik Grada Korčule*, 2/03., 3/08., 3/11., 5/11.) te Odluke o izradi Urbanističkog plana uređenja „Poslovna lokacija uvala Luka” (*Službeni glasnik Grada Korčule* 3/13.).
- Urbanistički plan uređenja „Zagradac” (*Službeni glasnik Grada Korčule*, br. 01/13.) izrađuje se temeljem Prostornog plana uređenja Grada Korčule (*Službeni glasnik Grada Korčule*, 2/03., 3/08., 3/11.) i Odluke o izradi Urbanističkog plana uređenja „Zagradac” (*Službeni glasnik Grada Korčule*, 5/13.).
- Urbanistički plan uređenja „Pupnat 2” (*Službeni glasnik Grada Korčule*, 08/14.) izrađuje se temeljem Prostornog plana uređenja Grada Korčule (*Službeni glasnik Grada Korčule*, 2/03., 3/08., 3/11.) i Odluke o izradi Urbanističkog plana uređenja „Pupnat 2” (*Službeni glasnik Grada Korčule*, 5/13.).
- Urbanistički plan uređenja „GZ Dominče” (*Službeni glasnik Grada Korčule*, 08/14.) izrađuje se temeljem Prostornog plana uređenja Grada Korčule (*Službeni glasnik Grada Korčule*, 2/03., 3/08., 3/11.) i Odluke o izradi Urbanističkog plana uređenja „GZ Dominče” (*Službeni glasnik Grada Korčule*, 4/12.,6/12.).

4.2. Lumbarda

Izradba PPUO Lumbarda započela je 1998. kao dio izmjena i dopuna dokumenta za područje cijelog otoka Korčule – „Izmjene i dopune prostornog plana Općine Korčula – revizija“. PPUO Lumbarda, nakon određenih proceduralnih poteškoća, donesen je 2003. (*Službeni glasnik Općine Lumbarda*, 02/03.). Nakon značajnijih promjena u zakonskom okviru („Izmjene i dopune Zakona o prostornom uređenju“ i „Uredbe o uređenju i zaštiti obalnog područja mora“) te izmjena i dopuna PPDNŽ, Općina Lumbarda 2005. izrađena je I. izmjena i dopuna PPUO Lumbarda (*Službeni glasnik Općine Lumbarda*, 2/08.). Već 2013. donesene su druge izmjene PPUO Lumbarda radi ujednačavanja

prostornoga i gospodarskog razvoj Općine u skladu s razvojnim prioritetima cjelokupne regije.¹

Razmatrana Općina nema raznolik i složenu namjenu prostora i njezina namjena je detaljno prikazana u Izvješću o stanju u prostoru Općine Lumbarda za razdoblje od 2010. do 2013.:

I. POVRŠINE UNUTAR GRAĐEVINSKIH PODRUČJA (GP)

- a) građevinsko područje naselja Lumbarda razgraničeno je na površine:
 - ii. mješovite namjene,
 - iii. isključive namjene kako slijedi za:
 - 1. ugostiteljsko–turističku namjenu:
 - a. izgrađeni hoteli *Lumbarda* i *Lovor–Borik* i
 - b. izgrađeno turističko naselje *Mala Glavica*,
 - 2. luka nautičkog turizma u uvali LN „Lumbarda“, Lumbarda,
 - 3. društvenu – prosvjetnu namjenu (površina za osnovnu školu),
 - 4. trgovačku namjenu (površina za robnu kuću),
 - 5. infrastrukturnu namjenu – prometnu (površina rezervirana za parkiralište u centru naselja Lumbarda);
- b) građevinska područja za izdvojene namjene (izvan naselja) isključive namjene razgraničena su za:
 - i. gospodarsku namjenu – proizvodnu (I2),
 - ii. gospodarsku namjenu – poslovnu (K2),
 - iii. gospodarsku namjenu – ugostiteljsko–turističku (T2),
 - iv. športsko–rekreacijsku namjenu – uređene plaže (R2),
 - v. površina za iskorištavanje mineralnih sirovina (E3);

II. POVRŠINE IZVAN GRAĐEVINSKIH PODRUČJA

- a) poljoprivredne i šumske površine za:
 - i. poljoprivredne površine samo osnovne namjene (P),
 - ii. šumske površine samo osnovne namjene (Š),

¹ Izvješće o stanju u prostoru Općine Lumbarda izrađuje se kao četverogodišnji dokument praćenja stanja u prostoru temeljem članaka 39. – 41. Zakona o prostornom uređenju⁴ (“Narodne novine”, broj 153/13., nastavno: ZPU), u skladu s odredbama Pravilnika o sadržaju i obveznim prostornim pokazateljima izvješća o stanju u prostoru (“Narodne novine”, broj 48/14., nastavno: Pravilnik). U tom izvješću obuhvaćena je analiza stanja i trendova prostornog razvoja na temelju obveznih prostornih pokazatelja o stanju u prostoru; analiza provođenja prostornih planova i drugih dokumenata koji utječu na prostor i ocjenu stanja i prijedlozi za unaprjeđenje prostornog razvoja s osnovnim preporukama mjera za iduće razdoblje.

- iii. ostalo poljoprivredno tlo, šumu i šumsko zemljište (PŠ) (s pojedinačnim gospodarskim objektima u funkciji obavljanja poljoprivredne i stočarske djelatnosti te pružanje ugostiteljskih i turističkih usluga u seljačkom domaćinstvu, a izvan prirodnog krajobraza – vrijednih krajobraznih cjelina, zaštićenih dijelova prirode i šumskih površina uz posebne uvjete);
 - b) površine infrastrukturnih sustava (IS):
 - i. građevine prometa i građevine veza,
 - 1. kopnene (ceste, i sl.),
 - 2. pomorske (luke, pristaništa, privezišta),
 - ii. građevine vodnogospodarskog sustava za:
 - 3. vodoopskrbu – prijenos vode,
 - 4. uporabu i zaštitu voda – zaštitne i regulacijske građevine i odvodnju oborinskih i otpadnih voda – odvodni kanali (odvodni kanal za odvodnju Donjeg Blata) i uređaji za čišćenje i ispušt,
 - iii. energetske građevine za transformaciju i prijenos energenata (električna energija);
 - c) površina za komunalnu namjenu
 - i. površina groblja s kapelom (G),
 - ii. površina odlagališta otpada „Kokojevica“ u sanaciji i zatvaranju (OK);
 - d) vodne površine i površine na moru:
 - i. prometne djelatnosti (lučki bazeni i plovni putovi),
 - ii. ribarenje,
 - iii. rekreaciju (dijelovi akvatorija uz obalu koji su namijenjeni kupanju i sportovima na vodi),
 - iv. ostale djelatnosti (eksploatacija podmorskih sirovina i dr.).
- Sljedeća tablica prikazuje namjenu površine za Općinu Lumbardu.

Tablica 7. Namjena površine Općine Lumbarda

NAMJENA	ha	%
GRAĐEVINSKA PODRUČJA NASELJA – UKUPNO	121,68	
GPni – izgrađeni dio	82,02	7,69
GPn – neizgrađeni dio (za razvoj)	39,66	3,72
GRAĐEVINSKA PODRUČJA IZVAN NASELJA – UKUPNO	29,63	
GP za gospodarsku proizvodnu namjenu (I)	9,00	0,84
GP za gospodarsku poslovnu namjenu (K)	0,42	0,04
GP za ugostiteljsko–turističku namjenu (T)	15,00	1,41
GP za športsko–rekreacijsku namjenu (R)	0,62	0,06
GP za iskorištavanje mineralnih sirovina (E3)	3,61	0,34
GP za groblja (G) procjena	0,98	0,09
POLJOPRIVREDNE POVRŠINE (P)	413,75	38,80
OSTALE POLJOP. I ŠUMSKE POVRŠINE (PŠ)	310,16	29,09
ŠUMSKE POVRŠINE (Š)	178,79	16,77
ODLAGALIŠTA OTPADA	8,34	0,78
OSTALE POVRŠINE (IS9 I OSTALE (PROCJENA)	4,04	0,38
UKUPNO OPĆINA LUMBARDA	1 066,40	100,00

Izvor: Izviješće o stanju u prostoru općine Lumbarda za razdoblje od 2010. do 2013 (ISP), str. 29.

U sklopu općine Lumbarda, izrađen je i urbanistički plan uređenja za općinu „Humac–Pudarica“ (Službeni glasnik Općine Lumbarda, br. 2/11.).

4.3. Dubrovačko primorje

Općina Dubrovačko primorje obuhvaća Slano, kao općinsko središte i priobalna naselja (Banići, Doli, Kručica, Majkovi) i područja u zaleđu (Čepikuće, Lisac, Mravinica, Podgora, Podimoč, Točionik, Trnova, Trnovica, Imotica, Ošlje, Smokovljani, Stupa, Štedrica, Topolo, Visočani). U okviru prostornih pokazatelja utvrđena je mogućnost daljnjega kvalitetnoga ravnomjernog razvoja na prostoru Općine.

U prostornim planovima za općinu Dubrovačko primorje utvrđena su moguća ograničenja, koja se odnose najviše na područje priobalnog prostora, posebice u njihovoj uporabi kao što su: seizmotektonski aktivna područja, inženjersko–geološki nestabilna područja kod Slanog i Majkova,

zone sanitarne zaštite vodocrpilišta Nereze, javna vodna dobra povremenih tokova–bujica, magistralni infrastrukturni koridori, nepovoljne morfološke karakteristike, nedostatna širina državnog teritorija, te minski sumnjive površine. Ograničenja tih mjera zaštite u prostornom smislu najvećim dijelom ogledaju se u ograničenju daljnjeg razvoja (širenja) izgrađenih struktura, a poglavito građevinskih područja naselja i izdvojenih građevinskih područja gospodarskih namjena. Usprkos zakonskim propisima i utvrđenoj zaštiti obalnog područja mora u dubini od 1 km u kopno, te 300 m u more od obalne linije moguće je formiranje adekvatnih građevinskih područja u opsegu primjerenom realnim potrebama korisnika prostora, s obzirom na to da su zatečena građevinska područja priobalnih naselja predimenzionirana.

Ciljanim prostornim planom određeno je jačanje gospodarske važnosti općinskog središta Slano i dobivanja statusa jačeg središta rada i naselja gradskog obilježja, naselja Banići s naglašenom proizvodnjom i značajkama lokalnoga uslužnog središta (poljodjelstvo, eksploatacija i prerada građevinskog kamena), dok će područje Majkova postati poljodjelsko, proizvodno i prerađivačko središte. U okviru razvoja gospodarskih djelatnosti u prostoru Posebnog rezervata Malostonski zaljev, koji znatno zalazi i u zaobalni prostor, postoje određena ograničenja, kao što je neizvedivost smještaja vjetroelektrana ili golf– terena.

Izgradnja sustava odvodnje otpadnih voda obvezatno je propisana za sva priobalna naselja i izdvojene gospodarske zone u priobalju Županije, kao jedno od glavnih ograničenja za daljnji jači gospodarski i turistički razvoj u obalnom području. Tako je određeno da svakoj daljnjoj izgradnji vodećih smještajnih turističkih kapaciteta (Budima, Smokvina, Rat, Sestrice) i poslovne zone u Banićima mora prethoditi izgradnja sustava odvodnje otpadnih sanitarnih voda, s uređajem za pročišćavanje i dugačkim podmorskim ispuštom. Znatno ograničenje u trasiranju prometnica i ostalih infrastrukturnih građevina nepovoljan je reljef i nedostatna širina državnog teritorija.

Magistralni (od državnoga i županijskog značenja) infrastrukturni koridori autoceste, duž jadranske željeznice, 110 i više kV dalekovoda prostorno je ograničenje u smislu stvaranja prostornih barijera. Međutim, istodobno su jedan od najznačajnijih čimbenika u poticanju razvoja prostora Općine. Ovim prostornim urbanističkim planom utvrđeno je da najveće prostorne mogućnosti za daljnji razvoj pruža zaobalni dio Općine uz

planirane znatne prometnice i polja. Također, u tom dijelu prostora moguć je razmještaj gospodarskih zona, eksploatacijskih polja mineralnih sirovina, vjetroelektrana, solarnih elektrana, građevina za postupanje s otpadom, poljoprivrednih gospodarstava (ratarskih i stočarskih farma) itd.

U prostornom planu naglašena je važnost korištenja prostorom u svrhu gospodarskog razvoja analizirane općine, tako da svaka namjena prostora mora pridonijeti razvoju turizma, poljoprivrede, trgovine i industrije, te da je uz to obvezna dosljedna i pomna zaštita prirodnih i graditeljskih vrijednosti područja Općine.

Tablica 8. Namjena površine Općine Dubrovačko primorje

Struktura korištenja i namjene površina	ha	%
Građevinska područja naselja – Ukupno	373,49	1,87
GPNi – izgrađeni dio		
GPN – neizgrađeni dio		
Izdvojena građevinska područja izvan naselja – Ukupno	745,9	3,73
GP za gospodarsku proizvodnu namjenu	112,00	0,57
GP za gospodarsku poslovnu namjenu	93,0	0,47
GP za ugostiteljsko–turističku namjenu	93,0	0,47
GP za športsko–rekreacijsku namjenu	26,5	0,13
GP za iskorištavanje mineralnih sirovina (E3)	63,98	0,32
GP za groblja (G) (procjena)	2,79	0,01
Poljoprivredne površine	1 364,89	6,92
Šumske površine	7 747,89	38,8
Ostale poljop. i šumske površine	10 618,13	53,84
Odlagalište otpada		
Ostale površine(IS) i ostalo (procjena)		
Ukupno Općina Dubrovačko primorje	19 724,6	100,0

Izvor: Izvješće o stanju u prostoru Općine Dubrovačko primorje za razdoblje od 2011. do 2015. Općine Dubrovačko primorje(ISP), Službeni glasnik, br. 12/15., str. 26.

Građevinska područja naselja (GPN) zauzimaju 1,96 % kopnene površine Općine Dubrovačko primorje (izgrađeno – GPNi + neizgrađeno, ili planirano za razvoj GPNn). Ovaj podatak, ako se uspoređi s istovrsnim na razini Republike Hrvatske: 6,74 %, pokazuje nešto manju opterećenost Općine površinama

namijenjenima za GPN. U GPN-u izgrađena površina GPNi iznosi 1,19 %, dok udio površina za razvoj naselja (neizgrađena površina) GPNn-a iznosi svega 0,77 %. Izdvojena građevinska područja izvan naselja zauzimaju 2,71 % površine Dubrovačkog primorja.

U prostornom planu iz 2013. predlaže se sljedeća osnovna prostorno-razvojna struktura područja Dubrovačkog primorja:

- utvrdit će se prostorno-strukturni sustav kojim će se odrediti žarišta i smjernice prostornog razvoja te njihove međusobne veze i pozitivan utjecaj na nerazvijeni zaobalni dio Općine,
- u obalnom području treba jače razvijati turističku ponudu podizanjem kvalitete sadržaja i smještaja u postojećim kapacitetima uz osiguranje prostornih uvjeta za realizaciju novih turističkih zona na lokalitetima Budima, Rat, Sestrice i uvala Smokvina,
- prostorni razmještaj proizvodnih kapaciteta temeljit će se na uspostavi široke mreže manjih i raznolikih proizvodnih jedinica i daljnjem razvoju već formiranih i planiranih većih i složenih gospodarskih cjelina koje su od posebnog značenja za područje cijele Općine,
- poticanje razvoja ribarstva i marikulture,
- razvoj djelatnog, konkurentnog i ekološki čistog poljodjelstva potiče se na dijelu zaobalnog prostora i manjih gospodarskih kapaciteta te razvoj seoskog turizma kako u naseljima, tako i izvan njih na farmama (poljoprivrednim gospodarstvima).

U nastavku prikazani su prostorni pokazatelji za namjenu površina za općinu Dubrovačko primorje (tablica 9.). Potrebno je naglasiti da se podatci izraženi u tablici nisu mijenjali od 2007., kada je i prostorni plan uređenja općine (PPUO Dubrovačko primorje) izglasan, te se nije mijenjao kroz donesene Izmjene i dopune tijekom godina.

Tablica 9. Iskaz prostornih pokazatelja za namjenu površina općine Dubrovačko primorje

Red. br.	Namjena površina	Oznaka	Ukupno (ha)	Udio % od površine Općine (19 724,6 ha na kopno i 2 973,6 ha na more)	
1.	GRAĐEVINSKA PODRUČJA NASELJA		373,49	1,87	
	Građevinska područja mješovite namjene	GP	361,22	1,81	
	Ugostiteljsko–turističke namjene (do 20 % u naselju)		4,07	0,02	
	Luka nautičkog turizma		oko 1,0	0,05	
	Športsko–rekreacijske namjene		6,2	0,03	
	Groblja		1,0	0,01	
2.	IZGRAĐENE STRUKTURE IZVAN GP NASELJA		745,0	3,73	
	gospodarska–proizvodna namjena	I	112,00	0,57	
	gospodarska–eksploatacija mineralnih sirovina	E	63,98	0,32	
	gospodarska–marikultura – kopno	H4–	3,50	0,02	
2.	IZGRAĐENE STRUKTURE IZVAN GP NASELJA		745,0	3,73	
	gospodarska–poslovna namjena	K	93,00	0,47	
	gospodarska–ugostiteljsko turistička namjena	T	93,00	0,47	
	luke nautičkog turizma – kopno	LN	16,60	0,08	
	športsko–rekreacijska namjena	R	26,50	0,13	
	športsko–rekreacijska namjena – golf	R	205,00	1,03	
	groblja	+	2,79	0,01	
	površine infrastrukturnih sustava	IS	129,07	0,64	
Općina ukupno – građevinska područja – kopno			–	1 119,39	5,6
3.	POLJOPRIVREDNE POVRŠINE	P	1 364,89	6,92	
	vrijedno obradivo tlo	P2	1 312,77	6,66	
	ostala obradiva tla	P3	52,12	0,26	
4.	ŠUME	Š	7 747,89	38,80	
	gospodarske i zaštitne šume	Š1 i Š2	6 135,60	30,70	
	posebne šume	Š3	1 612,29	8,17	
5.	OSTALE POLJOPRIVREDNE I ŠUMSKE POVRŠINE	PS	10 618,13	53,84	
	ostale poljoprivredne i šumske površine	PS	10 618,13	53,84	
	istražni prostori mineralnih sirovina	Ex	427,32	2,17	
	potencijalne i planirane VE i SE	VE SE	2 585,02	13,10	
Općina ukupno – građevinska područja – kopno			–	18 609,07	94,34
6.	MORSKE POVRŠINE		251,65	8,46	
	gospodarska–marikultura–more	H1	225,80	1,14	
	luke nautičkog turizma–more	LN	25,85	0,15	
Općina ukupno – građevinska područja – more			–	251,65	8,46

SVEUKUPNO OPĆINA – planirana područja		–	1371,94	6,95
7.	ZAŠTIĆENE CJELINE		8 078,89	40,96
	Posebni rezervat u moru		3 252,36	
	Kopno	PR	3 011,58	–
	More		240,78	
	Evidentirani za zaštitu			
	Posebni rezervat (herpetološki i botanički)	PR		–
	Kopno		92,97	
	Ekološka mreža – ukupno		6 078,34	
	Kopno	NEM	3 104,74	–
7.	ZAŠTIĆENE CJELINE		8 078,89	40,96
	More		2 973,60	
	Važna područja za divlje svojte i stanišne tipove			
	Kopno		3 104,74	
	More		509,88	
	Koridor za kornjače			
	More		2 973,60	
	Zaštićena graditeljska baština			
	arheološka područja		10,98	
	etnozone		1 135,29	–
	povijesne graditeljske cjeline		3,41	
	Evidentirana graditeljska baština			
	– arheološka područja		994,75	–
8.	CJELINE ZAŠTIĆENE OVIM PLANOM		8774,2	44,48
	– kulturni krajobraz			
	Kopno		6 066,47	
	– prirodni krajobraz			
	Kopno		658,72	–
	More		2 157,00	

Izvor: Ciljane izmjene i dopune Dubrovačko primorje (CIDPPUO), Službeni glasnik DNŽ, br. 14/13., str. 128.

U nastavku su izrađeni urbanistički planovi za sljedeće općine:

- Urbanistički plan uređenja „Banići, Kručica, Slađenovići” (UPU Banići, Kručica, Slađenovići, Sl. gl. DNŽ, br. 8/11.) izrađuje se temeljem Prostornog plana uređenja Općine Dubrovačko primorje (PPUO DUBROVAČKO PRIMORJE (Sl.,gl. DNŽ, br. 6/07.), kao i ciljane izmjene Prostornog plana uređenja Općine Dubrovačko primorje (CIDPPUO DUBROVAČKO PRIMORJE 2011 (Sl.,gl. DNŽ, br. 8/11.);
- Urbanistički plan uređenja „TZ i LN Sestrice“ (UPU TZ i LN Sestrice, Sl. gl. DNŽ, br. 14/13.) izrađuje se temeljem Prostornog plana uređenja

Općine Dubrovačko primorje (PPUO DUBROVAČKO PRIMORJE (Sl. gl. DNŽ, br. 6/07.), IDPPUO DUBROVAČKO PRIMORJE (Sl. gl. DNŽ, br. 9/12.), kao i ciljane izmjene Prostornog plana uređenja Općine Dubrovačko primorje (CIDPPUO DUBROVAČKO PRIMORJE 2011 (Sl. gl. DNŽ, br. 8/11.), CIDPPUO DUBROVAČKO PRIMORJE 2013. (Sl. gl. DNŽ, br. 14/13.);

- Detaljni plan uređenja “Polje” (DPU Polje, Sl. gl. DNŽ, br. 1/12.) – od 2014. Nema detaljnog plana uređenja.

4.4. Mljet

Izvorni Prostorni plan uređenja Općine Mljet donesen je 2002., a njegova se temeljna polazišta i postavljeni ciljevi nisu znatno promijenili. Ukupno plansko razdoblje Plana iznosi dvadeset godina, do 2021. Planom je određeno i nekoliko planskih razdoblja – novelacija i provedbi izmjenjena i dopune Plana kako bi se ispravili ovim Planom postavljeni ciljevi u skladu s novim saznanjima i potrebama za odgovarajućim novim prostorno–planskim rješenjima. Razmjerno je velik broj čimbenika koji ograničuju širenje naselja, tj. izgradnju stambenih, ali i drugih građevina, prostornih, gospodarskih, demografskih čimbenika. Prilikom utvrđivanja građevnih područja u izmjenama i dopunama iz 2015. smatrali su se relevantnima sljedeći dokumenti:

1. Strategija prostornog uređenja Republike Hrvatske (Sabor, 1977.). Temeljni dokument prostornog razvoja Republike Hrvatske koji daje i osnovne smjernice za planiranje koje definiraju cjelokupan društveni stav čuvanja i zaštite prostora.
2. Program prostornog uređenja Republike Hrvatske (NN, 50/99.).
3. Prijedlog prostornog plana Dubrovačko–neretvanske županije razrađuje načela postavljena Strategijom i Programom prostornog uređenja Republike Hrvatske.
4. Prostorni plan Dubrovačko–neretvanske županije (*Službeni glasnik Dubrovačko–neretvanske županije*, br. 06/03., 03/05., 03/06., i 07/10., 4/12.–isp. i 9/13.);
5. Zakon o prostornom uređenju („Narodne novine“, br. 153/13.)

U tom smislu prostorne pretpostavke razvoja Općine koje se donose ovim Planom iz 2015. odnose se na:

1. smanjivanje (nepotrebnih) građevnih područja naselja s obzirom na vrijedeći plan,

2. sprječavanje duž obalne linearne izgradnje u jednom redu,
3. određivanje lokacije za gospodarsku zonu,
4. određivanje više lokacija za turističku izgradnju,
5. planiranje izgradnje obilaznica,
6. planiranje cestovnih veza s priobalnim naseljima,
7. planiranje uređenja lokalnih cesta radi bolje integracije prostora,
8. planiranje bolje opremljenosti naselja u skladu s razinom središnje važnosti planirane Strategijom i Programom razvoja Republike Hrvatske,
9. potrebna izradba detaljnih planova uređenja za odabrane zone, osobito u obalnom području,
10. uspostavu složenog sustava zaštite prostora, njegove prirodne i kulturne baštine, a osobito krajobraza priobalja i njegove pozadine i u tim zonama restriktivan odnos prema širenju građevinskih područja,
11. planiranje bolje infrastrukturne opremljenosti, koja je vrlo loša (planiranje izgradnje odvodnih sustava, poboljšanje elektroopskrbe i vodoopskrbe cijele Općine) i sl.

Planom iz 2015. utvrđeno je da se budući gospodarski razvoj usmjeri na tradicionalno važne i tržišno potvrđene sustave: osobito ugostiteljstva i turizma, poljodjelstva, nadasve vinogradarstva, zatim ribarstva i marikulture kao komplementarnih djelatnosti turističkoj ponudi temeljenima na ekološki čistoj proizvodnji i prirodi.

Planirani razvoj gospodarskih djelatnosti polazi prije svega od utvrđene činjenice da prirodni resursi pružaju velike mogućnosti za razvoj turističkog gospodarstva. Planom je određeno dvanaest turističkih zona i jedan kamp u okviru kojega se mogu podizati manji bungalovi i koji se može bolje opremiti nego kampovi koji se mogu izgrađivati i izvan građevnih područja naselja. Ukupno se planira u okviru turističkih zona, obiteljskih pansiona izvan turističkih zona i u okviru planiranog kampa 2 950 ležajeva (izvan NP „Mljet“). Ti bi se kapaciteti trebali izgraditi u planskom razdoblju ovoga Plana. Mogućnosti smještaja postelja u čvrstim građevinama visokog standarda treba konačno utvrditi izradbom detaljnih planova uređenja (DPU), koji svoja rješenja trebaju temeljiti na vrijednostima prostora, što treba štititi. U turističkim zonama planira se izgradnja stacionarnih hotelskih građevina, apartmanskih zgrada i bungalova sa svim pratećim sadržajima. Zgrade i sadržaji trebaju biti za cjelogodišnju uporabu, koje treba promatrati u svezi s budućim heliodromom i vezom s Dubrovnikom i zračnom lukom Dubrovnik, ali i zračnom lukom “Brna” na Korčuli. Uz to

idu i znatno bolje veze s kopnom, trajektom Sobra–Prapatno i brzim brodom Podškoji–Dubrovnik i Polače–Korčula, što će omogućiti dulju turističku sezonu od današnje, koja se odvija samo u hotelu *Odisej*.

S obzirom na geoprometni položaj otoka, njegovu potencijalnu ulogu u smještajnom i pomorskom turizmu, moguća je izgradnja marine visoke kategorije u blizini smještajnih kapaciteta u široj zoni Saplunare – na lokalitetu Podškoji i lokalitetu Preč, te u uvali Sobre na lokaciji Klačina Luka. Bilo bi to znatno proširenje turističke ponude novim sadržajima kao što je stvaranje “uređenih plaža” sa svim potrebnim funkcionalnim objektima, koji se označavaju tim terminom (ugostiteljski sadržaj ukupno 50 m² zatvorenog prostora na svakoj plaži, parkiralište, sanitarni objekti, kabine za presvlačenje, mogućnost unajmljivanja, mogućnost rekreacijskih aktivnosti uz samo kupanje i sl.).

Lokaliteti pogodni za turističku izgradnju, uz one na području NP „Mljet” (primjenjuju se rješenja PPPPO NP „Mljet”). Nalaze se u središnjemu i istočnom dijelu otoka, osobito u široj zoni Saplunare. Iznimne su pogodnosti za rekreaciju na moru. Za sve turističke aktivnosti, kako za one neposredno uz more, tako i one u svezi s turističkom privlačnošću na kopnu, Općina pruža velike mogućnosti. Postojeće turističke kapacitete u privatnom smještaju u obiteljskim pansionima treba rekonstruirati, podignuti na višu kvalitetu usluge i opremiti ih također potrebnim sadržajima za dužu turističku sezonu. Jednako tako, planira se konjički šport, kroz postavu staza za jahanje kojima bi se na vrlo atraktivan način mogli otvoriti mnogi prostori otoka turistima i drugim posjetiteljima otoka na vrlo lak i prihvatljiv način.

Planira se i postava pješačkih i planinarskih staza te otvorenje planinarskih domova kao dodatna atraktivna izvanpansionska ponuda. I planinarske i konjičke staze trasirat će se u trenutku kad se za to pokažu potrebe u skladu s zahtijevanim kapacitetima. Istim planom došlo se do zaključka da Općina Mljet u turizmu ima najveće mogućnosti za daljnji gospodarski razvoj. Zbog toga, gospodarski će se razvoj trebati koncentrirati na intenzivniji razvitak ugostiteljsko–turističkog sustava, prometa i veza, uprave te poljodjelstva i malo ribarstva, koliko je potrebno za servisiranje turističke ponude i industrijsko–servisnih usluga. Intenzitet rasta i razvoja gospodarstva morao bi biti u korelaciji s razvojem potrebne infrastrukture i s demografskim mogućnostima.

Imajući u vidu postojeću razvijenost gospodarstva i svojstvenosti prirodnih potencijala za razvoj, planom se ustvrdilo da postoje velike mogućnosti za gospodarski razvoj, a koje upućuju na sljedeće:

- a. daljnje razvijanje turizma poboljšavanjem njegove kvalitete i strukture, osobito servisa i kućnih tradicijskih obrta,

- b. razvoj poljodjelstva, i to ne samo na kulturi masline i vinove loze,
- c. usmjerenost na ribarstvo kao dopunsku granu u funkciji turizma.

Kao jedno od ograničenja u ovom planu ističe se neplaniranje mjesta za moguću izgradnju novih ili prenamjenu postojećih zgrada iz skupine društvenih djelatnosti. Na temelju prostornog plana iz 2015., a prema korištenju i namjeni površina, izrađena je struktura prostora na sljedeći način (za NP „Mljet” primjenjuje se PPPPO NP „Mljet”):

I. POVRŠINE UNUTAR GRAĐEVINSKIH PODRUČJA:

a) površine naselja

- građevinska područja naselja – unutar kojih su razgraničene površine mješovite namjene i površine posebne namjene;
- naselja Kozarica, Blato, Ropa, Prožura, Okuklje, Maranovići, Korita – u cjelini za mješovitu namjenu;
- naselja Babino Polje – unutar kojega su razgraničene površine za:
 - o mješovitu namjenu,
 - o i isključive namjene:
 - gospodarsku: ugostiteljsko–turističku namjenu (Babino Polje) (T3),
 - gospodarsku: ugostiteljsko–turističku namjenu (Babino Polje–Sutmiholjska) (T3),
 - društvenog standarda „dom za stare“ (D);
- naselja Sobra – unutar kojih su razgraničene površine za:
 - mješovitu namjenu,
 - i posebne namjene:
 - gospodarsku: ugostiteljsko–turističku namjenu: „luka nautičkog turizma“ (LN);
- naselje Prožurska Luka – unutar kojega su razgraničene površine za:
 - mješovitu namjenu,
 - i posebne namjene:
 - o gospodarsku: ugostiteljsko–turističku namjenu: „luke nautičkog turizma“ (LN),
 - o gospodarsku: ugostiteljsko–turističku namjenu „TL“ (T2);
- naselja Saplunara – unutar kojega su razgraničene površine za:
 - mješovitu namjenu,
 - i posebna namjene:
 - o gospodarsku: ugostiteljsko–turističku namjenu „TL“ (T1);

b) površine izvan naselja za izdvojene namjene:

- izdvojena građevinska područja (izvan naselja) namijenjene na kopnu,

- površine unutar izdvojenih građevinskih područja (izvan naselja) posebne namjene razgraničena je za:
 - građevinska područja za gospodarsku ugostiteljsko–turističku namjenu (T),
 - građevinska područja za gospodarsku – poslovnu namjenu (K),
 - građevinska područja za gospodarsku poslovnu namjenu – opskrbni centar (H4),
 - građevinska područja za športska igrališta (R5),
 - građevinska područja groblja (+);
- c) izdvojena građevinska područja (izvan naselja) posebne namjene na moru i površina unutar izdvojenih građevinskih područja (izvan naselja) posebne namjene na moru razgraničena je:
 - za gospodarsku namjenu – marikulturu (H2).

II. POVRŠINE IZVAN GRAĐEVINSKIH PODRUČJA:

- d) poljoprivredne i šumske površine i to za:
 - poljoprivredne površine za samo osnovne namjene (P),
 - šumske površine isključivo osnovne namjene i park šume (Š),
 - ostalo poljoprivredno tlo, šumu i šumsko zemljište (PŠ)(s pojedinačnim gospodarskim objektima u funkciji obavljanja poljoprivredne i stočarske djelatnosti te pružanje ugostiteljskih i turističkih usluga u seljačkom domaćinstvu);
- e) površine infrastrukturnih sustava (IS),
 - površine za infrastrukturne koridore:
 - prometne,
 - elektroenergetske,
 - vodnogospodarskog sustava,
 - površine za infrastrukturne građevine:
 - prometne,
 - elektroenergetske,
 - vodnogospodarskog sustava;
- f) površine mora:
 - za prometne djelatnosti – lučki bazeni luka otvorenih za javni promet,
 - za turizam – lučki bazen luke posebne namjene – luka nautičkog turizma (LN),
 - za rekreaciju – uređena plaža (R3) – morski dio.

Tablica 10. Iskaz prostornih pokazatelja za namjenu površina Općine Mljet

Red. br.	Općina Mljet	Oznaka	Ukupno (ha)	% od površine Županije	
1.1.	GRAĐEVINSKA PODRUČJA	UKUPNO	GP	103,75	0,07
	Izgrađeni dio građevinskog područja	ukupno		65,65	0,04
	obalno				
	otočno (ZOP)		65,65		
	kontinentalno–granično				
	ostalo (za razvoj naselja)				
	SAMO GRAĐEVINSKA PODRUČJA NASELJA	UKUPNO		81,39	
	izgrađeni dio građevinskog područja			63,42	
	dio građevnog područja za razvoj			17,97	
1.2.	IZGRAĐENE STRUKTURE VAN			20,65	0,01
	GRAĐEVINSKOG PODRUČJA	UKUPNO			
	(naselja)				
		I1	0,00		
		E1			
		H	0,00		
		K	3,53		
		T	13,70		
		R	3,42	0,00	
1.3.	POLJOPRIVREDNE POVRŠINE	UKUPNO	P	923,55	0,52
	obradive		P1	120,72	0,07
			P2	246,95	0,14
1.4.	ŠUMSKE POVRŠINE	UKUPNO		2 033,79	1,14
	gospodarstvo		Š1	1 171,35	0,66
	zaštitne		Š2	862,44	0,48
	posebne namjene (park šuma „Gruj” u okviru		Š3	„N“	
1.5.	OSTALE POLJOPRIVREDNE I ŠUMSKE	UKUPNO	PŠ	3 283,95	1,84
	POVRŠINE			3 283,95	1,84
1.6.	VODENE POVRŠINE	UKUPNO	V	2,88	0,00
	vodotoci			2,88	
	jezera			0,00	
	akumulacije			0,00	
	retencije			0,00	
	ribnjaci			0,00	
1.7.	OSTALE POVRŠINE	UKUPNO			
	posebna namjena		N	112,10	
			IS	577,52	0,32
			G	1,71	0,00
	preostale površine			0,06	0,00
	OPĆINA MLJET	UKUPNO		7 037,59	3,95
2.0.	ZAŠTIĆENE CJELINE				
2.1.	ZAŠTIĆENA PRIRODNA BAŠTINA	UKUPNO			

	nacionalni park	NN	3 003,29	1,68
	park prirode	PP	0,00	
	ostali zaštićeni dijelovi prirode: značajni krajobraz		112,10	
	Saplunara – Gruj			
2.2.	ZAŠTIĆENA GRADITELJSKA BAŠTINA	UKUPNO		
	arheološka područja			
	povijesne graditeljske cjeline			
3.0.	ISKORIŠTENJE RESURSA			
3.1.	MORE I MORSKA OBALA	obalno	ha, km	ne iskazuje se
	otočno		ha, km	
3.2.	ENERGIJA	proizvodnja	MW	
	potrošnja		MWh	
3.3.	VODA	vodozahvat	u 1 000 m ³	
	potrošnja		u 1 000 m ³	
3.4.	MINERALNE SIROVINE		jed. mjere sir.	
	OPĆINA MLJET	UKUPNO	7 037,59	3,95

Izvor: Izmjene i dopune prostornog plana uređenja općine Mljet (IDPPUO), *Službeni glasnik Općine Mljet*, broj 01/16., str. 46.

U nastavku prikazana je namjena površine za Općinu Mljet.

Tablica 11. Namjena površine Općine Mljet

NAMJENA	ha	%
GPN – Izgrađeno	63,42	0,9
GPN – Neizgrađeno (za razvoj)	17,97	0,26
GP za ugostiteljsko–turističku namjenu (T)	13,70	0,19
GP za kom. poslovnu namjenu (K)	3,53	0,05
GP za športska igrališta (R)	3,42	0,05
Groblja	1,71	0,02
Pov. infrastrukturnih sustava	577,52	8,21
Poljoprivredne površine	923,55	13,12
Šumske površine, makija, garig	2 033,79	28,90
Ostale poljopriv. i šumske površine	3 283,95	46,66
Vodene površine	2,88	0,04
Posebna namjena	112,10	1,59
Ostale površine	0,05	0,00
Općina Mljet–ukupno	7 037,59	100,00

Izvor: Izmjene i dopune prostornog plana uređenja općine Mljet (IDPPUO), *Službeni glasnik Općine Mljet*, broj 01/16., str. 45.

Za područje NP Mljet donesen je Prostorni plan područja posebnih obilježja (PPPPO), koji je s obzirom na razinu donošenja formalno nadređen ovome Planu, to se ovim Planom za područje Općine Mljet, koje zauzima NP Mljet preuzimaju sva rješenja PPPPO NP Mljet. Svi pokazatelji Plana prostornog rješenja i Odredaba za provođenje odnose se na prostor Općine Mljet izvan NP Mljet. Prostorni plan Nacionalnog parka Mljet jedno je od glavnih sredstava kako aktivne, tako i pasivne zaštite Parka u svim onim aspektima korištenja prostora i utjecaja na prostor koji su prostorno zavisni. Prostorni plan, usto što je sredstvo zaštite on je i glavno sredstvo uređenja i unapređenja Parka u svim onim aspektima koji se odnose na zahvate u prostoru, i to u svojstvu, kako pravnog tako i tehničkog dokumenta. Točnije, PPPPO je glavni regulator i koordinator svih funkcija Nacionalnog parka.

U nastavku su istaknuti zakonski temelji izradbe prostornog plana za nacionalni Park Mljet:

1. Zakon o izmjenama Zakona o proglašenju zapadnog dijela otoka Mljeta Nacionalnim parkom ("Narodne novine", br. 13/97.),
2. Prijedlog Prostornog plana Nacionalnog parka Mljet, Sabor SR Hrvatske, na sjednicama 19. ožujka 1987.,
3. Pravilnik o unutarnjem redu u Nacionalnom parku "Mljet" ("Narodne novine", br. 39/96.),
4. Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o prostornom uređenju ("Narodne novine", br. 68/98.),
5. Zakon o gradnji ("Narodne novine", br. 52/99.),
6. Zakon o zaštiti prirode ("Narodne novine", br. 30/94.),
7. Pravilnik o unutarnjem redu u Nacionalnom parku "Mljet" ("Narodne novine", br.87/99.),
8. Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara ("Narodne novine", br. 69/9.9).

Literatura

1. *II. Izmjene i dopune Prostornog plana uređenja Grada Korčule, Službeni glasnik Grada Korčule*, br. 9/16.
2. *Izmjene i dopune prostornog grada Korčule*, 2011. (PPUG Korčule), *Službeni glasnik Grada Korčule*, br. 3/11.
3. *Izvješće o stanju u prostoru Općine Lumbarda za razdoblje od 2010. do 2013.* (ISP),

4. *II. Izmjene i dopune Prostornog plana uređenja Općine Lumbarda PPUO Lumbarda* (službeni glasnik općine Lumbarda br.: 02/03, 03/03 isp., 02/08 i 05/13) *Službeni glasnik Općine Lumbarda* br. 2/08.
5. *Izvjешće o stanju u prostoru Općine Dubrovačko Primorje za razdoblje od 2011. do 2015.* Općine Dubrovačko Primorje(ISP), *Službeni glasnik*, br. 12/15.
6. *Ciljane izmjene i dopune Dubrovačko primorje* (CIDPPUO), *Službeni glasnik DNŽ*, br. 14/13.
7. *Izmjene i dopune prostornog plana uređenja općine Mljet* (IDPPUO), *Službeni glasnik Općine Mljet*, broj 01/16.
8. *Izvjешće o stanju u prostoru Općine Mljet 2010.– 2013.b* (ISP), *Službeni glasnik Općine Mljet*, br. 03/14., *Službeni glasnik Općine Mljet*, br. 01/16.

Ostali izvori:

1. UPU "Poslovna lokacija Uvala Luka", *Sl. gl. Grada Korčule*, br. 06/16.
2. PPUG Korčule, *Sl. gl. Grada Korčule*, br. 2/03.
3. PPUG Korčule, *Sl. gl. Grada Korčule*, br. 3/08.–usklađenje
4. IDPPUG Korčule, *Sl. gl. Grada Korčule*, br. 3/11.
5. DPPUG Korčule, *Sl. gl. Grada Korčule*, br. 10/15.
6. GUP Korčula, *Sl. gl. Općine Korčula*, br. 01/89.
7. IDGUP Korčula, *Sl. gl. Općine Korčula*, br. 1/96.
8. IDGUP Korčula *Sl. gl. DNŽ*, br. 4/03.
9. PUP Korčula, *Sl. gl. Općine Korčula*, br. 01/89.
10. IDPUP Korčula, *Sl. gl. Općine Korčula*, br. 5/91.
11. IDPUP Korčula, *Sl. gl. Općine Korčula*, br. 01/96.
12. IDPUP Korčula 2000, *Sl. gl. DNŽ*, br. 4/03., 7/03.–isp.
13. UPU "GZ Dominče", *Sl. gl. Grada Korčule*, br. 01/13.
14. UPU "Zagradac", *Sl. gl. Grada Korčule*, br. 08/14.
15. UPU "Pupnat 2", *Sl.gl. Grada Korčule*, br.08/14.
16. UPU „Humac–Pudarica“ (*Sl.gl. Općine Lumbarda* br.: 02/11)
17. PPUO Lumbarda, *Sl. gl. Općine Lumbarda* br. 02/03., 03/03.–isp.
18. 18, IDPPUO Lumbarda, *Sl. gl. Općine Lumbarda* br. 2/08.
19. UPU Humac–Pudarica lumbarda, *Sl.gl. Općine Lumbarda*, br. 2/11.
20. II. IDPPUO Lumbarda, *Sl. gl. Općine Lumbarda*, br. 5/13.
21. PPUO Dubrovačko primorje (*Sl. gl. DNŽ*, br. 6/07.)
22. IDPPUO Dubrovačko primorje (*Sl. gl. DNŽ*, br. 9/12.)
23. CIDPPUO Dubrovačko primorje 2011 (*Sl. gl. DNŽ*, br. 8/11.)
24. CIDPPUO Dubrovačko primorje 2013. (*Sl. gl. DNŽ*, br. 14/13.)

25. UPU Slano (*Sl. gl. DNŽ*, br. 5/01.),
26. IDUPU Slano (*Sl. gl. DNŽ* br. 6/07.), IDUPU Slano (*Sl. gl. DNŽ* br. 5/11.)
27. UPU 4 – Banići, Kručica, Slađenovići, (*Sl. gl. DNŽ* br. 8/11.)
28. 2011. UPU TZ I LN Sestrice (*Sl. gl. DNŽ*, br. 14/13.)
29. DPU “Polje”, (*Sl. gl. DNŽ*, br. 1/12.)
30. PPUO Mljet, *Sl. gl. Općine Mljet* br. 3/02. I 5/03.–isp.
31. IDPPUO Mljet – usklađenje, *Sl. gl. Općine Mljet* br. 4/07.
32. IDPPUO Mljet, *Sl. gl. Općine Mljet* br. 7/10.
33. UPU naselja Saplunara, *Sl. gl. Općine Mljet* br. 4/09.
34. UPU naselja Prožurska luka, *Sl. gl. Općine Mljet* br. 4/09.
35. UPU naselja Sobra, *Sl. gl. Općine Mljet* br. 4/09.
36. IDUPU naselja Saplunara, *Sl. gl. Općine Mljet* br. 1/12.
37. IDUPU naselja Prožurska luka, *Sl. gl. Općine Mljet* br. 1/12.
38. IDUPU naselja Sobra, *Sl. gl. Općine Mljet* br. 9/11.
39. UPU naselja Okuklje, *Sl. gl. Općine Mljet* br. 9/11.
40. IDPPUO Mljet, *Sl. gl. Općine Mljet*, br. 9/11.
41. PPPPO Prostorni plan Nacionalnog parka “Mljet”, Županijski zavod za prostorno uređenje, Dubrovnik, NN br. 23/01.

5. Analiza dionika i njihova uloga u području kulturnog turizma

Funkcioniranje turističkog sustava zahtijeva koordinirane napore velikog broja sudionika na različitim razinama djelovanja. Popis onih koji djeluju unutar turističkog sustava pa tako i kulturnog turizma i onih koji utječu na djelovanje ovoga sustava proteže se od zaduženih za oblikovanje nacionalnih politika preko regionalne uprave, strukovnih asocijacija i povezanih institucija, do lokalnih jedinica uprave, strukovnih asocijacija i individualnih nositelja ponude u području turizma i kulture.

5.1. Pristup i metodologija

Kao polazišna točka u analizi sudionika uzeta je sekundarna analiza dostupnih informacija o nadređenim tijelima, potpornim institucijama, strukovnim asocijacijama i individualnim dionicima unutar turističkog sustava te upravljanja kulturnom baštinom. U drugom koraku, s dionicima identificiranim na prethodno opisani način provedeni su razgovori preko elektroničke pošte i telefona kako bi se došlo do što detaljnijih spoznaja o dionicima u području turizma i upravljanja kulturnom baštinom, te o njihovim ulogama. Dio spoznaja u analizi temelji se i na uvidu u relevantne postojeće nacionalne, regionalne i lokalne strateške dokumente.

5.2. Identifikacija dionika

Brojnost i heterogenost tijela u području upravljanja kulturnom baštinom i turizmom čini cjelovitu identifikaciju svih relevantnih sudionika involviranih u proces razvoja turističkog proizvoda temeljenoga na kulturnoj–baštini kompleksnim i izazovnim zadatkom. Provedenom analizom nastojalo se ustanoviti što veći broj dionika iste kategorizirati prema razini djelovanja (nacionalna, županijska, lokalna) i prikazati njihovu ulogu u procesu razvoja i upravljanja turističkim proizvodom temeljenim na kulturnoj baštini.

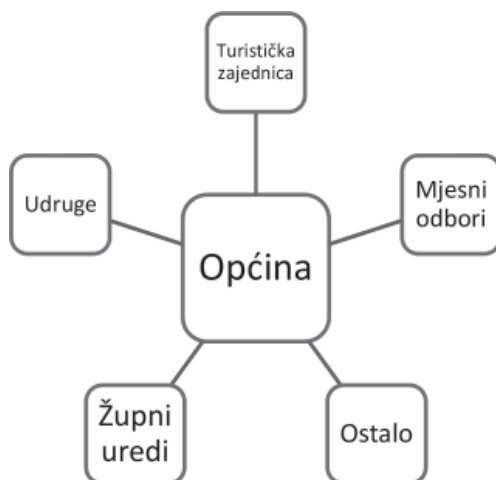
Dionici nacionalne razine uključuju: Ministarstvo kulture i Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Hrvatsku turističku zajednicu,

Hrvatsku obrtničku komoru, Udrugu hrvatskih putničkih agencija, Hrvatsku gospodarsku komoru i različite strukovne udruge i ostala tijela državne uprave.

Na regionalnoj (županijskoj) razini analiza je identificirala Upravni odjel za obrazovanje, kulturu, znanost i šport i Upravni odjel za turizam, pomorstvo, poduzetništvo i energetiku Županije Dubrovačko–neretvanske kao relevantna tijela regionalne (područne) samouprave za pitanja turizma i kulture. Na području Županije djeluje i Turistička zajednica Dubrovačko–neretvanske županije, koja nastoji stvarati prepoznatljiv regionalni identitet i promicati sve oblike turizma u regiji. Utjecaj na proces razvoja kulturnog turizma u Županiji imaju i drugi županijski odjeli, poput Upravnog odjela za prostorno uređenje i gradnju ili Upravnog odjela za zaštitu okoliša i prirode. Uz županijske odjele za potidžbu turizma i očuvanje kulturne baštine, bitnu ulogu ima i Regionalna razvojna agencija Dubrovačko–neretvanske županije DUNEA d.o.o. Unutar područne komore Hrvatske gospodarske komore za Dubrovačko–neretvansku županiju djeluje i strukovna skupina za kulturni turizam. Za pitanje kulturnog turizma relevantne su i regionalne civilne udruge poput „Deše Dubrovnik“ ili udruge „Dubrovački izlog“, koje ulažu znatne napore u očuvanje i revitalizaciju tradicionalnoga kulturnog nasljeđa. Za razvoj i očuvanje kulturne baštine značajne su aktivnosti i Društva prijatelja dubrovačke starine. Konačno, među dionike na regionalnoj razini potrebno je uključiti i Konzervatorski odjel Ministarstva kulture Republike Hrvatske u Dubrovniku te Zavod za prostorno uređenje Dubrovačko – neretvanske županije.

Na lokalnoj razini sudionici su podijeljeni prema općinama: Gradu Korčula i općinama Blato, Lumbarda, Smokvica, Vela Luka, Mljet i Dubrovačko primorje. Lokalne dionike koji sudjeluju u procesu kulturno–turističkog razvoja općine moguće je podijeliti na pet temeljnih skupina: turističku zajednicu općine (grada), mjesne odbore, župne urede, udruge i ostalo. Ostalo se ponajprije odnosi na specifične karakteristike općine (grada), pa je tako npr. u gradu Korčuli aktivna Korčulanska razvojna agencija KORA d.o.o. za lokalni razvoj i poslovne usluge, dok je u općini Mljet aktivan Nacionalni park Mljet. Također, udruga Lokalna akcijska grupa 5 aktivna je u svim spomenutim općinama. Župni uredi sudjeluju u renoviranju crkava i aktivnosti povezanima uz crkve u općini, kao dio turističko–kulturne ponude. Općinske turističke zajednice aktivno sudjeluju u strateškom promišljanju općinskog razvoja kulturno–turističke ponude. Udruge na razini općine aktivne su u razvoju i promociji pojedinih tema, koje su razlog njihova postojanja, poput viteške udruge Kumpanjija ili Udruge vinara i vinogradara područja Smokvice i Čare. Konačno, mjesni odbori sporadično organiziraju *fešte* u naseljima, iniciraju

uspostavu spomenika ili njihovu restauraciju, definiraju prioritete u naseljima i šalju zahtjeve u općinu za (su)financiranje pa se i tim procesom na razini općine dobiva signal o tome što se drži važnim na razini naselja. Općine alociraju budžet za kulturno–turistički razvoj, što mogu napraviti kao općine ili njezine turističke zajednice.



Dijagram 1. Mreža dionika kulturno–turističkog razvoja na lokalnoj razini

Izvor: Autorski prikaz

Općina Mljet odnosi se na cijelo područje otoka Mljeta, koje obuhvaća 20 naselja, pri čemu općina ima administrativno sjedište u naselju Babino Polje. Analizom dionika na razini otoka Mljeta identificirani su: općina Mljet i mjesni odbori, Turistička zajednica općine Mljet, Nacionalni park Mljet, župni uredi, ali i znatan broj udruga. Općina Smokvica sastoji se od četiri naselja na otoku Korčuli: Smokvica, Brna, Vinačac (Vinašac) i Blace (Blaca), pri čemu je glavno naselje Smokvica gdje živi oko dvije trećine stanovnika općine. Analizom sudionika na razini općine Smokvice identificirani su: općina Smokvica i mjesni odbori, Turistička zajednica općine Smokvica, župni uredi i brojne udruge. Općina Blato obuhvaća naselja Blato i Potirna, Turističku zajednicu općine Blato, župni ured i udruge. Općina Lumbarda sadržava istoimeno naselje Lumbardu, Turističku zajednicu općine Lumbarda, župni ured i udruge. Općina Vela Luka obuhvaća istoimeno naselje, Turističku zajednicu općine Vela Luka, župni ured te udruge. Općina Dubrovačko Primorje sastoji se od 20 samostalnih naselja, pri čemu je sjedište općine u Slanome. Analizom dionika na razini općine Smokvica pronađeni su: općina Dubrovačko primorje

i mjesni odbori, Turistička zajednica općine Dubrovačko primorje, župni uredi i znatan broj udruga. Grad Korčula je administrativno središte Grada Korčule, kojemu pripadaju i naselja Račišće, Žrnovo, Pupnat i Čara. Analizom sudionika na razini grada Korčule identificirani su: grad Korčula i mjesni odbori, Turistička zajednica grada Korčule, župni uredi, Korčulanska razvojna agencija KORA d.o.o. i znatan broj udruga.

5.3. Analiza dionika i njihova uloga – nacionalna razina

Dionici nacionalne razine uključuju: Ministarstvo kulture i Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Hrvatsku turističku zajednicu, Hrvatsku obrtničku komoru, Udrugu hrvatskih putničkih agencija, Hrvatsku gospodarsku komoru i različite strukovne udruge, uz ostala tijela državne uprave koja svojom djelatnošću osiguravaju uvjete za očuvanje, razvoj i unaprjeđenje korištenja kulturnim dobrima kao osnovnim komponentama za razvoj kulturnog turizma. U nastavku će biti prezentirane specifičnosti djelovanja najvažnijih sudionika s obzirom na utjecaj na oblikovanje i razvoj turizma u promatranom prostoru.

5.3.1. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske

Ministarstvo kulture ima najsnažniji izravan i neizravan utjecaj na razvoj i očuvanje kulturnih resursa, koji su jedan od preduvjeta turističkog razvoja u ruralnim područjima. Sukladno članku 24. Zakona o ustrojstvu i djelokrugu ministarstava i drugih središnjih tijela državne uprave (NN, br. 150/2011.), među primarnim zadatcima Ministarstva kulture Republike Hrvatske ističu se:

- obavljanje upravnih i drugih poslova u području kulture koji se odnose na razvitak i unaprjeđenje kulture, kulturnoga i umjetničkog stvaralaštva, kulturnog života i kulturnih djelatnosti,
- osnivanje ustanova i drugih pravnih osoba u kulturi,
- osiguravanje financijskih, materijalnih i drugih uvjeta za obavljanje i razvitak djelatnosti kulture.

Za aktiviranje kulturnih resursa u turizmu posebnu važnost imaju sastavnice ovog Ministarstva:

- Uprava za zaštitu kulturne baštine i
- Uprava za razvoj kulture i umjetnosti.

Općim ciljevima postavljenima u Strateškom planu Ministarstva kulture RH za razdoblje 2016.–2018., donesenom u ožujku 2016., specificirane su djelatnosti kojima bi se trebala optimizirati kulturna infrastruktura na području cijele zemlje. One se svode na:

- unaprjeđenje svih segmenata kulturnoga i umjetničkog stvaralaštva i proizvodnje,
- očuvanje kulturne raznolikosti i jačanje ravnomjernosti kulturnog razvitka,
- promicanje kulture kao razvojne snage društva,
- jačanje svijesti o vrjednovanju kulturnog proizvoda,
- osnaživanje kulturnog poduzetništva.

Kako bi iznimno bogata, ali i izrazito decentralizirana kulturna baština mogla zaživjeti u funkciji pokretača razvoja, potrebna su znatna financijska sredstva, prvenstveno za obnovu i očuvanje baštine. Prepoznavanje važnosti tog segmenta zamjetno je i u politici raspodjele financijskih sredstava u proračunu za 2017., u kojemu je iznos sredstava namijenjenih kulturi povećan 3 %.

5.3.2. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske

„Ministarstvo turizma obavlja upravne i druge poslove koji se odnose na: turističku politiku Republike Hrvatske, strategiju razvitka hrvatskog turizma; razvoj i investicije u turizmu; razvitak kongresnoga, seoskoga, lovnoga, zdravstvenoga, omladinskoga i drugih selektivnih oblika turizma; unapređivanje i razvoj malog poduzetništva u turizmu i ugostiteljstvu; sanacijske programe u svezi s restrukturiranjem hotelsko–ugostiteljskih tvrtki, praćenje i sudjelovanje u procesu privatizacije; turističku informatiku, promicanje hrvatskog turizma u inozemstvu; sustav turističkih zajednica; turističku i ugostiteljsku statistiku; stanje i pojave na području turističkih i ugostiteljskih usluga; međunarodnu suradnju u svezi s turizmom; djelovanje instrumenata gospodarskog sustava i mjera gospodarske politike na razvoj ponude i pružanje turističkih i ugostiteljskih usluga i poslovanje turističkih i ugostiteljskih gospodarskih subjekata; uvjete obavljanja turističke i ugostiteljske djelatnosti, praćenje i analiziranje kvalitete turističke ponude, turističkih i ugostiteljskih usluga, uvođenje međunarodnih standarda kvalitete ponude smještaja i usluga; kategorizaciju turističkih i ugostiteljskih objekata; unapređivanje turističke i ugostiteljske djelatnosti.“ (NN, 93/2016.)

Drugim riječima, članak 15. Zakona o ustrojstvu i djelokrugu ministarstava i drugih središnjih tijela državne uprave (NN, 150/2011.)

omeđuje djelokrug Ministarstva turizma nekoliko ključnih aktivnosti: kreira se turistička politika i strategija razvitka hrvatskog turizma, podržava se razvoj i investicije u turizmu i unaprjeđenje i razvitak malog poduzetništva u turizmu i ugostiteljstvu. S obzirom na istaknuto, Ministarstvo postavlja temeljne pretpostavke i pravila, dakle osigurava konceptualni okvir za turistički razvoja.

5.3.3. Hrvatska turistička zajednica

Hrvatska turistička zajednica (HTZ) nacionalna je turistička organizacija koja ujedinjuje sveukupnu turističku ponudu Republike Hrvatske, vodeći računa o podizanju razine njezine kvalitete. U segmentu unaprjeđenja kvalitete kulturnog turizma HTZ je kao zadatak postavila intenziviranje suradnje između turizma i kulture.

Pri HTZ – u su 2004. osnovani Ured za kulturni turizam i Savjet za kulturni turizam. Osnovna je funkcija tih tijela promocija turizma i turističke ponude, tako da ona više indirektno, kroz komercijalizaciju i globalnu koordinaciju osiguravaju razvojne mogućnosti turizma.

5.3.4. Hrvatska obrtnička komora

S obzirom da oko 90 % gospodarstva Hrvatske čine obrtnici, te mikro i mali poduzetnici, neupitna je njihova važnost za ukupni gospodarski razvoj, pa tako i razvoj kulturnog turizma.

Hrvatska obrtnička komora pravna je samostalna osoba u kojoj se obrtnici organiziraju prema svojoj djelatnosti u cehove i sekcije, radi promicanja, usklađivanja i zastupanja zajedničkih interesa. Primjerice, na prijedlog HOK-a donesen je Pravilnik o tradicijskim, odnosno umjetničkim obrtima (NN, 112/2007.) koji definira obuhvat tradicijskih i umjetničkih obrta sukladno kojem se proizvodi koji generacijama postoje u obrtima, te se njima koristi kao suvenirima u turističkoj ponudi kulturne baštine Hrvatske – mogu smatrati tradicijskim, ili umjetničkim obrtima (čl. 2. Pravilnika).

Zbog ostvarenja kvalitetnijeg rada HOK-a organiziraju se Odbori u radu kojih se raspravlja o prijedlozima i poticajima za razvoj obrtništva i malog poduzetništva. Za razvoj kulturnog turizma posebnu važnost imaju:

- Odbor za tradicijske i umjetničke obrte,
- Odbor za otoke.

5.4. Analiza dionika i njihovih uloga – regionalna (županijska) razina

5.4.1. Upravni odjel za obrazovanje, kulturu, znanost i šport Dubrovačko–neretvanske županije

Zadaća ovog odjela je koordinacija svih upravnih, pravnih, financijskih, analitičko–planskih, organizacijskih i drugih stručnih poslova u području kulture. Odjel ima uspostavljenu suradnju s kulturnim vijećima na razini županije, pa je zaslužan za financiranje javnih potreba u kulturi gradova i općina, akcija i manifestacija od županijskog značenja koje pridonose razvitku i unaprjeđenju kulturnog života, te promoviraju Dubrovačko–neretvansku županiju na svim razinama međugradske, međužupanijske i međunarodne suradnje. Proračunom Dubrovačko – neretvanske županije za 2017. za potrebe kulture alociran je iznos od 2 945 000,00 HRK. U programu javnih potreba u kulturi Dubrovačko–neretvanske županije za 2017. ovaj odjel raspolaže relativno skromnim sredstvima od 1 200 000,00 HRK koja su raspoređena između gradskih i općinskih programa kulture, izdavačke djelatnosti, glazbene, scenske, dramske i filmske umjetnosti, kulturno–umjetničkog amaterizma, programa za poticanje međuregionalne i međunarodne kulturne suradnje te ostalih kulturnih projekata. Odjel ima bitnu ulogu i u identificiranju i predlaganju projekata od županijskog interesa kroz programe Europske unije i Republike Hrvatske.

5.4.2. Upravni odjel za turizam, pomorstvo, poduzetništvo i energetiku Dubrovačko–neretvanske županije

Upravni odjel za turizam, pomorstvo, poduzetništvo i energetiku prati i analizira stanje u turizmu i predlaže mjere za njegovo unaprjeđenje. Sudjeluje u aktivnostima promocije turističke ponude Županije u suradnji s drugim lokalnim i regionalnim sudionicima, te potiče razvitak različitih oblika turizma, uključujući i kulturni, pa je uključen u donošenje strateških odluka povezanih s turizmom. Odjel ima razvijenu suradnju s jedinicama lokalne samouprave, gospodarskim subjektima iz područja ugostiteljstva i turizma te turističkim zajednicama na svim razinama. U kontekstu turističkog razvoja uloga ovog odjela može se definirati kao središnje koordinacijsko tijelo koje povezuje sudionike na različitim razinama. Proračunom za 2017. Odjelu je

za razvoj turizma dodijeljeno je 1 720 000,00 HRK. Taj relativno skromni iznos raspoređen je na velik broj aktivnosti u turizmu, što ograničava njegovu mogućnost utjecaja na razvoj kulturnog turizma.

5.4.3. Turistička zajednica Dubrovačko–neretvanske županije

Turistička zajednica Dubrovačko–neretvanske županije ima za cilj stvarati identitet i promicati turizam na županijskoj razini. Zajedno s lokalnim turističkim zajednicama ova organizacija razvija turističku ponudu i pruža podršku sudionicima u području turizma u otklanjanju prepreka realizaciji aktivnosti. Prepreka većem utjecaju županijske turističke zajednice na turističku valorizaciju kulturne baštine je nedostatak koordinacije između sudionika unutar jedne razine, a posebice među sudionicima na različitim razinama, uz nedostatak ingerencije nad kulturnim resursima. Zbog toga turistička zajednica daje najveći doprinos valorizaciji kulturne baštine u turizmu pružanjem savjetodavnih usluga, obavljanjem promotivnih aktivnosti i općenito pokretanjem inicijativa u području kulturnog turizma.

5.4.4. Regionalna razvojna agencija Dubrovačko–neretvanske županije Dunea

Temeljna uloga regionalne razvojne agencije Dunea je postizanje održivoga regionalnog razvoja, stavljanje u funkciju razvojnih potencijala Dubrovačko–neretvanske županije i koordinacija aktivnosti koje mogu pridonijeti budućem održivom razvoju na području Županije. Tijekom proteklih godina DUNEA se dokazala kao uspješan voditelj više projekata relevantnih za turistički razvoj, očuvanje i revitalizaciju kulturne i povijesne baštine na području Dubrovačko–neretvanske županije. Agencija je tijekom proteklih pet godina sudjelovala u provedbi više međunarodnih projekata financiranim sredstvima Europske unije, koji za cilj imaju: mapiranje lokalnih kulturnih vrijednosti i sudionika, uključivanje malih i srednje velikih poduzetnika u ponudu turističkog proizvoda, diferenciranje turističkog proizvoda i promociju lokalnog identiteta, uz očuvanje i revitalizaciju kulturne baštine, unaprjeđenje suradnje i umrežavanje dionika na području zaštite, planiranja i upravljanje kulturnom baštinom i proširivanje profesionalnog znanja i povećanje svijesti građana o mogućnosti baštine kao pokretača u razvoju.

5.4.5. Konzervatorski odjel Ministarstva kulture – Dubrovnik

Konzervatorski odjel Ministarstva kulture zadužen je za provedbu Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara. Djelokrug aktivnosti proteže mu se od zaštite i očuvanja kulturnih dobara do revitalizacije zaštićenih objekata, sklopova i cjelina. Uloga Konzervatorskog odjela nerijetko je presudna u valorizaciji kulturne baštine (prije svega nepokretne) u turističke svrhe, kako donošenjem rješenja o zaštiti kulturnih dobara te nadzorom rekonstrukcije i restauracije, tako i konzultantskim uslugama i transferom znanja u različitim etapama razvoja kulturnog turizma.

5.4.6. Zavod za prostorno uređenje Dubrovačko–neretvanske županije

Zavod za prostorno uređenje Dubrovačko – neretvanske županije javna je ustanova koju je osnovala Dubrovačko – neretvanska županija. Njegove djelatnosti obuhvaćaju koordinaciju izradbe i praćenje provedbe prostornih planova regionalne razine, izradu izvješća o stanju u prostoru, pripremu polazišta za izradbu prostornih planova za uža područja i pružanje savjetodavne i stručne pomoći u izradbi prostornih planova. Zavod je zadužen za provedbu prostornog planiranja, urbanizma i regionalnog planiranja tako da se respektira pojedinačni interes, ali ujedno i osigurava poštovanje standarda općega i zajedničkog interesa. Zato ima jednu od ključnih uloga u stavljanju kulturne baštine u funkciju turističke ponude. Uz naznačeno, Zavod aktivno sudjeluje i u projektima namijenjenima očuvanju kulturne baštine i podizanju lokalne svijesti o njezinoj važnosti kao pokretača cjelokupnoga regionalnog razvoja.

5.4.7. Hrvatska gospodarska komora Dubrovnik

Županijska komora Dubrovnik Hrvatske gospodarske komore ima funkciju udruženja poslovnih subjekata na području Dubrovačko–neretvanske županije. Ova institucija svake godine provodi više aktivnosti usmjerenih na uspostavu i poticanje suradnje između subjekata koji djeluju u privatnom sektoru te suradnje privatnoga i javnog sektora u svim područjima, pa tako i u turizmu. U sklopu Županijske gospodarske komore djeluje i Strukovna grupa za kulturni turizam. Ta institucija zamišljena je kao tijelo koje će djelovati savjetodavno i razmatrat će aktualne trendove i zakonodavni okvir uz promišljanje smjernica za budući razvoj kulturnog turizma na području županije. U prošlosti ova

strukovna institucija imala je zapaženu aktivnost te je organizirala brojne skupove komentiranja aktualnih trendova i podizanja svijesti o važnosti kulturnog turizma. U novije vrijeme aktivnosti su joj zamjetno slabijeg intenziteta od aktivnosti strukovnih grupa iz drugih područja u Županijskoj gospodarskoj komori, pa analizom nisu nađeni podatci o održavanju njezinih sjednica u protekloj godini dana.

5.4.8. Udruge za očuvanje kulturne baštine

Na području Županije aktivno je nekoliko udruga kojima je aktivnost u potpunosti ili većinom usmjerena na očuvanje i revitalizaciju kulturne baštine. „Deša Dubrovnik“ regionalni je centar za izgradnju zajednice i razvoj civilnog društva. Organizacija provodi niz aktivnosti usmjerene na kulturni i gospodarski razvoj ruralnih krajeva Dubrovačko–neretvanske županije. Znatan dio Dešinih aktivnosti obrazovne je prirode, pa se na taj način nastoji potaknuti svijest o važnosti održivog razvoja temeljenoga na očuvanju kulturne i materijalne baštine. Udruga „Dubrovački izlog“ nevladina je neprofitna udruga koja se bavi organiziranim i planskim razvitkom i promocijom turističkog sustava. U svojim aktivnostima udruga osobitu pozornost posvećuje očuvanju prirodne i kulturne baštine Dubrovnika i šire okolice kao temelju za očuvanje tradicije dubrovačkog turizma. Društvo prijatelja dubrovačke starine je organizacija koja skrbi o održavanju, zaštiti, rekonstrukciji i restituciji kulturno–povijesnih spomenika u dubrovačkom kraju, od kojih su neki stavljeni u funkciju kulturnog turizma. Usto, Društvo ulaže znatne napore u senzibilizaciji javnosti za kulturno–povijesno nasljeđe Dubrovnika i njegove šire okolice.

5.5. Analiza dionika i njihovih uloga – lokalna razina

5.5.1. Turističke zajednice

U svakoj od sedam općina, dakle Gradu Korčula, općinama Blato, Lumbarda, Smokvica, Vela Luka, Mljet i Dubrovačko Primorje aktivne su turističke zajednice koje funkcioniraju u poticanju razvoja i unaprjeđenja svojih turističkih proizvoda. Pritom znatno pridonose vlastitoj promociji, ali i razvoju svijesti o potrebi očuvanja kulturne baštine, sukladno održivom razvoju. Općina (grad) u okviru samoupravnog djelokruga posebno vodi skrb o osiguranju uvjeta za

razvoj turizma, pa tako i o uređenju naselja, turističkoj infrastrukturi, zaštiti okoliša, prirodne i kulturne baštine i dr. Turističke zajednice surađuju s tijelima jedinica lokalne samouprave u općinama i gradovima u sljedećim aktivnostima:

1. dogovaraju se o zajedničkoj uporabi sredstava boravišne pristojbe koja se doznaju općini ili gradu za poboljšanje uvjeta boravka turista,
2. dogovaraju izradbu planova za razvoj turizma u općini ili gradu, najkasnije do roka utvrđenog posebnim propisima za donošenje proračuna jedinice lokalne samouprave,
3. prate turistički promet te prijavu i odjavu turista,
4. surađuju pri odlučivanju o radnom vremenu ugostiteljskih objekata,
5. surađuju u drugim pitanjima povezanim s turističkim razvojem (prema Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma).

5.5.2. Župni uredi

U svim općinama aktivni su župni uredi, zaduženi za upravljanje crkvama u župi, pa sudjeluju u dijalogu s općinama najčešće u traženju donacija za renoviranja postojećih crkvenih objekata. Grad Korčula obuhvaća svoju Župu sv. Marka, Župu sv. Martina u Žrnovu, Župu Gospe od Sniga u Pupnatu, Župu sv. Nikole u Račišću i Župu sv. Petra u Čari. Općina Blato obuhvaća Župu Svih Svetih, Lumbarda Župu sv. Roka, Vela Luka Župu sv. Josipa, a općina Smokvica ima Župu Očišćenja Marijina. Općina Mljet ima Župu sv. Antuna, opata u Maranovićima, Župu sv. Vlaha u Babinu Polju i Župu Velike Gospe u Goveđarima. Općina Dubrovačko primorje obuhvaća Župu Sv. Trojstva u Majkovima, Župu Sv. Vlaha u Slanome, Župu Sv. Marije Magdalene u Banićima, Župu Sv. Petra i Pavla u Zaton Dolima, Župu Gospe od Rozarija u Liscu, Župu Sv. Vida u Smokovljanima, Župu Sv. Roka u Ošljama i Župu Male Gospe u Topolome.

5.5.3. Lokalna akcijska grupa 5 (LAG 5)

LAG 5 je udruga za podršku ruralnom razvoju, koja obuhvaća otoke Korčulu, Mljet i Lastovo, poluotok Pelješac i Dubrovačko primorje. Ima 12 jedinica lokalne samouprave: Blato, Dubrovačko primorje, Janjinu, Korčulu, Lastovo, Lumbardu, Mljet, Orebić, Smokvicu, Ston, Trpanj i Vela Luku. Ujedinjuje predstavnike malih i srednjih poduzeća, obiteljskih poljoprivrednih

gospodarstva, javnih institucija, lokalne samouprave i drugih sudionika iz različitih sektora poradi razvijanja sinergijskog pristupa i umrežavanja. Aktivnosti LAG-a su informiranje, obuke, savjetovanja i provedba konkretnih projekata koji su definirani lokalnom razvojnom strategijom, poradi učinkovitijega i uspješnijeg upravljanja ruralnim razvojem, ali i ukupnim lokalnim razvojem

5.6. Grad Korčula

Grad Korčula obuhvaća naselja Korčulu, Žrnovo, Račišće, Čaru i Pupnat, te prema tome planira i financira njihov kulturno-turistički razvoj. Prethodno naznačena naselja su i mjesne zajednice, za koje Grad Korčula dodjeljuje financijska sredstva na zahtjeve mjesnih zajednica, koja mogu biti za organizacija fešta, kulturnih manifestacija, očuvanje i postavljanje spomenika i slično. Na razini grada Korčule ističe se strateški dokument „Plan razvoja ruralnog turizma Grada Korčule 2015. – 2020.“, koji sadržava popis kulturnih dobara u svakome naselju, opisuje funkcioniranje udruga i kulturnih manifestacija, te između ostalog, definira plan razvoja kulturnog turizma.

Prema dokumentu, grad Korčula planira valorizirati: Tvrđavu Forteca – interpretacijski centar, poljske putove od vidikovca Glavica sv. Antuna do Lumbarde – preko područja Donje blato i Gornje blato, valorizaciju korčulanskog arhipelaga, muzej brodogradnje i replika “škvera” u gradu Korčuli, Korčulansko slatko, Kuću Moreške, vjerske tradicije u gradu Korčuli, Kulu Kanavelić, Palaču Arner, Palaču Ismaeli – Gabrielis, Park šumu Hober, Naplov i Pjacetu, osmišljavanje i izradbu autohtonih suvenira, Adrenalinski park, obnovu zidina grada Korčule, posebno južnoga zida.

Prema dokumentu, u mjestu Račišće planirani projekti obuhvaćaju: Legende i povijest mjesta, Tematska staza Račišće – Vaja preko uvale Samograd, Etno – ribarsku kuću u Račišću, Brodarstvo u Račišću, cestu Račišće – Babina, *Quercus Illex* i Kamenolom u Vaji. U Žrnovu se planiraju tematske staze: 1. Postrana, 2. Rashotica, 3. Brdo – Kočje – Napoleonov put – Žrnovo. 4. Žrnovo – Brdo – Vrbovica – Žrnovska Banja, Etno – selo u Žrnovu, „*donkey safari*“, Kamenoklesarska Radionica, radionica Makaruna i uređenje sportsko-rekreativnih zona.

U mjestu Pupnat planirani su projekti: Tematska staza Pupnatska luka, *Free climbing*, Kuća Kumpanije, Tematska staza Pupnat – Račišće, Tematske

staze 1. Napoleonov put i 2. Bačva. Konačno, u mjestu Čari planirane su tematske staze: 1. Čarsko polje, 2. Vidikovac Križ, 3. Čavićeva luka i Žitna, 4. Čara – Smokvica, 5. Dubovo, te Muzej vina. Potrebno je naglasiti da dokument ne precizira odakle će se sve projektne aktivnosti financirati. Ukupni prihodi grada Korčule u 2015. bili su otprilike 10 milijuna kuna.

5.6.1. Udruge u Gradu Korčuli

1. Moreška – Kulturno – umjetničko društvo Korčula
okuplja građane osposobljavajući ih da kroz oblike plesnoga i glazbenog izražavanja njeguju baštinu Grada i otoka Korčule, Dalmacije i Hrvatske, uz javne prezentiranje i izvođenje javnih nastupa ili sudjelujući u javnim nastupima, i to u sekcijama: Moreška, limena glazba, plesno–folklorna sekcija, pjevački zbor i klapa.
2. Hrvatsko glazbeno društvo Sv. Cecilija – Korčula
promiče hrvatski i svjetski priznatu kulturno – umjetničku baštinu i tradicijske programe u svezi s kulturnim, vjerskim, pučkim i drugim običajima naslijeđenim u gradu Korčuli, a posebno korčulansku vitešku igru „moreška”, organiziranjem javnih nastupa i sudjelovanja u javnim nastupima drugih pravnih i fizičkih osoba.
3. „Sveti Martin” – Društvo za njegovanje običaja grada Korčule,
okuplja građane, da bi u oblicima starih pučkih običaja i tradicija njegovalo kulturnu baštinu grada Korčule, Dalmacije i Hrvatske uz organizaciju javnih svečanosti i zabava u skladu s tradicijom i običajima Korčule.
4. „Marko Polo Hrvatske”
organizira kulturno – zabavne večeri, pijace autohtonih proizvoda i degustacija vina uz očuvanje i oživljavanje narodnih običaja, prikupljajući sredstava za uređenje sakralnih i drugih kulturnih spomenika.
5. Društvo za kulturnu suradnju s Francuskom „Francuski krug Korčula”
okuplja osobe koje se profesionalno ili drukčije bave francuskim jezikom, kulturom i civilizacijom, ili one koji su zainteresirani za unaprjeđenje položaja francuskog jezika i kulture u Gradu Korčuli i drugdje u Hrvatskoj.
6. Društvo turističkih vodiča i pratitelja Korčule
štiti i promiče interese svojih članova, pokreće inicijative, daje prijedloge, primjedbe i mišljenja, te pruža stručnu pomoć gradskim tijelima vlasti i

uprave pri donošenju propisa, mjera i drugih općih akata od interesa za obavljanje poslova vodiča i pratitelja, te turizma u cijelosti potiče i razvija dobre poslovne običaje, poslovni moral i odgovornost članova prema korisnicima njihovih usluga.

7. Udruga iznajmljivača privatnog smještaja grada Korčule
radi na poboljšanju i obogaćivanju turističke ponude grada Korčule surađujući s TZ Grada Korčule, gradom Korčulom, Županijskim uredom za turizam, državnim inspektoratom, policijskom postajom, KTD "Hober", Centrom za kulturu, turističkim agencijama i drugima koji u svom poslovanju imaju turizam.
8. Siva zona – prostor suvremene i medijske umjetnosti
podupire i promiče suvremeni audio i vizualni jezik urbane kulture uz one s perifernih kulturnih pozicija, poglavito Mediteranske regije, podržava i pomaže umjetnosti koja se kao svojim izrazom koristi jezikom suvremene umjetnosti, medijskom kulturom i novim tehnologijama.
9. Udruga likovnih umjetnika Korčula
promiče i štiti kulturnu i prirodnu baštinu otoka Majsan s rekonstrukcijom i izgradnjom objekta.
10. Korčulanski krnovalski klub „Bonkulovići”
skrbi o očuvanju i njegovanju pokladnih tradicija i običaja grada Korčula.
11. Udruga za suvremenu umjetnost i kulturu „Rozeta”
djeluje svojim izdavaštvom, i suvremenim medijima (računala, televizija, radija), prezentacijom, izložbama, predavanjima, ljetnim školama, seminarima, koncertima i predstavama; kulturnom razmjenom u svim područjima kulture i umjetnosti.
12. Udruga za očuvanje kulturne i prirodne baštine otoka Majsan.
13. Književna radionica Trifora.
14. „Kadena” korčulanske vokalistice – Korčula.
15. Korčulanska ženska klapa “Revelin” i
16. Klapa „Guc”.

5.6.2. Korčulanska razvojna agencija (KORA)

Korčulanska razvojna agencija KORA d.o.o. orijentirana na lokalni razvoj i poslovne usluge započela je s radom 2013. Agencija je osnovana kao neprofitno trgovačko društvo u vlasništvu Grada Korčule. Osnovna joj je zadaća poticati lokalni razvoj. Glavne aktivnosti agencije su: suradnja u pripremi strateških dokumenata, poticanje Grada Korčule na kompletiranje projektne dokumentacije, sklapanje partnerstva s regionalnim i lokalnim agencijama i udrugama, pisanje i prijavljivanje projekata, provedba projekta u suradnji s partnerima i poticanje poduzetništva. KORA je tijekom 2015. provodila četiri projekta, za koje je osigurano ukupno 1 490 990,00 kuna iz raznih europskih i nacionalnih fondova. Iz proračuna Grada Korčule KORA je prihodovala u 2015. otprilike 250 tisuća kuna, od projekta „Grad Korčula prijatelj poduzetnika“ otprilike 50 tisuća kuna, dok je od konzultantskih usluga stekla 15 tisuća kuna. S druge strane, troškovi su iznosili 326 999,74 kuna.

5.7. Općina Smokvica

Općina Smokvica obuhvaća Smokvicu, Brna, Vinačac i Blace, pa time i istoimene mjesne odbore. Općina Smokvica ustupljuje manji dio sredstva na zahtjeve mjesnih zajednica, koje mogu biti za organiziranje fešta, kulturnih manifestacija, obnovu i postavljanje spomenika i slično. Općina je izradila „Strateški plan općine Smokvica 2016. – 2018.“ u kojem je popis kulturnih dobara, turistička ponuda općine, ali i ciljevi strateškog plana. Posebni cilj 1.2., usmjeren na Razvoj društvene infrastrukture i usluga poradi podizanja razine kvalitete života, obuhvaća izgradnju Muzeja zlata i srebra Smokvica, ali i uređenje Doma kulture. Općina organizira zajedno s turističkom zajednicom i udrugama Smokvičko lito. Od udruga u općini treba istaknuti sljedeće:

1. Udruga vinara i vinogradara područja Smokvice i Čare,
2. Viteška udruga Kumpanjija,
3. Kulturno – umjetničko društvo Ante Čefera,
4. Mješoviti crkveni pjevački zbor Don Jakov Salečić,
5. Narodna glazba Smokvica,
6. Moto klub Korčula,
7. Planinarsko društvo Kom,
8. Udruga Pinčaluša.

5.8. Općina Blato

Općina Blato obuhvaća dva naselja – Blato i Potrina. Općina u svojoj Strategiji razvoja do 2020. za kulturu ističe viziju bogate prirodne, kulturno – povijesne i tradicijske baštine (čistoća mora, razvedena obala, bioraznolikost, povoljna klima, velika pokrivenost šumama, očuvan okoliš, zaštićena povijesno–kulturna baština). Naglašava se i aktivnost u strategiji: iskorištavanje prirodnih potencijala za razvoj nautičkoga, kulturno–manifestacijskoga, sportskog, izletišnog i vjerskog turizma. Također je naznačeno: snažnije uključivanje kulturnih manifestacija i projekata u turističku ponudu radi poboljšane prepoznatljivosti kulturnih i tradicijskih vrijednosti kraja, te uređenje crkve i starog groblja Sv. Križ u Blatu, rekonstrukcija i promjena namjene bivše mrtvačnice u muzejsku zbirku, uređenje muzejsko–galerijskog prostora u Blatu i izradba projektne dokumentacije i izgradnja Doma „Kumpanjije“. U akcijskom planu strategije, koji je popraćen budžetom, za kulturni se turizam uključuje i manifestacija Blatski Fižuli, te uređenje muzejsko–galerijskog prostora u Blatu (2012. – 2017.).

Turistička zajednica općine Blato naglašava sakralne objekte koji obuhvaćaju 33 crkve i kapele uz župnu crkvu Svi Sveti, koja je tijekom ljetnih mjeseci otvorena za posjetitelje. Vrijedi istaknuti i Svetište Blažene Marije Propetog Petković u Blatu, uz koje se nalaze i ispovjedaonice, te mali muzej posvećen životu i radu blaženice. Svetište je otvoreno tijekom cijele godine. U općini je Etnokuća Barilo, s etnografskom zbirkom koja je jedinstvena u Blatu i na otoku Korčuli, a aktivno je i viteško udruženje Kumpanjija. Turistička zajednica općine Blato organizira Blatsko ljeto, kao kulturni i zabavni program s naglaskom na očuvanju kulturne baštine. U općini se organizira i bitka na Griči u suradnji s viteškim udruženjem Kumpanjija, te tjedan Blata u travnju. Konačno, klapsko pjevanje i poklade također se organiziraju. Blatski fižuli – ustanova u kulturi, kojoj je osnivač općina Blato, ima širok krug djelovanja, što se može opisati kao promicanje održivog razvoja i kulture. Od 2015. godine Ustanova u kulturi Blatski fižuli organizira i obilježava Međunarodni dan muzeja, s popratnim višednevnim programom.

U općini Blato aktivne su 22 udruge, a financiraju se iz proračuna Općine, te je za 2014. ukupno iz proračuna izdvojeno 970 322,00 kuna, uz donacije, članarinu, ali i privlačenja sredstava iz europskih i nacionalnih fondova. Od udruga koje bi mogle biti od interesa za projekt ističu se:

1. Udruga „Igre otoka svijeta – Korčula“ (sportska udruga),
2. Hrvatska glazbena udruga „Sveta Vincenca“ (glazbena udruga),

3. Hrvatska glazbeno-scenska udruga „Petar Milat“ (KUD),
4. Klapa Kumpanji (udruga za očuvanje klapskog pjevanja),
5. Narodna glazba Blato (kao udruga djeluje od 1893.),
6. Udruga pokladnih običaja „Kručić“,
7. Umjetnička radionica „Ararita“,
8. Viteško udruženje „Kumpanija“ Blato.

5.9. Općina Vela Luka

Općina Vela Luka obuhvaća i istoimeno naselje. Udruga za promicanje kulture i umjetnosti „Luško lito“ zajedno s općinom i turističkom zajednicom organiziraju svake godine Luško lito – kulturno-zabavni program. U muzeju Centra za kulturu Vele nalazi se i arheološka zbirka povezana s Velom Spilom, koja je jedno od najvrjednijih arheoloških pretpovijesnih lokaliteta na području Europe. U Veloj Luci nudi se i zbirka maslinarstva i uljarstva Zlokić.

Od udruga u općini Vela Luka treba istaknuti sljedeće:

1. Udruga maslinara Vela Luka,
2. FORTES – udruga za održivi razvoj i brendiranje Dubrovačko-neretvanske županije,
3. Folklorno društvo „Kumpanija“,
4. Glazbeno-estradna Udruga „Gardelin“,
5. Likovno stvaralaštvo Vele Luke,
6. Motoklub „Kalebi“,
7. Udruga „Naši trudi“,
8. Udruga za očuvanje i promicanje pokladnih običaja „Trtajun“,
9. Udruga za očuvanje tradicijskog pjevanja „Vela Luka“,
10. Udruga za promicanje kulture i umjetnosti „Luško lito“,
11. Vela Luka Event za organizaciju i promicanje turističkih, kulturnih, glazbenih i umjetničkih događaja,
12. Velolučki pučki teatar,
13. Veloluška alternativna kreativna udruga mladih „VAKUM“,
14. Ženska klapa „Krejanca“ – Vela Luka.

5.10. Općina Lumbarda

Općina Lumbarda obuhvaća istoimeno naselje Lumbardu i zapošljava svega četiri zaposlenika. Plan razvoja općine u kulturi i turizmu sadržava ciljeve uređenja prostora zavičajne zbirke i stalne postave galerije povezivanja kulturnog bogatstva i tradicije s turističkom ponudom, te poticanje arheoloških istraživanja. Planom se uspostavlja i promocija Psefizme i antičkih korijena Lumbarde te definiranje programa s TZ Lumbarda, kao i uređenje središta mjesta, prvenstveno neposredni okoliš zgrade Općine kako bi se obogatila kulturna i turistička ponuda. To se odnosi i na gradnju ljetne pozornice, prezentaciju/postavljanje skulptura lokalnih umjetnika, uređenje dječjeg igrališta i sl. Općina i turistička zajednica organiziraju lubarajske užance, ribarske večeri i festival vina. Od udruga u općini Lumbarda treba istaknuti Udrugu maslinara.

5.11. Općina Mljet

Općina Mljet ima 20 mjesnih zajednica, i to: Babine Kuće, Babino Polje (općinsko središte), Blato, Goveđare, Korita, Kozaricu, Maranoviće, Njivice, Okuklje, Polače, Pomenu, Pristanište, Prožuru, Prožursku Luku, Ropu, Saplunaru, Soline, Sobru, Tatinicu i Veliku Lozu, te planira i financira kulturno–turistički razvoj tih naselja. Općina (kao i druge općine) ustupa manji dio sredstava mjesnim zajednicama (na njihove zahtjeve), koji može biti za organiziranje fešta, kulturnih manifestacija, obnovu i postavljanje spomenika i sl. U Općini Mljet osoba zadužena za razvoj kulture je pročelnik jedinstvenog upravnog odjela koji s turističkom zajednicom Mljet definira kulturo–turističke aktivnosti. Turistička zajednica Mljet provodi nekoliko aktivnosti u sklopu turističkog razvoja poput: javnog poziva za prikupljanje podataka o programima i manifestacijama radi uvrštavanja u jedinstveni pregled događaja tijekom ljetne turističke sezone 2017. i Eco Art Festival. Na prostorima otoka Mljeta nalazi se Nacionalni park Mljet, kojemu je osnivač Republika Hrvatska, a osnivačka prava i dužnosti u ime nje obavlja središnje tijelo državne uprave zaduženo za zaštitu prirode (Ministarstvo).

Od Udruga u općini Mljet treba istaknuti:

1. Kulturna udruga Mljet,
2. Kulturno–umjetničko društvo „Natko Nodilo“,
3. Udruga „Pavlovi baštinici“,

4. Udruga Vrhmljeće u Maranovićima,
5. Udruga „Mljetski pokladi“,
6. Projekt „Zeleni otok Mljet“,
7. Udruga mladih „Uliks“ otoka Mljeta,
8. PD Planika – Mljet,
9. PD Mljet,
10. Udruga Kapja,
11. Udruga „Klapa Mljet“.

5.12. Općina Dubrovačko primorje

U općini Dubrovačko primorje nalazi se 20 mjesnih zajednica: Majkovi–Ratac, Slano (središte općine), Kručica, Banići, Doli, Topolo, Štedrica, Imotica, Visočani, Smokovljani, Stupa, Ošlje, Čepikuće, Lisac, Podimoč, Točionik, Trnovica, Mravinca, Trnova i Majkovi. Općina Dubrovačko primorje ustupljuje sredstva na zahtjeve mjesnih zajednica, koje mogu biti za organiziranje fešta, kulturnih manifestacija i slično. Glede kulture, turistička zajednica općine Dubrovačko primorje ističe se svojom organizacijom Primorskog kulturnog ljeta.

Od Udruga u općini Dubrovačko primorje treba istaknuti:

1. Kulturna udruga „Lindó“ Ošlje–Stupa,
2. Kulturna udruga „Žutopas“ u Smokovljanima i Visočanima,
3. KUD „Lijerica“ u Slanome,
4. Udruga „Sveti Ivan“ – Trnova,
5. Likovna kolonija u Trnovici,
6. „Deša“ u Slanome,
7. Dobrotvorna udruga „Blage ruke“ u Slanome,
8. Udruga „Prijatelji“ u Kručici,
9. Primorski Informatički Centar u Slanome,
10. Udruga Imotica,
11. Ekocentar Topolo,
12. Udruga „Slap“.

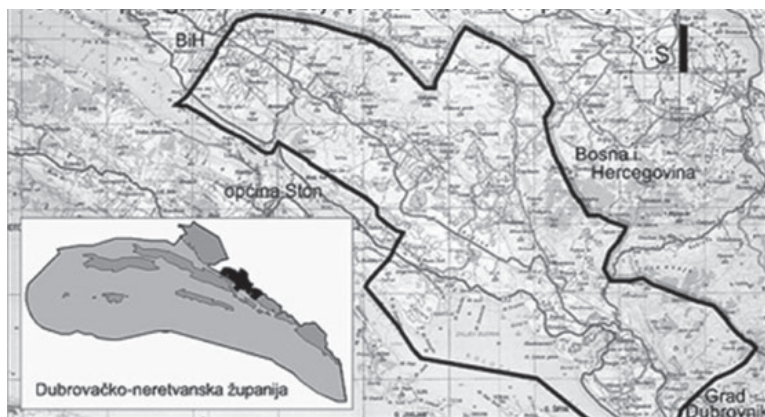
Literatura

1. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske 2016. *Strateški plan Ministarstva kulture 2016.–2018.* Revidirana verzija, ožujak 2016. uz prilog Reformske mjere i novi načini ostvarenja. Zagreb: Ministarstvo kulture RH, dostupno na: [https://www.min-kulture.hr/userdocsimages/Dokumenti/strateski %20plan/ Web_Revidiran_Strate %c5 %a1ki %20plan %20Ministarstva %20kulture %202016 %20–2018.pdf](https://www.min-kulture.hr/userdocsimages/Dokumenti/strateski%20plan/Web_Revidiran_Strate%5%a1ki%20plan%20Ministarstva%20kulture%202016%20–2018.pdf)
2. Narodne novine, 2007., *Pravilnik o tradicijskim, odnosno umjetničkim obrtima.* Zagreb: Narodne novine, 112/2007., dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_10_112_3312.html
3. Narodne novine, 2011. *Zakon o ustrojstvu i djelokrugu ministarstava i drugih središnjih tijela državne uprave.* Zagreb: Narodne novine, 150/2011., dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2011_12_150_3085.html
4. Narodne novine, 2016. *Zakon o ustrojstvu i djelokrugu ministarstava i drugih središnjih tijela državne uprave.* Zagreb: Narodne novine, 93/2016., dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_10_93_1969.html

6. Općina Dubrovačko primorje

6.1. Položaj

Općina Dubrovačko primorje (u daljnjem tekstu Općina) izdvojena je političko–teritorijalna i geografska cjelina na jugoistoku Hrvatskog primorja i Republike Hrvatske u Dubrovačko–neretvanskoj županiji, sa sjedištem u Slanom. Druga je po veličini od 22 jedinice lokalne samouprave Dubrovačko–neretvanske županije, s površinom teritorija od 197,11 km² (11,06 % površine Županije) i 2 170 stanovnika u 759 kućanstava (Popis stanovništva 2011.)



Slika 1. Prostorni obuhvat općine Dubrovačko primorje

Izvor: (Općina Dubrovačko primorje, n.d.)

Općina graniči s gradom Dubrovnikom kopnom na jugoistoku i morem na jugozapadu, općinskom jedinicom lokalne samouprave Ston na zapadu, dok prema sjeveroistoku i sjeverozapadu graniči s Bosnom i Hercegovinom. Od iznimnog je značenja jer je:

- relativno mlada jedinica lokalne samouprave u neovisnoj Republici Hrvatskoj unutar Dubrovačko–neretvanske županije, prema Zakonu iz siječnja 1997.;
- pogranično područje prema državi Bosni i Hercegovini, s četiri državna granična prijelaza (Bistrina–Klek, Imotica–Duži, Čepikuće–Trebimlja i Slano–Zavala);

- spojno područje između dva odvojena dijela Dubrovačko–neretvanske županije i Republike Hrvatske;
- područje s 40 km razvedene obale s posebno zaštićenim morskim rezervatom u Malostonskom zaljevu;
- područje prve skupine posebne državne skrbi zbog velikih ratnih stradanja i potresnih razaranja, ali dijelom i zbog planinsko–brdskog karaktera, depopulacije, prevladavajućih ruralnih osobina naselja, pograničnog položaja te slabije društveno–gospodarske razvijenosti.

U prostoru se razlikuju i ističu dvije prirodne cjeline:

1. Niže priobalno područje s Jadranskom turističkom cestom kao okosnicom i dugom obalom kao atrakcijom s mjestima oko plodnih zemljišta i vrela (Majkovi–Ratac, Slano, Banja, Grgurići, Slađenići, Kručica, Banići, Smokvina i Doli).
2. Više brdovito zaleđe uz staru Napoleonovu cestu do hercegovačkih brda (Topolo, Štedrica, Imotica, Visočani, Smokovljani, Stupa i Ošlje, Čepikuće, Lisac, Podimoč, Točionik, Trnovica, Mravinca, Podgora, Trnova i Majkovi). Prema nacionalnoj strukturi i vjerskoj pripadnosti Dubrovačko primorje je homogeno čisto područje s 98,99 % hrvatskoga stanovništva i 98,06 % katolika (Popis stanovništva 2011.).

6.2. Geološke značajke prostora

Dubrovačko primorje ima slična prirodno–geografska obilježja kao i drugi dijelovi dubrovačke regije i Dalmacije uz iznimku velikog udjela zemlje crvenice i krških polja. To je tipični krški dinarski prostor s malo plodnih površina, oskudnim pašnjacima i kamenjarom. Dio je pravoga hrvatskog mediteranskog područja kojemu je prostor najviše pod utjecajem morskih struja i valova. Teren izgrađen od vapnenačkih i dolomitskih stijena s visokom razinom vodopropusnosti omogućio je razvoj kamenoklesarstva i obrade kamena u Visočanima, Mironji i Imotici.

Što se reljefa tiče, na području Dubrovačkog primorja nema visokih gorja i planina. Gorje s najvećom nadmorskom visinom je Neprobić s 965 metara, nakon kojega slijedi Tmor. Svojim geografskim položajem Neprobić ima visoki potencijal u turističkom razvoju, dok je Tmor nedostupan i neprohodan. Prema legendi na području Majkova nalaze se dvije špilje, Vilina i Mijatova špilja, koje su bez mogućnosti turističke valorizacije. U Dubrovačkom primorju nalazi se velik broj stjenovitih područja, no nijedno od njih nije

atraktivno za turistički obilazak. Krška polja jedina su poljoprivredno obradiva područja, kojima se i danas stanovnici koriste za uzgajanje poljoprivrednih dobara. Vrtače, kao dio krškog reljefa, također su poslužile u poljoprivredne svrhe. Obično su umjetno napravljene i imale su svrhu napajanja stoke i pomoć pri uzgoju poljoprivrednih dobara. Njihov turistički potencijal vrlo je malen.

Klima pripada sredozemnome klimatskom području, s kišovitim i blagim zimama i toplim i suhim ljetima. Prema Köppenovoj klasifikaciji to je područje Csa sredozemne klime sa suhim vrućim ljetom i blagom zimom s povremenim hladnim valovima. Na području Općine nema posebne meteorološke postaje, pa se procjene osnovnih meteoroloških obilježja temelje na podacima meteorološke postaje Trsteno koja je najbliža ovom području. Na godišnji hod pojedinih klimatskih elemenata znatno utječe izmjena prevladavajućih vremenskih tipova. U Dubrovačkom primorju izdvajaju se adekvacije zraka s kopna (bura) i adekvacije zraka iz južnog kvadranta (jugo) od jeseni do proljeća, te neporemećeno vrijeme (maestral) za vrijeme ljeta. Zabilježeno je 215 sunčanih dana u prosjeku s 2 623 sunčana sata. Srednja godišnja vrijednost temperature zraka je 15,6 °C. Najniža srednja mjesečna temperatura zraka je u siječnju i iznosi 8,2 °C, dok je najviša srednja mjesečna temperatura zraka u srpnju, s 24,1 °C. Najviša apsolutna temperatura zraka zabilježena je u kolovozu 1981. od 38,2 °C, a najniža u veljači –6,5 °C. Dubrovačko primorje ima osobine ugodnoga mediteranskog podneblja s ljetnim sušama i višim temperaturama, te relativno blagim i vlažnim zimama (Ivanković, 1993.).

Godišnji raspored padalina tipično je sredozemni. Ukupno godišnje padne razmjerno velika količina padalina, od 1122,4 mm. Najviše je oborina u jesenskim i zimskim mjesecima, dok najmanja količina padne tijekom ljeta, 33,6 mm u srpnju. U prosjeku je 110 dana s padalinama, s tim da je svaki treći dan kišovit, osim ljeti. Česte su ljetne suše s ponekad štetnim posljedicama na biljni pokrov, posebno na dvije osnovne poljodjelske vrste, maslinu i vinovu lozu (Ivanković, 1993.). Najučestaliji vjetrovi su iz smjera juga (18 %), sjevera (13,7 %) i zapada (11,4 %), dok je razdoblje bez vjetra učestalo 10,5 %. Vjetrovi su umjerene jačine, rijetko postignu jačinu veću od šest bofora. Jedino su opasnost rijetki udari bure iz Stonskog kanala, tzv. „stončica“ (Jasprica, 1997.). Slanost mora uz obalu Dubrovačkog primorja je 38 ‰, što ga svrstava u slanija mora. Temperatura mu se kreće od 8 – 13 °C zimi, a od 22 – 25 °C ljeti, te uglavnom ne pada ispod 13 °C. Srednja prozirnost mora iznosi 56 metara. Duž obale formirale su se prirodne plaže i uvale. Raznolikost plaža, od pješčanih do kamenitih uvala, omogućuje opširniju turističku ponudu i mogućnost za razvijanje tematskih plaža. Najznačajnija uvala je „Slanska vala“, s visokim potencijalom za razvoj nautičkog turizma; takav potencijal imaju i uvala Janska u mjestu Banići i uvala

u Dolima. Uvala Bistrina zadnja je uvala Dubrovačkog primorja prije granice s Bosnom i Hercegovinom; dio je Malostonskog zaljeva, a strateška je točka u razvoju školjkarstva i ribarstva.

Slatka voda veliki je problem Dubrovačkog primorja s obzirom na to da velik broj naselja u kontinentalnom dijelu nema riješenu hidrografsku mrežu. Kućanstva se koriste kišnicom nakupljenom u bunarima za sve svoje potrebe. Podzemni izvori slatke vode postoje u mjestima Slađenići, Budima, Janska i Smokvina, no svi se nalaze u moru ili blizu mora pa na njima nije moguće stvoriti hidrografsku mrežu. Jezera i potoci nastaju samo pri padanju velike količine kiše. U blizini krških polja smještene su i manje i veće lokve. Obično je svako selo u zaleđu imalo po jednu lokvu, kojom seslužilo za poljoprivredno napajanje i napajanje stoke. Mogućnosti za turistički razvoj imaju lokva u Trnovici, Liscu, Smokovljanima i Majkovima, a izvor pitke vode nalazi se u Mravinici. Prema legendi postojala je i rijeka Majkovčica, koja je zatrpana, pa nakon toga ponire i pronalazi svoj put, no danas je nažalost nema.

Prema klimatskim uvjetima mediteranske klime koja se nalazi na području Dubrovačkog primorja prilagođen je i biljni i životinjski svijet. Biljni svijet čine zajednice gariga, makije i šikare. U makiji se nalaze česvina ili bor crnika, pa: alepski bor, planika, tršlja, vrijes, mirta, zelenika, lemprika, dok su garig: ružmarin, bušina, oštrikovina, pelin, trava iva, i druge vrste. Ostale vrste koje uspijevaju na ovom području su: majčina dušica, buhač, pelin, kamilica, kadulja, smilje, lavanda, rogač, morač, dubašac, mravinjac, oleandar, tamaris, palma i druge. Nažalost, tog bilja sve je manje jer je sve manje stoke, a i klimatski se uvjeti mijenjaju; a usto je i razvoj turizma uvjetovao uništavanje obradivih područja kao i ljudsko neznanje u korištenju biljnim vrstama. Dubrovačko primorje bogato je i životinjskim vrstama.

Specifične životinje koje žive na području mogu se podijeliti u skupine:

- sisavci: zec, lisica, kuna, vuk, jazavac, čagalj, divlja svinja, muflon,
- ptice: prepelica, divlja patka, drozd, šljuka, čučka, vrbac, jarebica, kos, fazan,
- morski svijet: crnej, hobotnica, skuša, incun, srdela, zubatac, ovrata, lubin, škrpina, arbun, hobotnica, jastog, hlap, školjke, kamenice, dagnje,
- vodozemci: žabe, kornjače (lokve),
- kukci: muhe, komarci, pčele, ose,
- gmazovi: blavor, riđovka, poskok, vodenjača, bjelouška.

6.3. Infrastruktura

6.3.1. Ceste i prometna povezanost

Jadranska magistrala ili Jadranska turistička cesta (D–8) glavna je prometnica na području Općine i povezuje ju s gradom Dubrovnikom. Slano i Dubrovnik povezani su i lokalnom autobusnom linijom broj 12 pod nazivom „Slano“ koja svaka dva sata prevozi putnike iz Slanoga u Dubrovnik i obratno. Zaleđem prolazi Napoleonova cesta, izgrađena u razdoblju od 1803. do 1813., koja je rekonstrukcija prijeko potrebna. Cestu je potreba proširiti, čime bi se osigurala bolja pristupačno, te bi također bilo potrebno napraviti dvosmjernu cestu u naseljima koja je još uvijek nemaju. U tablici 1. prikazane su sve državne, županijske i lokalne ceste na području Dubrovačkog primorja. Turistički je atraktivna stara Napoleonova cesta koja je županijska, a uz koju bi se mogla izgraditi i biciklistička staza. Većina je lokalnih cesta jednosmjerna ih za kvalitetnije povezivanje zaleđa s centrom Općine valja proširiti. Izgradnjom autoceste Zagreb – Dubrovnik, koja je trenutno dostupna do Ploča, osigurala bi se i bolja povezanost Dubrovačkog primorja s ostalim dijelovima Hrvatske.

Tablica 12. Ceste na području Dubrovačkog primorja

Ceste prema značaju	Oznaka ceste	Opis ceste	Duljina (km)
Državne ceste	D8	GP Zaton Doli (gr. R. BiH) – gr. Općine Ston (most na Bistrini), te gr. Općine Ston (Zaton Doli) – granica Grada Dubrovnika	26,50
Županijske ceste	Ž6227	Most Bistrina (D8) – Sv. Nikola (Ž6228)	4,40
	Ž6228	Gr. R. BiH – Rudine – Slano – gr. Grada Dubrovnika	33,50
	Ž6229	Ž6228 – Ošlje	1,70
	Ž6232	Slano (Ž6228) – gr. R. BiH	3,20
	Ž6267	D8 – Slano	0,60
Lokalne ceste	L69032	Ž6228 – Imotica – Topolo – Ž6228	5,00
	L69033	Ž6228 – Stupa – Ošlje (Ž6229)	2,10
	L69040	Ž6228 – Mjenovići – Tunjica – Smokovljani – Ž6228	3,00
	L69041	Visočani – Ž6228	2,30
	L69042	Trnovica – Čepikuće (L69043)	5,90
	L69043	Gr. BiH – Čepikuće – Lisac – Ž6228	8,10
	L69044	Ž6228 – Rudine)– D8	4,30
	L69045	D8 – uvala Doli	1,70
	L69046	Ž6228 – gr. Grada Dubrovnika	2,00
	L69066	Gr. Općine Ston – Đonta Doli (D8)	2,00
	L69067	Majkovi (Ž6228) – Grbljava – D8	4,40
	L69068	Trnova – Ž6228	0,80
	L69071	Smokovljani (L69040) – Visočani (L69041)	1,50
	L69083	Čepikuće (L69043) – Mravinca – Ž6228	4,50
L69088	Ž6228 – Štedrica – Ž6227	4,00	

Izvor: Zavod za prostorno uređenje Dubrovačko – neretvanske županije, 2015., str. 39.

Na području Dubrovačkog primorja nalaze se i četiri državna granična prijelaza s Bosnom i Hercegovinom, i to u Slanome (Kovačev brijeg) s mjestom Zavala, zatim Čepikuće s Trebinljom, Imotica s Dužima i Bistrina s Neumom. Turistički potencijal Općine upravo je u poboljšanju županijskih cesta kojim bi se omogućio brži dolazak do ostalih turističkih destinacija u Županiji. Neke od ključnih destinacija u Dubrovačko – neretvanskoj županiji, ali i regiji, imaju sljedeću udaljenost od Slanoga (Karte, n.d.):

- Slano – Dubrovnik: 34,1 km,
- Slano – Čilipi (zračna luka): 52,2 km,
- Slano – Trsteno (arboretum): 15,4 km,
- Slano – Ston: 20,8 km,
- Slano – Prapatno (trajektna luka za otok Mljet): 24,4 km,
- Slano – Orebić (trajektna luka za otok Korčula): 78,2 km,
- Slano – Međugorje (svetište u Bosni i Hercegovini): 92,2 km.

Sve te udaljenosti mogu se proći u razdoblju sat do dva vremena, što turistima omogućuje stacioniranost u Slanome od tri ili više dana, a ujedno i mogućnost da posjete gotovo sve turističke atrakтивности u Županiji u tom razdoblju. Takvom strateškom pozicijom i prometnom povezanošću s ostalim destinacijama, Dubrovačko primorje ostvaruje konkurentsku prednost pred ostalim destinacijama u Županiji. Pomorskim putem Dubrovačko primorje nije povezano s obližnjim Elafitskim otocima i turistički atraktivnim otokom Mljetom. Pomorske udaljenosti Slanoga od otokā i Dubrovnika su sljedeće:

- Slano – Dubrovnik: 22,44 km ili 12,12 nautičkih milja
- Slano – Šipan (Šipanska luka): 6,91 km ili 3,73 nautičke milje
- Slano – Lopud: 12,26 km ili 6,62 nautičkih milja
- Slano – Mljet (Saplunara): 15,94 km ili 8,61 nautičkih milja
- Slano – Mljet (Sobra): 24,59 km ili 13,28 nautičkih milja.

Sve su udaljenosti u prikazu zračne udaljenosti i najkraći put od početne do završne destinacije. Uvođenjem redovite brodske linije iz Slanoga u Dubrovnik i za otoke i obratno, uvelike bi se rasteretio cestovni promet.

6.3.2. Vodoopskrba

Opskrba vodom u Dubrovačkom primorju djelomično zadovoljava samo na području naselja Slano, te zapadnom dijelu zaleđa Općine od Imotice do

Visočana. S vodoopskrbnog sustava „Slano“ opskrbljuje se vodom naselje Slano s okolnim naseljima do Banića. Prema vodopravnoj dozvoli na crpilištu se može zahvaćati maksimalno 30 l/s. Bunari su djelomično zatrpani bujičnim materijalom, a povremeno se pojavljuje zaslanjivanje vode. Zbog toga je sadašnji kapacitet izvorišta smanjen. Vodoopskrbni sustav “Neum – Dubrovačko primorje” veže se na regionalni vodovod priobalnog područja Bosne i Hercegovine (Neumski vodovod).

Do sada je izgrađen glavni cjevovod od spoja na Neumski vodovod (vodospremnik Moševići) do vodospremnika „Topolo“, te dalje kroz Općinu do vodospremnika „Visočani“, pa je dijelom izgrađena vodoopskrbna mreža usputnih naselja (Topolo, Stupa, Ošlje, Smokovljani i Visočani). Naselje Imotica povezano je na Neumski vodovod preko cjevovoda iz smjera naselja Duži u Bosni i Hercegovini. Prema međunarodnom sporazumu iz regionalnog vodovoda za potrebe Dubrovačkoga primorja moguće je koristiti 15 l/s. Duljina javne vodoopskrbne mreže iznosi 46,06 km (Zavod za prostorno uređenje Dubrovačko–neretvanske županije, 2015.).

6.3.3. Odvodnja i gospodarenje otpadom

Uz izgrađeni sustav odvodnje za naselja Slano, Kručica, Slađenovići i Banići, koji je potrebno nadograđivati, izgradnja sustava odvodnje otpadnih voda planirana je za (Zavod za prostorno uređenje Dubrovačko–neretvanske županije, 2015):

- građevinska područja naselja Doli,
- dijelove građevinskih područja naselja Majkovi (Ratac) i Podimoč (Smokvina),
- izdvojena građevinska područja ugostiteljsko–turističkih namjena Budima, Rat, Smokvina i Sestrice – građevinsko područje na Bistrini. Izgradnja sustava odvodnje otpadnih voda planirana je za sva građevinska područja unutar prostora ograničenja. Iznimno, do izgradnje javne mreže odvodnje građevine kapaciteta potrošnje do 10 ES (ekvivalent stanovnika) mogu se spojiti na individualne uređaje (vodnepropusne, sanitarno ispravne septičke ili sabirne jame te mehaničko–biološke uređaje s upojnim bunarom) na način prihvatljiv za okoliš. Izgradnja građevina (stambenih, stambeno–poslovnih, javno–društvenih, poslovnih i proizvodnih) s kapacitetom većim od 10 ES moguća je samo uz realizaciju vlastitog uređaja za

pročišćavanje otpadnih voda s odgovarajućim ispustom u prijamnik, prema posebnim vodopravnim uvjetima. U skladu s tim, utvrđena su četiri odvojena sustava odvodnje otpadnih voda s ispustom u more time što je usvojen razdjelni sustav odvodnje otpadnih voda, tako da se odvajaju otpadne sanitarno-tehnološke vode od otpadnih oborinskih voda. Oborinske vode odvodit će se posebnim kanalizacijskim sustavima za oborinske vode. Stupanj pročišćavanja na uređaju za pročišćavanje otpadnih voda i duljina podmorskog ispusta moraju zadovoljiti zahtjeve zaštite mora: a) na morskim plažama sukladno zakonskoj regulativi o standardima kakvoće mora na morskim plažama, b) II. vrste za ostalo obalno more.

S područja Dubrovačkoga primorja komunalni se otpad odvozi i odlaže na odlagalište komunalnog otpada Grabovica, koje se nalazi na području Grada Dubrovnika (Zavod za prostorno uređenje Dubrovačko-neretvanske županije, 2015.).

6.3.4. Obrazovna infrastruktura

U Općini su dvije osnovne škole (Osnovna škola „Slano“ u Slanome i Osnovna škola „Primorje“ u Smokovljanima) i jedan dječji vrtić (Dječji vrtić „Slano“ u Slanome, s odgojnom jedinicom u Ošljemu).

6.4. Stanovništvo

Prema posljednjem popisu stanovništva iz 2011., na području općine Dubrovačko primorje živi ukupno 2 170 stanovnika (Popis stanovništva 2011.). Razlika od popisa stanovništva 2001. je negativna i iznosi 46 stanovnika manje. Općina ima i najmanju gustoću naseljenosti u Dubrovačko-neretvanskoj županiji, 11 stanovnika po kilometru kvadratnom, dok je prosječna starost 45,2 godine, a prirodni je prirast negativan.

Tablica 13. Promjena broja stanovnika Dubrovačkog primorja od 1857. do 2011.

Godina popisa	Broj stanovnika	Promjena
1857.	4 689	–
1869.	4 496	–193
1880.	4 610	114
1890.	4 976	366
1900.	5 271	295
1910.	5 267	–4
1921.	4 818	–449
1931.	4 781	–31
1948.	4 554	–227
1953.	4 574	20
1961.	4 263	–311
1971.	3 565	–698
1981.	2 823	–742
1991.	2 378	–445
2001.	2 216	–162
2011.	2 170	–46

Izvor: Zavod za prostorno uređenje Dubrovačko-neretvanske županije, 2015., str. 7.

Promatrajući podatke iz prethodne tablice razvidno je kako se broj stanovnika od 1857. do danas znatno promijenio. On je danas dvostruko manji od broja 1857. do 1961. Kretanje broja stanovnika mijenjalo se od pozitivne do negativne demografske promjene dok je od 1961. naglašen trend iseljavanja i konstantna negativna demografska promjena. Prema popisu stanovništva iz 2011. razvidan je porast iseljavanja mladog stanovništva (0 – 24 godine) u cijeloj županiji, pa tako i u Dubrovačkom primorju, a time i porast indeksa starije populacije. Zbog toga, očito je da su, prema demografskim strukturama, Dubrovačko primorje, Kula Norinska i Zažablje administrativno–teritorijalne jedinice s najmanjim indeksom obrazovanja (DUNEA, 2016.). Trendu porasta starijega stanovništva i neobrazovanosti pridonosi odlazak mladih na obrazovanje u druge gradove u Hrvatskoj i inozemstvo, te ostanak u tom gradu i nakon studiranja. Također, na negativnost utječe i malen broj rođenih u godini i negativni prirodni prirast (tablica 3.).

U sedam godina prikazanih u tablici jedina godina koja nema negativan prirodni prirast je 2010., kada nije bilo razlike između rođenih i umrlih. Iz podataka u tablici može se zaključiti kako je prosječan broj rođenih 25,8 djece u godini dana, dok je broj umrlih veći, i iznosi 36,2 osobe.

Tablica 14. Prirodno kretanje stanovništva Dubrovačkog primorja

Godina	Broj rođenih	Broj umrlih	Prirodni prirast
2007.	31	41	-10
2008.	26	39	-13
2009.	31	26	5
2010.	29	29	0
2011.	19	37	-18
2012.	22	39	-17
2013.	23	43	-20

Izvor: Zavod za prostorno uređenje Dubrovačko – neretvanske županije, 2015., str. 9.

Analizirajući sve podatke, potencijal radno sposobnih stanovnika Dubrovačkog primorja je nizak zbog postojanja trenda iseljavanja mladih, negativnoga prirodnog prirasta i relativno visokog broja stanovnika starije životne dobi. U cilju dugoročnog prosperiteta, Općina mora utjecati na smanjenje trenda iseljavanja, poticajima i mjerama vratiti iseljeno stanovništvo i osigurati mogućnost podizanja razine obrazovanja svojim stanovnicima.

6.5. Gospodarstvo

U ovoj cjelini koristilo se podacima Zavoda za prostorno uređenje Dubrovačko–neretvanske županije.

6.5.1. Poljoprivreda, šumarstvo i lovstvo

Poljoprivreda

Na raspolaganju je malo obradivog zemljišta (1 083 ha). Obradive površine sastoje se od 561 ha oranica, 406 ha voćnjaka i maslinika i 116 ha vinograda. Više od polovine površine Općine zauzimaju pašnjaci, dok je znatno zastupljeno neplodno zemljište. Pašnjaka ima 6 062 ha, ili 61,56 % općinske površine. U Dubrovačkom primorju došlo je do smanjenja obradivih površina, pada proizvodnje i posebno do napuštanja sela i poljoprivrede od mlađih naraštaja u tijeku proteklih 50 godina. Najveće površine tla prikladnih za poljoprivrednu proizvodnju nalaze se u Topolskom polju, Lisačkom polju, polju ispod mjesta Čepikuće i Majkovi i u Slanome. Ostala, manje pogodna tla su po cijelom području Općine. Na spomenutim prikladnim tlima moguće je uzgajati vinovu lozu, neke vrste povrća, različite voćke, te na ograničenim površinama agrume.

Na manje prikladnim tlima nastaviti će se uzgoj maslina i žitarica radi stočne hrane. Na oranicama je moguće uzgajati aromatično i ljekovito bilje, kao što je lavanda i dr. Na velikim površinama pašnjaka moguće je sakupljanje samoniklog aromatskog i ljekovitog bilja (kadulje, lovorike i dr.) i ispaša stoke. Preporučuje se držanje stoke u manjim farmama radi ispaše u zimsko–proljetnom razdoblju. Vrlo velike mogućnosti razvoja ima pčelarstvo i proizvodnja meda od kadulje, koji bi trebao imati zaštićeno podrijetlo i biti certificiran kao ekološki proizvod. Planira se osnovati poljoprivredni centar II. kategorije u Slanome u cilju opsluživanja 31 poljoprivrednoga obiteljskog gospodarstva sa sadržajima koji mogu biti smješteni i u većim ruralnim naseljima u zaleđu.

Šumarstvo

Područje općine Dubrovačko primorje pokrivaju tri gospodarske jedinice (GJ): Topolo i Štedrica u cijelosti, te Brsečine – Elafiti djelomično. Gospodarenje šumama i šumskim zemljištem provodit će se sukladno programima za gospodarenje šumama za svaku gospodarsku jedinicu. Kako se na području tih gospodarskih jedinica nalaze razni degradacijski stadiji tla i devastacijski stadiji šuma, ekonomski najjednostavniji način gospodarenja je prepuštanje prirodnoj progresiji uz dobro organiziranu čuvarsku i protupožarnu službu. Može se očekivati kako će šume u budućnosti svojom šumskom vegetacijom poboljšati proizvodne sposobnosti tla na ovom području.

Lovstvo

Područje Općine pokrivaju tri lovišta: Zajednička lovišta »Rudine« i »Slano«, te državno lovište »Primorje« djelomično. Sukladno Zakonu o lovstvu (Narodne novine, br. 140/05.) i odredbama PPDNŽ–a, lovišta se na području Dubrovačkog primorja ne ustanovljavaju na moru, u rasadnicima, voćnim i loznim nasadima, pašnjacima ako su ograđeni ogradom koja sprječava prirodnu migraciju dlakave divljači, na miniranim površinama i sigurnosnom pojasu širine do 100 m, na građevinskim područjima i sigurnosnom pojasu od 300 m od njih, zaštićenim dijelovima prirode (ako je to određeno Odlukama o zaštiti) i na ostalim izgrađenim strukturama izvan građevinskih područja.

6.5.2. Ribarstvo i marikultura

Čisto more s odgovarajućim sastavom u posebno zaštićenome i prostranom Malostonskom zaljevu i uvali Bistrini, posebno su podobni i poznati kao najkvalitetnije područje na hrvatskoj obali za razvijanje marikulture

(školjkarstva), dakle za uzgoj kamenica, dagnji i drugih školjaka. Upravo zato se održavaju takve prilike u moru Malostonskog zaljeva, te se podržava i nastavlja razvitak marikulture uz daljnje znanstveno istraživanje i praktično praćenje. Tako je Planom utvrđena površina uzgajališta školjakaša u tom akvatoriju, s tim da je smještaj kopnenih sadržaja povezanih uz ovu djelatnost određen unutar dijela građevinskog područja razvojno–istraživačkog centra za marikulturu i otpremnog centra za školjkaše naselja Stupa u uvali Bistrini.

6.5.3. Proizvodnja, poduzetništvo, trgovina i obrt

Dubrovačko primorje još ima bogate i kvalitetne rezerve arhitektonskoga – ukrasnog i tehničkoga – građevinskog kamena, pa se razvijanje prerade kamena pokazalo kao tražena i isplativa djelatnost. Lokaliteti Mironja, Mironja II. i Visočani pružaju za tu proizvodnju najbolju sirovinu, pa se uz njih i još neka bliža naselja (Imotica, Smokovljani i dr.) veže dosadašnja prerada kamena i razvijanje drugih pogona građevinske industrije (proizvodnja asfalta, betona, betonskih proizvoda i sl.).

6.5.4. Iskorištavanje mineralnih sirovina – rudarstvo

Jedna od važnijih gospodarskih komponenata ovog područja je rudarstvo, pod čime se misli na eksploataciju arhitektonskoga i tehničkoga građevnog kamena. Naime, utvrđeno je ispitivanjima da se na zaobalnom dijelu općine Dubrovačko primorje nalaze znatne rezerve vrlo kvalitetnog arhitektonskoga građevnog kamena. Studijom je ustanovljeno da je ograničen potencijal za istraživanje i eksploataciju mineralnih sirovina u zonama prirodnog prostiranja sirovina, od kojih su izuzeti pojasevi uz prometnu infrastrukturu, vizualno istaknute zone, zone naselja i planiranih građevinskih zona (2 km od naselja, tj. 1 km od stambenih građevina ili građevina u kojima se odvija poslovna djelatnost za eksploataciju koja uključuje miniranje i 200 – 500 m za aktivnost samo kopanja), zaštićeni dijelovi prirode, prostori vrijednih visokih šuma i poljoprivrednog zemljišta, zone kulturne baštine i vodozaštitne zone.

6.6. Turizam (2005.–2015.)

U ovoj cjelini analizira se turistički potencijal i razvoj Općine. U dvije podcjeline prikazana je struktura smještajnih kapaciteta i analiza turističke potražnje.

6.6.1. Receptivni sadržaji

Naselja uz more više su turistički atraktivna od onih u zaleđu. No, proteklih nekoliko godina vidljiv je rast smještajnih jedinica u zaleđu. Sve je više obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava i smještajnih jedinica u mjestima Majkovi, Lisac, Toplo, Smokovljani, Mravinica i Imotica. Po broju smještajnih objekata prednjači Slano, u kojemu se nalaze dva hotela, Grand Hotel Admiral, s pet zvjezdica, i Hotel Osmine s tri zvjezdice. U hotelskom smještaju nalazi se ukupno 409 soba s 844 postelje, od čega je u hotelu Admiral 241 soba i 508 postelja, a u hotelu Osmine 168 soba i 336 postelja. Ostatak smještajnih jedinica je u privatnom smještaju, što nije samo povezano sa Slanom, privatnog smještaja nije isključivo vezana za Slano, već je raspoređeno po cijeloj Općini (tablica 15.)

Tablica 15. Struktura privatnog smještaja na području Dubrovačko primorja po mjestima

Naselje	Broj kućanstva	Broj soba	Broj ležajeva	Apartmani	Broj kreveta	Smještajne jedinice
Slano	83	87	206	181	521	278
Banići	13	18	36	12	32	30
Ratac	13	2	4	21	57	23
Majkovi	1	/	/	6	2	1
Sladenovići	6	8	16	10	20	18
Doli	8	1	2	7	24	8
Smokovljani	2	/	/	2	7	2
Toplo	2	/	/	2	12	2
Imotica	1	/	/	1	8	1
Lisac	1	/	/	1	2	1
Mravinica	1	/	/	1	6	1
UKUPNO	131	126	264	239	695	365

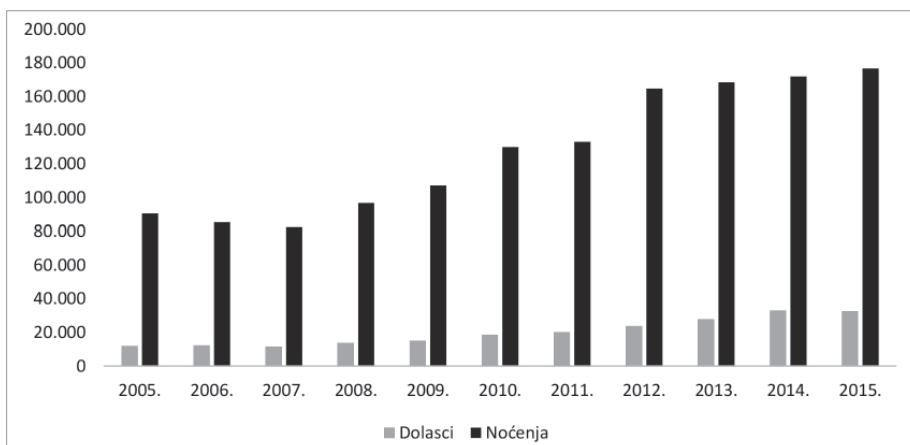
Izvor: Obrada autora prema podacima Turističke zajednice općine Dubrovačko primorje

Zbrajanjem broja postelja u sobama i u apartmanima dobivena je brojka od ukupno 959 ležaja što je 12 % više nego u hotelskom smještaju. Zbrajanjem ležajeva u privatnom smještaju s ležajevima u hotelskome dobiven je ukupni kapacitet turističke zajednice, a to je 1 803 ležaja. Iz tablice je razvidno kako se više od polovine ukupnih kućanstava nalazi upravo u Slanome, te kako naselja u zaleđu sporo razvijaju svoju turističku ponudu. Uz hotelski i privatni smještaj, turistička zajednica nudi i deset kampova. Zanimljivo je kako se od ukupne brojke čak sedam kampova nalazi u Slanome, a ostala tri su u uvali Budima i naselju Sladenovići. U ponude kampova ima 116 smještajnih jedinica, dakle kamp mjesta,

i mogućnost za smještaj 380 osoba što u zbroju s ukupnim brojem postelja daje smještaj za više od 2 000 turista, točnije 2 183. Gotovo sve smještajne jedinice imaju i pomoćne ležajeve, kojih je ukupno u Dubrovačkom primorju 206, pa je broj ukupnih ležajeva zapravo 2 389, što je 1,1 postelja po glavi stanovnika.

6.6.2. Analiza turističke potražnje

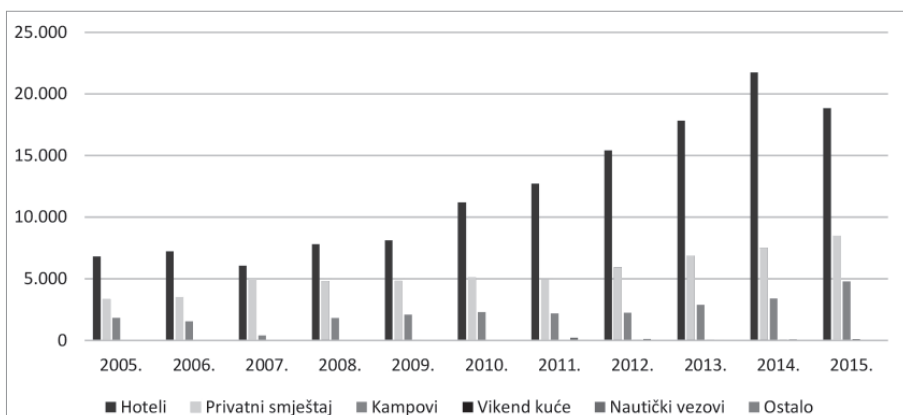
Dubrovačko primorje turistička je destinacija koja se u proteklih deset godina rapidno razvija. Broj turističkih dolazaka 2015. u usporedbi s 2005. se utrostručio, dok je broj noćenja gotovo dvostruk. Sukladno tome, broj dana provedenih u destinaciji se smanjio, s prosječnih 7,5 dana u 2005. na 5,4 dana u 2015. (grafikon 2.). Na povećanje turističkog prometa utjecao je i porast broja smještajnih kapaciteta, pogotovo privatnih, ali i otvorenje obnovljenog hotela Admiral, 2008. Na grafikonu 2. prikazani su dolasci i noćenja u Dubrovačkom primorju u proteklih deset godina.



Grafikon 2. Dolasci i noćenja u Dubrovačkom primorju od 2005. do 2015.

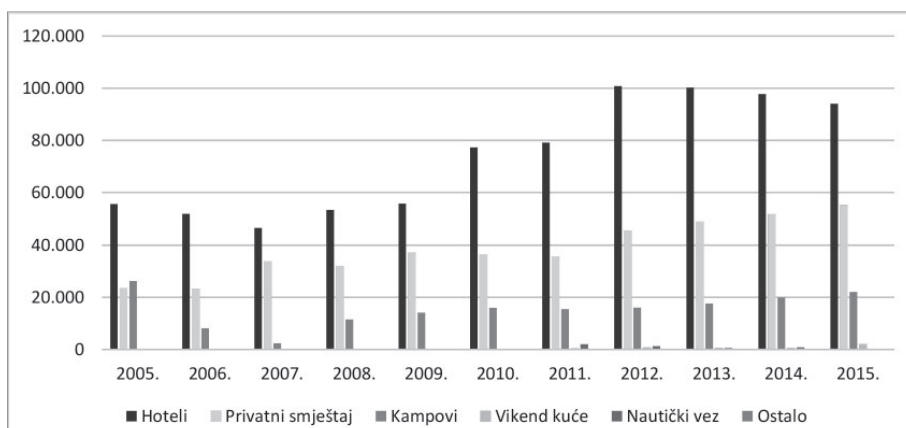
Izvor: Turistička zajednica Općine Dubrovačko primorje i Državni zavod za statistiku

Ukupni ostvareni dolasci i noćenja mogu se analizirati po smještajnim kapacitetima kako bi se vidjela realna turistička potražnja (grafikoni 2. i 3.). Iz grafikona 1., 2., i 3. vidi se kako najveći udio u ostvarenim dolascima i noćenjima ima hotelski smještaj (Hotel Osmine i Grand Hotel Admiral), zatim privatni smještaj i kampovi, dok manji udio imaju vikendkuće i nautički vezovi. Turistička noćenja od 2005. do 2015. u konstantnom su rastu, pa je s 90 499 ostvarenih noćenja u 2005. broj narastao na 176 756 u 2015. Turistički dolasci također kontinuirano rastu, uz izuzetak 2015. kada je bilo 499 dolazaka manje nego u 2014.



Grafikon 3. Turistički dolasci po smještajnim kapacitetima u Dubrovačkom primorju od 2005. do 2015.

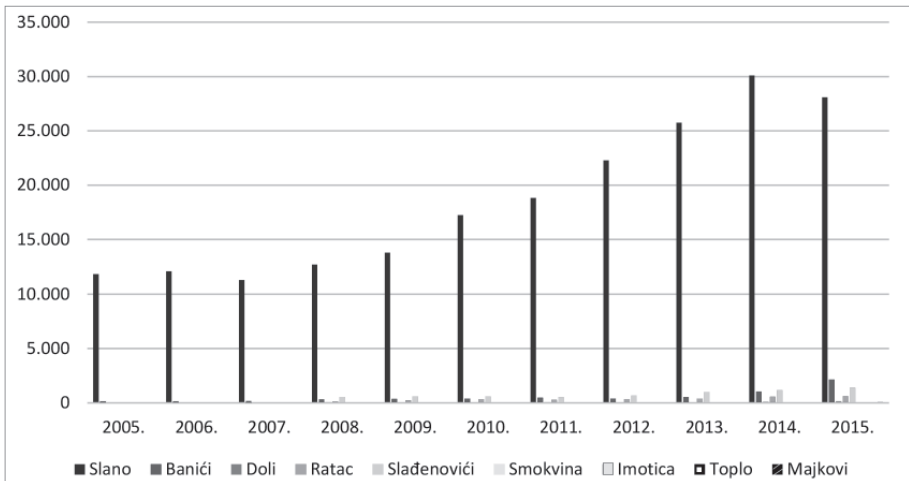
Izvor: Turistička zajednica Općine Dubrovačko primorje i Državni zavod za statistiku



Grafikon 4. Turistička noćenja po smještajnim kapacitetima u Dubrovačkom primorju od 2005. do 2015.

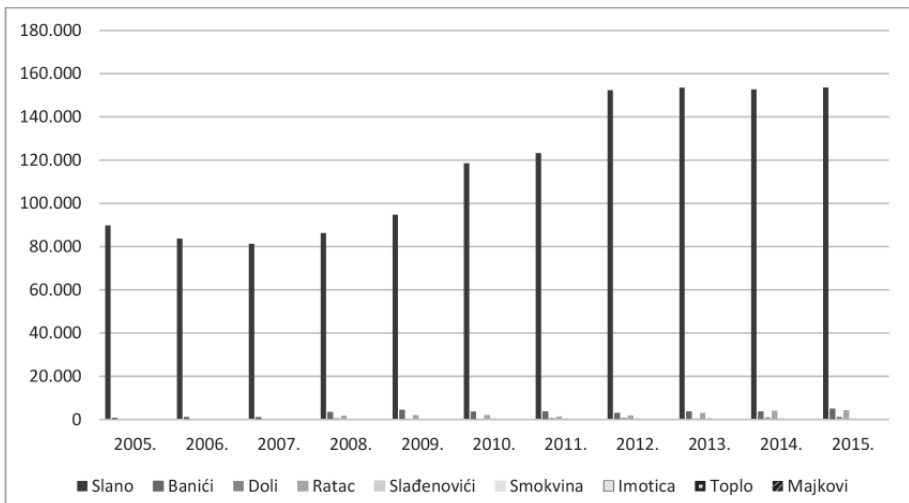
Izvor: Turistička zajednica Općine Dubrovačko primorje i Državni zavod za statistiku

Osim prema smještajnim kapacitetima, turistički promet u Dubrovačkom primorju moguće je analizirati i prostorno, prema turističkim naseljima, što je prikazano na grafikonima 4. i 5.



Grafikon 5. Turistički dolasci po naseljima u Dubrovačkom primorju od 2005. do 2015.

Izvor: Turistička zajednica Općine Dubrovačko primorje i Državni zavod za statistiku



Grafikon 6. Turistički dolasci po naseljima u Dubrovačkom primorju od 2005. do 2015.

Izvor: Turistička zajednica Općine Dubrovačko primorje i Državni zavod za statistiku

Iz grafikona razvidno je kako je razvoj turizma u Dubrovačkom primorju centraliziran u Slanome, gdje se ostvaruje od 99 % u 2005. do 86 % u 2015. ukupnih noćenja. Smanjeni postotak ostvarenih noćenja u Slanome pozitivno utječe na razvoj ostalih naselja u Dubrovačkom primorju. No, iz prethodnih grafikona vidi

se kako se najveći broj noćenja ostvaruje u hotelskom smještaju, koji su i smješteni u Slanome, pa je zbog toga i očekivano da se najveći broj turističkih dolazaka i noćenja ostvaruje u Slanome. Slano je centar Općine i turistima i lokalnom stanovništvu pruža osnovne uvjete za život i zabavu, dok su ostale destinacije ruralna naselja, bez osnovnih elementa za život.

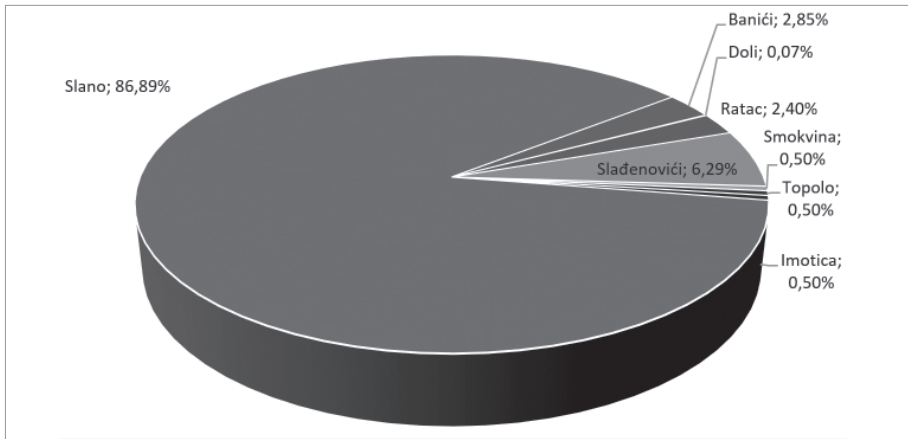
Lokalno stanovništvo, pa i turisti u ruralnim naseljima, vezani su uz svakodnevni posjet Slanome, bilo da se radi o odlasku u poštu (mijenjanje novca), trgovinu, ambulantu ili restoran. U protekle dvije godine vidi se i rast turističkih kapaciteta u naseljima u zaleđu kao što su Majkovi, Toplo i Imotica. S boljom prometnom povezanošću i povećanim brojem autobusnih linija prema Slanome i Dubrovniku, a uz već poznatu ponudu obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, i kontinentalni dio Dubrovačkog primorja mogao bi napredovati. Iako je za Dubrovačko primorje broj turističkih dolazaka od 11 994 (2005.) i 32 575 (2015.) s obzirom na broj stanovnika 2 170 (2011.) vrlo velik, Dubrovačko primorje u Dubrovačko–neretvanskoj županiji ostvaruje vrlo malen udio u turističkim noćenjima (tablica 16).

Tablica 16. Turistička noćenja u Dubrovačko–neretvanskoj županiji i Dubrovačkom primorju

Godina	Dubrovačko – neretvanska županija (DNŽ)	Dubrovačko primorje	Udio Dubrovačkog primorja u DNŽ
2005.	4 472 872	89 255	2,0 %
2006.	4 555 002	85 170	1,87 %
2007.	4 536 912	85 998	1,90 %
2008.	4 518 411	95 911	2,12 %
2009.	4 569 790	105 358	2,31 %
2010.	5 010 574	129 211	2,58 %
2011.	5 141 306	132 738	2,58 %
2012.	5 734 290	165 282	2,88 %
2013.	6 131 607	168 700	2,75 %
2014.	6 396 178	171 885	2,69 %
2015.	6 681 698	176 408	2,60 %

Izvor: Turistička zajednica Dubrovačko–neretvanske županije

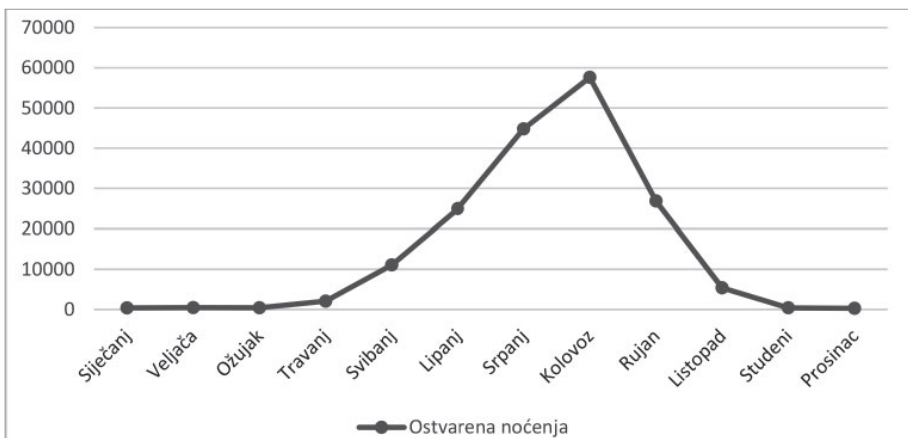
Površinski Dubrovačko primorje jedna je od većih općina u Dubrovačko–neretvanskoj županiji, no u turističkom prometu prosječno ostvaruje 2,38 % ukupnog prometa. Problem centralizacije turističke ponude i potražnje u Dubrovačkom primorju (grafikon 7.) identičan je na razini cijele Dubrovačko–neretvanske županije jer se većina turističkih dolazaka i noćenja ostvaruje u Dubrovniku, gdje je locirana i većina turističke ponude.



Grafikon 7. Turistička noćenja u Dubrovačkom primorju u 2015.

Izvor: Turistička zajednica Općine Dubrovačko primorje

Iz grafikona 7. razvidna je centralizacija ostvarenih noćenja u Slanome. Od ukupnih noćenja u 2015., 86,89 % ostvarilo se upravo u Slanome, dok se vrlo malen udio, u odnosu prema Slanom, ostvario u Slađenićima (6,29 %), Banićima (2,85 %) i na Ratcu (2,40 %). Udio od 1,57 % odnosi se na Smokvinu, Topolo i Majkove. Ovaj grafikon pokazatelj je neodrživog razvoja jer prikazuje prekapacitiranost Slanoga kao turističke destinacije, dok se ostatak Dubrovačkog primorja stihijski i neplanski razvija. Negativan utjecaj na razvoj destinacije uočava se i na grafikonu 8. koji prikazuje ostvarena turistička noćenja po mjesecima u 2015., tj. visoku razinu sezonalnosti u Dubrovačkom primorju.



Grafikon 8. Turistička noćenja po mjesecima u Dubrovačkom primorju u 2015.

Izvor: Turistička zajednica općine Dubrovačko primorje

Tablica 17. Ostvareni dolasci po zemljama podrijetla u Dubrovačkom primorju od 2008. do 2015.

Godina	Ukupno	1.	2.	3.	4.	5.
2008.	13 809	Francuska 2 442	Njemačka 2 426	BiH ² 1 237	Poljska 967	Italija 756
2009.	15 095	Njemačka 2 808	Francuska 1 789	Poljska 1 226	BiH 1 172	Italija 784
2010.	18 622	Njemačka 3 025	Francuska 2 095	Poljska 1 623	BiH 1 343	Belgija 974
2011.	20 203	Njemačka 3 161	Francuska 1 901	Poljska 1 783	BiH 1 503	Belgija 1.006
2012.	23 771	Njemačka 3 909	Poljska 2 075	Francuska 1 797	BiH 1 742	Belgija 1 326
2013.	27 767	Njemačka 5 041	Poljska 2 210	Francuska 2 108	BiH 1 921	UK ³ 1 487
2014.	33 074	Njemačka 4 056	Japan 3 470	Francuska 3 022	Poljska 2 630	BiH 2 383
2015.	32 575	Njemačka 4 684	BiH 3 197	Poljska 2 530	Francuska 2 470	UK 1 476

Izvor: Turistička zajednica Općine Dubrovačko primorje

Iz tablice 17. razvidno je kako u proteklih osam godina dominaciju u broju dolazaka imaju turisti iz Njemačke, Francuske, Poljske i Bosne i Hercegovine, dok je manje dolazaka iz Ujedinjenog Kraljevstva, Belgije, Japana i Italije. U tablici 18. je prikazan prosječan boravak turista iz Njemačke, Poljske, Francuske i Bosne i Hercegovine te domaćih i stranih turista, uz ukupan prosječni boravak svih turista u Dubrovačkom primorju.

Tablica 18. Prosječna duljina boravka turista u Dubrovačkom primorju

Godina	Domaći turisti	Inozemni turisti	Svi turisti	Njemačka	Poljska	BIH	Francuska
2008.	6,99	7,00	7,00	9,57	6,81	6,85	6,51
2009.	7,51	7,07	7,10	9,32	6,69	7,04	7,18
2010.	7,01	6,98	6,98	9,07	7,41	6,20	6,04
2011.	6,35	6,62	6,84	9,19	7,39	5,81	6,20
2012.	6,86	6,93	6,92	9,50	7,34	6,05	6,49
2013.	6,45	6,04	6,06	8,32	7,31	5,80	5,81
2014.	5,63	5,17	5,19	8,50	7,19	5,84	5,18
2015.	6,43	5,36	5,42	7,71	6,90	5,71	5,30

Izvor: Obrada autora

² BiH – kratica za puni naziv države Bosna i Hercegovina

³ UK – kratica za puni naziv države Ujedinjeno Kraljevstvo

U prošlih osam godina prosječan boravak turista smanjio se sa sedam na pet dana. Sukladno smanjenom ukupnom boravku turista u Dubrovačkom primorju, smanjio se boravak i domaćih i inozemnih turista. Iznadprosječnu duljinu boravka u Dubrovačkom primorju ostvaruju turisti iz Njemačke, koji su u prošlih sedam godina i najbrojniji turisti u Dubrovačkom primorju. Njihov prosječan boravak odskače od dva do tri dana od ukupne prosječne duljine boravka svih turista Dubrovačkog primorja. Turisti iz Poljske, Bosne i Hercegovine i Francuske također su među dominantnim turistima u Dubrovačkom primorju, ali s manjim prosječnim boravkom od turista iz Njemačke. Promatrajući kretanje prosječnog boravka turista iz Njemačke, Poljske, Bosne i Hercegovine i Francuske uočava se kako je sve do 2015. boravak turista iz Njemačke bio veći za dan do dva od ostalih zemalja, dok se u 2015. smanjio i gotovo izjednačio s boravkom turista iz Poljske. Dakle, turisti iz Poljske, Bosne i Hercegovine i Francuske kontinuirano su među dominantnim turistima i nemaju velike amplitude u prosječnom boravku. Njihov boravak od 2008. do 2015. nije se uvelike promijenio, a najmanju promjenu u dužini boravka imaju turisti iz Poljske, dok je broj dana boravaka turista iz Njemačke pao s 9,57 dana na 7,71, što je dan i pol kraće.

Literatura

1. Državni zavod za statistiku, www.dzs.hr
2. Dubrovačko–neretvanska županija, www.edubrovnik.org
3. DUNEA. 2016. *Županijska razvojna strategija Dubrovačko–neretvanske županije 2016.–2020.* Dubrovnik: DUNEA.
4. Ivanković, P. 1993. Prilog razmišljanja o gospodarskom razvoju Dubrovačkog primorja, *Zbornik Dubrovačkog primorja i otoka IV.*, Primorac, Dubrovnik.
5. *Izvjешće o stanju u prostoru Općine Dubrovačko primorje za razdoblje od 2011. do 2015. godine.* 2015. Zavod za prostorno uređenje Dubrovačko – neretvanske županije. Dubrovnik
6. Jasprica, N. K. 1997. Flora šire okolice malostonskog zaljeva, *Zbornik Dubrovačkog primorja i otoka, VI.* Primorac, Dubrovnik.
7. *Općina Dubrovačko primorje*, www.dubrovackoprimorje.hr
8. Turistička zajednica općine Dubrovačko primorje, Interni podatci.
9. Turistička zajednica Dubrovačko–neretvanske županije, Interni podatci.
10. www.google.com/maps pristup 28. listopada 2019.
11. www.distancefromto.net pristup 28. listopada 2019.

7. Otok Korčula

7.1. Položaj

Otok Korčula srednjodalmatinski je otok koji se pruža usporedno s nedalekim kopnom smjerom zapad–istok. Dug je 47 km, prosječne širine 5,3 do 7,8 km (Kalogjera, 1975), površine od 271,47 km² i po veličini je šesti otok na Jadranskome moru (Duplančić Leder et al., 2004). Nalazi se na najjužnijem dijelu Hrvatske, u Dubrovačko–neretvanskoj županiji (Krklec et al., 2011). Od poluotoka Pelješca dijeli ga Pelješki kanal, a među njima je najmanja udaljenost oko 1200 m (Kalogjera, 1975). Tri najveća mjesta na Korčuli su glavni grad Korčula, Blato u unutrašnjosti i Vela Luka na zapadu otoka. Ostala mjesta i naselja su Brna, Lumbarda, Pupnat, Kneže, Račišće, Žrnovo, Prigradica, Prižba, Grščica, Čara, Zavalatica, Babina, Smokvica.

Tablica 19. Opći podatci o otoku Korčuli

Lokacija	Jadranska obala
Arhipelag	Južno dalmatinski
Koordinate	Smješten između: 42° 53' i 42° 59' sjeverne geografske širine 16° 38' i 17° 12' istočne geografske dužine.
Područje	271,47 km ²
Dužina	47 km
Širina	7,8 km

Izvor: Izrada autora prema (Krklec et al., 2011), (Duplančić Leder et al., 2004) (Kalogjera, 1975)

7.2. Geološke značajke prostora

S reljefnog aspekta, otok je sastavljen samo od rudinastih vapnenaca i dolomita od donje do gornje krede (razdoblje od prije 145 do prije 70 milijuna godina). Iznad dolomita i vapnenca nalaze se mladi slojevi pleistocena: terra rossa, breše, koštane breše i pijesak. Ovi sedimenti nataloženi su u prije formiranim kraškim udubljenjima ili suhim poprečnim dolinama, a pijeska ima u Blatskom polju, Prapratni kod Čare i Lumbardi, gdje zauzima najveću površinu. Najveću visinu otok Korčula doseže u svojem srednjem dijelu, i to vrh Klupca, 568 metra (Krklec et al., 2011). Glavni tip tla na ovom području je crvenica, koja

dolazi u obliku eolske, podlozirane, braunizirane i antropomorfne, dok su u manjoj mjeri karbonatna, primorska i planinska tla, te crnica i razni tipovi hidrogenih tala. U arhipelagu oko otoka Korčule nalazi se nekoliko vrlo atraktivnih manjih otoka, a najveći od njih je otok Badija. Budući da je obala otoka Korčule duga 180 km, još uvijek postoji veliki broj vrlo lijepih plaža. Većina njih su šljunčane, ali ima i pješčanih na otoku. Većina pješčanih plaža je na području Lumarde i grada Korčule (sjeveroistočni dio otoka Korčule) s prirodnim ljepotama posebne privlačnosti. Na nekim plažama uz more glatke su kamene ploče pogodne za sunčanje.

Otok Korčula ima sredozemnu klimu (Šegota & Filipčić, 2003). Ljetne temperature izrazito su visoke. Najviše su tijekom srpnja i to od 24,9–25,6 °C. Zime su blage i sunčane, dok su amplitude vrlo malene (16,5 °C) bez velikih odstupanja. Najviše temperature u siječnju iznose 7,9–9,1 °C. Dnevne i godišnje su razlike temperatura malene, što je vrlo povoljno za poljoprivredu i turizam. Iako se Hvar često zove jadranskom Mediteranom, ipak Korčula ima viši prosjek temperature u siječnju (9,1 °C), čak viši od Dubrovnika (8,7 °C), Hvara (8,6 °C), Nice (8 °C), Napulja (8,2 °C) i drugih. Broj godišnjih sunčanih sati je visok, čak 2 700. Padalina ima dostatno, ali nepovoljan raspored uvjetuje sušu, koja često pogađa stanovništvo i onemogućava uzgoj osjetljivih kultura. Istočna obala otoka Korčule ima prosječne godišnje oborine oko 946 mm, a zapadna obala oko 720 mm. Prema godišnjoj količini oborina, klima ima umjereno humidna obilježja. Međutim, oborine su vrlo nejednoliko raspoređene tijekom godine. Najviše ih padne u najhladnijem dijelu godine, od listopada do ožujka, kada su prosječne mjesečne oborine 80 do 150 mm. Najmanje su količine oborina u razdoblju lipanj–srpanj–kolovoz, s prosječnim vrijednostima od 30 do 45 mm. U pojedinim godinama ti mjeseci mogu biti bez oborina (Krklec et al., 2011). Utjecaj se mora znatno osjeća u primorskim naseljima, dok su ona u unutrašnjosti otoka izvrnuta nižim temperaturama, mrazu, a ponekad i snijegu. Snijeg rijetko padne, najprije u selu Pupnatu i vrhovima oko njega, ali se brzo topi jer se temperatura rijetko spušta ispod 0 °C. Relativna vlaga u zraku iznosi 65 % od srpnja do kolovoza, odnosno 75 % od listopada do siječnja (Krklec et al., 2011). Od vjetrova zimi najviše puše sjeveroistočnjak, hladni ili snažni sjeverac – tramuntana, te jugoistočnjak – jugo, a ljeti osvježavajući zapadnjak – maestral.

Ljetne temperature mora kreću se između 21 i 24 °C, dok se u obalnom pojasu povisuju i do 28 °C. Zimske su 12–13,5 °C. Prosječna temperatura površine mora u ožujku je 12,9 °C. More je najtoplije ljeti, u srpnju i kolovozu te rujnu, kad je prosjek 22,3 °C. Prozirnost mora ljeti je od 13 – 31 metar, dok je zimi 13 – 26 metara. Boja je moru izrazito modra. Morske struje uglavnom pokazuju

opći smjer istočne jadranske struje. Najveća strujanja su u Korčulanskom kanalu (3 čvora/sat). Najveći valovi stvaraju se po jugu i dosežu visinu od dva i više metara. Plime i oseke su blage; razlika između niske i visoke vode je oko 50 cm. Salinitet iznosi od 37,20 do 38,39. Uvijek je manja slanoća sjeverne i sjeverozapadne obale zbog utjecaja slatkih voda iz Neretve.

Što se prirodne vegetacije tiče, Korčula je jedno od 94 botanički važnih područja jer ima populacije jedne ili više biljnih vrsta koje su od globalne ili europske važnosti za zaštitu, uz iznimno bogatu floru u europskom kontekstu, te staništa od globalnog značenja za zaštitu ili botaniku (Jasprica & Kovačić, 2014). Duž cijelog otoka su guste, samonikle šume crnike (*Quercus ilex*), divlje masline, rogača, lovorike. Zbog gustog zelenila Grci su otok prozvali *Corcyra Melaina* – Crna Korčula. Među niskim raslinjem, zvanim „makija“, ističe se vrijes, planika, smrska, grahorac. Na otoku raste samoniklo ljekovito i aromatično bilje: kadulja, ružmarin, lavanda, smilj, metvica, mažurana i dr. U šumama i makiji nalaze se i razne bujne povijuše i penjačice. Treba spomenuti i obilje trava i sličnih biljaka vrlo ukusnih za jelo, izniklih po zapuštenim vinogradima i maslinicima, te nekoliko vrsta gljiva. Na Korčuli se mogu naći razna ukrasna stabla i biljke; neke prenesene iz tropskih krajeva i ovdje dobro prilagođene: nekoliko vrsta palma, eukaliptus, glicinije, bugenvila, oleander, mnogobrojni kaktusi. Pred župnom crkvom u Čari stoji golem, višestoljetni čempres, najstarije poznato stablo na otoku. Na Korčuli je zabilježena 101 biljna vrsta uključena u neku od kategorija ugroženosti. Zabilježeno je devet kritično ugroženih vrsta biljaka (iznimno visok rizik od izumiranja), dok se u kategoriji ugroženih biljaka (vrlo visok rizik od izumiranja) nalazi 14 vrsta. Osjetljivih vrsta je 19, a gotovo ugroženih vrsta ima 34, dok je onih koje imaju status najmanje zabrinjavajućih 8. Ukupno 17 vrsta na Korčuli nije dostatno poznato da bi moglo dobiti valjanu kategoriju ugroženosti. Na Korčuli raste 38 endemičnih biljnih vrsta, što čini oko 12 % ukupnog broja biljnih endema u Hrvatskoj.

7.3. Infrastruktura

7.3.1. Ceste i prometna povezanost

Od ukupno evidentiranih 1 449 cesta na hrvatskim otocima, Korčula ih ima 129. Otok je povezan trajektnom linijom s Orebićem na poluotoku Pelješcu i katamaranskom linijom sa Splitom. Najvažnija cesta koja prolazi ovim područjem svakako je državna cesta D-118, koja veže trajektno pristanište Dominče preko Smokvice i Blata do Vele Luke. Na Korčuli su još tri županijske ceste:

- T-6224 od D-118 do Račišća – cesta je postala neprikladna jer se proteže priobalnim zgrađenim prostorom pa je stoga potrebno izgraditi obilaznice oko Kneža i Žrnovske banje,
- T-6225 od D-118 do Lumbarde,
- T-6244 od D-118 do Korčule.

Uz državne i županijske ceste dvije su lokalne:

- L-69021 od D-118 kod Čare do Zavalatice,
- L-69022, koja se spaja na D-118 kod Pupnata i završava na D-118 kod Čare – stara lokalna cesta između Pupnata i Čare koju je zamijenila državna cesta D-118.

Uz te ceste nekoliko je nerazvrstanih, teško prohodnih. Redovite autobusne linije svakodnevno spajaju otok s većim gradovima poput Dubrovnika i Zagreba, a ljeti četiri puta tjedno sa Sarajevom i tri puta tjedno s Beogradom. Lokalne autobusne linije prometuju između otočnih mjesta.

Najveće značenje za Grad Korčulu svakako ima pomorski promet. Morska luka od županijskog značenja je putnička luka Korčula. Neke od lokalnih luka su luka Badija, luka Račišće i luka Zavalatica. Morske luke posebne namjene državnog značenja su ACI marina Korčula i sportske luke na istočnoj i zapadnoj obali grada Korčule. Brodske linije koje povezuju otok s kopnom ne zadovoljavaju svojom brojnošću i brzinom. Najznačajnije pomorske veze Grada/otoka Korčule s kopnom su:

- cjelogodišnja svakodnevna trajektna linija s Orebićem (14 putovanja dnevno izvan sezone (prije 29. svibnja i nakon 27. rujna) i 18 putovanja dnevno u sezoni (29. svibnja do 27. rujna),
- cjelogodišnja svakodnevna katamaranska linija s Hvarom i Splitom,
- brodska linija Korčula–Orebić,
- sezonska katamaranska linija Dubrovnik–Mljet–Korčula–Lastovo (tri puta tjedno, a u sezoni svakodnevno),
- sezonska katamaranska linija Split–Hvar–Korčula,
- sezonska katamaranska linija Split–Brač–Hvar–Korčula–Mljet–Dubrovnik,
- cjelogodišnja trajektna linija je Trpanj (Pelješac) – Ploče, koja se nastavlja na državnu
- autocestu A1.

7.3.2. Vodoopskrba

Zbog poroznosti terena tekućih voda na otoku nema. Najveći dio oborinskih voda ponire kroz porozno tlo i teče podzemno. To dokazuju brojne vrulje, osobito uzduž južne obale otoka i izvori bočate vode na obalama. Relativno su značajne samo mjestimične, snažne i kratkotrajne bujice za vrijeme jakih kiša. Na otoku se nalazi i 20-tak manjih lokava (Donje Blato, Čarsko polje, Sitnica, bradat), od kojih su neke stalne tokom godine, a većina presuši tijekom ljeta (Krklec et al., 2011).

S obzirom na to da otok nema stalnih izvora ni površinskih tokova, nestašice vode oduvijek je bilo. Stoga su se stanovnici od davnina opskrbljivali vodom iz cisterna (gusterna), na način da se sakupljala voda s krovova i popločenih dvorišta. Uz brojne privatne cisterne, na otoku su se gradile i javne veće, kao npr. u Korčuli, Čari, Blatu, Veloj Luci i dr., od kojih su neke još uvijek u funkciji. Podzemna je voda čini prirodni resurs otoka, ali se ona zahvaća od sredine XX. stoljeća samo u Blatskom polju i koristi se za vodoopskrbu zapadnog dijela otoka (Blato – Vela Luka). Danas su četiri zdenca ukupnog kapaciteta 65 l/s, kojima se godišnje eksploatira oko 1,0 x 1 063 litara vode. U ljetnom razdoblju, poradi intenzivnog crpljenja, salinitet podzemnih voda znatno se poveća pa doseže vrijednosti i veće od 2500 mg/l. Osim toga na području Blatskog polja voda se crpi i za natapanje (oko 0,05 x 106/god) privatnih parcela. Na ostalom dijelu otoka podzemna se voda ne eksploatira, i do danas je u tu svrhu provedeno vrlo malo istražnih radova (Ljubenkov, 2011).

Vodoopskrba područja Grada Korčule riješena je u sklopu regionalnog vodovoda Neretva–Pelješac–Korčula–Lastovo–Mljet, kojemu je ishodište “Pруд” u dolini Neretve. Voda se na otok doprema iz vodospreme “Janjina” na Pelješcu, kroz podmorski cjevovod koji se sastoji od pet visokotlačnih polietilenskih cijevi promjera od 202 mm, te cjevovodom promjera 350 mm. ACC ulazi u centralnu vodospremu “Korčula I”, kapaciteta 1,000 m na 87 m nadmorske visine. Iz te se vodospreme vodom opskrbljuje cijeli otok. S obzirom na izgrađene vodovodne kapacitete utvrđena količina je od 104 l/s za cijeli otok, od čega za grad Korčulu 62 l/s. Izgrađeni objekti regionalnog vodovoda su: cjevovodi, crpne stanice i vodospreme. Sva naselja spojena su na vodovodnu mrežu. Pojedini izdvojeni dijelovi naselja još nisu priključeni. Mreža se stalno širi i grade se nove vodospreme (Deša et al., 2015).

7.3.3. Odvodnja i gospodarenje otpadom

Sustav odvodnje otpadnih voda na području grada Korčule postojao je još u srednjem vijeku. Danas se koristi dvama izgrađenim kanalizacijskim sustavima i to za Grad, koji opskrbljuje zapadno područje do zaljeva Luka i Dominče, i

za novo naselje na istočnome području. Oba sustava ispuštaju otpadne vode u more Pelješkog kanala. Na kanalizacijsku mrežu nisu priključene zgrade u predjelu Sv. Antuna u gradu Korčuli, u uvali Ježevici i na Solinama. Izvan kanalizacijskog sustava su i predjeli Luka i Strećica. Kućanstva u uvali Luka ispuštaju otpadne vode kroz septičke jame izravno u more ili u tlo, pa je zamjetna i onečišćenost mora zbog plitkoće uvale. (Deša et al., 2015)

Postojeća mreža odvodnje sastoji se od dvije odvojene zone. Sustav 1 (Zona 1) zbrinjava oko 1100 stanovnika (bez turista) izljevajući se preko crpne stanice u mrežu gradskog postrojenja za otpadne vode. U ovoj je zoni na kanalizaciju trenutno priključeno oko 99 % stanovnika. U glavnoj sezoni (srpanj/kolovoz) na ovome gradskom području boravi oko 2 000 turista. Crpna je stanica ugrađena u tlo, nije vidljiva i nalazi se u blizini pristaništa za brodove na kružnim putovanjima. Na gradske kanale koji služe za zbrinjavanje ove zone priključeni su i veliki hoteli. Oni preko vlastitih crpki otpadnu vodu ispumpavaju u gradski kanalizacijski sustav. Preorijentacijae u zonu 2 ne bi bila problematična. Najveći hoteli u ovoj zoni: *Liburna* – 236 postelja; *Marco Polo* –226 postelja; *Park* – 216 postelja. U zoni 1 ima još jedno malo područje koje se odvodnjava u mješovitom sustavu. Sustav 2 (zona 2) zbrinjava južni dio Korčule, gdje se blizu pristaništa za trajekt otpadne vode u slobodnom padu kroz vod (dužine 50 m) ulijevaju u more. Ovdje trenutno živi 2 100 stanovnika, od toga je 50 % priključeno na kanalizaciju (Grad Korčula, 2010.).

Zbrinjavanje otpada u gradu Korčuli obavlja se odlaganjem krutog otpada na odlagalištu „Kokojevica“, koje se nalazi na području općine Lumbarda, a organizirano skupljen otpad iz kućanstava i gospodarskih subjekata sakuplja KTD „Hober“ d.o.o., registriran za skupljanje i odlaganje komunalnog otpada. Odvoz komunalnog otpada iz kućanstava provodi se više puta tjedno. Komunalni otpad se zimi i ljeti odvozi sedam puta tjedno s istoga mjesta, tijekom sedam radnih dana tjedno (grad Korčula, 2010.)

7.3.4. Energetski sustav

U Gradu Korčuli omogućeno je napajanje s dvije strane: iz Blata (TS Blato, 35 kV) i iz Korčule (TS Zamošće 35 kV). Mreža je kvalitetna i stalno se održava te rekonstruira. Ima mogućnosti spajanja novih turističkih, gospodarskih, stambenih i drugih zona.

7.3.5. Obrazovna struktura i zdravstvo

Na otoku Korčuli djeluje nekoliko srednjih i osnovnih škola. Srednja škola Korčula ima 338 učenika u 18 razrednih odjela i 57 zaposlenih. Uz srednju školu u gradu Korčuli djeluje i osnovna škola. Srednje škole (uz osnovne) također se nalaze u Blatu i Veloj Luci, a osnovne u Lumbardi, Račišću, Žrnovu, Smokvici i Čari. Ukupno na Korčuli ima više od 1 900 učenika (<http://www.ikorculainfo.com/net/>, pristup 2.2. 2017.).

Na otoku je zdravstvo organizirano tako da je u središnjemu otočnom naselju smješten Dom zdravlja, iz kojeg se grana mreža tzv. sektorskih zdravstvenih stanica. U takvim uvjetima, u funkciji obiteljskog liječnika, djeluju liječnički timovi opće medicine. Dom zdravlja redovito je opremljen i dijagnostički i terapijski, a sektorske zdravstvene stanice organiziraju se za 2 000 do 2 500 stanovnika. U točno određene dane i sate isti liječnici posjećuju ostala, manja naselja na otoku i pružaju primarnu zdravstvenu zaštitu. Najsloženije dijagnostičke i terapijske pretrage, postupke i konzultacije otočani dobivaju u razvijenim medicinskim središtima na kopnu, koji pružaju usluge otočnoj populaciji. Hitna medicinska pomoć na otocima redovito se organizira kao funkcija primarne zdravstvene zaštite u Domu zdravlja ili kao stalna pripravnost u zdravstvenim stanicama. Otočna je posebnost je u malom broju korisnika, malim raštrkanim naseljima, udaljenima od otočnoga medicinskog središta, otežanom prijevozu, dobnoj strukturi pučanstva i njegovim specifičnim, dodatnim potrebama, te u ljetnoj navali turista i njihovu specifičnom morbiditetu.

7.4. Stanovništvo

Broj stanovnika na Korčuli neprestano se smanjivao tijekom proteklih desetljeća. Godine 1991. Korčula je imala 17 038 stanovnika, od čega su Hrvati činili 92 %. Broj je 1981. bio 18 399, a 1971. 20 237. Prema popisu stanovništva iz 2001. Korčula je imala 16 182 stanovnika, od čega Hrvati čine 96,8 %, s gustoćom naseljenosti od 58 stanovnika na km².

Prema popisu stanovništva iz 2011., na otoku Korčuli živi ukupno 5 663 stanovnika, što predstavlja je od 3,84 % prema popisu iz 2001. Prosječna gustoća naseljenosti je 50,42 st/km², što je za 26,73 % manje od prosjeka Dubrovačko-neretvanske županije.

Tablica 20. Broj stanovnika na Korčuli

Naselje	Muškarci	Žene	Ukupno
Korčula	1 369	1 478	2 856
Žrnovo	708	660	1 368
Račišće	215	217	432
Pupnat	198	193	391
Čara	322	294	616
Ukupno	2 812	2 851	5 663

Izvor: (DZS, 2014)

7.5. Gospodarstvo

7.5.1. Poljoprivreda i šumarstvo

Poljoprivreda

Poljoprivredna proizvodnja na otoku uglavnom je razvijena u srednjemu i zapadnom dijelu otoka u krškim poljima i dolinama uz naselja Blato, Smokvica i Čara. Na istočnom dijelu otoka poljoprivredna djelatnost odvija se na nekoliko manjih polja: Pupnatsko i Žrnovsko polje, Donje i Gornje blato te Lumbarajsko polje. Prema popisu poljoprivrede (URL 2) iz 2003., korišteno poljoprivredno zemljište obuhvaća 42 04,1 ha, od čega su 888,85 ha voćnjaci (citrusi, trešnje, bademi i dr.), a 422,05 ha vinogradi. Ukupno je 51,33 ha oranica, vrtova, povrtnjaka, dok livade i pašnjaci zauzimaju 32,05 ha. Od ukupne površine iskorištenoga poljoprivrednog zemljišta, 478,61 ha je neobrađeno, dok 2 274,35 ha zauzima šumsko zemljište. Na Korčuli natapanja gotovo da i nema (tek oko 20 ha), pa su poljoprivredni prinosi promjenjivi od godine do godine, tj. ovise prije svega o hidrološkom režimu. U sušnim su godinama redukcije prinosa višestruke u usporedbi s prosječnim godinama, a ekonomski su gubici golemi. Razvoj poljoprivrede moguć je u dva smjera: kultiviranjem zapuštenih površina i izgradnjom sustava natapanja (Krklec et al., 2011).

Šumarstvo

Šume i šumsko zemljište na otoku obuhvaćaju oko 16 700 ha, što je oko 60 % površine (Grgurević et al. 2000.). Šume su većim dijelom u privatnom vlasništvu, a samo manjim dijelom u državnome. Tu su uglavnom šume alepskog i dalmatinskog crnog bora te česmine, koje na Korčuli imaju minimalni gospodarski karakter. Godišnje se na cijelom otoku posiječe do 1 500 m³ drva

za ogrjev. Ukupni prihodi od proizvodnje drva ne pokrivaju ni dio osnovnih troškova održavanja i zaštite (Vuletić al., 2006.).

7.5.2. Turističko posredovanje i ugostiteljski objekti

U Veloj Luci trenutno posluje nekoliko turističkih agencija. To su pretežno receptivnog tipa: *Atlas, Burin, Eli d.o.o., Mediterano tourist agency, Novasol d.o.o., Serenada d.o.o., Tourist info, Vela Luka Rent Proizd, Croatia Divers, Diving Center and Tourist agency i Diving Triporte*. U Veloj Luci se nalaze hoteli *Korkyra, Adria i Posejdon*. U Veloj Luci nalazi je i *disco* klub, te velik broj *caffe* barova u kojima se povremeno održavaju i koncerti popularnih pjevača i bendova s domaće i inozemne glazbene scene. Široka gastronomska ponuda Vele Luke temelji se na više kvalitetnih restorana i konoba, u kojima se nude lokalni specijaliteti i druga jela. Većina njih smještena je u samom središtu mjesta, a na širem području Vele Luke je i nekoliko seoskih domaćinstava, u kojima se u autentičnome dalmatinskom ambijentu nudi tradicionalna velolučka kuhinja, domaća vina i ostalo.

Od restorana mogu se izdvojiti sljedeći: restoran *Bata*, restoran na otoku Proizd, restoran *Pod bore*, restoran *Dalmacija*, a od konoba: konoba *Ribar, Feral groll, Lučica, Skalinada, Šiloko gradin, Bajko Potirna bb, Bata i Bistro Beppo*. Dio ugostiteljske ponude čini i kavana *pizzeria Nautica, caffe bar/pizzeria Casablanka, caffe bar/konoba, pizzeria Alfa i pizzeria Da Vinci*. Seosko domaćinstvo *Torkul* nalazi se 5 km od Vela Luke, udaljeno je 0,3 km od mora, te uz ponudu domaćih jela nudi i dodatne usluge među kojima se nalaze biciklistička i pješačka staza i klupska pjesma.

U Blatu, Prižbi, Smokvici, Brni i Čari nekoliko je ugostiteljskih objekata:

- Restoran *Zlinje*, Blato,
- Restoran *Riva No. 1*, Prižba,
- Restoran *Prižba*, Prižba,
- Grill restoran *Paradiso Grill Prižba* (Blato),
- Restoran *Čerin*, Prižba, Blato,
- Restoran *Kogo* u sklopu ap. naselja *Priščapac*,
- Restoran *Grščica*, Grščica, Prižba, Blato,
- Restoran – *Pansion Prigradica*, Prigradica,
- Restoran *Galeb*, Brna,
- Restaurant *Mala Kapja*,
- Konoba *Karaka*, Karbuni, Blato,

- Konoba – slastičarnica *Kraljević*, Prigradica,
 - Konoba *Zaratak*, Brna,
 - Bistro *Prigradica*, Prigradica (Blato),
 - Pečenjarnica *Brna*,
 - Pečenjarnica *Kod Malog Jakova*, Brna,
 - Konoba *Bajko*, Potirna,
 - *Fast food* „Porat“, Prižba,
 - *Grill-pizzeria* *Žal*, Brna,
 - *Pizzeria* „*Tinel*“, Blato,
 - *Fast food* „*As*“ Prižba,
 - *Pizzeria* *First and Last*, Smokvica,
 - Slastičarnica *CakeBox*, Blato.
- Obiteljska su gospodarstva:
- Obiteljsko gospodarstvo *Potirna*,
 - Seosko domaćinstvo *Mala kapja*,
 - Seosko gospodarstvo *Paradiso grill*.

Obiteljsko gospodarstvo *Paradiso* nalazi se u romantičnom ambijentu u centru Prižbe. U ponudi su razni mesni i riblji specijaliteti s roštilja te jela “ispod peke”. Uz svako jelo poslužuju se prilozi od svježeg povrća iz domaćeg proizvodnje te svježe pogačice. Na seljačkom domaćinstvu *Potirna* nalazi se stara kamena kuća okružena vinogradima i maslinama, a hrana je iz vlastite proizvodnje. Obiteljsko gospodarstvo *Mala Kapja* je tradicionalno orijentirano na poljoprivredu i stočarstvo. Na ovome obiteljskom gospodarstvu može se aktivno sudjelovati u hranjenju stoke. Na raspolaganju su i konji za jahanje. Ponuda jela je uglavnom mesna, domaći sušeni pršut, meso „ispod peke“, ražanj i domaći kruh. U mjestu Prižba izuzetno važan receptivni činitelj je mogućnost boravka gostiju u hotelu *Aminess Lume*.

U Račišću se nalazi hotel *Mediteran* i nekoliko konoba koje nude domaća jela. U Račišću su također konobe *Skala* i *Vala*. U Pupnatu su agroturizam *Pagar* i konoba *Mate*. U Vrbovici se nalazi *Restaurant Castello*. Bogata gastronomska ponuda domaćih jela nudi se u Žrnovu u Žrnovskoj banji. Od ugostiteljskih objekata treba istaknuti: konobe *Belin* i *Ranch Maha* te *Restoran Atrij*.

U Lumbardi se nalazi hotel *Borik* uz ugostiteljske objekte: restorani *Lina* i *Natura*, konobe *Diva Faustina*, *Dušica*, *Fjaka* i *More* te *pizzeria Torkul*.

U Korčuli trenutno posluje šest turističkih agencija, pretežito receptivnog karaktera. To su turističke agencije *Marco Polo Tours Service*, *Rent a đir–Cro Rent*, *Korčula Experts Travel Agency*, *Korkyra Info*, *Atlas*, *Sirius Travel_Korčula Agent*. Ondje je i veći broj hotela: *Hotel Korčula*, *Lešić Dimitri Palace*, *Korsan*, *Liburna*, *Marko Polo*, *Bon Repos*. Veći je broj i restorana, *caffè barova* i *pizzeria*. Restorani u Korčuli su: *Adio Mare*, *Chef's*, *Fish'N'Go*, *Fundamentum*, *Kraljević*, *Lešić Dimitri*, *Maksimilijan Garden*, *Moreška*, *Planjak*, *Radiona*, *U Maje i Tonke*, *Filippi*, *t Marco Polo Mystique*. Uz veći broj restorana u gradu Korčuli ugostiteljsku ponudu pružaju i drugi ugostiteljski objekti: *buffet Amfora*, *buffet Kolenda*, *fast food Bella*, konobe *Aborda*, *Mareta*, *Marinero*, *Maslina*, *Nono*, *Račiška*, *Škver*, *pizzeria Largo*, *pizzeria Loco*, *pizzeria Pape* i *pizzeria Tedeschi*.

7.5.3. Eksploatacija mineralnih sirovina

Eksploatacija ukrasnog i građevnog kamena na otoku Korčuli ima dugu tradiciju, još iz vremena Rimskog Carstva. Osim na samome otoku kamen se vadio i na obližnjim otočićima smještenima u Pelješkom kanalu (Badija, Vrnik, Kamenjak i dr.). Kamen se rabio za gradnju i ukrašavanje vila i rezidencija po Dalmaciji, osobito u Dubrovniku, ali se i izvezio na Istok (npr. Carigrad) i u Italiju (Gjivoje, 1969.). Danas su na otoku četiri eksploatacijska polja, iz kojih se dobiva tehnički građevni kamen (Blato – Kapja) i arhitektonski građevni kamen (Korčula Vrnik, Pupnat, Lumbarda–Humac). Ekonomski su najzanimljivija sirovina gornjokredni bijeli ili žutosmeđi rudistni vapnenci, po karakteristikama slični “bračkom mramoru”.

Negativne posljedice eksploatacije s kojima se danas suočava lokalno stanovništvo jesu uništavanje cestovne infrastrukture, buka, prašina i nesanirani kopovi. Ti bi se problemi mogli riješiti ugradnjom otprašivača (radi zaštite zraka od onečišćenja kamenom prašinom) isanacijom, revitalizacijom ili prenamjenom kamenoloma. Od ostalih resursa na Korčuli poznata su i nalazišta kvarcnog pijeska kod Lumbarde, koja su u prošlosti eksploatirana, no u današnje vrijeme to je obustavljeno (Krklec et al., 2011).

7.6. Turizam (2005. – 2015.)

7.6.1. Receptivni sadržaji

Među najvažnijim gospodarskim aktivnostima u Korčuli zasigurno je turizam. Najveći broj hotela nalazi se u Korčuli, zatim i nekoliko turističkih agencija,

pretežno receptivnog karaktera. U tablici 21. prikazani su podatci koji se odnose na raspoložive kapacitete, dakle broj postelja prema vrstama smještajnih kapaciteta. Prikupljeni podatci odnose se na Korčulu, Lumbardu, Smokvicu, Blato i VeluLuku.

Tablica 21. Broj postelja prema vrstama smještajnih kapaciteta

Naselje	Godina	Broj postelja	Hoteli	Kampovi	Privatne sobe, apartmani i kuće za odmor	Luke nautičkog turizma	Ostali objekti
Korčula	2005.	6 050	1 792	495	3 123	650	–
	2006.	6 510	1 756	435	3 400	640	–
	2007.	6 448	1 704	564	3 540	640	–
	2008.	6 432	1 701	495	3 361	640	–
	2009.	6 405	1 678	564	3 527	–	636
	2010.	5 804	z	z	z	z	z
	2011.	5 889	1 687	564	3 521	–	117
	2012.	4 744	1 687	330	1 088	–	46
	2013.	5 150	z	z	z	z	z
	2014.	5 567	1 707	489	3 234	–	137
	2015.	3 328	1 720	330	1 278	–	–
Lumbarda	2005.	2 519	485	–	1 499	440	95
	2006.	2 519	485	132	1 367	440	95
	2007.	2 554	451	–	1 534	440	129
	2008.	2 554	451	–	1 534	440	129
	2009.	2 554	451	–	1 534	–	569
	2010.	2 114	451	–	1 534	–	129
	2011.	2 092	451	–	1 512	–	129
	2012.	2 501	478	–	1 898	–	125
	2013.	2 099	z	–	1 507	–	z
	2014.	2 166	z	45	1 533	–	z
	2015.	2 072	467	33	1 570	–	2
Smokvica	2005.	643	246	–	357	40	–
	2006.	659	262	–	357	40	–
	2007.	663	235	–	388	40	–
	2008.	675	262	–	373	40	–
	2009.	625	262	–	363	–	–
	2010.	600	262	–	338	–	–
	2011.	488	133	–	355	–	–
	2012.	z	z	z	z	z	z
	2013.	523	z	z	z	z	z
	2014.	548	z	z	z	z	z
	2015.	545	192	–	353	–	–

Blato	2005.	1 889	217	–	1 672	–	–
	2006.	1 889	217	72	1 600	–	–
	2007.	1 900	214	–	1 672	–	14
	2008.	1 965	214	–	1 737	–	14
	2009.	1944	193	–	1 737	–	14
	2010.	1944	–	–	1 737	–	207
	2011.	2 126	–	–	1 919	–	207
	2012.	z	z	z	z	z	z
	2013.	2 265	–	–	2 058	–	207
	2014.	2 494	–	z	2 271	–	z
	2015.	2 609	z	z	z	z	z
Vela Luka	2005.	2 331	855	180	1 046	–	250
	2006.	2 331	855	180	1 046	–	250
	2007.	2 212	340	180	941	–	751
	2008.	2 161	500	180	890	–	591
	2009.	2 161	444	180	890	–	647
	2010.	2 328	577	180	890	–	591
	2011.	2 328	577	180	924	–	647
	2012.	2 209	417	180	925	–	687
	2013.	2 347	z	z	1 097	–	635
	2014.	2 623	555	z	1 253	–	z
	2015.	2 603	555	180	1 105	–	763

Izvor: DZS, 2005. do 2015.

Prema podacima iz prethodne tablice razvidno je da se najveći broj postelja nalazi u Korčuli, te su se smanjili raspoloživi kapaciteti u razdoblju od 2005. do 2015. u mjestima Korčula, Lumbarda, Blato i Smokvica. Samo su se u naselju Veloj Luci povećali raspoloživi kapaciteti.

7.6.2. Analiza turističke potražnje

U sljedećim tablicama (22 i 23) po naseljima Korčuli, Lumbarda, Smokvici, Blatu, Veloj Luci prikazani su indikatori turističkih kretanja koji se odnose na ostvarena noćenja i dolaske u vremenu od 2005.–2015. Također, u tablici 24. prikazana su najvažnija emitivna tržišta.

Tablica 22. Ostvarena noćenja i broj postelja po mjestima za otok Korčulu

Naselje	Godina	Noćenja	Broj postelja
Korčula	2005.	37 9898	6 050
	2006.	38 9384	6 510
	2007.	36 3342	6 448
	2008.	36 6565	6 432
	2009.	33 3466	6 405
	2010.	29 5714	5 804
	2011.	30 4568	5 889
	2012.	31 8816	4 744
	2013.	25 1990	5 150
	2014.	33 2651	5 567
2015.	24 1085	3 328	
Lumbarda	2003.	8 4740	2 292
	2005.	113 143	2 519
	2006.	122 536	2 519
	2007.	118 975	2 554
	2008.	124 650	2 554
	2009.	117 341	2 554
	2010.	117 030	2 114
	2011.	118 744	2 092
	2012.	129 629	2 501
	2013.	125 041	2 099
	2014.	126 287	2 166
2015.	113 204	2 072	
Smokvica	2003.	24 011	631
	2005.	21 015	643
	2006.	28 677	659
	2007.	32 805	663
	2008.	32 944	675
	2009.	29 181	625
	2010.	29 829	600
	2011.	32 156	488
	2012.	z	z
	2013.	39 467	523
	2014.	38 257	548
2015.	40 917	545	

Blato	2003.	60 571	2 111
	2005.	68 607	1 889
	2006.	81 393	1 889
	2007.	80 869	1 900
	2008.	80 444	1 965
	2009.	80 418	1 944
	2010.	90 402	1 944
	2011.	99 739	2 126
	2012.	z	z
	2013.	120 720	2 265
	2014.	130 229	2 494
	2015.	141 106	2 609
Vela Luka	2003.	104 931	2 131
	2005.	115 192	2 331
	2006.	124 537	2 331
	2007.	120 789	2 212
	2008.	121 174	2 161
	2009.	104 621	2 161
	2010.	110 043	2 328
	2011.	113 978	2 328
	2012.	96 065	2 209
	2013.	117 123	2 347
	2014.	134 108	2 623
	2015.	139 537	2 603

Izvor: DZS 2005.–2015.

Tablica 23. Struktura dolazaka domaćih i inozemnih turista po mjestima i godinama

Naselje	Godina	Dolasci				Ukupno
		Domaći	%	Inozemni	%	
Korčula	2005.	8 780	8,18	98 570	91,82	10 7350
	2006.	9 344	8,87	96 039	91,13	10 5383
	2007.	9 691	9,47	92 622	90,53	10 2313
	2008.	10 461	10,43	89 865	89,57	10 0326
	2009.	9 564	10,78	79 168	89,22	88 732
	2010.	5 825	10,24	51 021	89,76	56 846
	2011.	6 261	10,60	52 788	89,40	59 049
	2012.	6 641	10,89	54 328	89,11	60 969
	2013.	7 453	11,83	55 564	88,17	63 017
	2014.	9 241	14,17	55 990	85,83	65 231
	2015.	9 600	14,20	57 964	85,80	67 564

Lumbarda	2005.	3 994	23,63	12 911	76,37	16 905
	2006.	2 561	14,51	15 090	85,49	17 651
	2007.	2 684	15,93	14 167	84,07	16 851
	2008.	2 606	13,50	16 696	86,50	19 302
	2009.	1 917	10,26	16 768	89,74	18 685
	2010.	2 364	14,56	13 873	85,44	16 237
	2011.	1 734	10,92	14 138	89,08	15 872
	2012.	1 322	7,6	16 098	92,41	17 420
	2013.	1 163	6,87	15 756	93,13	16 919
	2014.	1 376	8,07	15 667	91,93	17 043
	2015.	1 293	9,30	14 268	91,70	15 561
Smokvica	2005.	647	20,66	2 484	79,34	3 131
	2006.	939	16,71	4 682	83,29	5 621
	2007.	1 293	19,79	5 241	80,21	6 534
	2008.	916	16,20	4 739	83,80	5 655
	2009.	739	16,17	3 830	83,83	4 569
	2010.	640	14,38	3 810	85,62	4 450
	2011.	617	14,65	3 596	85,35	4 213
	2012.	z	z	z	z	z
	2013.	447	7,35	5 635	92,65	6 082
	2014.	643	10,77	5 326	89,23	5 969
	2015.	556	8,51	5 977	91,49	6 533
Blato	2005.	550	8,02	6 311	91,98	6 861
	2006.	502	6,55	7 158	93,45	7 660
	2007.	527	5,85	8 485	94,15	9 012
	2008.	655	7,76	7 790	92,24	8 445
	2009.	518	6,12	7 945	93,88	8 463
	2010.	448	4,66	9 160	95,34	9 608
	2011.	544	5,20	9 913	94,80	10 457
	2012.	z	z	z	z	z
	2013.	609	4,78	12 121	95,22	12 730
	2014.	724	5,15	13 324	94,85	14 048
	2015.	754	5,15	13 897	94,85	14 651
Vela Luka	2005.	4 709	25,60	13 681	74,40	18 390
	2006.	5 305	27,17	14 220	72,83	19 525
	2007.	5 007	27,10	13 468	72,90	18 475
	2008.	5 058	26,30	14 172	73,70	19 230
	2009.	3 283	20,67	12 602	79,33	15 885
	2010.	3 058	17,85	14 070	82,15	17 128
	2011.	3 599	18,89	15 453	81,11	19 052
	2012.	2 632	15,63	14 204	84,37	16 836
	2013.	3 289	14,91	18 774	85,09	22 063
	2014.	3 833	14,75	22 145	85,25	25 978
	2015.	754	5,15	13 897	94,85	14 651

Izvor: DZS 2005–2015

Tablica 24. Najvažnija emitivna tržišta

Naselja	Korčula	Lumbarda	Smokvica	Blato	Vela Luka
Austrija	12 403	5 362	5 952	10 197	7 805
Češka	16 227	3 908	2 847	13 507	4 922
Francuska	20 367	8 648	2 183	2 555	3 224
Italija	13 802	8 106	2 523	7 070	6 501
Njemačka	30 615	18 282	7 283	26 187	20 559
Poljska	28 434	10 817	3 434	21 022	34 472
Slovenija	33 740	16 592	3 853	22 960	16 369
UK	21 344	5 368	860	999	2 647
Ostalo	94 262	26 358	8 733	29 547	25 855
Ukupno	271 194	103 441	37 668	134 044	122 354

Izvor: DZS, 2015.

Prema prethodno prikazanim podacima vidljivo je kako najveći broj dolazaka, oko 90 %, ostvaruju inozemni turisti i kako po broju dolazaka prednjači Korčula. Također je razvidno da su 2015. za naselja Korčula, Lumbarda, Smokvica, Blato, Vela Luka, najvažnija emitivna tržišta: Austrija, Češka, Francuska, Italija, Njemačka, Poljska, Slovenija i Ujedinjeno Kraljevstvo (UK). Najviše je gostiju iz Austrije i Češke posjetilo Korčulu, a potom Blato. Najviše gostiju iz Francuske ljetovalo je u Korčuli, a potom u Lombardi, što se odnosilo i na goste iz Italije. Najveći broj gostiju iz Njemačke, Poljske i Slovenije posjetilo je Korčulu, a potom Blato, dok je najviše turista iz UK bilo u Korčuli i Lombardi. Turisti sa važnih emitivnih tržišta prvenstveno posjećuju Korčulu, ali pokazuju interes i za druge turističke destinacije.

Literatura

1. Deša et al. 2015. *Plan razvoja ruralnog turizma grada Korčule 2015 – 2020.*
2. Duplančić Leder. T. et al. 2004. *Coastline lengths and areas in the croatian part of the Adriatic Sea determined from the topographic maps at scale of 1:25000.* Geoadria 9(1) 5–32.
3. DZS (2003–2015). *Statistički ljetopis*
4. Grad Korčula (2010). *Plan gospodarenja otpadom grada Korčule*
5. Grgurević, O., (2003). *Prostorni plan uređenja grada Korčule*, Arhitektonski fakultet, Sveučilište u Zagrebu
6. <http://www.ikorculainfo.com/net/>, 2. 2. 2017.
7. <http://www.korculaotok.com/>, 27. 2. 2017.
8. <http://tzo.smokvica/>, 27. 2. 2017.

9. <http://tzo-blato.hr/>, 3. 2. 2017.
10. <http://visitdubrovnik.hr/>, 3.3.2017.
11. <http://www.brna.hr/>, 2. 2.2017.
12. <http://www.korcula.hr/>, 13. 2. 2017.
13. <http://www.plantea.com/>, 28. 2. 2017.
14. <http://www.sportkorcula.com/>, 28. 2. 2017.
15. <http://www.tzo-korcula/>, 2. 3. 2017.
16. <http://www.tzvelaluka.hr/>, 27. 2. 2017.
17. <http://www.visitkorcula.eu/>, 2. 2. 2017.
18. Jasprica, N., Kovačić, S. 2014. Ugrožene, endemične i rijetke biljke hrvatske flore na Korčuli. *Blatski ljetopis*, 73–96.
19. Kalogjera, A. 1975. Gospodarski razvitak otoka Korčule od 1837. *Radovi pedagoške akademije I*. 243–269, Split .
20. *Koncept prometnog razvitka grada Korčule*, Fakultet prometnih znanosti, Zagreb, 2013.
21. Krklec, K. et al., 2011. Prirodni resursi otoka Korčule. *Geoadria* 16(1), 3–25.
22. Ljubenković, I. 2011. *Održivo gospodarenje vodnim resursima otoka Korčule s naglaskom na njihovo korištenje za poljoprivredu. Doktorska disertacija*. Split: Sveučilište u Splitu, Građevinsko–arhitektonski fakultet
23. Narodne novine, broj 99. od 14 kolovoza 2009.
24. Nikolić, T., Topić, J. ur. 2005. *Crvena knjiga vaskularne flore Hrvatske*. Zagreb: Ministarstvo kulture, Državni zavod za zaštitu prirode
25. *Registar financijskih godišnjih izvještaja*, Fina, obrada GFI–a za 2014.
26. Šegota, Filipčić 2003. Koppenova podjela klima i hrvatsko nazivlje. *Geoadria* 8(1), 17–37.
27. *Statistički ljetopis 2014*.
28. Vuletić, D. 2006. Rezultati ispitivanja sklonosti turista za boravak u šumi i odnos prema ekološkim i socijalnim uslugama šuma, *Radovi šumarskog instituta Jastrebarsko*, 41/1–2, 83–90.

8. Općina Mljet

8.1. Položaj

Općina Mljet izdvojena je političko–teritorijalna jedinica koja obuhvaća područje osmoga najvećeg po veličini hrvatskoga južnodalmatinskog otoka Mljeta. Otok zajedno s pripadajućim otočićima i grebenima ima ukupnu površinu općine od 100,41 km², a pomorski joj akvatorij zauzima prostor do vanjske granice teritorijalnih voda Republike Hrvatske, površine od 1 286,77 km². Općina Mljet jedna je od 22 jedinice lokalne samouprave u Dubrovačko–neretvanskoj županiji (slika 2.).



Slika 2. Prostorni obuhvat općine Mljet

Izvor: Strategija razvoja Općine Mljet do 2020., 2017.

Otok Mljet, koji, u naravi obuhvaća općinu Mljet, pripada skupini velikih jadranskih otoka, od kojih je položajno najjužniji i najistočniji, te se svojom duljinom od 37 km i prosječnom širinom od 3 km proteže između 17°19'19" i 17°45'16" istočne geografske dužine i 42°41'12" i 42°48'23" sjeverne geografske širine. Od poluotoka Pelješca Mljet je odvojen Mljetskim kanalom širine 4,5 nautičke milje (8 km). Sjeverozapadni kraj otoka (rt Goli) udaljen je od otoka Korčule 13 milja, dok mu je istočni kraj (rt Gruj) od dubrovačke luke Gruž udaljen približno 15 milja, a južna strana otoka otvorena je prema pučini (Strategija razvoja Općine Mljet do 2020.,

2017.). Općina, zajedno s općinama Lastovo i Ston, svojim morskim dijelom pripada ujedno pograničnom području Republike Hrvatske. Od iznimnog je značenja jer je:

- najšumovitiji otok Republike Hrvatske pa tako obiluje velikim brojem prirodnih bogatstva od kojih je najznačajniji Nacionalni park Mljet (NP),
- otok obiluje prirodnim fenomenima, poput mnogobrojnih blatina, slatina i špilja,
- zbog dugogodišnje povijesne izoliranosti na otoku nalaze dom mnoge endemske vrste biljaka i rijetke vrste životinja,
- u blizini otoka nalaze se dva važna pomorska prolaza: s jedne strane Vratnik, između Pelješca i Jakljana, koji povezuje Koločepski i Mljetski kanal i, s druge strane, Pelješki kanal, između Korčule i Pelješca, koji su glavna „vrata“ za srednju Dalmaciju,
- otok ima bogatu kulturološku i povijesnu baštinu, sadržava brojna nalazišta i uz njega se vežu brojni mitovi iz doba kada je bio jedan od mnogih grčkih i rimskih provincija na području Republike Hrvatske,
- Odisejeva špilja (lokalno Jama) prirodni je fenomen i turistička atrakcija koja spaja prirodnu baštinu otoka s antičkim kulturnim nasljedom.

8.2. Geološke značajke prostora

Otok Mljet ima zajednička prirodno–geografska obilježja s drugim dijelovima Dubrovačke regije i Dalmacije, a građen je od vapnenca i dolomita mezozojske starosti. To je tipični krški prostor dinarskog smjera pružanja s velikom površinom krških polja. Dio je mediteranskog područja u kojem oblikovanju reljefa i klime stupanj maritimnosti ima veliko značenje. Krajnji dijelovi otoka kao i područja NP “Mljet“ na zapadu i Saplnare na istoku dobro su razvedeni, te se uz obalu nalazi cijeli niz otoka (22), hridi (13) i grebena (3). Neki od otoka su Pomeštak i Glavat ispred Pomene, Tajnik, Moračnik, Maharac, Ovrata i Kobrava ispred Polača te Galičnjak, Borovac i Planja ispred Prožurske luke.

Otok ima raščlanjen reljef i brdovit izgled s nekoliko uzdužnih nizova uzvišenja. Dvadesetak vrhova prelazi visinu od 300 m, a najviši vrh Veliki Grad visok je 514 m. Otok se ističe bogatstvom krških reljefnih oblika (špilje, vrtače, ponori, krška polja) vidljivih po cijelom otoku. U uzdužnim udolinama formirano je, pretežno u dolomitu, oko 20 većih i oko 100 manjih kraških dolova. Veći nose naziv “polje“, a manji “do“ ili “dolac“ i njihova dna prekrivena zemljom crvenicom glavni su dio poljoprivredno obradivih površina na otoku. Obala se po vertikalnoj

raščlanjenosti razlikuje kao “bijeli” i “crni” morski kraj. “Bijeli” je kraj dio kopna 15 do 20 miznad mora koji ispiru kiša i more, pa je svjetlo sive boje. “Crni” je kraj određen crtom najniže oseke i najniže plime, napučen je organizmima pa je smeđe ili crne boje. Duž obale vidljive su tektonske strukture (bore, rasjedi), a na južnoj obalnoj strani, koja je zbog izloženosti južnim vjetrovima jače abradirana i mjestimično je vrlo strma, mnoge male uvale služe kao ljetna skloništa za stanovnike i posjetitelje (Arhitektonski fakultet, 2014.).

Veliko i Malo jezero specifičnost su ovog otoka. Malo jezero krška je depresija koju je ispunilo more; ukupni je volumen 3 349 000 m³. Kanalom dugim dvadesetak metara i dubokim pola metra povezano je s Velikim jezerom. Ima površinu od 24 ha i najveću dubinu 29 m, a dužina obalne crte je 2 600 m. Veliko jezero također je krška depresija ispunjena morem, koje kroz Solinski zaljev i Veliki most ulazi u njega. Veliko jezero ima ukupni volumen od 36 730 000 m³, površinu 145 ha i dužinu obalne crte 9 420 m. Temperatura je u ljetnim mjesecima viša od onih u otvorenome moru, npr. u Malom jezeru izmjerena je temperatura mora od 27 °C, u Velikom jezeru 29 °C, a u uvali Gonoturska, 17 °C. Salinitet je također veći; dok je u Malom jezeru 27 ‰, u Velikom jezeru 28 ‰, a u uvali Gonoturska je 17 ‰. U doba godine kada su obilne padaline (zimi), salinitet u Malom i Velikom jezeru nešto je manji zbog izvora slatke vode, te pritjecanja kišnice (Mljet online.com, n.d.).

Mljet pripada mediteranskome klimatskom području s klimom označenom oznakom Csa po Köppenu, te se još naziva i klimom masline. Brojni klimatski modifikatori uočljivi su na ovome području, od kojih su neki: morske struje, strujanje zraka, utjecaj mora i geografskog položaja. Jedno od obilježja izrazite sredozemne klime kojoj pripada ova općina ustaljeno je strujanje zraka – izdvajaju se adekvacije zraka iz južnog kvadranta (jugo) i adekvacije zraka s kopna (bura) u zimskoj polovici, te neporemećeno vrijeme (maestral i burin) u ljetnoj polovici godine. Najčešći vjetrovi su s otvorenoga mora, a šilok i bura glavni su vjetrovi. Šilok puše s jugoistoka, a sa sjeveroistoka bura. Po broju sunčanih sati Mljet se svrstava u najsunčanija mjesta na jadranskoj obali s procijenjenim brojem oko 2 500 sunčanih sati godišnje. Srednja godišnja vrijednost temperature zraka iznosi 16,1 °C. Najniža srednja mjesečna temperatura zraka je u prvim mjesecima godine, kada je temperatura rijetko niža od 6 °C, a temperatura zraka najviša je u prosjeku u srpnju. Najniža apsolutna temperatura zraka ikad zabilježena iznosi –1,9 °C dok je najviša apsolutna temperatura zraka 35,6 °C. Otok Mljet ima obilježja ugodne mediteranske klime s ljetnim sušama i višim temperaturama, te relativno blagim i vlažnim zimama. Količina oborina kreće se od 1 000 do 1 200 mm godišnje, ali je raspored padalina dosta neuravnotežen (Strategija razvoja Općine Mljet do 2020., 2017.). Čak 70 % oborina padne u zimskim i jesenskim

mjesecima, dok za vrijeme ljeta prevladavaju sušna razdoblja, koja mogu imati štetne posljedice na otočnu floru i faunu.

Srednja godišnja temperatura mora (površinska) u Malom jezeru viša je od temperature otvorenoga mora, a iznosi 26 °C. Srednja zimska temperatura niža je od oko 4,5 °C, temperature otvorenoga mora.

S obzirom na biljni svijet, Mljet se još naziva i “Zeleni otok“ zbog bujne vegetacije koja je toliko raskošna zbog izvora slatke vode na samom otoku. Vegetacija Mljeta izvrstan je primjer bujne mediteranske prirode. Čak 72 % površine prekriveno je šumom zbog blage mediteranske klime i sastava tla. Borove šume najviši osu blik vegetacije na otoku, a požar koji je 1917. zahvatio velik dio otoka od Polača do Babina Polja uništio je mnoge stoljetne šume. Osobite su šume alepskog bora (*Pinus halepensis*) i česmине (*Quercus ilex*) s gustom makijom na zapadnom dijelu otoka. Na istočnom kraju raste šuma pinija (*Pinus pinea*) vezana za pješčana tla, dok sjeverne primorske padine pokriva gusta makija (Arhitektonski fakultet, 2014.). Najskromniji su šumom središnji i istočni dijelovi otoka, gdje je tlo najmanje pogodno.

Zbog izoliranog položaja, šumovitosti i slabe napučenosti otok Mljet obiluje životinjskim vrstama. Na otoku živi: kuna bjelica, divlja mačka, podivljala domaća koza, divlja svinja, jelen lopatar, zec, muflon, miš, puh, jež, kornjača, uz brojne ptice: kos, čučka, grmuša, vrabac, divlji golub, galeb, sokol i druge, te zmije neotrovnice: bjelouška i blavor. Uz obale Mljeta više se ne susreće sredozemna medvjedica (*Monachus albiventer*), koja je pod zaštitom. Razlog izostanka zmija otrovnica je umjetno – naseljen indijski sivi mungos (*Mungos mungo*), koji se hrani poskocima, ali i nekim drugim životinjskim vrstama. Do I. svjetskog rata Mljet je obilovao znijama pa je austrijska šumarija 1910. dovela par mungosa i oni su, množenjem, uništili zmije otrovnice, zato je mungos postao zaštitni znak otoka Mljeta. Još jedna zanimljivost veže se za otok i pasminu pasa maltezera, koji vuče korijene s Mljeta. Aristotel ističe da je *Canis melitaeus* ili psić podrijetlom s otoka Mljeta.

U akvatoriju Nacionalnog parka Mljet ukupno je zabilježeno 116 vrsta riba koštunjača. Brojčano najzastupljenije vrste su knez (*Coris julis*) i fratar (*Diplodus vulgaris*). Od ugroženih vrsta su drozd (*Labrus viridis*), cipal bataš (*Mugil cephalus*), pagar (*Pagrus pagrus*) te kirnja (*Epinephelus marginatus*), za koju je utvrđena znatno veća brojnost unutar zaštićenog područja nego u okolnome moru, što znači da je ovo područje iznimno važno za njezino očuvanje. Stanje populacija u Parku je zadovoljavajuće. Rijedak je i pagar, dok je cipal bataš dosta česta vrsta. Brojčanom zastupljenošću dominiraju porodice ljuskavki (*Sparidae*), usnjača (*Labridae*) i vučića (*Serranidae*). Najveća prijetnja tim vrstama je ilegalni ribolov. U Parku je zabilježeno 78 vrsta koralja. Među njima je 38 ugroženih vrsta i 11 endema

Sredozemlja (NP Mljet- plan upravljanja 2017.-2026., 2017.). Među njima se ističe kolonijalna vrsta sredozemnog endema busenastog koralja (*Cladocora casepitosa*), koji u akvatoriju Parka čini grebenaste tvorbe na nekoliko lokacija.

8.3. Infrastruktura

8.3.1. Elektroopskrba

Elektroopskrba otoka započinje 1962., kada podmorskim kabelom od luke Prapatno na Pelješcu biva uspostavljena električna mreža. S obzirom na broj stanovnika i povećanu potrošnju električne energije u ljetnim mjesecima, njezina opskrba nije zadovoljavajuća. Za unaprjeđenje elektroenergetske mreže potrebna je izgradnja sljedećih građevina:

- na distribucijskom sustavu: TS 35(20) kV „Blato“ – Mljet,
- podzemni kabel 35(20) kV K Rt Goli (Mljet) – Ropa,
- dalekovod 35(20) kV D Zaglavac (Mljet) – Ropa,
- dalekovod + podmorski kabel D+K 35(20) kV Ston – Prapatno – Zaglavac Mljet (Strategija razvoja Općine Mljet do 2020., 2017.).

8.3.2. Ceste i prometna povezanost

Danas na otoku ima oko 120 km ceste, od čega su 54 km državnih cesta, 8 km lokalnih, 20 km nesvrstanih i oko 40 km protupožarnih, šumskih i poljoprivrednih cesta (tablica 25.). Glavna prometnica otoka cesta je D–120, koja se preko cijelog otoka pruža od naselja Pomena do naselja Saplunara. Idućih godina očekuje se izgradnja nove dionice ceste D–120 kao zaobilaznica mjesta Polača.

Brodaska povezanost otoka sa susjednim otocima i kopnom napreduje. Glavnom otočnom lukom smatra se luka Sobra čija nedavna povezanost s lukom Prapatno na poluotoku Pelješcu omogućuje dobivanje novih dimenzija prometnoga i gospodarskog aspekta. Otok je povezan s lukom Prapatno tijekom cijele godine, s redovnim polascima četiri puta u zimskome periodu i pet puta u ljetnom razdoblju. Kapaciteti Jadrolinijina trajekta *Lubenice*, koji trenutno plovi na toj relaciji su 350 putnika i 70 automobila. Također, tijekom cijele godine plovi katamaran *Nona Ana*, kapaciteta za 200 putnika, koji u zimskim mjesecima plovi jedan put dnevno s otoka i jedan put iz Dubrovnika i Šipana, dok je u ljetnim mjesecima putovanje omogućeno dva puta s otoka Mljeta u Dubrovnik i Šipan i dva puta iz Dubrovnika i jedan put sa Šipana na Mljet. Uz katamaran linija ljeti povezuje otok s otocima Korčulom i

Lastovom. Osim katamarana, od 1. 6. do 1. 10. plovi i dužobalna trajektna linija koja dodatno povezuje Mljet s Dubrovnikom, Korčulom, Hvarom, Splitom i Rijekom. Od ukidanja trajektne linije Trstenik – Polače i spajanja brzobrodskih linija s Dubrovnikom, Korčulom i Lastovom, luka Polače u Nacionalnom parku Mljet postaje glavna turistička luka s najvećim prihvatom turista na otoku. Usprkos brojnim linijama, kapaciteti brodova, posebice u kolovozu nisu dostatni. Također, planira se izgradnja i potpuno uređenje heliodroma i zračne luke za manje zrakoplove.

Tablica 25. Cestovna mreža na području općine Mljet

Vrsta ceste	Opis dionice	Duljina ceste (km)
Državne ceste		
D120	Pomena–Sapulnara sa zaobilaznicom Sobre i Babina Polja	49,9
D123	Spojna cesta D120–trajektno pristanište Zaglavac	1,1
Županijske ceste		
Lokalne ceste		
L69036	D120–Govedari–D120(ambulanta)	1,8
L69037	D120–Blato–Kozarica	5,9
L69070	Okuklje–Maranovići (D120)	3
L69072	D120 Zabrežje–D120 Zadublje (kroz Babino Polje)	2,9
L69081	D120– Prožurska Luka	1,5
Nerazvrstane ceste		
NJC1	L–69036–Protanište–Soline	3,3
NJC2	Pristanište–Babine Kuće–Bjejavka	6,9
NJC3	D120–Sikirica–Plavilo	0,65
NJC4	D120– Ropa	1,1
NJC5	D120 (Zlamenje)– Uvala Sutmiholjska	3,6
NJC6	D120– Vodice	0,8
NJC7	D120 – Sobra – D120	1,5
NJC8	NJC 7 (Sobra) – Uvala Tanka	1,3
NJC9	D120 – Prožura	0,4
NJC10	L69070 – Crkva sv. Nikole	0,28
NJC11	D20 – Velika Plaža– Podškoji	0,7
NJC12	NJC 12 (Velika Plaža) – Vojame	0,4
NJC13	D120 (Crna Klada) – Kozarica (groblje)	3,7
NJC14	NJC13 – Uvala Blace	1,2
NJC15	NJC 4– Garma	0,73
NJC16	D120 (Mirogoj) – D120 (obilaznica B. Polje)	4,55
NJC17	D120 Pomena – Prakiralište hotela	0,48
NJC18	NJC 5 (sjeverni ulaz) – NJC 5 (južni izlaz)	1,7
Sveukupno		99,39

Izvor: Hrvatske ceste d.d., Županijska uprava za ceste Dubrovačko–neretvanske županije, *Službeni glasnik općine Mljet*, Odluka o utvrđivanju NJC na području Općine Mljet, Općina Mljet, 2015. (Strategija razvoja Općine Mljet do 2020., 2017.)

8.3.3. Vodoopskrba

Na otoku Mljetu nema pitke vode. Vodoopskrbni sustav trenutačno se zasniva na sustavu opskrbe pojedinih naselja vodom dobivenom postupkom desalinizacije. Vodoopskrba se obavlja iz tri desalinizatora na području Općine Mljet/Sobra, Blato, Kozarica. Većina kućanstava opskrbljuje se pomoću cisterni koje razvoze vodu po otoku. Samo naselja Blato i dijelom Sobra imaju vodoopskrbnu mrežu i priključena su izravno na desalinizatore.

Prema prijedlogu Hrvatskih voda planira se opskrba pitkom vodom Mljeta jedinstvenim sustavom opskrbe iz vodoopskrbnog sustava Neretva–Pelješac–Korčula–Lastovo–Mljet dovođenjem vode podmorskim kanalom s kopna u NP Mljet, i potom središnjim vodoopskrbnim vodom uzduž otoka. Na taj vodoopskrbni sustav trebali bi se priključiti svi lokalni sustavi koji bi se izgrađivali u skladu s konačnim rješenjem (Strategija razvoja Općine Mljet do 2020., 2017.).

Vodoopskrbni sustav „Neretva–Pelješac–Korčula–Lastovo–Mljet“, koji je započeo 1974. trebao bi riješiti vodoopskrbu otoka regionalnim vodovodom i temelji se na zahvaćanju vode na izvorištu rijeke Norin u Prudu. Sustav još nije u potpunosti zaživio. Dosad izgrađeni dio prolazi kroz dolinu Neretve do Pelješca i istočnog dijela Korčule. Međutim, istočni dio Pelješca, zapadni dio Korčule, i Lastovo i Mljet zasad nemaju vodovod.

8.3.4. Obrazovna infrastruktura

Predškolski odgoj organizira i provodi Kulturna udruga Mljet za djecu od navršenih šest mjeseci do polaska u osnovnu školu. Odgoj se odvija u prostorima dječje igraonice u Babinu Polju i obuhvaća samo djecu s prebivalištem na području Općine Mljet. U prošlosti je na otoku bilo nekoliko osnovnih škola, a prije njih obrazovanje je provodila Crkva. Danas je na otoku Osnovna škola Mljet u Babinu Polju, u kojoj se odvija nastava za svih osam razreda osnovne škole za 50–ak učenika, te područna škola u Goveđarima, do trećeg razreda, a djeca potom nastavljaju školovanje u Babinu Polju. Na području Općine Mljet nema srednjih škola ni visokoškolskih obrazovnih ustanova. Učenici imaju mogućnost nastaviti školovanje u Dubrovniku pa je Općina u 2014. donijela odluku o sufinanciranju smještaja i prehrane svih učenika srednjih škola bez obzira na socijalni status. Studenti iz Općine Mljet na daljnje studije odlaze najviše u Dubrovnik i Zagreb.

8.4. Stanovništvo

U općini Mljet je prema prošlom popisu stanovništva iz 2011. ukupno živjelo 1 088 stanovnika. Razlika u popisu 2001. je negativna i iznosi 23 stanovnika manje. Općina ima najmanju gustoću naseljenosti u Dubrovačko–neretvanskoj županiji, 10,96 stanovnika po kilometru kvadratnom, dok je po prosječnoj starosti druga u Županiji s 47,5 godina. Kao i većina ostalih općina u Županiji, prirodni prirast je negativan.

Tablica 26. Promjena broja stanovnika otoka Mljeta od 1857. do 2011.

Godina popisa	Broj stanovnika	Promjena
1857.	1 330	–
1869.	1 381	51
1880.	1 509	128
1890.	1 623	114
1900.	1 617	–6
1910.	1 915	–2
1921.	1 934	19
1931.	2 050	116
1948.	2 086	36
1953.	2 054	–32
1961.	1 963	–91
1971.	1 638	–325
1981.	1 395	–243
1991.	1 237	–158
2001.	1 111	–126
2011.	1 088	–23

Izvor: Popis stanovništva 2011.

Promatrajući podatke iz tablica 26. i 27. uočava se kako se mijenjao broj stanovnika od 1857. do danas. Po naseljima od druge polovice 19. stoljeća bilježi se negativan trend, pa tako i u cijeloj općini. Gledano kroz povijest, Otok je bio najviše naseljen u razdoblju koji je obuhvatio popis stanovništva iz 1948. Zbog propadanja poljoprivrede i ribarstva stanovništvo se odseljava u Dubrovnik, Split, Zagreb, Rijeku i u inozemstvo. Kretanje broja stanovnika bilježilo je i pozitivne i negativne demografske promjene, ali je promjena od 1953. samo negativna iako je uočljivo smanjenje negativne razlike broja stanovnika. Uz stara naselja Babina Polja, Korita, Maranovića, Prožure, Blata, Rope i Goveđara, nastaju i nova naselja: Sapulnara, Okuklje, Prožurska Luka, Sobra, Kozarica, Polače, Soline, Babine Kuće, Njivice i Pomena. Kako bi se demografska struktura promijenila nabolje, općina bi trebala smanjiti broj iseljenika i osigurati mogućnost razvoja na svojem području.

Tablica 27. Kretanje broja stanovnika općine Mljet po naseljima, 1948.–2011.

Naselje	Broj stanovnika (Indeks promjene)							
	1948.	1953.	1961.	1971.	1981.	1991.	2001.	2011.
Babino Polje	907 (...)	857 (94,5)	791 (92,3)	660 (83,4)	562 (85,2)	398 (70,8)	336 (84,4)	270 (80,4)
Blato	174 (...)	165 (94,8)	141 (85,5)	163 (115,6)	91 (55,8)	77 (84,6)	46 (59,7)	39 (84,8)
Govedari	274 (...)	283 (103,3)	278 (98,2)	227 (81,7)	182 (80,2)	179 (98,4)	165 (92,2)	151 (91,5)
Korita	163 (...)	164 (100,6)	186 (113,4)	168 (90,3)	115 (68,5)	90 (78,3)	74 (82,2)	46 (62,2)
Kozarica	14 (...)	29 (207,1)	30 (103,4)	27 (90,0)	34 (125,9)	32 (94,1)	28 (87,5)	28 (100,0)
Maranovići	190 (...)	190 (100,0)	179 (94,2)	127 (70,9)	73 (57,5)	60 (82,2)	54 (90,0)	43 (79,6)
Okuklje	(...)	(...)	(...)	(...)	12 (...)	16 (133,3)	20 (125,0)	31 (155,0)
Polače	61 (...)	63 (103,3)	90 (142,9)	83 (92,2)	87 (104,8)	123 (141,4)	115 (93,5)	113 (140,5)
Pomena	8 (...)	8 (100,0)	13 (162,5)	25 (192,3)	46 (184,0)	50 (108,7)	37 (74,0)	52 (140,5)
Prožura	217 (...)	208 (95,9)	182 (87,5)	149 (81,9)	121 (81,2)	78 (64,5)	53 (67,9)	40 (75,5)
Prožurska Luka	(...)	(...)	(...)	(...)	6 (...)	15 (250,0)	14 (93,3)	40 (285,7)
Ropa	62 (...)	60 (96,8)	40 (66,7)	29 (72,5)	25 (86,2)	19 (76,0)	32 (168,4)	37 (115,6)
Sapulnara	(...)	(...)	5 (...)	8 (160,0)	22 (275,0)	32 (145,5)	35 (109,4)	67 (191,4)
Sobra	16 (...)	27 (168,8)	28 (103,7)	28 (100,0)	19 (67,9)	68 (357,9)	102 (150,0)	131 (128,4)

Izvor: Hazdovac Bajić, 2013.

Općina Mljet, kao samostalna jedinica lokalne samouprave, osnovana je 1993. odvojivši se od nekadašnje općine Dubrovnik, te ju čine sveukupno 14 statističkih naselja i 19 prostornih naselja (Babino Polje, Blato, Govedari, Korita, Kozarica, Maranovići, Njivice, Okuklje, Polače, Pomena, Pristanište, Prožura, Prožurska Luka, Ropa, Sapulnara, Soline, Sobra, Tatinica i Velika Loza), koja su raštrkana po otoku. Administrativno sjedište nalazi u najvećem naselju otoka Mljeta – Babinom Polju.

8.5. Gospodarstvo

Kao i većina stanovnika mediteranskog područja, stanovnici Mljeta u prošlosti su živjeli od ribarstva, smolarenja, iskorištavanja pijeska u građevinske svrhe

i proizvodnje manjih količina drva za ogrjev. Najveće promjene u gospodarstvu otoka događaju se po završetku Drugog svjetskog rata kada počinje razvoj turizma. Zadruga su također imale značajnu ulogu u razvijanju gospodarstva, a jedna od bitnijih je „Kombinat Mljet“, koji je bio registriran za obavljanje trgovinske i ugostiteljske djelatnosti, proizvodnju vina i ulja, ribolov, pomorski prijevoz putnika i robe i dr. U vrijeme djelovanja te zadruga aktiviralo se dotad stagnantno gospodarstvo. Izradba urbanističkog plana otoka, poboljšanje brodskih linija s kopnom, rekonstrukcija i asfaltiranje cesta, otvorenje hotela još su neki čimbenici koji su pridonijeli poboljšanju gospodarske slike otoka, pa je u to vrijeme bilo od 140 do 160 stalno zaposlenih osoba. Domovinski je rat, kao i u ostatku Hrvatske, uništio gospodarstvo te je nakon njega uslijedilo razdoblje oporavka otočnog gospodarstva. Danas su glavni sustavi otočana ugostiteljstvo i turizam, maslinarstvo, vinogradarstvo, ribolov i proizvodnja autohtonih proizvoda.

8.5.1. Primarne djelatnosti (poljoprivreda, stočarstvo, ribarstvo i šumarstvo)

Iako se većina stanovništva bavi djelatnostima u primarnom sektoru, one nisu pretjerano razvijene. Većina se bavi poljoprivredom i ribarstvom u osobne, a ne u komercijalne svrhe. Jedan od glavnih razloga slabog poljodjelstva jest postotak površine otoka prekrivenoga šumama, koji u središnjem dijelu otoka prelazi i 90 %. Poljoprivredni centar Babino Polje inicijalno je razvojno žarište s manjim poljem. Naselje Maranovići također je smješteno kraj polja pogodnoga za poljodjelstvo i stočarstvo. Od poljoprivrednih djelatnosti najviše do izražaja dolaze maslinarstvo i vinarstvo. Velik broj sunčanih sati godišnje pogoduje brojnosti vinograda na otoku Mljetu, ali ono zbog usitnjenih prostora i mnoštva sorti vinove loze nije toliko razvijeno koliko npr. na Pelješcu. Općina Mljet proteklih godina dijeli sadnice maslina u nadi da će oživjeti stagnaciju poljoprivrede. U prošlih nekoliko godina otok sve više pozornosti posvećuje maslinarstvu, pa je na Mljetu nekoliko mlinica. Jedna je mlinica općinska, a četiri su u privatnom vlasništvu, od čega su dvije starinske. Malen broj zapuštenih mlinica nastoji se urediti i otvoriti za posjetitelje. Još jedan razlog slabo razvijene poljoprivrede je što je općina Mljet jedan od rijetkih u Republici Hrvatskoj koja je u potpunosti ovisna o vlastitim izvorima vode.

Vodoopskrbni sustav Neretva–Pelješac–Korčula–Lastovo–Mljet još nije u potpunosti zaživio i ne obuhvaća Mljet. Budući da na otoku nema nijednoga iskoristivog izvora slatke vode, proizvodnja vode uglavnom obuhvaća postupak desalinizacije bočate vode iz blatina i bušotina. Šumarstvo je u prošlosti bilo

razvijeno, kada je drvo bilo građevni materijal i služilo za ogrjev. Danas se pozornost više posvećuje očuvanju i zaštiti šuma od požara, kojima su jako podložne. Prostori otoka također nisu pretjerano pogodni za razvoj lovstva zbog stupnja zaštite određenih prostora klasificiranih kao nacionalni park, ali postoji lovno područje u okolici Babina Polja. Osobine okolnog mora, poput kakvoće i čistoće, pogoduju razvoju ribarstva, međutim znatnije količine ribe mogu se ulovljavati samo na otvorenom moru. Neka područja također daju temelje za razvoj marikulture, kao npr. naselje Sobra gdje se uzgajalište ribe nalazi. Analizom prirodnih obilježja, postojećih ograničenja i drugih saznanja važnih za razvoj marikulture lokacije ispred Prožurske luke, Okuklja i obalni pojas od Pustog rta do rta Križice također imaju potencijal za uzgoj ribe.

8.5.2. Sekundarne djelatnosti (industrija, proizvodnja)

Sekundarni sektor nije jako zastupljen u ovoj općini, niti se očekuje razvoj industrije. Stanovnici se sve više okreću razvoju servisa i trgovine. Stopa proizvodnje također se povećava s naglaskom na čuvanje okoliša. Tako, na primjer, raste proizvodnja autohtonih proizvoda kao i prirodne kozmetike napravljene od ljekovitog bilja kojima otok obiluje. Planira se komunalno opremiti gospodarsku zonu „Žukovac“ u Babinu Polju i izgraditi luke koje bi pridonijele boljoj povezanosti s kopnom i unaprjeđenjem trgovine. Što se tiče rudarstva, eksploatacija mineralnih sirovina nastavlja se u kamenolomu „Žukovac“, a u naselju Saplunara također se nalazi jedan otvoreni kop.

8.5.3. Tercijarne djelatnosti

Današnje stanovništvo uglavnom živi od turizma, dok ih je dio zaposlen u javnim službama, kao što je Nacionalni park, Vatrogasna postrojba, Općina, komunalna djelatnost itd. Glavni smještajni turistički kapaciteti su hotel *Odisej* u Pomeni, izgrađen 1980-ih, benediktinski samostan sv. Marije preuređen u hotel, te privatni turistički smještaj. Početci turizma na otoku povezuju se za razdoblje prije Drugoga svjetskog rata i uz hotel *Jezero* u mjestu Njivice. U vrijeme SFRJ Mljet je bio jako popularna destinacija unatoč samo jednoj redovitoj brodskoj liniji. Uz hotel otvaraju se i autokampovi i kreće se u privatne smještajne kapacitete. Zbog sve veće potražnje za otokom, Mljetski kombinat 1978. gradi hotel *Odisej*, koji je jedini hotel na otoku.

Smještaj na otoku moguć je u *Odiseju****, tri autokampa i većem broju privatnog smještaja. Kapacitet od samo 1 526 smještajnih jedinica za ovaj otok

ostaje nedostatan pa je neadekvatan. Prema podacima Turističke zajednice općine Mljet, u 2018. ostvareno je 156 584 noćenja, a ukupan broj dolazaka bio je 33 860. Najveći broj noćenja ostvarili su strani turisti (86,7 %). Turisti na Mljetu borave u prosijeku pet dana (tablica 28.).

Tablica 28. Broj noćenja i dolazaka domaćih i stranih turista u 2018.

Vrsta turista	Dolasci	Noćenja	Broj turista	Prosječno trajanje boravka (u danima)
Domaći	4 165	20 856	4 165	5,01
Strani	29 695	135 728	29 697	4,57
Ukupno:	33 860	156 584	33 862	4,62

Izvor: Turistička zajednica općine Mljet, 2019.

Strategija razvoja turizma Dubrovačko–neretvanske županije 2012.–2022. godine definira Mljet unutar destinacije Dubrovnik rivijera kao „otok park“, apostrofirajući mogućnost razvoja turizma temeljenoj na eksploataciji sunca i mora, potencijalu za razvoj nautičkog i ruralnog turizma, te nekim specifičnim interesima turista. Kao najvažniji proizvod utvrđena je nautika, a za njezin uspjeh potrebno je sagraditi novu marinu. PPU Dubrovačko–neretvanske županije predviđa tri luke posebne namjene s ukupno 250 vezova, dok se one ne nalaze u PPU Općine Mljet, a ovim planom planirana su dva područja turističko–ugostiteljske namjene u naselju Saplunara ukupne površine od 13,7 ha.

Potencijali za poboljšanje turističke ponude temelje se na: izgradnji novih smještajnih kapaciteta, poboljšanju gastronomske ponude, razvoju ruralnog turizma, unaprjeđenju sustava upravljanja posjetiteljima, ponudi ruketvorina i autohtonih proizvoda te stvaranju mreže informacijskih centara na području cijele destinacije.

Ključni atributi za privlačenje turista na otok su:

- raznolikost prirodnih fenomena, s iznimnom važnošću NP Mljet,
- očuvanost prirode,
- čistoća mora, plaža i obale,
- mistična povijest (legende o Odiseju i o brodolomu sv. Pavla),
- brojni ostatci vjerskog nasljeđa i građevina, kapelica, ostatci grobova i oltarnih slika, te više podmorskih i otočnih antičkih i prapovijesnih lokaliteta.

Područje općine razvrstano je u turistički razred D, naselje Pomena je u turističkom razredu A, Babino Polje u B, a u turistički razred C razvrstana su naselja Govedari, Polače, Ropa, Saplunara i Sobra, što pruža velike mogućnosti sufinanciranja turističkog razvoja iz EU fondova u turistički slabije razvijenim područjima.

Strategijom razvoja općine Mljet do 2020. za unaprjeđenje razvoja turizma definirane su na otoku Mljetu sljedeće ključne investicije:

- Resort Mljet – izgradnja eko turističkog naselja srednje do visoke kategorije s mogućnošću pružanja obrazovnih programa i ekološki orijentiranih aktivnosti (kapacitet 400 – 430 postelja, procijenjena vrijednost investicije 35,00 – 40,00 mln. eura),
- Marina Mljet – nautička „vrata“ NP Mljet i neizostavna tranzitna nautička luka na jedrenjima uzduž jadranske obale i južnim Jadranom (kapacitet 150 vezova, procijenjena vrijednost 9 – 11 mln. eura)
- projekti konkurentnosti su podijeljeni na više sektora (upravljanje, infrastruktura, poboljšanje javnih usluga i edukacija).

Utvrđeni klasterski projekti konkurentnosti Mljeta :

- NP Mljet – kreativna interpretacija zaštićenog područja i predstavljanje Mljeta na globalnoj mapi,
- unaprjeđenje i izgradnja novih biciklističkih staza i pješačkih staza s pratećom infrastrukturom,
- opremanje i tematizacija plaža,
- izgradnja interpretacijskog centra „Mljet– Odisejev otok“,
- specijalizacija gastronomske ponude,
- razvoj komplementarne ponude,
- revitalizacija postojećih ruralnih objekata u kuće za odmor,
- ruralni *bed&breakfast*,
- ruralni obiteljski hotel (Strategija razvoja Općine Mljet do 2020., 2017.).

Literatura

1. Hazdovac Bajić, N. 2013. Suvremeni demografski i socio-ekonomski problemi otoka Mljeta. *Naše more* 60(5-6). 102-109.
2. *Izvjешće o stanju u prostoru općine Mljet*. 2014. Općina Mljet, Arhitektonski fakultet, Zagreb.
3. Mljet online.com. Preuzeto 10. svibnja 2019. iz http://www.mljet-online.com/hr/mljet/jezero_hr.htm

4. *NP Mljet – plan upravljanja 2017.–2026.* JU NP Mljet i Udruga za prirodu. Preuzeto 10. svibnja 2019. iz http://www.edubrovnik.org/strategije/01_SRTDNZ_za_WEB.pdf
5. *Popis stanovništva 2011.* Državni zavod za statistiku, Zagreb.
6. *Strategija razvoja Općine Mljet do 2020.* 2017. Preuzeto 25. lipnja 2019. iz <http://www.opcinamljet.com.hr/documents/strategija-razvoja-opcine-mljet-do-2020-godine>
7. *Strategija razvoja turizma Dubrovačko-neretvanske županije 2012. - 2022. godine.* Preuzeto 10. lipnja 2019. iz http://www.edubrovnik.org/strategije/01_SRTDNZ_za_WEB.pdf



II. dio

**Ruralna poučna, kulturno-etnografska
turistička atrakcija**

**Stvaranje integrirane turističke
destinacije**

1. Istraživanje stavova lokalnog stanovništva Dubrovačkog primorja, otoka Mljeta i otoka Korčule

1.1. Problem(i) istraživanja

Glavni problem istraživanja je što se do trenutka pisanja ovog izvješća nije provelo istraživanje mišljenja i stavova lokalnog stanovništva o prirodnoj i društvenoj resursnoj osnovi njihova životnog prostora i njezinu potencijalu i ulozi u gospodarskom rastu i razvoju, koje je sastavnica i turistički razvoj. Lokalni stanovnici dio su turističke ponude i promotori svojega kraja, pa su kao takvi ključ uspjeha turističkog razvoja, posebno u segmentu prezentacije prirodne i kulturne baštine. Drugi problem istraživanja povezan je s nepostojanjem dokaza o stupnju (ne)upoznatosti lokalnog stanovništva s potencijalom svoje destinacije, ili bi se mogao turistički valorizirati, te sa stupnjem zastupljenosti prirodne i društvene resursne osnove u turističkoj ponudi.

1.2. Ciljevi istraživanja

Glavni cilj ovom istraživanju je dati odgovore na sljedeća pitanja:

1. Je li stanovništvo, i koliko, upoznato s potencijalom destinacije za turističku valorizaciju?
2. Kakvo je mišljenje lokalne zajednice o zastupljenosti prirodne i kulturne baštine u turističkoj ponudi?
3. Kakvi su stavovi lokalnog stanovništva o socio-kulturnim, ekonomskim i okolišnim pozitivnim i negativnim učincima turizma?
4. Koje posebne oblike i koliko podržavaju lokalni stanovnici (kulturni turizam, cikloturizam, ribolovni turizam, ronilački turizam, zdravstveni turizam i sl.)?
5. Koliko je lokalno stanovništvo izravno ili neizravno uključeno u turistički razvoj područja (turističku ponudu, turističko odlučivanje i planiranje i sl.)?

6. Je li, koliko, lokalno stanovništvo spremno prezentirati prirodnu i kulturnu baštinu svoga kraja?
7. Što sprječava stanovništvo u realizaciji namjere prezentiranja kulturne i prirodne baštine?

1.3. Metodologija istraživanja

Istraživanje je rađeno metodom ispitivanja anketnim upitnikom uz pomoć anketara. Prvi dio anketnog upitnika sastojao se od pitanja povezanih uz upoznatost s potencijalom destinacije i njezine zastupljenost u turističkoj ponudi te uz definiranje podrške posebnim oblicima turizma. Drugi dio anketnog upitnika odnosio se na stavove lokalnog stanovništva o ekonomskim, socio-kulturnim i okolišnim učincima turizma, dok je treći dio povezan s uključenosti lokalne zajednice u turistički razvoj i spremnošću za prezentiranjem prirodne i kulturne baštine. Zadnji, četvrti odnosio se na socio-demografska obilježja stanovništva (Prilog 1.).

Oblikovanje baze za istraživanje i strukturiranje anketnog upitnika trajalo je od 1. ožujka do 31. svibnja 2017., kada su anketari dobili detaljne upute pa su, uz stalan nadzor i provjeru, u razdoblju od 1. lipnja do 31. prosinca 2017. ispitivali lokalno stanovništvo.

Upotrebljen je stratificirani uzorak definiran temeljem dobi i mjesta boravka. Prije primarnog istraživanja, poradi svrhe testiranja ispravnosti anketnog upitnika, napravljeno je pilot-istraživanje na uzorku od 32 ispitanika. Rezultati nisu pokazali na postojanje neispravnosti, te je započelo primarno istraživanje. Ukupno je prikupljeno 148–250 ispravno popunjenih anketnih upitnika, ovisno o klasteru, koji su potom u siječnju 2018. uneseni u statistički program SPSS-a. Tijekom veljače i ožujka 2018. uneseni podatci su se kontrolirali, analizirali i interpretirali da bi se početkom travnja pristupilo izradi ovog Izvješća. Podatci su analizirani uporabom jednostavne deskriptivne analize.

1.4. Rezultati istraživanja

1.4.1. Socio–demografska obilježja ispitanika

Od ukupno ispitanih 250 stanovnika Dubrovačkog primorja 43,6 % su žene, a 56,4 % muškarci. Dobna struktura pokazuje da je 53,6 % ispitanika u dobi od 18 do 50 godina, dok je ostalih 46,4 % u dobi od 50 godina i više. Najveći broj ispitanika ima završenu srednju školu (41,2 %), potom visokoškolsko obrazovanje (22,8 %), slabije obrazovanih je 19,2 %, a onih sa završenom strukovnom školom 16,4 %. Najviše ispitanika stalno je zaposleno kod poslodavca, njih 45,6 %, a visok je udio i umirovljenika (13,2 %). S obzirom na ukupni mjesečni prihod kojeg čine svi oporezivi dohodci, kao i ostali primitci neovisno o tome podliježu li oporezivanju, najviše ispitanika (46,8 %) ima ukupni mjesečni prihod kućanstva između 4 001 i 8 000 kuna, dok je gotovo podjednak broj onih s prihodom od 2 001 do 4 000 kuna i onih s prihodom od 8 001 i 10 000 kuna. Od ukupnog broja ispitanika njih više od 65 % u Dubrovačkom primorju živi od rođenja.

Uzorak na **otoku Mljetu** obuhvaćao je 148 stanovnika, od čega su 50,7 % bile žene, a 49,3 % muškarci. Dobna struktura pokazuje da je 53,4 % ispitanika u dobi od 18 do 50 godina, dok je ostalih 46,6 % dobi od 50 godina i više. Najveći broj ima završenu srednju školu (33,1 %), potom obrtničku trogodišnju školu (14,2 %), slabije obrazovanih je 23 %, sa završenom višom školom ih je 10,8 %, dok je visokoobrazovanih 14,3 %. Najveći broj ispitanika je stalno zaposleno kod poslodavca, njih 24,3 %, a visok je udio i umirovljenika (20,9 %). Najviše ispitanih otoka Mljeta (23 %) ima ukupan mjesečni prihod kućanstva do 2 000 kuna, što se može povezati s velikim udjelom umirovljenika u uzorku, dok je gotovo podjednak broj i onih s prihodom od 4 001 do 6 000 kuna (22,3 %). Od ukupnog broja njih više od 81 % na otoku Mljetu živi od rođenja.

Na **otoku Korčuli** uzorkovano je 97 žena i 98 muškaraca, od kojeg broja je 68,7 % u dobi od 18 do 50 godina, dok je ostalih 46,4 % u dobi od 50 godina i više. Gotovo polovina, točnije 46,7 % živi na otoku od rođenja. U obrazovnoj strukturi najviši je udjel (24,6 %) lokalnih stanovnika sa završenim četverogodišnjim srednjoškolskim obrazovanjem, kao i onih sa završenim fakultetom (23,1 %). Najveći udiomedu ispitanicima, 23,6 %, čine oni koji na razini svojih kućanstava ostvaruju mjesečni prihod između 6 001 i 8 000 kuna.

Tablica 29. Profil ispitanika

u %

Socio-demografska obilježja	Dubrovačko Primorje	Mljet	Korčula
Dob			
18 – 34	23,2	31,1	33,8
35 – 49	30,4	22,3	34,9
50 – 64	22,4	25,7	18,5
65 –	24,0	20,9	12,8
Spol			
ženski	43,6	50,7	49,7
muški	56,4	49,3	50,3
Obrazovanje			
nezavršena osnovna škola	6,4	12,2	2,1
osnovnoškolski program	12,8	10,8	6,2
strukovna škola (tri godine)	16,4	14,2	15,9
srednjoškolski program	41,2	33,1	24,6
viša škola	10,0	6,8	11,3
visokoškolski strukovni studij	2,4	2,0	3,1
visoka škola	3,6	2,0	5,1
fakultet	5,6	9,5	23,1
magisterij	1,2	3,4	3,6
doktorat	0	0,7	0
specijalizacija	0	0,7	0,5
ne želim odgovoriti	0,4	4,7	4,6
Zanimanje			
Stalno zaposlen/a (kod poslodavca)	45,6	24,3	30,8
Vlasnik/ća poduzeća – poslodavac	0,8	3,4	5,6
Obrtnik/ca	5,6	8,1	9,2
Samostalni poduzetnik/ca	5,6	4,1	5,1
Samozaposleni stručnjak (odvjetnik, liječnik, arhitekt)	2,8	1,4	1,5
Slobodna profesija (umjetnik, samostalni novinar/glumac)	0	1,4	1,5
Honorarni rad, autorski ugovor	2,4	3,4	7,2
Nezaposlen/a	6,4	4,7	4,6
Umirovljenik	13,2	20,9	6,7
Student	5,6	8,8	9,7
Strukovna/trogodišnja škola, praksa	0,4	1,4	0,5
Poljoprivrednik, radi-pomaže u poljoprivredi kućanica	0	2,0	0
Ispomoć u kućanstvu (radionica, kafić)	7,6	0,7	3,1
Radno nesposoban – invalid,...	0	1,4	1,0
Drugo	1,6	3,4	0,5
Ne želim odgovoriti	0,6	10,8	9,7
	2,4	0,0	3,1
Ukupni mjesečni prihod kućanstva			
bez prihoda	3,6	8,8	8,2
0 do 2 000 kuna	9,2	23,0	8,7
2 001 do 4 000 kuna	14,0	14,2	14,4
4 001 do 6 000 kuna	28,0	22,3	19,5
6 001 do 8 000 kuna	18,8	7,4	23,6
8 001 do 10 000 kuna	14,8	4,7	12,3
10 001 do 12 000 kuna	6,0	7,4	4,6
iznad 12 000 kuna	5,6	12,2	8,7
Ovdje (na trenutnoj lokaciji) živim od:			
od rođenja	65,2	81,1	46,7
Tijekom deset godina	12,0	7,4	26,7
Tijekom dvadeset godina	10,8	4,1	13,8
Tijekom trideset godina	3,2	2,7	7,7
Tijekom više od 30 godina	8,8	4,7	5,1

Izvor: Obrada autora

Prema obrazovnoj strukturi u sva tri klastera obuhvaćena populacija trebala bi imati dostatnu razinu znanja za rasuđivanje o svim pozitivnim i negativnim učincima u razvoju turizma u destinaciji uz formiranje osobnih stavova prema turizmu.

S obzirom na to da u sva tri klastera ispitana populacija živi od rođenja, ona bi trebala biti reprezentativna u poznavanju resursa i tradicije, te zainteresirana za očuvanje i unaprjeđenje kvalitete života u svojoj životnoj sredini.

1.4.2. Upoznatost s prirodnim i društvenim resursima te njihova zastupljenost u turističkoj ponudi

U trima tablicama koje slijede prikazani su rezultati istraživanja o upoznatosti ispitanika s potencijalom destinacije i njihovi stavovi o zastupljenosti istih u turističkoj ponudi po klasterima. Na pitanje da nabroje prvih pet resursa unutar svake skupine prirodnih i društvenih resursa s kojima su upoznati, ispitanici su se izjasnili kako je prikazano u tablici (navedeni resursi su redom oni najčešće spominjani unutar prvih pet nabrojenih).

U tablici 30. prikazani su rezultati istraživanja u klasteru **Dubrovačko primorje**. Od svih naznačenih prirodnih resursa ispitanici smatraju da samo tri nisu dostatno zastupljena u turističkoj ponudi, i to sva tri unutar geoloških značajki prostora (brdo Tmor, brdo Neprobić i Bijelo brdo). Sve ostale prirodne resurse ispitanici drže dostatno zastupljenima u ponudi. Od najčešće nabrojenih društvenih resursa ispitanici za njih 11 smatraju da nisu posve zastupljeni u turističkoj ponudi. Prema stavovima ispitanika najlošije su zastupljene kulturne i vjerske ustanove (četiri od pet resursa s kojima su ispitanici najviše upoznati) te sportsko–rekreacijske građevine i tereni (tri od pet resursa s kojima su ispitanici najviše upoznati).

Na pitanje koji bi proizvodi i usluge trebali dominirati u ponudi turistima svi su prvenstveno (prije navođenja proizvoda i usluga) naglasili da bi to trebali biti izvorni i tradicionalni proizvodi i usluge Dubrovačkog primorja. Odgovori koji su dominirali tijesno su povezani s: tradicionalnom ponudom hrane i pića (sir iz ulja, suhe smokve, med, maslinovo ulje, rakija i razne prerađevine s rakijom, vino, školjke, začinsko bilje, meso ispod peke, rogač, *makaruli*, itd.), aktivnim odmorom i rekreacijom (boćanje, biciklističke ture, ronjenje, jedriličarstvo, ribanje, starinske igre u Dubrovačkom primorju – kamena s ramena, na prstena, utrke na magarcima, briškula i treseta; kajakarstvo, branje začinskog i ljekovitog bilja, pješачke ture itd.), te ulogom i značenjem OPG–ova u promociji običaja i tradicije (narodne nošnje, nakit, način života, božićni i uskršnji običaji, svatovi itd.).

U tablici 31. prikazani su rezultati istraživanja u klasteru **otok Mljet**. Ispitanici su mišljenja da su svi naznačeni i prirodni i društveni resursi, koji su najčešće spominjani u pojedinoj kategoriji, već dostatno zastupljeni u turističkoj ponudi. Takvi se rezultati mogu protumačiti subjektivnom percepcijom ispitanika, visokim udjelom umirovljenika i malim brojem udjelom visokoobrazovanih u uzorku.

Na pitanje koji bi resursi trebali prevladavati u ponudi svi su ispitanici prvenstveno naglasili da bi to trebali biti prirodni resursi i ljepote otoka Mljeta, posebno Nacionalni park. Uz to se ističe važnost kulturno–povijesne baštine u obogaćivanju ponude otoka Mljeta, te bogatstvo i kvaliteta lokalne gastronomije.

U tablici 32. navedeni su rezultati istraživanja u klasteru **otok Korčula**. Ispitanici drže da neki od najčešće isticanih prirodnih resursa nisu dostatno zastupljeni u turističkoj ponudi. U skupini geološki vrijednih prostora riječ je o: Dubovu, Čarskom polju i Blatskom polju. Premda danas na području Dubova nema hrasta medunca, ispitanici drže da bi ova ponikva u kojoj su prema predaji Slaveni dolaskom na Korčulu zatekli šume hrasta medunca, trebala biti znatno više zastupljena kao interesantan resurs ove destinacije. Zanimljivo je istaknuti da u fauni otoka Korčule posebno mjesto zauzimaju četveroprugi kravosasi, koji pripadaju skupini najvećih europskih neotrovnih zmija, i blavori. Međutim, ispitanici ih nisu nabrojali među pet najbitnijih životinjskih vrsta. Prema njihovu mišljenju od životinjskog svijeta vrste koje se ističu svojom brojnošću, ali istovremeno nisu dostatno zastupljene u turističkoj ponudi, su: veprovi, mungosi i zečevi.

Svi društveni resursi koje su ispitanici istaknuli kao relevantne, ujedno su prema njihovu mišljenju zastupljeni i marketinški eksploatirani u turističke svrhe. Iznimka je jedino Crkva sv. Josipa u Veloj Luci, koja datira iz XIX. stoljeća. Posebnu vrijednost crkvi daju orgulje kao rijedak primjerak od svega nekoliko sačuvanih u cijeloj Dalmaciji, a koje su izradila braća Bazzani iz Venecije, nastavljajući tradiciju izradbe orgulja slavne radionice graditelja Nakić i Callida iz Vicenze.

Tablica 30. Upoznatost ispitanika Dubrovačkog primorja s potencijalom destinacije i njihovi stavovi o njihovoj zastupljenosti u turističkoj ponudi

PIRIRODNI RESURSI	DRUŠTVENI RESURSI
<p>GEOLOŠKE ZNAČAJKE PROSTORA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Brdo Tmor – nezastupljeno 2. Brdo Neprobić – nezastupljeno 3. Visoravan Rudine – zastupljen 4. Vidikovac Gajina – zastupljen 5. Bijelo brdo – nezastupljeno 	<p>KULTURNO-POVIJESNA BAŠTINA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Stećci – zastupljeni 2. Knežev dvor – zastupljen 3. Vjetreni mlin – zastupljen 4. Ljetnikovac Ohmućević – nezastupljen 5. Kula u Čepikućama – zastupljena
<p>VODA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Uvala Budima – zastupljena 2. Majkowska lokva – zastupljena 3. Izvor vode Dobrštak – zastupljen 4. Uvala Bistrina – zastupljena 5. Lokva u Liscu – zastupljena 	<p>KULTURA RADA I ŽIVOTA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ribolov i školjkarstvo – zastupljeni 2. Kamenoklesarstvo i obrada kamena – zastupljeni 3. Maslinarstvo – zastupljeno 4. Pčelarstvo – zastupljeno 5. Poljoprivreda – nezastupljena
<p>BILJNI SVIJET</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Smilje – zastupljeno 2. Maslina – zastupljena 3. Lovor – zastupljen 4. Pelin – zastupljen 5. Smokva – zastupljena 	<p>ZNAMENITE OSOBE I POVIJESNI DOGAĐAJI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Braća Mihanović – zastupljena 2. Domovinski rat – zastupljen 3. Ana Konjuh – zastupljena 4. Nikola Božidarević – nezastupljen 5. Mato Jerinić – zastupljen
<p>ŽIVOTINJSKI SVIJET</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Koza – zastupljena 2. Ovca – zastupljena 3. Krava – zastupljena 4. Vepar – zastupljen 5. Kokoš – zastupljena 	<p>MANIFESTACIJE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Siđ – zastupljen 2. Smotra folklor – zastupljena 3. Noć Dubrovačkog primorja – zastupljena 4. Susret klapa – zastupljen 5. Jadranske igre – zastupljene
	<p>KULTURNE I VJERSKE USTANOVE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crkva Rotonda – zastupljena 2. Kapelica sv. Orsula – nezastupljena 3. Kapelica sv. Nuncijata – nezastupljena 4. Crkva sv. Vlaha – nezastupljena 5. Domovi kulture – nezastupljeni
	<p>TURISTIČKE STAZE, PUTOWI I CESTE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Napoleonov put – zastupljen 2. Magistrala D8 – zastupljena 3. Put na brdo Neprobić – nezastupljen 4. Austrijski put – zastupljen 5. Put od/do Bistrine – zastupljen
	<p>SPORTSKO-REKREACIJSKE GRAĐEVINE I TERENI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Seoska boćališta – nezastupljena 2. Dvorana u Slanome – zastupljena 3. Seoska igrališta – nezastupljena 4. Domovi kulture – nezastupljeni 5. Pješačke staze – zastupljene

Izvor: Obrada autora.

Tablica 31. Upoznatost ispitanika otoka Mljeta s potencijalom destinacije i njihovi stavovi o njihovoj zastupljenosti u turističkoj ponudi

PRIRODNI RESURSI	DRUŠTVENI RESURSI
GEOLOŠKE ZNAČAJKE PROSTORA 1. Blace – zastupljene 2. Saplnara – zastupljena 3. Stumiholjska – zastupljeno 4. Odisejeva špilja – zastupljena 5. Montokuc – zastupljen	KULTURNO–POVIJESNA BAŠTINA 1. Knežev dvor – zastupljen 2. Stara skula – galerija – zastupljena 3. Mlinica Korita – zastupljena 4. Rimska palača – zastupljena
VODA 1. More – zastupljeno 2. Blatina – zastupljena 3. Jezera – zastupljena 4. Slatina – zastupljena	KULTURA RADA I ŽIVOTA 1. Suhe smokve, mljetski makaruli i ostala gastro-nomska ponuda – zastupljeni 2. Folklor – zastupljen 3. Ugostiteljstvo – zastupljeno 4. Klape – zastupljene
BILJNI SVIJET 1. Bor – zastupljen 2. Maslina – zastupljena 3. Vinogradi – zastupljeni 4. Rogač – zastupljen 5. Smokva – zastupljena	ZNAMENITE OSOBE I POVIJESNI DOGAĐAJI 1. Odisej – zastupljen 2. Benediktinski red – zastupljen 3. Obitelj Kostelić – zastupljena 4. Sv. Pavao – zastupljen
ŽIVOTINJSKI SVIJET 1. Koza – zastupljena 2. Ribe i vodozemci – zastupljeni 3. Magarac – zastupljen 4. Vepar – zastupljen 5. Mungos – zastupljen	MANIFESTACIJE 1. Koncerti – zastupljeni 2. Procesija sv. Roka i ostale procesije – zastupljena 3. Nogometni i ostali turniri – zastupljeni 4. Izložbe – zastupljene 5. Dan općine – zastupljen
PRIRODNA BAŠTINA 1. Nacionalni park Mljet – zastupljen	KULTURNE I VJERSKE USTANOVE 1. Benediktinski samostan – zastupljen 2. Crkva sv. Marije – zastupljena 3. Spomenik i crkva sv. Pavla – zastupljen 4. Sotnica – zastupljena 5. Crkva sv. Roka – zastupljena
	TURISTIČKE STAZE, PUTOVI I CESTE 1. Austrougarski put – zastupljen 2. Šetnica Okuklje – zastupljena 3. Šumski putovi – zastupljeni 4. Zeleni putovi – zastupljeni 5. Ostali putovi – zastupljeni
	SPORTSKO–REKREACIJSKE GRAĐEVINE I TERENI 1. Planinske staze – zastupljene 2. Školsko igralište – zastupljeno 3. Bočališta – zastupljena 4. Igralište u Saplnari – zastupljeno 5. Biciklističke i pješačke staze u NP – zastupljene

Izvor: Obrada autora.

Tablica 32. Upoznatost ispitanika otoka Korčule s potencijalom destinacije i njihovi stavovi o njihovoj zastupljenosti u turističkoj ponudi

PIRODNI RESURSI	DRUŠTVENI RESURSI
<p>GEOLOŠKE ZNAČAJKE PROSTORA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dubovo – nezastupljeno 2. Hum – zastupljen 3. Vela spila – zastupljena 4. Čarsko polje – nezastupljeno 5. Blatsko polje – nezastupljeno 	<p>KULTURNO–POVIJESNA BAŠTINA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kuća Marka Pola – zastupljena 2. Muzej Marka Pola – zastupljen 3. Gradski muzej Korčula – zastupljen 4. Stara gradska jezgra grada Korčule – zastupljena 5. Etno zbirka Barilo – zastupljena
<p>VODA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pupnatska luka – zastupljena 2. Proizd (plaže i uvale) – zastupljen 3. Uvala Prižba – zastupljena 4. Uvala Karbuni – zastupljena 5. Uvala Zavalatica – zastupljena 	<p>KULTURA RADA I ŽIVOTA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Maslinarstvo – zastupljeno 2. Vinogradarstvo – zastupljeno 3. Folklor – zastupljen 4. Brodogradnja – zastupljena 5. Ribolov – zastupljen
<p>BILJNI SVIJET</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Maslina – zastupljena 2. Smilje – zastupljeno 3. Smokva – zastupljena 4. Lovor – zastupljen 5. Motar – zastupljen 	<p>ZNAMENITE OSOBE I POVIJESNI DOGAĐAJI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Marko Polo – zastupljen 2. bl. Marija Petković – zastupljena 3. Meri Cetinić – zastupljena 4. Oliver Dragojević – zastupljen 5. Domenica – zastupljena
<p>ŽIVOTINJSKI SVIJET</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Vepar – nezastupljen 2. Mungos – nezastupljen 3. Magarac – zastupljen 4. Zec – nezastupljen 5. Srdela – zastupljena 	<p>MANIFESTACIJE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nastupi viteških igara – zastupljeni 2. Pola nove godine – zastupljeno 3. Festival Baroka – zastupljen 4. Dan grada Korčule i sv. Todor – zastupljen 5. Makarulijada – zastupljena
	<p>KULTURNE I VJERSKE USTANOVE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Katedrala sv. Marka – zastupljena 2. Svetište bl. Marije Petković – zastupljeno 3. Dominikanski samostan sv. Nikole – zastupljen 4. Crkva svih svetih sa zbirkom ikona – zastupljena 5. Crkva sv. Josipa – nezastupljena
	<p>TURISTIČKE STAZE, PUTOVI I CESTE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Stara otočna cesta – zastupljena 2. Parkovi prirode /Hober, Kočje – zastupljeni 3. Šetalište Novi put – zastupljeno 4. Šetalište Marmontov put – zastupljeno 5. Šetnice po Badiji – zastupljene
	<p>SPORTSKO–REKREACIJSKE GRAĐEVINE I TERENI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nogometno igralište BŠK Zmaj – zastupljeno 2. Korčulanski plivački klub – zastupljen 3. Nogometno igralište Hajduk Vela Luka – zastupljeno 4. Zatvoreni bazen Korčula – zastupljen 5. Pješačke i biciklističke staze – zastupljene

Izvor: Obrada autora.

1.4.3. Stavovi ispitanika o učincima turizma

Promatrajući turizam s razvojnog, kako ekonomskog, tako i društvenog i okolišnog aspekta, ispitanici su stavovi lokalnog stanovništva u svezi s pozitivnim i negativnim ekonomskim, socio-kulturnim i okolišnim učincima turizma. Generalni zaključak o stavovima ispitanika „donosi li im turizam više štete ili koristi“ prikazan je u tablici 33.

Tablica 33. Generalni zaključak stavova ispitanika o učincima turizma

„Turizam donosi više štete nego koristi“			
	Dubrovačko primorje	Otok Mljet	Otok Korčula
Ne slažem se	60 %	81 %	38 %
Niti se slažem niti se ne slažem	23 %	10 %	19 %
Slažem se	17 %	9 %	43 %

Izvor: Obrada autora.

Ispitanici u klasterima Dubrovačko primorje i otok Mljet su generalnog stava da turizam donosi više koristi nego štete, za razliku od ispitanika u klasteru otok Korčula, koji misle da turizam ima pretežno negativan utjecaj. Zbog ovakve konstatacije bilo je posebno zanimljivo provesti detaljniju dubinsku analizu stavova, te se njihovom raščlambom došlo do zaključaka prikazanih u tablici 34.

Tablica 34. Stavovi ispitanika o učincima turizma

Dubrovačko primorje	Otok Mljet	Otok Korčula
Ispitanici smatraju da su pozitivni ekonomski učinci turizma veći od negativnih.	Ispitanici misle da su pozitivni ekonomski učinci turizma veći od negativnih.	Ispitanici smatraju da su pozitivni ekonomski učinci turizma veći od negativnih.
Ispitanici drže da su pozitivni socio-kulturni učinci turizma veći od negativnih.	Ispitanici vjeruju da su pozitivni socio-kulturni učinci turizma veći od negativnih.	Ispitanici tvrde da su pozitivni socio-kulturni učinci turizma veći od negativnih.
Ispitanici ističu da su pozitivni okolišni učinci turizma manji od negativnih.	Ispitanici drže da su pozitivni okolišni učinci turizma manji od negativnih.	Ispitanici ističu da su pozitivni okolišni učinci turizma manji od negativnih.

Izvor: Obrada autora

Detaljnija analiza stavova o raščlanjenim pozitivnim i negativnim učincima turizma rezultirala je zaključkom da su ispitanici u sva tri klastera uvjereni da pozitivni ekonomski i socio-kulturni učinci turizma premašuju negativne, dok su u okolišnim učincima akcentirali negativne učinke. Ispitanici u svim trima klasterima složili su se da razvoj turizma zaustavlja iseljavanje i da potiče očuvanje i unaprjeđenje kulturno-povijesne, umjetničke i etnosocijalne

baštine, uz istovremeno podizanje svijesti o potrebi zaštite prirodnih i društvenih resursa. Nadalje, smatraju da turizam potpomaže zapošljavanje i malo poduzetništvo, što osigurava rast dohotka i životnog standarda stanovništva. Od negativnih ekonomskih učinaka najviše se ističu porast cijena proizvoda, usluga i nekretnina, te troškova života. Prema stavovima ispitanika turizam utječe na porast javnih prihoda u lokalnom proračunu, čime se osigurava kvalitetnije pružanje usluga i infrastrukturna ulaganja u destinaciji. Najproblematici negativni učinci turizma za okolišni segment prema mišljenju većine ispitanika su gužve, povećane količine otpada, onečišćenje zraka i mora te nekontrolirano trošenje raspoloživih lokalnih resursa.

Premda su znanstveno dokazani i odnosnim istraživanjem prepoznati pozitivni, izravni i multiplikativni, ekonomski i socio-kulturni utjecaji turizma, može se zaključiti da je lokalno stanovništvo sve više ekološki osviješteno, te time zabrinuto za posljedice koje turizam ima na okoliš jer je jedino negativni okolišni učinak turizma prepoznat kao problematičan i veći od pozitivnoga.

1.4.4. Uključenost u turistički razvoj i prezentiranje prirodne i kulturne baštine

Ispitujući želje i mogućnosti, te ograničenja lokalnog stanovništva da se uključe i aktivno pridonesu turističkom razvoju, došlo se do sljedećih spoznaja:

- najviše ispitanika koji su već na neki način izravno ili neizravno uključeni u turistički razvoj je na otoku Korčuli, potom na Mljetu, dok je u Dubrovačkom primorju najmanji broj ispitanika koji ostvaruju prihod od turizma;
- od ispitanika koji su uključeni u turistički razvoj, u sva tri klastera najviše je onih koji su to realizirali kao privatni iznajmljivači;
- zainteresiranost za uključivanje u neki od oblika prezentacije kulturne i prirodne baštine je najviša na otoku Mljetu, zatim na Korčuli, dok je najniža u Dubrovačkom primorju.

Od ispitanika u Dubrovačkom primorju koji su iskazali interes za uključivanje u kulturnu i prirodnu baštinu, najveći je broj onih koji bi to postigli narodnim običajima i gastronomskom ponudom. Motivi koji bi ispitanike najviše potaknuli da sudjeluju u prezentaciji baštine su novčana naknada, ali i želja za volontiranjem, a ograničavajući element koji ih najviše sputava je problem administrativne prirode.

Na otoku Mljetu najveći bi broj ispitanika prezentirao kulturnu baštinu izradbom suvenira i plesanjem folklor, a najveća bi im motivacija bila novčana naknada. Administrativne prepreke su i na otoku Mljetu najveći ograničavajući element za uključivanje.

Gastronomija i folklor su, prema mišljenju otočana Korčule, najbolji način za prezentaciju prirodne i kulturne baštine. Najviše su motivirani novčanom naknadom, ali je gotovo podjednako jaka i želja za volontiranjem. Elementi koji ispitanike na Korčuli najviše ograničavaju u sudjelovanju u prezentaciji prirodne i kulturne baštine su dob, zdravstveni problemi i sl.

Tablica 35. Uključenost i prezentacija prirodne i kulturne baštine u %

	Dubrovačko primorje	Otok Mljet	Otok Korčula
Uključenost u turistički razvoj	30	47	78
Načini uključenosti:			
-Privatni iznajmljivač/ica	35	50	42
-Samostalni obrtnik/ica	9	14	2
-Ugostitelj/ica	14	11	17
-Konobar/ica	12	10	9
-Tur. administrator/ica	0	8	11
-Kuhar/ica	5	7	3
-Prijevoznici	0	0	3
Ostalo	25	0	13 (čl. u KUD-u)
Interes za uključivanjem u prezentaciju baštine	31	Preko 70	55
Načini uključivanja:			
-Narodni običaji	36	12	18
-Izradba suvenira	2	32	4
-Folklor	24	27	30
-Gastronomija	33	24	44
-Klapsko pjevanje	5	5	4
Motivi za uključivanje u prezentaciju baštine:			
-Novčana naknada	46	78	37
-Želja za volontiranjem	35	22	33
-Promocija destinacije	19	0	30
Ograničavajući elementi uključivanja u prezentaciju baštine:			
-Administrativne prepreke	37	38	24
-Znanje i iskustvo	32	21	8
-Neadekvatna informiranost	18	4	10
-Ostalo (dob, zdrav. problemi i sl.)	13	37	58

Izvor. Obrada autora

1.5. Zaključak

S obzirom na geografske sličnosti i resursnu osnovu klastera ispitanici su iskazali slične stavove o mogućnosti valorizacije prirodnih i društvenih čimbenike u turističke svrhe. U sva tri analizirana klastera suglasni su da bi izvorni i tradicionalni proizvodi i usluge trebali dominirati u turističkoj ponudi (hrana, piće, običaji, starinske igre, narodne nošnje, nakit, način života). Njihov je generalni stav da se turističkim razvojem zaustavlja iseljavanje, potiče očuvanje i unaprjeđenje kulturno-povijesne, umjetničke i etno-socijalne baštine uz istovremeno podizanje svijesti o potrebi zaštite prirodnih i društvenih resursa. U visokom udjelu iskazali su želju za intenzivnim uključivanjem u turistički razvoj, ponajprije prezentacijom običaja, folklorom i gastronomijom. Motivacija za njihovo uključivanje u prezentiranje prirodne i kulturne baštine bila bi novčana naknada, a ne volontiranje, dok su glavna ograničenja dob, zdravstveni problemi i administrativne prepreke.

Temeljem posebnosti i raspoloživosti prirodnih i društvenih resursa u analizi triju klastera, te stavova ispitanika, u tablici 36. dane su preporuke za razvoj posebnih oblika turizma.

Tablica 36. Preporuke za razvoj posebnih oblika turizma

Posebni oblik turizma	Dubrovačko primorje	Otok Mljet	Otok Korčula
Zdravstveni turizam	✓	✓	✓
Kulturni turizam	✓	✓	✓
Gastronomski turizam	✓	✓	✓
Enofilski turizam			✓
Sportski turizam	✓	✓	✓
Nautički turizam	✓	✓	✓
Vjerski turizam			✓
Manifestacijski turizam	✓	✓	✓
Robinzonski turizam	✓	✓	✓

Izvor: Obrada autora.

Iako u sva tri klastera postoji mogućnost za razvoj zdravstvenog turizma, preporuka je poticati preventivne oblike zdravstvenog turizma u Dubrovačkom primorju i na otoku Mljetu, dok bi na Korčuli, gdje već postoje izgrađeni zdravstveni (lječilišni) kompleksi (Kalos), trebali dominirati kurativni programi. S obzirom na to da su ispitanici na otoku Mljetu naglasili veliku važnost Nacionalnog parka te ostalih prirodnih resursa, preventivni zdravstveni programi obuhvaćali bi *wellnes, spa, detox i retreat* programe. Ispitanici Dubrovačkog primorja apostrofirali su važnost neobalnog dijela pa bi preventivni zdravstveni programi trebali biti povezani s pješačkim turama i nordijskim hodanjem uz istovremeno istraživanje ljekovitog bilja.

Iako sva tri promatrana klastera imaju slične prirodne uvjete za uzgoj vinove loze, oni su u obliku vinskih cesta (enofilski turizam) iskorišteni jedino na otoku Korčuli. U ostala dva klastera izostaje tradicija bavljenja vinogradarstvom (osim za obiteljske potrebe) te nema izgrađene infrastrukture potrebne za razvoj enofilskog turizma, kao ni vinarije. Mogućnost za razvoj vjerskog turizma, s naglaskom na hodočašća, postoji u Blatu na Korčuli, gdje se nalazi Svetište blažene Marije Propetog Isusa Petković, dok u Dubrovačkom primorju i na otoku Mljetu sakralni objekti imaju više karakter kulturno–povijesne baštine nego vjerski.

Visoki potencijal za razvoj kulturnoga i manifestacijskog turizma (kulturno–povijesna baština, poznate osobe, događji) imaju sva tri promatrana klastera. Robinzonski je turizam poseban oblik turizma, za razvoj kojeg potencijal imaju i Dubrovačko primorje, i otoci Mljet i Korčula. Iako ispitanici niti u jednom klasteru nisu naglasili potencijal za razvoj nautičkog turizma, autori su mišljenja kako je taj potencijal neupitan (male luke i lučice).

Sportski turizam kao poseban oblik obuhvaća veliki broj različitih aktivnosti (hodanje, trčanje, ronjenje, plivanje, jedrenje, vožnja biciklom). Sva tri klastera imaju potencijal za sve te aktivnosti sportskog turizma, s tim kako bi u Dubrovačkom primorju naglasak trebalo staviti na pješaćenje, nordijsko hodanje, lov i bicikliranje. Na otoku Mljetu treba iskoristiti prednosti koje pruža Nacionalni park i staviti naglasak na sportske sadržaje povezane s boravakom u prirodi, poput: pješaćenja, trčanja, vožnje biciklom, nordijskog hodanja, ronjenja, jedrenja, *wind-surfinga*, *yoge* i *pilatesa*. Brojni zaljevi i uvale te razvedenost obale otoka Korčule s arhipelagom oddvadesetak otočića idealan su prostor za razvoj sportskog turizma i to ronjenja, sportova na moru, jedrenja, *wind-surfinga*, ribolova i *kayakinga*.

Prijedlog tura na razini integrirane turističke destinacije:

- ciklo–ture,
- „kulturne“ ture,
- pješaćke ture uz upoznavanje prirodnih resursa,
- ture nordijskog hodanja uz upoznavanje prirodnih resursa,
- gastro–ture,
- *trekking*–ture,
- nautičke ture brodom,
- ronilačke ture,
- ribolovne ture,
- „Otkrijte igre naših predaka“.

2. Istraživanje stavova putnika Dubrovačkog primorja, otoka Korčule i otoka Mljeta

2.1. Uvod

Istraživanje obilježja i zadovoljstva putnika stalna je potreba koja se provodi na svim razinama, primjenom različitih metoda i modela s jedinstvenim ciljem prilagođavanja suvremenim potrebama turističke potražnje, s naglaskom na održivi razvoj. Kvantitativni podatci potražnje na višim razinama su dostupni, dok su podatci, posebno perifernih destinacija koje nisu u fokusu primarnih turističkih aktivnosti, potpuno zanemareni i marginalizirani.

Potencijalni putnici prije donošenja odluke o izboru destinacije i prije dolaska u destinaciju imaju inicijalna očekivanja o kvaliteti ponude. Očekivanja se oblikuju temeljem različitih izvora informacija dostupnih preko: interneta, turističkih brošura, različitih časopisa, putničkih agencija, turističkih informativnih centara i od prijatelja, obitelji i susjeda. Razina do koje se tako formirana očekivanja ispune izravno utječu na stupanj zadovoljstva. Ako cjelokupno iskustvo za vrijeme boravka u destinaciji ispuni ili premaši inicijalna očekivanja, razina je zadovoljstva postignuta. Međutim, ako percipirano iskustvo ne uspije ispuniti ili premašiti inicijalna očekivanja potražnje, pojavit će se nezadovoljstvo posjetom destinaciji. Zadovoljni putnik preporučiti će turističku destinaciju drugima i vratit će se ponovno u nju. To izravno utječe na realizaciju ekonomskih ciljeva. Današnja očekivanja potencijalne potražnje veća su nego u prijašnjim razdobljima jer u njihovim potrebama prevladavaju autentičnost, različitost, kontrast, bogatstvo sadržaja i oblika, noviteti i inovativni proizvodi s naglaskom na kvalitetu i vrijednost za novac.

Ovo istraživanje analizira obilježja putnika na otok Mljet, otok Korčulu i Dubrovačko primorje, opisuje motive njihova dolaska, izvore informiranja, aktivnosti kojima se bave u destinaciji, njihovu razinu zadovoljstva u destinaciji, te veličinu i strukturu potrošnje. Naznačene informacije kvalitetna su i pouzdana podloga nositeljima turističkog razvoja razmatranih destinacija za izradu strateških, operativnih i marketinških planova održivog razvoja destinacije.

Istraživanje se temelji na 565 „*face to face*“ intervjuu inozemnih putnika u ovim destinacijama u razdoblju od lipnja do prosinca 2017. U istraživanju se

koristilo stratificiranim slučajnim uzorkom, a stratifikacija je provedena prema vrsti smještajnih objekata i zemlji putnikova podrijetla. Okvir za izbor uzorka dobiven je na osnovi podataka Državnog zavoda za statistiku (DZS) – turistički promet 2016. Osnovna svrha istraživanja je osigurati potencijalnim korisnicima brzo i jednostavno pronalaženje potrebnih informacija o obilježjima, stavovima i potrošnji putnika, te ih na taj način uputiti na nužnost prilagodbe suvremenim trendovima na turističkom tržištu, s naglaskom na održivi razvoj.

2.1.1. Problemi istraživanja

Budući da do danas nije provedeno ni jedno istraživanje obilježja potražnje u ovim destinacijama, problem istraživanja definiran je uz pomoć sljedećih pitanja:

- Tko posjećuje otoke Korčulu i Mljet te Dubrovačko primorje?
- Kakva su njihova socio–demografska i psihografska obilježja?
- Ima li nekih zajedničkih obilježja posjetitelja prema kriterijima istraživanja?
- Mogu li se destinacije bazirane na motivima posjetitelja povezati u ITD?
- Koje su aktivnosti posjetitelja u destinaciji?
- Kolika je razina zadovoljstva pojedinom destinacijom?
- Kakav je imidž s aspekta posjetitelja?
- Kolika je potrošnja putnika?
- Ima li lojalnih turista u pojedinim destinacijama ?

2.1.2. Ciljevi i sadržaj istraživanja

Istraživanje obilježja potražnje putnika u razmatranim destinacijama je kvantitativno i kvalitativno istraživanje s glavnim ciljevima:

- Treba utvrditi obilježja putnika koji posjećuju pojedine turističke destinacije.
- Valja istražiti motive putnika za izbor destinacije.
- Treba ustanoviti razinu zadovoljstva destinacijom.
- Nalaženje imidža destinacijā.
- Treba utvrditi visinu potrošnje.
- Analizirati lojalnost putnika.

Formiranjem sadržaja istraživanja realizirani su spomenuti ciljevi, a sadržaj obuhvaća sljedeće rezultate istraživanja:

- socio–demografska obilježja putnika,
- obilježja putnika prije putovanja,
- obilježja putnika za vrijeme putovanja,
- obilježja putnika za vrijeme boravka u destinaciji,
- zadovoljstvo postojećom ponudom,
- potrošnju u destinaciji.

Socio–demografski profil turista analizira se s pomoću relevantnih varijabli kojima se definira profil putnika za svaku pojedinačnu destinaciju te im se utvrđuju zajednička obilježja. Profil obuhvaća zemlju podrijetla i spol, dobnu strukturu, razinu obrazovanja i mjesečne prihode. Navedeni profili putnika bit će osnova za sagledavanje i usporedbu ostalih odgovora.

Sljedeći dio analizira obilježja putnika prije putovanja, i obuhvaća motive koji su utjecali na odabir destinacije i izvor informiranja za sve kategorije ispitanika. U analizi obilježja putovanja prikazani su rezultati o učestalosti posjeta destinaciji te pratnji na putovanju.

U pregledu obilježja za vrijeme boravka ispitanika, prikazani su rezultati koji obuhvaćaju duljinu boravka u destinaciji (za sve destinacije), vrstu smještajnih kapaciteta u kojima su boravili (samo za turiste) te aktivnosti kojima su se bavili za vrijeme boravka u destinaciji i atrakcije koje su posjetili u destinaciji.

Putnici su ocijenili vlastiti stupanj zadovoljstva različitim elementima ponude. Zadovoljstvo ponudom ocijenjeno je (ocjenama od jedan do pet – Likertova skala) na temelju 29 elemenata ponude. Elementi ponude grupirani su u sljedeće čimbenike:

- kulturne atrakcije,
- ljepota prirode i krajobraza,
- održivi razvoj,
- sigurnost u destinaciji,
- zabava,
- raspoloživost rekreacijskih sadržaja,
- kupnja,
- gastronomija i ugostiteljski objekti,
- smještajni objekti,
- dostupnost destinacije,
- raspoloživost parking mjesta,
- označenost atrakcija,
- vrijednost za novac,
- atmosfera destinacije.

Potrošnja na putovanju ne uključuje i izdatke za prijevoz do destinacije i izdatke za prijevoz pri povratku u mjesto stalnog boravka. Potrošnja za vrijeme boravka u destinaciji obuhvaća troškove usluga:

- smještaja,
- hrane i pića,
- kupovine,
- kulture,
- zabave,
- ostale troškove.

Potrošnja se iskazivala u apsolutnim i relativnim vrijednostima.

2.1.3. Metodologija i instrumenti istraživanja

Empirijsko istraživanje provedeno je primjenom visokostrukturiranoga anketnog upitnika uz pomoć metode ispitivanja putnika. Upitnik je, uzimajući u obzir definirane probleme i ciljeve istraživanja, sastavljen od pet skupina pitanja:

- socio–demografski podatci putnika:
 - o zemlja podrijetla,
 - o spol,
 - o dob,
 - o razina obrazovanja,
 - o osobni mjesečni prihod;
- osnovna obilježja putnika prije putovanja:
 - o motivacija,
 - o korišteni izvori informacija;
- obilježja putnika na putovanju:
 - o učestalost posjeta destinaciji,
 - o pratnja na putovanju;
- obilježja putnika za vrijeme boravka u destinaciji:
 - o duljina boravka u destinaciji,
 - o korišteni smještajni kapaciteti,
 - o posjećene znamenitosti,
 - o aktivnosti kojima se bave u destinaciji,
 - o potrošnja;
- stavovi putnika o destinaciji:

- o zadovoljstvo,
- o imidž,
- o lojalnost,
- o konkurentnost.

Većina pitanja u upitniku je zatvorenog tipa s ponuđenim odgovorima, osim pitanja o zemlji podrijetla, posjećenim atrakcijama te pitanja o potrošnji, koja su bila otvorenog tipa. Upitnik je bio na engleskom jeziku.

2.1.4. Obilježja statističkog uzoraka

Populaciju su u provedenom istraživanju činili svi putnici (turisti i izletnici) koji su od 1. lipnja 2017. do 1. siječnja 2018. posjetili analizirane destinacije. Ispitanik je bila osoba/putnik, starija od 18 godina, koja je u mjestu ispitivanja bila pri kraju svojega posjeta (da bi se osigurala veća vjerodostojnost i kvaliteta prikupljenih podataka). U istraživanju turista primijenjen je stratificirani slučajni uzorak. Okvir za izbor uzorka bio je turistički promet (broj noćenja) ostvaren od 1. lipnja 2016. do 1. siječnja 2017. (izvor: Državni zavod za statistiku RH, Mjesečna izvješća). Stratifikacija je provedena prema županijama, vrstama smještajnih objekata i zemljama podrijetla turista. Stratumi su, za sve tri destinacije, bile tri vrste smještajnih kapaciteta (hoteli, kampovi i privatni smještaj) te zemlja podrijetla turista.⁴ Za skupinu izletnika primijenjen je prigodni uzorak jer nema adekvatne baze podataka niti se vodi sustavna evidencija o ovoj vrsti putnika.

Istraživanjem je obuhvaćen uzorak od 565 ispitanika, i to 200 u Dubrovačkom primorju, 177 na Korčuli i 188 na Mljetu. U prikupljanju podataka sudjelovali su članovi istraživačkog tima i studenti Sveučilišta u Dubrovniku. Anketni su upitnici kodirani i svi podatci su uneseni u programski paket SPSS 23.0, temeljem kojega je izvršena statistička obrada.

2.2. Rezultati empirijskog istraživanja

U ovom dijelu prezentirani su podatci o socio–demografskim obilježjima: potražnje, putnika prije putovanja, putnika za vrijeme putovanja, putnika za vrijeme boravka u destinaciji, stavovima putnika o destinaciji. Osim toga

⁴ Napomena: U analizu se uključio i dodatan broj zemalja s obzirom da Državni zavod za statistiku evidentira turiste prema podrijetlu, kako u Republici Hrvatskoj, tako i na razini pojedinih destinacija, one koji imaju najveći udio na razini RH, što se ne mora istovremeno podudarati na razinama pojedinih destinacija.

analiziran je stupanj zadovoljstva odgovarajućim elementima ponude te je analizirana potrošnja ovisno o socio–demografskim obilježjima ispitanika, vrsti smještajnih objekata, učestalosti posjeta destinaciji i razini ukupnog zadovoljstva destinacijom. Na kraju empirijskog istraživanja formiran je zaključak istraživanja. Rezultati su prikazani u tablicama i grafikonima uz dodatna tekstualna objašnjenja. U istraživanju je naglasak stavljen na utvrđivanje osnovnih obilježja putnika u različitim destinacijama. Na osnovi provedene analize utvrđena su zajednička obilježja putnika prema prije naznačenim kriterijima za sve tri destinacije.

2.2.1. Socio–demografska obilježja

Profil putnika utvrđen je primjenom standardnih socio–demografskih obilježja kao što su spol, dob, stupanj obrazovanja, mjesečni prihod i zemlja podrijetla.

Tablica 37. Profil putnika (%)

Destinacija	Dubrovačko primorje	Otok Korčula	Otok Mljet
Spol			
M	48,0	52,0	54,3
Ž	52,0	48,0	45,7
Dob			
18–25	11,5	29,4	17,0
26–35	16,0	19,8	21,8
36–45	32,0	24,3	18,1
46–55	22,5	12,4	25,0
56–65	11,0	5,6	11,2
66+	7,0	8,5	6,9
Obrazovanje			
Osnovna škola	0,5	--	1,1
Srednja škola	15,0	11,3	19,7
Preddiplomski studij	31,5	42,9	32,4
Diplomski studij	45,0	35,0	28,2
Poslijediplomski studij	8,0	10,7	18,6
Osobni mjesečni prihod			
do 500 eura	1,5	15,3	12,2
501 – 1 500 eura	9,5	22,0	19,1
1 501–2 000 eura	24,0	24,3	13,8
2 001–2 500 eura	17,0	12,4	17,6
2 501–3 000 eura	22,0	15,8	12,2
3 001–3 500 eura	15,0	3,4	5,9
3 501–4 000 eura	5,0	3,4	10,1
4 001+ eura	6,0	3,4	9,0
Zemlja podrijetla	Dubrovačko primorje	Otok Korčula	Otok Mljet
Albanija	0,5	–	1,1
Australija	5	–	4,8
Austrija	1,5	3,4	3,2
Belgija	2,0	–	1,6

BiH	7,0	1,1	3,2
Brazil	-	-	1,1
Bugarska	-	-	0,5
Crna Gora	-	3,4	1,1
Češka	1,5	2,3	1,1
Danska	-	-	2,1
Estonija	-	-	0,5
Finska	1,0	-	0,5
Francuska	11	12,4	11,2
Grčka	-	-	0,5
Gruzija	1	-	-
Hrvatska	2,0	11,3	5,9
Indija	-	-	1,1
Irska	0,5	-	-
Italija	5,5	4,5	6,9
Izrael	-	-	0,5
J. Koreja	-	-	0,5
Kanada	2,0	-	0,5
Kina	-	-	0,5
Luksemburg	2,0	-	-
Mađarska	1,0	2,3	2,1
Makedonija	-	-	0,5
Meksiko	-	-	0,5
Nizozemska	0,5	-	1,6
Norveška	1,0	3,4	1,6
Novi Zeland	2,5	-	1,6
Njemačka	13	7,9	8,0
Poljska	6,0	18,6	5,3
Portugal	1,0	1,1	2,1
Rusija	-	-	2,7
SAD	2,0	1,7	2,1
Slovačka	-	-	0,5
Slovenija	1,5	5,1	5,3
Srbija	0,5	1,7	1,6
Španjolska	3,5	3,4	4,3
Švedska	4,5	1,1	2,7
Švicarska	-	8,5	1,6
Tajvan	-	-	0,5
Turska	-	-	0,5
Ukrajina	0,5	-	1,6
Velika Britanija	20,0	6,8	4,8

Izvor: Istraživanje autora.

U istraživanju je na području **Dubrovačkog primorja** s obzirom na spol sudjelovao nešto veći broj žena (52 %) nego muškaraca (48 %). Prema dobnoj strukturi najviše ispitanika je u kategorijama od 36 do 45 (32 %) i od 46 do 55 godina (22,5 %), dok ih je najmanje od 66 i više godina (7 %). Gotovo polovina ispitanika (45 %) ima završen diplomski studij, 31,5 % preddiplomski studij, a najmanje je ispitanika (0,5 %) sa završenom samo osnovnom školom. Najveći broj (24 %) ima osobna mjesečna primanja između 1 501 i 2 000 eura, dok je kod više od petine osobni mjesečni prihod u kategoriji od 2 501 do 3 000 eura. Svega 1,5 % ispitanika ima osobna mjesečna primanja manja od 500 eura. Dubrovačko primorje najviše posjećuju turisti iz Velike Britanije (20 %), Njemačke (13 %), Francuske (11 %), Bosne i Hercegovine (7 %) te Poljske (6 %) i Italije (5,5 %).

Spolna struktura ispitanika na **otoku Korčuli** slična je kao u Dubrovačkom primorju. U istraživanju je sudjelovalo 52 % ispitanika muškog i 48 % ispitanika ženskog spola. Dobna struktura pokazuje na dominaciju mladog segmenta putnika do 25 godina (29,4 %) nakon kojih slijedi dobna skupina od 36 do 45 godina, s udjelom od 24,3 %. Najmanje je ispitanika u dobnoj skupini od 56 do 65 godina (5,6 %). Najveći broj ima završen preddiplomski (42,9 %) i diplomski studij (35 %), dok ih sa završenom samo osnovnom školom nema. Gotovo četvrtina ima osobne mjesečne prihode od 1 501 do 2 000 eura, nakon čega slijedi kategorija s prihodima od 501 do 1 500 eura (22 %). Najmanje ih je s osobnim mjesečnim prihodima većim od 3 001 eura (10,2 %). Najviše putnika dolazi iz Poljske (18,6 %), Francuske (12,4 %), Hrvatske (11,3 %) te Švicarske (8,5 %) i Njemačke (7,9 %).

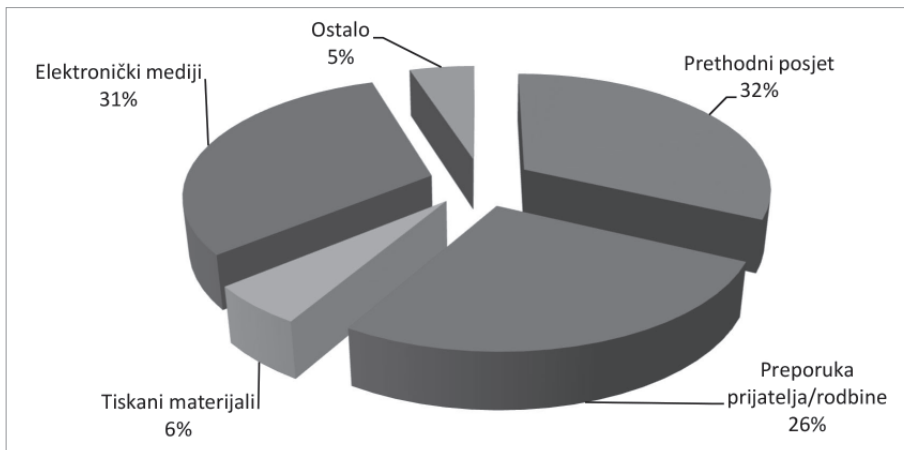
Na **otoku Mljetu** u istraživanju je sudjelovalo 54,3 % ispitanika muškog spola i 45,7 % ispitanika ženskog spola. Četvrtina ispitanika nalazi se u dobnoj skupini od 46 do 55 godina, a 21,8 % u dobnoj je skupini od 26 do 35 godina. Gotovo trećina ima završen preddiplomski studij, dok njih 28,2 % ima diplomski studij. Najmanje je ispitanika sa završenom samo osnovnom školom (1,1 %). Struktura osobnih mjesečnih prihoda pokazuje da gotovo petina (19,1 %) ima primanja od 501 do 1 500 eura dok 17,6 % ima primanja od 2 001 do 2 500 eura. Najmanje je onih s primanjima od 3 001 do 3 500 eura (5,9 %). Otok Mljet najviše posjećuju putnici iz Francuske (11,2 %), Njemačke (8 %), Italije (6,9 %), Hrvatske (5,9 %) te Slovenije (5,3 %) i Velike Britanije (4,8 %).

Analizom socio–demografskih obilježja putnika u Dubrovačkom primorju i na otocima Korčuli i Mljetu, utvrđena su sljedeća zajednička obilježja prema:

- dobi:
 - o *dominira segment putnika mlađe i srednje životne dobi (od 26 do 55 godina) dok je najmanji udio starijih od 66 godina,*
- obrazovanju:
 - o *prevladava segment visokoobrazovanih putnika (završen preddiplomski i diplomski studij), a najmanji je udio putnika sa završenom srednjom školom,*
- osobnim mjesečnim prihodima:
 - o *dominira udio putnika čiji je osobni mjesečni prihod između 1 501 i 2 500 eura, dok je najmanji udio onih s prihodima većima od 3 501 eura,*
- podrijetlu:
 - o *u sve tri destinacije najujednačenija zastupljenost je putnika iz Francuske.*

2.2.2. Obilježja putnika prije putovanja

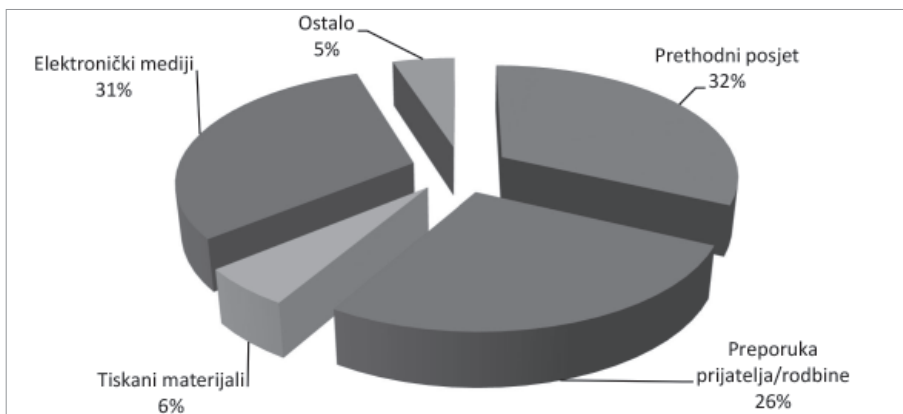
U obilježja putnika prije putovanja ubrajaju se sva ona obilježja putnika koja se manifestiraju u razdoblju donošenja odluke o putovanju, ili za vrijeme pripreme za putovanje. To su motivacija i izvori informacija. Motivacija putnika za odabir destinacije i za dolazak u destinaciju prikazuje se uz pomoć 12 različitih predloženih motiva, dok se izvori informacija prikazuju sa šest oblika izvora.



Grafikon 9. Motivi dolaska putnika u Dubrovačko primorje

Izvor: Istraživanje autora.

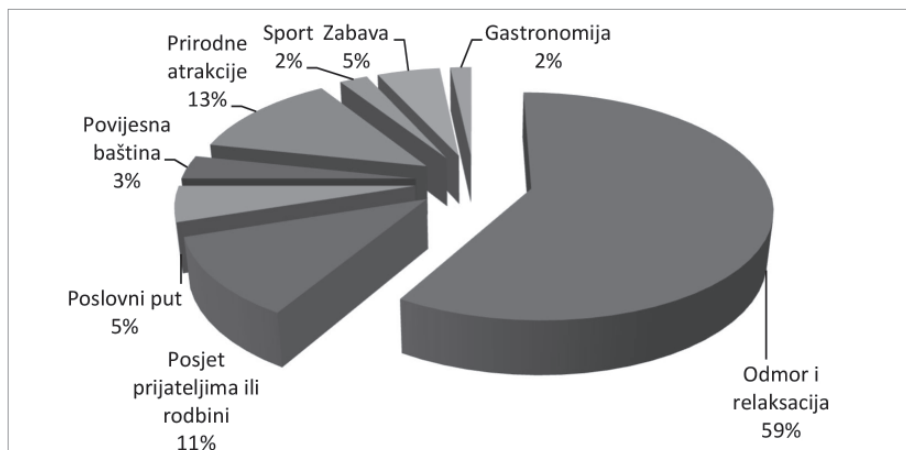
Putnici koji su posjetili Dubrovačko primorje motivirani su prije svega odmorom i relaksacijom (54 %), posjetom prijateljima ili rodbini (12 %), zabavom (9 %), sportom (7 %), te povijesnom baštinom i prirodnim atrakcijama i stjecanjem novih iskustava (po 4 %). Slijedi poslovni motivi (3 %) te gastronomija (2 %).



Grafikon 10. Izvori informacija putnika o Dubrovačkom primorju

Izvor: Istraživanje autora.

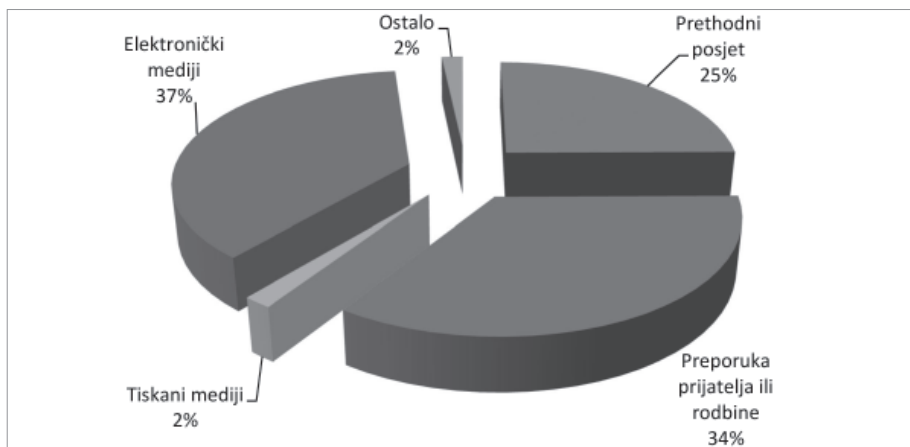
Najčešći izvor informacija za dolazak u Dubrovačko primorje je prethodni posjet (32 %), elektronički mediji (Internet) 31 % te preporuka prijatelja ili rodbine (26 %). Ostali izvori informiranja zastupljeni su u manjem opsegu: tiskani materijali (novine, brošure, knjige i vodiči) svega 6 %, te ostali izvori (5 %).



Grafikon 11. Motivi dolaska putnika na otok Korčulu

Izvor: Istraživanje autora.

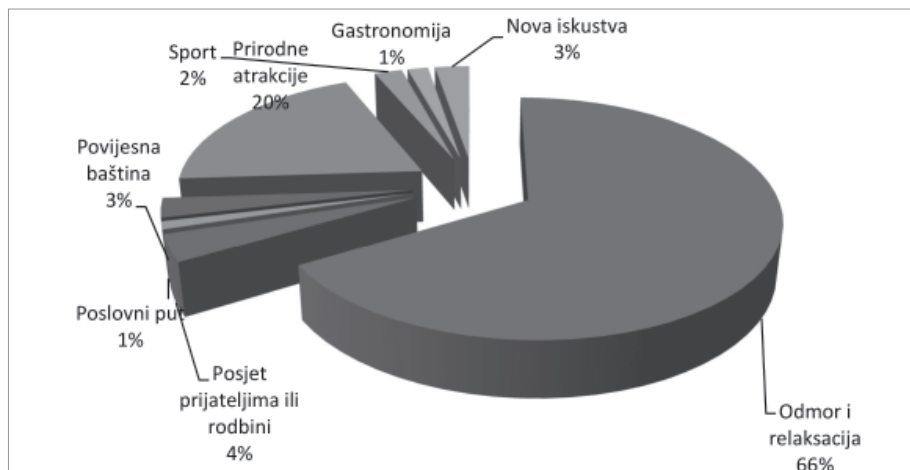
Za dolazak na otok Korčulu putnici su najviše motivirani odmorom i relaksacijom (59 %), prirodnim atrakcijama (13 %), posjetom rodbini i prijateljima (11 %) te zabavom i poslom (po 5 %). Povijesna baština motiv je dolaska za 3 % putnika, te sport i gastronomija po 2 %.



Grafikon 12. Izvori informacija putnika o otoku Korčuli

Izvor: Istraživanje autora.

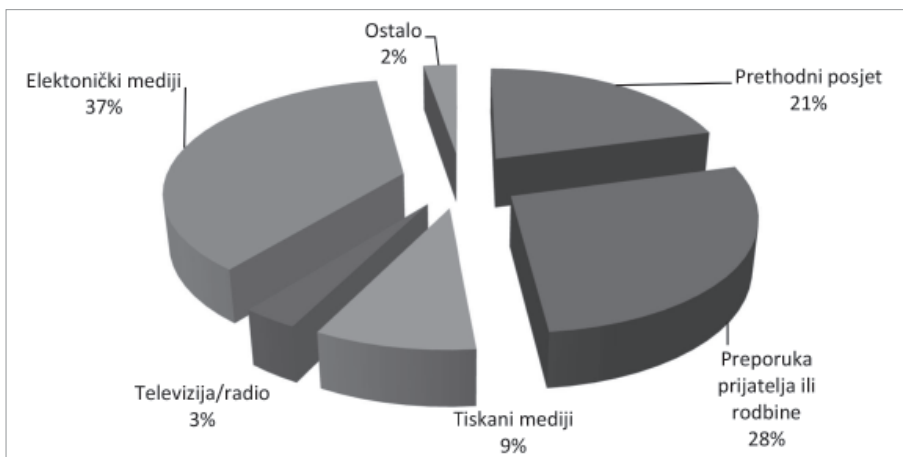
O otoku Korčuli kao destinaciji putnici se najviše informiraju preko elektroničkih medija (37 %), preporuke prijatelja ili rodbine (34 %) i prethodnim posjetom (25 %). Tiskanim medijima kao izvorima informacija koristi se svega 2 % ispitanika.



Grafikon 13. Motivi dolaska putnika na otok Mljet

Izvor: Istraživanje autora.

Primarni motiv dolaska na otok Mljet je odmor i relaksacija (66 %) te prirodne ljepote (20 %). Ostali motivi zastupljeni su u manjoj mjeri: posjet rodbini ili prijateljima (4 %), povijesna baština i nova iskustva (po 3 %), sport (2 %), gastronomija i posao po 1 %.



Grafikon 14. Izvori informacija putnika o otoku Mljetu

Izvor: Istraživanje autora.

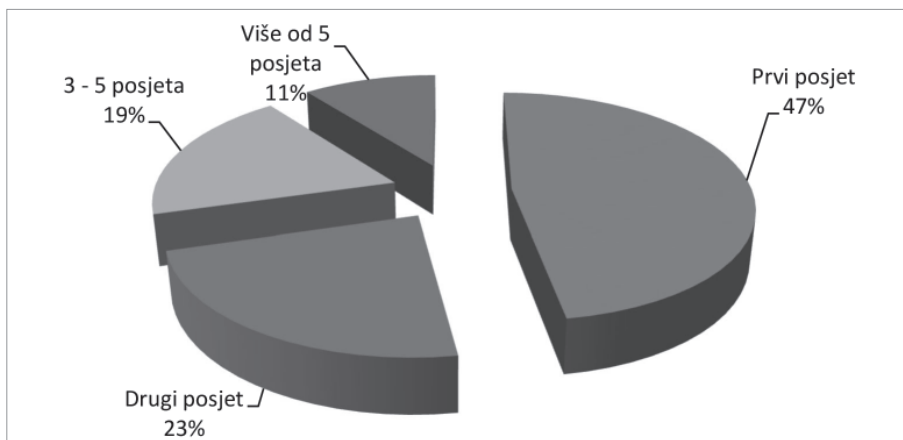
Kao dominantan izvor informacija o destinaciji otoka Mljeta zastupljeni su elektronički mediji (37 %). Slijede preporuke prijatelja ili rodbine (28 %) te prethodni posjet (21 %). Tiskani mediji čine svega 9 %, televizija i radio 3 % i ostali izvori također 2 %.

Analizom obilježja putnika prije posjeta destinacijama Dubrovačkog primorja, otoka Korčule i otoka Mljeta utvrđena su sljedeća zajednička obilježja prema:

- motivima dolaska:
 - o *primarni motiv u sve tri destinacije je odmor i relaksacija; prirodne atrakcije potaknu na putovanje na Mljet petinu ispitanika, na otok Korčulu osminu ispitanika, ali u Dubrovačko primorje tek četiri posto njih; na posjet destinacijama slabo motivira povijesna baština (3 – 4 %), gastronomija (1 – 2 %);*
- izvorima informacija:
 - o *putnici informacije o destinacijama prikupljaju najviše pomoću elektroničkih medija, preporuka rodbine i prijatelja, te prethodnim posjetom.*

2.2.3. Obilježja putnika na putovanju

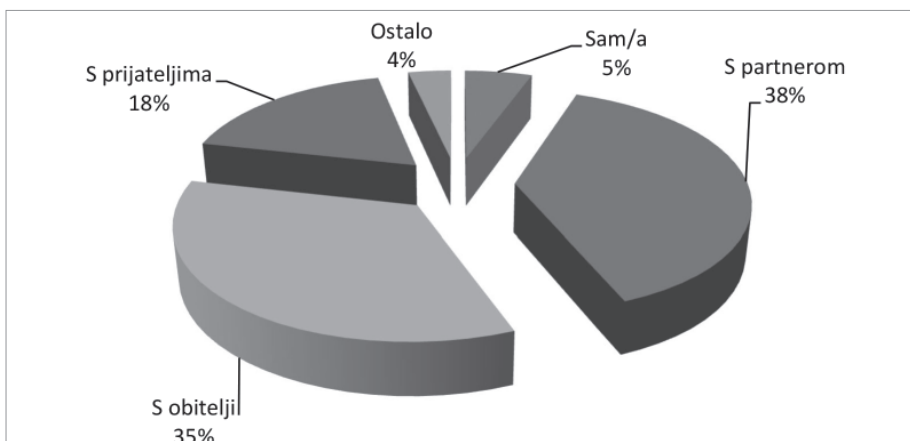
Obilježja na putovanju uključuju učestalost posjeta destinaciji i pratnju na putovanju.



Grafikon 15. Učestalost posjeta putnika Dubrovačkom primorju

Izvor: Istraživanje autora.

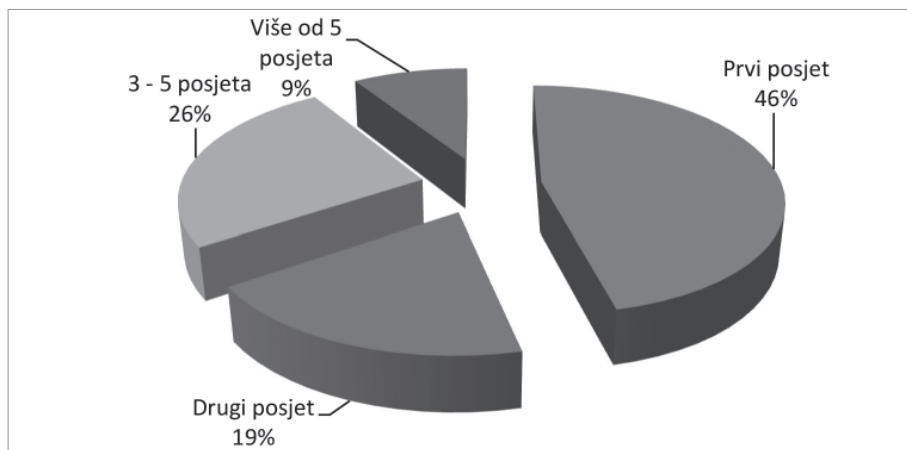
Gotovo polovina ispitanika, 47 %, prvi put je posjetila Dubrovačko primorje, njih 23 % drugi put, dok je za 19 % ispitanika treći do peti posjet, a 11 % putnika posjetilo je Dubrovačko primorje više od pet puta.



Grafikon 16. Pratnja na putovanju u Dubrovačko primorje

Izvor: Istraživanje autora.

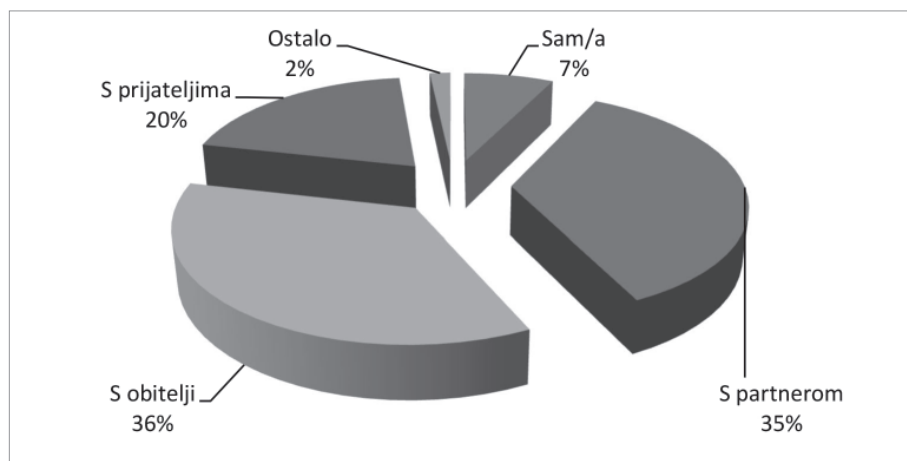
U Dubrovačko primorje putnici najčešće dolaze s partnerom (38 %) i s obitelji (35 %). Njih 18 % dolazi s prijateljima dok 5 % dolazi samo.



Grafikon 17. Učestalost posjeta putnika otoku Korčuli

Izvor: Istraživanje autora.

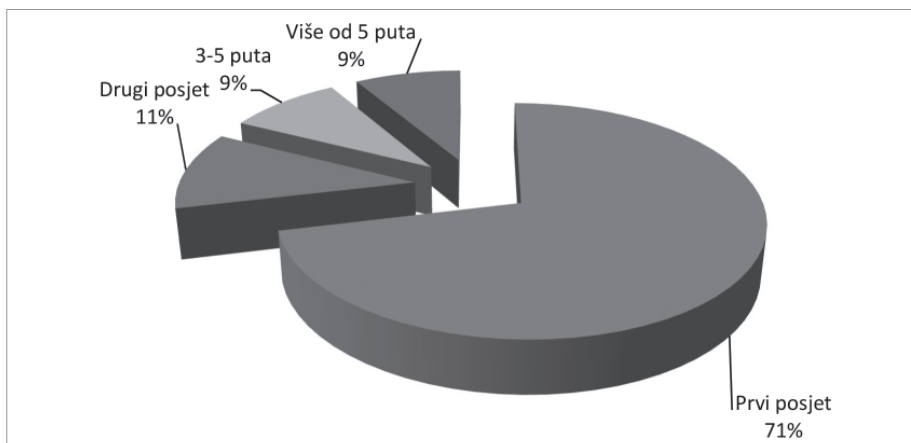
Najveći broj putnika, njih 46 %, prvi je put došlo na Korčulu, za 19 % njih je bio drugi posjet, dok je za 26 % bio treći do peti dolazak. Čak 9 % ispitanika posjetilo je otok Korčulu više od 5 puta.



Grafikon 18. Pratnja na putovanju na otok Korčulu

Izvor: Istraživanje autora.

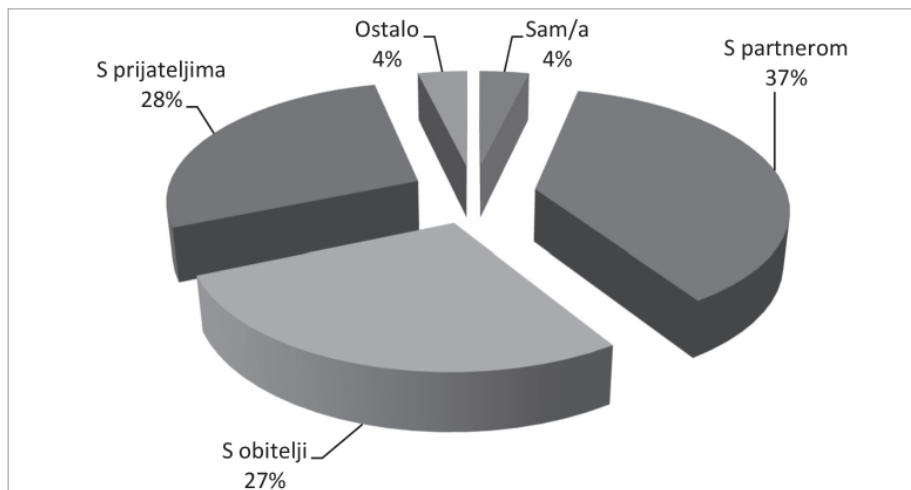
Gotovo podjednak broj ispitanika dolazi s obitelji i s partnerom (36 i 35 %), petina ih dolazi s prijateljima, a 7 % dolazi samo.



Grafikon 19. Učestalost posjeta putnika otoku Mljetu

Izvor: Istraživanje autora.

Više od 2/3 putnika, njih 71 %, prvi je put posjetilo otok Mljet. Za 11 % ispitanika ovo je bio drugi posjet, dok je 9 % putnika posjetilo destinaciju 3–5 puta i više od pet puta.



Grafikon 20. Pratlja na putovanju na otok Mljet

Izvor: Istraživanje autora.

Najveći broj ispitanika dolazi u pratnji partnera (37,23 %), dok podjednak broj dolazi s obitelji ili prijateljima (27,66 %). Najmanje ih, 3,72 %, dolazi samo na Mljet.

Analizom obilježja putnika na putovanju u Dubrovačko primorje, otok Korčulu i otok Mljet, utvrđena su sljedeća zajednička obilježja prema:

- učestalosti posjeta destinaciji:
 - o *dominira segment putnika koji prvi put posjećuju destinaciju iako se mora napomenuti da je u sve tri destinacije zvjestan broj lojalnih putnika koji su se u destinaciju vraćali više puta;*
- pratnji na putovanju:
 - o *prevladava segment putnika koji u destinaciju dolazi s partnerom uz one s obitelji.*

2.2.4. Obilježja putnika za vrijeme boravka u destinaciji

U ovome dijelu analizira se nekoliko obilježja putnika povezanih s njihovim boravkom putnika u destinaciji, a to su: duljina boravka mjerena danima, vrste smještajnih objekata, posjećene znamenitosti i aktivnosti kojima su se putnici bavili za vrijeme boravka u destinaciji.⁵

Tablica 38. Duljina boravka, vrsta smještajnih kapaciteta i aktivnosti kojima se putnici bave u destinaciji u postotku (%)

	Dubrovačko primorje	Otok Korčula	Otok Mljet
Duljina boravka			
Manje od 1 dana	8,0	2,8	14,9
1–3 dana	19,0	36,2	34,6
4–6 dana	23,0	31,1	22,9
7–9 dana	28,5	11,9	11,7
Više od 10 dana	21,5	18,1	15,9
Vrsta smještajnih kapaciteta			
Hotel 5*	23,0	2,8	–
Hotel 4*	–	12,4	–
Hotel 3*	1,0	9,0	8,5
Hotel 2*	–	1,7	–
Privatni smještaj	57,5	40,1	71,3
Kamp	4,0	16,4	2,7
Hostel	–	–	0,5
Nautika	4,5	2,8	4,3

⁵ Zbog važnosti analize potrošnje, iako pripada u obilježja putnika za vrijeme boravka u destinaciji, ona je izdvojena te se promatra u zasebnom potpoglavlju.

Bez smještaja*	4,5	1,7	12,2
Ostalo	5,5	13,0	0,5
Aktivnosti			
Plivanje	57,0	68,9	43,6
Ronjenje	9,5	9,0	3,2
Razgledavanje znamenitosti	19,5	1,7	13,3
Šetnje u prirodi	5,0	6,8	20,2
Avanturistički sportovi	5,5	7,3	3,2
Posjet događajima	–	0,6	–
Posjet muzejima	0,5	1,7	–
Posjet noćnim klubovima	1,5	1,7	–
Vožnja biciklom	–	0,6	4,8
Medicinski tretmani	–	–	–
Povijesne ture	–	–	–
Prirodne ture	–	–	11,7
Wellness	1,5	0,6	–
Ostalo	–	1,1	–

* Borave manje od 24 sata u destinaciji.

Izvor: Istraživanje autora.

Na temelju podataka iz tablice uočava se da 28,5 % putnika boravi u **Dubrovačkom primorju** od 7 do 9 dana, a čak 21,5 % više od 10 dana. Također, gotovo četvrtina ispitanika (23 %) boravi od 4 do 6 dana, dok 19 % do 3 dana. Najmanji broj ispitanika, 8 %, ostaje manje od jednog dana u Dubrovačkom primorju. Više od polovine ispitanika boravi u privatnom smještaju (57,5 %), a u hotelskome najzastupljeniji su hoteli s 5*, od čak 23 %. Kao smještajni kapacitet 4 % ispitanika odabralo je kamp, 4,5 % nautička plovila, a onih koji ne ostvaruju noćenje svega je 4,5 %.

U destinaciji putnici najčešće plivaju (57 %) i razgledavaju znamenitosti (19,5 %), rone (9,5 %), šetaju u prirodi (5 %) i bave se avanturističkim sportovima (5,5 %). Ostale aktivnosti zmanje sus astupljene (posjet muzejima 0,5 % i posjet noćnim klubovima i *wellness* (po 1,5 %), ili uopće nisu zastupljene (povijesne i prirodne ture, posjećivanje događaja, vožnja biciklom i medicinski tretmani).

Na **otoku Korčuli** putnici najčešće borave od 1 do 3 dana (36,2 %), te od 4 do 6 dana (31,1 %). Svega 2,8 % ostaje manje od jednog dana. Za smještajni kapacitet četvrtina ispitanika izabrala je hotel (25,9 %), pri čemu su najzastupljeniji hoteli s 4* (12,4 %), dvije petine u privatnom je smještaju (40,1 %), nakon čega slijedi smještaj u kampu (16,4 %). Vrlo malo ih, svega 1,7 %, nije boravilo u destinaciji dostatno dugo da ostvare noćenje, dok je

2,8 % izabralo nautičko plovilo kao smještajni kapacitet. Najveći broj, 68,9 %, na otoku Korčuli bavi se: plivanjem, ronjenjem (9 %), avanturističkim sportovima (7,3 %), šetnjama u prirodi (6,8 %), a svega po 1,7 % posjećuje muzeje, razgledava znamenitosti i noćne klubove. Biciklira 0,6 % ispitanika, koliko ih je i za *wellness*. Povijesne i prirodne ture i medicinski tretmani nisu, kao aktivnost, zastupljeni u ovoj destinaciji.

Više od trećine (34,6 %) boravi na **otoku Mljetu** od 1 do 3 dana, dok njih 22,9 % od 4 do 6 dana. Najmanje ispitanika, 11,7 %, ostaje od 7 do 9 dana, dok ih gotovo 15 % boravi manje od jednog dana, a gotovo 16 % više od 10 dana. Preko dvije trećine ispitanika (71,3 %) koristi privatni smještaj dok svega 8,5 % koristi hotelski smještaj. Od ostalih smještajnih kapaciteta nautička plovila koristi 4,3 %, kamp 2,7 % i hostel 0,5 %. Bez smještaja je 12,2 % ispitanika koji na Mljetu borave manje od 24 sata. Najveći broj bavi se plivanjem (43,6 %), šetnjama u prirodi (20,2 %), razgledavanjem znamenitosti (13,3 %) i sudjeluje na prirodnim turama (11,7 %). Manje ih biciklira (4,8 %), bavi se avanturističkim sportovima (3,2 %) i ronjenjem (3,2 %). Posjet događajima, muzejima i noćnim klubovima kao i medicinski tretmani, *wellness* uz sudjelovanje na povijesnim turama, nisu aktivnosti kojima se ispitanici bave za vrijeme boravka u destinaciji.

Tablica 39. Posjećene atrakcije po pojedinim destinacijama

Posjećene atrakcije Dubrovačkog primorja	Frekvencije posjeta	Posjećene atrakcije otoka Korčule	Frekvencije posjeta	Posjećene atrakcije otoka Mljeta	Frekvencije posjeta
Slano	22	Grad Korčula	96	Nacionalni park	148
Knežev dvor	9	Marko Polo – kuća i muzej	49	Jezer	29
Marina	2	Katedrala	42	Otočić Sv.	32
Festival	2	Muzej Grada	17	Marije	8
		Moreška	12	Mali most	2
		Muzej ikona	1	Veliki most	16
		Opatska riznica	3	Pomena	24
		Plaža Vaja	7	Montokuc	14
		Utvrda Forteca	2	Govedari	19
				Polače	33
				Rimska palača	7
				Soline	
Banići	4	Otok Badija	47	Saplunara	83
Majkovi		Vela Luka	69	Odisejeva špilja	80
Majkovska lokva	4	Proizd	94		
Kuća meda	1	Hum	30		
		Ošjak	20		
		Martina bok	10		
		Kalos	2		
		Uvala Gradina	2		
		Otok Pržnjak	2		
Gajina – brdo	5	Lumbarda	35	Korita Mlinice	12
					1

Crkva Rotonda (Ošlje)	3	Blato Karbuni	26 12	Prožura	16
Sladenovići	2	Prižba plaža	22	Stara sela	34
Grgurići	1	Pupnatska luka	19	Plaža Blace	8
Vjetreni mlin (Štupa)	1	Čara Zavalatica	15 7	Vrh Velji grad	5
Bistrina	1	Smokvica	3	Blato Blatina	6 6
Žrnovo Brna		Glavica svetog Antuna	5	Planjak	4
		2	Kozarica	4	
		6	Sobra	2	
			Maranovići	2	
			Sutmiholjska uvala	1	
			Uvale	3	
			Plaže	12	
			Knežev dvor	1	
	Ropa	1			

Izvor: Istraživanje autora.

U **Dubrovačkom primorju** najposjećenija atrakcija je mjesto Slano i u njemu Knežev dvor. Od ostalih atrakcija putnici su istaknuli marinu, festival, Baniće, Majkove i Majkovsku lokvu te Kuću meda, turistički vidikovac Gajinu, crkvu Rotundu, Sladenoviće, Grguriće, Spomenik pobjede na brdu Vjetreni mlin kod Stupe i Bistrinu. Najveći broj spomenutih atrakcija odnosilo se na atrakcije koje se ne nalaze na području Dubrovačkog primorja. To su: Dubrovnik (52), Ston (29), Elafiti (27), Korčula (16), Split (13), Hvar (12), Mostar (7), Crna Gora (7), Zadar (6), Vjetrenica (4), Cavtat (3), Trogir (3), Mljet (3), Trsteno (2), Brač (2), Lokrum (2), Pula (2), Plitvice (1) te Zagreb (1). Razvidna je izrazito mala zastupljenost atrakcija Dubrovačkog primorja, što je rezultat nedostatne zastupljenosti i marketinške komunikacije ovih atrakcija u ponudi unatoč bogatstvu prirodnih i društvenih resursa.

Na **otoku Korčuli** najposjećenija atrakcija je sam grad Korčula te njegovi muzeji i utvrde (Muzej i kuća Marka Pola, Katedrala, Muzej Grada, Muzej ikona, Opatska riznica, Utvrda Forteca), Moreška te plaža Vaja. Slijedi područje Vele Luke, gdje su putnici posjetili otok Proizd te stazu Hum, otočić Ošjak, plažu i uvalu Martina bok te uvalu Gradina i otok Pržnjak. Lumbardu je posjetilo 35 putnika, a njih 26 Blato i 12 uvalu Karbuni. Plažu Prižbu obišla su 22 putnika, Pupnatsku luku 19, Čaru 15 i uvalu Zavalaticu 7 putnika. Brnu je posjetilo 6 putnika, Glavicu Sv. Antuna – zaštićeni spomenik parkovne arhitekture 5, Smokvicu 3 i Žrnovo 2 putnika. Izvan Korčule putnici su

posjetili Dubrovnik (25), otok Hvar (20), Split (15), Pelješac (3), Mljet (1) te Lastovo (1). Analizom posjećenih atrakcija utvrđeno je da su turistički tijekom koncentrirani u dvije općine – Grad Korčulu i Vela Luku. Osim toga, vidljiva je dominacija kulturne ponude u Gradu Korčuli, dok u ostalim krajevima dominira priroda– odmorišni turizam unatoč bogatstvu kulturnih resursa.

Na **otoku Mljetu** razvidna je disperzija posjećenih atrakcija. Ističe se Nacionalni park Mljet, na sjeverozapadnom dijelu otoka i njegove sastavnice (jezera, otočić Sv. Marije, Mali i Veliki most, Pomena, vidikovac Montokuc, Goveđari, Polače te Rimski palača i mjesto Soline). Slijedi Saplnara na jugoistočnom dijelu otoka s 83 putnika. Središnji dio otoka, Odisejevu špilju, posjetilo je 80 putnika. Od ostalih atrakcija su: stara sela, Korita, Prožura, plaža Blaće, vrh Velji Grad, Blato, otok Planjak, Kozarica, Sobra, Maranovići, Sutmiholjska uvala i Ropa, Knežev dvor, plaže i uvale. Posjećene atrakcije pokazuju kako su u ponudi i prirodni i društveni resursi otoka Mljeta. Uz otok Mljet, ispitani putnici posjetili su nacionalni park Krku (3), nacionalni park Plitvice (2), Dubrovnik, Kotor, Cavtat, Ston i Trogir po jedan putnik.

Analizom obilježja putnika za vrijeme boravka u Dubrovačkom primorju, na otocima Korčuli i Mljetu, utvrđena su sljedeća zajednička obilježja prema:

- duljini boravka u destinaciji:
 - o *prosječna duljina boravka je 7,6 dana. Najdulje borave u Dubrovačkom primorju (devet dana);*
- korištenim smještajnim kapacitetima:
 - o *prevladava segment boravka u privatnom smještaju;*
- aktivnostima kojima se bave u destinaciji:
 - o *sukladno primarnim motivima dolaska u destinaciju, dominantna aktivnost putnika je plivanje.*

2.2.5. Stavovi putnika o destinaciji

U ovome dijelu analiziraju se stavovi putnika o posjećenoj destinaciji, uključujući zadovoljstvo destinacijom, imidž posjećene destinacije, lojalnost i konkurentnost.

Uz pomoć *Cronbach alpha* koeficijenta prikazano je grupiranje ocijenjenih izjava zadovoljstva ponudom u faktore (tamo gdje su bile barem dvije izjave za grupiranje). *Cronbach alpha* za sve dimenzije ponude destinacija za putnike je veći od 0,54. Faktor *Kultura* obuhvaća: iskustvo s lokalnom

kulturnom ponudom, dostupnost kulturnih lokacija i prihvatljive cijene za kulturnu ponudu. U faktor *Održivi razvoj uključeni* su: zaštita okoliša, čistoća destinacije i upravljanje otpadom. Faktor *Zabava* uključuje: noćni život i zabavu te razumne cijene zabave. Faktor *Kupnja* obuhvaća: mogućnost kupnje, ponudu autohtonih lokalnih suvenira i prihvatljive cijene u trgovinama. U faktor *Gastronomija i ugostiteljski objekti* uključeni su: ponuda lokalne gastronomije, kvaliteta usluge u ugostiteljskim objektima i prihvatljive cijene u ugostiteljskim objektima. Faktor *Smještajni objekti* uključuje: kvalitetu smještajnih objekata, razinu usluge u smještajnim kapacitetima i prihvatljive cijene smještajnih kapaciteta. U faktor *Atmosfera destinacije* idu: mirna atmosfera, opuštajuća okolina, uzbudljiva sredina i ugodna atmosfera uz gostoljubivost lokalnog stanovništva.

Tablica 40. Zadovoljstvo elementima ponude destinacija

Elementi ponude	Dubrovačko primorje	Otok Korčula	Otok Mljet
Kultura <i>Cronbach Alfa</i>	0,750	0,619	0,812
Iskustvo s lokalnom kulturnom ponudom	4,36	4,30	4,47
Dostupnost kulturnih lokacija	4,23	4,11	4,49
Prihvatljive cijene za kulturnu ponudu	4,03	3,75	4,38
<i>Prosječna ocjena zadovoljstva</i>	4,14	4,05	4,44
Ljepota prirode i krajobraza	4,19	4,18	4,90
Održivi razvoj <i>Cronbach Alfa</i>	0,748	0,724	0,669
Zaštita okoliša	3,98	3,90	4,68
Čistoća destinacije	3,91	3,76	4,45
Upravljanje otpadom	3,87	3,80	4,31
<i>Prosječna ocjena zadovoljstva</i>	3,92	3,82	4,48
Sigurnost u destinaciji	4,09	4,06	4,62
Zabava <i>Cronbach Alfa</i>	0,628	0,636	0,541
Noćni život i zabava	3,54	3,42	3,61
Razumne cijene zabave	3,60	3,29	4,01
<i>Prosječna ocjena zadovoljstva</i>	3,57	3,35	3,81
Raspoloživost rekreacijskih sadržaja	3,61	3,55	3,91
Kupnja <i>Cronbach Alfa</i>	0,831	0,743	0,728
Mogućnost kupnje	3,50	3,26	3,46
Ponuda autohtonih lokalnih suvenira	3,70	3,44	3,82
Prihvatljive cijene u trgovinama	3,82	3,60	4,23
<i>Prosječna ocjena zadovoljstva</i>	3,67	3,43	3,83
Gastronomija i ug. objekti <i>Cronbach Alfa</i>	0,743	0,565	0,737
Ponuda lokalne gastronomije	4,18	4,06	4,42
Kvaliteta usluge u ugostiteljskim objektima	4,14	3,94	4,29
Prihvatljive cijene u ugostiteljskim objektima	4,14	3,83	4,08
<i>Prosječna ocjena zadovoljstva</i>	4,15	3,94	4,26

Smještajni objekti	<i>Cronbach Alfa</i>	0,819	0,564	0,874
Kvaliteta smještajnih objekata		4,26	4,14	4,47
Razina usluge u smještajnim objektima		4,20	3,88	4,32
Prihvatljive cijene smještaja		4,16	3,64	4,32
<i>Prosječna ocjena zadovoljstva</i>		4,20	3,88	4,37
Dostupnost destinacije		4,07	3,59	4,40
Raspoloživost parking mjesta		3,92	3,40	4,43
Označenost atrakcija		4,02	3,62	4,55
Vrijednost za novac		4,20	3,94	4,55
Atmosfera destinacije	<i>Cronbach Alfa</i>	0,786	0,764	0,727
Mirna atmosfera		4,34	4,37	4,83
Opuštajuća okolina		4,60	4,63	4,80
Uzbudljiva sredina		4,39	4,51	4,47
Ugodna atmosfera		4,51	4,71	4,76
Gostoljubivost lokalnog stanovništva		4,48	4,54	4,74
<i>Prosječna ocjena zadovoljstva</i>		4,46	4,55	4,72

Izvor: Istraživanje autora.

Prosječne ocjene zadovoljstva **Dubrovačkim primorjem** kao turističkom destinacijom pokazuju da su ispitanici iskazali najveću razinu zadovoljstva atmosferom destinacije (4,46) i vrijednošću za novac i smještajnim kapacitetima (4,20). Slijedi zadovoljstvo ljepotama prirode i krajobraza (4,19), gastronomijom (4,15) i kulturom (4,14). Putnici su najmanje zadovoljni zabavom (3,57), raspoloživošću rekreacijskih sadržaja (3,619) i kupnjom (3,67). Ukupno zadovoljstvo destinacijom putnici su ocijenili prosječnom ocjenom **4,07**.

Na **otoku Korčuli** putnici su najviše zadovoljni atmosferom u destinaciji (4,55) i ljepotom prirode i krajobraza (4,18). Slijedi zadovoljstvo sigurnošću u destinaciji (4,06), kulturom (4,05) i vrijednošću za novac (3,94). Najmanje zadovoljstvo izrazili su zabavom (3,35), raspoloživošću parkirnih mjesta (3,40), kupnjom (3,43) i dostupnošću destinacije (3,59). Ukupno zadovoljstvo otokom Korčulom kao turističkom destinacijom putnici su ocijenili prosječnom ocjenom **3,90**.

Putnici na **otoku Mljetu** izrazili su najveće zadovoljstvo: ljepotama prirode i krajobraza (4,90), atmosferom destinacije (4,72), sigurnošću u destinaciji (4,62), označenošću atrakcija (4,55), vrijednošću za novac (4,55), održivim razvojem (4,48). U ovoj destinaciji putnici su bili najmanje zadovoljni zabavom (3,81) i mogućnošću kupnje (3,83) te raspoloživošću rekreacijskih sadržaja (3,91). Prosječna ocjena zadovoljstva otokom Mljetom kao turističkom destinacijom je **4,37**.

Tablica 41. Prosječne ocjene za imidž, lojalnost i konkurentnost destinacije

	Dubrovačko primorje	Otok Korčula	Otok Mljet
Imidž destinacije	4,40	4,34	4,64
Preporuka destinacije	4,32	4,40	4,63
Ponovni posjet destinaciji	4,20	4,15	3,97
Konkurentnost destinacije	4,09	4,07	3,56

Izvor: Istraživanje autora.

Prema podacima iz tablice **Dubrovačko primorje** ima pozitivno ocijenjen imidž destinacije s prosječnom ocjenom 4,4. Ut to ide i lojalnost destinaciji, uzimajući u obzir prosječne ocjene preporuke (4,32), i ponovnog posjeta (4,2). Ocjena konkurentnosti (prednost ove destinacije pred drugima je planiran posjet u sjedećem putovanju) je 4,09. **Otok Korčula** također ima pozitivno ocijenjen imidž kao turistička destinacija, te lojalnost destinaciji (prosječna ocjena preporuke destinacije je 4,4, dok je vjerojatnost ponovnog posjeta prosječno 4,15. Konkurentnost je Korčule 4,07. Najbolje je ocijenjen imidž otoka Mljeta kao turističke destinacije (4,64). Preporučili bi ga kao rodbini i prijateljima (4,63). Također je vjerojatnost da će opet posjetiti Mljet 3,97, dok je ocjena konkurentnosti srednja i iznosi 3,56.

Analizom stavova putnika za vrijeme boravka u Dubrovačkom primorju, otoku Korčuli i otoku Mljetu, utvrđena su sljedeća zajednička obilježja prema:

- zadovoljstvu:
 - o *u sve tri destinacije, putnici su srednje zadovoljni i zadovoljni (nema prosječne ocjene manje od 3); najmanje su u sve tri destinacije zadovoljni zabavnim i rekreacijskim sadržajima i kupnjom. Najviše su zadovoljni atmosferom.*
- imidžu:
 - o *za sve tri destinacije imidž je pozitivno ocijenjen (više od 4), s prosječnom ocjenom 4,46;*
- lojalnosti:
 - o *u destinacijama većina putnika bi se ponovno vratila i preporučila bi destinaciju;*
- konkurentnost:
 - o *prosječna ocjena konkurentnosti za ove tri destinacije je 3,9, što pokazuje da će ispitanici pri planiranju sljedećeg putovanja, između ostalih, u obzir uzeti i ovu posjećenu destinaciju.*

2.2.6. Potrošnja putnika

Deskriptivna analiza potrošnje anketiranih putnika pokazuje da se u Dubrovačkom primorju prosječno dnevno troše 67 eura. Prosječna ukupna potrošnja je 1 806 eura. U prosjeku borave 9 dana a potrošnja se u prosjeku odnosi na 3 osobe. Na otoku Korčuli putnici prosječno borave 6 dana i ukupno potroše 1 309 eura. Ukupna potrošnja se u prosjeku odnosi na 3 osobe, iz čega se zaključuje da je prosječna dnevna potrošnja 72 eura. Na otoku Mljetu prosječno dnevno troše kao i na otoku Korčuli – 72 eura, a ukupno potroše 1 727 eura u prosjeku, i to se odnosi prosječno na tri osobe. Prosječno borave u destinaciji 8 dana.

Tablica 42. Potrošnja putnika u eurima

	Dubrovačko primorje	Otok Korčula	Otok Mljet
Prosječna ukupna potrošnja	1 806	1 309	1 727
Prosječan broj osoba na koje se odnosi potrošnja	3	3	3
Prosječan broj dana boravka	9	6	8
Prosječna dnevna potrošnja	67	72	72

Izvor: Istraživanje autora.

Turisti u **Dubrovačkom primorju** prosječno dnevno troše 72 eura. U strukturi dnevne potrošnje najviše troše na smještaj (32,3 eura) i na hranu i piće (14,8 eura), što čini dvije trećine njihove potrošnje. Najmanje se odnosi na kulturu, svega 2,3 eura tj. 3 %. Za razliku od turista, *izletnici* troše gotovo dvostruko manje, tj. 37 eura. U strukturi njihove potrošnje dominiraju troškovi hrane i pića, s 21,4 eurom (58 %) te kupnja i zabava s po 5,8 eura tj. po 16 %. *Izletnici* najmanje troše na kulturu za koju izdvajaju 11 % dnevne potrošnje, tj. svega 3,9 eura.

Prosječna dnevna potrošnja *turista* na **otoku Korčuli** je 64 eura. Dominiraju troškovi smještaja, s 45 % i 28,8 eura. Slijede troškovi za hranu i piće, na koje troše četvrtinu dnevne potrošnje. Na zabavu se potroši 9,2 eura, ili 14 %, dok na kulturu i kupnju podjednako (6 %), tj. po 3,9 eura. Najmanje troše na kategoriju „ostalo“, svega 3 %, ili 2,2 eura. *Izletnici* na otoku Korčuli troše u prosjeku 35 eura dnevno. Više od polovine tog iznosa (55 %) odnosi se na hranu i piće, a gotovo četvrtina na kupnju (23 %, tj. 19,26 eura). Najmanje iznose kultura i zabava (po 11 % dnevno, ili po 3,87 eura).

Na **otoku Mljetu** prosječna dnevna potrošnja *turista* je 76 eura od čega se tri četvrtine odnose na smještaj i hranu i piće (58 eura). Slijedi potrošnja na kupnju (9 %, tj. 6,58 eura) te kategorija „ostalo“ sa 7 %. Najmanje troše na kulturu

(5 %) i na zabavu (3 %). *Izletnici* na otoku Mljetu troše 54,5 eura od čega se dvije trećine odnosi za hranu i piće (66 %, ili 35,8 eura). Slijedi kultura od 5,4 eura, ili 10 % dnevne potrošnje. *Izletnici* najmanje troše na kupnju i kategoriju „ostalo“.

Tablica 43. Struktura prosječne dnevne potrošnje po kategoriji putnika u eurima

	Dubrovačko primorje		Otok Korčula		Otok Mljet	
	Turisti	Izletnici	Turisti	Izletnici	Turisti	Izletnici
Prosječna dnevna potrošnja (ukupno)	72	37	64	35	76	54,5
Smještaj	32,3	–	28,8	–	30,5	–
Hrana i piće	14,8	21,5	16	19,26	27,5	35,8
Kupnja	7,9	5,8	3,9	8	6,58	4,3
Kultura	2,3	3,9	3,9	3,87	3,7	5,4
Zabava	6,7	5,8	9,2	3,87	2,2	4,9
Ostalo*	8	–	2,2	–	5,52	4,1

* Uključuje prijevoz unutar destinacije i sve ostale troškove koji nisu uključeni u naznačene kategorije

Izvor: Istraživanje autora.

Tablica 44. Struktura prosječne dnevne potrošnje u postotku po kategoriji putnika

	Dubrovačko primorje		Otok Korčula		Otok Mljet	
	Turisti	Izletnici	Turisti	Izletnici	Turisti	Izletnici
Prosječna dnevna potrošnja (ukupno)	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Smještaj	45 %	–	45 %	–	40 %	–
Hrana i piće	21 %	58 %	25 %	55 %	36 %	66 %
Kupnja	11 %	16 %	6 %	23 %	9 %	8 %
Kultura	3 %	11 %	6 %	11 %	5 %	10 %
Zabava	9 %	16 %	14 %	11 %	3 %	9 %
Ostalo*	11 %	–	3 %	–	7 %	8 %

Izvor: Istraživanje autora.

U nastavku analize ukrštene su varijable potrošnje i:

- zemlje podrijetla ispitanika,
- dobi ispitanika,
- razine obrazovanja,
- broja posjeta destinaciji,
- vrste smještajnog kapaciteta,
- razine ukupnog zadovoljstva destinacijom.

Rezultati pokazuju da u **Dubrovačkom primorju** putnici iz Švedske

(150 eura), Australije (147 eura) i Velike Britanije (121 euro) prosječno dnevno troše najviše, a u putnici iz Hrvatske (15 eura) i Nizozemske (42 eura) najmanje. Također, analiza pokazuje da najviše troše ispitanici od 26 do 35 godina (109 eura), oni sa završenom visokom školom (105 eura), zatim koji su u prvom posjetu destinaciji (118 eura) te oni koji borave u hotelu 5* (181 euro), te ispitanici koji su zadovoljni destinacijom (115 eura). Najslabiji su potrošači oni od 18 do 25 godina (72 eura), oni koji su posjetili destinaciju više od 5 puta (73 eura), koji borave u kampovima (54 eura) nezadovoljni destinacijom (33 eura).

Na otoku **Korčuli** putnici iz Austrije i Češke prosječno dnevno troše najviše (114 eura), a najmanje Francuzi (36 eura) i Hrvati (59 eura). Uzimajući u obzir dob ispitanika, najviše dnevno potroše oni od 26 do 35 godina (110 eura), a najmanje od 36 do 45 godina (51 euro). Visoko obrazovani putnici prosječno dnevno troše najviše (88 eura), a srednje obrazovani 37 eura. Ispitanici koji su Korčulu posjetili drugi put, dnevno potroše najviše (91 euro), a oni s tri do pet posjeta destinaciji najmanje (60 eura). Najviše dnevno potroše ispitanici boraveći u hotelu s 5* (137 eura), a najmanje u kampu (62 eura). Na Korčuli najviše dnevno troše ispitanici zadovoljni posjećenom destinacijom (82 eura).

Na otoku **Mljetu** putnici iz Sjedinjenih Američkih Država prosječno dnevno troše najviše (186 eura), potom Australci (138 eura) i Rusi (128 eura). S druge strane, najmanje putnici iz Poljske (46 eura) i iz Hrvatske 55 eura. Najviše dnevno troše ispitanici između 26 i 35 godina (101 euro), a najmanje oni najmlađi, od 18 do 25 godina (70 eura). Visokoobrazovani ispitanici i oni koji su Mljet posjetili više od pet puta najviše dnevno potroše. Također, ispitanici u hotelu dnevno troše najviše 99 eura, a oni u kampu najmanje (57 eura). Putnici zadovoljni posjetom destinaciji potroše najviše (92 eura) dok nezadovoljni troše 37 eura.

Analizom potrošnje anketiranih putnika za vrijeme boravka u Dubrovačkom primorju, na otoku Korčuli i otoku Mljetu, utvrđena su sljedeća zajednička obilježja:

- najviše prosječno dnevno troše putnici:
 - o između 26 i 35 godina,
 - o sa završenom visokom školom,
 - o koji borave u hotelima,
 - o koji su zadovoljni destinacijom;
- u sve tri destinacije najmanje prosječno dnevno troše putnici:
 - o iz Hrvatske,
 - o koji borave u kampovima,
 - o koji su nezadovoljni.

3. Istraživanje stavova dionika

3.1. Prethodna istraživanja o stanju kulturno–turističke ponude i potražnje u Republici Hrvatskoj

Kao relevantan i reprezentativan temelj za usporedbu rezultata provedenih primarnih istraživanja daje se osvrt na njihove rezultate u okviru Akcijskog plana razvoja kulturnog turizma. Akcijski plan bio je nastavak planiranih aktivnosti na realizaciji Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. Godine, te nastavak sustavnog razvoja kulturno–turističke ponude Hrvatske. Prema odrednicama Strategije razvoja turizma RH do 2020., kulturni je turizam, prema kriteriju atraktivnosti, uvršten u potencijalno vodeće proizvode hrvatske turističke ponude, a cilj je Akcijskom planu bio uspostaviti zajedničku razvojnu platformu i usuglasiti djelovanje glavnih dionika relevantnih za razvoj kulturnog turizma u Hrvatskoj.

U trećem dijelu Akcijskog plana kulturnog turizma analiziralo se stanje kulturno–turističke ponude i potražnje u Republici Hrvatskoj, pa su se rezimirali rezultati provedenih primarnih istraživanja iz kojih su vidljivi stavovi javnoga, turističkoga i kulturnog sektora. Za potrebe izrade Akcijskog plana istraženi su stavovi dionika prema relevantnoj problematici. Stavovi su utvrđeni poradi identifikacije broja i karaktera projekata u kulturi koji su se provodili u Hrvatskoj u svrhu razvoja turističke ponude, uloge kulturnih resursa u kreiranju turističkog identiteta, identificiranja uskih grla kulturno–turističkoj ponudi i stupnja podrške za aktivnosti i programe kojima se može potaknuti razvoj kulturnog turizma.

Anketnim istraživanjem bili su obuhvaćeni predstavnici javnog sektora, turističkog sustava i institucija u kulturi. U tom smislu, predstavnike javnog sektora činile su županije, općine i gradovi, dok su sustavom turističkih zajednica bile obuhvaćene turističke zajednice županija, gradova i općina. U trećem segmentu, institucijama u kulturi, istraživanje se usmjerilo na muzeje, galerije, arhive, knjižnice, konzervatorske odjele i umjetničke organizacije. Provedena su tri istraživanja provedena u razdoblju od 15. rujna do 10. listopada 2014. kako bi se produbile spoznaje dobivene anketnim istraživanjem; provedena je i fokus grupa na kojoj su sudjelovali predstavnici relevantnih ministarstava, vodećih muzejskih institucija, predstavnici strukovnih organizacija i kreativnih industrija.

Stavovi javnoga, kulturnog sektora i turizma upućuju na određene sličnosti, ali i razlike s obzirom na stanje kulturno–turističke ponude i potražnje u Republici Hrvatskoj. Javni sektor, tj. predstavnici županija, gradova i općina, postojeću su suradnju s institucijama u kulturi i s turizmom ocijenili relativno dobrom. Ipak, za otprilike jednu četvrtinu predstavnika javnog sektora ta suradnja nije na zadovoljavajućoj razini. Većina se izjasnila da su kulturni resursi koje posjeduju ključni u kreiranju njihova turističkog identiteta, te tri četvrtine trenutno vode projekte u funkciji unaprjeđenja turističke ponude kroz razvoj kulturnih resursa i sadržaja. Ipak, to se uglavnom događa stihijski, s obzirom na to da tek trećina posjeduje planove turističkog razvoja, koji je uglavnom integriran u opće razvojne planove.

Unatoč tomu što većina dionika javnog sektora smatra suradnju s kulturom i turizmom relativno dobrom, istodobno je upravo nedostatna suradnja dionika iz kulture i turizma identificirana kao najveći nedostatak u daljnjem razvoju kulturno–turističke ponude. Uz izostanak suradnje dionika iz kulture i turizma, ostali se nedostaci u razvoju odnose na reduciranu promociju, nedostatnu učinkovitost postojećeg modela upravljanja kulturnim resursima, te neadekvatno čuvanje/zaštitu kulturnih resursa i nedostatak identifikacije povijesnih/kulturnih resursa.

U smislu prioriteta u daljnjem razvoju kulturnog turizma većina predstavnika javnog sektora preferira: ulaganja u programe oživljavanja povijesti kao dijela turističke ponude, promociju kulturnog turizma, ulaganja u restauraciju objekata materijalne kulturne baštine, razvoj festivala i događaja, poticanje razvoja privatnog poduzetništva u kulturi i sustavnu inventarizaciju resursa za kulturni turizam kao uvjet da bi se oblikovali složeni kulturno–turistički proizvodi. Uz to, predstavnici javnog sektora, u nešto manjem opsegu, ističu i udruživanje u partnerstva i izgradnju centara za posjetitelje.

Za razliku od javnog sektora, stavovi predstavnika kulture i turizma upućuju na to da je tek manji broj zadovoljan razinom integracije kulturnih resursa u turističku ponudu, i to uglavnom u turizam. Za razliku od njega, predstavnici kulturnog sektora nezadovoljniji su stupnjem integracije, što otvara pitanje jesu li iz kulturno–turističkog razvoja izostavljeni potencijalno vrijedni kulturni resursi/programi, ili pak kulturni sektor precjenjuje turističku atraktivnost resursa kojima upravljaju. Te razlike između kulture i turizma očituju se i kad je u pitanju kvaliteta suradnje. Većina turističkih zajednica (71 %) tu je suradnju ocijenilo dobrom, vrlo dobrom ili izvrsnom, dok je tako procjenjuje svega 37 % predstavnika u kulturnom sektoru.

Poput dionika javnog sektora, i u kulturi i turizmu ističu da su ključni nedostaci u razvoju kulturnog turizma – manjak svijesti o turističkim potencijalima kulturnih resursa, nedostatna suradnja, reducirana promocija i nedostatna učinkovitost postojećeg modela upravljanja. Pri tome, veće prepreke u razvoju kulturnog turizma prepoznaju dionici u kulturnome, nego oni u turizmu, posebice povezano sa stupanjem svijesti o turističkim potencijalima kulturnih resursa, te nedostatak suradnje i promocije.

Poput javnog sektora, kad su u pitanju prioritetni kulturno–turistički proizvodi, turizam preferira programe oživljavanja povijesti, izgradnju centara za posjetitelje, razvoj festivala i događaja, uz tematske ceste/rute. Za razliku od navedenih preferencija i prioriteta turizma, kulturni sektor manje daju podršku tim proizvodima. Za razliku turizma, predstavnici kulturnog sektora spremnije podržavaju ulaganje u suvremenu kulturnu produkciju i kreativne radionice.

Slično stavovima javnog sektora i u skladu s prepoznatim ograničenjima i uskim grlima u razvoju kulturnog turizma, predstavnici kulture i turizma suglasni su da bi se trebalo više ulagati u promociju, revitalizaciju i privatno poduzetništvo u kulturi. Udruživanje u partnerstva prioritet je za kulturni sektor, ali mnogo manje za turizam, dok kod inventarizacije resursa kulturnog turizma i edukacije dionika postoji konsenzus, ali tek trećina predstavnika oba sektora ove inicijative drži prioritetnima.

Uz istraživanja stavova dionika treba uzeti i rezultate fokus grupe, na kojoj su sudjelovali predstavnici relevantnih ministarstava, vodećih muzejskih institucija, predstavnici strukovnih organizacija te kreativnih industrija. Između ostaloga, naglasak je stavljen na potrebu definiranja prioriteta/ snažnih kulturnih resursa na nacionalnoj razini, ali i status resursa/atrakcija koji su danas „srednje“ ili „manje“ vidljivi, a mogu postati prepoznatljivi. U vezi s tim, naglašena je i potreba razvijanja kriterija za evaluaciju turističke atraktivnosti kulturnih resursa. Istaknuta je i važnost edukacije na svim razinama, koja bi pridonijela jačanju suradnje kulture i turizma uz kontinuiran rad na kvaliteti ponude cijele destinacije koja integrirano povezuje proizvode te kulturne resurse „uvezuje“ u cjelokupnu ponudu. Pri tome je od velike važnosti povezivanje u klastere, zatim spajanje u mrežu turističkih proizvoda koji postoje u široj regiji i povezuju više zemalja, te stvaranje partnerstva prelazeći administrativne granice kad je riječ o temi/proizvodu koji povezuju više kulturnih resursa u rute/puteve.

3.2. Ciljevi istraživanja

Glavni ciljevi ovog istraživanja odnose se na ova područja:

1. doprinos kulturnih resursa u kreiranju turističkog proizvoda,
2. integriranost kulturne baštine u turističku ponudu, uključujući analizu strukture baštinskih resursa u vlastitoj poslovnoj aktivnosti obrtnika,
3. definiranje barijera i podrške u integriranju kulturne baštine u turističku ponudu.

Poradi lakše procjene doprinosa kulturnih resursa u kreiranju turističkog doprinosa, razgraničavaju se sljedeći podciljevi kao ključna ocjenska područja u funkciji realizacije prvoga glavnog cilja, ovisno o razini angažmana i nadležnosti izvještajnih jedinica:

1. pojedinačni doprinos resursa i atrakcija definiran kroz razinu njihove atraktivnosti i mogućnosti za valorizaciju – okosnica za konkurentnost sva tri područja,
2. ocjena tržišne spremnosti razvojnih baštinskih resursa,
3. razina zastupljenosti u strukturi razvojnih potencijala kategorije kulturno-povijesne baštine s jasno definiranim elementima – potencijalima materijalne sakralne i svjetovne baštine te nematerijalne baštine,
4. zastupljenost elemenata kulturne baštine u ponudi dionika u sva tri klastera,
5. razina zanimanja posjetitelja za kulturnu baštinu.

Podciljevi kao ključni odgovori na pitanje drugoga glavnog cilja u ocjeni razine integriranosti kulturne baštine u turističku ponudu, definiraju se poput:

1. ocjene uloge kulturne djelatnosti u vlastitoj djelatnosti,
2. ocjene postojećeg razvoja turističke ponude i koordinacije aktivnosti s drugim tijelima na razini dionika uprave i strukovnih organizacija,
3. intenziteta povezanosti istraživanih područja s drugim destinacijama,
4. analize promotivnih aktivnosti koje uključuju baštinu s obzirom na angažman medija, događaja ili konkretnog subjekta ponude/posrednika.

Na razini angažmana i nadležnosti izvještajnih jedinica, treći glavni cilj kojim se definiraju barijere i podrške u integriranju kulturne baštine u turističku ponudu uključuje razradu i klasifikaciju u okviru:

1. definiranja prepreka u integraciji kulturne baštine u turističku ponudu prema mišljenju obrtnika koji djeluju ukupno za sva tri područja i pojedinačno,
2. definiranja poticajnih čimbenika u integraciji kulturne baštine u turističku ponudu prema mišljenju obrtnika koji djeluju ukupno u sva tri područja i pojedinačno.

3.3. Metodologija istraživanja

3.3.1. Uzorak obrtnika

Kako bi se istražio doprinos kulturnih resursa u kreiranju turističkog proizvoda i vlastite poslovne aktivnosti obrtnika te ocijenila integriranost kulturne baštine u turističkoj ponudi obrtnika (OPG, obrtnici) u razdoblju srpnja i kolovoza 2017. provedeno je empirijsko istraživanje metodom ispitivanja uz pomoć anketnog upitnika na uzorku obrtnika pojedinaca, poduzetnika na području Dubrovačkog primorja, Korčule i Mljeta. Za potrebe istaknutog istraživanja, za elementarnu jedinicu koja se bira u uzorak definirana je poslovna jedinica od koje su dobiveni podaci.

Kao okvir izbora za predmetno istraživanje koji obično uključuje popise, baze podataka i liste, koristilo se bazom popisa jedinica na temelju liste kontakata koji su registrirani i posluju na području Dubrovačkog primorja, Korčule i Mljeta. S naglaskom na prostorni obuhvat istraživanja pri razgraničenju dionika, kriterij odabira bila je pretežna djelatnost koncentrirana u domeni tradicionalne proizvodnje i usluga kojima je primarna djelatnost upravo njihova aktivnost. Ispitanici su osobe upućene u sve aspekte poslovanja, dakle obrtnik pojedinac, poduzetnik, OPG. Podatci koji su obrađivani, dobiveni su iz uzorka ciljane populacije definirane izvještajnim jedinicama (kvalitativne naravi – od nadležne osobe).

Provedeno je empirijsko istraživanje na uzorku od 37 ispitanika. Prije toga provjeravano je bave li se trgovačka društva uistinu istaknutom proizvodnjom i uslugama kao svojim glavnim djelatnostima jer je zapaženo kako često trgovačka društva kao svoju glavnu djelatnost imaju neku drugu umjesto one za koju su primarno registrirani pri trgovačkom sudu.

U namjeri da se potakne njihov angažman i suradnja u istraživanju, a kako bi se provjerila primarna djelatnost i spremnost za sudjelovanje u

istraživanju, ispitanici su prvo telefonski kontaktirani, a potom elektroničkom poštom (za postojeće). Kao rezultat realizirana je stopa odaziva od 41 %, prihvatljiva za ovaj tip istraživanja.

Istraživački upitnik sastoji se od četiri skupine pitanja:

1. Temeljni podatci o subjektu, području poslovanja i načinu njegove organizacije sa specifičnostima, lokacijom poslovnog subjekta, temeljnom djelatnošću poslovanja i prosječnim brojem zaposlenika (4 pitanja).
2. Uloga kulturnih resursa u kreiranju turističkog proizvoda s naglaskom na definiranju glavne konkurentske prednosti destinacije i razine integriranosti elemenata kulturne baštine u poslovni potencijal (4 pitanja).
3. Uloga kulturnih resursa u poslovnoj aktivnosti jedinica (5 pitanja).
4. Raščlamba barijera i podrški integriranju kulturne baštine u turističku ponudu (2 pitanja).

Pitanja su postavljena na tri moguća načina:

1. pitanja otvorenog tipa,
2. pitanja zatvorenog tipa s mogućnošću izbora jednoga ili više unaprijed zadanih odgovora kategorijalnog tipa, i
3. pitanja zatvorenog tipa s iskazivanjem slaganja s unaprijed zadanim tvrdnjama uz uporabu Likertove skale.

Provedeno je pilot testiranje upitnika kojim je utvrđen optimalan broj pitanja kako bi se postigla što veća koncentracija ispitanika uz prikupljanje odgovarajućeg broja podataka u što kraćem vremenu. Pitanja su posebno pojednostavljena kako bi anketa bila jasnija ispitanicima, ali uz zadržavanje potrebne razine složenosti poradi nedvosmislenosti u razumijevanju pitanja. Unos i obrada ankete provedena je primjenom statističkog paketa SPSS ver. 18. i PHStat Ver. 2, pri čemu su korištene metode deskriptivne statistike.

3.3.2. Uzorak lokalni i regionalni dionici

Također, provedeno je empirijsko istraživanje na uzorku dionika uprave na lokalnoj i regionalnoj razini Dubrovačkog primorja, Korčule i Mljeta. Kao okvir izbora za predmetno istraživanje koji uključuje baze podataka, rabljena je baza popisa jedinica temeljem liste kontakata koji su registrirani i posluju na području Dubrovačkog primorja, Korčule i Mljeta. S naglaskom na prostorni obuhvat istraživanja pri razgraničenju dionika kriterij odabira jedinica podrazumijeva aktivnosti koncentrirane na: promicanje i zaštitu kulture, obrazovanja, znanosti, prostornog

uređenja, lokalnog razvoja. Popis jedinica na uzorku dionika na lokalnoj i regionalnoj razini za područje Dubrovačkog primorja, Korčule i Mljeta uključuje: upravne odjele, konzervatorske odjele, zavod za prostorno uređenje Županije na regionalnoj razini, udruge civilnog društva – lokalna razina, zatim Hrvatsku gospodarsku komoru (HGK), turističke zajednice (TZ) sva tri lokalna područja, te gradova Korčule, Smokvice, Mljeta, Dubrovačkog primorja, TZ Dubrovačko – neretvanske županije – regionalna razina, uz lokalna profesionalna udruženja, lokalne razvojne agencije, lokalne umjetničke udruge, lokalna društva prijatelja zavičaja i starine kao neformalne udruge i lokalna kulturno – umjetnička društva.

U razdoblju prosinca 2017. i siječnja 2018. provedeno je empirijsko istraživanje na uzorku od 23 dionika za sva tri područja čiju reprezentativnost odgovora definiraju ispitanici – nadležne odgovorne osobe poslovnog subjekta kompetentne za područja javnog, turizma i kulture. Realizirana je stopa odaziva od 70 %, prihvatljiva za ovaj tip istraživanja.

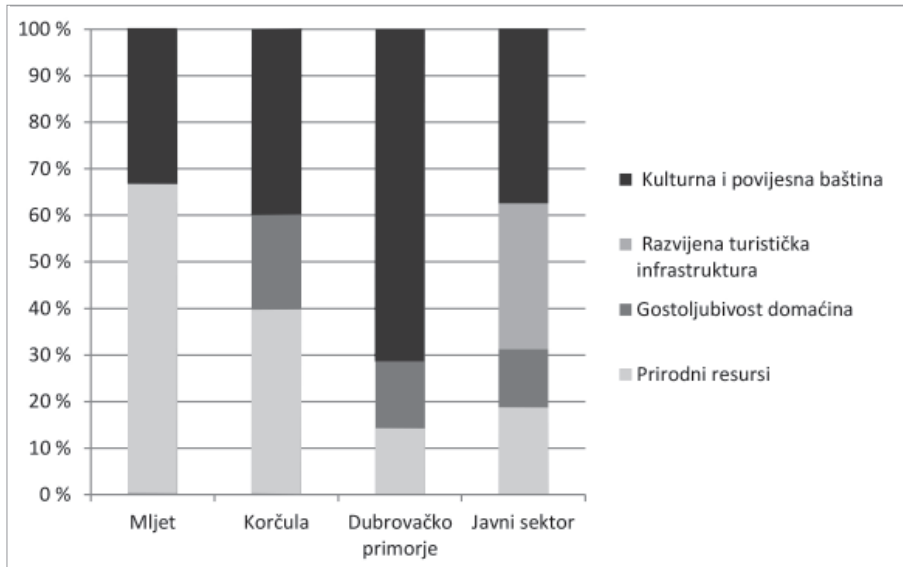
Istraživački upitnik sastoji se od tri skupine pitanja povezanih:

1. temeljne podatke o subjektu, području poslovanja i lokaciji poslovnog subjekta, profilu ispitanika, počevši od demografskoga profila dobi, spola stručne spreme i godine staža (6 pitanja);
2. ulogu kulturnih resursa u kreiranju turističkog proizvoda s naglaskom na definiranju glavne konkurentske prednosti destinacije, ocjenu razvojnih potencijala i tržišnu spremnost elemenata kulturne baštine (4 pitanja);
3. stavove prema integriranju kulturne baštine u turističku ponudu s naglaskom na zadovoljstvo razinom integracije, rangiranje prepreka i poticaja integriranja kulturne baštine u turističku ponudu, te prioriteta u razvoju kulturno–turističkog proizvoda (4 pitanja).

Pitanja su postavljena na tri moguća načina: a) pitanja otvorenog tipa, b) pitanja zatvorenog tipa s mogućnošću izbora jednoga ili više unaprijed zadanih odgovora kategorijalnog tipa i c) pitanja zatvorenog tipa s iskazivanjem slaganja s unaprijed zadanim tvrdnjama uz uporabu Likertove skale.

Provedeno je pilot-testiranje upitnika, kojim je utvrđen optimalan broj pitanja kako bi se postigla što veća koncentracija ispitanika uz prikupljanje odgovarajućeg broja podataka u što kraćem vremenu. Pitanja su posebno pojednostavljena da bi anketa bila jasnija ispitanicima, ali uz zadržavanje potrebne razine složenosti koja omogućuje nedvosmisleno razumijevanje pitanja. Unos i obrada ankete provedena je primjenom statističkog paketa SPSS ver. 18. i PHStat Ver. 2, pri čemu su korištene metode deskriptivne statistike.

3.4. Rezultati istraživanja

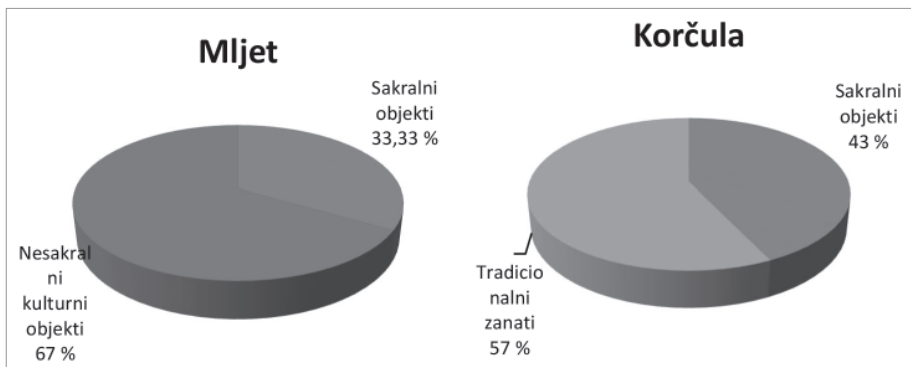


Grafikon 21. Glavna konkurentna prednost destinacije

Izvor: Obrada autora.

Prema rezultatima istraživanja razvidna je glavna konkurentna prednost otoka Mljeta usmjerena na prirodne resurse, po mišljenju 68 % ispitanika, i na kulturnu i povijesnu baštinu, prema mišljenju 32 % ispitanika. Činitelji konkurentne prednosti Korčule su prirodni resursi, po mišljenju 40 % ispitanika, kulturna i povijesna baština, prema stavu 40 % ispitanika te gostoljubivost domaćina, prema mišljenju 20 % ispitanika. Kada se analiziraju rezultati istraživanja za Dubrovačko primorje, očito je da se najveći broj ispitanika odlučio za kulturnu i povijesnu baštinu, njih 69 %, potom za gostoljubivost domaćina, njih 14 % i prirodne resurse, njih 13 %. Ispitanici u javnom sektoru smatraju da su najvažniji činitelji konkurentne prednosti kulturna i povijesna baština i razvijenost turističke infrastrukture, a manju važnost imaju prirodni resursi i gostoljubivost domaćina.

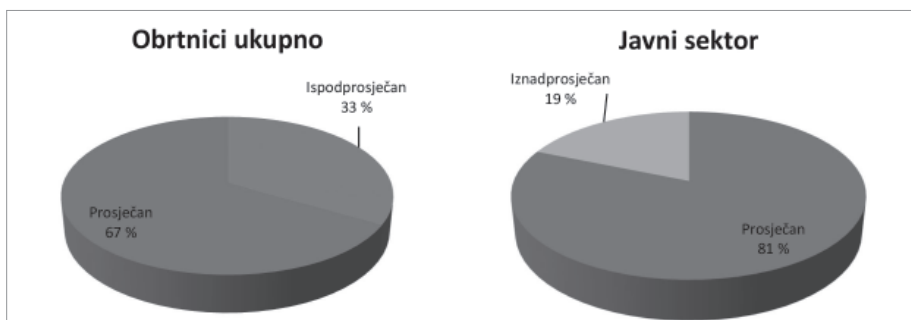
Prema rezultatima istraživanja na uzorku obrtnika jasno je da su oni u potpunosti upoznati s kulturnom baštinom.



Grafikon 22. Potencijal kulturne baštine

Izvor: Obrada autora.

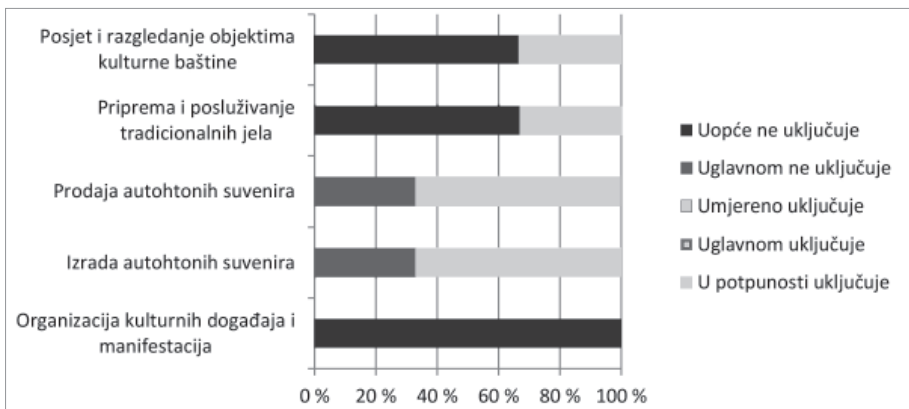
Ako se analiziraju kulturni resursi, prema mišljenju ispitanika za otok Mljet 33 % potencijala pripada sakralnim objektima, a svjetovnim 67 %. Na otoku Korčuli sakralni objekti čine 43 % potencijala, a preostalih 57 % pripada tradicionalnim obrtima, dok u Dubrovačkom primorju 60 % potencijala pripada sakralnim, i 20 % svjetovnim objektima, te 20 % tradicionalnim obrtima. Prema mišljenju obrtnika sakralni objekti čine 47 % potencijala, 33 % tradicionalni zanati, a 20 % potencijala se odnosi na svjetovne i kulturne objekte.



Grafikon 23. Zanimanje posjetitelja za kulturnu baštinu

Izvor: Obrada autora.

Prema mišljenju ispitanika u javnom sektoru, za njih 81 %, interes posjetitelja za kulturnu baštinu je prosječan, dok njih 9 % smatra da je iznadprosječan. Prema mišljenju 67 % obrtnika interes posjetitelja za kulturnu baštinu je prosječan, dok njih 33 % tvrdi da je ispodprosječan.

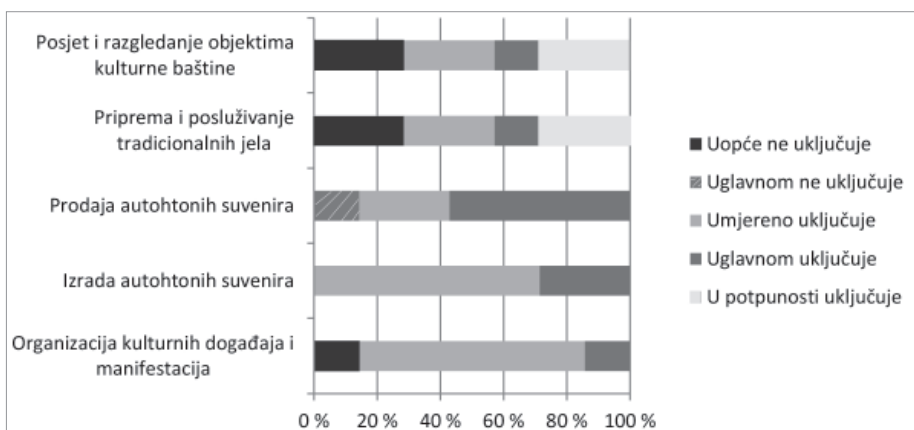


Grafikon 24. Elementi kulturne baštine u ponudi mljetskih obrtnika

Izvor: Obrada autora.

Prema stavovima svih ispitanika u ponudi obrtnika na području otoka Mljeta nije uopće uključena organizacija kulturnih događaja i manifestacija, a 63 % ispitanika misli da ponuda ne uključuje ni posjet i razgledanje objekata kulturne baštine, te pripremu i posluživanje tradicionalnih jela. S udjelom od 73 % zastupljeni su stavovi da je prodaja i izrada autohtonih suvenira u potpunosti uključena u ponudu.

Mišljenje ispitanika na uzorku obrtnika koji posluju na području otoka Korčule, o posjetu i razgledanju objekata kulturne baštine kao elementu kulturne ponude, podijeljeno je. S udjelom od 41 % zastupljeni su stavovi da se element kulturne baštine uglavnom u potpunosti uključuje, dok nešto manji dio, 30 % drži da je to umjereno uključeno, a 29 % da taj element uopće nije uključen u ponudu.

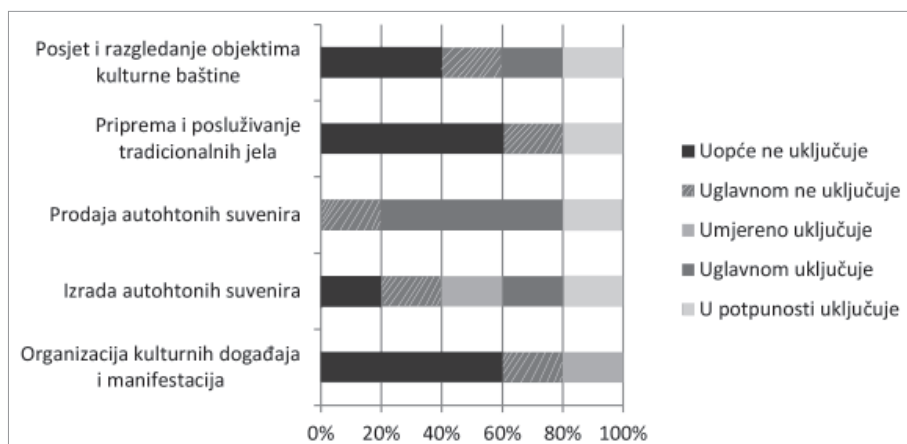


Grafikon 25. Elementi kulturne baštine u ponudi korčulanskih obrtnika

Izvor: Obrada autora.

Isti stavovi zastupljeni su u pogledu uključenosti pripreme i posluživanje tradicionalnih jela kao elementa kulturne baštine. Njih 59 % misli da je prodaja autohtonih suvenirâ uglavnom uključena, 23 % njih umjereno uključena, a 18 % da uglavnom nije uključena u ponudu korčulanskih obrtnika. Najveći dio obrtnika s područja otoka Korčule, njih 72 %, smatra da je izrada autohtonih suvenirâ umjereno uključena u njihovoj ponudi, dok preostali smatraju da je uglavnom uključena. Organizaciju kulturnih događaja i manifestacija smatraju elementom kulturne baštine koja je umjereno uključena, prema najvećem broju ispitanih obrtnika s otoka Korčule.

Ako se analiziraju rezultati istraživanja koji se odnose na elemente kulturne baštine Dubrovačkog primorja i njihovu uključenost u ponudi obrtnika, razvidno je da ispitanici imaju podijeljeno mišljenje u pogledu elementa posjet i razgledanje kulturne baštine. S udjelom od 40 % obrtnika koji su mišljenja da se uopće ne uključuje u ponudu, a 20 % da se uglavnom ne uključuje, dok su s istim udjelima od po 20 % zastupljeni oni koji smatraju da je to uglavnom i u potpunosti uključeno u njihovoj ponudi.

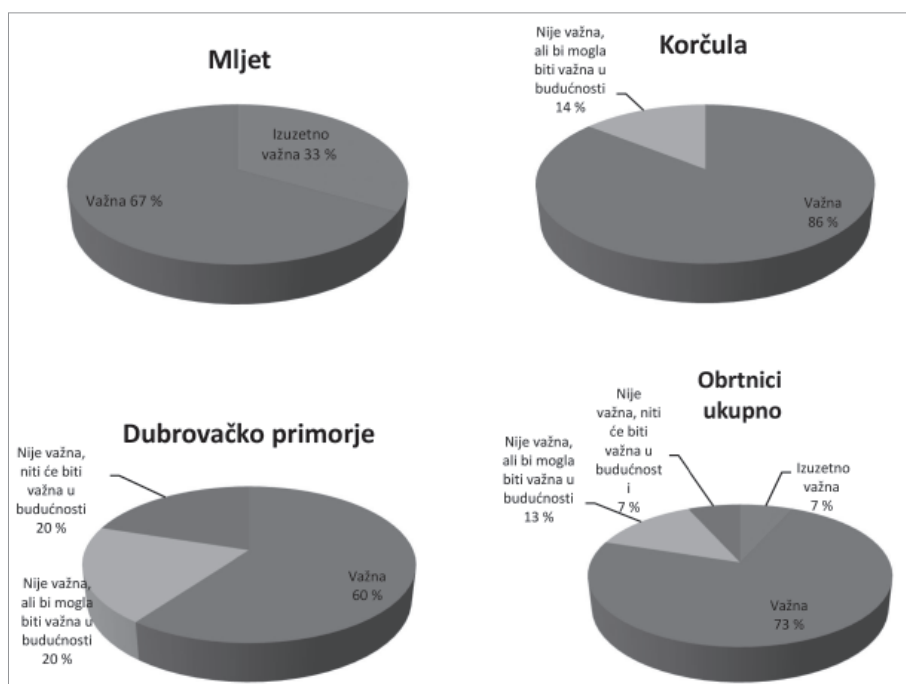


Grafikon 26. Elementi kulturne baštine u ponudi obrtnika Dubrovačkog primorja
Izvor: Obrada autora.

Priprema i posluživanje tradicionalnih jela nije uopće uključena u njihovoj ponudi prema stavovima 60 % ispitanika, 20 % misli da uglavnom nije uključeno, a samo 20 % da je u potpunosti uključeno u ponudu. Prodaja autohtonih suvenirâ prema mišljenju 60 % ispitanika uglavnom je uključena u njihovoj ponudi, 20 % da je u potpunosti uključena, a samo 20 % misli da uglavnom nije uključena. Mišljenje ispitanika u pogledu izradbe autohtonih

suvenira se razlikuje, pa 40 % njih smatra da je to uglavnom i u potpunosti uključeno u njihovoj ponudi, 20 % da je umjereno uključeno, a 40 % je mišljenja da se to uglavnom ili uopće ne uključuje u ponudi.

S najvećim udjelom zastupljeni su obrtnici koji misle da se organizaciju kulturnih događaja i manifestacija uopće ne uključuju u njihovoj ponudi, 20 % njih da se uglavnom ne uključuje, a 20 % da je donekle uključeno u ponudu obrtnika Dubrovačkog primorja.

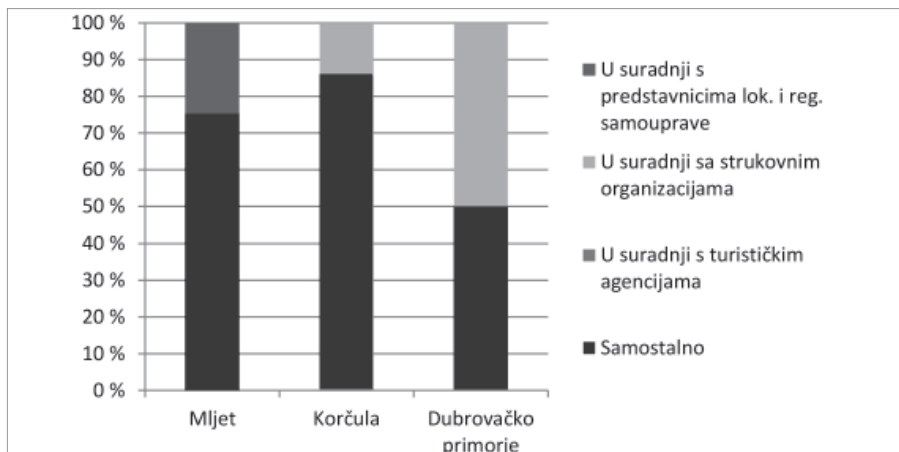


Grafikon 27. Važnost kulturne baštine za vlastitu djelatnost

Izvor: Obrada autora.

Svi ispitanici na otoku Mljetu smatraju da kulturna baština ima važnost u njihovu poslovanju, pri čemu njih 33 % da je iznimno važna. Njih 86 % smatra kulturnu baštinu važnim elementom u poslovanju, dok 14 % smatra da nije važna, ali bi mogla biti u budućnosti. Ako se analiziraju stavovi ispitanika na području Dubrovačkog primorja razvidno je da 60 % smatra kulturnu baštinu važnom u njihovom poslovanju, za 20 % ona nije važna, niti će to biti u budućnosti, dok 20 % misli da nije važna, ali bi mogla biti u budućnosti. Prema općem mišljenju svih obrtnika, njih 73 % smatra kulturnu baštinu važnom za njihovu

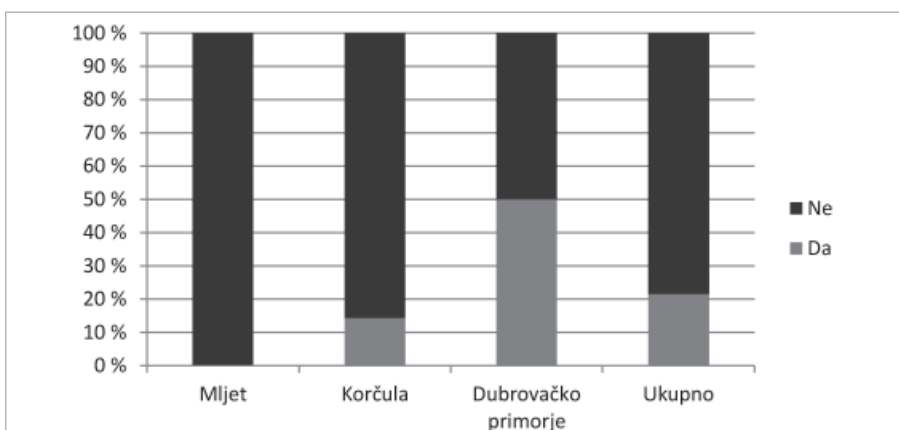
vlastitu djelatnost, 7 % izuzetno važnom, a 13 % da nije važna, ali bi mogla biti u budućnosti, dok za 7 % ona trenutno nije važna i neće biti ni u budućnosti.



Grafikon 28. Razvoj turističke ponude

Izvor: Obrada autora.

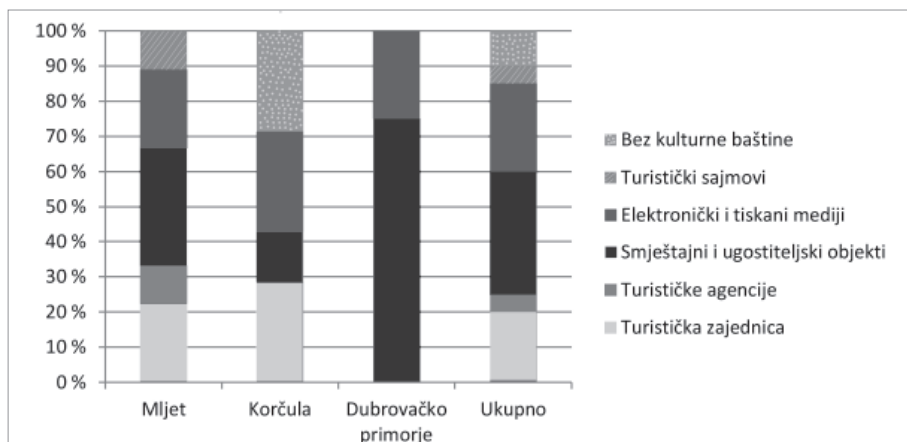
Prema mišljenju ispitanika na otoku Mljetu razvoj turističke ponude treba biti najvećim dijelom samostalan, a potom u suradnji s predstavnicima lokalne i regionalne samouprave. Ispitanici na otoku Korčuli također najvećim dijelom tako misle, a manjim dijelom u suradnji sa strukovnim organizacijama. Prema mišljenju ispitanika na području Dubrovačkog primorja o razvoju turističke ponude podjednako ih je za samostalnost i za suradnju sa strukovnim organizacijama.



Grafikon 29. Povezanost s drugim destinacijama

Izvor: Obrada autora.

Svi ispitanici na području Mljeta smatraju da ne treba povezanost s drugim destinacijama, dok na otoku Korčuli njih 13 % misli da treba biti povezanosti, a njih 87 % da nije potrebna. Prema mišljenju ispitanika u Dubrovačkom primorju 50 % ispitanih misli da je povezanost potrebna, a 50 % da nije. Kada se analiziraju stavovi svih ispitanika zajedno, razvidno je da prevladava stav da povezanost nije potrebna, njih 79 %.

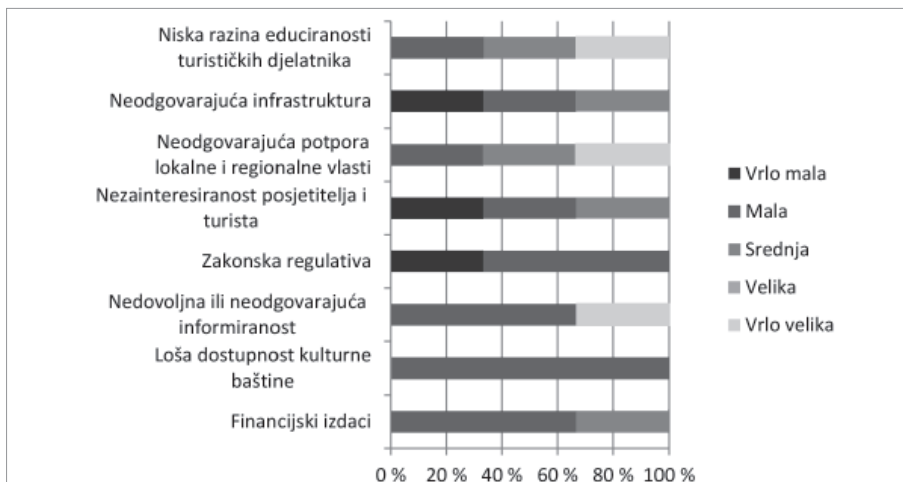


Grafikon 30. Promocija kulturne baštine

Izvor: Obrada autora.

Prema mišljenju ispitanika na Mljetu promocija kulturne baštine odvija se najvećim dijelom u smještajnim i ugostiteljskim objektima, potom u turističkim zajednicama i preko elektroničkih i tiskanih medija, dok su manje u tome zastupljeni sajmovi i turističke agencije. Ispitanicima na Korčuli podjednako je zastupljena promocija preko turističke zajednice i elektroničkih i tiskanih medija, a potom manjeu smještajnim i ugostiteljskim objektima. Potrebno je napomenuti da oko 30 % ispitanih misli da promocija uopće ne uključuje kulturnu baštinu, što se može smatrati značajnim udjelom ispitanika.

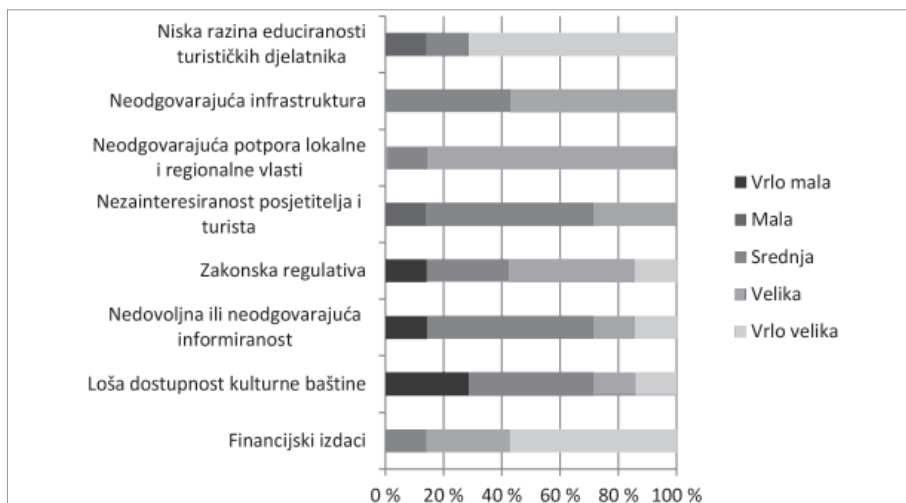
Ako se analiziraju promotivne aktivnosti koje uključuju kulturnu baštinu na području Dubrovačkog primorja razvidno je da najveći broj ispitanika, njih 74 %, smatra da se promocija odvija u smještajnim i ugostiteljskim objektima, a njih 26 % pomoću elektroničkih i tiskanih medija. Prema općem stavu ispitanika promocija kulturne baštine se najviše odvija u smještajnim i ugostiteljskim objektima, potom dolaze turističke zajednice i elektronički i tiskani mediji, dok su manje zastupljeni turistički sajmovi i turističke agencije, kao i onaj dio kulturne baštine koji se uopće ne promovira.



Grafikon 31. Prepreke integraciji kulturne baštine u turističku ponudu prema mišljenju mljetskih obrtnika

Izvor: Obrada autora.

Osnovne prepreke integraciji kulturne baštine u turističku ponudu prema mišljenju mljetskih obrtnika niska je razina educiranosti turističkih djelatnika i neodgovarajuća potpora lokalnih vlasti.

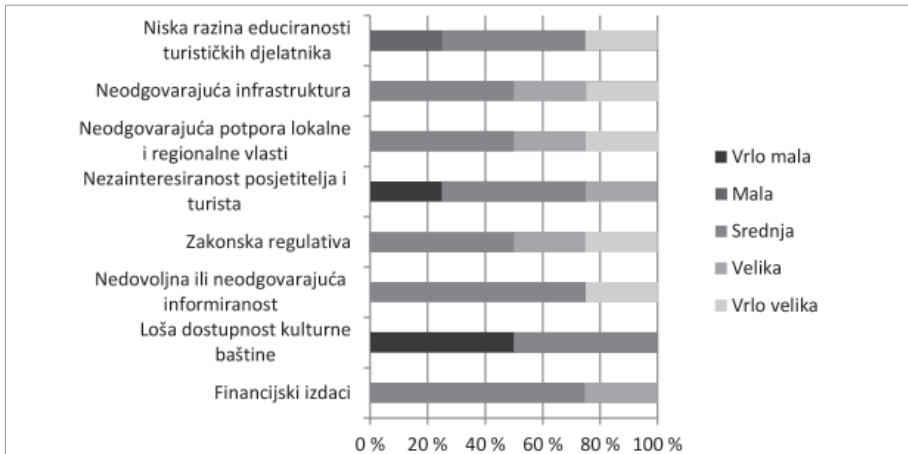


Grafikon 32. Prepreke integraciji kulturne baštine u turističku ponudu prema mišljenju korčulanskih obrtnika

Izvor: Obrada autora.

Osnovne prepreke integraciji kulturne baštine u turističku ponudu prema mišljenju korčulanskih obrtnika su niska razina educiranosti turističkih

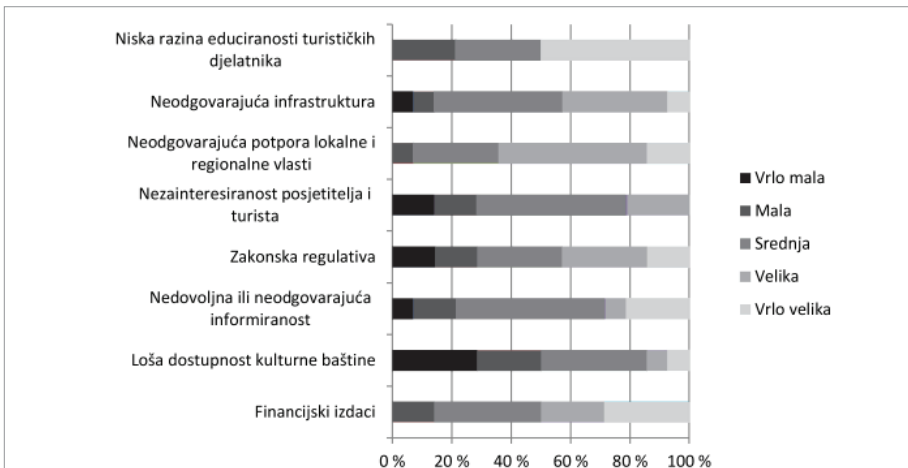
djelatnika, financijski izdatci i neodgovarajuća potpora lokalne i regionalne vlasti, a potom slijedi neodgovarajuća infrastruktura i zakonska legislativa.



Grafikon 33. Prepreke integraciji kulturne baštine u turističku ponudu prema mišljenju obrtnika Dubrovačkog primorja

Izvor: Obrada autora.

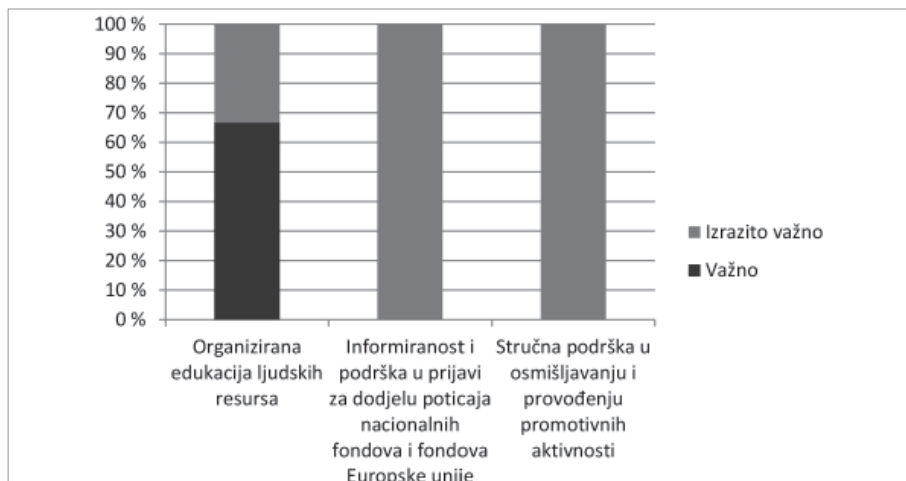
Osnovne prepreke integraciji kulturne baštine u turističku ponudu prema mišljenju obrtnika s područja Dubrovačkog primorja su neodgovarajuća infrastruktura, neodgovarajuća potpora lokalne i regionalne vlasti te zakonska legislativa, a potom slijede nezainteresiranost turista, niska razina educiranosti turističkih djelatnika i financijski izdatci.



Grafikon 34. Prepreke integraciji kulturne baštine u turističku ponudu prema ukupnom mišljenju obrtnika

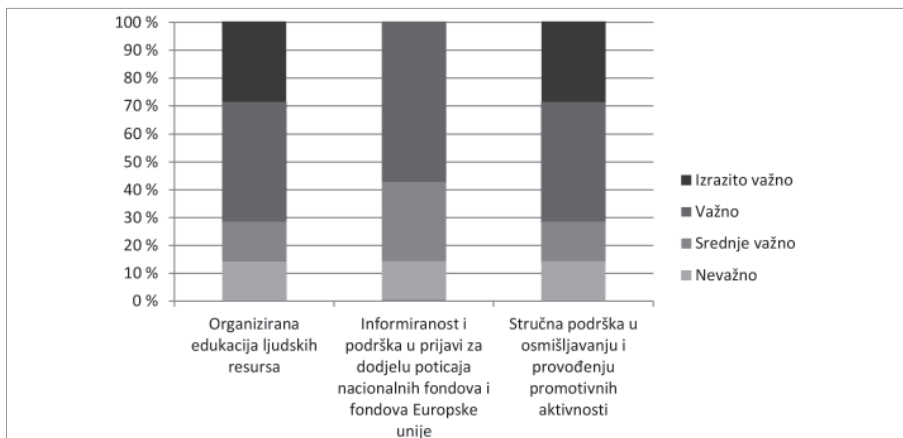
Izvor: Obrada autora.

Ako se analiziraju zajednički stavovi ispitanika u ovim turističkim destinacijama najveće prepreke integraciji kulturne baštine u turističku ponudu su neodgovarajuća potpora lokalne i regionalne vlasti, financijski izdatci i neodgovarajuća infrastruktura uz nisku razinu educiranosti turističkih djelatnika.



Grafikon 35. Poticaji integraciji kulturne baštine u turističku ponudu Mljeta
Izvor: Obrada autora.

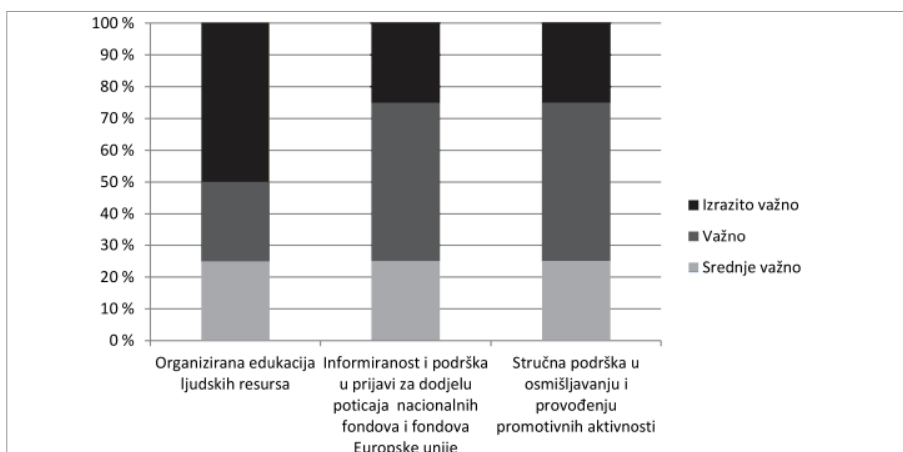
Prema stavovima ispitanika na otoku Mljetu, 68 % njih smatra da je organizirana edukacija ljudskih resursa bitna, a 32 % da je vrlo važna. Svi ispitanici smatraju da je informiranost i podrška u prijavi za dodjelu poticaja nacionalnih fondova i fondova Europske unije izrazito bitna. Isto mišljenje ispitanici imaju i u pogledu stručne podrške u osmišljavanju i provedbi promotivnih aktivnosti, pri čemu se svi slažu da je to područje od iznimne važnosti za sam proces integracije kulturne baštine u turističku ponudu otoka Mljeta.



Grafikon 36. Poticaji integraciji kulturne baštine u turističku ponudu Korčule
Izvor: Obrada autora.

Prema stavovima ispitanika na Korčuli, 40 % njih drži da je organizirana edukacija ljudskih resursa važna, a 28 % da je vrlo važna. S podjednakim udjelom su zastupljeni ispitanici koji to smatraju srednje važnim (12 %) i nevažnim (12 %). Najveći dio ispitanika, njih 58 %, misli da je informiranost i podrška u prijavi za dodjelu poticaja nacionalnih fondova i fondova Europske unije važna, 28 % da je srednje važno, a ostalih 14 % da je nevažno.

U pogledu stručne podrške u osmišljavanju i provedbi promotivnih aktivnosti, 42 % ističe da je to područje od važnosti za sam proces integracije kulturne baštine u turističku ponudu otoka Korčule, za 28 % to je izrazito važno, za 13 % nevažno, a za 17 % srednje važno.

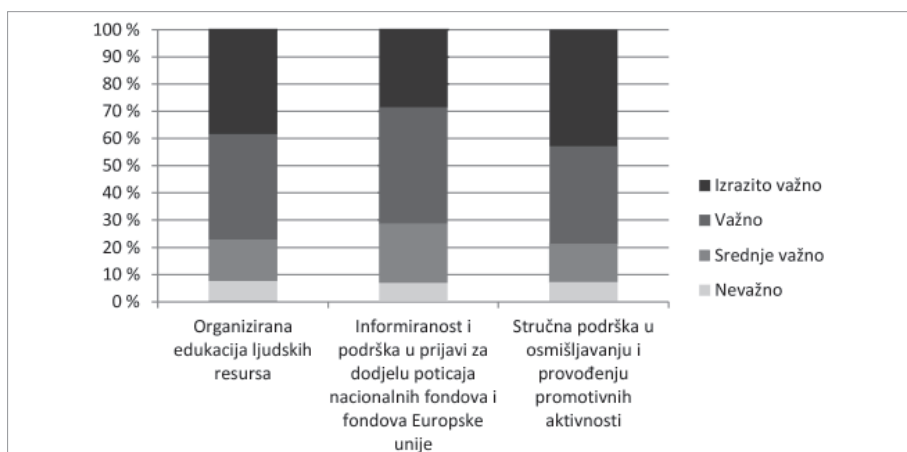


Grafikon 37. Poticaji integracije kulturne baštine u turističku ponudu Dubrovačkog primorja

Izvor: Obrada autora.

Prema stavovima ispitanika u Dubrovačkom primorju, njih 25 % organiziranu edukaciju ljudskih resursa ističe kao važnu, a 50 kao vrlo važnu, dok 25 % njih kao srednje važnu. Najveći dio ispitanika, njih 50 %, smatra da su informiranost i podrška u prijavi za dodjelu poticaja nacionalnih fondova i fondova Europske unije važne, 25 % da su izrazito važne, a ostalih 25 % srednje važnima.

Za stručnu podršku u osmišljavanju i provedbi promotivnih aktivnosti 50 % ispitanika misli da je to važno za sam proces integracije kulturne baštine u turističku ponudu Dubrovačkog primorja, 25 % njih drži izrazito važnim, a 25 % srednje važnim.



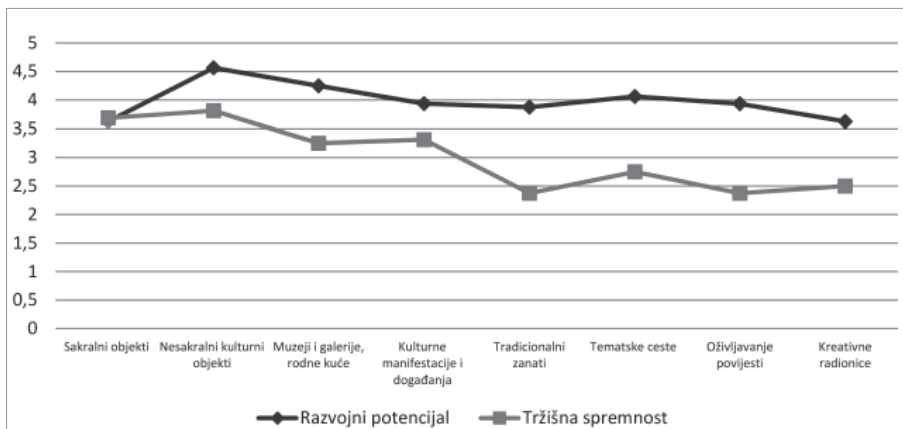
Grafikon 38. Poticaji integraciji kulturne baštine u turističku ponudu; ukupni stavovi

Izvor: Obrada autora.

Prema sveukupnim stavovima ispitanika na Mljetu, Korčuli i u Dubrovačkom primorju, 39 % njih smatra da je organizirana edukacija ljudskih resursa bitna, te isto toliko, 39 %, drži da je vrlo bitna. Njih 9 % smatraju je nevažnom, a 13 % srednje važnom.

Najveći dio ispitanika, njih 43 %, smatra da su informiranost i podrška u prijavi za dodjelu poticaja nacionalnih fondova i fondova Europske unije važne, 29 % drži ih iznimno važnima, a 8 % nevažnima, dok ostalih 20 % misli da su srednje važne.

U pogledu stručne podrške u osmišljavanju i provedbi promotivnih aktivnosti, 42 % misli da je to područje iznimno bitno za sam proces integracije kulturne baštine u turističku ponudu, 37 % drži ga inimno važnim, 8 % nevažnim, a preostalih 13 % srednje važnim.

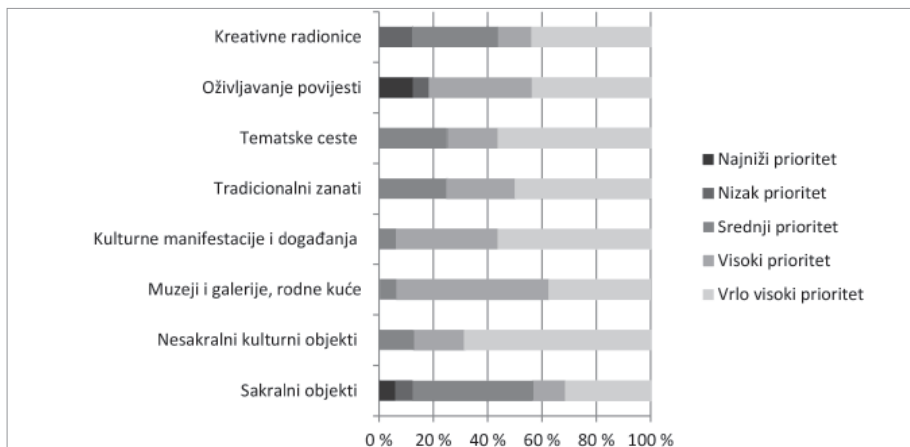


Grafikon 39. Ocjene razvojnog potencijala i tržišne spremnosti, lokalni i regionalni dionici

Izvor: Obrada autora.

Lokalni i regionalni dionici ocijenili su razvojni potencijal i tržišnu spremnost kulturnih resursa, služeći se pri tom ocjenom 5 za najvišu razinu.

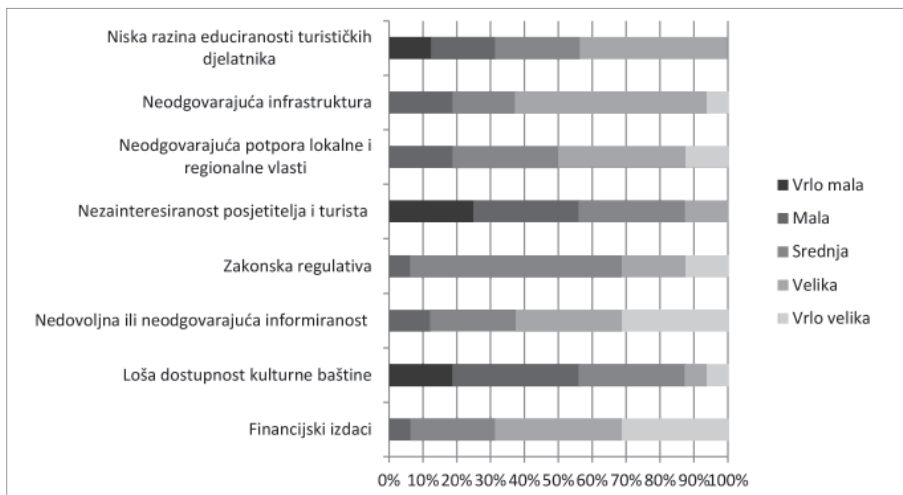
Razvojni potencijal sakralnih objekata lokalni i regionalni dionici ocijenili su s 3,5, svjetovnih kulturnih objekata s 4,5, muzeja i galerija, rodnih kuća s 4,25, kulturnih manifestacija i događaja 3,9, tradicionalnih obrta s 3,8, tematskih cesta s 4,1, oživljavanja povijesti s 3,9, a kreativnih radionica s 3,6. Tržišnu spremnost sakralnih objekata lokalni i regionalni dionici ocijenili su s 3,6, svjetovnih kulturnih objekata s 3,8, muzeja i galerija, rodnih kuća s 3,3, kulturnih manifestacija i događaja s 3,4, tradicionalnih zanata s 2,4, tematskih cesta s 2,7, oživljavanja povijesti s 2,4 te kreativnih radionica s 2,5.



Grafikon 40. Razvojni prioriteti elemenata kulturne baštine prema stavovima lokalnih i regionalnih dionika

Izvor: Obrada autora.

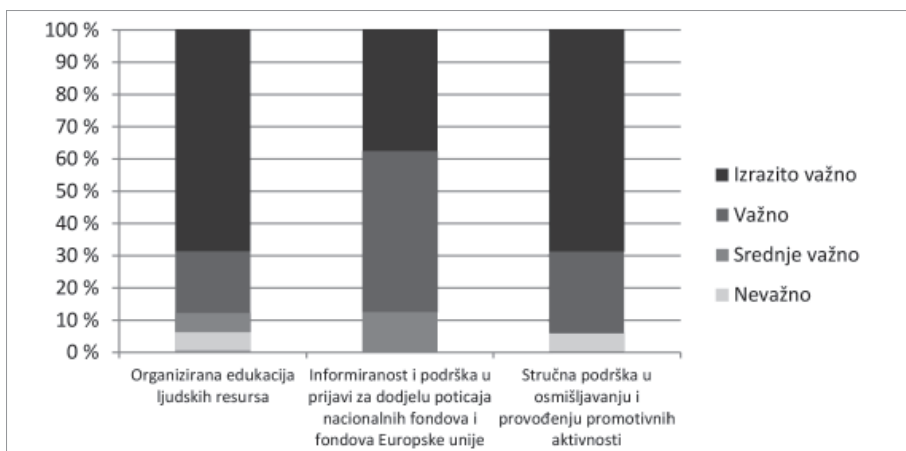
Razvojni prioriteti prema stavovima lokalnih i regionalnih dionika pokazuju da: kreativne radionice imaju prema mišljenju 50 % ispitanika vrlo visok i visok prioritet, oživljavanje povijesti njih 81 % također cijeni kao vrlo visoki i visoki prioritet, tematske ceste i tradicionalne zanate 77 % drži vrlo visokim i visokim prioritetom, za kulturne manifestacije i događanja 86 % ih misli da imaju vrlo visok i visok prioritet, za 86 % ispitanika muzeji, galerije i rodne kuće su iznimno visokog i visokog prioriteta, a za 73 % svjetovni objekti su vrlo visoka i visokog prioriteta, te 42 % njih sakralne objekte svrstava u područje vrlo visokih i visokih prioriteta. Najveći dio ispitanika, 31 %, smatra da to područje ima srednji prioritet, dok ostalih 27 % misli da su sakralni objekti u domeni elementa kulturne baštine s niskim prioritetom razvoja.



Grafikon 41. Prepreke integraciji kulturne baštine u turističku ponudu prema stavovima lokalnih i regionalnih dionika

Izvor: Obrada autora.

Osnovne prepreke integraciji kulturne baštine u turističku ponudu prema mišljenju lokalnih i regionalnih dionika su neodgovarajuća infrastruktura, financijski izdaci, nedostatna i neodgovarajuća informiranost, a potom neodgovarajuća potpora lokalne i regionalne vlasti i niska razina educiranosti turističkih djelatnika.



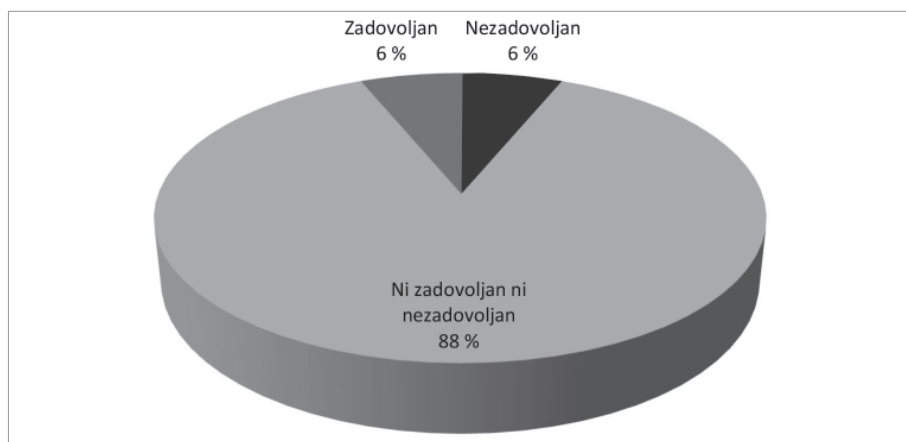
Grafikon 42. Poticaji integriranju kulturne baštine u turističku ponudu prema stavovima lokalnih i regionalnih dionika

Izvor: Obrada autora.

Prema stavovima lokalnih i regionalnih dionika njih 69 % smatra da je organizirana edukacija ljudskih resursa iznimno važna, a 19 % misli da je važna te ih 12 % smatra nevažnima i srednje važnim.

Najveći dio ispitanika, njih 50 %, smatra da su informiranost i podrška u prijavi za dodjelu poticaja nacionalnih fondova i fondova Europske unije važne, a 39 % to drži izuzetno važnima, te 11 % srednje važnima.

U pogledu stručne podrške u osmišljavanju i provedbi promotivnih aktivnosti, za 69 % ispitanih to je područje od izrazite važnosti za sam proces integracije kulturne baštine u turističku ponudu, a 24 % smatra to važnim, te ostalih 7 % nevažnim.



Grafikon 43. Zadovoljstvo integracijom kulturnih resursa u turističku ponudu prema stavovima lokalnih i regionalnih dionika

Izvor: Obrada autora.

Lokalni i regionalni dionici također su ocijenili razinu zadovoljstva integracijom kulturnih resursa u turističku ponudu. Pri tome ih 6 % iskazuje zadovoljstvo, 6 % nezadovoljstvo, a njih 88 % nije time ni zadovoljno ni nezadovoljno u cjelokupnoj turističkoj ponudi otoka Mljeta, Korčule i Dubrovačkog primorja.

3.5. Zaključak, problemi i ograničenja istraživanja

Rezultati istraživanja na uzorku ispitanih obrtnika govore u prilog dominaciji prirodnih resursa prema kulturnoj baštini na području otoka Mljeta, dok je na otoku Korčuli taj odnos izjednačen. Analiza rezultata istraživanja za Dubrovačko primorje prioriteto mjesto daje kulturno-povijesnoj baštini. Ispitanici u javnom sektoru smatraju da su najvažniji činitelji konkurentne prednosti kulturna i povijesna baština i razvijenost turističke infrastrukture, a manju važnost imaju prirodni resursi i gostoljubivost domaćina. Pri tome valja istaknuti da su ispitanici na uzorku obrtnika u potpunosti upoznati s kulturnom baštinom kao izvorom komparativne prednosti. Prema mišljenju obrtnika za sva tri područja sakralnim objektima pripada prioritetni udjel u ukupnoj strukturi potencijala, a druga kategorija odnosi se na tradicionalne zanate, dok svjetovni i kulturni objekti imaju treću razinu značenja.

Prema mišljenju ispitanika na Mljetu razvoj turističke ponude treba biti najvećim dijelom samostalan, a zatim u suradnji s predstavnicima lokalne i regionalne samouprave. Ispitanici na otoku Korčuli također najvećim dijelom podržavaju takav stav, a manje u suradnji sa strukovnim organizacijama. Prema mišljenju ispitanika u Dubrovačkom primorju razvoj turističke ponude treba biti podjednako samostalan i u suradnji sa strukovnim organizacijama. Ako se analiziraju zajednički stavovi ispitanika u trima turističkim destinacijama najveće prepreke integraciji kulturne baštine u turističku ponudu prema mišljenju obrtnika neodgovarajuća su potpora lokalne i regionalne vlasti, financijski izdatci te neodgovarajuća infrastruktura i niska razina educiranosti turističkih djelatnika.

Osnovne prepreke integraciji kulturne baštine u turističku ponudu prema mišljenju lokalnih i regionalnih dionika su: neodgovarajuća infrastruktura, financijski izdatci, nedostatna i neodgovarajuća informiranost, a potom manjkava potpora lokalne i regionalne vlasti te, niska razina educiranosti turističkih djelatnika. Prema ukupnim stavovima ispitanika lokalnih i regionalnih na otocima Mljetu i Korčuli i u Dubrovačkom primorju, u poticaju integriranju kulturne baštine u turističku ponudu gotovo podjednaku važnost imaju prema organizirana edukacija ljudskih resursa i stručna podrška u osmišljavanju i provedbi promotivnih aktivnosti, dok se nešto manje daje važnosti informiranosti i podršci u prijavi za dodjelu poticaja nacionalnih fondova i fondova Europske unije.

Lokalni i regionalni dionici ocijenili su razvojni potencijal i tržišnu spremnost kulturnih resursa. Najvažnijim smatraju svjetovne kulturne objekte i manifestacije, a manje značajnim ocjenjuju sakralne objekte. U tržišnoj spremnosti prioritet daju svjetovnoj baštini, a potom sakralnim objektima, te nematerijalnoj baštini sadržanoj u kulturnim manifestacijama i događajima. Prema stavovima lokalnih i regionalnih dionika kulturne manifestacije i događaji imaju visoku i vrlo visoku razinu prioriteta u razvoju elemenata kulturne baštine. Na drugome mjestu je oživljavanje povijesti, dok su na trećemu tematske ceste i tradicionalni obrti. Nešto manju razinu značenja imaju svjetovni objekti. Dominira stav da su lokalni i regionalni dionici osrednjim ocijenili zadovoljstvo integracijom kulturnih resursa u turističku ponudu. Prema općem stavu ispitanika promocija kulturne baštine najvećim se dijelom odvija u smještajnim i ugostiteljskim objektima, potom preko Turističke zajednice i elektroničkih i tiskanih medija, dok su malim dijelom zaslužni turistički sajmovi i turističke agencije, uz onaj dio kulturne baštine koji se uopće ne promovira.

Heterogenost ispitanika logička je posljedica razvojnih mogućnosti sadržanih u potencijalima – bogatstvu načina života i rada tijekom stoljeća, klimatskim, prirodnim mogućnostima za uzgoj kultura, što govori u prilog kako povijesnog aspekta društveno–ekonomskih uvjeta lokalnog stanovništva očuvanoga u tradiciji, tako i danas o prilikama za koncentraciju oko resursa ključnih za poticaj i afirmaciju turističke ponude na sva tri područja, Dubrovačkog primorja i otoka Korčule i Mljeta.

Problem istraživanja definira se kao ograničenje u ispitivanju iz uzorka ciljane populacije definiranih kao izvještajne jedinice, tj. one od kojih su dobiveni podatci (kvalitativne – odgovarajuće osobe). Ispitanici su osobe upućene u sve aspekte poslovanja koji posluju kao obrtnik pojedinac, poduzetnik. Ograničenje je vremensko razdoblje provedbe anketnog istraživanja (srpanj i kolovoz), dakle vršna sezona. Također, valja istaknuti neujednačenost veličine stratuma definiranih prostornom veličinom – obuhvatom, naseljenošću radno aktivnim stanovništvom kao apsolutnim brojem postojećih jedinica ispitanika na području Dubrovačkog primorja i otoka Korčule i Mljeta. To je rezultiralo neujednačenim povratom valjano ispunjenih upitnika. Istaknuto se nadovezuje na situaciju izostanka sličnih istraživanja u skorijoj prošlosti, jer bi ti rezultati poslužili kao vertikalna, ali i kvalitetna komparativna podloga za donošenje zaključaka o prirodnoj i antropogenoj resursnoj osnovi prostora, koja bi neizravno ili izravno trebala pridonositi gospodarskom razvoju. S

obzirom na dionike na razini lokalne i regionalne uprave, problem istraživanja definira se ograničenjem sadržanim u neujednačenosti rezultata dobivenih u obliku valjanih odgovora i informacija u pitanju mogućnosti angažmana dionika izvan lokalne razine, te uz broj administrativnih područja lokalnih jedinica ovisno o prostornom obuhvatu svakog područja posebno.

Literatura

1. *Akcijski plan razvoja kulturnog turizma „Od turizma i kulture do kulturnog turizma“*, 2015., Institut za turizam, Zagreb
2. *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.*, 2013., Ministarstvo turizma, Zagreb



III. dio

**Ruralna poučna, kulturno-etnografska
turistička atrakcija**

**Stvaranje integrirane turističke
destinacije**

1. Upravljanje destinacijom klastera Dubrovačko primorje, Korčula i Mljet

1.1. Kulturni turizam

Kultura i kulturno nasljeđe postaju sve važniji čimbenik konkurentnosti turističkog proizvoda i destinacije. Tradicionalno se kulturni turizam razvijao u velikim gradovima, s bogatim i globalno prepoznatljivim kulturnim nasljeđem. U novije vrijeme i male sredine uključuju kulturu u turističku ponudu.

Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji, kulturni turizam kretanje je ljudi zbog osnovnih kulturnih motivacija, kao što su: studijske ture, umjetničke i kulturne ture, putovanja na festivale i druge kulturne događaje, obilazak povijesnih predjela i spomenika, putovanja radi upoznavanja prirode, folkloru ili umjetnosti, te hodočašća. U tom se turizmu zadovoljavaju potrebe za različitim kulturnim iskustvom i traženjem mogućnosti da se poveća kulturna razina, znanje, iskustvo i susreti (Kombol, 2006.).

Da bi se kulturno nasljeđe moglo koristiti u turističke svrhe, potrebno je proći nekoliko faza: (Kombol, 2006.):

- konzervacija i priprema kulturnog nasljeđa i aktivacija u oblik kulturnih resursa,
- preoblikovanje kulturnih resursa u privlačnosti,
- interpretacija kulturnih privlačnosti, pri čemu one postaju turistički proizvod.

Gotovo da nema ni najmanjeg naselja koje nema barem jedan potencijalni kulturni resurs, koji mogu u različitim oblicima, (Munsters, 1996):

- spomenici: sakralni i javni spomenici, povijesne zgrade, dvorci i palače, parkovi i vrtovi, utvrde i arheološke lokacije,
- folklorni i umjetnički muzeji,
- rute: kulturno-povijesne i umjetničke,
- zabavni centri: kulturno-povijesni, arheološki, arhitektonski i glazbeni,
- kulturno-povijesni događaji: vjerski festivali, svjetovni festivali i folklorni festivali,
- umjetnički događaji: izložbe i festivali.

Područja i privlačnosti koje imaju potencijal postati turističkom privlačnošću i privući turiste su sljedeći (Richards, 1996):

- arheološka područja,
- arhitektura: ruševine, građevine ili gradovi,
- muzeji, skulpture, obrti, galerije, festivali i razni događaji,
- glazba i ples,
- jezične i književne studije (ture i događaji),
- vjerska slavlja i događaji,
- cjelokupna kultura i supkultura.

Treća faza ovoga procesa je najsloženija. Riječ je o pretvaranju privlačnosti u turistički proizvod. Da bi privlačnost bila doista postignuta, mora se zapakirati i predstaviti (interpretirati) turistima na odgovarajući način. To se može postići organiziranjem obilazaka i razgledavanja, prikazivanjem filmova ili prodajom knjiga, slika, ili suvenira. (Gratton & Richards, 1996). Krajnji rezultat ovoga procesa je brendiranje kulturnog nasljeđa, čime kulturno nasljeđe postaje marka, jasan motiv dolaska turista u destinaciju (Kombol, 2006.).

1.2. Organizacija turizma na razini integrirane turističke destinacije

Budući da je turizam skup raznovrsnih aktivnosti u kojima sudjeluje veći broj različitih dionika, njime se upravlja s četiri razine: državna, društvena, gospodarska i strukovna.

1. Državna razina – Ministarstvo turizma
2. Društvena razina
 - Hrvatska turistička zajednica,
 - Neprofitne društvene organizacije;
3. Gospodarska razina
 - Hrvatska gospodarska komora,
 - Hrvatska obrtnička komora;
4. Strukovna razina
 - Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske (UPUHH),
 - Kamping udruga Hrvatske (KUH),
 - Udruga hrvatskih putničkih agencija (UHPA),

- Adriatic Croatia International Club (ACI),
- Nacionalna udruga obiteljskih i malih poduzeća.

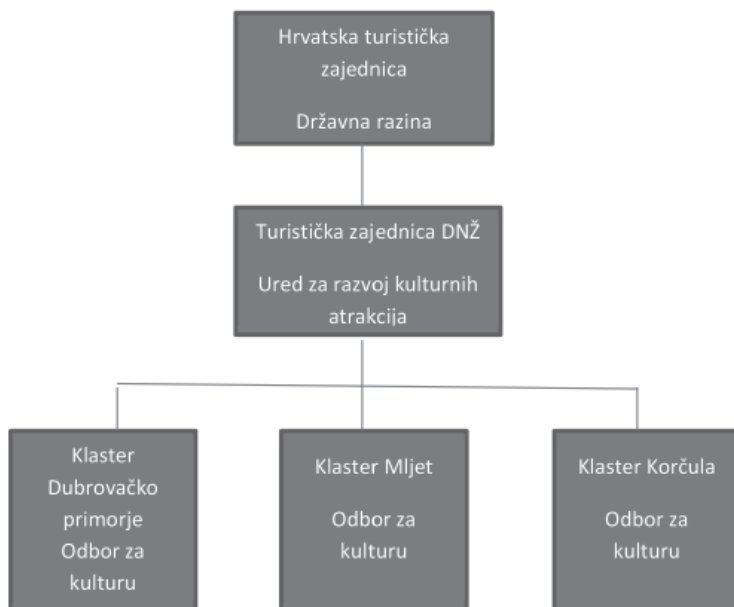
Hrvatska turistička zajednica zadužena za upravljanje destinacijama, dakle njezini su zadatci: definiranje turističkog proizvoda, kreiranje turističkog proizvoda i predstavljanje turističkog proizvoda.

Hrvatska turistička zajednica organizirana je hijerarhijski na tri razine:

- najviša razina je državna, kojom upravlja ministar turizma,
- srednja (regionalna) razina su turističke zajednice županija ,
- najniža (lokalna) razina su turističke zajednice općina i gradova.

Ovakav ustroj nije se mijenjao dugo godina. Međutim, ako se žele ostvariti spomenuti ciljevi, potrebno je unijeti stanovite organizacijske izmjene koje bi olakšale i unaprijedile razvoj i promidžbu kulturnog turističkog proizvoda u razmatranim klasterima Dubrovačko primorje, Korčula i Mljet.

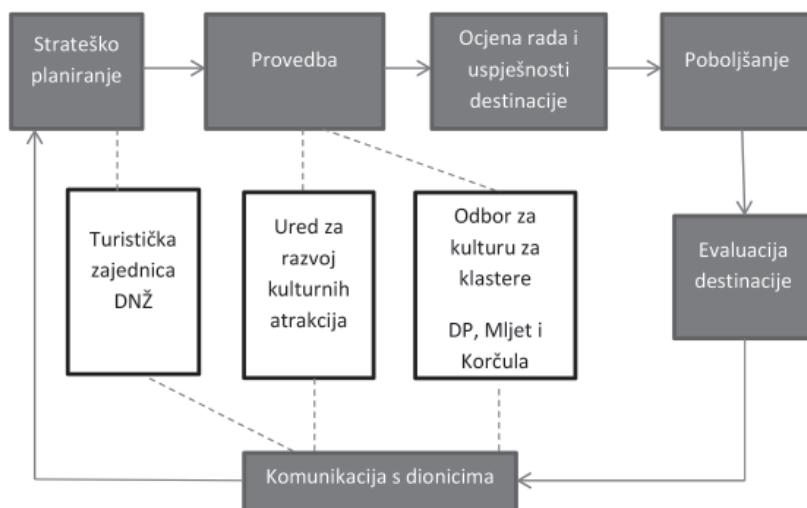
Te izmjene obuhvatile bi regionalnu i lokalnu razinu. (dijagram 2). Na regionalnoj razini, na razini županije trebalo bi ustrojiti odjel/ured za razvoj i unaprijeđenje kulturnih atrakcija. Na lokalnoj razini, razini klastera preporuča se formiranje tijela koje se sastoji od predstavnika dionika i lokalnog stanovništva.



Dijagram 2. Prijedlog organizacije turističke zajednice integrirane destinacije
Izvor: Autori.

2. Model upravljanja integriranom turističkom destinacijom

Konkretan model upravljanja spomenutim destinacijama u koracima prikazan je na dijagramu 3. Županijska turistička zajednica rukovodi svim aktivnostima pri upravljanju turističkom destinacijom. Prvi korak strateško je planiranje što podrazumijeva definiranje vizije, misije i strateških ciljeva. Uvjet za definiranje vizije, misije i ciljeva su analiza okruženja PESTEL te SWOT analiza.



Dijagram 3. Model integriranog upravljanja destinacijom u koracima

Izvor: Autori.

Jedan od najviše rabljenih alata u strateškom planiranju je PESTEL analiza. Premda je izvorno osmišljen za analizu okruženja poduzeća, uspješno je primjenjiv i na turističke destinacije. Razmotrit će se sljedeći elementi okruženja: političko, ekonomsko, kulturno i društveno, tehnološko, okoliš i zakonodavno okruženje.

Političko okruženje odnosi se na čimbenike kao što su: stabilnost države, porezna politika, vanjskotrgovinski propisi i politika razvoja i dobrobiti zajednice. Ograničavajući čimbenici političkog okruženja mogu se sažeti kako slijedi:

- diskontinuitet u politikama stranke na vlasti ,
- kontinuirana borba za vlast između vladajuće stranke i oporbe,

- korupcija i nedefinirani zakoni i propisi,
- dugotrajne recesije u Hrvatskoj nastale kao posljedica Domovinskog rata i poremećaja iz 2008. uzrokovale su stagnaciju ruralnih krajeva, što nije zaobišlo ni promatrane klastere Dubrovačko primorje, Korčulu i Mljet.
- stopa PDV-a na turističke usluge relativno je visoka u usporedbi konkurencijom,
- nedostatak veza između privatnoga i javnog sektora i nedostatak suradnje na razradi marketinških strategija destinacije.

Elementi ekonomskog okruženja uključuju makroekonomske varijable, kao što su bruto domaći proizvod, populacija, zaposlenost, nezaposlenost, inflacija, investicijska klima i slično. Na temelju do sada iznesenoga mogu se identificirati njegova obilježja:

- bruto domaći proizvod klastera Dubrovačko primorje, Korčula i Mljet ispod su hrvatskog prosjeka, uz, vidljiv znatan udio turizma u bruto domaćem proizvodu,
- broj stanovnika u konstantnom je opadanju već nekoliko desetljeća, uz porast udjela staroga, i smanjenje radno aktivnog stanovništva,
- dohodci većine stanovnika klastera izravno su povezani s turizmom,
- investicije u turističke kapacitete i popratne sadržaje koji bi mogli povećati atraktivnost destinacije su skromne pa uz ograničen broj postelja u destinacijama, velik udio posjetitelja dolazi u sklopu jednodnevnih izleta, što se očituje u ograničenoj potrošnji i zbog toga ograničenim priljevom od turizma u destinaciji,
- nedostatno je napora u poboljšanju prometne infrastrukture jer su to uglavnom izletnički posjeti iz Dubrovnika pa treba intezivirati prometne veze destinacije dodatnim autobusnim i brodskim linijama ne samo tijekom sezone već i u pred i post sezoni.

Za kulturno i društveno okruženje važno je istaknuti sljedeće:

- zbog sezonske prirode turizma u navedenim destinacijama potrebno je osmisliti aktivnosti i ponuditi dodatne sadržaje za turiste; zaposlenici u turizmu zato rade kao sezanci, nekoliko mjeseci u godini, pa se od ulaska Hrvatske u EU osjeća nestašica domaće radne snage, što je veliko ograničenje za poduzetnike;
- destinacije Dubrovačko primorje, Korčula i Mljet bogate su prirodnim atrakcijama i kulturnom baštinom, zato bi trebale imati veliku ulogu u privlačenju turista s naglaskom na ponudu tradicionalnih jela i pića, tradicionalna događanja, festivale i sport te aktivno uključivanje turista

ili posjetitelja u kreiranje doživljaja kako bi on bio što više autentičan;

- ankete lokalnog stanovništva pokazale su volju za aktivnijem sudjelovanjem u kreiranju i promicanju kulturnih sadržaja svog kraja, ali i nedostatak znanja i vještina o zadovoljenju potreba turista; zbog toga se mora podići opća razina usluge i ljubaznosti kako od strane zaposlenika, tako i od strane lokalnog stanovništva na temelju različitih oblika edukacije; seminara, radionica i programa cjeloživotnog učenja.

U okviru tehnološkog okruženja valja navesti:

- dionici turističke ponude u razmatranim destinacijama ne koriste se svim potencijalima suvremene tehnologije kao što to čine vodeće destinacije. Internet rezervacije smještaja najčešći su, ako ne i jedini, način angažiranja tehnologije u turizmu,
- evidentna je nedostatna suvremena prometna povezanost klastera s emitivnim tržištima pa pružatelji turističkih usluga moraju turistima osigurati dostupnost bilo koje atrakcije odgovarajućim prometnim sredstvom na brz i jednostavan način.

Destinacije Dubrovačko primorje, Korčula i Mljet imaju visoku razinu očuvanosti prirode, i to upravo zbog nedostatne gospodarske razvijenosti. Od ekoloških čimbenika ističu se:

- čistoća mora i plaža,
- sačuvan biljni i životinjski svijet,
- brojne biljne i životinjske endemske vrste,
- Nacionalni park Mljet,
- opasnost od bespravne gradnje i betonizacije obale.

Pravni ustroj, turističko zakonodavstvo i zakoni kojima se djeluje na regulaciju odnosa što mogu utjecati na razvoj kulturnog turizma u klasterima Dubrovačko primorje, Korčula i Mljet uglavnom su tipični za cjelokupni razvoj turizma u Hrvatskoj. Kako Hrvatska nije postigla primjeren poslovni rezultat na osnovi kulturnog turizma, niti jedan zakon nije posebno dizajniran i usvojen za jačanje kulturnog turizma, već se slijede opći propisi za Republiku Hrvatsku.

SWOT analiza prikazuje osnovne snage i slabosti te prilike i prijetnje kulturnom turizmu u klasterima Dubrovačko primorje, Korčula i Mljet.

Snage:

- blaga klima,
- očuvana priroda s brojnim biljnim i životinjskim vrstama,
- čisto more i razvedena obala,

- bogato kulturno nasljeđe,
- ljubaznost lokalnog stanovništva,
- Interes lokalne samouprave za razvoj kulturnog turizma.

Slabosti:

- neprimjerena valorizacija kulturnih atrakcija,
- loše stanje lokalnih prometnica,
- neizgrađenost vodovodne mreže i nedostatak lokalnih izvora pitke vode (Mljet i Korčula),
- slaba prometna povezanost izvan glavne sezone,
- iseljavanje lokalnog stanovništva,
- nedostatak kvalificiranih zaposlenika,
- niska razina inovacija i novih tehnologija u turizmu,
- bespravna gradnja,
- nedovoljna suradnja između destinacija te između javnog i privatnog sektora,
- izrazita sezonalnost turizma,
- nedovoljna brendiranost destinacije,
- imidž jeftine destinacije.

Prilike:

- obnova kulturne baštine sredstvima fondova EU-a,
- povezanost Zračne luke Dubrovnik s niskotarifnim linijama,
- mogućnost financiranja prometne infrastrukture iz fondova EU-a,
- unaprijeđenje sustava turističke zajednice,
- razvoj inovacija u turizmu,
- ublažavanje sezonalnosti kroz uljučivanje kulturnih atrakcija u turističku ponudu.

Prijetnje:

- neodržavanje spomenika kulturne baštine,
- onečišćenje mora ,
- nedostatak radne snage zbog pada radnoaktivnog stanovništva,
- priljev nisko obrazovane radne snage iz zemalja izvan EU-a,
- neriješeni imovinsko–pravni odnosi i zemljišne knjige,
- nekontrolirana gradnja kuća za odmor i apartmana,
- nedefiniran zakonodavni okvir,
- slaba povezanost turizma i ostalih lokalnih djelatnosti kao što su poljoprivreda i ribolov,
- jaka konkurencija drugih destinacija na Sredozemlju.

Na temelju provedenih istraživanja za stolom kao i terenskih istraživanja naznačit će se primjer vizije misije i ciljeva za razmatrane klastere Dubrovačko primorje, Korčula i Mljet.

VIZIJA

Održivi razvoj destinacije s prepoznatljivim kulturnim identitetom uz aktivno sudjelovanje svih relevantnih dionika.

MISIJA

Oblikovanje destinacije koja će turistima i posjetiteljima pružiti jedinstveni kulturni, gastronomski, zabavni i rekreativni doživljaj.

Klasteri Dubrovačko primorje, Korčula i Mljet obuhvaćaju naselja s višestoljetnim kontinuitetom života te obiluju kulturnim objektima od kojih su neki zapušteni i prepušteni zubu vremena. Aktivacija kulturnog nasljeđa donijela bi brojne prednosti za spomenuta mjesta.

2.1. Ciljevi upravljanja integriranom turističkom destinacijom

Za potrebe upravljanja integriranom turističkom destinacijom definirana su tri strateška cilja.

Strateški cilj 1.

Povećati broj posjetitelja kulturnih atrakcija u destinacijama Dubrovačko primorje, Korčula i Mljet.

Jednako kao i na cijeloj hrvatskoj obali, primarni motiv dolazaka turista u navedene klastere je uživanje u suncu i moru. Istraživanje lokalne kulture spada tek u sekundarne motive. Prema istraživanjima provedenim za ovaj projekt tek je četiri posto turista izjavilo da im je kultura bila primarni motiv dolaska. Sunce i more utječu na snažnu sezonalnost turizma, dok kultura može motivirati turiste na dolazak tijekom cijele godine.

Strateški cilj 2.

Povećati promotivne aktivnosti vezane za kulturne atrakcije u destinacijama Dubrovačko primorje, Korčula i Mljet.

Istraživanja su pokazala da se u klastere Dubrovačko primorje, Korčula i Mljet dolazi u okviru jednodnevnog ili poludnevnog izleta. Stoga bi kreatori

turističkih proizvoda trebali razmisliti o povezivanju klastera u zajedničke tematske izlete ili rute.

Strateški cilj 3.

Umrežiti i sinkronizirati aktivnosti lokalnog stanovništva, lokalne vlasti te pružatelje turističkih i ugostiteljskih usluga u destinaciji.

Naselja u klasterima Dubrovačko primorje, Korčula i Mljet bilježe depopulacijske trendove. Stanovništvo koje tamo živi najvećim dijelom je starije od 65 godina. Zbog nemogućnosti zaposlenja mlađa se populacija seli u velike gradove ili čak u inozemstvo. Brojniji dolasci turista, i to ne samo tijekom ljeta, motivirali bi mlađe stanovništvo da ostane u malim naseljima što bi spriječilo izumiranje tih naselja. Uključivanje kulturnog nasljeđa u turističku ponudu klastera Dubrovačko primorje, Korčula i Mljet imalo bi pozitivne gospodarske i socijalne učinke.

Interes turista mogao bi ne samo spriječiti iseljavanje već potaknuti lokalno stanovništvo da njeguje tradicijske obrte i autentični način života.

Drugi je korak provedba, odnosno realizacija planiranih aktivnosti. Pritom bi organizacijske jedinice specijalizirane za kulturnu baštinu na razini pojedinog klastera imale vrlo važnu ulogu. U njihovoj je ingerenciji koordinacija aktivnosti svih dionika u klasteru.

Ocjena uspješnosti destinacije potrebna je da bi se utvrdilo ostvaruju li se postavljeni ciljevi. Na temelju ocjene uspješnosti kreiraju se prijedlozi za poboljšanje. Kako bi se što objektivnije vrednovala destinacije, obvezno je korištenje odgovarajućih indikatora (pokazatelja). Indikatori, bilo koje vrste, ključni su u donošenju strateških i operativnih odluka menadžmenta te se moraju kontinuirano pratiti, i to temeljem podataka iz relevantnih i pouzdanih izvora. Oni pojednostavnjuju složenu pojavu tako da je kvantificiraju kako bi se tim podacima moglo kvalitetno komunicirati. Broj pokazatelja proporcionalan je složenosti promatrane pojave.

2.2. Indikatori održivog razvoja Integrirane turističke destinacije

Turizam je iznimno kompleksan i složen sustav sastavljen od više podsustava pa je i broj pokazatelja njegova razvoja sukladan tim obilježjima. Pridjev održivi turizmu dodatno naglašava i podiže razinu složenosti i kompleksnosti, pa je

zato i količina pokazatelja održivoga turističkog razvoja još i veća. Pokazatelji održivog turizma pokazuju postojeće stanje turizma, njegovu turbulentnost i utjecaj, uz napore i rezultate aktivnosti menadžmenta.

Velik je broj organizacija i znanstvenika u turizmu koji su se bavili istraživanjima indikatora održivog turizma. Nastavno su predloženi indikatori izabrani iz različitih publikacija i prilagođeni prostoru za koji se predlažu. Indikatori su podijeljeni u četiri osnovne skupine prema ključnim sastavnicama održivog razvoja (društvo, okoliš, kultura i gospodarstvo).

Tablica 45. Popis indikatora održivog razvoja

KATEGORIJA: EKONOMSKI UČINCI			
Pokazatelji	Izvor	Frekvencija praćenja	Napomena
Broj dolazaka	Turistička zajednica (e-visitor) Državni zavod za statistiku	Mjesečno/godišnje/ dnevno u vršnoj sezoni (lipanj, srpanj i kolovoz)	
Broj noćenja	Turistička zajednica (e-visitor) Državni zavod za statistiku	Mjesečno/godišnje/ dnevno u vršnoj sezoni (lipanj, srpanj i kolovoz)	
% udio turizma u BDP-u	Upravni odjel za turizam, pomorstvo, poduzetništvo i energetiku Dubrovačko- neretvanske županije	Godišnje	
% postelja namijenjenih turistima prema ukupnom broju postelja za iznajmljivanje	Turistička zajednica/Porezna uprava	Godišnje	
Broj izletnika	Turistička zajednica	Dnevno/mjesečno/ godišnje	
Dnevna potrošnja turista	Turistička zajednica (anketni upitnik, turistička kartica)	Lipanj/srpanj/ kolovoz	
Dnevna potrošnja izletnika	Turistička zajednica (anketni upitnik)	Lipanj/srpanj/ kolovoz	
Prosječna duljina boravka turista	Turistička zajednica (e-visitor)	Mjesečno/godišnje	
% iskorištenosti po vrsti smještajnih kapaciteta (hoteli, privatni smještaj, kampovi)	Turistička zajednica	Mjesečno/godišnje	
% stalno zaposlenih u turizmu prema ukupnom broju zaposlenih	Hrvatski zavod za zapošljavanje	Mjesečno/godišnje	
% sezonski zaposlenih radnika u turizmu prema broju stalno zaposlenih u turizmu	Hrvatski zavod za zapošljavanje	Mjesečno/godišnje	

KATEGORIJA: EKONOMSKI UČINCI			
% sezonski zaposlenih radnika u turizmu prema ukupnom broju zaposlenih	Hrvatski zavod za zapošljavanje	Mjesečno/godišnje	
Iznos javnih ulaganja	Uredi Dubrovačko-neretvanske županije	Mjesečno/godišnje	
% OPG-ova koji proizvode lokalnu hranu, piće i proizvode	Uredi Dubrovačko-neretvanske županije/ Hrvatska gospodarska komora	Godišnje	
% turističkih poduzeća koja se koriste s min. 25 % hrane, pića i proizvoda lokalnih/regionalnih proizvođača	Uredi Dubrovačko-neretvanske županije/ Hrvatska gospodarska komora	Godišnje	
% promjena cijena nekretninama	Porezna uprava	Godišnje	
% promjena cijena najma nekretnina lokalnom stanovništvu	Porezna uprava	Godišnje	
% maloprodajnih poduzeća izravno nepovezanih s turizmom prema ukupnom broju maloprodajnih poduzeća	Porezna uprava/Gospodarska komora	Godišnje	
% ugostiteljskih poduzeća s cjelogodišnjim poslovanjem	Uredi Dubrovačko-neretvanske županije	Godišnje	

KATEGORIJA: DRUŠTVENI UČINCI			
Pokazatelj	Izvor	Frekvencija praćenja	Napomena
Zadovoljstvo turista turističkom ponudom	Anketni upitnik/ocjene i recenzije na web oglašivačima i mrežnim stranicama smještajnih kapaciteta	Mjesečno/godišnje	
% ponovljenih posjeta u proteklih pet godina	Anketni upitnik/TOMAS-Institut za turizam RH	Godišnje	
% turista koji dolaze u osobnom aranžmanu, a ne organizirano	TOMAS-Institut za turizam	Godišnje	
Razina iritativnosti lokalnog stanovništva turizmom	Anketni upitnik	Mjesečno	
Odnos muškaraca i žena stalno zaposlenih u turizmu	Hrvatski zavod za zapošljavanje (HZZ)	Godišnje	
% turističkih atrakcija pristupačnih putnicima s invaliditetom i specifičnim zahtjevima za pristup	Turistička zajednica	Godišnje	

KATEGORIJA: DRUŠTVENI UČINCI			
% javnog prijevoza pristupačnog putnicima s invaliditetom i specifičnim zahtjevima za pristup	Turistička zajednica	Godišnje	
Broj pritužbi putnika policiji	Policajska uprava	Godišnje/sezonski	
Stopa kriminala na 1 000 stanovnika	Policajska uprava	Mjesečno/godišnje	
Broj parkirnih mjesta	Dubrovačko–neretvanska županija	Godišnje	
Broj sportskih objekata dostupnih lokalnoj zajednici	Dubrovačko–neretvanska županija	Godišnje	
Broj zdravstvenih centara za lokalnu zajednicu	Zavod za javno zdravstvo	Godišnje	
% osnovnih i srednjih škola u jednosmjenskoj nastavi	Dubrovačko–neretvanska županija	Godišnje	
% djece prijavljene, a neupisane u vrtić	Dubrovačko–neretvanska županija	Godišnje	
Broj stanovnika	Državni zavod za statistiku	Godišnje	
Broj lokalnih autobusnih linija unutar područja	JP Libertas	Dnevno/mjesečno/godišnje	
Broj međugradskih autobusnih linija	JP Libertas	Dnevno/mjesečno/godišnje	

KATEGORIJA: KULTURNI UČINCI			
Pokazatelj	Izvor	Frekvencija praćenja	Napomena
Broj kulturnih događanja	Dubrovačko–neretvanska županija	Mjesečno/godišnje	
Broj događaja usmjerenih na lokalnu tradiciju/kulturu i nasljeđe	Dubrovačko–neretvanska županija	Mjesečno/godišnje	
% ulaganja u kulturu	Dubrovačko–neretvanska županija	Godišnje	
% ulaganja u obnovu kulturna baštine i nasljeđa	Dubrovačko–neretvanska županija	Godišnje	
Broj posjeta kulturnim atrakcijama	Kulturne ustanove/ Dubrovačko–neretvanska županija	Mjesečno/godišnje	
% kulturnih znamenitosti uključenih u itinerare	Turističke agencije/ Dubrovačko–neretvanska županija	Sezonski (od svibnja do listopada)/ godišnje	
Broj volontera u kulturnim događajima	Kulturne ustanove	Mjesečno/godišnje	

KATEGORIJA: UČINCI NA OKOLIŠ			
Pokazatelj	Izvor	Frekvencija praćenja	Napomena
Broj noćenja po km ²	Turistička zajednica	Mjesečno	
Broj turista po m ² plaže u vrijeme visoke sezone	Turistička zajednica	Sezonski	
% promjena izgrađenosti destinacije u proteklih pet godina	Dubrovačko–neretvanska županija	Godišnje	
Količina proizvedenog otpada	Čistoća Dubrovnik	Mjesečno	
Količina proizvedenoga recikliranog otpada	Čistoća Dubrovnik	Mjesečno	
Potrošnja električne energije	Elektrojug Dubrovnik Upravni odjel za turizam, pomorstvo, poduzetništvo i energetiku Dubrovačko–neretvanske županije	Mjesečno	
Potrošnja obnovljive energije	Elektrojug Dubrovnik Upravni odjel za turizam, pomorstvo, poduzetništvo i energetiku Dubrovačko–neretvanske županije	Mjesečno	
Potrošnja vode	Vodovod Dubrovnik	Mjesečno	
% plaža s Plavom zastavom	Upravni odjel za turizam, pomorstvo, poduzetništvo i energetiku Dubrovačko–neretvanske županije	Godišnje	
Indeks buke	Upravni odjel za turizam, pomorstvo, poduzetništvo i energetiku Dubrovačko–neretvanske županije	Tri puta dnevno / dan, večer i noć	
Kvaliteta zraka	Dubrovačko–neretvanska županija	Mjesečno/godišnje	
% ulaganja u zaštitu okoliša	Dubrovačko–neretvanska županija	Godišnje	
% turističkih poduzeća koja primjenjuju tehnike uštede energije	Upravni odjel za turizam, pomorstvo, poduzetništvo i energetiku Dubrovačko–neretvanske županije		
Broj kontejnera za miješani otpad na javnim površinama	Čistoća Dubrovnik	Mjesečno/godišnje	
Broj kontejnera za reciklažni otpad na javnim mjestima	Čistoća Dubrovnik	Mjesečno/godišnje	

2.3. Generički model upravljanja Integriranom turističkom destinacijom

Protjekla desetljeća karakterizira sve veće zanimanje za turistički sustav zbog njegovoa snažnog utjecaja na gospodarski razvoj mnogih zemalja [1]. Nažalost, mnoge turističke destinacije ne uspijevaju iskoristiti rast potražnje za turističkim uslugama kako bi jačale vlastita gospodarstva. Razlog tome valja tražiti, između ostaloga, i u neodgovarajućem modelu upravljanja turističkom destinacijom. Tradicionalni model razvoja destinacije, zasnovan na zastarjelome modelu lanca turističke opskrbe, čini se neprilagođenim i neodrživim za potporu turističkim destinacijama u srazu s jakom konkurencijom na globalnoj turističkoj sceni (Ammirato, S., Felicetti, A., 2014.).

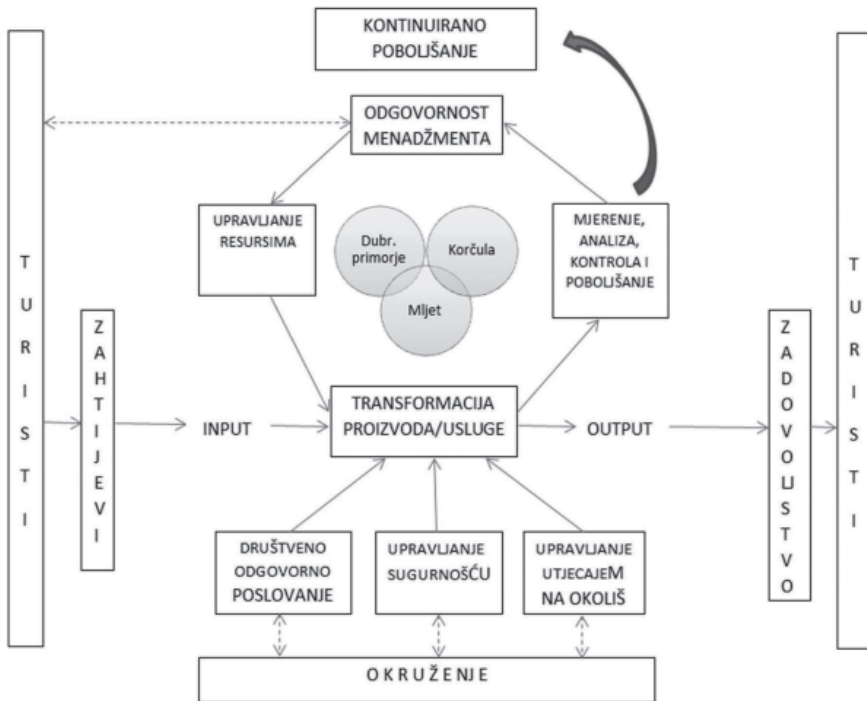
Opće je prihvaćena činjenica da su se proteklih godina ukusi turista promijenili pa sve veći broj njih očekuje „nešto više“ od masovnog turizma. Kultura i ljudi tako postaju dijelom turističkog proizvoda; konkurentnost se sve više temelji na ponudi artikuliranih paketa sastavljenih od različitih komponenata (hotel, restoran, priroda, posjeti kulturnoj baštini, sportu, rukotvorinama itd.) koji zajedno omogućuju turistima doživljavanje destinacije kao cjeline (Ammirato, S. Et al., 2014.).

Da bi neka turistička destinacija bila uspješna, nije dostatno imati lijep krajolik i kulturno–povijesne spomenike. Atrakcijama treba znati upravljati na pravi način. Održiva konkurentnost moguća je samo ako svi pružatelji turističkih usluga surađuju i djeluju sinkronizirano. Ovdje se ne misli samo na dionike koji se izravno bave turizmom (smještaj i prehrana) već na sve prateće djelatnosti (proizvodnja hrane, prijevoz, trgovina i sl.).

Ammirato, S. Et al. (2014.) vide prijetnju održivom razvoju malih destinacija u dominaciji velikih turoperatora koji vođeni profitom marginaliziraju značenje lokalnih subjekata u osmišljavanju i kreiranju autentičnog turističkog proizvoda.

Integrirani sustav upravljanja destinacijom potrebno je uspostaviti tako da se neprekidno poboljšavaju rezultati rada i u razumnoj mjeri zadovolje potrebe svih zainteresiranih: turista, posjetitelja, zaposlenika, dobavljača, kupaca, kreditora, države, konkurencije, partnera, vladinih i nevladinih udruga i ostalih. Na dijagramu 3. prikazan je generički model za uspješno upravljanje destinacijama primjenom procesnog pristupa. Procesni pristup znači utvrđivanje/definiranje tokova rada i njihovo dokumentiranje, uz zadovoljavanje postavka referentnih norma integriranog sustava upravljanja procesima (ISUP). Povezano s time trebalo bi se usredotočiti na:

- odgovornost Uprave,
- planiranje i upravljanje resursima,
- transformaciju proizvoda/usluge,
- mjerenje, analizu, operativnu kontrolu i poboljšavanje,
- upravljanje utjecajem na okoliš,
- upravljanje sigurnošću,
- upravljanje društvenom odgovornošću.



Dijagram 4. Generički model za integrirano upravljanje destinacijama

Izvor: Autori.

Kao što je razvidno, integrirani model upravljanja destinacijama uključuje potencijalne opasnosti po lokalno stanovništvo i kulturno nasljeđe. Turistička masovnost može negativno utjecati na kvalitetu života stanovništva. Već sada stanovnici većih gradova kao primjerice Dubrovnika, uvelike trpe od gužvi i onečišćenja okoliša zbog prevelikog broja turista. Tu je i opasnost od komercijalizacije. Lokalno stanovništvo bi moglo doći u napast da svoj život počne prilagođavati očekivanjima turista u želji za većom zaradom. To bi rezultiralo gubitkom autentičnosti života u malim mjestima koja je i bila motiv dolaska istih.

Nadalje, prevelik broj turista može ugroziti kulturne spomenike i prirodu. Da bi se izbjegli negativni učinci turizma u klasterima Dubrovačko primorje, Korčula i Mljet, treba osigurati održivi razvoj tih destinacija tim više što je Mljet, odnosno njegov dio, jedan od osam nacionalnih parkova u Republici Hrvatskoj.

Kao što je ranije naznačeno, suradnja lokalnih pružatelja usluga od vitalne je važnosti za postizanje održive konkurentnosti destinacije i sposobnosti brze prilagodbe različitim izazovima, kao što je primjerice promjena preferencija turista zbog pandemije covid 19.

Formiranje mreža, odnosno partnerstava na razini destinacije donosi brojne prednosti i za same dionike, kao što su stvaranje sinergijskog učinka pri apliciranju za financiranje iz EU fondova, smanjene troškove poslovanja, postizanje ekonomije razmjera u određenim situacijama i slično.

U konačnici umrežavanjem lokalnih dionika ostvaruje se *win-win* situacija kako za same dionike, tako i turiste, koji će bit zadovoljniji boravkom u destinaciji jer će dobiti uslugu kakvu očekuju.

Razumljivo, funkcionalnu mrežu dionika nemoguće je zamisliti bez odgovarajuće IT- potpore. Ona je ključna za razmjenu informacija na relaciji dionik–dionik i dionik–turist. To je mnogo više od rezervacije sobe. Mnoštvo je podataka koji moraju biti prikupljeni, obrađeni i podijeljeni; povratne veze od turista, mišljenja, sugestije, rudarenja podataka po društvenim mrežama, praćenje kretanja turista unutar destinacije, izradba profila turista i kreiranje individualnog paketa doživljaja.

Literatura

1. Ammirato, S., Felicetti, A. (2014). The Agritourism as a means of sustainable development for rural communities: a research from the field. *The International Journal of Interdisciplinary Environmental Studies*.
2. Ammirato, S., Gala, M. D., Felicetti, A. M. (2014). Tourism Destination Management: A Collaborative Approach, *Conference Paper in IFIP Advances in Information and Communication Technology*, October 2014.
3. (n.d.). Preuzeto 20. 6. 2017. iz Karte: www.google.com/maps
4. (n.d.). Preuzeto 20. 6. 2017. iz Udaljenosti: www.distancefromto.net
5. Arhitektonski fakultet, Z. z. (2014.). *Izvjješće o stanju u prostoru općine Mljet*. Općina Mljet.
6. Barbieri, V., et al. (1999.). *Polazišta programa razvitka turizma na Dubrovačkom području*. Dubrovnik.

7. Brunsko, Z. (1995.). Turizam - važni čimbenik u razvoju Dubrovačkog primorja. *Zbornik Dubrovačkog primorja i otoka V*, str. 261-269.
8. Butler, R. W. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution. Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer*, XXIV(1), 5.-25.
9. Consulting, H. &. (Travanj 2013.). *Dubrovačko-neretvanska županija*. Preuzeto Veljača 2017 iz <http://www.edubrovnik.org/strategije-i-programi/>
10. Cvjetković, P., et al. (1994.). *Gospodarsko stanje, uvjeti i mogućnosti razvitka Dubrovačko-neretvanske županije*. Dubrovnik: Dubrovačko-neretvanska županija.
11. Deša et al. (2015). Plan razvoja ruralnog turizma grada Korčule 2015-2020.
12. Dragičević, M. S. (2009.). Mogućnosti i smjernice održivog ekoturizma na primjeru Dubrovačkog primorja. Dubrovnik, RH, Dubrovnik.
13. *Državni zavod za statistiku*. (n.d.). Preuzeto 30.. siječanj 2017. iz <http://www.dzs.hr>
14. *Državni zavod za statistiku*. (2011.). *Turizam 2010*. Zagreb: Državni zavod za statistiku.
15. *Dubrovačko-neretvanska županija*. (n.d.). Preuzeto 12.. 6. 2017. iz www.edubrovnik.org
16. DUNEA. (2016.). *Županijska razvojna strategija Dubrovačko-neretvanske županije 2016.-2020*. Dubrovnik: DUNEA.
17. Duplančić Leder et al. (2004). Coastline lengths and areas in the croatian part of the Adriatic Sea determined from the topographic maps at scale of 1:25000. *Geoadria*, 9(1), 5-32.
18. DZS. (2014). Statistički ljetopis.
19. Džubur, H. (1995.). Turizam otoka Korčule. Valorizacija ponude i pravci razvoja. *Ekonomska misao i praksa IV, br.1*, str. 57 - 73.
20. Džubur, H., et al. (1985.). *Turističke mogućnosti i privredno aktiviranje područja Zaton - Slano (Razvojna studija)*. Dubrovnik: Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu - Institut za ekonomska istraživanja.
21. Fakultet prometnih znanosti, Zagreb. (2013). Koncept prometnog razvitka grada Korčule.
22. Gavrančić, A. (1987.). Jadranski otoci u turističkom razvoju SR Hrvatske i perspektive daljnjeg razvoja. *Susreti na dragom kamenu*, str. 121 - 134.
23. Grad Korčula. (2010). Plan gospodarenja otpadom grada Korčule.
24. Gratton, C., & Richards, G. (1996). The economic context of cultural tourism. U G. Richards, *Cultural tourism in Europe* (str. 77). CAB International.
25. Hazdovac Bajić, N. (2013. 60(5-6)). Suvremeni demografski i socio-ekonomski problemi otoka Mljeta. *Naše more*, str. 102-109.
26. HTL, Z. z. (2.. travanj 2013.). *Strategija razvoja turizma Dubrovačko-neretvanske županije 2012. - 2022. godine*. Preuzeto 10.. lipanj 2019. iz http://www.edubrovnik.org/strategije/01_SRTDNZ_za_WEB.pdf
27. <http://www.ikorculainfo.com/net/>. (2.02.2017.).
28. <http://www.korculaotok.com/>. (27.02.2017.).

29. <http://tzo.smokvica>. (n.d.).
30. <http://tzo-blato.hr/>. (3.02.2017.).
31. <http://visitdubrovnik.hr/>. (n.d.).
32. <http://www.brna.hr/>. (2.02.2017.).
33. <http://www.tzo-korcula/>. (2.03.2017.).
34. <http://www.visitkorcula.eu/>. (2.02.2017.).
35. <http://www.korcula.hr/>. (13.02.2017.).
36. Ivanković, P. (1993.). Prilog razmišljanja o gospodarskom razvoju Dubrovačkog primorja, *Zbornik Dubrovačkog primorja i otoka IV*. Primorac, Dubrovnik.
37. Jasprica & Kovačić. (2014). Ugrožene, endemične i rijetke biljke hrvatske flore na Korčuli. *Blatski ljetopis*, 73-96.
38. Jasprica, N. K. (1997.). Flora šire okolice malostonskog zaljeva, *Zbornik Dubrovačkog primorja i otoka VI*. Primorac, Dubrovnik.
39. JU NP Mljet i Udruga za prirodu, o. i. (travanj 2017.). *NP Mljet- plan upravljanja 2017.-2026*. Preuzeto 10. 07. 2019. iz NP Mljet plan upravljanja 2017.-2026.: https://np-mljet.hr/?wpfb_dl=72
40. Kalogjera, A. (1975). Gospodarski razvitak otoka Korčule od 1837. *Radovi pedagoške akademije I, Split*, 243-269.
41. Katičić, M., Sarić, B., Petronio, J. (1989.). *Dugoročni program razvoja otoka Mljeta*. Dubrovnik: Zavod za društveno planiranje, ekonomiku i statistiku općine Dubrovnik.
42. Kobašić, A., et al. (1985.). *Razvoj turizma na području općine Dubrovnik*. Dubrovnik: Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu, Institut za ekonomska istraživanja.
43. Kombol, T. P. (2006.). Kulturno nasljeđe i turizam. *Radovi Zavoda za znanstveni rad HAZU Varaždin*, 211-226.
44. Krklec. (n.d.).
45. Krklec et al. (2011). Prirodni resursi otoka Korčule. *Geoadria*, 16(1), 3-25.
46. Krklec, Kristina;Ljubenikov Igor;Bensa Aleksandra. (2011). Prirodni resursi otoka Korčule. *Geoadria*, 16(1), 3-25.
47. Li, X. R., & Volgesong, H. (2002). A model of destination promotion with case study of Nanjing. U P. o. Symposium (Ur.). (str. 159-173). P.R.China.
48. Ljubenkov. (2011). održivo gospodarenje vodnim resursima otoka Korčule s naglaskom na njihovo korištenje za poljoprivredu. *Doktorska disertacija, Sveučilište u Splitu*.
49. Mandarić, A., et al. (1985.). *Program razvoja turizma na području općine Dubrovnik za razdoblje 1986 - 1990*. Zagreb: Opće udruženje turističke privrede Hrvatske.
50. *Mljet online.com*. (n.d.). Preuzeto 10. 5 2019. iz http://www.mljet-online.com/hr/mljet/jezero_hr.htm
51. Munsters, W. (1996). Cultural tourism in Belgium. U G. Richards, *Cultural tourism in Europe* (str. 110.). CAB International.

52. (1996.). *Nacionalni program razvitka otoka*. Zagreb: Ministarstvo razvitka i obnove.
53. *Općina Dubrovačko primorje*. (n.d.). Preuzeto 30. siječanj 2017. iz <http://www.dubrovačkoprimerje.hr>
54. *Općina Dubrovačko primorje*. (n.d.). Preuzeto 20. 6. 2017. iz www.dubrovačkoprimerje.hr
55. Palmer. (2015). *Diffues. procedia*, 6(3), 11-15.
56. (1999.). *Polazišta programa razvitka turizma na Dubrovačkom području*. Dubrovnik.
57. (2011.). *Popis stanovništva 2011*. Zagreb: Državni zavod za statistiku.
58. (2003.). *Prostorni koncept za turistički razvitak regije Južna Dalmacija - regionalni masterplan turizma (dodatak)*. Dubrovnik.
59. Richards, G. (1996). Introduction: Culture and tourism in Europe. U G. Richards, *Culture tourism in Europe* (str. 5-6). CAB International.
60. *Strategija razvoja Općine Mljet do 2020*. (2017.). Preuzeto 25. lipnja 2019. iz <http://www.opcinamljet.com.hr/documents/strategija-razvoja-opcine-mljet-do-2020-godine/>.
61. Šegota & Filipčić. (2003). Koppenova podjela klima i hrvatsko nazivlje. *Geoadria*, 8(1), 17-37.
62. Wilde, S., & Cox, C. (n.d.). Linking destination competitiveness and destination development: findings from a mature Australian tourism destination.

Literatura

1. Akcijski plan razvoja kulturnog turizma „Od turizma i kulture do kulturnog turizma“, Institut za turizam, 2015., Zagreb
2. Barbieri, V., et al., 1999., Polazišta programa razvitka turizma na Dubrovačkom području, Dubrovnik
3. Brunsko, Z., 1995., Turizam – važni čimbenik u razvoju Dubrovačkog primorja, *Zbornik Dubrovačkog primorja i otoka*, br.V, str. 261–269.
4. CIDPPUO Dubrovačko primorje (Sl. gl. DNŽ, br. 8/11.), 2011.
5. CIDPPUO Dubrovačko primorje (Sl. gl. DNŽ, br. 14/13.), 2013.
6. Consulting, H. I Dubrovačko–neretvanska županija, preuzeto veljača 2017. sa <http://www.edubrovnik.org/strategije-i-programi/>
7. Cvjetković, P., et al., Gospodarsko stanje, uvjeti i mogućnosti razvitka Dubrovačko–neretvanske županije, Dubrovnik, Dubrovačko–neretvanska županija, 1994.
8. Deša et al., Plan razvoja ruralnog turizma grada Korčule 2015–2020., 2015.
9. DPPUG Korčule, Sl. gl. Grada Korčule, br. 10/15.
10. DPU „Polje“, (Sl. gl. DNŽ, br. 1/12.)
11. Dragičević, M. I Stojčić, N., Mogućnosti i smjernice održivog ekoturizma na primjeru Dubrovačkog primorja, Dubrovnik, RH, 2009.
12. Državni zavod za statistiku, – www.dzs.hr
13. Dubrovačko–neretvanska županija, – www.edubrovnik.org
14. Dubrovnik, NN br. 23/01.
15. DUNEA, Županijska razvojna strategija Dubrovačko–neretvanske županije 2016.–2020. DUNEA, Dubrovnik, 2016.
16. Duplancić Leder. T., et al. Coastline lengths and areas in the Croatian part of the Adriatic Sea determined from the topographic maps at scale of 1:25000., *Geoadria*, 9(1), 2004., str. 5–32.
17. DZS (2003–2015). Statistički ljetopis
18. Džubur, H., Turizam otoka Korčule, Valorizacija ponude i pravci razvoja, *Ekonomski misao i praksa IV*, br.1, 1995., str. 57 – 73.
19. Džubur, H., et al., Turističke mogućnosti i privredno aktiviranje područja Zaton – Slano (Razvojna studija), Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu – Institut za ekonomska istraživanja, Dubrovnik, 1985.

20. Gavranić, A., Jadranski otoci u turističkom razvoju SR Hrvatske i perspektive daljnjeg razvoja , Susreti na dragom kamenu, 1987., str. 121 – 134.
21. Grad Korčula, Plan gospodarenja otpadom grada Korčule , 2010.
22. Gratton, C. I Richards, G. The economic context of cultural tourism, u G. Richards, Cultural tourism in Europe, CAB International,1996, str. 77.
23. Grgurević, O., Prostorni plan uređenja grada Korčule, Arhitektonski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, 2003.
24. GUP Korčula, Sl. gl. Općine Korčula, 01/89.
25. Hazdovac Bajić, N., 2013., Suvremeni demografski i socio–ekonomski problemi otoka Mljeta, *Naše more*, 60(5–6),102–109.
26. <http://www.ikorculainfo.com/net/>, 2.02.2017.
27. <http://www.korculaotok.com/>, 27.02.2017.
28. <http://tzo.smokvica/>, 27.02.2017.
29. <http://tzo-blato.hr/>, 3.02.2017.
30. <http://visitdubrovnik.hr/3.03.2017>.
31. <http://www.brna.hr/>, 2.02.2017.
32. <http://www.korcula.hr/>, 13.02.2017.
33. <http://www.plantea.com/>, 28.02.2017.
34. <http://www.sportkorcula.com/>, 28.02.2017.
35. <http://www.tzo-korcula/>, 2.03.2017.
36. <http://www.tzvelaluka.hr/>, 27.02.2017.
37. <http://www.visitkorcula.eu/>, 2.02.2017.
38. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_10_93_1969.html
39. IDGUP Korčula Sl. gl. DNŽ, br. 4/03.
40. IDGUP Korčula, Sl. gl. Općine Korčula, br. 1/96.
41. IDPPUG Korčule, Sl. gl. Grada Korčule, br. 3/11.
42. IDPPUO Dubrovačko primorje (Sl. gl. DNŽ, br. 9/12.)
43. IDPPUO Lumbarda, Sl. gl. Općine Lumbarda br. 2/08.
44. IDPPUO Mljet – usklađenje, Sl. gl. Općine Mljet br. 4/07.
45. IDPPUO Mljet, Sl. gl. Općine Mljet br. 7/10.
46. IDPPUO Mljet, Sl. gl. Općine Mljet, br. 9/11.
47. IDPUP Korčula 2000, Sl. gl. DNŽ, br. 4/03., 7/03.–isp.
48. IDPUP Korčula, Sl. gl. Općine Korčula, br. 01/96.

49. IDPUP Korčula, Sl. gl. Općine Korčula, br. 5/91.
50. IDUPU naselja Prožurska luka, Sl. gl. Općine Mljet br. 1/12.
51. IDUPU naselja Saplunara, Sl. gl. Općine Mljet br. 1/12.
52. IDUPU naselja Sobra, Sl. gl. Općine Mljet br. 9/11.
53. IDUPU Slano (Sl. gl. DNŽ br. 6/07.), IDUPU Slano (Sl. gl. DNŽ br. 5/11.)
54. II. IDPPUO Lumbarda, Sl. gl. Općine Lumbarda, br. 5/13.
55. II. Izmjene i dopune Prostornog plana uređenja Grada Korčule, *Službeni glasnik Grada Korčule*, 9/16.
56. II. Izmjene i dopune Prostornog plana uređenja Općine Lumbarda PPUO Lumbarda (službeni glasnik općine Lumbarda br.: 02/03, 03/03 isp., 02/08 i 05/13) *Službeni glasnik Općine Lumbarda* 2/08.
57. Ivanković, P., Prilog razmišljanja o gospodarskom razvoju Dubrovačkog primorja, *Zbornik Dubrovačkog primorja i otoka IV.*, Primorac, Dubrovnik, 1993.
58. Izmjene i dopune prostornog grada Korčule, 2011. (PPUG Korčule), *Službeni glasnik Grada Korčule*, 3/11.
59. Izmjene i dopune prostornog plana uređenja općine Mljet (IDPPUO), *Službeni glasnik Općine Mljet*, 01/16.
60. Izvješće o stanju u prostoru Općine Lumbarda za razdoblje od 2010. do 2013. (ISP),
61. Izvješće o stanju u prostoru Općine Dubrovačko Primorje za razdoblje od 2011. do 2015. Općine Dubrovačko Primorje(ISP), *Službeni glasnik*, br. 12/15
62. Izvješće o stanju u prostoru Općine Dubrovačko primorje za razdoblje od 2011. do 2015. godine, Zavod za prostorno uređenje Dubrovačko – neretvanske županije, Dubrovnik, 2015.
63. Izvješće o stanju u prostoru Općine Mljet 2010.– 2013.b (ISP), *Službeni glasnik Općine Mljet*, br. 03/14., *Službeni glasnik Općine Mljet*, br. 01/16
64. Izvješće o stanju u prostoru općine Mljet 2014, Općina Mljet, Arhitektonski fakultet, Zagreb.
65. Jasprica, N. I Kovačić , S., Ugrožene, endemične i rijetke biljke hrvatske flore na Korčuli, *Blatski ljetopis*, 2014., str. 73–96.,
66. Jasprica, N. K., Flora šire okolice malostonskog zaljeva, *Zbornik Dubrovačkog primorja i otoka VI.* Primorac, Dubrovnik, 1997.
67. Kalogjera, A., *Gospodarski razvitak otoka Korčule od 1837.*, Radovi pedagoške akademije I, Split, 1975, str. 243–269.,

68. Katičić, M., Sarić, B., i Petronio, J., Dugoročni program razvoja otoka Mljeta, Zavod za društveno planiranje, ekonomiku i statistiku općine Dubrovnik, Dubrovnik, 1989.
69. Kobašić, A., et al., Razvoj turizma na području općine Dubrovnik, Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu, Institut za ekonomska istraživanja, Dubrovnik, 1985.
70. Kombol, T. P., Kulturno nasljeđe i turizam, Radovi Zavoda za znanstveni rad HAZU, Varaždin, 2006, str. 211–226.
71. Koncept prometnog razvitka grada Korčule, Fakultet prometnih znanosti, Zagreb, 2013.
72. Krklec, K. Et al., Prirodni resursi otoka Korčule, Geoadria 16 (1), 2011., str. 3–25.
73. Ljubenkov, I., Održivo gospodarenje vodnim resursima otoka Korčule s naglaskom na njihovo korištenje za poljoprivredu, Doktorska disertacija, Sveučilište u Splitu, Građevinsko–arhitektonski fakultet Split, 2011.
74. Mandarić, A., et al., Program razvoja turizma na području općine Dubrovnik za razdoblje 1986. – 1990. Opće udruženje turističke privrede Hrvatske, Zagreb, 1985.
75. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, Strateški plan Ministarstva kulture 2016.–2018. – Revidirana verzija, ožujak 2016. uz prilog Reformske mjere i novi načini ostvarenja, Ministarstvo kulture RH, Zagreb, 2016., dostupno na: [https://www.minkulture.hr/userdocsimages/Dokumenti/strateski %20plan/ Web_Revidiran_Strate %c5 %a1ki %20plan %20 Ministarstva %20kulture %202016 %20–2018.pdf](https://www.minkulture.hr/userdocsimages/Dokumenti/strateski_%20plan/ Web_Revidiran_Strate %c5 %a1ki %20plan %20 Ministarstva %20kulture %202016 %20–2018.pdf)
76. Mljet online.com. (n.d.). iz http://www.mljet-online.com/hr/mljet/jezero_hr.htm, preuzeto 10. 5 2019.
77. Munsters, W., Cultural tourism in Belgium, u G. Richards, Cultural tourism in Europe, CAB International, 1996., str. 110.
78. Nacionalni program razvitka otoka, Zagreb;, Ministarstvo razvitka i obnove, 1996.
79. Narodne novine 93/2016, Zakon o ustrojstvu i djelokrugu ministarstava i drugih središnjih tijela državne uprave, Zagreb, 2016.
80. Narodne novine 112/2007, Pravilnik o tradicijskim, odnosno umjetničkim obrtima, Zagreb, 2007, dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_10_112_3312.html

81. Narodne novine 150/2011, Zakon o ustrojstvu i djelokrugu ministarstava i drugih središnjih tijela državne uprave, Zagreb, 2011., dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2011_12_150_3085.html
82. Narodne novine broj 99. od 14 kolovoza 2009.
83. Nikolić, T. i Topić, J. Ur., Crvena knjiga vaskularne flore Hrvatske, Ministarstvo kulture, Državni zavod za zaštitu prirode, Zagreb, 2005.
84. NP Mljet– plan upravljanja 2017.–2026., JU NP Mljet i Udruga za prirodu, o. i. , 2017., preuzeto sa: http://www.edubrovnik.org/strategije/01_SRTDNZ_za_WEB.pdf
85. Općina Dubrovačko primorje, www.dubrovackoprimorje.hr
86. Polazišta programa razvitka turizma na Dubrovačkom području, Dubrovnik, 1999.
87. Popis stanovništva 2011., Državni zavod za statistiku, Zagreb.
88. PPPPO Prostorni plan Nacionalnog parka „Mljet“, Županijski zavod za prostorno uređenje,
89. PPUG Korčule, sl.gl. Grada Korčule, br. 2/03.
90. PPUG Korčule, sl.gl. Grada Korčule, br. 3/08.–usklađenje
91. PPUO Dubrovačko primorje (sl.gl. DNŽ, br. 6/07.)
92. PPUO Lumbarda, sl.gl. Općine Lumbarda br. 02/03., 03/03.–isp.
93. PPUO Mljet, sl.gl. Općine Mljet br. 3/02. I 5/03.–isp.
94. Prostorni koncept za turistički razvitak regije Južna Dalmacija – regionalni masterplan turizma (dodatak), Dubrovnik, 2003.
95. PUP Korčula, sl.gl. Općine Korčula, br. 01/89.
96. Registar financijskih godišnjih izvještaja, Fina, obrada GFI-a za 2014.
97. Richards, G., Introduction: Culture and tourism in Europe, u G. Richards, Culture tourism in Europe. CAB International, 1996, str. 5–6
98. Šegota i Filipčić, Koppenova podjela klima i hrvatsko nazivlje, Geoadria 8(1), 2003., str. 17–37.
99. Statistički ljetopis 2014.
100. Strategija razvoja kulturnog turizma „Od turizma i kulture do kulturnog turizma“, Ministarstvo turizma, Zagreb, 2003.
101. Strategija razvoja Općine Mljet do 2020. – preuzeto 25. lipnja 2019. sa: <http://www.opcinamljet.com.hr/documents/strategija-razvoja-opcine-mljet-do-2020->

102. Strategija razvoja turizma Dubrovačko–neretvanske županije (2012.–2022.), Zavod za prostorno uređenje Dubrovačko–neretvanske županije i Horwath HTL, Dubrovnik, 2013. (pdf verzija)
103. Strategija razvoja turizma Dubrovačko–neretvanske županije 2012. – 2022. godine, HTL i Zavod za prostorno uređenje DNŽ, preuzeto 10. lipnja 2019. sa http://www.edubrovnik.org/strategije/01_SRTDNZ_za_WEB.pdf
104. Strategija razvoja turizma i odredbe o kruzing turizmu na području grada Dubrovnika, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 2016.
105. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020., Ministarstvo turizma, Zagreb, 2013.
106. Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2014.–2020., Ministarstvo turizma – Horwath Consulting, Zagreb i THR, Barcelona, 2014.
107. Strateški plan Ministarstva turizma za razdoblje 2016. – 2018., izmjene i dopune, Ministarstvo turizma, Zagreb, 2016.
108. Strateški plan Ministarstva turizma za razdoblje 2017. – 2019., Ministarstvo turizma, Zagreb, 2016.
109. TOMAS 2008. *Kulturni turizam*, Institut za turizam, Zagreb, 2009.
110. TOMAS Ljeto 2014, Institut za turizam, Zagreb, 2015.
111. Turistička zajednica Dubrovačko–neretvanske županije, Interni podatci.
112. Turistička zajednica općine Dubrovačko primorje, Interni podatci.
113. UPU „GZ Dominče“, Sl. gl. Grada Korčule, br. 01/13.
114. UPU „Poslovna lokacija Uvala Luka“, Sl. gl. Grada Korčule, br. 06/16.
115. UPU „Pupnat 2“, Sl. gl. Grada Korčule, br.08/14.
116. UPU „Zagradac“, Sl. gl. Grada Korčule, br. 08/14.
117. UPU „Humac–Pudarica“ (Sl. gl. Općine Lumbarda br.: 02/11)
118. UPU 4 – Banići, Kručica, Slađenovići, (Sl. gl. DNŽ br. 8/11.)
119. UPU Humac–Pudarica lumbarda, Sl. gl. Općine Lumbarda, br. 2/11.
120. UPU naselja Okuklje, Sl. gl. Općine Mljet br. 9/11.
121. UPU naselja Prožurska luka, Sl. gl. Općine Mljet br. 4/09.
122. UPU naselja Saplunara, Sl. gl. Općine Mljet br. 4/09.
123. UPU naselja Sobra, Sl. gl. Općine Mljet br. 4/09.
124. UPU Slano (Sl. gl. DNŽ, br. 5/01.),
125. UPU TZ I LN Sestrice (Sl. gl. DNŽ, br. 14/13.), 2011.

126. Vuletić, D., Rezultati ispitivanja sklonosti turista za boravak u šumi i odnos prema ekološkim i socijalnim uslugama šuma, Radovi šumarskog instituta Jastrebarsko, 41/1–2, 2006, 83–90.
127. www.distancefromto.net pristup 28. listopada 2019.
128. www.google.com/maps pristup 28. listopada 2019.
129. Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN 68/07, 88/10, 30/14, 89/14, 152/14)
130. Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08)
131. Zakon o turističkom i ostalom građevinskom zemljištu neprocijenjenom u postupku pretvorbe i privatizacije (NN 92/10)
132. Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 85/15, 121/16)
133. Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara (NN 69/99, 151/03, 157/03, 100/04, 87/09, 88/10, 61/11, 25/12, 136/12, 157/13, 152/14, 98/15)
134. Zakon o zaštiti okoliša (NN 80/13, 153/13, 78/15)

Prilozi

Popis tablica

Tablica 1. Tko obavlja ugostiteljske djelatnosti prema članku 5. i 6.?	10
Tablica 2. Planirani sportski tereni u Slanome	37
Tablica 3. Optimalni turistički prihvatni potencijal otoka Mljeta	43
Tablica 4. Optimalna kategorizacija hotelskog smještaja po područjima	43
Tablica 5. Namjena površine Općine grada Korčule	56
Tablica 6. Iskaz prostornih pokazatelja za područje grada Korčule	56
Tablica 7. Namjena površine Općine Lumbarda	61
Tablica 8. Namjena površine Općine Dubrovačko primorje	63
Tablica 9. Iskaz prostornih pokazatelja za namjenu površina općine Dubrovačko primorje	65
Tablica 10. Iskaz prostornih pokazatelja za namjenu površina Općine Mljet	72
Tablica 11. Namjena površine Općine Mljet	73
Tablica 12. Ceste na području Dubrovačkog primorja	101
Tablica 13. Promjena broja stanovnika Dubrovačkog primorja od 1857. do 2011.	105
Tablica 14. Prirodno kretanje stanovništva Dubrovačkog primorja	106
Tablica 15. Struktura privatnog smještaja na području Dubrovačko primorja po mjestima	109
Tablica 16. Turistička noćenja u Dubrovačko–neretvanskoj županiji i Dubrovačkom primorju	113
Tablica 17. Ostvareni dolasci po zemljama podrijetla u Dubrovačkom primorju od 2008. do 2015.	115
Tablica 18. Prosječna duljina boravka turista u Dubrovačkom primorju	115
Tablica 19. Opći podatci o otoku Korčuli	117
Tablica 20. Broj stanovnika na Korčuli	124
Tablica 21. Broj postelja prema vrstama smještajnih kapaciteta	128
Tablica 22. Ostvarena noćenja i broj postelja po mjestima za otok Korčulu	130

Tablica 23. Struktura dolazaka domaćih i inozemnih turista po mjestima i godinama	131
Tablica 24. Najvažnija emitivna tržišta	133
Tablica 25. Cestovna mreža na području općine Mljet	140
Tablica 26. Promjena broja stanovnika otoka Mljeta od 1857. do 2011.	142
Tablica 27. Kretanje broja stanovnika općine Mljet po naseljima, 1948.–2011.	143
Tablica 28. Broj noćenja i dolazaka domaćih i stranih turista u 2018.	146
Tablica 29. Profil ispitanika	154
Tablica 30. Upoznatost ispitanika Dubrovačkog primorja s potencijalom destinacije i njihovi stavovi o njihovoj zastupljenosti u turističkoj ponudi	157
Tablica 31. Upoznatost ispitanika otoka Mljeta s potencijalom destinacije i njihovi stavovi o njihovoj zastupljenosti u turističkoj ponudi	158
Tablica 32. Upoznatost ispitanika otoka Korčule s potencijalom destinacije i njihovi stavovi o njihovoj zastupljenosti u turističkoj ponudi	159
Tablica 33. Generalni zaključak stavova ispitanika o učincima turizma	160
Tablica 34. Stavovi ispitanika o učincima turizma	160
Tablica 35. Uključenost i prezentacija prirodne i kulturne baštine u %	162
Tablica 36. Preporuke za razvoj posebnih oblika turizma	163
Tablica 37. Profil putnika (%)	170
Tablica 38. Duljina boravka, vrsta smještajnih kapaciteta i aktivnosti kojima se putnici bave u destinaciji u postotku (%)	180
Tablica 39. Posjećene atrakcije po pojedinim destinacijama	182
Tablica 40. Zadovoljstvo elementima ponude destinacija	185
Tablica 41. Prosječne ocjene za imidž, lojalnost i konkurentnost destinacije	187
Tablica 42. Potrošnja putnika u eurima	188
Tablica 43. Struktura prosječne dnevne potrošnje po kategoriji putnika u eurima	189
Tablica 44. Struktura prosječne dnevne potrošnje u postotku po kategoriji putnika	189
Tablica 45. Popis indikatora održivog razvoja	229

Popis grafikona

Grafikon 1. Struktura smještajnih kapaciteta do 2000.	36
Grafikon 2. Dolasci i noćenja u Dubrovačkom primorju od 2005. do 2015.	110
Grafikon 3. Turistički dolasci po smještajnim kapacitetima u Dubrovačkom primorju od 2005. do 2015.	111
Grafikon 4. Turistička noćenja po smještajnim kapacitetima u Dubrovačkom primorju od 2005. do 2015.	111
Grafikon 5. Turistički dolasci po naseljima u Dubrovačkom primorju od 2005. do 2015.	112
Grafikon 6. Turistički dolasci po naseljima u Dubrovačkom primorju od 2005. do 2015.	112
Grafikon 7. Turistička noćenja u Dubrovačkom primorju u 2015.	114
Grafikon 8. Turistička noćenja po mjesecima u Dubrovačkom primorju u 2015.	114
Grafikon 9. Motivi dolaska putnika u Dubrovačko primorje	173
Grafikon 10. Izvori informacija putnika o Dubrovačkom primorju	174
Grafikon 11. Motivi dolaska putnika na otok Korčulu	174
Grafikon 12. Izvori informacija putnika o otoku Korčuli	175
Grafikon 14. Izvori informacija putnika o otoku Mljetu	176
Grafikon 15. Učestalost posjeta putnika Dubrovačkom primorju	177
Grafikon 16. Pratlja na putovanju u Dubrovačko primorje	177
Grafikon 17. Učestalost posjeta putnika otoku Korčuli	178
Grafikon 18. Pratlja na putovanju na otok Korčulu	178
Grafikon 19. Učestalost posjeta putnika otoku Mljetu	179
Grafikon 20. Pratlja na putovanju na otok Mljet	179
Grafikon 21. Glavna konkurentna prednost destinacije	198
Grafikon 22. Potencijal kulturne baštine	199
Grafikon 23. Zanimanje posjetitelja za kulturnu baštinu	199
Grafikon 24. Elementi kulturne baštine u ponudi mljetskih obrtnika	200
Grafikon 25. Elementi kulturne baštine u ponudi korčulanskih obrtnika	200
Grafikon 26. Elementi kulturne baštine u ponudi obrtnika Dubrovačkog primorja	201

Grafikon 27. Važnost kulturne baštine za vlastitu djelatnost	202
Grafikon 28. Razvoj turističke ponude	203
Grafikon 29. Povezanost s drugim destinacijama	203
Grafikon 30. Promocija kulturne baštine	204
Grafikon 31. Prepreke integraciji kulturne baštinu u turističku ponudu prema mišljenju mljetskih obrtnika	205
Grafikon 32. Prepreke integraciji kulturne baštinu u turističku ponudu prema mišljenju korčulanskih obrtnika	205
Grafikon 33. Prepreke integraciji kulturne baštinu u turističku ponudu prema mišljenju obrtnika Dubrovačkog primorja	206
Grafikon 34. Prepreke integraciji kulturne baštinu u turističku ponudu prema ukupnom mišljenju obrtnika	206
Grafikon 35. Poticaji integraciji kulturne baštine u turističku ponudu Mljeta	207
Grafikon 36. Poticaji integraciji kulturne baštine u turističku ponudu Korčule	208
Grafikon 37. Poticaji integracije kulturne baštine u turističku ponudu Dubrovačkog primorja	208
Grafikon 38. Poticaji integraciji kulturne baštine u turističku ponudu; ukupni stavovi	209
Grafikon 39. Ocjene razvojnog potencijala i tržišne spremnosti, lokalni i regionalni dionici	210
Grafikon 40. Razvojno prioriteta elemenata kulturne baštine prema stavovima lokalnih i regionalnih dionika	211
Grafikon 41. Prepreke integraciji kulturne baštine u turističku ponudu prema stavovima lokalnih i regionalnih dionika	212
Grafikon 42. Poticaji integriranju kulturne baštine u turističku ponudu prema stavovima lokalnih i regionalnih dionika	212
Grafikon 43. Zadovoljstvo integracijom kulturnih resursa u turističku ponudu prema stavovima lokalnih i regionalnih dionika	213

Popis slika

Slika 1. Prostorni obuhvat općine Dubrovačko primorje	97
Slika 2. Prostorni obuhvat općine Mljet	135

Popis dijagrama

Dijagram 1. Mreža dionika kulturno–turističkog razvoja na lokalnoj razini	79
Dijagram 2. Prijedlog organizacije turističke zajednice integrirane destinacije	221
Dijagram 3. Model integriranog upravljanja destinacijom u koracima	223
Dijagram 4. Generički model za integrirano upravljanje destinacijama	234

UPITNIK Istraživanje stavova lokalnog stanovništva Dubrovačkog primorja, otoka Mljeta i otoka Korčule

[Company Name]



[Company Name], u okviru projekta „Ruralna poučna, kulturno–etnografska turistička atrakcija“ provodi istraživanje o stavovima lokalnog stanovništva o turizmu.

Najljepše Vas molimo da popunite upitnik koji je u potpunosti anoniman. Zahvaljujemo na Vašem strpljenju jer bez Vaše suradnje ovo istraživanje ne bi bilo moguće.

Uz izraze poštovanja lijepo Vas pozdravljamo.

1. Upoznatost s potencijalom destinacije i njezina zastupljenost u turističkoj ponudi

U okviru svake skupine nabrojite pet resursa s kojima ste upoznati i ocjenom od 1 do 5 ocijenite njihovu zastupljenost u turističkoj ponudi!

-
-
-
-
- ...

2. Podrška posebnim oblicima turizma

Istaknite pet resursa (proizvoda ili usluga) koji bi, po Vašem mišljenju, trebali dominirati u turističkoj ponudi!

- ...
- ...
- ...
- ...

3. Stavovi lokalnog stanovništva		Nikako se ne slažem				U potpunosti se slažem
1.	Turizam potiče zapošljavanje.	-2	-1	0	1	2
2.	Turizam osigurava rast dohotka i životnog standarda lokalnom stanovništvu (stanovnicima koji su izravno, ali i neizravno povezani s turizmom).	-2	-1	0	1	2
3.	Turizam potiče izgradnju nove i obnovu postojeće infrastrukture (ceste, vodovod, kanalizacija i sl.)	-2	-1	0	1	2
4.	Turizam potiče malo poduzetništvo (OPG-ovi, obrti i sl).	-2	-1	0	1	2
5.	Turizam utječe na porast cijena (proizvoda, usluga, nekretnina).	-2	-1	0	1	2
6.	Turizam utječe na porast troškova života.	-2	-1	0	1	2
7.	Turizam, porastom prihoda u lokalnom proračunu, osigurava kvalitetnije pružanje javnih usluga (zdravstvo, obrazovanje, prijevoz, komunalne usluge).	-2	-1	0	1	2
8.	Turizam utječe na porast domaćih i stranih ulaganja.	-2	-1	0	1	2
9.	Turizam potiče lokalno stanovništvo na aktivno sudjelovanje u kulturnim događajima (plesanje linča, izlaganje suvenira).	-2	-1	0	1	2
10.	Turizam potiče lokalno stanovništvo na posjećivanje kulturnih događaja.	-2	-1	0	1	2
11.	Turizam potiče lokalno stanovništvo na obrazovanje.	-2	-1	0	1	2
12.	U kontaktu s turistima moguće je naučiti puno o zemljama iz kojih potječu i o njihovoj kulturi.	-2	-1	0	1	2
13.	Turizam ugrožava sigurnost lokalnog stanovništva.	-2	-1	0	1	2
14.	Turizam donosi više štete nego koristi.	-2	-1	0	1	2
15.	Turizam osigurava uvjete za zaustavljanje iseljavanja.	-2	-1	0	1	2
16.	Turizam ugrožava tradicionalnost i izvornost življenja u destinaciji („komercijalizira“ destinaciju).	-2	-1	0	1	2
17.	Turizam se nekontrolirano koristi raspoloživim lokalnim resursima.	-2	-1	0	1	2
18.	Turizam onečišćuje more.	-2	-1	0	1	2
19.	Turizam onečišćuje zrak.	-2	-1	0	1	2
20.	Turizam utječe na povećanje količine otpada.	-2	-1	0	1	2
21.	Turizam utječe na stvaranje gužvi (u prometu, na plažama i sl.).	-2	-1	0	1	2
22.	Turizam potiče očuvanje i unaprjeđenje kulturno-povijesne (spomenici, tehnološka dostignuća i sl.) i umjetničke (dostignuća u arhitekturi, likovnoj, glazbenoj i kazališnoj umjetnosti) baštine.	-2	-1	0	1	2
23.	Turizam potiče očuvanje i unaprjeđenje etnosocijalne baštine (narodne igre, pjesme, običaji, narodne nošnje, rukotvorine, kulinarske vještine, mentalitet).	-2	-1	0	1	2
24.	Turizam utječe na porast svijesti o potrebi zaštite prirodnih i društvenih resursa u destinaciji.	-2	-1	0	1	2

d) srednjoškolski program	j) doktorat
e) viša škola	k) specijalizacija
f) visokoškolski strukovni studij	l) ne želim odgovoriti
Zanimanje	
a) stalno zaposlen/a (kod poslodavca)	j) student
b) vlasnik/ca poduzeća – poslodavac	k) strukovna/trogodišnja škola, praksa
c) obrtnik/ca	l) poljoprivrednik, radi-pomaže u poljoprivredi
d) samostalni poduzetnik/ca	m) kućanica
e) samozaposleni stručnjak (odvjetnik, liječnik, arhitekt)	n) ispomoć u kućanstvu (radionica, kafić)
f) slobodna profesija (umjetnik, samostalni novinar/glumac)	o) radno nesposoban – invalid,...
g) honorarni rad, autorski ugovor	p) drugo
h) nezaposlen/a	r) ne želim odgovoriti
i) umirovljenik	
Ukupni prosječni mjesečni prihod kućanstva	
a) bez prihoda	e) 6 001 do 8 000 kuna
b) 0 do 2 000 kuna	f) 8 001 do 10 000 kuna
c) 2 001 do 4 000 kuna	g) 10 001 do 12 000 kuna
d) 4 001 do 6 000 kuna	h) više od 12 000 kuna
Ovdje (na trenutnoj lokaciji) živim:	
a)	od rođenja
b)	unatrag deset godina
c)	unatrag dvadeset godina
d)	unatrag trideset godina
e)	unatrag više od 30 godina

UPITNIK Istraživanje stavova putnika u Dubrovačkom primorju, na otoku Korčuli i otoku Mljetu

Dear visitors,

The University of Dubrovnik is conducting a survey regarding your motivation, satisfaction and consumption in tourism destination. The survey data will be treated with anonymity and confidentially.

SOCIODEMOGRAPHIC PROFILE:

Country of Origin: _____

Gender: male | female

Age: 18–25 | 26–35 36–45 | 46–55
 56–65 | 66–

Education: Primary school | Secondary school
 Undergraduate | Graduate
 Postgraduate

Personal monthly income:

up to 500 € | 501–1 500€
 1 501–2 000€ | 2 001–2 500€
 2 501–3 000€ | 3 001–3 500€
 3 501–4 000€ | 4 001€–

How many times have you visited this destination?

This is my first time Once before
 2 – 5 times before More than five times before

You are travelling?

Alone With spouse/partner
 With family With friends Other

How long are you staying here (number of days)?

Type of accommodation:

Hotel 5* Hotel 4* Hotel 3*
 Hotel 2* Private accommodation

- Camp Hostel Nautical boat
 None, I'm staying less than one day Other

Source of information about tourism destination:

- Previous visit Advice from friends/relatives
 Publishing media (newspapers, brochures, guide, books...)
 Broadcasting media (radio, TV)
 Electronic media (Internet, mobile phones...) Other

The main purpose of your visit (mark up to three):

- Rest and relaxation Visiting friends or relatives
 Business trip Historical heritage
 Natural attractions Sport Entertainment
 Events/Festivals Gastronomy New experiences
 Health Other

Activities that you are participating:

- Swimming Scuba diving Sightseeing
 Nature walk Adventure sports Attending events
 Visiting museums Visiting night clubs Cycling
 Medical treatment Historical tours
 Natural attractions tours Wellness Other_____

Please list 5 visited attractions:

Please mark the level of the satisfaction of each statement according to your real perception (1=totally unsatisfied; 5= totally satisfied)

Good experiences with local culture	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Cultural sites were accessible	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Reasonable prices for cultural offer	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Scenic and natural beauty	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Environmental preservation	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Cleanliness of the tourism destination	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Good waste management	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Security and safety	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Nightlife and entertainment	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Availability of recreational facilities	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Reasonable prices for the entertainment	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Possibilities for shopping	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Availability of good local souvenirs	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Reasonable prices in shops	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Enjoying local cuisine	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Good quality of services in restaurants	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Reasonable prices in restaurants	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
The quality of accommodation	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Services provided in accommodation	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Reasonable prices of accommodation	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Accessibility of this place	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Availability of the parking	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Good signage for visitors	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Good value for money	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Peaceful atmosphere	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Friendliness of local people	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Relaxing atmosphere	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Exciting atmosphere	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Pleasant atmosphere	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Please rate your overall satisfaction with this destination.

1 2 3 4 5

Disappointing

Exceptional

Please rate your overall image of this destination

1 2 3 4 5

Extremely negative

Extremely positive

Will you recommend this destination to your friends and relatives?

1 2 3 4 5

Never

Surely

Are you planning to visit this destination again?

1 2 3 4 5

Never

Surely

Will you give advantage to this destination above other destinations in your next journey?

1 2 3 4 5

Never

Surely

Overall expenditure for visiting this destination:

_____ €

This expenditure refers to _____ person/(s)

Please specify overall expenditures for visiting this destination following next items:

Transport	_____ €
Accommodation	_____ €
Food and beverage	_____ €
Shopping	_____ €
Culture costs (tickets for events museums, tours)	_____ €
Entertainment	_____ €
Other	_____ €

Thank you for your help and contribution!!!

UPITNIK Istraživanje kulturne baštine

UPITNIK Kulturna baština (obrtnici)

Opći podatci

1. Godina osnivanja _____
2. Temeljna djelatnost (prema NKD) _____
3. Prosječan broj zaposlenih u Vašem poduzeću tijekom protekle tri godine

4. Lokacija poslovnog subjekta _____

Uloga kulturnih resursa u kreiranju turističkog proizvoda

1. Prema Vašem mišljenju, glavna konkurentska prednost vaše destinacije je (molimo, zaokružiti jedan odgovor):
 - a. Prirodni resursi (sunce i more)
 - b. Gostoljubivost domaćina
 - c. Razvijena turistička infrastruktura (šetnice, smještajni kapaciteti, vinske ceste, biciklističke staze itd.)
 - d. Kulturna i povijesna baština (manifestacije, tradicionalni obrti...)
 - e. Sport i rekreacija
2. Jeste li upoznati s kulturnom baštinom u Vašem području:
 - a. DA
 - b. NE
3. Prema Vašem mišljenju, koji elementi kulturne baštine imaju najveći poslovni potencijal (molimo, zaokružiti jedan odgovor):
 - a. Sakralni objekti (crkve, kapelice, samostani)
 - b. Nesakralni kulturni objekti (tvrđave, zidine i sl.)
 - c. Muzeji i galerije, rodne kuće
 - d. Kulturne manifestacije i događaji
 - e. Tradicionalni obrti
4. Prema Vašem mišljenju, zainteresiranost posjetitelja za kulturnu baštinu je
 - a. Ispodprosječna
 - b. Prosječna
 - c. Iznadprosječna

Uloga kulturnih resursa u vlastitoj poslovnoj aktivnosti

1. Uključuje li Vaša ponuda neke od prethodno nabrojanih elemenata kulturne baštine. Molimo, zaokružite odgovarajući broj (1–u potpunosti ne uključuje, 5–u potpunosti uključuje).

Organizacija kulturnih događaja i manifestacija	1	2	3	4	5
Izradba autohtonih suvenira	1	2	3	4	5
Prodaja autohtonih suvenira	1	2	3	4	5
Priprema i posluživanje tradicionalnih jela	1	2	3	4	5
Posjet i razgledanje objekata kulturne baštine	1	2	3	4	5
Ostalo _____	1	2	3	4	5

2. Koliko je važna kulturna baština za poslovanje Vašeg poduzeća?
- Iznimno važna
 - Važna
 - Nije važna, ali bi mogla biti u budućnosti
 - Nije važna, niti će biti u budućnosti (ako je ovo Vaš odgovor, ne trebate odgovarati na daljnja pitanja).
3. U razvoju ponude temeljene na kulturnoj baštini djelovali ste (može se zaokružiti više odgovora):
- Samostalno
 - U suradnji s turističkim agencijama
 - U suradnji sa strukovnim organizacijama na lokalnoj i regionalnoj razini
 - U suradnji s predstavnicima lokalne i regionalne uprave
4. Jeste li u ponudi kulturne baštine povezani s drugim destinacijama (npr. zajedničke izletničke ture...)
- DA
 - NE
5. Ponudu kulturne baštine promovirate (može se zaokružiti više odgovora):
- Preko turističke zajednice
 - U suradnji s turističkim agencijama
 - U suradnji sa smještajnim i ugostiteljskim objektima
 - Elektroničkim i tiskanim medijima
 - Na turističkim sajmovima
 - Naše promidžbene aktivnosti ne uključuju kulturnu baštinu

Barijere i podrška integriranju kulturne baštine u turističku ponudu

1. Na ljestvici od 1 do 5 zaokružite važnost sljedećih prepreka integriranju kulturne baštine u turističku ponudu (1–najmanja važnost, 5–najveća važnost)

Financijski izdatci	1	2	3	4	5
Loša dostupnost kulturne baštine	1	2	3	4	5
Nedostatna ili neodgovarajuća informiranost o postojećoj kulturnoj baštini	1	2	3	4	5
Zakonska regulativa	1	2	3	4	5
Nezainteresiranost posjetitelja i turista za kulturnu baštinu	1	2	3	4	5
Neodgovarajuća potpora lokalne i regionalne vlasti	1	2	3	4	5
Neodgovarajuća infrastruktura	1	2	3	4	5
Niska razina educiranosti turističkih djelatnika o lokalnoj kulturnoj baštini	1	2	3	4	5

2. Na ljestvici od 1 do 5 zaokružite važnost sljedećih poticaja integriranju kulturne baštine u turističku ponudu (1–najmanja važnost, 5–najveća važnost).

Organizirana edukacija ljudskih resursa	1	2	3	4	5
Informiranost i podrška u prijavi za dodjelu poticaja za valoriziranje kulturne baštine u turističke svrhe sredstvima nacionalnih fondova i fondova Europske unije	1	2	3	4	5
Stručna podrška u osmišljavanju i provođenju promotivnih aktivnosti	1	2	3	4	5

ZAHVALJUJEMO NA SURADNJI!

UPITNIK Kulturna baština (javna uprava)

Opći podatci

1. Područje djelovanja
 - a. javni sektor
 - b. turizam
 - c. kulturni sektor
2. Lokacija poslovnog subjekta _____
3. Dob ispitanika _____
4. Spol ispitanika M Ž
5. Stručna sprema ispitanika
 - a. SSS
 - b. VŠS
 - c. VSS
 - d. MR i DR
6. Godine staža _____

Uloga kulturnih resursa u kreiranju turističkog proizvoda

1. Prema Vašem mišljenju, glavna konkurentna prednost destinacije je (molimo, zaokružiti jedan odgovor):
 - a. Prirodni resursi (sunce i more)
 - b. Gostoljubivost domaćina
 - c. Razvijena turistička infrastruktura (šetnice, smještajni kapaciteti, vinske ceste, biciklističke staze itd.)
 - d. Kulturna i povijesna baština (manifestacije, tradicionalni obrti...)
 - e. Sport i rekreacija
2. Prema Vašem mišljenju, ocijenite razvojni potencijal sljedećih elemenata kulturne baštine (1–najmanji potencijal, 5–najveći potencijal).

Sakralni objekti (crkve, kapelice, samostani)	1	2	3	4	5
Nesakralni kulturni objekti (tvrđave, zidine i sl.)	1	2	3	4	5
Muzeji i galerije, rodne kuće	1	2	3	4	5
Kulturne manifestacije i događaji	1	2	3	4	5

Tradicionalni obrti	1	2	3	4	5
Tematske ceste	1	2	3	4	5
Oživljavanje povijesti	1	2	3	4	5
Kreativne radionice	1	2	3	4	5

3. Prema Vašem mišljenju, ocijenite tržišnu spremnost sljedećih elemenata kulturne baštine (1–najmanja tržišna spremnost, 5–najveća tržišna spremnost).

Sakralni objekti (crkve, kapelice, samostani)	1	2	3	4	5
Nesakralni kulturni objekti (tvrđave, zidine i sl.)	1	2	3	4	5
Muzeji i galerije, rodne kuće	1	2	3	4	5
Kulturne manifestacije i događaji	1	2	3	4	5
Tradicionalni obrti	1	2	3	4	5
Tematske ceste	1	2	3	4	5
Oživljavanje povijesti	1	2	3	4	5
Kreativne radionice	1	2	3	4	5

4. Prema Vašem mišljenju, zainteresiranost posjetitelja za kulturnu baštinu je
- Ispodprosječna
 - Prosječna
 - Iznadprosječna

Stavovi prema integriranju kulturne baštine u turističku ponudu

- Koliko ste zadovoljni dosadašnjom integracijom kulturnih resursa u turističkoj ponudi?
 - Nezadovoljan
 - Ni zadovoljan ni nezadovoljan
 - Zadovoljan
- Na ljestvici od 1 do 5 zaokružite važnost sljedećih prepreka integriranju kulturne baštine u turističku ponudu (1–najmanja važnost, 5–najveća važnost)

Financijski izdatci	1	2	3	4	5
Loša dostupnost kulturne baštine	1	2	3	4	5
Nedostatna ili neodgovarajuća informiranost o postojećoj kulturnoj baštini	1	2	3	4	5
Zakonska regulativa	1	2	3	4	5
Nezainteresiranost posjetitelja i turista za kulturnu baštinu	1	2	3	4	5

Neodgovarajuća potpora lokalne i regionalne vlasti	1	2	3	4	5
Neodgovarajuća infrastruktura	1	2	3	4	5
Niska razina educiranosti turističkih djelatnika o lokalnoj kulturnoj baštini	1	2	3	4	5

3. Na ljestvici od 1 do 5 zaokružite važnost sljedećih poticaja integriranju kulturne baštine u turističku ponudu (1 – najmanja važnost, 5 – najveća važnost).

Organizirana edukacija ljudskih resursa	1	2	3	4	5
Informiranost i podrška u prijavi za dodjelu poticaja za valoriziranje kulturne baštine u turističke svrhe sredstvima nacionalnih fondova i fondova Europske unije	1	2	3	4	5
Stručna podrška u osmišljavanju i provedbi promotivnih aktivnosti	1	2	3	4	5

4. Prema Vašem mišljenju, koji su prioriteti u razvoju kulturno-turističkog proizvoda? (1 – najniži prioritet, 5 – najviši prioritet).

Sakralni objekti (crkve, kapelice, samostani)	1	2	3	4	5
Nesakralni kulturni objekti (tvrđave, zidine i sl.)	1	2	3	4	5
Muzeji i galerije, rodne kuće	1	2	3	4	5
Kulturne manifestacije i događaji	1	2	3	4	5
Tradicionalni obrti	1	2	3	4	5
Tematske ceste	1	2	3	4	5
Oživljavanje povijesti	1	2	3	4	5
Kreativne radionice	1	2	3	4	5

ZAHVALJUJEMO NA SURADNJI!