

Projekt Pelješki most - izazovi i prilike za razvoj turizma

Lojen, Tea

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:917873>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-22**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij

TEA LOJEN

Projekt Pelješki most – izazovi i prilike za razvoj turizma

**Project Pelješac Bridge – Challenges and Opportunities for the
Development of Tourism**

Diplomski rad

Opatija, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij
Menadžment u hotelijerstvu

Projekt Pelješki most – izazovi i prilike za razvoj turizma

**Project Pelješac Bridge – Challenges and Opportunities for the
Development of Tourism**

Diplomski rad

Kolegij: **Menadžment projekata u
hotelijerstvu** Student: **Tea LOJEN**

Mentor: **Prof.dr.sc Marko PERIĆ** Matični broj: **ds3625**

Opatija, svibanj 2023.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

TEA LOJEN

ds3625

(ime i prezime studenta)

(matični broj studenta)

Projekt Pelješki most - izazovi i prilike za razvoj turizma
(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor diplomskog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa diplomskim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 2023.

Potpis studenta

Sažetak

Turizam, kao jedna od najvažnijih gospodarskih grana Hrvatske, uspješno se razvijao kroz godine pa sve do danas, a jedinstvene prirodne i društvene atrakcije jadranske obale Hrvatsku čine jednu od najatraktivnijih ljetnih turističkih odredišta Mediterana. Predmet diplomskog rada je izgradnja Pelješkog mosta koji je najveći hrvatski infrastrukturni objekt financiran iz EU fondova i dio je projekta „cestovna povezanost s južnom Dalmacijom“, a koji će imati ključnu ulogu u daljnjem razvitku Hrvatske, ne samo u gospodarskom smislu, već i kao poželjne turističke destinacije. Ovaj veliki projekt cestovnog povezivanja uključuje i izgradnju pristupnih cesta i cesta na Pelješcu, što će uvelike promijeniti dosadašnji tijek prometa na tom području. Cilj rada je ukazati na značaj i utjecaje prometne infrastrukture na razvoj turizma te izazove i prilike s kojima se susreće hrvatsko gospodarstvo i lokalno stanovništvo. U svrhu diplomskog rada provedeno je nekoliko analiza kojima se želi pojasniti turistička i strateška važnost projekta. Također, navedeni su prijedlozi i smjernice za razvoj turizma Dubrovačko-neretvanske županije kojima bi se poboljšala kvaliteta života lokalnog stanovništva i kako bi se ostvarili navedeni planovi, željena posjećenost te gospodarski rast.

Ključne riječi: Pelješki most; izazovi; prilike; razvoj turizma; lokalno stanovništvo

Sadržaj

| | |
|---|----|
| Uvod | 1 |
| 1. Prometna infrastruktura i turizam | 2 |
| 1.1. Značaj cestovnog prijevoza za turizam | 5 |
| 1.2. Značaj željezničkog prijevoza za turizam | 5 |
| 1.3. Značaj zračnog prijevoza za turizam | 6 |
| 1.4. Značaj vodenog prijevoza za turizam | 7 |
| 2. Turizam u Dubrovačko-neretvanskoj županiji..... | 9 |
| 2.1. Povijest, položaj i značaj Dubrovačko-neretvanske županije..... | 9 |
| 2.2. Plan razvoja Dubrovačko-neretvanske županije do 2027..... | 11 |
| 2.3. Turistička ponuda i potražnja..... | 13 |
| 2.3.1. Turistička ponuda | 13 |
| 2.3.2. Turistička potražnja | 25 |
| 3. Pelješki most | 36 |
| 3.1. Opće informacije..... | 36 |
| 3.2. Geoprometni položaj..... | 38 |
| 3.3. Turistički potencijal | 39 |
| 3.4. Analiza čimbenika uključenih u stvaranje doživljaja turista | 43 |
| 3.5. SWOT analiza | 45 |
| 4. Analiza turističkog potencijala Pelješkog mosta iz perspektive lokalnog stanovništva - studija slučaja | 47 |
| 4.1. Metodologija istraživanja..... | 47 |
| 4.2. Rezultati istraživanja..... | 47 |
| 4.3. Prijedlozi i smjernice za razvoj turizma u Dubrovačko-neretvanskoj županiji | 50 |
| 5. Zaključak | 53 |
| Bibliografija..... | 55 |
| Popis ilustracija..... | 63 |

Uvod

Pelješki most najveći je infrastrukturni projekt Republike Hrvatske te je ujedno i najveći projekt koji Europska unija financira sredstvima iz Operativnog programa Konkurentnost i kohezija u programskom razdoblju od 2014. do 2020. godine. Strateška važnost izgradnje prometnica na jugu Hrvatske, uključujući i Pelješki most, izuzetno je velika te je, nakon što je most otvoren za promet 26. srpnja 2022. godine hrvatski teritorij, do tada prekinut granicom s Bosnom i Hercegovinom duž neumskog koridora, spojen i ujedinjen.

S obzirom na veliki interes šire i užje javnosti za ovaj projekt, problem ovog diplomskog rada biti će Pelješki most te učinci koje će provedba projekta imati i ima na gospodarstvo i turizam Hrvatske. Svrha rada je ispitati turistički potencijal i važnost Pelješkog mosta iz perspektive lokalnog stanovništva. S tom inicijativom prikupljeni su sekundarni podaci o turističkoj ponudi i potražnji Dubrovačko-neretvanske županije, prvenstveno iz baze podataka Turističke zajednice Dubrovačko-neretvanske županije, Ekonomskog instituta i Državnog zavoda za statistiku u periodu od 2019. do 2022. godine te iz prijašnjih istraživanja drugih autora. Nadalje, kako bi se dobio uvid u stavove lokalnog stanovništva o daljnjem turističkom razvoju potaknutim izgradnjom Pelješkog mosta provedena je studija slučaja na lokalnim turističkim subjektima korištenjem dubinskog intervjua kao jednu od kvalitativnih metoda istraživanja tržišta i prikupljanja primarnih podataka.

Struktura diplomskog rada sastoji se od 5 poglavlja. U prvom poglavlju osvrt je na značaju prometne infrastrukture za turizam, cestovnog, željezničkog, zračnog i vodenog prijevoza. Drugo poglavlje posvećeno je turizmu u Dubrovačko-neretvanskoj županiji, razvojnim planovima same županije te turističkoj ponudi i potražnji tog područja. Treće poglavlje govori o Pelješkom mostu, pruža opće informacije, osvrt na geoprometni položaj, turistički potencijal i prikazuje analizu čimbenika uključenih u turistički doživljaj turista te SWOT analizu. Četvrto poglavlje je studija slučaja kojom se analizira turistički potencijal Pelješkog mosta iz perspektive lokalnog stanovništva dok konačno, peto poglavlje donosi zaključak o tome kako lokalno stanovništvo vidi potencijal Pelješkog mosta u razvoju turizma na području na kojem rade i žive.

1. Prometna infrastruktura i turizam

Turizam se smatra vrlo važnom komponentom gospodarstva mnogih zemalja (Dogru i Bulut, 2018., Uslu et al., 2020.). Dokaz za ovu tvrdnju je značajan doprinos turizma bruto domaćem proizvodu u tim zemljama (WTTC, 2020.), što naglašava potrebu stalnog ispitivanja ovog tržišta iz različitih perspektiva kako bi se identificirali značajni čimbenici s potencijalom za razvoj turizma. Jedan od tih čimbenika je prometna infrastruktura, posebno cestovna prometna infrastruktura (Vochozka i Sheng, 2016., Lăzăroiu et al., 2020.). Nema sumnje da su turizam i prometna infrastruktura ekonomski korisni (Albaladejo et al.; 2021., Chen et al.; 2021.; Haller et al., 2020.; Nenavath, 2021.), a postoji i pretpostavka da su međusobno povezani.

Prideux (2000.) definira turizam kao funkcioniranje i interakciju između načina prijevoza, puteva i terminala koji podržavaju turistička odmarališta u smislu protoka putnika i tereta u i iz odredišta, te pružanje povezujućih načina prijevoza u regiji koja stvara turizam. Turizam obično asocira na odmor, opuštanje, užitek i sve zabavne aspekte vezane uz to), a sadrži dvije važne sastavnice: ishodište i odredište (Ouariti i Hamri, 2014.). Ove dvije sastavnice zajedno oblikuju turistički sustav, koji je rezultat interakcije ponude i potražnje (Gunn, 1994.) pa je za analizu atraktivnosti turističke destinacije bitno analizirati elemente njezine ponude (El Hafid, El Assri i Sair, 2018.). Vengesayi, Mavondo i Reisinger (2009.) smatraju kako prometna infrastruktura čini jedan od najvažnijih elemenata turističke ponude i temelj je pružanja prometne usluge te je u tom pogledu bitna odrednica turizma, što potvrđuju i Li et al. (2015.) kada ističu da prometna infrastruktura uvijek ima važnu ulogu u razvoju turizma. Prema autorima, ponašanje turističkih posjetitelja pri odabiru destinacije uvelike ovisi o dostupnosti destinacije (Li et al., 2015., Liska, 2016.). Dakle, odsutnost ili nedovoljan razvoj infrastrukture može biti glavni čimbenik nedostatka razvoja turističkih aktivnosti (Costea et al., 2017.). To je u skladu s nalazima Khadarooa i Seetanaha (2008.), koji su izjavili da je prometna infrastruktura značajna odrednica priljeva turizma u destinaciju. U svojoj drugoj studiji otkrili su da su turisti iz Europe, Amerike i Azije posebno osjetljivi na prometnu infrastrukturu (Khadaroo i Seetanah, 2007.). Ovo podupire spremnost kreatora politike da poboljšaju infrastrukturu cestovnog prometa, jer zemlje moraju rasti u smislu prometne infrastrukture i turizma kako bi ostvarile ekonomsku dobit (Horak et al., 2020.).

Kaul (1985.) je vidio ulogu prometne učinkovitosti kao bitan dio razvoja dobrostojećeg turizma te je naveo kako promet igra važnu ulogu u uspješnom stvaranju i razvoju novih

atrakcija, kao i zdravom rastu postojećih. Costea i sur. (2017.) prometnu infrastrukturu smatraju ključnom odrednicom konkurentnosti turizma. Prema tim autorima, dostupnost sigurne i brze prometne mreže do najvažnijih turističkih središta zemlje je od vitalnog značaja. Nijedan turistički resurs, koliko god bio važan, ne može se učinkovito implementirati bez prometne infrastrukture.

Vochozka et al. (2016.) navode prometnu infrastrukturu i turizam kao dva područja gospodarskog života u zemljama koja igraju nezamjenjivu ulogu u razvoju politika i planova usmjerenih na održivi razvoj. Kanwal i sur. (2020.) ispitali su odnos između percipiranog utjecaja razvoja cestovne i prometne infrastrukture i podrške lokalne zajednice turizmu kroz percipirani utjecaj na okoliš, percipirane koristi od turizma i percipirano zadovoljstvo zajednice. Ova područja nude mogućnosti za društveno odgovorna poboljšanja koja, osim stvaranja ekonomske koristi, također poštuju okoliš i kvalitetu života (Belas et al., 2018., 2020.). Budući da razvoj prometne infrastrukture promiče gospodarski rast te osigurava i promiče zapošljavanje, on također pridonosi poboljšanju životnog standarda (Baral et al., 2021.). Baral et al. (2021.) kao prednosti koje se dobivaju izgradnjom prometnica izdvajaju jednostavan i brz pristup glavnim turističkim destinacijama te prihod od naplata cestarine. Ekonomski, društveni, ekološki, inovativni i kulturni čimbenici ključni su za razvoj održivog turizma u zemljama i trebaju se usredotočiti na poticanje i osiguravanje pozitivnog učinka turističke infrastrukture na konkretne korisne rezultate (Mamirkulova et al. 2020.).

Prema Rodrigue, Comtois i Slack (2016.) prometna infrastruktura ponajviše uključuje ceste, željeznice, zračne luke i dr. koji turističko odredište čine dostupnim turistima. Caraiani, Potecea, Surdu i Georgescu (2017.) smatraju kako promet ima izravne implikacije u društvenoj sferi, a vrijeme putovanja važan je element pri donošenju odluke o odmoru u opciji za pojedinu destinaciju, posebice u međunarodnom turizmu, a turizam se proširio uglavnom zbog poboljšanja prometa. Ako nacionalni promet znači prijevoz između lokaliteta ili unutar lokaliteta jedne zemlje, međunarodni promet predstavlja one prijevoze koji prelaze najmanje jednu državnu granicu, pri čemu se točke polaska i dolaska nalaze u različitim zemljama (Caraiani i Goregescu, 2012.).

Uz rastući istraživački interes za turizam i prometnu infrastrukturu, moguće je identificirati različite perspektive u ispitivanju ova dva područja (Ivankova et al., 2021.). Nguyen (2021.) ispitaio je utjecaj ulaganja u razvoj turističke infrastrukture na privlačenje međunarodnih posjetitelja. Koristeći pristup potencijalne pristupačnosti, Michniak et al. (2014.) istraživali su utjecaj ulaganja u cestovnu infrastrukturu na razvoj turizma u smislu intenziviranja boravaka.

Jou et al. (2012.) usredotočili su se na utjecaj nove cestovne infrastrukture na ponašanje turista. Wendt i sur. (2021.) ispitivali su korelacije između razvoja prometne mreže i porasta turističkog prometa, a njihovi rezultati pokazuju da prometna infrastruktura igra ključnu ulogu u osiguravanju povezanosti pograničnih regija. Stehel i Vochozka (2016.) ispitali su ekonomsku dodanu vrijednost u prometnom sektoru. S druge strane, Ivankova et al. (2021.) upozoravaju da još uvijek postoji nedostatak znanja o vezi između cestovne prometne infrastrukture i turističke potražnje koju predstavlja potrošnja posjetitelja.

Staniciulescu (2002.) smatra kako je promet prva manifestacija turističke potrošnje te je stoga njegov psihološki utjecaj na turiste, u pokušaju stvaranja što bolje slike turističkog proizvoda, presudan, a to znači kako je prvi kontakt s turističkim proizvodom kojeg je turist kupio upravo putem usluge putovanja. Promet se smatra jednim od najznačajnijih čimbenika koji su pridonijeli međunarodnom razvoju turizma. Omogućuje bitnu vezu između turističkog polazišta i odredišnog područja i olakšava kretanje turista, poslovnih putnika i ljudi koji posjećuju rođake u drugim zemljama (Page, 2005.).

Prideaux (2000.) definira prometni sustav relevantan za turizam kao funkcioniranje i interakciju između načina prijevoza, puteva i terminala koji podržavaju turiste u i iz odredišta te također pružanje usluga prijevoza unutar odredišta te tvrdi kako je kritična masa javne infrastrukture, uključujući prijevoz, ključna za omogućavanje uspostave visokokvalitetnih odmarališta u zemlji. Ako ta kritična masa nije dostupna, operateri bi sami morali snositi infrastrukturne troškove, čime bi se povećali kapitalni i operativni troškovi razvoja turizma što bi se odrazilo na smanjenje konkurentnosti.

Promet je sastavni dio djelatnosti u sektoru turizma. Promet je, uz turistički proizvod (ili ponudu) i turističko tržište (ili potražnju), jedna od tri temeljne sastavnice turizma. Turizam se ne bi mogao razviti u tolikoj mjeri bez razvoja prometa, a većina oblika turizma ne bi mogla postojati bez prometa (Page, 2009.). Prema Lohmannu i Duvalu (2011.), postoji snažna suovisnost između sektora prometa i turizma, jer se promet oslanja na održivost i privlačnost destinacije, a destinacija se oslanja na promet za pristup posjetitelja. Identificirane su različite uloge prometa u kretanju turista. Prijevoz osigurava vezu između izvornog tržišta (regije) i odredišta domaćina (regije), pruža mobilnost i pristup unutar odredišne regije ili turističke atrakcije, a sam po sebi može biti turističko iskustvo (Hall, 1999.).

Prema tome, dobar prometni sustav je u velikoj mjeri ovisan o kvaliteti i dostupnosti prometne infrastrukture. O prometnoj infrastrukturi ovisi koliko je uspješno povezivanje polazišta i odredišta, ali i koliko dobro su povezani turistički sadržaji unutar destinacije.

1.1. Značaj cestovnog prijevoza za turizam

Cestovna infrastruktura ima važnu ulogu u razvoju turizma jer olakšava pristup turističkim destinacijama i povećava poslovne aktivnosti što se na pozitivan način odražava na životni standard lokalne zajednice. Također, cestovna infrastruktura ne igra samo ključnu ulogu u poboljšanju postojećih turističkih aktivnosti, već također promiče razvoj novih turističkih mjesta u regiji te privlači turiste i može promovirati turistička odredišta (Virkar i Mallya, 2018.).

Razvoj cestovne i prometne infrastrukture stvara prilike za zapošljavanje, poboljšava poslovne aktivnosti i donosi druge koristi za lokalnu zajednicu (Park, Nunkoo i Yoon, 2015.). Razvoj cestovne infrastrukture stoga može stvoriti pozitivnu percepciju u lokalnoj zajednici o dobrobitima turizma, što kasnije može stvoriti pozitivnu potporu lokalne zajednice za turizam u tom području. Prednosti povezane s razvojem cestovne i prometne infrastrukture mogu dodatno rezultirati zadovoljstvom zajednice. Suprotno tome, razvoj cestovne i prometne infrastrukture može generirati negativan utjecaj na okoliš, budući da su prometne gužve, prenapučenost, buka, zagađenje zraka i narušavanje prirodne ljepote moguće negativne posljedice razvoja cestovne i prometne infrastrukture (Kanwal, Pitafi, Rasheed et al., 2019.).

Cestovni promet je najčešći i najpogodniji u turizmu, posebno kada je riječ o kratkim ili srednje udaljenim putovanjima. Osigurava osnovnu infrastrukturu za dolazak većeg broja ljudi, a njegove glavne prednosti su to što je pouzdan i brz te tako ujedno nadopunjava i povećava učinkovitost drugih načina prometa.

1.2. Značaj željezničkog prijevoza za turizam

Željeznice su ključne za gospodarski razvoj većine zemalja. Povijesno gledano, potaknule su industrijsku revoluciju, a na društvenoj razini napredna mobilnosti i turizam donose korist društvu. Turizam ovisi o gospodarskim i sociološkim čimbenicima mnogo više nego druge industrije pa je osjetljiviji na društvene promjene i trendove. Novi trendovi u turizmu idu u susret „sporim putnicima“ koji žele sami kreirati svoje putovanje i koji traže posebne, jedinstvene i kvalitetne proizvode kako bi uživali i podijelili svoje iskustvo putovanja (UIC, 2016.).

Željeznički turizam zadnjih godina pokazuje pozitivna kretanja. Prema podacima Europske federacije turističkih željeznica u 2014. godini je bilo više od 5.200 rutnih kilometara turističkih željeznica (FEDECRAIL, 2014.).

Zadnjih godina, željeznička baština postala je, u mnogim zemljama, turističko dobro, dajući drugi život željeznicama, vlakovima i željezničkim zgradama čineći ih turističkim atrakcijama (Su i Wall, 2009.). Očuvanje povijesne željezničke baštine također bi moglo imati obrazovni i rekreacijski element (Crapper, Fell i Gammoh, 2014.). Putovanja vlakom iz prošlosti rekreirana su pomoću originalnih lokomotiva i vagona (Baker, 2014.). To je način da se evocira nostalgija za prošlošću (Lee, 2015.), čak i ako nemogućnost njezinog ponovnog stvaranja na savršen i točan način dovodi do romantizacije baštine (Henderson, 2011.). Očuvanje je pod velikim utjecajem stvarnosti, a njegova vrijednost ovisi o ljudskoj interpretaciji (Halsall, 2001.).

Turistička industrija zahtijeva prijevoz kako bi se olakšalo kretanje turista od polaska do odredišta i unutar područja turističke atrakcije. Izgradnja željeznice dovela je do sve većeg broja ljudi koji putuju kao turisti (Michniak, 2016.). Modernizacija željezničke mreže ne samo da je ojačala društvenu i gospodarsku razmjenu, već je i poboljšala način provođenja slobodnog vremena u svakodnevnom životu. Željeznica je dovela do jačanja turizma i ključna je za povećanje protoka turista, pridonoseći lakoći protoka i rasta turizma (Pagliara i Mauriello, 2021.). Osim toga, željeznica je i turistička atrakcija u otkrivanju prirode i okoliša. Iskustvo željeznice je turističko iskustvo (Michniak, 2016.). Pruža prilike za promatranje prirode i ljudi duž rute dok putujete sigurno i izbjegavate cestovni promet.

1.3. Značaj zračnog prijevoza za turizam

Zračna povezanost ključna je za lakši pristup putnika u i iz zemalja, kao i za kretanje unutar mnogih zemalja (Travel & Tourism Development Index, 2021.). Zračni promet vitalna je komponenta u razvoju turističkih tržišta, omogućavajući pristup regijama i olakšavajući mobilnost turista diljem svijeta. Prema podacima Svjetske turističke organizacije Ujedinjenih naroda (UNWTO), zračni prijevoz je dominantan način prijevoza u turizmu i čini oko 55% turističkih dolazaka u 2017. godini.

Razvoj niskotarifnih zračnih usluga bio je ključan u razvoju novih tržišta i brzom širenju zračnih usluga, a tome je prethodila liberalizacija propisa. Niskotarifni prijevoznici pridonijeli su smanjenju generaliziranih troškova putovanja, kao i dominantnoj ponudi izravnih zračnih usluga u korist usluga povezivanja, a oboje imaju ključnu ulogu u razvoju turističkog tržišta, iako nije moguće identificirati turističke i druge kategorije putnika (Dieke i Button, 2011.).

Razvoj zračnog prometa predstavlja prioritet za vlade, vlasti i dionike, posebno za gospodarstva koja uvelike ovise o turizmu, gdje zračni promet osigurava povezanost s nacionalnim i međunarodnim tržištima. Stoga je zračni promet prepoznat kao ključni pokretač

stvaranja prihoda, socijalne stabilnosti, održivog razvoja poslovanja i proširenja gospodarstva (Dimitriou, 2007.).

Veza između turizma i zrakoplovne industrije vrlo je važna. Turističke destinacije u blizini zračne luke bitni su pandan opskrbnom lancu turističke potražnje, a njihova produktivnost povezana je s atraktivnošću regije i potiče poslovanje zračnog prijevoza. Zračna povezanost olakšava i generira širu gospodarsku izvedbu: promiče veća ulaganja unutar zemlje i izravnih stranih ulaganja; poboljšava turističku aktivnost. Štoviše, zračni promet i gospodarski razvoj međusobno su povezani jer zrakoplovstvo daje značajan izravni i neizravni doprinos gospodarstvu i povećava ciklus gospodarske aktivnosti. Konkretno, zračna povezanost, kao pokazatelj koncentracije mreže i njezine sposobnosti da preveze putnike od njihovog polazišta do odredišta, vitalna je komponenta socioekonomskog razvoja zemlje, jer stvara šire gospodarske koristi od trgovine uslugama i robom, turizma, ulaganja, produktivnost i inovacije (Dimitriou i Sartzetaki, 2018.).

1.4. Značaj vodenog prijevoza za turizam

Nekad najznačajnija prometna grana, zahvaljujući kojoj su otkriveni nepoznati dijelovi kopna te organizirani prijevozi putnika do prekomorskih destinacija, vodeni je prijevoz koji danas u putničkim tokovima ima skroman udio. Vodeni prijevoz ima nezamjenjivu ulogu u svjetskim robnim tokovima, kao nositelj robne razmjene i gospodarskog razvitka, no u putničkim tokovima je ograničen na linijskih servis na kraćim udaljenostima, kružna putovanja i izlete, te osobne potrebe (Mrnjavac, 2006., str. 132).

Vodeni promet ne uključuje samo promet na moru, već i na rijekama, jezerima, itd., pa prema tome izdvajamo pomorski promet i riječno-jezerski-kanalski promet. Pomorski promet uključuje linijski putnički prijevoz, krstarenja, nautički turizam, izlete i tome slično. Riječnojezerski-kanalski promet se odnosi na promet rijekama, jezerima ili kanalima u obliku krstarenja, izleta ili panoramskog doživljaja.

Pupavac i Zelenika (2003.) kao najvažnije vrste vodenoga prijevoza i prometa navode:

- Pomorski transport i promet. Pomorski transport naziva se i morsko brodarstvo. Za pomorski transport i promet karakteristično je da se održava morem, prirodnim i besplatnim putem raznim vrstama brodova i plovila, a zahtijeva umjetno izgrađene početne i završne točke: morske luke.

- Riječni transport i promet. Provodi se plovnim rijekama, prirodnim i besplatnim putovima, raznim vrstama plovila: brodovima, teglenicama, brodicama, maunama (baržama), potiskivačima, tegljačima, a zahtijeva umjetno građene početne i završne točke – pristaništa.
- Jezerski transport i promet. Održava se plovnim jezerima, prirodnom i besplatnom putu, raznim vrstama brodova i plovila, slično pomorskome i riječnomu transportu i prometu i zahtijeva umjetno građene početne i završne točke – pristaništa.
- Kanalski transport i promet. Ima sve relevantne značajke pomorskoga, riječnoga i jezerskoga transporta i prometa, ali s jednom bitnom razlikom da se provodi po umjetno prokopanim kanalima (Pupavac i Zelenika, 2003.).

U osnovi, ljudska mobilnost je strukturirana oko različitih metoda prijevoza: samohodni načini prijevoza (npr. hodanje), poboljšani načini (upotrebom tehnologije ili alata za pojačavanje našeg tjelesnog napora kao što je skijanje) i načini prijevoza s gorivom (osobito motorizirani prijevoz) (Stradling i Anable, 2008.). Ovi načini također zahtijevaju infrastrukturu za prilagodbu svakom obliku prijevoza, a turizam je globalno profitirao od mogućnosti korištenja ovih načina na globalnoj i nacionalnoj razini (Khadaroo i Seetana, 2008.). Dva glavna pokretača iz perspektive ponude bili su zrakoplov za međunarodna putovanja (Li, 2008.) i automobil za domaća putovanja (Prideaux i Carson, 2011.).

Važno polazište za svaku analizu sučelja turizam/promet je ono što Hall (1999., str. 181) opisuje kao četiri prostorno izražene uloge:

- a) povezivanje izvornog tržišta s odredištem domaćinom;
- b) pružanje mobilnosti i pristupa unutar odredišnog područja/regije/države;
- c) pružanje mobilnosti i pristupa unutar stvarne turističke atrakcije i
- d) olakšavanje putovanja duž rekreacijske rute koja je sama po sebi turističko iskustvo.

Zaključno se može reći kako prometna povezanost ima vrlo važnu ulogu za turizam. Promet je poveznica između polazišta i odredišta, ali i između atrakcija i lokacija koje turisti žele posjetiti. Turizam kakav danas poznajemo ne bi postojao bez lako dostupnog prijevoza, a ni doživljaj destinacije koji turisti steknu i ponesu sa sobom ne bi bio jednako snažan bez brze i sigurne prometne mreže i kvalitetne prometne infrastrukture.

2. Turizam u Dubrovačko-neretvanskoj županiji

2.1. Povijest, položaj i značaj Dubrovačko-neretvanske županije

Dubrovačko-neretvanska županija je najjužnija županija u Republici Hrvatskoj. Zauzima prostor od 1.785 kilometara kvadratnih i, prema zadnjem Popisu stanovništva iz 2021. godine, ima 115.564 stanovnika (Državni zavod za statistiku, 2023.). Teritorijalno je organizirana u 22 jedinice lokalne uprave i samouprave, odnosno 5 gradova (Dubrovnik, Korčula, Ploče, Metković i Opuzen) i 17 općina (Blato, Dubrovačko primorje, Janjina, Konavle, Kula Norinska, Lastovo, Lumbarda, Mljet, Orebić, Pojezerje, Slivno, Smokvica, Ston, Trpanj, Vela Luka, Zažablje i Župa dubrovačka). Sjedište se nalazi u gradu Dubrovniku (Turistička zajednica grada Dubrovnika, 2023.) u kojem ujedno i živi oko 36% ukupnog stanovništva Županije (Državni zavod za statistiku, 2023.).

Za burne povijesti, na ovom području se dodirivalo i sukobljavalo mnoštvo suvereniteta i pomorskih sila: Bizanta, Saracena, Hrvata, Normana, Venecije, malih kneževina i kraljevina, pa ugarsko-hrvatske države i preko nje rimsko-njemačko carstvo, osmanlijsko, habsburško i Napoleonovo carstvo. Na takvoj razmeđi mali grad poput Dubrovnika uspio je političkom umješnošću izboriti potpuni oblik samouprave tako da je stoljećima djelovao kao samostalna država - Dubrovačka Republika (Turistička zajednica grada Dubrovnika, 2023.).

Specifičnost područja Dubrovačko-neretvanske županije je u njenom uskom i nehomogenom obalnom pojasu koji je planinskim masivom odvojen od unutrašnjosti, a na području Neuma prekinut državnim granicom s Bosnom i Hercegovinom. Samo na području Donjo-neretvanske doline ima prirodnu vezu s unutrašnjošću i spoj prema sjeveru i panonskom dijelu Hrvatske. Prostor Županije tako čine dvije osnovne funkcionalne cjeline: relativno usko uzdužno obalno područje s nizom pučinskih i bližih otoka (od kojih su najznačajniji Korčula, Mljet, Lastovo i grupa Elafitskih otoka), te prostor donje Neretve s gravitirajućim priobalnim dijelom (Turistička zajednica grada Dubrovnika, 2023.).

Središte županije je grad Dubrovnik. Velebne dubrovačke zidine, koje su najprepoznatljivija i najposjećenija hrvatska turistička atrakcija, spadaju u najljepše i najmonumentalnije fortifikacijske spomenike u Europi. Gradnja je započela u 8. stoljeću, a najintenzivnija je bila u 15. i 16. stoljeću, kada su Gradu i Republici stalno prijetile opasnosti. Zahvaljujući vještoj gradnji, kao i poznatoj dubrovačkoj diplomaciji, do danas izgledaju besprijekorno. Sa svojih 16 kula, 3 tvrđave i 6 bastiona, ove 1.940 metara duge i 22 metra visoke zidine uzdižu se iznad

veličanstvene obale i strmih padina koje svakom posjetitelju oduzimaju dah (Magnificent Croatia, 2023.).

Područje Stona na poluotoku Pelješcu dolazi u posjed Dubrovačke Republike u 14. stoljeću kada počinje planska izgradnja gradova Stona i Malog Stona, međusobno povezanih zidinama. Cilj je bio zaštititi narod i solanu, tvornicu tadašnjeg „bijelog zlata“ od kojeg je Republika obilato profitirala. Ukupne dužine 5,5 kilometara, kamene zidine bile su utvrđene s oko 40 kula i 5 tvrđava (Magnificent Croatia, 2023.).

Uz bogatu materijalnu baštinu, Dubrovačka rivijera može se pohvaliti i raznolikom i vrijednom nematerijalnom kulturnom baštinom. Kipovi svetog Vlaha, sveca koji „drži Grad u svojim rukama“, obilježavaju dubrovačke zidine i ulaze u grad, a tradicionalna Fešta obogaćuje kulturnu baštinu svojom duhovnom dimenzijom (Magnificent Croatia, 2023.).

Ples s mačevima Moreška vuče korijene iz 12. stoljeća nakon španjolske proslave protjerivanja Maura. Tijekom stoljeća gotovo je potpuno nestao na Mediteranu, dok se na Korčuli duboko ukorijenio još prije 400 godina i kao takav postao jedinstven u svijetu. Svojim dojmljivim plesnim figurama, kostimima, glazbom i živahnošću dio je identiteta grada Korčule, a ujedno i odraz hrvatskog kozmopolitizma. Lindo nastao na dubrovačkom primorju, također pripada jedinstvenim oblicima tradicionalnog plesa u Hrvatskoj. To je folklorni ples Kolo s kombiniranim parovima raspoređenim oko svirača, s voditeljem koji šaljivim, često dvosmislenim rimama izvikuje upute plesačima o promjeni položaja (Magnificent Croatia, 2023.).

Slavu Dubrovnika stoljećima su pronosili njegovi majstori, dubrovački zlatari. Tradicionalni dubrovački nakit od zlata i filigranskog srebra i danas osvaja srca svojom modernom ljepotom, specifičnom izradom i univerzalnim dizajnom koji ide uz sve modne stilove. Tradicionalne naušnice “recine” ili “puce” bez sumnje su lijepe uspomene koje traju cijeli život (Magnificent Croatia, 2023.).

Slikoviti mediteranski krajolik dom je brojnim životinjskim vrstama, a njegovo neiscrpno bogatstvo posebno leži u Jadranskom moru: od kamenica do dagnji, preko rakova i hobotnica, zatim do brancina, zubataca i škarpina ili crvene ribe. Lastovsko otočje proglašeno je Parkom prirode zbog svoje mistične ljepote, naglašenog krajolika, gustih šuma i plodnih polja te brojnih rijetkih morskih i kopnenih vrsta i staništa. Čak 70% površine Parka prirode čini more, a poznat je po ljepoti raznovrsnih koralja, kao i po tome što u njemu živi oko 150 vrsta riba. Ipak, ribiči su najsretniji kada ulove kralja rakova, skupog jastoga. Otok Mljet je riznica bioraznolikosti, dom živopisnog životinjskog svijeta i izvornih rasadnika alepskog bora i hrasta. Zapadna strana

najzelenijeg hrvatskog otoka zaštićena je 1960. godine kao prvi jadranski Nacionalni park, a o važnosti njegove zaštite svjedoče brojne endemske i ugrožene vrste (Magnificent Croatia, 2023.).

Raznolika povijest Dubrovačko-neretvanske županije ostavila je današnjim generacijama u nasljeđe bogatu povijesnu i kulturnu baštinu kako bi je cijenila u sadašnjosti i prenjela budućim generacijama. Osim raznovrsne flore i faune, Županiju dodatno privlačnom čine muzeji, crkve, samostani, arhivi, zidine i utvrde kao mjesta na kojima se stječu i klasificiraju nova znanja i iskustva turista, što njihovoj neprocjenjivoj vrijednosti dodaje još jednu novu komponentu.

2.2. Plan razvoja Dubrovačko-neretvanske županije do 2027.

Plan razvoja Dubrovačko-neretvanske županije je srednjoročni strateški akt koji je usklađen sa smjernicama i ciljevima Nacionalne razvojne strategije do 2030. godine, a donosi niz aktivnosti i mjera povezanih s gospodarskim razvojem Županije.

U svom strateškom okviru, kao jedan od ciljeva, Plan razvoja do 2027. kao posebni cilj 1.3. navodi poboljšanje konkurentnosti u turizmu, poljoprivredi, akvakulturi i ribarstvu kako bi se osnažilo ukupno gospodarstvo i pospješila razvijenost Županije kroz provedbu aktivnosti u ključnim gospodarskim sektorima te kako bi se na taj način ojačao položaj poduzetnika na tržištu. Kao što je navedeno u Planu razvoja do 2027. godine „fokus aktivnosti će biti na: boljem strateškom upravljanju, poticanju 'zelenog i pametnog' turizma, razvoju slabije razvijenih turističkih područja, razvoju selektivnih oblika turizma kao što je zdravstveni, kulturni i nautički turizam te na daljnjem produljenju turističke sezone. Posebno će se promicati poticanje inovativnih rješenja za potrebe turističkog razvoja. Kao što je pokazala osnovna analiza, razina konkurentnosti poljoprivredne proizvodnje, marikulture i ribarstva još uvijek nije na zadovoljavajućoj razini te su i dalje potrebna znatna ulaganja, posebno kada je u pitanju primjena suvremenih tehnoloških rješenja, tržišna prepoznatljivost proizvoda te preradbeni i logistički kapaciteti. Jača orijentacija na ekološku proizvodnju, odnosno primjenu tehnoloških i drugih rješenja koja će osigurati veću razinu održivosti poslovanja (posebno kada je riječ o primjeni načela kružne ekonomije) od prioritetne je važnosti, posebno u pogledu mogućnosti korištenja vanjskih izvora financiranja. Također, i dalje je važno poticati međusobno povezivanje proizvođača te jačanje proizvodno-prodajnih lanaca kojima se osnažuje plasman poljoprivredno-prehrambenih proizvoda na tržište“ (Plan razvoja do 2027., str. 51).

Također, Plan razvoja do 2027. kao Prioritet 3. određuje očuvanje okoliša, poboljšanje povezanosti i održivo korištenje baštine. Među glavnim ciljevima ovog prioriteta je i

poboljšanje prometne povezanosti Županije s ostatkom Hrvatske i susjednim državama te osiguranje i očuvanje prirodne i kulturne baštine.

Kako je navedeno u Planu razvoja do 2027. godine „zbog svoje položajne specifičnosti, jedno od najvažnijih razvojnih pitanja Županije je poboljšanje prometne povezanosti s ostatkom Hrvatske. Nakon što se dovrši izgradnja Pelješkog mosta, potrebno je osigurati daljnji nastavak ulaganja u gradnju prometne infrastrukture u Županiji, odnosno potrebno je izgraditi autocestu prema Dubrovniku, brzu cestu od Dubrovnika do Debelog brijega i brzu cestu preko Pelješca (Pelješki most – Trajektna luka Perna) te osigurati kvalitetne priključke s lokalnih i županijskih cesta. Osim cestovnog, potrebno je unaprijediti i zračni i pomorski promet. Upravo pomorski promet treba unaprijediti na unutar županijskoj razini, odnosno potrebno je još bolje povezati otoke s kopnom. Ukupan razvoj prometnog sustava mora se temeljiti na tzv. pametnim rješenjima. Razvojni potencijal županije predstavlja bogata prirodna i kulturna baština, koja se već i koristi za obogaćivanje turističke ponude te očuvanje stanovništva u ruralnim područjima. Nužno je kontinuirano pripremanje i provođenje projekata kako bi se ta baština i očuvala. Važno je pojačati valorizaciju dosad slabije iskorištenih prirodnih i kulturnih dobara, a ponajprije u ruralnim područjima, s ciljem produljenja sezone“ (Plan razvoja do 2027., str. 56).

Posebni cilj 3.2. Poboljšanje unutarnje i vanjske povezanosti te zelene mobilnosti usmjeren je poboljšanje prometne povezanosti Županije s ostatkom Hrvatske i susjednim državama, kao i prometnu povezanost unutar Županije, a navodi se da „premda će izgradnja Pelješkog mosta znatno unaprijediti postojeću situaciju, ... važno je nastaviti unaprjeđivati integriranost različitih vrsta prometa: zračnog, cestovnog i pomorskog. Nadalje, potrebno je nastaviti s ulaganjima usmjerenim k poboljšanju kvalitete unutar županijskog prometa za različite vidove prometne povezanosti, s posebnim naglaskom na kvalitetu kolnika i sigurnost cestovne infrastrukture. Također, potrebno je završiti brojne započete projekte ulaganja u pomorske luke, nastaviti ulaganja u održavanje luka te ulagati u kvalitetu upravljanja lukama. Za bolje povezivanje otoka s kopnom i otoka međusobno nužno je osigurati primjerene brzobrodske linije, dok je za manja naselja na kopnu i otocima važno osigurati kvalitetnu dostupnost autobusnih linija“ (Plan razvoja do 2027., str. 58-59).

Iz Plana razvoja Dubrovačko-neretvanske županije jasno je kako je prometna povezanost jedan od najvažnijih ciljeva koji se žele ostvariti do 2030. godine. Izgradnja Pelješkog mosta i pristupnih cesta ima u ovom cilju središnju ulogu, no ništa manje značajno nije ni planiranje razvoja lokalnih i županijskih cesta te širenje pomorske infrastrukture kroz izgradnju i restrukturiranje putničkih i teretnih luka u Županiji.

2.3. Turistička ponuda i potražnja

Fenomen turizma sastoji se od dvije bitne komponente: ishodišta i odredišta. Prvi je označen kao turistička potražnja koju čine turisti, a drugi je opisan kao turistička ponuda i uključuje elemente kao što su prirodni resursi, kulturne atrakcije i povijesni spomenici. Turistički proizvod sastoji se od elemenata kao što su atrakcije, usluge i infrastruktura. Zajedno, ovi elementi čine potpunu privlačnost prirodnih i umjetnih karakteristika koje mogu postojati na tom području (Uysal, 1998.).

Postoji potreba za statističkom analizom ponude i potražnje u turizmu zbog koristi koje istraživanje turističkog tržišta donosi svim dionicima uključenim u turizam. Ranija literatura ukazuje na neke od upotreba podataka o turizmu, kao što su:

- procjena vlada o dimenziji turizma i njezinom značaju za nacionalno gospodarstvo;
- prognoze turističkih dolazaka u destinacije; i
- donositelji odluka u industriji koriste te podatke u strateške marketinške svrhe (Wöber, 2000.; Massieu, 2001.; Volo, 2004.).

Jednako važna je i kvalitativna metoda istraživanja tržišta, putem koje turistički subjekti i destinacije dolaze do bitnih informacija o karakteristikama ciljnih skupina, prirodnih i društvenih resursa te kvaliteti pružene usluge i prodanih proizvoda. Na temelju tih informacija turistički dionici grade turističke ponude kako bi što bolje ispunili želje i potrebe svojih potrošača.

2.3.1. Turistička ponuda

Pristupi ponudi turističkoj atraktivnosti istražuju i mjere turističke resurse i njihovu prostornu distribuciju. Općenito, mjere privlačenja temeljene na pokazateljima ponude kvantitativne su prirode. Perspektiva turističke ponude određuje ukupnu atraktivnost područja izvođenjem točne inventure postojećih turističkih resursa. Na primjer, u analizi turističkih resursa koristeći regionalnu perspektivu, Smith (1987.) je razmatrao smještaj, rekreacijske ustanove te kulturne i prirodne atrakcije.

Prema Gunn i Var (2002.) komponente turističke ponude mogu se klasificirati prema sljedeća četiri različita elementa (prirodni, ljudski, tehnološki i kulturni resursi):

- Prirodni ili okolišni resursi čine temeljnu mjeru ponude. Uz suvremeni porast ekološke svijesti, očuvanje prirode, eko-turizam i prirodni resursi koriste se na održiviji način kako bi se osiguralo da će i dalje biti od koristi u budućnosti. Turistička ponuda u tom smislu obuhvaća elemente kao što su fizikalno-geografski podaci područja, oblici reljefa, flora, fauna, vodene površine, kvaliteta zraka i slični prirodni fenomeni. U biti, dostupnost takvih resursa od najveće je važnosti za uspjeh i kontinuitet turizma kao prostorne industrije (Gunn i Var, 2002.).
- Izgrađeni ili umjetni resursi poput infrastrukture koja uključuje sve podzemne i nadzemne građevinske objekte kao što su vodoopskrbni sustavi, kanalizacijski sustavi, dalekovodi, ceste, komunikacijske mreže i mnogi drugi komercijalni i rekreacijski sadržaji. Turizmu je posebno potrebna nadgradnja koja uključuje objekte izgrađene prvenstveno za podršku aktivnostima posjetitelja. Primjeri su zračne luke, parkirališta, parkovi, hoteli i druga mjesta za zabavu (Gunn i Var, 2002.).
- Prijevoz je ključna komponenta turističke ponude jer bez njega turisti ne mogu doći do svojih turističkih odredišta. Zrakoplovi, vlakovi, autobusi i drugi načini prijevoza dio su ove kategorije (Gunn i Var, 2002.).
- Ugostiteljski i kulturni resursi sastavni su dio turističke ponude. Ljudi i kulturno bogatstvo jednog kraja omogućavaju razvoj turizma. Turisti su smješteni tamo gdje postoji sigurnost, a često i udobnost. Stavovi stanovnika prema posjetiteljima moraju biti pozitivni. Ljubaznost, uslužnost, iskreno zanimanje i volja za usluživanje te bolje upoznavanje posjetitelja ključni su čimbenici turističke ponude (Gunn i Var, 2002.).

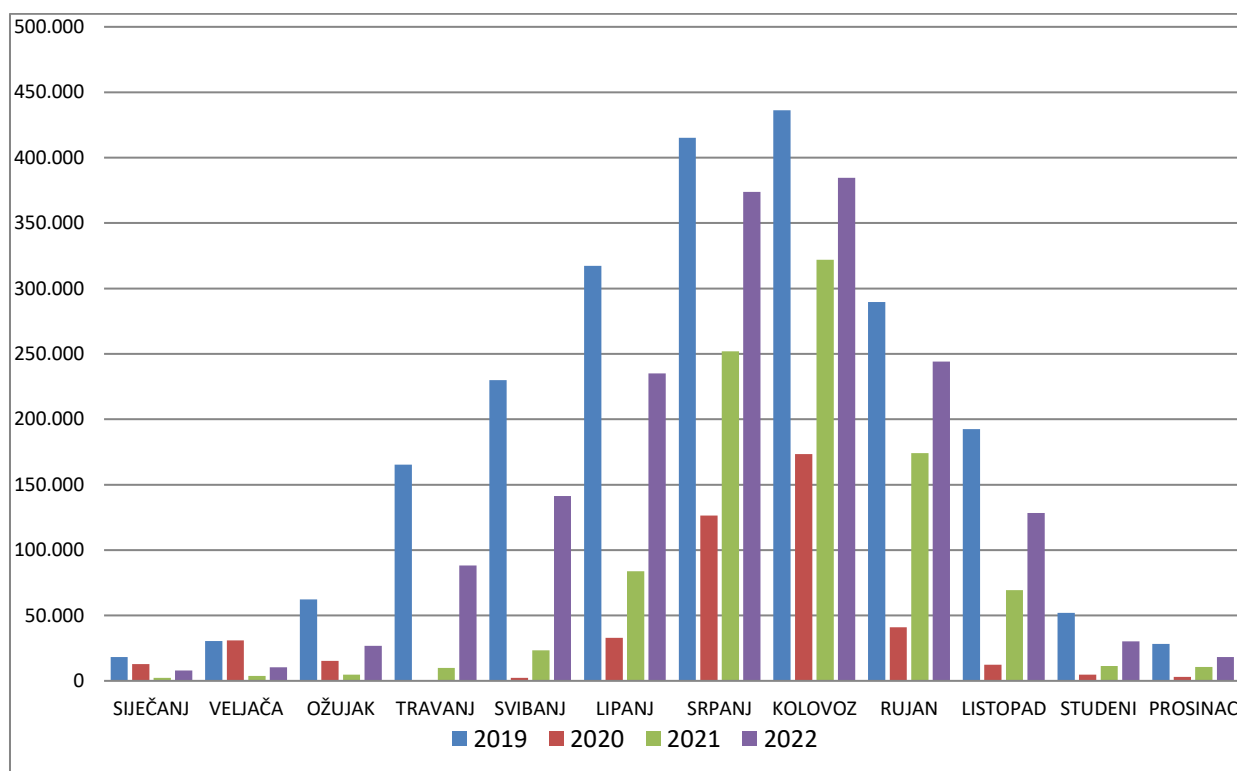
Procjena turističke ponude temelji se na sljedećih pet komponenti: 1. sezonalnost, odnosno duljina boravka turista u destinacijama; 2. pristupačnost, odnosno fizički pristup koji turiste povezuje s destinacijama i njihovim resursima; 3. smještajne mogućnosti; 4. turističke atrakcije za koje se plaćaju ulaznice; 5. važnost prema povijesnoj vrijednosti; i 6. popularnost stvorena reputacijom destinacije.

1. Sezonalnost – duljina boravka turista u destinacijama

Sezonalnost u turističkom sektoru predstavlja niz izazova koji zahtijevaju posebnu pažnju i razvoj strategija kako bi se povećao broj turista koji u turističkim destinacijama boravi tijekom cijele godine, a ne samo u određenom dijelu godine, najčešće ljeti ili zimi. Prema Koenig-Lewis i Bishoff (2005.) sezonalnost se u ekonomskom smislu odražava unutar godine kroz npr. cijene tečaja valuta, porezne prihode, zaposlenost i proizvodnju, a poslovanje se unutar većine gospodarskih djelatnosti, neovisno o vrsti i podneblju gdje se odvija, temelji na vremenski

neravnomjerno raspoređenoj potražnji tijekom kalendarske godine. Prema Butler i Mao (1997.), sezonalnost u turizmu je privremena neravnoteža u turističkoj aktivnosti koja se odražava kroz broj posjetitelja, njihovu potrošnju, promet na autocestama i drugim oblicima prijevoza, te kroz zaposlenost i stupanj posjećenosti atrakcija.

Također, sezonalnost je jedno od najvažnijih obilježja hrvatskog turizma, osobito uzme li se u obzir kako je turistički najpopularniji dio Hrvatske onaj smješten uz Jadransko more kojeg turisti posjećuju u vrijeme ljetnih mjeseci kada koriste svoje godišnje odmore. Dubrovačko-neretvanska županija, smještena na jugu Dalmacije, dio je Hrvatske koji svake godine u ljetnim sezonama bilježi visoke brojke u pogledu turističkih posjetitelja. Ukupan broj turističkih dolazaka u Dubrovačko-neretvansku županiju po mjesecima u razdoblju od 2019. do 2022. godine potvrđuje iznad navedenu izjavu o sezonskom karakteru turizma u Hrvatskoj. Podaci su prikazani na grafikonu 1. u nastavku.



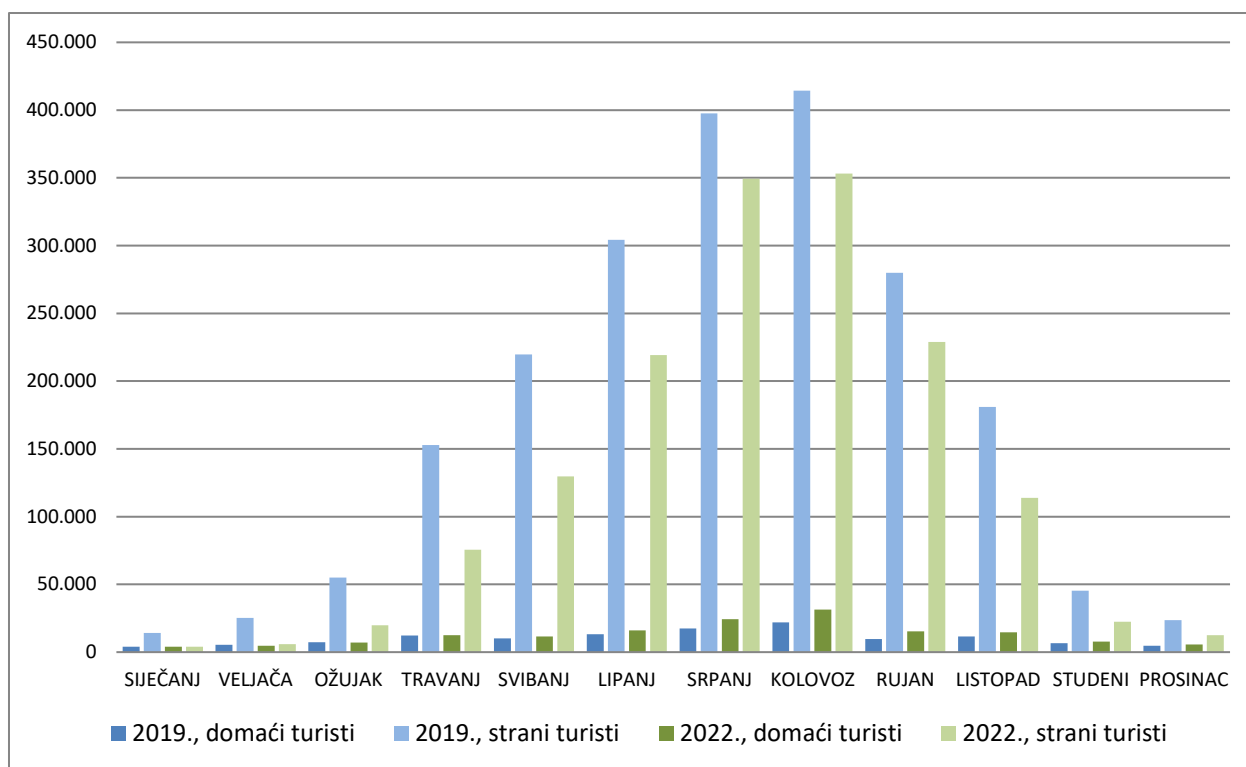
Grafikon 1. Ukupni turistički dolasci u Dubrovačko-neretvansku županiju po mjesecima u razdoblju od 2019.-2022. godine

Izvor: izrada autorice

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku (2023.), ukupan broj turističkih dolazaka u promatranim godinama je varirao kroz mjesece, a prema stupcima na grafu iznad može se primjetiti da je najveći broj posjetitelja Županije bio u ljetnim mjesecima, od lipnja do rujna

tijekom trajanja turističke sezone. Podaci obuhvaćaju 2020., 2021. i 2022. godinu te 2019. godinu kao zadnju reprezentativnu godinu za turizam prije izbijanja pandemije COVID-19. U lipnju 2019. godine Županiju je posjetilo 317.378 turista, dok se u slijedeće dvije godine taj broj izrazito smanjio zbog ograničenja uvedenih kako bi se spriječilo širenje koronavirusa. Tako je lipanj 2020. zabilježio skromnih 32.980, a isti mjesec u 2021. godini samo 83.701 posjetitelja. Dubrovačko-neretvanska županija je 2022. godine, koja je ujedno i prva sezona koja bilježi oporavak turizma nakon pandemije, u lipnju primila 235.169 turista. Srpanj i kolovoz su mjeseci u kojima Hrvatsku uvijek posjeti najviše turista. Za tu tvrdnju reprezentativni su podaci iz 2019. koji prikazuju da je Županiju kao svoju turističku destinaciju izabralo čak 415.138 turista u mjesecu srpnju i 436.116 turista u kolovozu iste godine. Usprkos pandemiji, u Županiji je 2020. godine broj posjetitelja iznosio 126.329 u srpnju i 173.289 u kolovozu. Za 2021. godinu u istim mjesecima je zabilježeno 251.965 i 321.857 turističkih dolazaka. Godinu nakon neslužbenog završetka pandemije, odnosno u 2022., Županiju je u srpnju posjetilo 373.723 i u kolovozu 384.670 turista. 2019. godine je Županija je primila 289.716 posjetitelja u rujnu, a 2022. taj broj je iznosio 244.161 posjetitelja. U predsezoni i postsezoni Hrvatska, a time i Dubrovačko-neretvanska županija bilježi lagani pad turističkih dolazaka u navedenim godinama, što se može očitati i na gornjem grafu. Najmanji broj posjetitelja u promatranom razdoblju zabilježen je 2020. godine u mjesecu travnju i iznosio je rekordno niskih 81 turista. Mali je broj posjetitelja zatim zabilježen u svibnju (2.405) i prosincu (2.940) iste godine, dok je u 2021. godini zabilježeno tek 2.407 turista u siječnju i 3.769 u veljači. Navedeno svjedoči da se Hrvatska najviše oslanja na ljetnu sezonu.

Kako bi dobili bolji uvid u koncentraciju turističkih dolazaka u Županiju u ljetnim mjesecima, izvučeni su podaci iz baze Državnog zavoda za statistiku (2023.) koji se odnose na broj domaćih i stranih turista u 2019. i 2022. godini te su isti prikazani na grafikonu 2. ispod.



Grafikon 2. Dolasci domaćih i stranih turista u Dubrovačko-neretvansku županiju u 2019. i 2022. godini po mjesecima

Izvor: izrada autorice

Promotri li se broj dolazaka domaćih i stranih turista u Dubrovačko-neretvanskoj županiji u 2019. godini, može se uočiti to da broj turista, osobito stranih, bilježi streloviti rast u razdoblju sezone od lipnja do rujna, dok je u ostatku godine puno manji. Tako se u siječnju 2019. bilježi 4.033 dolazaka domaćih i 14.219 stranih turista, dok već u svibnju taj broj doseže 10.160 domaćih i 219.643 stranih turista. U kolovožu DZS za 2019. godinu bilježi 21.850 dolazaka domaćih gostiju i 414.266 dolazaka stranih gostiju. Broj dolazaka značajno pada u listopadu (11.646 dolazaka domaćih turista i 180.848, ujedno i najviše stranih dolazaka) i ostaje nizak u zadnjem kvartalu. Podaci za 2022. godinu su prikazani na gornjem grafikonu i približno prikazuju sličnu sliku domaćih turističkih dolazaka s čak nešto višim brojkama u svim mjesecima, osim u zimskim od siječnja do ožujka, u usporedbi s 2019. godinom. S druge strane, broj stranih posjetitelja u 2022. se smanjio u svim mjesecima uspoređimo li te brojke s onima iz 2019., no i dalje se može primjetiti da su turistički dolasci ljetnog karaktera.

Turistička ponuda Dubrovačko-neretvanske županije može se, prema sadržaju Internet stranice turističke zajednice županije (2023.), promatrati u nekoliko segmenata: grad Dubrovnik, otok Korčula, otok Mljet, poluotok Pelješac, otok Lastovo te dolina rijeke Neretve. Grad Dubrovnik tijekom cijele godine turistima nudi mogućnost posjete Dubrovačkim

zidinama te tvrđavi Lovrijenac, kao i šetnju Stradunom i drugim gradskim atrakcijama pa tako turistička ponuda grada predstavlja najsnažniji adut županije tijekom cijele godine. Osim toga, turisti tijekom cijele godine mogu posjetiti i Sokol grad u Konavlima, kao i Stonske zidine obrambeni zid u gradiću Stonu na poluotoku Pelješcu. Važan dio turističke ponude Dubrovnika i Dubrovačko-neretvanske županije predstavlja i otočić Lokrum smješten ispred Dubrovnika koji se, za lijepa vremena, može posjetiti tijekom cijele godine, kao i gradić Cavtat u srcu Konavla koji turistima tijekom cijele godine pruža ne samo prirodne ljepote već i bogatu kulturnu i povijesnu baštinu. Otok Lopud koji je poznat po svojoj bogatoj mediteranskoj vegetaciji i Franjevačkom samostanu iz 15. stoljeća turistima je također dostupan tijekom cijele godine, za lijepa vremena kada brod može isploviti iz Konvala prema otoku. Arboretum Trsteno u Konavlima koji datira iz 15. stoljeća, dio je cjelogodišnje turističke ponude, a turistima je dostupan i redovnom autobusnom linijom iz Dubrovnika.

Važan dio turističke ponude Dubrovačko-neretvanske županije čini poluotok Pelješac, od davnina poznat po nasadima vinove loze, a proizvodnja vina ujedno je i jedna od najvažnijih djelatnosti na poluotoku. Osim toga, na Pelješcu se nalaze i prethodno spomenute Stonske zidine, dostupne turistima tijekom cijele godine, kao i najstarija i najveća sačuvana solana iz povijesti Sredozemlja koju turisti mogu posjetiti tijekom cijele godine. U Stonu važan dio turističke ponude čine i stonske kamenice koje se mogu degustirati tijekom posjeta uzgajalištima kamenica u Malostonskom zaljevu, kao i Stonska torta koja čini dio turističke ponude grada Stona (Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije, 2023.).

Također, vrlo važan dio turističke ponude Županije je i otok Mljet, osmi po veličini hrvatski otok koji je poznat po svojim mediteranskim šumama. Na otoku je smješten i Nacionalni park Mljet, najstariji morski park na Mediteranu koji je turistima dostupan od početka ožujka do sredine studenog dok se u preostalim mjesecima provodi zimsko održavanje šuma i drugih dijelova nacionalnog parka. Osim Mljeta, važan dio turističke ponude su i otoci Korčula i Lastovo. Otok Korčula, bogat prirodnom i kulturnom baštinom, privlači turiste i festivalom viteških igara, ali i adventom na Korčuli čime se turistička ponuda otoka širi na cijelu godinu što predstavlja željeni smjer turističkog razvoja otoka. Otok Lastovo svojim gostima nudi ronjenje, biciklističke staze, više od 200 km pješačkih staza te izlete u lastovski arhipelag i lovni turizam što ukazuje na sezonalnost otočke turističke ponude i potrebu daljnjeg strateškog razvoja turizma na otoku kako bi turistička ponuda otoka privlačila turiste tijekom cijele godine (Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije, 2023.).

Sumarno gledajući, najveći dio turističke ponude Dubrovačko-neretvanske županije turistima je dostupan tijekom cijele godine, no unatoč tome dolazak turista je tijekom zimskim mjeseci zanemariv u odnosu na proljeće, ljeto i prvi dio jeseni. Za budući razvoj turističke ponude Županije, važno je fokusirati se na zimsku sezonu i turističke atrakcije i sadržaje učiniti ne samo dostupnima već i zanimljivima i tijekom zimskih mjeseci. Turistički sektor zato treba biti spreman na razvoj drugih aktivnosti, koji nadilaze ljetne ponude sunca, mora, biciklizma i pješačkih ili planinarskih staza, a koje se mogu provoditi tijekom zime na otvorenom, te omogućiti i nastavak tzv. ljetnih sportova poput vožnja kanuom ili golfa do prvih dana zime. Time će se smanjiti osjetljivost turističke ponude tijekom zime i povećati broj dolazaka kako domaćih tako i stranih turista, a turizam će se iz sezonalnog transformirati u cjelogodišnji.

2. Pristupačnost turističkim destinacijama

Dubrovačko-neretvanska županija nalazi se na kraju Jadranske turističke ceste (D8) dok autocesta A1 završava u gradu Ploče. Cestovnu prometnu mrežu Županije čini 17 državnih cesta, 33 županijske ceste i 72 lokalne ceste, te novoizgrađeni Pelješki most koji teritorij Republike Hrvatske povezuje u jedinstvenu cjelinu. S obzirom na to da najviše turista u Županiju stiže zračnim prijevozom, zračni promet je najvažniji oblik prometa koji preko zračne luke Dubrovnik spaja županiju s Hrvatskom i svijetom. Važnost zračnog prometa potvrđuje i podataka kako više od 60% turista u županiju stiže preko zračne luke Dubrovnik smještene u Čilipima. Pomorski promet je osobito važan za Županiju jer uz zračni ima najveći potencijal daljeg razvoja, a od velikog značaja su putničke luke: Gradska luka Dubrovnik, luka Korčula, luka Trpanj, luka Vela Luka i luka Orebić. U županiji je samo jedna željeznička pruga, od Ploča preko Metkovića prema Sarajevu i Srednjoj Europi, a pripada prugama prvoga reda, potpuno je rekonstruirana i dio je paneuropskog koridora 5C (Predstavnički ured Dubrovačko-neretvanske županije u Bruxellesu, 2023.).

S obzirom na navedene podatke, važan dio turističke ponude čini zračna luka Dubrovnik koja je za promet otvorena tijekom cijele godine, ovisno o vremenskim uvjetima. Osim zračne luke, vrlo važan dio ponude je cestovna povezanost županije koja je, izgradnjom Pelješkog mosta, zabilježila značajnu razvojnu komponentu te turisti sada cestovnim putem mnogo lakše dolaze do turistički destinacija u Županiji. Do kopnenih turističkih atrakcija turisti mogu jednostavno doći cestovnim putem, tim više što su povezane redovnim autobusnim linijama koje voze iz Dubrovnika do Konavla, te redovnim linijskim autobusnim prijevozom koji povezuje poluotok Pelješac s autobusnim kolodvorom tijekom cijele godine. Tijekom ljetnih mjeseci se, po potrebi, uvode dodatni polasci u linijskom autobusnom prijevozu. Do otočkih

turističkih destinacija, otoka Mljeta, Lastova, Korčule, Lopuda i Šipana, plove redovne brodske linije. Mljet, Lastovo i Korčula povezani su katamaranskim i trajektnim linijama što olakšava dolazak do turističkih atrakcija turistima koji na odmor putuju cestovnim prijevozom. Pri tome, treba imati na umu kako isplivljavanje brodova prema otocima tijekom zimskim mjeseci ovisi o vremenskim prilikama pa, primjerice, trajekt iz Prapratnog na Pelješcu neće isploviti prema Mljetu ako puše jugo. Ovisnost otočnih destinacija o vremenskim prilikama tijekom zimskih mjeseci tako uvelike utječe na dostupnost njihove turističke ponude turistima u najhladnijem dijelu godine.

3. Smještajne mogućnosti

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku (2023.), u 2019. godini u Dubrovačko-neretvanskoj županiji bilo je ukupno 34.718 soba, apartmana i mjesta za kampiranje, što je rekoradan broj u usporedbi s posljednje 3 godine. U 2020. godini kao posljedica COVID-19 pandemije bilježi se pad na 29.519 soba, apartmana i mjesta za kampiranje u odnosu na 2019. godinu, dok u 2021. i 2022. godini dolazi do oporavka gospodarstva te samim time i do povećanja broja soba, apartmana i mjesta za kampiranje u Županiji.

Tablica 1. Broj soba, apartmana i mjesta za kampiranje u Dubrovačko-neretvanskoj županiji u razdoblju od 2019.-2022. godine

| | 2019. | 2020. | 2021. | 2022. |
|---------------------------------|--------|--------|--------|--------|
| Dubrovačko-neretvanska županija | 34.718 | 29.519 | 31.404 | 33.992 |

Izvor: Državni zavod za statistiku, 2023.

Promotre li se podaci o smještajnim kapacitetima po najpoznatijim turističkim mjestima u Županiji, u 2019. i 2022. godini može se primjetiti da je zabilježen veći broj soba, apartmana i mjesta za kampiranje, u usporedbi s 2020. i 2022. godinom, osim u Lastovu u kojem je zabilježeno povećanje u 2021. i u Opuzenu u godinama nakon 2019. Podaci su prikazani u Tablici 2. u nastavku.

Tablica 2. Broj soba, apartmana i mjesta za kampiranje u odabranim turističkim destinacijama u Dubrovačko-neretvanskoj županiji u razdoblju od 2019.-2022. godine

| | 2019. | 2020. | 2021. | 2022. |
|--|-------|-------|-------|-------|
| | | | | |

| | | | | |
|----------------------------|--------|--------|--------|--------|
| Dubrovačko Primorje | 911 | 881 | 899 | 936 |
| Dubrovnik | 13.766 | 11.395 | 12.096 | 13.668 |
| Konavle | 2.809 | 1.935 | 2.422 | 2.918 |
| Korčula | 2.299 | 1.947 | 1.965 | 2.180 |
| Lastovo | 446 | 438 | 454 | 446 |
| Mljet | 894 | 856 | 873 | 881 |
| Opuzen | 103 | 108 | 113 | 113 |
| Orebić | 4.524 | 4.134 | 4.245 | 4.218 |
| Ploče | 296 | 290 | 272 | 345 |
| Ston | 1.124 | 1.061 | 1.023 | 1.048 |
| Župa Dubrovačka | 2.362 | 1.854 | 2.027 | 2.076 |

Izvor: Državni zavod za statistiku, 2023.

Također, i broj stalnih postelja je u Dubrovačko-neretvanskoj županiji padao tijekom promatranog razdoblja. Tako su 2019. godine u Županiji bile registrirane 84.345 stalne postelje, a u 2022. godini bilježi se pad broja stalnih postelja za 2479, što je pad od 2,94%.

Tablica 3. Broj stalnih postelja u Dubrovačko-neretvanskoj županiji u razdoblju od 2019.-2022. godine

| | 2019. | 2020. | 2021. | 2022. |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Dubrovačko-neretvanska županija | 84.345 | 71.873 | 76.030 | 81.866 |

Izvor: Državni zavod za statistiku, 2023.

Analizira li se broj stalnih postelja u odabranim mjestima Dubrovačko-neretvanske županije, može se uočiti trend rasta broja stalnih postelja u svim godinama, osim u 2020., izuzev Lastovu gdje se bilježi pad stalnih postelja 2022. godine u odnosu na 2021. godinu, Opuzenu gdje je u 2022. ponovo zabilježen pad stalnih postelja u odnosu na rast u 2021. godini, Orebiću gdje se bilježi pad u 2020. u odnosu na 2019. i pad u 2022. u odnosu na 2021. godinu, Pločama koje bilježe pad od 3,45% 2021. godine u odnosu na 2020. godinu, ali i rast broja stalnih postelja za 24,18% u 2022. u odnosu na 2021. godinu. U Stonu se također u 2021. godini bilježi pad od 3,58% u odnosu na 2020. godinu, ali i rast od 1,82% u 2022. godini u odnosu na 2021. godinu. Podaci su prikazani u nastavku rada.

Tablica 4. Broj stalnih postelja u odabranim turističkim destinacijama Dubrovačko-neretvanske županije u razdoblju od 2019.-2022. godine

| | 2019. | 2020. | 2021. | 2022. |
|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Dubrovačko Primorje | 2.124 | 2.029 | 2.079 | 2.190 |
| Dubrovnik | 32.352 | 26.489 | 28.137 | 31.698 |
| Konavle | 6.323 | 4.431 | 5.486 | 6.508 |
| Korčula | 6.030 | 5.175 | 5.222 | 5.682 |
| Lastovo | 1.113 | 1.101 | 1.139 | 1.128 |
| Mljet | 2.168 | 2.052 | 2.087 | 2.106 |
| Opuzen | 313 | 325 | 347 | 334 |
| Orebić | 11.059 | 10.209 | 10.431 | 10.371 |
| Ploče | 746 | 724 | 699 | 868 |
| Ston | 3.054 | 2.903 | 2.799 | 2.850 |
| Župa Dubrovačka | 5.639 | 4.316 | 4.666 | 4.835 |

Izvor: Državni zavod za statistiku, 2023.

Navedeni podaci o smještajnim kapacitetima u Dubrovačko-neretvanskoj županiji mogu ukazivati i na utjecaj COVID-19 krize na turizam u Županiji u koju najviše turista dolazi preko zračne luke Dubrovnik koja je, uslijed mjera suzbijanja širenja pandemije, radila ograničeno i sa smanjenim opsegom tijekom 2020. godine, što se odrazilo na ponudu smještaja u 2021. godini, a oporavak se bilježi u 2022. godini s povratkom većeg broja turista u Županiju.

4. Turističke atrakcije za koje se plaćaju ulaznice

Turizam Dubrovačko-neretvanske županije uvijek je bio važan zbog atrakcija koje turisti posjećuju. Ljetni mjeseci višestruko povećavaju broj posjetitelja u Županiji koji osim uživanja u prirodi, žele posjetiti i brojena atrakcije. Tako su zadnjih godina atrakcije počele stvarati dobit od prodanih ulaznica, a važno je da se ta dobit ulaže u njihovo očuvanje i dostupnost tijekom cijele godine što može pozitivno utjecati na povećanje njihove popularnosti i broja posjetitelja u skladu s njihovim održivim razvojem. Važnost turističkih atrakcija je u tome da privlače turiste kako bih posjećivali i istraživali te tako otkrili i upoznali nova mjesta na svom odmoru. Pri tome je važno voditi računa o regeneraciji područja što znači da se brojem ulaznica koje se prodaju dnevno, tjedno ili mjesečno mogu smanjiti gužve koje se stvaraju oko najpopularnijih atrakcija. Osim toga, broj prodanih ulaznica je najvažniji indikator u ocjeni popularnosti atrakcije i može ukazivati na put kojim treba krenuti budući strateški razvoj atrakcije (Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije, 2023.).

Za većinu turističkih atrakcija u Dubrovačko-neretvanskoj županiji naplaćuju se ulaznice, a kod onih najposjećenijih cijena se mijenja pa turisti plaćaju više u sezoni, a manje izvan sezone. Cijena ulaznice za Dubrovačke zidine i tvrđavu Lovrjenac zimi iznosi 15 EUR i vrijedi od studenog do kraja veljače dok od ožujka do kraja listopada cijena iznosi 35 EUR. Cijenu šetnje Stonskim zidinama turisti će platiti 10,00 EUR dok ulaznica za NP Mljet u razdoblju od 01.01. do 30.04. iznosi 7,96 EUR ako je kupljena putem web shopa, odnosno 9,29 EUR ako je kupljena u NP Mljet, od 01.05. do 31.05. 10,00 EUR ako je kupljena putem web shopa, odnosno 15,00 EUR ako je kupljena u NP Mljet, od 01.06. do 30.09. 20,00 EUR ako je kupljena putem web shopa, odnosno 25,00 EUR ako je kupljena u NP Mljet te od 01.10. do 31.12. 10,00 EUR ako je kupljena putem web shopa, odnosno 15,00 EUR ako je kupljena u NP Mljet (Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije, 2023.).

Pri određivanju cijena ulaznica za turističke atrakcije treba voditi računa o strukturi gostiju i njihovim interesima te uzeti u obzir kako, osim ulaznice za turističku atrakciju, ponuda destinacije treba uključivati i mogućnost noćenja ako su turisti putovali iz daleka i trebaju odmoriti, gastronomsku ponudu, noćni život pa čak i mogućnost istraživanja okolnog područja i posjeta drugim atrakcijama u blizini. Tako atrakcije za posjetitelje, za koje se plaćaju ulaznice, mogu privući turiste koji te atrakcije prethodno nisu posjetili, a možda nisu niti planirali, ali će uz uživanje u hrani, piću, prirodi ili noćnom životu, zahvaljujući pristupačnosti i dostupnosti, posjetiti i atrakcije za koje se plaćaju ulaznice.

5. Važnost prema povijesnoj vrijednosti

Područje Dubrovačko-neretvanske županije vezan je uz povijest Dubrovačke Republike, no prema nekim zapisima, već se 6.000 godina prije Krista na području bliže okolice Dubrovnika odvijao život. Grad Dubrovnik izgrađen je prije najmanje 14 stoljeća, a prethodio mu je mnogo stariji grad Epidaurum koji se razvijao na mjestu današnjeg Cavtata te se smatra kako je do svoje propasti u 7. stoljeću postojao možda i 12 stoljeća. Ovako duga povijest ostavila je izuzetnu povijesnu vrijednost današnjem Dubrovniku i Dubrovačko-neretvanskoj županiji (Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije, 2023.).

Fond kulturnih i povijesnih dobara Dubrovačko-neretvanske županije sastoji se od 168 zaštićenih povijesnih gradova, gradsko-ruralnih i tradicijskih seoskih naselja, od kojih je 10 registrirano (Dubrovnik, Ston, Mali Ston, Korčula, Lastovo, Vid, Orebić, Viganj, Kućište) i 11 preventivno zaštićeno (Cavtat, Čilipi, Selaci, Slano, Banići, Kotezi, Soline, Brsečine, Trstenik). Povijesna jezgra grada Dubrovnika kao cjelina uvrštena je na UNESCO popis svjetske baštine 1978. godine. TU je i 1.436 zaštićenih povijesnih građevina, crkva, samostana i drugih sakralnih

objekata i kompleksa, starih utvrda i gradskih zidina, nekropola, istraženih i još neproučenih arheoloških nalaza, starih mostova i ljetnikovaca. Od toga je 314 evidentirano, a 346 je preventivno zaštićeno. Također treba istaknuti cijele regije krajolika s povijesnim obilježjima kao kulturno blago (Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije, 2023.).

Povijesno i kulturno naslijeđe ima veliku ulogu u razvoju turizma Dubrovačko-neretvanske županije pa turistička ponuda temeljena na ovim vrijednostima može biti ključna u preuzimanju vodeće uloge u turizmu čak i čitave zemlje jer kulturne i povijesne destinacije donose prihode u županiju i potiču razvoj lokalnih zajednica koje ponosno ističu svoju povijesnu baštinu i njezine najvrijednije segmente dijele s turistima. Tako povijesne turističke atrakcije mogu biti ključne odrednice uspješnog razvoja turizma, a upoznavanje s bogatom kulturom i poviješću lokalnog stanovništva jedan od najčvršćih turističkih motiva koji potiče i uključivanje drugih resursa u razvoj turizma u Županiji jer rastući broj turista utječe na povećanje turističke ponude i dovodi do stvaranja novih turističkih resursa poput hotela, ugostiteljskih objekata, sportsko-rekreacijskih objekata, prometne infrastrukture, komunalnih usluga i slično. Razvoj turističke ponude temeljene na bogatoj povijesnoj baštini znači i otvaranje novih radnih mjesta u turizmu koja će se odraziti i na cjelogodišnju turističku ponudu što ima pozitivan utjecaj u smislu pozicioniranja na turističkom tržištu. Tako uspjeh turističke ponude u značajnoj mjeri ovisi o povijesnoj i kulturnoj baštini.

6. Popularnost stvorena reputacijom

Bogata i dostupna kulturna i povijesna turistička ponuda te Dubrovnik kao hrvatska najpoznatija turistička atrakcija privlači stotine tisuća turista. Osim turista, popularnost Dubrovnika na svjetskoj turističkoj karti privlači i filmsku industriju pa je tako u Dubrovniku snimana svjetski popularna serija Igra prijestolja što je Dubrovnik, ali i Dubrovačko-neretvansku županiju pozicioniralo visoko među destinacijama koje imaju reputaciju destinacije filmskog turizma koji postaje sve popularniji na svjetskom turističkom tržištu, a predvode ga mladi ljudi koji otkrivaju kulturno naslijeđe.

Filmovi i serije najčešće se snimaju na značajnim i povijesno prepoznatljivim mjestima, a s popularnošću filma ili serije raste i popularnost mjesta u kojima su snimani. Tako su, prema Macionis (2004.) tri najvažnija čimbenika privlačenja filmskog turista u odredište: mjesto, osobnost ili privlačnost glumca, te radnja filma. Filmskim turistima je lokacija najčešće ključan faktor za dolazak zbog predivnog i jedinstvenog krajolika ili ljepote prirode koje su vidjeli u filmu. Drugi važan faktor je radnja filma, ništa manje bitan faktor za filmsku destinaciju je prikazati omiljene filmske zvijezde u filmu ili osobnosti koju oni prikazuju. Filmske zvijezde

su tako snažan motivator za posjećivanje destinacije, a filmski turizam ima značajan utjecaj na destinaciju, lokalno stanovništvo, okoliš i filmsku industriju.

Filmovi ne samo da potiču motivaciju za posjet nekom mjestu, već stvara li gradi sliku o destinaciji. Filmski turizam tako pruža niz mogućnosti za razvoj lokalne turističke zajednice i turističkih proizvoda ako mu se pristupi ciljano i odgovorno i ako se na pravilan način integrira u turističku ponudu. Filmska industrija se danas brzo razvija, a njezin entuzijizam, posvećenost, energija i nastojanje mogu se prenijeti u turističku ponudu. Turističke zajednice Dubrovačko-neretvanske županije tako trebaju prepoznati veliki marketinški potencijal kroz filmsku industriju te osigurati filmskim ekipama i ubuduće korištenje turističke ponude i jedinstvene poticaje poput paket-aranžmana s popustima, organiziran prijevoz do zračne luke ili slično kako bi se privuklo i potaknulo filmsko poslovanje u Županiji, a time se i obogatila turistička ponuda temeljena na reputaciji filmske destinacije.

2.3.2. Turistička potražnja

Turistička potražnja je širok pojam koji pokriva čimbenike koji određuju razinu potražnje, prostorne karakteristike potražnje, različite vrste potražnje i motive za postavljanje takve potražnje. Cooper (2004., str. 76) definira potražnju kao „raspored količine bilo kojeg proizvoda ili usluge koju su ljudi voljni i sposobni kupiti po svakoj specifičnoj cijeni u skupu mogućih cijena tijekom određenog vremenskog razdoblja. Pojedinci zvani turisti generiraju turističku potražnju. To se događa na određenom mjestu koje se zove turistička destinacija“.

Cengizci, Baser i Karasakal (2020.) pružaju dokaze o faktorima motivacije koji rezultiraju 13% većom potražnjom za turizmom, kao što su hotelske usluge, prirodne i kulturne atrakcije te pristupačnost i sigurnost, itd. Prema Song, Haiyan, Gang Li, Witt i Fei (2010.) dolazak turista često je korištena varijabla u proučavanju turističke potražnje. Svjetska turistička organizacija definirala je ovaj pojam kao dolazak međunarodnih posjetitelja na ekonomski teritorij referentne zemlje, s velikom vjerojatnošću da će na njih utjecati prihodi zemlje porijekla (UNWTO, 2019.). Uzimajući u obzir snažan odnos između temeljnih ekonomskih čimbenika (tj. prihoda, cijene, tečaja, udaljenosti, stanovništva i ekonomske krize) i odluke o putovanju, prihod je odrednica koja najčešće utječe na turistički tok (Hanafiah, Hafiz i Harun, 2010.).

S obzirom na velika ulaganja u infrastrukturu koju podupire hotelska industrija i kako neiskorištenost može biti glavni izvor neučinkovitosti koji šteti konkurentnosti (ParteEsteban i Alberca-Oliver, 2015.). Visokokvalitetne smještajne mogućnosti i usluge određuju rast turizma

analizirajući trendove i odnose između smještajnih kapaciteta (tj. objekata i kreveta) i noćenja (Popescu, 2019.).

Turistička potražnja izravno je povezana s prosječnom duljinom boravka. Turistička potražnja tradicionalno se analizirala iz perspektive ekonomskih varijabli kako bi se ispitala evolucija turističke potrošnje, noćenja ili dolazaka (Zamparini et al. 2017.). Povećanje prosječne duljine boravka smatra se jednim od glavnih ciljeva u razvoju učinkovitih marketinških strategija (Santos et al., 2015.). Dolasci turista jedna su od najčešće korištenih varijabli (Song et al., 2010.) u studijama turističke potražnje, a dolasci posjetitelja i gospodarski rast snažno su međusobno povezani (Kumar, 2020.). Noćenja su važan predmet analize u određivanju turističke potražnje (Popescu i Plesoianu 2017.). Stoga je količina vremena koju turisti provedu u određenoj destinaciji postala ključna varijabla za upravljanje turizmom (Montano, Rosello i Sanso, 2019.). Zapravo, noćenja su uzeta kao referenca za procjenu utjecaja sezonalnosti na turističku potražnju pa se prosječno trajanje boravka smatra faktorom objašnjenja za analizu turističke potražnje. (Vergori, 2017.).

Procjena turističke potražnje u Dubrovačko-neretvanskoj županiji temelji se na sljedećim komponentama: 1. dolascima turista, 2. noćenjima turista, 3. turističkoj potrošnji i 4. duljini boravka turista.

1. Dolazak turista

Tijekom zadnjih desetljeća, različiti pregledi literature i analize potvrdile su kako su turistički dolasci jedna od najvažnijih varijabli ocjene turističke potražnje. U 2019. godini DZS je zabilježio 2.237.036 turističkih dolazaka u Dubrovačko-neretvansku županiju. Promotri li se broj dolazaka turista u Županiji u razdoblju od 2020. do 2022. godine, može se uočiti trend rasta broja dolazaka turista, a što ujedno ukazuje i na oporavak turizma u županiji od posljedica COVID-19 krize. Tako je u 2020. godini u Županiji boravilo ukupno 455.106 turista, u 2021. godini 967.361, što je porast od 12,56 % te u 2022. godini 1.688.945 turista, što ujedno i predstavlja porast u odnosu na 2021. godinu.

Tablica 5. Dolasci turista u Dubrovačko-neretvansku županiju u razdoblju od 2019.-2022. godine

| | 2019. | 2020. | 2021. | 2022. |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Dubrovačko-neretvanska županija | 2.237.036 | 455.106 | 967.361 | 1.688.945 |

Izvor: Državni zavod za statistiku, 2023.

Također, u svim promatranim mjestima uočljiv je trend rasta, odnosno sva promatrana mjesta svake godine bilježe sve veći broj dolazaka turista. Podaci su prikazani u Tablici 6. u nastavku.

Tablica 6. Dolasci turista u odabranim mjestima u Dubrovačko-neretvanskoj županiji u razdoblju od 2019.-2022. godine

| | 2019. | 2020. | 2021. | 2022. |
|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Dubrovačko Primorje | 42.535 | - | 18.059 | - |
| Dubrovnik | 1.439.531 | 219.683 | 518.102 | 1.029.559 |
| Konavle | 173.784 | 22.884 | 60.199 | 125.100 |
| Korčula | 97.276 | 30.645 | 56.912 | 88.353 |
| Lastovo | 9.365 | 5.756 | 8.984 | 9.207 |
| Mljet | 34.048 | 15.583 | 26.442 | 30.042 |
| Opuzen | - | - | 438 | 630 |
| Orebić | 105.603 | 53.903 | 89.534 | 110.739 |
| Ploče | 7.125 | 2.980 | 5.230 | 7.051 |
| Ston | 33.817 | 13.152 | 23.131 | 33.186 |
| Župa Dubrovačka | 161.761 | 24.375 | 58.647 | 109.284 |

Izvor: Državni zavod za statistiku, 2023.

Iz prikazanih podataka se može uočiti i kako najviše turista posjećuje grad Dubrovnik, zatim Konavle, Orebić i Župu Dubrovačku dok najmanje turista posjećuje Opuzen, Ploče i Lastovo.

Promotri li se odnos domaćih i stranih turista, u promatranom razdoblju može se uočiti kako broj stranih turista višestruko nadmašuje broj domaćih turista, osobito u 2019. godini kada je Dubrovačko-neretvanska županija zabilježila dolazak 124.198 domaćih turista u odnosu na 2.112.838 dolazaka stranih turista.

Tablica 7. Dolasci domaćih i stranih turista u Dubrovačko-neretvansku županiju u razdoblju od 2019.-2022. godine

| | 2019. | | 2020. | | 2021. | | 2022. | |
|--|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| | Dolasci turista - domaći | Dolasci turista - strani | Dolasci turista - domaći | Dolasci turista - strani | Dolasci turista - domaći | Dolasci turista - strani | Dolasci turista - domaći | Dolasci turista - strani |

| | | | | | | | | |
|--|---------|-----------|--------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| Dubrovačko-neretvanska županija | 124.198 | 2.112.838 | 98.591 | 356.515 | 118.740 | 848.621 | 154.722 | 1.534.223 |
|--|---------|-----------|--------|---------|---------|---------|---------|-----------|

Izvor: Državni zavod za statistiku, 2023.

Također, prema podacima Državnog zavoda za statistiku (2023.), u promatranom razdoblju u odabrana mjesta dolazi više stranih nego domaćih gostiju, uz izuzetak Lastova na kojemu je 2020. godine boravilo više domaćih nego stranih gostiju, što korespondira razdoblju ograničenja kretanja uslijed mjera za suzbijanje bolesti COVID-19.

Tablica 8. Dolasci domaćih i stranih turista u odabranim mjestima u Dubrovačko-neretvanskoj županiji u razdoblju od 2019.-2022. godine

| | 2019. | | 2020. | | 2021. | | 2022. | |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | Dolasci turista - domaći | Dolasci turista - strani | Dolasci turista - domaći | Dolasci turista - strani | Dolasci turista - domaći | Dolasci turista - strani | Dolasci turista - domaći | Dolasci turista - strani |
| Dubrovačko Primorje | 1.571 | 40.964 | - | - | 1.606 | 16.453 | - | - |
| Dubrovnik | 56.884 | 1.382.647 | 42.98 3 | 176.70 0 | 53.728 | 464.37 4 | 71.080 | 958.47 9 |
| Konavle | 6.059 | 167.725 | 3.276 | 19.608 | 4.139 | 56.060 | 6.314 | 118.78 6 |
| Korčula | 9.434 | 87.842 | 11.06 5 | 19.580 | 11.660 | 45.252 | 17.322 | 71.031 |
| Lastovo | 2.828 | 6.537 | 3.013 | 2.743 | 3.667 | 5.317 | 3.309 | 5.898 |
| Mljet | 4.376 | 29.672 | 6.393 | 9.190 | 6.820 | 19.622 | 6.196 | 23.846 |
| Opuzen | - | - | - | - | 45 | 393 | 68 | 562 |
| Orebić | 9.676 | 95.927 | 7.832 | 46.071 | 9.725 | 79.809 | 14.402 | 96.337 |
| Ploče | 939 | 6.186 | 715 | 2.265 | 789 | 4.441 | 917 | 6.134 |
| Ston | 2.613 | 31.204 | 2.762 | 10.390 | 2.941 | 20.190 | 3.480 | 29.706 |
| Župa Dubrovačka | 11.496 | 150.265 | 6.258 | 18.117 | 6.827 | 51.820 | 9.352 | 99.932 |

Izvor: Državni zavod za statistiku, 2023.

Najviše i domaćih i stranih turista posjećuje Dubrovnik, dok mnogo više stranih u odnosu na domaće turiste posjećuje Konavle, Korčulu, Mljet, Opuzen, Orebić, Ston i Župu Dubrovačku.

Iz prikazanih podataka može se zaključiti kako dolasci korespondiraju turističkoj ponudi, odnosno kako su najposjećeniji oni dijelovi Županije čija je povijesna i kulturna vrijednost najviše prepoznata u domaćoj i svjetskoj javnosti te koji su svoju popularnost stekli reputacijom na domaćem i svjetskom turističkom tržištu.

2.Noćenja turista

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku (2023.), u Dubrovačkoj-neretvanskoj županiji je u 2019. zabilježeno 8.333.783 turističkih noćenja. U 2020. godini ostvareno je ukupno 2.407.399 noćenja, u 2021. 4.704.438 noćenja što je porast od 95,42% te u 2022. godini ukupno 7.210.748 noćenja što je porast od 53,28% u odnosu na 2021. godinu. Ovi podaci ukazuju na pozitivan trend rasta turizma u Županiji i dobar oporavak nakon COVID-19 krize.

Tablica 9. Noćenja turista u Dubrovačko-neretvanskoj županiji u razdoblju od 2019.-2022. godine

| | 2019. | 2020. | 2021. | 2022. |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Dubrovačko-neretvanska županija | 8.333.783 | 2.407.399 | 4.704.438 | 7.210.748 |

Izvor: Državni zavod za statistiku, 2023.

Promotri li se ukupan broj noćenja turista u odabranim mjestima Dubrovačko-neretvanske županije, može se uočiti kako najviše noćenja ostvaruje grad Dubrovnik, zatim Orebić, Župa Dubrovačka i Korčula dok najmanje noćenja ostvaruju Opuzen, Ploče, i Lastovo.

Tablica 10. Noćenja turista u odabranim mjestima Dubrovačko-neretvanske županije u razdoblju od 2019.-2022. godine

| | 2019. | 2020. | 2021. | 2022. |
|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Dubrovačko Primorje | 196.764 | - | 124.441 | - |
| Dubrovnik | 4.295.071 | 775.954 | 1.865.885 | 3.483.909 |
| Konavle | 795.273 | 129.387 | 324.136 | 639.249 |
| Korčula | 405.993 | 184.245 | 297.041 | 395.980 |
| Lastovo | 60.104 | 38.993 | 60.629 | 60.348 |
| Mljet | 150.442 | 81.580 | 126.010 | 140.503 |

| | | | | |
|------------------------|---------|---------|---------|---------|
| Opuzen | - | - | 3.154 | 4.223 |
| Orebić | 784.581 | 453.296 | 706.313 | 806.304 |
| Ploče | 31.233 | 14.826 | 25.967 | 34.889 |
| Ston | 155.083 | 81.574 | 121.656 | 152.905 |
| Župa Dubrovačka | 591.968 | 120.354 | 296.120 | 482.605 |

Izvor: Državni zavod za statistiku, 2023.

Promotri li se broj ostvarenih noćenja domaćih i stranih turista u Županiji, može se uočiti kako noćenja stranih turista u promatranom razdoblju višestruko nadmašuju broj noćenja koja su ostvarili domaći gosti. Podaci su prikazani u Tablici 11. u nastavku.

Tablica 11. Noćenja domaćih i stranih turista u Dubrovačko-neretvanskoj županiji u razdoblju od 2019.-2022. godine

| | 2019. | | 2020. | | 2021. | | 2022. | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | Noćenja turista - domaći | Noćenja turista - strani | Noćenja turista - domaći | Noćenja turista - strani | Noćenja turista - domaći | Noćenja turista - strani | Noćenja turista - domaći | Noćenja turista - strani |
| Dubrovačko-neretvanska županija | 411.627 | 7.922.156 | 399.139 | 2.008.260 | 465.641 | 4.238.797 | 547.327 | 6.663.421 |

Izvor: Državni zavod za statistiku, 2023.

Ako se promatra broj ostvarenih noćenja domaćih i stranih turista u odabranim mjestima u Dubrovačko-neretvanskoj županiji, uočava se kako najveći broj noćenja ostvaruju strani turisti u Dubrovniku, a najmanje domaći gosti u Opuzenu. Osim Dubrovnika, i strani i domaći gosti najviše noćenja ostvaruju u Orebiću, Konavlima i Župi Dubrovačkoj, a uz Opuzen najmanje u Pločama i Stonu.

3. Turistička potrošnja

Istraživanje Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS LJETO 2017. prikupilo je primarne podatke za prosječne dnevne izdatke turista u Dubrovačko-neretvanskoj županiji od srpnja do listopada, odnosno u razdoblju ljetne sezone i posezone iste godine. Prosječni dnevni izdaci turista ne uključuju izdatke za prijevoz od/do mjesta stanovanja. Izdaci su podijeljeni na izdatke za usluge ugostiteljstva što obuhvaća: 1. izdatke za smještaj, uključujući prehranu vezanu uz uslugu smještaja (,all inclusive', puni pansion, polupansion ili noćenje s doručkom)

i izdatke za prehranu i piće u ugostiteljskim objektima izvan usluge smještaja, 2. izdatke za kupnju koji obuhvaćaju izdatke za kupnju hrane i pića, odjeće i obuće te svega ostalog, te 3. izdatke za ostale usluge koje čine izdaci za sport i rekreaciju, kulturu, zabavu, izlete, lokalni prijevoz te ostali troškovi (lokalni prijevoz, servisne, zdravstvene i pravne usluge i dr.). Prosječni dnevni izdaci procijenjeni su kao omjer ukupnih izdataka i broja noćenja. Podaci su prikazani u tablici 12.

Tablica 12. Prosječni dnevni izdaci turista u Dubrovačko-neretvanskoj županiji u razdoblju od srpnja do listopada 2017. godine

| | srpanj - listopad 2017. | |
|---------------------------------------|---|----------|
| | Prosječni dnevni izdaci u eurima | % |
| UKUPNO | 113,14 | 100 |
| Smještaj | 58,75 | 51,90 |
| Hrana u restoranima i barovima | 20,67 | 18,30 |
| Usluge trgovine | 17,08 | 15,10 |
| Kultura i zabava | 2,89 | 2,60 |
| Sport i rekreacija | 0,98 | 0,90 |
| Izleti | 2,41 | 2,10 |
| Lokalni prijevoz | 8,25 | 7,30 |
| Ostalo | 2,10 | 1,90 |

Izvor: TOMAS LJETO 2017

Ukupni prosječni dnevni izdaci turista u promatranom razdoblju 2017. godine iznosili su 113,14 eura po osobi, od čega je 58,75 eura ili 51,9% išlo za smještaj. Na hranu u restoranima i barovima turisti su prosječno dnevno trošili 20,67 eura, na usluge trgovine 17,08 eura i na lokalni prijevoz 8,25 eura. Znatno manje turisti su trošili na sadržaje poput kulture i zabave (2,60%), sporta i rekreacije (0,90%), izlete (2,10%) te na ostali sadržaj (1,90%).

Iz istraživanja Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj – TOMAS HRVATSKA 2019. koje je provedeno u razdoblju od svibnja 2019. do ožujka 2020. izvedeni su podaci za prosječne dnevne izdatke turista u Dubrovačko-neretvanskoj županiji u vrijeme ljetne sezone i tijekom cijelog promatranog razdoblja. Tablica 13. je prikaz tih podataka.

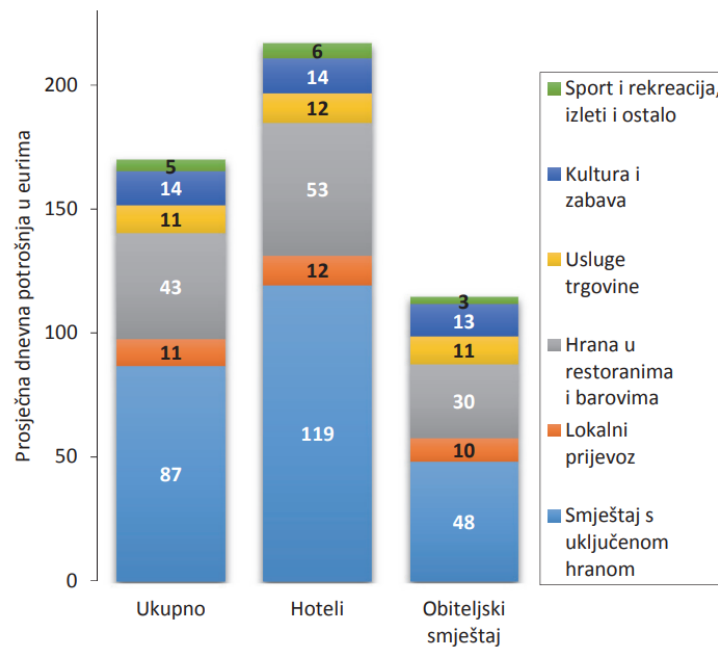
Tablica 13. Prosječni dnevni izdaci turista u Dubrovačko-neretvanskoj županiji u razdoblju od svibnja 2019. do ožujka 2020. godine

| | lipanj – rujna 2019. | | svibanj 2019. - ožujak 2020. | |
|---------------------------------------|----------------------------------|-------|----------------------------------|-------|
| | Prosječni dnevni izdaci u eurima | % | Prosječni dnevni izdaci u eurima | % |
| UKUPNO | 122,58 | 100 | 122,88 | 100 |
| Smještaj | 65,94 | 53,79 | 66,23 | 53,90 |
| Hrana u restoranima i barovima | 24,16 | 19,71 | 23,79 | 19,36 |
| Usluge trgovine | 12,01 | 9,80 | 11,44 | 9,31 |
| Kultura i zabava | 4,61 | 3,76 | 4,84 | 3,94 |
| Sport i rekreacija | 2,16 | 1,76 | 2,00 | 1,63 |
| Izleti | 2,95 | 2,41 | 4,09 | 3,33 |
| Lokalni prijevoz | 9,62 | 7,85 | 8,97 | 7,30 |
| Ostalo | 1,13 | 0,92 | 1,52 | 1,24 |

Izvor: TOMAS HRVATSKA 2019

U razdoblju od lipnja do rujna 2019. godine turist je u Dubrovačko-neretvanskoj županiji prosječno dnevno trošio ukupno 122,58 eura, dok je ukupan iznos dnevnih izdataka u periodu od svibnja 2019. do ožujka 2020. za prosječnog turista bio 122,88 eura. Ako se analizira struktura potrošnje po osobi, iz tablice iznad se može uočiti da je i na ljetu 2019. najviše izdataka dnevno odlazilo na smještaj (53,79%), zatim na hranu u restoranima i barovima (19,71 %) te na usluge trgovine (9,80 %) i lokalni prijevoz (7,85 %). Najmanje dnevnih izdataka prosječni turist izdvajao je za dodatni sadržaj u Županiji. Gledano u postocima, turistička potrošnja nije se znatno promijenila ako se uspoređuje ljetna turistička sezona s cijelim razdobljem koje je izabrano u svrhu istraživanja.

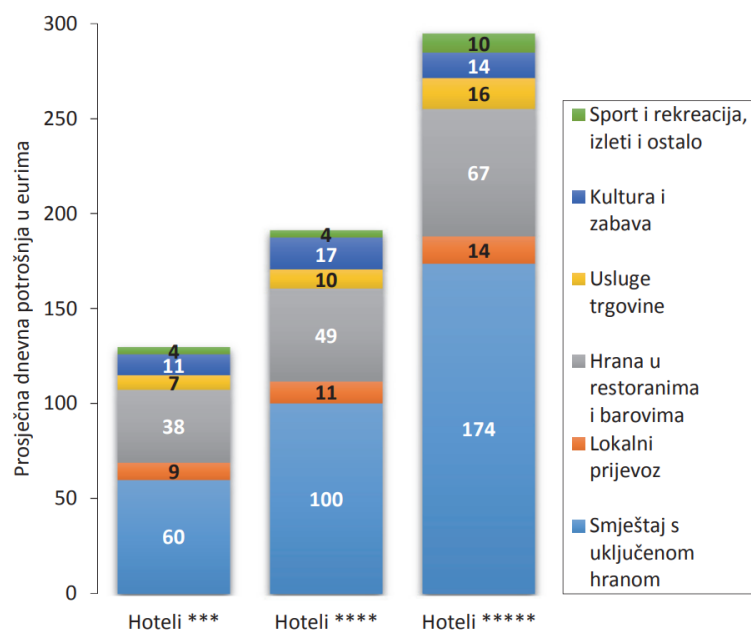
Dubrovnik je 2018. godine od Instituta za turizam zatražio posebno istraživanje o Stavovima i potrošnji turista i posjetitelja u Dubrovniku s ciljem unapređenja turističke ponude i promocije grada. Podaci su prikupljeni iz tridesetak dubrovačkih hotela, četrdeset objekata u privatnom smještaju te od gostiju s brodskih kružnih putovanja. Prosječna dnevna potrošnja gostiju u Dubrovniku 2018. godine prikazana je na slici 1. i slici 2.



Slika 1. Prosječna dnevna potrošnja gostiju u Dubrovniku u 2018. godini prema vrsti smještaja

Izvor: TOMAS DUBROVNIK 2018

Prosječna dnevna potrošnja po osobi u Dubrovniku prema vrsti smještaja je 2018. iznosila 170 eura (slika 1.). Najveći dio potrošnje odlazi na smještaj (51%) te na hranu i piće u restoranima i barovima (25%). Zatim slijede izdaci na sadržaj kao što je kultura i zabava (8%), trgovina (7 %) te troškovi za lokalni prijevoz (6%). Hotelski gosti dnevno su trošili oko 216 eura (130 eura u hotelima s 3*, 191 euro u hotelima s 4* i 295 eura dnevno u hotelima s 5*; slika 2.). Prosječni dnevni izdaci gostiju obiteljskog smještaja iznosili su 114 eura. Gosti obiteljskog smještaja relativno su manje trošili na uslugu smještaja od hotelskih gostiju (42% u odnosu na 55%), a više na kulturu i zabavu, trgovinu i lokalni prijevoz. Najbolji dnevni potrošači bili su gosti iz SAD-a (239 eura), Skandinavije (180 eura) te iz Australije i azijskih zemalja. Istraživanjem su obuhvaćeni i posjetitelji s kruzera gdje se pokazalo da ti turisti prosječno dnevno troše 51 euro te da su najrastrošniji turisti iz SAD-a, a da najmanje troše Talijani.



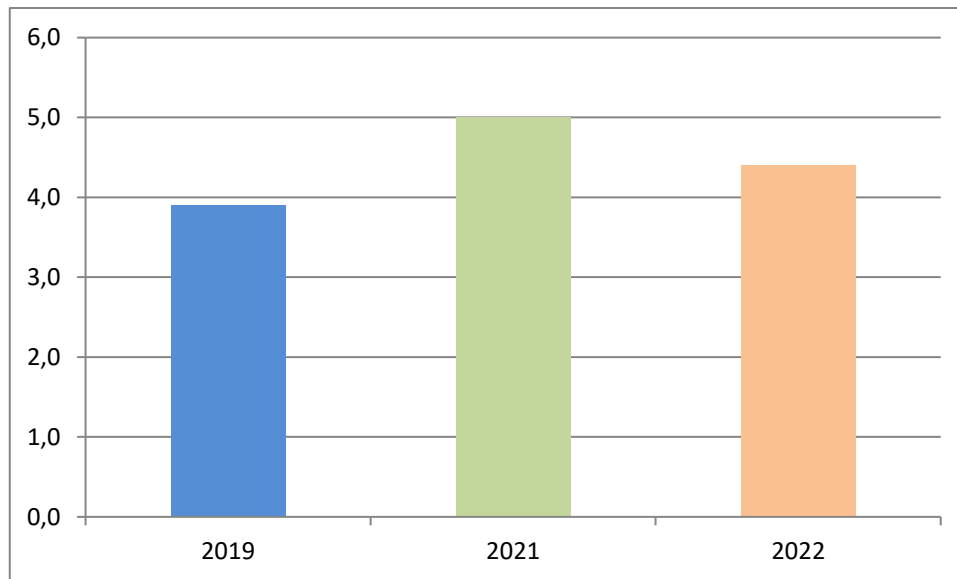
Slika 2. Prosječna dnevna potrošnja hotelskih gostiju u Dubrovniku u 2018. godini prema kategoriji hotela

Izvor: TOMAS DUBROVNIK 2018

Za svakog drugog turista Dubrovnik u promatranom razdoblju izdaci su bili veći od očekivanih (54 % gostiju hotela i 46 % gostiju obiteljskog smještaja). 46 % gostiju ocjenilo je izdatke u skladu s očekivanjima, a samo je 4% gostiju se izjasnilo da su dnevni izdaci tijekom boravka u Dubrovniku 2018. godine bili manji od očekivanih.

4. Duljina boravka

Prema podacima Ekonomskog instituta (2021.), turisti su tijekom 2021. godine u Dubrovačko-neretvanskoj županiji proveli prosječno 5 noćenja, a usporede li se ti podaci s 2019. godinom, vidljivo je da se turisti u prosjeku zadržavaju duže, što je ponajprije posljedica činjenice da je pandemija COVID-19 uvjetovala promjenu obrazaca ponašanja turista koji sada preferiraju boravak na jednoj destinaciji.



Grafikon 3. Prosječan broj noćenja po dolasku turista u Dubrovačko-neretvanskoj županiji 2019., 2021. i 2022. godine

Izvor: Ekonomski institut, 2021.

Također, prema podacima Ekonomskog instituta (2022.), u Županiji se u 2022. bilježi pad prosječnog broja noćenja s prosječno 5 noćenja na prosječno 4,4 noćenja. Podaci ponovo ukazuju na promjenu ponašanja turista koji, kako pandemija slabi, preferiraju kraći boravak na jednoj destinaciji.

Iz prikazanih podataka može se zaključiti kako je u Županiji turistička potražnja najviše koncentrirana oko grada Dubrovnika i njegove okolice dok drugi dijelovi Županije, a osobito dolina Neretve, zaostaju u odnosu na Dubrovnik i Dubrovačko Primorje. Stoga je ulaganje u prometnu infrastrukturu od ključnog značaja za razvoj turizma Županije, osobito Pelješca, otoka Mljeta i Lastova te plodne neretvanske doline.

3. Pelješki most

3.1. Opće informacije

Projekt Pelješki most najveći je infrastrukturni projekt Europske unije. Izgradnja Pelješkog mosta financirana je iz Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014.-2022. Ugovor vrijedan 426.778.108,57 EUR (od toga EU bespovratna sredstva 362.761.392,33 EUR) potpisan je 13.06.2017. godine, a očekivani kraj projekta je 30.11.2023. godine. Projektom je planirana izgradnja ukupno 32,5 kilometara novih cesta, od čega okosnicu projekta čini izgradnja mosta duljine 2,5 kilometara, kao izravne veze između većeg dijela Hrvatske i južne Dalmacije koja je neumskim koridorom, širokim približno 10 kilometara, odvojena od ostatka Hrvatske. Projektom će se izgraditi i pristupne ceste do glavne ceste na Pelješcu i izgraditi nova obilaznica oko Stona, kao poveznica s magistralnom cestom prema Dubrovniku i Crnoj Gori (Povezana Hrvatska, 2023.).

Projekt je podijeljen na tri faze izgradnje:

1. faza: Most sa pristupnim cestama (na kopnu do državne ceste D8, na Pelješcu do lokalnog puta)
2. faza: Pristupne ceste (Duboka – Sparagovići/Zaradeže)
3. faza: Izgradnja stonske obilaznice (DC414), poddionice: Sparagovići/Zaradeže – Prapratno i Prapratno – Doli na državnoj cesti D8 (Povezana Hrvatska, 2023.).

Prema Puž (2022.), nosivu strukturu Pelješkog mosta čini rasponski sklop preko 13 raspona, koji se oslanja na 12 stupova i 2 krajnja oslonca, upornjaka. Središnji dio sklopa je ovješeni most, koji se sastoji od grednog nosača, pilona i sustava kosih zatega. Rubini dijelovi sklopa su jednostavniji gredni mostovi, kod kojih se nosač oslanja izravno na stupove. Središnji dio nosive strukture mosta sastoji se od 5 glavnih otvora veličine po 285 metara i 6 pilona – glavnih stupova na dubokim temeljima, visokih 85 do 100 metara nad površinom mora. Glavna nosiva konstrukcija, 22,5 metara široka greda je od čelika, s dijelovima betonskog sklopa nad pilonima. Prometnicu na mostu čini kolnik s dvije trake, za svaki smjer po jedna, sa zaustavnim trakama i razdjelnim pojasom između suprotnih smjerova. Plovidbeni profil ispod mosta po projektom zadatku širok je 200, a visok 55 metara. Po dubini temeljenja, složenost konstrukcijskog sklopa i utrošku gradiva radi se o daleko najvećem mostu u Hrvatskoj, koji će zahvaljujući originalnoj

konceptiji naći mjesto među najznačajnijim europskim graditeljskim postignućima našeg vremena (Puž, 2022.).



Slika 3. Pelješki most

Izvor: Hrvatske ceste, 2023.

Pelješki most nema zadaću biti pravcem međunarodnog transporta jer će u budućnosti cestovni promet pojasom između Italije i Grčke ići naplatnom autocestom kroz primorsko zaleđe. Njegova primarna uloga je u razvoju prometne mreže krajnjeg juga Hrvatske, kako stoji u strateškim dokumentima Republike Hrvatske koja naglašava važnost povezivanja luke Ploče s granicom Crne Gore. U prostornim planovima je autocesta Ploče – Dubrovnik, a iz planova razvitka državnih cesta ističu se dva projekta. Prvi je vezan uz Pelješki most a riječ je novoj cesti koja bi povezivala Brijestu s Orebićem, odnosno s novom trajektnom lukom za otok Korčulu. Ovaj projekt je od iznimne važnosti za gospodarstvo Pelješca i Korčule, čak i Lastova. Drugi projekt je poveznica Dubrovnika sa zračnom lukom u Čilipima (Puž, 2022.).

Pelješki most, njegove pristupne ceste, kao i druge ceste koje se grade na jugu Hrvatsku imaju veliku ulogu u razvoju turističke djelatnosti juga Hrvatske, ali i drugih gospodarskih djelatnosti povezanih s turizmom. Osim toga, cestovna povezanost juga Hrvatske od ključne je važnosti za razvoj lokalnog kraja, otvaranje novih radnih mjesta i porast broja stanovništva. Također, izgradnja pristupnih cesta ojačava veze Dubrovačko-neretvanske županije s ostatkom Hrvatske, ali i Europom što krajnji jug Hrvatske pozicionira, ne više na mjesto razmeđa između

Mediterana i unutrašnjosti Europe, već na mjesto poveznice što će se u budućnosti i realizirati izgradnjom jonsko-jadranske autoceste u zaleđu županije.

3.2. Geoprometni položaj

Pelješki most pripada primarnoj cestovnoj mreži u koridoru Jadransko-Jonske autoceste, a osobitu važnost ima za promet u Neretvanskoj dolini i na poluotoku Pelješcu.

Izgradnjom Pelješkog mosta uspostavljena je neprekinuta cestovna veza između svih dijelova Hrvatske i to je ujedno i najveća važnost ovoga mosta i ono što ga čini projektom od strateške važnosti za Republiku Hrvatsku. Do izgradnje Pelješkog mosta, Pelješac je, kao i Dubrovnik bio teritorijalno odvojen od ostatka Hrvatske teritorijem Bosne i Hercegovine granicom na Neumu. Trasa ceste Pelješkog mosta položena je na način da se most nalazi na najužem dijelu zaljeva čija je širina na tom mjestu približno 2.400 metara. Jedan od bitnih zahtjeva mosta bio je i plovidbeni profil ispod mosta. Idejno rješenje za izgradnju Pelješkog mosta definirale su Hrvatske ceste te je most trebao biti širine od 150 metara i visine od 30 metara, a do konačnog rješenja plovni profil je više puta mijenjan te je na kraju usvojene rješenje prema kojem je most i izgrađen, širine 200 metara i visine 55 metara (Hrelja Kovačević, 2021.).

Prema Lovrinović et al. (2007.), uže gravitacijsko područje Pelješkog mosta obuhvaća južni dio Hrvatske, odnosno područje dvije županije: Splitsko-dalmatinske i Dubrovačko-neretvanske, ali i područje četiri kantona u Federaciji Bosne i Hercegovine te Trebinja kao dijela Republike Srpske. Pelješki most pripada planiranoj državnoj cesti Opuzen-Pelješac-Dubrovnik, a zadaća ove ceste je preuzeti daljinski promet sadašnje Jadranske magistrale D8 i dijela Pelješke magistrale D414. Gradnja ove državne ceste planirana je u uskom pojasu koji se nalazi između jadranske obale i granice sa susjednom Bosnom i Hercegovinom (Lovrinović et al., 2007.).

Ovakav smještaj buduće državne ceste važan je osobito tijekom ljeta, u vremenu turističke sezone, budući da trenutna cestovna povezanost Pelješca s državnim cestama D8 i D414 ne zadovoljava suvremene standarde putovanja jer osim što prolazi kroz naseljena mjesta, loš je i kolnik te se tijekom ljeta stvaraju gužve. Prema Lovrinoviću et al. (2007.), reljef promatranog područja nije pristupačan što otežava vođenje trase državne ceste, a područje Pelješca i Korčule nije na zadovoljavajućoj razini kvalitetno povezano u cestovnu mrežu Dubrovačko-neretvanske

županije pa će planirana državna cesta s Pelješkim mostom kopno-Pelješac replicirati ulogu cesta D8 dijela D414, na višoj razini uslužnosti.

Prema Prostornom planu Dubrovačko-neretvanske županije (2019.), planirana longitudinalna prometnica uzduž poluotoka Pelješca, koja bi zajedno s prirodnim nastavkom u trasi korčulanske državne ceste D118 u budućnosti trebala činiti okosnicu prometne mreže Pelješca i Korčule uključuje i:

- spojnu cestu od čvora Brijesta do početka obilaznice Janjine, obilaznicu Janjine, obilaznicu Pijavičinog i Potomja, obilaznicu Kapetana i Orebića,
- izgradnju spojne ceste obilaznice Orebića do trajektnog pristaništa u Perni,
- izgradnju spojne ceste od zaobilaznice Vignja do rta Sveti Ivan (prijelaz za otok Korčulu) nakon realizacije mosta Korčula.

Pelješki most, osim što ostvaruje bolju cestovnu povezanost unutar Dubrovačko-neretvanske županije jer povezuje grad i luku Ploče s Dubrovnikom te predstavlja ostvarenje teritorijalnog jedinstva Republike Hrvatske, ima veliku važnost za povezanost područja koje gravitira mostu sa Zračnom lukom Dubrovnik te otokom Korčulom, a očekuje se kako će u turističkom smislu pokrenuti i otok Mljet na kojem se nalazi Nacionalni park Mljet. Tako će Pelješki most uvelike utjecati na turistički razvoj Dubrovačko-neretvanske županije, ali i cijele Hrvatske.

3.3. Turistički potencijal

Pelješki most je povezoao Dubrovačko-neretvansku županiju s ostatkom Hrvatske, a očekuje se da će upravo ovaj ostvareni strateški cilj pridonijeti daljnjem turističkom razvoju ne samo Dubrovnika već i poluotoka Pelješca kao vrijednog povijesnog i kulturnog područja juga Hrvatske. Pelješki most je već nakon svog otvaranja donio turističko procvat Pelješcu, a očekuje se kako je to tek početak.

Poluotok Pelješac, drugi po veličini poluotok u Republici Hrvatskoj, turistima je najpoznatiji po bogatoj tradiciji vinogradarstva, vinarstva i maslinarstva, a tradicionalnim središtem otoka smatra se povijesni gradić Ston smješten na obali Stonskog kanala na prevlaci koja poluotok spaja s kopnom. Sa svojim zidinama jedan je od najsačuvanijih primjera utvrđenog grada i dubrovačkog graditeljstva, a poznat je i po svojim solanama kao i tradicionalnom uzgoju školjki kamenica. Ipak, turizam je najrazvijeniji na južnoj obali Pelješca gdje se smjestio Orebić poznat po zaštićenim plažama i bogatom kulturnom nasljeđu.

Poluotok Pelješac mjesto je svjetske baštine, a starogradske jezgre naselja na Pelješcu specifične su po svojoj strukturi. Osim Stonskih zidina koje datiraju iz 14. stoljeća, Janjina je od 15. stoljeća opasana zidinama, a Orebić čuva svoju staru gradsku jezgru iz 16. stoljeća. Postoje i druge atrakcije koje Pelješac čine prikladnim turističkim odredištem kao što su sakralni objekti, muzeji, uzgajališta kamenica, solane, špilje te niz plaža i šumskih staza koje turistima omogućuju šetnje i iskustvo izuzetne gostoljubivosti stanovnika Pelješca. Na poluotoku su i restorani, kao i mirni obiteljski hoteli i njihovo ljubazno osoblje koje pridonosi doživljaju Pelješca. Turistima je dostupno mnogo informacija da ostanu u tijeku s događanjima, kao i mogućnost odlaska na izlete na Korčulu, Mljet ili u Dubrovnik.

Pelješac je danas dostupniji nego ikada zahvaljujući Pelješkom mostu. Doprinos prometne infrastrukture poluotoka značiti će još bolju dostupnost poluotoka turistima koji će, očekuje se, u još većem broju posjećivati znamenitosti, smještajne objekte i druge društvene sadržaje koje im nudi Pelješac. Već sada postoje razne mogućnosti koje su povezane s Pelješkim mostom, a to znači kako se očekuje značajna ekonomska dobit od turizma koji posjećuju ovo područje. Upravljanje Pelješcem kao turističkom destinacijom znači ostvarivanje izravne dobiti kao rezultat koji se ostvaruje od naknada koje turisti plaćaju kroz ulaznice za lokalitete koje posjećuju, ali i kroz gastronomsku i hotelijersku ponudu poluotoka.

Osim navedenoga, područje Pelješca i kopna koje gravitira Pelješkom mostu danas je turistički nerazvijeno i tako predstavlja okruženje za održivo turističko ulaganje koje će lokalnoj zajednici, a onda i cjelokupnom gospodarstvu Hrvatske donijeti rast od izravnih i neizravnih ulaganja u sektoru turizma. Pri tome treba voditi računa o upravljanju turističkim razvojem ovoga kraja kako ne bi došlo do narušavanja prirodne ravnoteže, osobito u zaštićenom području Stonskog zaljeva u kojemu se nalaze vrijedna uzgajališta kamenica. To zahtijeva dobre strategije upravljanja koje osiguravaju da turisti imaju koristi od posjeta destinaciji koja svoj razvoj temelji na održivom turizmu.

Pelješac nakon izgradnje Pelješkog mosta, kao turističko odredište ima potencijal razvoja kao najpristupačnija destinacija hrvatskog Juga, a ova karakteristika znači i kako je Pelješac sa svojom bogatom poviješću i tradicijom destinacija koju turisti cijene. S druge strane, postoji i stalna prijetnja kako se nositi s izazovima koji su povezani s velikim brojem posjetiteljima i drugim izazovima u razvoju, poput ekspanzije gradnje hotelskog i apartmanskog smještaja, zadovoljavajuće infrastrukture i pitanja pružanja komunalnih i ugostiteljskih usluga što destinaciju čini popularnijom od drugih destinacija u okruženju. U tom smislu, potencijal koji u turizmu Pelješki most otvara za poluotok Pelješac treba uravnotežiti potrebe lokalnih

zajednica i potrebe turističkog sektora kako bi se udvostručili dobiti za posjetitelje koji imaju korist od članova zajednice kroz pružanje usluge smještaja, gastronomske ponude, turističkih vodiča i slično. To je ujedno i način koji će Pelješcu osigurati da turisti cijene usluge koje im poluotok pruža, a time se potiče razvoj i napredak turističke ponude. To je ujedno i temeljni korak u osnaživanju lokalnih zajednica, a također potiče i razvoj turizma na lokalnoj razini.

Također, treba uzeti u obzir i relevantne ekonomske čimbenike, odnosno procjenu koliko su turisti spremni potrošiti i na koji način žele potrošiti svoj novac kako bi se utvrdila ponašanja i praksa turista i prilagodila se turistička ponuda potražnji od strane turista. Većina turističkih destinacija, a tako i poluotok Pelješac, može biti dijelom turističkog tržišta izloženog utjecajima krize, poput COVID-19 krize ili recesije europskog gospodarstva kao posljedice rata u Ukrajini, što može značiti i manju posjećenost pa treba znati kada postoji potreba za poticanjem dolazaka tijekom financijskih kriza kroz prilagodbu ponude koja će potaknuti turističku konzumaciju na području koje gravitira Pelješkom mostu. Isto tako, u okviru turističkog potencijala, a zahvaljujući građevinskom zemljištu na kojemu tek treba izgraditi turističke i obiteljske objekte, treba uzeti u obzir i povećanje broja stanovnika pa tako treba planirati i proširenje društvenih struktura kako bi se osiguralo zadovoljenje potreba turista, ali novog stanovništva.

Uz poluotok Pelješac, području koje gravitira Pelješkom mostu ubraja se i otok Mljet. Prirodna baština otoka Mljeta, najzelenijeg hrvatskog otoka, temelj je razvoja zdravstvenog turizma, a zaštićeno područje zapadnog dijela otoka koji je 1960. godine proglašen nacionalnim parkom predstavlja glavnu turističku atrakciju otoka. Iako se turistička sezona u Nacionalnom parku Mljet, a posljedično i na cijelom otoku, gasi najkasnije početkom studenog, Pelješki most otvara mogućnost cjelogodišnjeg turizma. Osim šuma i jezera, te kanala Soline koji jezera Mljeta povezuje s morem, na Mljetu se nalazi i najveći koraljni greben Mediterana, a u jezerima žive i danas ugrožene periske te endemski školjkaši koji su zaštićeni na području cijelog Sredozemlja. Također, Mljet je poznat i po svojim legendama, priči o Odiseju koji je sa svojom nimfom Kalipso boravio na Mljetu, a tako i Odisjevoj špilji u koju je danas zbog urušavanja zabranjen ulaz, ali i po brodolomu sv. Pavla, kao i iskopinama crkve sv. Pavla koje datiraju iz 5. stoljeća. Uz spomenuto, na Mljetu se nalazi i niz arheoloških spomenika te antički spomenici, a na otoku se njeguje i tradicija maslinarstva, proizvodnje maslinovog ulja, kantarionovog ulja, kozjeg sira, likera, mljetskog veza, mljetskog brodeteta te autohtone mljetske košare košic koja se izrađuje rukama bez upotrebe ikakvog alata, te drugih lokalnih zanimljivosti i gastronomskih delicija karakterističnih za ovaj otok koji je zahvaljujući Pelješkom mostu sada još dostupniji svima.

Mljet je s kopnom povezan trajektnim, brodskim i katamaranskim linijama, a u Sobri se nalazi glavna luka koja otok i zimi povezuje s poluotokom Pelješcem trajektnom linijom Sobra – Prapratno. Također, tijekom cijele godine prometuje i brodska linija koja povezuje Dubrovnik, Šipan, Mljet, Korčulu i Lastovo, odnosno zimi plovi samo do Mljeta. Na otoku se nalaze i dvije državne ceste te brojne lokalne i nerazvrstane ceste, dok cesta županijske razine nema pa je domet otoka nešto slabiji u odnosu na regionalne centre

Osim turističke važnosti za poluotok Pelješac i otok Mljet, Pelješki most ima turističku važnost i za dolinu Neretve. Rijeka Neretva i njezina okolica izuzetan su prirodni turistički potencijal koji danas nije dovoljno iskorišten. Rijeka Neretva duga je 225 kilometara, od čega tek 20 kilometara prolazi kroz Hrvatsku gdje stvara plodnu dolinu koju okružuje Makarska rivijera na sjeveru, poluotok Pelješac na zapadu, dubrovačko područje na jugu i Hercegovina na istoku. Područje Neretve predstavlja 23,15% područja Dubrovačko-neretvanske županije (Krešić, Kunst i Telišman Košuta, 2016., str. 11). Dolina Neretve ima dobru prometnu povezanost s ostatkom Hrvatske budući da autocesta A1 završava kod Ploča, a dolinom prolazi i državna cesta D8, poznata kao Jadranska magistrala, na koju se spajaju lokalne ceste. S ostatkom županije je dolina Neretve slabije povezana zbog graničnog prijelaza Neum, a u ovom segmentu Pelješki most ima posebnu važnost jer je sam jug Hrvatske povezao i približio ostatku zemlje. Dolina Neretve ima veliku važnost i u pomorskom prometu zbog teretnih luka Ploče i Metković. Ploče su također trajektnom linijom povezane s Pelješcem, što je osobito važno tijekom turističke sezone (Krešić et al., 2016., str. 13). Također, cijela neretvanska dolina dobro je povezana autobusnim linijama sa Splitom, Dubrovnikom i susjednom Bosnom i Hercegovinom, a autobusi kao redovitu stanicu imaju autobusni kolodvor u Pločama koji se nalazi na pola puta od Splita do Dubrovnika. Opuzen i Metković slabije su autobusno povezani od Ploča, no Metković je dobro povezan sa susjednom Bosnom i Hercegovinom.

Što se tiče turističkog potencijala, dolina Neretve osobiti je prirodni resurs sa tri strane okružena brdima te sa zapadne strane okrenuta moru. U ovoj dolini zabilježeno je oko 820 vrsta bilja što predstavlja oko 15% hrvatske flore (Jasprica, 2007.), a najveće bogatstvo flore i faune odnosi se na ptice budući da na ovom području obitavaju 163 vrste ptica, a s onima koje migriraju na Jadranskom seobenom putu taj broj raste i na više od 300 vrsta ptica (Šarić i Budinski, 2018.). Područje neretvanske doline jedinstven je spoj rijeke, mora i jezera, a bogata povijesna i kulturna baština svjedoči burnoj povijesti ove doline pod raznim utjecajima, od Ilira i Grka do Mletačke i Dubrovačke Republike (Krešić, Kunst i Telišman Košuta, 2016.).

Turistički potencijal Dubrovačko-neretvanske županije je velik i, izuzev Dubrovnika i njegove okolice, nedovoljno iskorišten. Zato je potrebno donijeti strateške dokumente koji će turistički razvoj pokrenuti i usmjeriti u svim krajevima županije te tako osigurati dugoročan rast i razvoj samog juga Hrvatske koji je danas, unatoč otvorenom Pelješkom mostu, još uvijek izoliran od ostatka Hrvatske.

3.4. Analiza čimbenika uključenih u stvaranje doživljaja turista

Postoji potreba za razumijevanjem trendova vezanih uz ponašanje turista budući da je doživljaj destinacije i iskustvo turista ključno pitanje od interesa za razvoj učinkovite turističke ponude. Razumijevanje ponašanja turista u vezi s kulturnim, povijesnim, zabavnim i sportskim aktivnostima važno je u svrhu obrade prikupljenih informacija i kreiranja turističke ponude i učinkovite strategije razvoja turizma na promatranom području. Prema Barney (2001.), emocionalna perspektiva je važna kako bi se identificiralo iskustvo turista u iskorištavanju njegovog slobodnog vremena, a to je važno u svrhu razumijevanja odgovarajućeg upravljanja destinacijom. Prema Gibsonu (2005.) ovo razumijevanje je važno jer ukazuje na učinkovitu promjenu od očekivanja do zadovoljavanja stvarnih interesa budući da će se turist odlučiti za destinaciju koja unaprijeđuje njegove ideale. Izazovi zadovoljstva turista ne bi smjeli biti fizički zato što iskustvo nudi intelektualni poticaj za učenje i rast (Gibson, 2005.). Prema tome, potrebno je razumjeti ulogu turista kao aktivnog sudionika kako bi se turistima omogućilo eksperimentalno iskustvo koje je oblikovano njegovom motivacijom (Barney, 2001.).

Kako bi Pelješki most ostvario svoj puni potencijal u smislu razvoja turizma, potrebno ga je pozicionirati kao turističku atrakciju dostupnu ljudima različitih dobnih skupina, interesa i turističkih želja i potreba, kako bi se omogućilo puno ostvarenje potencijala promicanja održivog pristupa u pružanju kvalitetnijih turističkih usluga, a time i ostvarenja kvalitetnog i pozitivnog iskustva turista. U svrhu pružanja kvalitetne turističke usluge turistima, potrebno je preispitati načine korištenja bogate prirodne, kulturne i povijesne baštine, kao i ponudu smještaja, gastronomske ponude i popratnih sadržaja, a nužno je ostvarena poboljšanja nadopunjavati kontinuiranim poboljšanjima u svim aspektima. Kako bi se to postiglo, treba se usmjeriti na istraživanje i analizu promjenjivih očekivanja turista. To je način na koji će se, uz dobru prometnu povezanost, turistima osigurati kvalitetan smještaj i ugostiteljska ponuda, što ujedno potiče turista na posjećivanje bogate kulturne i povijesne baštine i uživanje u prirodnim ljepotama juga Hrvatske. Postizanje kvalitetne turističke usluge moguće je postići samo bliskim angažmanom svih uključenih dionika. Lokalne vlasti i prometna infrastruktura imaju ključnu

ulogu u upravljanju destinacijama i važno mjesto u pružanju podrške turističkim uslugama koje pruža lokalno stanovništvo.

Kako bi se, osim Dubrovnika, i drugi dijelovi juga Hrvatske visoko pozicionirali na turističkoj karti Dubrovačko-neretvanske županije, te kako bi Pelješki most osim u strateškom smislu, i u turističkom smislu bio poveznica juga Hrvatske s ostatkom zemlje i svijetom, potrebno ga je brendirati kao destinaciju. Clarke (2000.) je identificirao šest prednosti brendiranja proizvoda turističke destinacije:

- s obzirom na masovnost turističke ponude, brendiranje pomaže smanjiti izbor;
- brendiranje pomaže u smanjenju utjecaja neopipljivosti;
- brendiranje prenosi dosljednost na više prodajnih mjesta i kroz vrijeme;
- brendiranje može smanjiti faktor rizika povezan s donošenjem odluka o odmoru;
- brendiranje olakšava preciznu segmentaciju; te
- brendiranje pomaže osigurati fokus za integraciju napora ponuđača, pomažući turistima da rade prema tom ishodu (Clarke, 2000.).

Prema tome, Pelješkom mostu može se pridodati povijesna dimenzija. Područje juga Hrvatske povijesno je bilo podložno raznim utjecajima, od drevne Grčke i Rima preko Mletačke i Dubrovačke Republike do modernih dana kada je oklijevalo raznim povijesnim previranjima i razdorima. Na ovom su se području nastanile generacije koje su ovo područje, a osobito Dubrovnik, učinile međunarodnim središtem trgovine i državnštva. Tijekom svoje duge povijesti, jug Hrvatske bio je kolijevka nekoliko civilizacija, a njihovo multikulturalno nasljeđe danas je sigurno i zaštićeno. Pelješki most tako je poveznica između prošlosti, sadašnjosti i budućnosti, novi svjedok ujedinjenja jedne zemlje i jednog naroda koji stoljećima uspješno odolijeva svim izazovima. Kao takav, svakako može i treba biti više od dijela cestovne infrastrukture, prometnice koja državnom granicom povezuje prekinuo kopno Republike Hrvatske, odnosno biti važan dio turističke ponude i mjesto nastanka novih priča i legendi.

Pelješki most ima i važnu kulturnu dimenziju. Kulturno nasljeđe juga Hrvatske temelji se na važnim nematerijalnim komponentama, odnosno pričama i legendama, vjerovanjima, vrijednostima i običajima, ali i na opipljivim materijalnim komponentama kao što su kulturne i arheološke znamenitosti. Kultura je važan dio ovoga područja, a Pelješki most i područje koje mu gravitira tako približava onima koji žele doživjeti ono što Dubrovačko-neretvansku županiju čini središtem povijesti i kulture cijelog juga Hrvatske. Također, Pelješki most je odraz inovativnosti koja se reflektira kroz njegov dizajn, kao nasljeđa koje je vidljivo i opipljivo u

svakom mjestu do kojeg most dovodi svakog namjernog i slučajnog prolaznika. Također, Pelješki most je odraz suvremenosti te već sada predstavlja prepoznatljiv urbani spektar koji privlači i tek će privlačiti brojne turiste. Kako bi opravdao svoj turistički potencijal, potrebna je strategija razvoja turizma u njegovoj neposrednoj okolini koja će se pozitivno odražavati na čitavo područje.

3.5. SWOT analiza

U oblikovanju strategije za ostvarenje punog turističkog potencijala Pelješkog mosta, važno je imati uvid u to što već sada privlači turiste i što se još može poboljšati. Razumijevanje snaga, slabosti, prilika i prijetnji Pelješkog mosta vezano za turizam Dubrovačko-neretvanske županije ima utjecaj na razvijanje turističke ponude, ali i turističke potražnje.

Tablica 14. SWOT analiza Pelješkog mosta.

| | |
|---|--|
| <p><i>S (snage)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - pristupne ceste - cjelokupna održivost zbog dostupnosti lokalnih objekata (ugostiteljskih, hotelskih) - glavna prometna poveznica juga Hrvatske - rekordan broja autobusa i automobila tijekom turističke sezone - poboljšanje u cestovnom prijevozu unutar Županije - poboljšanje turističkog prijevoza tijekom i izvan turističke sezone - širok raspon različitih turističkih atrakcija u blizini (Pelješac, Mljet, Korčula, Lastovo) | <p><i>W (slabosti)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - nezavršene pristupne ceste - nedostatak aktivnosti u neposrednoj blizini mosta - nedostatak smještajnih i ugostiteljskih objekata u neposrednoj blizini mosta - nedostatak biciklističke staze (zbog brzog razvoja cikloturizma u Županiji) - slab dnevni promet automobila i autobusa izvan turističke sezone |
| <p><i>O (prilike)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - promicanje i unaprjeđenje lokalne prirodne i kulturne baštine - nova stambena izgradnja - nova izgradnja smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta - otvaranje novih radnih mjesta - ekološka/energetska učinkovitost - doseljavanje novih stanovnika | <p><i>T (prijetnje)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - nedovoljna iskorištenost prometnog i turističkog potencijala mosta izvan turističke sezone - neadekvatno održavanje mosta - neadekvatan razvoj prometnog i turističkog potencijala most - nedostatan turistički interes - zatvorene ceste tijekom zimskog perioda |

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - povezivanje stanovnika unutar i izvan županije - kreiranje turističkog sadržaja u neposrednoj blizini koji će privući turiste - korištenje EU strukturnih fondova u razvoju područja koje gravitira mostu - održivi turizam | <ul style="list-style-type: none"> - neadekvatne politike strateškog razvoja područja - onečišćenje osjetljivog prirodnog područja zbog masovnog dolaska turista - krize i recesije |
|--|--|

Izvor: izrada autorice

Operativni izazovi ovise o dionicima uključenima u razvoj područja oko Pelješkog mosta. Socio-demografske karakteristike ili segmentacija životnog stila najčešće se koriste za profiliranje turista koji posjećuju određeno područje. Jedinstvena priroda Pelješkog mosta u kombinaciji s turističkim trendovima i društvenim promjenama koje su u modernom svijetu brze i dinamične zahtijevaju pristup koji će Pelješki most istaknuti kao nezaobilaznu turističku atrakciju Dubrovačko-neretvanske županije te tako stvoriti turističku ponudu koja će stvoriti potrebu da bude posjećena. Iskustvo koje turisti traže uvijek je vođeno potrebom ili željom koju treba ispuniti. Pri tome treba imati na umu kako je većina turista samo na proputovanju kroz most na putu do svog krajnjeg odredišta. No, nedostatak vremena i žurba da se što prije stigne do odredišta mogu značajno utjecati na zadržavanje u blizini mosta. Vremenski pritisak može se u najvećem dijelu smanjiti ugostiteljskom ponudom koja će uz predah i osvježanje nuditi i pogled na most i zaljev pod njim. Također, treba voditi računa i u kojem periodu dana se može maksimizirati boravak turista u blizini mosta, odnosno kada je promet najgušći i kada se na putu javlja najveća potreba za odmorom i okrijepom.

Lokalno stanovništvo već osjeća dobrobiti Pelješkog mosta, neka mjesta na Pelješcu zabilježila su nakon otvaranja mosta značajan rast turista. Masovni turizam ostavlja značajne posljedice na prirodu te je jedan od najvećih izazova očuvanje prirode i okoliša kroz razvoj održivog turizma. Potrebna su poboljšanja u donošenju lokalnih politika i strategija za razvoj turizma oko Pelješkog mosta kako bi se odgovorilo na izazove koje treba prevladati, a koji trebaju biti u skladu s operativnim prioritetima kako bi se osiguralo da turistički razvoj područja koje gravitira mostu bude dugoročno učinkovito i održivo.

4. Analiza turističkog potencijala Pelješkog mosta iz perspektive lokalnog stanovništva - studija slučaja

4.1. Metodologija istraživanja

Za potrebe pisanja ovog diplomskog rada provedena je studija slučaja. Uzimajući konceptualni pristup izveden iz strateške važnosti Pelješkog mosta za cijelu Republiku Hrvatsku, cilj ove studije slučaja bio je istražiti vezu između prometne povezanosti i očekivanog turističkog procvata koje lokalno stanovništvo očekuje nakon izgradnje ove strateški važne prometne poveznice. Također, cilj je uočiti socio-kulturne učinke povezane s poboljšanjem kvalitete života lokalnog stanovništva i perspektivama koje očekuju da će se ostvariti nakon realizacije projekta. Metodologija kvalitativne studije slučaja omogućuje provođenje dubinskog intervjua u istraživanju odgovora na pitanja unutar određenog konteksta.

Istraživanje započinje 3. ožujka 2023. na putovanju iz Zagreba prema jugu Dalmacije. Posjećeni su Komarna, Dubrovnik, Ston i Putnikovići. U istraživanju je sudjelovalo ukupno šest ispitanika s područja koje gravitira Pelješkome mostu, a koji su izravno uključeni u turizam putem ugostiteljstva, restoraterstva i indirektno preko zaposlenja u muzeju. Četiri od šest ispitanika bili su muškog spola, a ostalo su bile žene. U istraživanju su bile uključene osobe u dobnoj skupini između 28 i 60 godina starosti. Ispitanici su svoja razmišljanja podijelili u intervjuu koji se temeljio na pitanjima o njihovim stavovima i očekivanjima u pogledu razvoja turizma njihove sredine zahvaljujući izgradnji Pelješkog mosta.

4.2. Rezultati istraživanja

Prvi ispitanik bio je mještанин Komarne, mjesta koje je najbliže Pelješkom mostu s kopnene strane. Komarna danas broji manje od 200 stanovnika, a tijekom izgradnje Pelješkoga mosta taj broj se, zbog dolaska radnika iz Kine, udvostručio. Ispitanik je ugostitelj koji u svojoj vili nudi uslugu smještaja. Vilu čine tri smještajna objekta sa prekrasnim pogledom na more. Ovim poslom se bavi dugi niz godina te je svojom ljubaznošću i profesionalnošću stekao veliki broj stalnih gostiju koji mu se rado vraćaju. To potvrđuje i visoka ocjena na Bookingu 9,4 (izvanredan). Prvi ispitanik je rekao: „Gostima se najviše svidio mir koje mjesto pruža, kristalno čisto more s pogledom na Pelješac i okolne otoke. Ove sezone nadamo se stopostotnoj

popunjenosti kapaciteta i, u budućnosti, izgradnji dodatnih smještajnih objekata te širenju naše ugostiteljske ponude. Stanovnici Komarne sada vjeruju da će im most donijeti procvat, kako u smislu dolaska turista, tako i u smislu izgradnje infrastrukture, osobito komunalne, koja je potrebna da bi Komarna postala nezaobilazno turističko odredište.“

„Očekuje se i kako će stanovništvo u području najbliže mostu narednih godina naglo porasti“ što ovaj ispitanik vidi kao mogući problem u smislu gubitka onoga što taj kraj čini posebnim turistima i domaćim stanovnicima, a to je upravo lokalno stanovništvo i tradicija. Također, smatra da ni stanovnici Pelješca ne žele da poluotok izgubi svoj identitet, da se naruši priroda ili povijesna baština pa se razmišlja o najboljim načinima za izgradnju novih turističkih sadržaja i o tome u kojem smjeru ide njihova urbanizacija potaknuta izgradnjom Pelješčkog mosta. S njima se slažu i Dubrovčani koji ističu kako se mora oduprijeti iskušenju da se sve prekrije betonom i turističkim sadržajima te da se mora očuvati okoliš.

Slijedeće odredište bio je Dubrovnik, najsjevernija destinacija u Dubrovačko-neretvanskoj županiji i jedno od najvažnijih povjesno-turističkih središta Hrvatske. Istraživanje je prvo provedeno na dvoje zaposlenika u jednom od najbolje ocjenjenih restorana prema TripAdvisor-u (4,5/5) koji se nalazi u glavnoj i vrlo poznatoj ulici Dubrovnika, Stradun. Drugi i treći ispitanik složili su se da: „Većina turista stiže zračnim ili pomorskim putem, ali sada očekujemo kako će ih više stizati cestovnim putem, pogotovo domaći turisti. Zahvaljujući boljoj prometnoj povezanosti grad može postati još atraktivniji turistima. Bitno je voditi brigu o očuvanju prirodnog okoliša te povijesne i kulturne baštine.“ Četvrti ispitanik bila je gospođa koja nudi ugostiteljske usluge preko platforme za rezervaciju smještaja, Airbnb, koja tvrdi da će „nadolazeća sezona u 2023. zabilježiti rekordni broj turista u Županiji“, što zaključuje prema bukiranosti svih svojih smještajnih kapaciteta koje ima u gradu Dubrovniku, ali i kapaciteta njezinih poznanika, već početkom ožujka ove godine. Ispitanica također kao prednost izgradnje Pelješčkog mosta izdvaja: „Sada mogu jednostavnije i brže doći i do drugih dijelova Hrvatske, a autocesta od Ploča prema unutrašnjosti čini Dubrovnik bližim no ikada.“

Slijedeći dan istraživanje se nastavilo iz Dubrovnika prema Stonu, gradiću bogate povijesti i netaknute prirode, a poznat je po jednoj od najstarijih solana u Europi, uzgajalištima kamenica i Stonskoj torti. Najzanimljivija znamenitost su Stonske zidine duge 5,5 kilometara koje su ujedno i najstariji očuvani kameni zid u Europi. Zidine povezuju Ston sa Mlaim Stonom. Nedaleko od Malog Stona smještena je trajektna luka Prapratno, zimi jedina poveznica Pelješca s otokom Mljetom, najzelenijim hrvatskim otokom na čijem je zapadnom dijelu smješten Nacionani park. U Stonu je istraživanje provedeno na konobaru zaposlenom u kafiću koji se

nalazi u samom centru grada. Ispitanik je rekao kako mještani očekuju da će Nacionalni park Mljet ostvarivati cjelogodišnju posjećenost i privući značajan broj turista i tijekom zimskih mjeseci jer ga Pelješki most čini dostupnim i slučajnim i namjernim posjetiteljima. U ovu mogućnost vjeruju i prethodni ispitanici navodeći da će „stavljanje mosta u funkciju te naknadna izgradnja cesta i obilaznica donjeti priliku za produljenje turističke sezone Dubrovačko-neretvanske županije na cijelu godinu“. To u osnovi znači da bi razvoj turizma trebao dovesti do stalnog povećanja razine blagostanja lokalnog stanovništva te utjecati na kvalitetu njihova života na najpozitivniji način. Međutim, ispitanik iz Stona kritično se osvrnuo na duljinu trajanja izgradnje Stonske obilaznice. Nakon što je u srpnju prošle godine otvoren Pelješki most, preostala je završna faza projekta, odnosno dovršetak pristupnih cesta. Naime, od otvaranja Pelješkog mosta sav promet koji je išao preko Neuma se preselio na Pelješac, što uključuje i teretna vozila i kamione koji prolaskom kroz Ston stvaraju negativne učinke na okoliš i utječu na svakidašnji život građana. Ispitanik kaže da „kamioni narušavaju male ulice i stonske ceste koje nisu izgrađene da dugoročno mogu podnijeti takav promet. Kuće se prolaskom teretnih kamiona tresu, nastaje buka i zagađuje se relativno čisti zrak, a postoji i zabrinutost vezana uz očuvanje turističkih resursa poput Stonskih zidina.“ No i dalje vjeruje da će Pelješki most donjeti više pozitivnih učinaka, pogotovo kada se rastereti promet na tom području nakon otvaranja Stonske obilaznice koja je za vrijeme istraživanja još bila u procesu izgradnje. Riječ je o nešto manje od osam kilometara dugačkoj dionici od novog čvora Prapratno do Zaton Dola, a uključuje stonski most, dug 485 metara, dva tunela Polakovica i Supava, dužine po 1.250 metara, te dva podvožnjaka. Stonska obilaznica, otvorena za promet 19. travnja 2023. godine, zapravo spaja Pelješki most i magistralnu prometnicu te bi tako trebala preusmjeravati veliki dio prometa iz grada Stona, a samo putovanje učiniti bržim i sigurnijim.

Sudionici istraživanja bili složni u stavu da su „obilje zaštićenih područja, kao i karakteristične značajke pelješkog krajolika, presudni za dugoročni uspjeh u turizmu“. S tim u vezi, posebno su naglasili da bi „degradacija imidža Pelješca“ kao očuvanog primorskog područja „pretjeranom izgradnjom novih prihvatnih kapaciteta za turiste predstavljala nenadoknadv gubitak identiteta pelješke jezgre“. Stoga budući razvoj nikako ne bi smio ići u smjeru koji bi novogradnjom „na bilo koji način oštetio vizualnu atraktivnost tih naselja“.

Posljednja stanica i ispitanik nalaze se u malom naselju u sastavu Općine Ston - Putnikovići. Istraživanje je provedeno na zaposlenici u Domu vinarske tradicije, muzeju koji detaljno prikazuje povijest vinogradarstva i vinarstva u Hrvatskoj, a posebno na Pelješcu, te nudi mogućnost kušanja i kupnje vina ovog podneblja uz vrlo ljubazno osoblje. Ispitanica se nada

da će zbog realizacije ovog projekta doći do većeg priljeva turista koji će biti privučeni takvom zanimljivom ponudom te da će ujedno doći i do otvaranja novih radnih mjesta u samom muzeju, ali i u obližnjem području. Pelješac je poznati vinogradarski i vinarski kraj te u takvom obliku turističke ponude, koja je na granici agrarnog i seoskog turizma, ispitanica vidi mogućnosti daljnjeg turističkog napretka Županije. „Na Pelješcu se već nalazi turistička vinska cesta koja vodi do svake vinarije i kušaonice vina na poluotoku, a s ponosom ističemo svoj plavac mali, sortu koja je zasađena na gotovo 90% površine peljeških vinograda.“ Tako ova tematska cesta, nazvana Vinsko carstvo, povezuje sve segmente turizma na poluotoku, a dodatne manifestacije, suveniri i prezentacija lokalnih običaja starih i stotinama godina su više nego dobar razlog za prijeći Pelješki most i prepustiti se u ruke vrijednih i srdačnih domaćina, smatra zaposlenica Doma vinarske tradicije.

Može se zaključiti kako stanovnici područja u neposrednoj blizini Pelješkog mosta žele turistički razvoj koji će im osigurati i rast broja stanovnika i radnih mjesta, uzimajući u obzir ravnotežu u kojoj će to područje zadržati svoju tradiciju i mir, ostati dobro mjesto za život i postati bolje mjesto za rad kroz poticanje inicijative i inovacije.

Iz svih navedenih iskaza ispitanika, jasno je kako Pelješki most potiče planove koji uključuju prelazak sa sezonalnog na cjelogodišnji turizam, a zahvaljujući mostu i dobroj cestovnoj povezanosti svi smještajni, ugostiteljski, povijesni, kulturni i prirodni lokaliteti dostupni su i atraktivni u svako doba godine. Bilo da se radi o jednodnevnom ili o vikend boravku, ova turistička destinacija nudi turistima nezaboravno iskustvo jer se razvoj turizma u Županiji bazira na njegovoj raznolikoj i raznovrsnoj ponudi turističkih usluga i proizvoda.

4.3. Prijedlozi i smjernice za razvoj turizma u Dubrovačko-neretvanskoj županiji

Iz razgovora s lokalnim stanovništvom o njihovim stavovima i očekivanjima o učincima izgradnje Pelješkog mosta na razvoj turizma je identificiran niz strateških i programskih aktivnosti koje, usmjerene na poboljšanje učinkovitosti isporuke usluga, povećavaju mogućnost zapošljavanja i poboljšanja kvalitete cjelokupnog turističkog iskustva. Pelješki most prepoznali su kao, ne samo važnu prometnicu, već i kao turističku atrakciju.

Kako bi se ostvarili željeni turistički potencijali, potrebno je mapirati resurse i opskrbe kanale te donijeti lokalne politike koje dogovaraju strategiju planskog razvoja turizma i zapošljavanje uz sudjelovanje i uključenost svih društvenih i kulturnih dionika tog područja. Ključno je među lokalnim stanovništvom uspostaviti proaktivnu razmjenu znanja i mogućnosti

učenja kako bi se regija ravnomjerno razvijala i ostvarivala svoj turistički i gospodarski potencijal.

Pri razvoju turističke ponude treba se usredotočiti na kvalitetu ispred kvantitete te nastojati razviti model lokalnog zapošljavanja koji će poticati razvoj novih projekata usmjerenih na najugroženija mjesta ili najugroženije skupine stanovnika. U tom smislu treba povećati pristup obrazovanju i usavršavanju, akreditaciji vještina i znanja te stvoriti mrežu strukovnog osposobljavanja s pružateljima osposobljavanja kao važnim društvenim čimbenicima u regiji. Posebice je važno povećati digitalne kompetencije u smislu turističkih marketinških aktivnosti, oglašavanja i kreiranja sadržaja.

Glavni cilj razvoja turizma u području koje gravitira Pelješkom mostu je promicati gospodarski razvoj i održivi turizam kroz odgovorno korištenje prirodnih te povijesnih i kulturnih, odnosno društvenih resursa. Kako bi se ovaj cilj ostvario potrebno je pružiti podršku lokalnom stanovništvu u izgradnji novih turističkih resursa, ali i istovremenoj zaštiti lokalnih obilježja kako bi se ponudila prava alternativa resortima i hotelskim lancima koji već dominiraju hrvatskom obalom. Također, potrebno je poticati razvoj ugostiteljskih usluga kao i uspostavu tržnice za trgovanje lokalnim proizvodima u blizini Pelješkog mosta te unaprijediti vještine lokalnog stanovništva u pogledu turističkog poslovanja i marketinga.

Pelješki most otvara mogućnost kreiranja uspješnog turističkog poslovanja, primjerice kroz otvaranje obiteljskih hotela, restorana, konoba, ali i dodatnog sadržaja poput ribolova, ronjenja ili pješačkih staza, mogućnost odlazaka na izlet u Nacionalni park Mljet i slično. Očekuje se da će lokalno stanovništvo i samo ponuditi nove ideje i pokrenuti nove poslovne pothvate. Pri tome je važno podupirati projekte koji će poticati svijest lokalnog stanovništva o diverzifikaciji turističke ponude uz smanjenje pritisaka na bazu prirodnih i kulturnih resursa.

Implementiraju li se zajednički naponi lokalnih vlasti i lokalnog stanovništva u iskorištavanje turističkog potencijala Pelješkog mosta, turizam će stvoriti radna mjesta na području Pelješka, otoka Mljeta, doline Neretve pa i Dubrovnika, a turizam će doprinijeti razvoju pansiona i smještaja, restorana i ugostiteljskih objekata, prometnica, obrta, izleta i informativnih centara. Isto tako, turističke aktivnosti potaknute boljom prometnom povezanošću će privući investicije u regiju i promicati lokalne sustave ekonomske diversifikacije, odnosno sezonalnost će zamijeniti turizam tijekom cijele godine.

Od ključne je važnosti u strateške dokumente ugraditi načela održivog turizma kako bi se pridonijelo izgradnji pozitivnog odnosa između turizma i korisnika resursa. Održivi turizam podrazumijeva planiranje i zoniranje kojim će se definirati i ograničiti broj turista u skladu s

ekosustavom. Tako će Pelješki most poticati i lokalnu infrastrukturu, prometnu i komunalnu, a značajno će naglasiti i važnost prirodnih i kulturnih resursa u procesu gospodarskog i društvenog razvoja regije te će pridonijeti njihovoj održivosti i zaštiti.

5. Zaključak

Izolirani položaj krajnjeg juga Hrvatske desetljećima je ograničavao turistički razvoj ovog kraja koji nudi veliku povijesnu, kulturnu i prirodnu vrijednost i niz turističkih destinacija koje ujedno gaje ekološke standarde i čuvaju svoje kulturne resurse. Unatoč Dubrovniku, jednom od najposjećenijih turističkih destinacija u Hrvatskoj, područje Dubrovačko-neretvanske županije prepoznato je kao relativno turistički nerazvijeno područje jer neadekvatna prometna povezanost negativno utječe na turističku posjećenost, a time i na gospodarski rast. Pelješki most zato, uz svoju stratešku važnost poveznice hrvatskog juga s ostatkom Hrvatske i Europom, ima i veliki turistički potencijal jer može poboljšati dostupnost turističkih resursa, ljudi, dobara i usluga. Isto tako, izgradnja mosta koji prelazi more pridonosi otočnom turizmu i brzom urbanizaciji područja, a poboljšanje pristupačnosti turističkim odredištima jedna je od najznačajnijih promjena koju je donio Pelješki most.

Širenje turističke djelatnosti u procesu urbanizacije područja koje gravitira Pelješkom mostu može imati ključnu ulogu u regionalnom razvoju. Kada se prometno izolirano područje poveže mostom, a naknadno pristupnim cestama i obilaznicama, očekuje se kako je poboljšanje pristupačnosti toga područja glavni čimbenik privlačenja turista jer smanjuje ne samo vrijeme putovanja već i troškove. Pri tome treba voditi računa da povećani priljev turista do razine koja nadilazi mogući turistički kapacitet područja i pretjerani razvoj turističkih sadržaja ne nanese nenadoknadivu štetu turističkim lokalitetima te kulturnom i povijesnom nasljeđu.

Povezanost područja Pelješkim mostom pruža mogućnost snažnog razvoja, no treba voditi računa o tome da promjene u namjeni zemljišta i porast turista, brza urbanizacija i promjena prostorne mreže ne bude na štetu, već isključivo u korist područja koje gravitira mostu. Razvojne politike trebaju sugerirati i usmjeravati urbana kretanja ka prilagodbi intenzivnijeg razvoja. Predviđanja su da će Pelješki most poticati razvoj turizma kroz pristupačnost prostora za turiste, ali i kroz mogućnost kupovine kapitala i dobara, prvenstveno zemljišta u procesu urbanizacije područja. Osim toga, povećanje protoka prometa prepoznaje se kao učinak izgradnje mosta koji utječe na ukupan broj turista te rast prihoda od turizma. Pelješki most je omogućio i bolji pristup području izvan županije lokalnom stanovništvu što bi moglo promijeniti njihove navike gravitiranju uglavnom Dubrovniku s kojim i otoci i kopneni dijelovi županije ostvaruju najbolju prometnu povezanost te stanovništvo tako usmjeriti i prema gradu Splitu koji je autocestom povezan s ostatkom zemlje i šire.

U pogledu očekivanja lokalnog stanovništva, studija slučaja ukazuje na čvrste stavove stanovnika sa svih dijelova Dubrovačko-neretvanske županije o tome kako im Pelješki most donosi dobrobit u pogledu razvoja turizma i gospodarstva. Isto tako, lokalno stanovništvo svjesno je pozitivnih i negativnih strana brze urbanizacije i razvoja pa, iako želi turistički razvoj, želi zadržati i svoju posebnost, autohtonost i mir. U tom smislu je vrlo važno razumjeti želje i težnje lokalnog stanovništva jer je to jedini ispravni put za donošenje strateških dokumenata koji će poticati razvoj kakav stanovništvo želi: brz, učinkovit, ali i održiv razvoj usmjeren na zaštitu posebnog prirodnog fenomena kao što je dolina Neretve ili Nacionalni park Mljet, kulturne i povijesne baštine poput Stonskih zidina, Dubrovačkih zidina i kula, crkvi, samostana, arboretuma Trsteno i stotina drugih lokaliteta koje su turisti već otkrili ili ih tek trebaju otkriti.

Zaključno, može se reći kako je analiza mišljenja i stavova lokalnog stanovništva o razvojnim mogućnostima koje im je omogućila izgradnja Pelješkog mosta važan alat koji se može koristiti za potpuno razumijevanje željenog razvoja održivih oblika i funkcija turističkih resursa iz socio-kulturološke, ali i geopolitičke perspektive, kao i za njihovu procjenu u odnosu na značajke turističke potražnje. O tome u konačnici i ovisi sposobnost područja koje gravitira Pelješkom mostu da privuče turiste. Na kraju, izvrsno poznavanje turističkih resursa Dubrovačko-neretvanske županije temelj je razvoja strategije koja će oblikovati i razumjeti utjecaj koji Pelješki most ima na lokalno stanovništvo i razvoj turizma.

Bibliografija

- Baker, J.C. (2014). „Mobility, tropicality and landscape: The Darjeeling Himalayan Railway“, 1881. *Journal of Historical Geography*, 44, 133–144.
- Barney, J. (2001). *Strategic capabilities and knowledge transfer*. Oxford: Arturo Publication.
- Butler, R.W., Mao, B. (1997.). „Seasonality in Tourism: Problems and Measurement“. U: *Murphy P. Quality Management in Urban Tourism*, str. 9.-23.
- Caraiani, G., Potecea, V., Surdu, D.G., Georgescu, C., (2017). *Transporturi si expeditii internationale*. Clasic versus electronic, Editura Economica, Bucuresti.
- Cengizci, A. D., BaSer, G., Karasakal, S. (2020). „Exploring push and pull motivations of Russian tourists to Turkey“. *Tourism Review International*, 24(2), 127-141.
- Clarke, J. (2000). „Tourism brands: An exploratory study of the brands box model“. *Journal of Vacation Marketing*, 6(4), 329-345
- Crapper, M., Fell, M., Gammoh, I. (2014).“ Earthworks risk assessment on a heritage railway“. *Geotechnical Engineering*, 167, 344–356.
- Cooper, C.P.(2004). *Managing Tourism Knowledge: A Review*,
<https://core.ac.uk/download/pdf/159081665.pdf> (pristupljeno 07. ožujka 2023).
- Dieke, P. U. C., Button, K. J. (2011). „Introduction: Special edition on developments in air transport and tourism“. *Special Edition, Journal of Air Transport Management*, 17(3), 153–154.
- Dimitriou, D. (2007). *Air Transport Economic Footpring in Remote Tourist Regions*. U: Leszek Butowski (ur.) *Mobiliteies, Tourism and Travel Behavior*. London: IntechOpen

Dimitriou, D., Sarzetaki, M. (2018). *Air Transport Connectivity Development In Tourist Regions*. Working Papers, SIET 2018, http://sietitalia.org/wpsiet/WP_SIET_2018_1_SARTZETAKI.pdf (pristupljeno 25. veljače 2023).

Državni zavod za statistiku (2023). *Turizam*, https://web.dzs.hr/PXWeb/Selection.aspx?px_tableid=BS_TU18.px&px_path=Turizam__Dolasci%20i%20no%20c4%27enja%20turista%20u%20komercijalnim%20smje%20a%20tajnim%20objektima&px_language=hr&px_db=Turizam&rxid=5466c6f7-e224-43f3-8344-e189a74b0433 (pristupljeno 02. ožujka 2023).

DUNEA (2023). *Plan razvoja Dubrovačko-neretvanske županije*, https://www.dunea.hr/images/dokumenti/Plan_razvoja_DNZ_do_2027._FINAL.pdf (pristupljeno 07. ožujka 2023).

Ekonomski institut Zagreb (2021). *Sektorske analize – turizam*, https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/sa_turizam_studeni_2021.pdf (pristupljeno 07. ožujka 2023).

Ekonomski institut Zagreb (2022). *Sektorske analize – turizam*, https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/SA_turizam_2022.pdf (pristupljeno 07. ožujka 2023).

El Hafid, M., El Assri, H. & Sair, A. (2018). Moroccan Gastronomy as a Key Factor of Tourism Attractiveness in Morocco. In *Innovative Approaches to Tourism and Leisure* (pp. 323-338). Springer, Cham.

Federacija turističkih željeznica (FEDECRAIL) (2014.), www.fedecrail.org/en/index_en.html, https://uic.org/events/IMG/pdf/20160608_toprail_workshop_def.pdf#:~:text=Tourist%20railways%20allow%20the%20creation,through%20optimisation%20of%20existing%20resources.&text=Mobility%20and%20tourism%20can%20be,activities%20in%20the%2019th%20century (pristupljeno 25. veljače 2023).

Gibson, H. (2005). *Understanding sport tourism experience*. Oxford: Butterworth Heinemann, Oxford.

- Gunn, C.A. (1994). *Tourism Planning: Basics, Concepts and Cases*, 3rd edn., Washington, DC: Taylor & Francis.
- Gunn, C.A., Var, T. (200). *Tourism Planning: Basics Concepts Cases*. Routledge, New York, 2002.
- Hall D.R. (1999). „Conceptualising tourism transport: Inequality and externality issues.“ *Journal of Transport Geography*, 7: 181–188.
- Hall, D. (1999). „Conceptualising tourism transport: inequality and externality issues.“ *Journal of Transport Geography*, 7(3): 181–188.
- Halsall, D.A. (2001). „Railway heritage and the tourist gaze: Stoomtram Hoorn–Medemblik“. *Journal of Transport Geography*, 9, 151–160
- Hanafiah, M. H., Mohd F. H. (2010). „Tourism Demand in Malaysia: A cross-sectional pool time-series analysis.“ *International Journal of Trade, Economics and Finance* 1, 80–83.
- Henderson, J. (2011). „Railways as heritage attractions: Singapore’s Tanjong Pagar station.“ *Journal of Heritage Tourism*, 6, 73–79.
- Hrelja Kovačević, G. (2021). *Hrvatski megaprojekt – Pelješki most*. Građevinar 8/21
- Hrvatske ceste (2023.) *Pelješki most*, <https://hrvatske-ceste.hr/hr/most-peljesac>
- Ivankova, V., Gavurova, B., Bacik, R., Rigelsky, M. 2021. „Relationships between road transport infrastructure and tourism spending: A development approach in European OECD countries.“ *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 9(2), 535-551, <https://search.proquest.com/openview/87dc55df574ac7e2f9d240f6a24b6c57/1?pq-origsite=gscholar&cbl=4916366>
- Jasprica, N. (2007). *Flota delte Neretve*, https://www.imp-du.com/downloadRadovi/Jasprica_FLORA_DELTE_NERETVE_2007.pdf (pristupljeno 05. ožujka 2023).

- Kanwal, S., Chong, R., Pitafi, A. H. (2019). „China–Pakistan economic corridor projects development in Pakistan: Local citizens benefits perspective.“ *Journal of Public Affairs*, 19(1), 12.
- Kaul, R. N. (1985). *Dynamics of tourism: A trilogy*, Vol. 111. New Delhi: Transportation and Marketing.
- Kaul, R. N. (1985). *Dynamics of Tourism: A Trilogy*. Transportation and Marketing. Sterling Publishers.
- Khadaroo, J., Seetanah, B. (2008). *The role of transport infrastructure in international tourism development: a gravity model approach*. *Tourism Management*, 29: 831–840.
- Koenig-Lewis, N., Bischoff, E. (2005). „Seasonality research: The state of the art.“ *International Journal of Tourism research*, 7(4/5) str. 201-219.
- Krešić D., Kunst I., Telišman Košuta N. (2016): *Plan razvoja turizma klastera Neretva, 2015-2025.*,
http://www.zzpudnz.hr/Portals/0/1_DNZ/_02_PLAN_RAZVOJA_TURIZMA_KLASTER_A_NERETVA.pdf?ver=7nmoZ1w-B-0kwo2cO9q8CA%3d%3d (05.03.2023).
- Kumar, N. (2020). „Is the tourism-growth relationship asymmetric in the Cook Islands? Evidence from NARDL cointegration and causality tests.“ *Tourism Economics* 26, 658–81.
- Lee, Y.-J (2015). „Creating memorable experiences in a reuse heritage site.“ *Annals of Tourism Research*, 55, 155–170.
- Li, G. (2008). „The nature of leisure travel demand.“ U: *Aviation and Tourism: Implications for Leisure Travel*. A. Graham, A. Papatheodorou, and P. Forsyth (ur.), pp. 7–20. Aldershot: Ashgate.
- Lohmann G., Duval D.T. (2011). *Critical aspects of the tourism- transport relationship*. Oxford: Woodeaton, Goodfellow Publishers Ltd.

- Lovrinović, I. i sur. (2007). *Ekonomski, prometni i demografski učinci izgradnje mosta Pelješac na gravitacijsko i šire područje*, <https://mmpi.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/2005/1-PELJESKI%20most.pdf> (05.03.2023)
- Macionis, N. (2004). „Understanding the Film-Induced Tourist“. U: Frost, Warwick, Croy, Glen and Beeton, Sue (editors). *International Tourism and Media Conference Proceedings*. Melbourne: Tourism Research Unit, Monash University. 86-97.
- Magnificent Croatia (2023). *Dubrovnik Neretva Islands*, <https://magnificent-croatia.com/destination/dubrovnikneretva-islands/> (pristupljeno 25. veljače 2023).
- Michniak, D. (2016). „Role of Railway Transport in Tourism: Selected Problems and Examples in Slovakia.“ *Quaestiones Geographicae*, 35(4), 107–120.
- Montano, J.J., Rossello, J., Sanso, A. (2019). „A new method for estimating tourists’ length of stay“. *Tourism Management* 75, 112–20.
- Mrnjavac E. (2006). *Promet u turizmu*. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment.
- Ouariti, O. Z., Hamri, H. M. (2014). „Business Tourism Towards Improving the Tourism Offer in Morocco: Case of Seaside Town of Agadir.“ *International Journal of Business Tourism and Applied Sciences*, 2(2), July-December 2014.
- Page S.J. (2009). *Transport and tourism global perspectives*. London: Pearson, Prentice Hall, Harlow, London.
- Page, S. (2005), *Transport and tourism. Global perspective*. New York: Pearson Education Limited
- Pagliara, F., Mauriello, F. (2021). *Analyzing the Impact of High-Speed Rail on Tourism with Parametric and Non-Parametric Methods : The Case Study of China*.
- Park, D.-B., Nunkoo, R., Yoon, Y.-S. (2015). „Rural residents’ attitudes to tourism and the moderating effects of social capital“. *Tourism Geographies*, 17(1), 112–133.

- Parte-Esteban, L., Alberca-Oliver, P. (2015). „Determinants of technical efficiency in the Spanish hotel industry: Regional and corporate performance factors.“ *Current Issues in Tourism*, 18, 391–411.
- Popescu, A. (2019). „Trends and Correlations between Accommodation Capacity and Tourist Flows in the EU-28 Top 10 Tourist destinations in the Period 2008–2017.“ Paper Presented at 33rd International Business Information Management Association Conference, Granada, Spain, April 11, pp. 1253–70.
- Povezana Hrvatska (2023). *Pelješki most*, <https://povezanhrvatska.eu/projekti/peljeski-most/> (07.03.2023).
- Predstavnički ured Dubrovačko-neretvanske županije u Bruxellesu (2023). *Dubrovačko-neretvanska županija*, <http://dubrovnik-neretva.eu/hr/dubrovacko-neretvanska-zupanija> (pristupljeno 07. ožujka 2023).
- Prideaux, B. (2000). „The role of the transport system in destination development.“ *Tourism management*, 21(1), 53-63.
- Prideaux, B. Carsen, D. (2011). *Drive Tourism: Trends and Emerging Markets*. London: Routledge.
- Pupavac, D., Zelenika, R. (2003). „Uspostavljanje ravnoteže na europskom tržištu vodnoga prometa.“ *Pomorski zbornik*, 41(1), 61-78.
- Puž, G. (2022). *Pelješki most i ljudi. Monografija*. Zagreb, Hrvatske ceste d.o.o. za upravljanje, građenje i održavanje državnih cesta.
- Rodrigue, J. P., Comtois, C., Slack, B. (2016). *The geography of transport systems*. Abingdon: Routledge.
- Santos, G.E., Ramos V., Rey-Maqueieira, J. (2015). „Length of Stay at Multiple Destinations of Tourism Trips in Brazil.“ *Journal of Travel Research*, 54, 788–800.

- Smith, S.L.J. (1987). „Regional analysis of tourism resources.“ *Annals of Tourism Research*, 14(2), 254-273
- Song, H., Gang L., Witt, S., Baogang F. (2010). „Tourism demand modelling and forecasting: How should demand be measured?“ *Tourism Economics*, 16, 63–81.
- Stanciulescu, G. (2002). *Managementul Operatiunilor de turism*, Editura All Beck, Bucuresti.
- Stradling, S. Anable, J. (2008). Individual transport patterns. U: *Transport Geographies: Mobilities, Flows and Spaces*. R. Knowles, J. Shaw, I. Docherty (ur.), pp. 179–195. Blackwell: Oxford.
- Su, M.M.; Wall, G. (2009). „Destination and en-Route Experiences among Train Travellers to Tibet.“ *Tourism Recreation Research*, 34, 181–190.
- Svjetska turistička organizacije Ujedinjenih naroda (UNWTO) (2017). *Tourism Highlights 2017 Edition*, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029> (pristupljeno 25. veljače 2023).
- Šarić I., Budinski I. (2018): *Zaštitimo Jadranski seobeni put – Delta Neretve.* , <https://www.biom.hr/wordpress/wp-content/uploads/ZJSP2-NERETVA-S.pdf> (pristupljeno 05. ožujka 2023).
- Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije (2023). *O nama*, <https://visitdubrovnik.hr/hr/o-nama/> (pristupljeno 25. veljače 2023).
- Turistička zajednica grada Dubrovnika (2023). *Dubrovačko-neretvanska županija*, https://tzdubrovnik.hr/get/sto_raditi/1774/dubrovacko_neretvanska_zupanija.html (pristupljeno 25. veljače 2023)
- UIC (2016). *Tourism on Railways*, https://uic.org/events/IMG/pdf/20160608_toprail_workshop_def.pdf#:~:text=Tourist%20railways%20allow%20the%20creation,through%20optimisation%20of%20existing%20resources.&text=Mobility%20and%20tourism%20can%20be,activities%20in%20the%2019th%20century (pristupljeno 25. veljače 2023).

- Uysal, M. (1998). „The Determinants of Tourism Demand: A Theoretical Perspective.“ U: Ioannides, D. and Debbage, K.G. (ur.), *The Economic Geography of the Tourist Industry*, 79-98.
- Vengesayi, S., Mavondo, F. T. & Reisinger, Y. (2009). „Tourism destination attractiveness: Attractions, facilities, and people as predictors.“ *Tourism Analysis*, 14(5), 621-636.
- Vergori, A.S. (2017). „Patterns of seasonality and tourism demand forecasting.“ *Tourism Economics*, 23, 1011–27.
- Virkar, A., Mallya, P. (2018). „A review of dimensions of tourism transport affecting tourism satisfaction.“ *Indian Journal of Commerce & Management Studies*, 9(1), 72–80.
- Zamparini, L., Vergori, A.S., Arima S. (2017). „Assessing the determinants of local tourism demand: A simultaneous equations model for the Italian provinces.“ *Tourism Economics* 23, 981–92.
- Volo, S. i Giambalvo, O. (2008). “Tourism statistics: methodological imperatives and difficulties: the case of residential tourism in island communities”, *Current Issues in Tourism*, Vol. 11 No. 4, pp. 369-380.
- Wöber, K.W. (2000). “Standardizing city tourism statistics”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 27 No. 1, pp. 51-68.

Popis ilustracija

Slike

| | |
|---|----|
| Slika 1. Prosječna dnevna potrošnja gostiju u Dubrovniku u 2018. godini prema vrsti smještaja | 33 |
| Slika 2. Prosječna dnevna potrošnja hotelskih gostiju u Dubrovniku u 2018. godini prema kategoriji hotela..... | 34 |
| Slika 3. Pelješki most | 37 |

Tablice

| | |
|--|----|
| Tablica 1. Broj soba, apartmana i mjesta za kampiranje u Dubrovačko-neretvanskoj županiji u razdoblju od 2019.-2022. godine..... | 20 |
| Tablica 2. Broj soba, apartmana i mjesta za kampiranje u odabranim turističkim destinacijama u Dubrovačko-neretvanskoj županiji u razdoblju od 2019.-2022. godine | 20 |
| Tablica 3. Broj stalnih postelja u Dubrovačko-neretvanskoj županiji u razdoblju od 2019.-2022. godine | 21 |
| Tablica 4. Broj stalnih postelja u odabranim turističkim destinacijama Dubrovačko-neretvanske županije u razdoblju od 2019.-2022. godine | 21 |
| Tablica 5. Dolasci turista u Dubrovačko-neretvansku županiju u razdoblju od 2019.-2022. godine | 26 |
| Tablica 6. Dolasci turista u odabranim mjestima u Dubrovačko-neretvanskoj županiji u razdoblju od 2019.-2022. godine..... | 27 |
| Tablica 7. Dolasci domaćih i stranih turista u Dubrovačko-neretvansku županiju u razdoblju od 2019.-2022. godine..... | 27 |
| Tablica 8. Dolasci domaćih i stranih turista u odabranim mjestima u Dubrovačko-neretvanskoj županiji u razdoblju od 2019.-2022. godine | 28 |
| Tablica 9. Noćenja turista u Dubrovačko-neretvanskoj županiji u razdoblju od 2019.-2022. godine | 29 |
| Tablica 10. Noćenja turista u odabranim mjestima Dubrovačko-neretvanske županije u razdoblju od 2019.-2022. godine..... | 29 |
| Tablica 11. Noćenja domaćih i stranih turista u Dubrovačko-neretvanskoj županiji u razdoblju od 2019.-2022. godine..... | 30 |

Tablica 12. Prosječni dnevni izdaci turista u Dubrovačko-neretvanskoj županiji u razdoblju od srpnja do listopada 2017. godine..... 31

Tablica 13. Prosječni dnevni izdaci turista u Dubrovačko-neretvanskoj županiji u razdoblju od svibnja 2019. do ožujka 2020. godine..... 32

Tablica 12. SWOT analiza Pelješkog mosta..... 45

Grafikoni

Grafikon 1. Ukupni turistički dolasci u Dubrovačko-neretvansku županiju po mjesecima u razdoblju od 2019.-2022. godine..... 15

Grafikon 2. Dolasci domaćih i stranih turista u Dubrovačko-neretvansku županiju u 2019. i 2022. godini po mjesecima..... 17

Grafikon 3. Prosječan broj noćenja po dolasku turista u Dubrovačko-neretvanskoj županiji 2019., 2021. i 2022. godine..... 35