

Trogir kao destinacija kulturnog turizma

Hrabar, Nicole

Master's thesis / Diplomski rad

2024

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://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:620205>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-07**



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
Sveučilišni diplomski studij

NICOLE HRABAR

Trogir kao destinacija kulturnog turizma

Trogir as a cultural tourism destination

Diplomski rad

Opatija, 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni diplomski studij
Menadžment u turizmu

Trogir kao destinacija kulturnog turizma

Trogir as a cultural tourism destination

Diplomski rad

Kolegij: **Turističko planiranje i razvoj**

Student:

Nicole Hrabar

Mentor: **prof. dr. sc. Dora Smolčić Jurdana**

Matični broj:

ds3750

Opatija, lipanj 2024.



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

Nicole Hrabar

(ime i prezime studenta)

ds3750

(matični broj studenta)

Trogir kao destinacija kulturnog 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, 16.06.2024. godine

Nicole Hrabar

Potpis studenta

Sažetak

Na početku ovog diplomskog rada definiran je kulturni turizam kao jedan od selektivnih oblika turizma koji je sve traženiji među turističkom potražnjom na globalnoj razini. Nadalje, istražen je njegov značaj za turističko pozicioniranje Hrvatske kao turističke destinacije, utvrđeni su problemi njegovog razvoja te su definirani ciljevi daljnjeg razvoja. Kako bi se dobio opći pregled o stanju turizma u gradu Trogiru, detaljno je prikazana turistička ponuda prema atraktivnim, komunikativnim i receptivnim elementima. Također, istražena je turistička potražnja kroz dolaske i noćenja turista te kroz njihovo prosječno trajanje boravka u danima. Utvrđena su i najznačajnija emitivna turistička tržišta. Izrađena je SWOT analiza koja prikazuje snage, slabosti, prilike i prijetnje Trogira kao turističke destinacije. Kulturni turizam u gradu Trogiru počiva na veoma značajnoj i impresivnoj kulturno – spomeničkoj baštini koja potječe iz doba romanike, gotike, renesanse i baroka. Zbog njezine iznimne povijesne i kulturološke vrijednosti, potrebno ju je kontinuirano obnavljati kako bi ostala sačuvana za buduće generacije. U očuvanju trogirске tradicije glavnu ulogu imaju društveno – kulturne udruge koje kroz brojne manifestacije, festivale i različita događanja promoviraju kulturu. Kulturne manifestacije i festivali imaju ključnu funkciju u prezentaciji kulturne baštine na autentičan i dinamičan način. Grad Trogir izradom brend strategije „Trogir – grad majstora“, koja izražava njegovu kulturnu vrijednost, želi povećati svoje pozicioniranje kao održiva destinacija kulturnog turizma. Empirijsko istraživanje u sklopu diplomskog rada provedeno je s ciljem utvrđivanja sadašnjeg stanja kulturnog turizma grada Trogira s aspekta njegovih ključnih dionika. Rezultati istraživanja raspoređeni su u tri kategorije. Prva kategorija istražuje samu ideju, ciljeve te učinkovitost implementacije brend strategije „Trogir – grad majstora“. U drugoj kategoriji naglasak je stavljen na materijalnu i nematerijalnu kulturnu baštinu. U kontekstu materijalne kulturne baštine ispitana je razina uspješnosti grada u očuvanju i restauraciji te problemima u obnovi iste. Nematerijalna kulturna baština razmatrana je s aspekta ponude mediteranske prehrane te kroz važnost održavanja manifestacija i zadovoljstvo turista istima. Treća kategorija istražuje suradnju kulturnog i turističkog sektora, kao i tehnološku razvijenost grada te probleme koje turizam uzrokuje Trogiru kao destinaciji. Također, utvrđeni su načini i razina suradnje lokalnog stanovništva u kreaciji turističkih proizvoda te su definirana uspostavljena partnerstva s mnogim dionicima za unaprjeđenje kulturnog razvoja.

Ključne riječi: Trogir; kulturni turizam; kulturna baština

Sadržaj

| | |
|---|-----------|
| Uvod | 1 |
| 1. Kulturni turizam | 3 |
| 1.1. Teorijsko poimanje kulturnog turizma | 3 |
| 1.2. Kulturni turisti | 6 |
| 1.3. Kulturni turizam u Hrvatskoj | 7 |
| 1.3.1. Problemi kulturnog turizma u Hrvatskoj..... | 9 |
| 1.3.2. Razvoj kulturnog turizma u Hrvatskoj | 11 |
| 2. Turizam grada Trogira | 13 |
| 2.1. Opće informacije o gradu Trogiru | 13 |
| 2.2. Turistička ponuda grada Trogira | 14 |
| 2.3. Turistička potražnja grada Trogira | 22 |
| 2.4. SWOT analiza grada Trogira kao turističke destinacije..... | 25 |
| 3. Kulturni turizam grada Trogira | 29 |
| 3.1. Kulturno – spomenička baština grada Trogira | 30 |
| 3.2. Očuvanje kulturne baštine grada Trogira | 36 |
| 3.3. Društveno – kulturne udruge grada Trogira | 38 |
| 3.4. Kulturne manifestacije i festivali u gradu Trogiru | 39 |
| 3.5. Brend strategija „Trogir – grad majstora“ | 41 |
| 3.6. Kulturni turizam grada Trogira u budućnosti | 43 |
| 4. Empirijsko istraživanje o Trogiru kao destinaciji kulturnog turizma | 44 |
| 4.1. Cilj empirijskog istraživanja | 44 |
| 4.2. Metodologija empirijskog istraživanja | 45 |
| 4.3. Rezultati empirijskog istraživanja | 45 |
| Zaključak | 55 |
| Reference | 58 |
| Popis ilustracija | 63 |

Uvod

Kulturni turizam predstavlja jedan od najdinamičnijih selektivnih oblika turizma zbog konstantnih promjena u trendovima turističke potražnje. Srž kulturnog turizma predstavlja želja turista za upoznavanjem kulturnih, povijesnih i umjetničkih vrijednosti neke destinacije na autentičan način. Kulturni turizam se u Hrvatskoj smatra primarnim turističkim proizvodom, međutim on se nosi s brojnim izazovima koje je potrebno prevladati kako bi se mogao što uspješnije razvijati.

Trogir, mali povijesni gradić smješten na jadranskoj obali Hrvatske, predstavlja izvrsno odredište za kulturne turiste zahvaljujući iznimno vrijednoj, bogatoj i sačuvanoj kulturnoj baštini. Njegovu vrijednost prepoznao je i UNESCO pa je povijesna jezgra 1997. godine upisana na Reprezentativan Popis svjetske baštine. Ključnu ulogu u turističkoj valorizaciji trogirске kulturne baštine ima njezina prezentacija, promocija i obnova kako bi ona bila što privlačnija turistima koji dolaze iz cijeloga svijeta. Cilj ovog diplomskog rada je pružiti sveobuhvatan pregled kulturnog turizma u gradu Trogiru, odnosno analizirati glavne aspekte ponude s posebnim naglaskom na kulturno – povijesne spomenike i kulturne manifestacije. Također, cilj je i analizirati kako ova selektivna vrsta turizma doprinosi održivom razvoju grada kroz brend strategiju „Trogir – grad majstora“ koja spaja tradiciju i suvremeni način života te istražiti smjernice za njegovo daljnje unaprjeđenje.

Prilikom izrade ovog diplomskog rada korištene su sljedeće metode znanstvenog istraživanja: metoda deskripcije, metoda klasifikacije, metoda dedukcije i indukcije, metoda kompilacije metoda analize te metoda specijalizacije.

Diplomski rad strukturiran je u 4 glavna poglavlja i 18 potpoglavlja. U prvom poglavlju iznesene su teorijske odrednice kulturnog turizma, a zatim je njegovo trenutno stanje, problemi i budući razvoj prikazan na primjeru Hrvatske. U drugom poglavlju razmatraju se opće informacije o gradu Trogiru te je izrazito detaljno analizirana njegova turistička ponuda i potražnja. Za dobivanje percepcije o Trogiru kao turističkoj destinaciji izrađena je SWOT analiza. U trećem poglavlju opisan je kulturni turizam u Trogiru kroz bogatu ponudu kulturno – spomeničke baštine, zatim su navedene društveno – kulturne udruge koje sudjeluju u

stvaranju kulturne turističke ponude kroz brojne manifestacije. U ovom poglavlju stavljen je naglasak i na očuvanje kulturne baštine grada Trogira te na brend strategiju „Trogir – grad majstora“ koja predstavlja osnovu za daljnji razvoj kulturnog turizma u Trogiru. U posljednjem, četvrtom poglavlju, interpretirani su rezultati empirijskog istraživanja kako bi se analiziralo sadašnje stanje kulturnog turizma u gradu Trogiru iz perspektive ključnih turističkih dionika. Naposljetku, dana su završna razmatranja ovog diplomskog rada, a na samom kraju nalaze se reference na temelju kojih je rad formiran.

1. Kulturni turizam

U suvremenom turizmu kultura nema samo perceptivnu ulogu, već ona predstavlja iznimno bitan sadržaj boravka u kojem su turisti aktivni i/ili pasivni sudionici. Štoviše, ona je jedan od glavnih sadržaja boravka, a vrlo često i glavni motiv turista za putovanje u neku destinaciju. U tom pogledu, povezanost turizma i kulture promatra se u kontekstu kulturnog turizma. Kulturni turizam može se definirati u užem i širem smislu. U užem smislu podrazumijeva da su kulturni sadržaji i umjetnost primarni motiv putovanja u određenu destinaciju, dok u širem smislu obuhvaća segmente kulture i umjetnosti kao sporedne motive putovanja.

Suvremeni turizam kontinuirano utječe na povećanje raspona ponude proizvoda koji proizlaze iz raznoraznih kulturnih segmenata: od obilaska znamenitih kulturno – povijesnih lokaliteta, posjeta institucijama i spomenicima te do pronalaska novih nesvakidašnjih mjesta i načina života tamošnjeg stanovništva (Cetinski et al., 2012).

Procjenjuje se da oko 40% svih međunarodnih odmorišnih putovanja sadrži komponentu kulture (Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, 2015). Na svjetskoj razini je potražnja za kulturno – turističkim proizvodima u konstantnom porastu. Pojavljuju se novi tržišni segmenti koji žele biti u izravnom kontaktu s lokalnom zajednicom. Isto tako, takvi turisti traže smisleno putovanje iz kojeg mogu naučiti nešto novo i proširiti svoje vidike. Takvi trendovi u turističkoj potražnji stimuliraju razvoj novih kulturnih proizvoda koji se baziraju na autentičnosti, izvornosti, inovativnosti i kreativnosti. Kulturni turistički proizvod je veoma heterogen i sastoji se od mnogo raznovrsnih aktivnosti koje podrazumijevaju upoznavanje povijesti, umjetnosti, kulturne baštine te „kulture života i rada“.

1.1. Teorijsko poimanje kulturnog turizma

Kulturni turizam je vrlo važan oblik selektivnog oblika turizma koji se danas veoma brzo razvija u cijelom svijetu. Konstantno se povećava broj zemalja i destinacija koje žele svoje kulturne resurse iskoristiti za privlačenje turista zainteresiranih za kulturu, odnosno onih bogatijih turista koji su spremni potrošiti više novaca na kulturne doživljaje i sadržaje. Jedinstvenu definiciju kulturnog turizma teško je odrediti iz razloga što gotovo svaka organizacija koja je na neki način povezana s kulturom i turizmom posjeduje svoju definiciju (Cetinski et al., 2012.)

Zbog kompleksnosti i poteškoća u donošenju jedinstvene definicije kulturnog turizma, Geić ističe temeljne odrednice najčešće korištenih definicija ovog pojma:

- kulturni turizam uključuje putovanje ljudi izvan stalnog mjesta boravka koji su djelomično ili u potpunosti motivirani kulturom, odnosno povijesno – umjetničkim nasljeđem društvene zajednice
- u literaturi kulturni turizam predstavlja oblik turizma u kojem dominira interes potražnje za kulturnim sadržajima i objektima
- sa gledišta doživljaja turista boravkom u destinaciji, kulturni turizam obuhvaća učestvovanje u kulturnim iskustvima emocionalne, psihološke, estetske i intelektualne prirode (Geić, 2011).

Svjetska turistička organizacija (UNWTO) definira kulturni turizam kao vrstu turističke aktivnosti u kojoj je glavna motivacija posjetitelja naučiti, otkriti, doživjeti i konzumirati materijalne i nematerijalne kulturne atrakcije i proizvode turističke destinacije. Te atrakcije i proizvodi odnose se na skup materijalnih, intelektualnih, duhovnih i emocionalnih obilježja zajednice koja obuhvaća povijesnu i kulturnu baštinu, glazbu, arhitekturu, kulinarsku baštinu, umjetnost, književnost i slično. Također, podrazumijeva i lokalnu zajednicu s njihovim načinom života, sustavom vrijednosti, vjerovanjem i tradicijom (UNWTO, 2024).

Kulturni turizam može se i definirati kao edukativno i zabavno iskustvo koje sadrži kombinaciju društvene baštine, povijesti i umjetnosti prirode. U kulturnom turizmu naglasak je na kulturnim aktivnostima i atrakcijama koje predstavljaju primarni motiv za turističko putovanje (Malarić, Mrvica Mađarac, 2023., prema Robotić, 2013).

Kulturni turizam podrazumijeva putovanje izvan mjesta stalnog boravka koje je u cijelosti ili dijelom motivirano željom za novim doživljajima i spoznajama u području baštine, umjetnosti, povijesti te kulture života i rada područja kojeg posjećuje (Gregorić, 2022).

Prema Nacionalnom planu razvoja održivog turizma do 2027. godine, specifičnost kulturnog turizma vidljiva je u heterogenosti ponude koju destinacije nude i to kroz lokalne obrte, razne tradicijske vrijednosti, kulturne staze i rute, umjetnost, revitaliziranu kulturnu baštinu te kroz organizaciju različitih kulturnih događaja i manifestacija (Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, 2023).

Prema strateškom pristupu postoje tri vrste kulturnog turizma:

- 1.) putovanja motivirana upoznavanjem kulturne baštine koja podrazumijevaju razgledavanje kulturno – povijesnih atrakcija te povezane aktivnosti
- 2.) putovanja motivirana kulturnim događanjem u kojima se prikazuju različita zbivanja iz prošlosti ili su s druge strane u potpunosti suvremene tematike
- 3.) putovanja motivirana kreativnim kulturnim aktivnostima koja se reflektiraju na aktivnosti koje su sačuvane iz prošlosti, kao što su primjerice tradicijske vještine ili učenje glagoljice (Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske, 2022).

Uz kulturni turizam veže se i pojam kulturne turističke destinacije koja se definira kao funkcionalna cjelina koja svojim kulturnim uslugama i atrakcijama te kulturnom i drugom opremljenošću turistima pruža jedinstveni kulturni proizvod ili doživljaj. Razvoj kulturnog turizma neke destinacije ovisi o njezinoj sposobnosti i mogućnosti pretvaranja kulturno – povijesne baštine u jedinstven i privlačan proizvod (Cetinski et al., 2012).

Kulturni turistički proizvod predstavlja formalizirana i upravljana prezentacija baštine, umjetnosti ili specifične atmosfere neke destinacije na interesantan način, u skladu s modernim zahtjevima potražnje, koja istodobno pruža popratne uslužne sadržaje i visoku kvalitetu usluge (Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2003). Važno je za naglasiti da kulturni proizvod ne predstavljaju građevine ili povijesni predmeti već proizvod podrazumijeva način njihove interpretacije.

Turistički posjeti motivirani kulturom i sama privlačnost destinacije vrlo često imaju pozitivan i negativan učinak. S jedne strane ne smije se zanemariti socijalna i edukativna funkcija turizma motiviranog kulturom s aspekta turista da nauče više o kulturi i lokalnom stanovništvu područja u kojem su bili (Cetinski et al., 2012). Također, kulturni turizam obogaćuje kvalitetu života lokalnog stanovništva, doprinosi zaštiti kulturnih tradicija te konzervaciji kulturne baštine (Floričić, 2019). Nadalje, kulturni turizam potiče zapošljavanje, generira ekonomski rast te se s njim razvija i identitet destinacije (Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, 2015). S druge strane, mnogo je rizika koji su veoma opasni za osjetljive lokalitete koji privlače ogroman broj turista iz cijeloga svijeta, ali nemaju zadovoljavajuću infrastrukturu ni prihvatni kapacitet za sve posjetitelje, kao ni mogućnost zaštite kulturno – povijesnih objekata. Prekomjerno iskorištavanje turistički privlačnih lokaliteta, odnosno prevelika koncentracija turista na istima, može značajno narušiti, ali i uništiti značaj i izvornost

samog kulturnog nasljeđa. Gradovi u tom kontekstu trebaju kreirati jasnu strategiju razvoja turizma koja treba obuhvatiti načine korištenja atrakcija i resursa kao i obujam ljudi koji ih mogu koristiti (Cetinski et al., 2012). Potreban je integrirani pristup u uspješnom planiranju turizma koje treba biti usmjereno na rješavanje sukoba interesa između konzervatora, osoba koje se bave turizmom te lokalnog stanovništva (Floričić, 2019). Isključivo je na taj način moguće dalje razvijati turizam na održiv i kvalitetan način koji donosi dobrobit svim dionicima.

1.2. Kulturni turisti

Turisti koji su uključeni u kulturni turizam imaju različit odnos prema kulturi kao i cilju, ali i sadržaju samog putovanja. Prema prirodi interesa za kulturu mogu se izdvojiti turisti sa specifičnim kulturnim interesom koje podrazumijeva npr. odlazak na određenu opernu izvedbu i turisti sa nespecifičnim kulturnim interesom koje ne zanima poseban segment kulture, već ih zanima generalno kultura (Rabotić, 2013).

Postoji pet tipova kulturnih turista, a oni su:

- namjerni kulturni turisti – ovim turistima kultura i učenje o kulturi nekog područja predstavlja primarni motiv putovanja te žele doživjeti duboko kulturno iskustvo
- kulturni turisti na razgledavanju – takvim turistima je kulturni turizam primarni motiv putovanja u određenu destinaciju, ali im nije toliko važno doživjeti kulturno iskustvo
- slučajni kulturni turisti – ovaj tip turista ne putuje primarno zbog kulturnog turizma, ali kada konzumira kulturne sadržaje u destinaciji doživi intenzivno kulturno turističko iskustvo
- neformalni kulturni turisti – za ove turiste kultura je slabi motiv za posjet nekoj destinaciji, a kulturno iskustvo doživljavaju veoma površno
- sporedni kulturni turisti – ovi turisti ne putuju zbog kulturnog turizma te ostvaruje vrlo plitak doživljaj (du Cross i McKercher, 2015).

Nadalje, karakteristike kulturnih turista, odnosno onih kojima je kulturna komponenta obilaska lokaliteta prvi motiv posjeta u određenu turističku destinaciju su sljedeće:

- visoka ili viša razina prihoda
- visoka ili viša razina obrazovanja

- obuhvaća sve dobne skupine, ali turisti stariji od 50 godina skloniji su posjeti kulturnim atrakcijama. Ciljnom skupinom smatraju se turisti između 20 i 30 godina.
- imaju veliki interes za lokalnom atmosferom i poviješću
- prijatelji i obitelj predstavljaju najvažniji izvor informacija o destinaciji, a zatim Internet i vodiči
- skoro polovica stranih turista prije dolaska u destinaciju odlučuje koje atrakcije želi obići, dok druga polovica o tome donese odluku kada se već nalazi u destinaciji
- sve dobne skupine konzumiraju kulturni turizam koji se odvija u gradovima
- turisti koji su zainteresirani za kulturu u gradovima većinom putuju avionom i koriste hotele kao smještajne objekte
- u Europi je primjetan trend porasta turističke potražnje za manjim destinacijama te novim turistički nepopularnim i skrivenim europskim područjima
- turisti traže diversificirane i autentične kulturne proizvode (Cetinski et al., 2012).

Suvremene turiste koji su željni odmora ispunjenog kulturnim sadržajima ne zadovoljava isključivo pasivna konzumacija kulturnih atrakcija, već se žele aktivno uključiti kako bi doživjeli i iskusili nešto novo, uzbudljivo i izvorno.

1.3. Kulturni turizam u Hrvatskoj

Od 2000 – ih godina u Hrvatskoj se velika pozornost počela usmjeravati na specifične oblike turizma, od kojih je kulturni turizam bio jedan od prvih sustavno razvijenih. Zbog same činjenice da su kulturni turisti imućna skupina turista koja uglavnom putuje izvan glavne turističke sezone, smatralo se da su oni veoma poželjni gosti. Sami kulturni turizam shvaćao se kao sredstvo za privlačenje turističke potražnje u unutrašnjosti Hrvatske, ali i kao sredstvo za produljenje ljetne turističke sezone (Ministarstvo kulture i medija, 2022). Izradom nacionalne strategije razvoja kulturnog turizma 2003. godine popularizirala se ideja o kulturnom turizmu kao samostalnom turističkom proizvodu. Uvidjelo se i da razvoj kulturnog turizma pozitivno utječe na nacionalnu ekonomiju te da potiče društvenu revitalizaciju. Izradom ovog dokumenta stvorili su se temelji za sustavan razvoj kulturnog turizma u Hrvatskoj. Slijedom te strategije, potaknute su mnoge aktivnosti koje su generirale brojne kulturno – turističke sadržaje (Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, 2015).

Posljednje TOMAS istraživanju stavova i potrošnje turista u Hrvatskoj provedeno je od lipnja 2022. do lipnja 2023. godine te obuhvaća 14.632 ispitanika. Prema tom istraživanju, kultura i umjetnost motivira 8,8% turista za dolazak u Jadransku Hrvatsku, najviše u Dubrovačko – neretvansku županiju te 13,4% turista privlači u Kontinentalnu Hrvatsku, prvenstveno u Grad Zagreb. Što se tiče stupnja zadovoljstva turista kulturom i umjetnošću kao elementom turističke ponude, u Jadranskoj Hrvatskoj on iznosi 83,3%, a u Kontinentalnoj Hrvatskoj čak 91,4%, iz čega se može zaključiti da je stupanj zadovoljstva vrlo visok. Nadalje, stupanj zadovoljstva događanjima i manifestacijama u Jadranskoj Hrvatskoj iznosi 79,4%, a u Kontinentalnoj Hrvatskoj iznosi 82,2%. Prosječni dnevni izdaci turista za kulturu i zabavu iznose 4,2 eura. Najzastupljeniju dobnu skupinu za primarni motiv „zabava i festivali“ predstavljaju turisti do 29 godina. Slijedeći rezultati odnose se samo na skupinu turista kojima je isključivo „kultura i umjetnost“ glavni motiv dolaska u Hrvatsku. Više od polovice turista (57%) ima 30 do 49 godina. Najveći udio ispitanika ima završen fakultet i više kao stupanj obrazovanja te mjesečna primanja kućanstva od 5.001 eura i više. Nadalje, 86,7% ispitanika imalo je višestruki posjet mjestu u posljednjih 5 godina. Gotovo polovica ispitanika ostvaruje između 4 i 7 noćenja u Hrvatskoj te je posjetila destinaciju od travnja do lipnja 2023. godine. Ova skupina turista se za izvor informacija u planiranju putovanja najviše koristi preporukama rodbine ili prijatelja, blogovima, forumima i portalima o putovanjima i sličnim online sadržajima te objavama korisnika na društvenim mrežama kao što su *Instagram*, *Facebook* i slično (Institut za turizam, 2023).

Kulturni turizam je danas primarni turistički proizvod Republike Hrvatske (Ministarstvo kulture i medija, 2022). Turiste u Hrvatsku posebno privlače kulturna dobra koja se nalaze na UNESCO-vom Popisu svjetske baštine. Kulturno - povijesna baština je u određenim hrvatskim destinacijama veoma snažno istaknuta i promovirana, no još uvijek u Hrvatskoj postoji mnoštvo kulturno - povijesne baštine koja nije stavljena u turističku funkciju, usprkos ogromnom potencijalu. Gradovi Sjeverne i Panonske Hrvatske su za razliku od gradova koji se nalaze na obali, manje prepoznati kao turistička odredišta te su slabije turistički interpretirani.

Činjenica je da Hrvatska ima bogatu kulturnu baštinu i vrlo dobro očuvano povijesno nasljeđe. Ovakva snažna resursna osnova predstavlja izniman potencijal i podlogu za razvoj cjelogodišnjeg turizma te za stvaranje diverzificiranih turističkih proizvoda. U tom kontekstu, potrebno je turistički valorizirati važne atrakcije na način da se koriste suvremene tehnologije za interpretaciju i pružanje jedinstvenih iskustava. Također, neophodno je u većoj mjeri poraditi

na zaštitu, očuvanju i odgovarajućoj prezentaciji kulturno - povijesne baštine uz aktivnu participaciju lokalne zajednice, što predstavlja temelj za razvoj održivog kulturnog turizma.

Prema Strategiji razvoja održivog turizma do 2030. godine nastoji se valorizirati kulturna baština, autohtona hrana, način života lokalnog stanovništva te sve ostale jedinstvene prednosti temeljene na identitetu svih hrvatskih regija. U strategiji je naglašeno da će se osobito poticati kulturni turizam temeljen na valorizaciji materijalne i nematerijalne kulturne baštine te na razvitku kulturnih putova i tematskih cesta. (Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, 2022).

Vizija Strateškog marketinškog i operativnog plana hrvatskog turizma za razdoblje 2023. - 2027. se temelji na odrednici da će Hrvatska do 2027. godine i kasnije biti prepoznata kao vrhunska održiva destinacija koja će nuditi širok raspon kvalitetnih i autentičnih turističkih doživljaja. U spomenutom dokumentu ističe se kako kulturna komponenta još nije dovoljno prepoznata u svijetu kao sastavnica brenda Hrvatske. Jedna od sedam odrednica nacionalnog identiteta po kojima se Hrvatska može diferencirati od konkurentskih zemalja i graditi novi brend je kulturno bogatstvo. U tom kontekstu naglašava se da je Hrvatska kulturni dragulj te da kulturološki povezuje kontinentalnu Europu i Mediteran kao i tradicijsku i suvremenu umjetnost. Također, Hrvatska pruža očuvanu i jedinstvenu kulturnu baštinu iz različitih povijesnih razdoblja. Brend je potrebno snažnije povezati s lokalnom kulturom, načinom življenja i hrvatskim običajima. (Hrvatska turistička zajednica, 2023).

Hrvatska zbog svoje bogate i raznovrsne povijesti te mnoštva kulturnih atrakcija ima dobre preduvjete za daljnji razvoj kulturno – turističkog proizvoda. Kvalitetnijom valorizacijom i interpretacijom kulturne baštine, uz uključivanje lokalne zajednice, Hrvatska može ostvariti održiv kulturni turizam te tako ostvariti dugoročnu konkurentsku prednost.

1.3.1. Problemi kulturnog turizma u Hrvatskoj

Hrvatska obiluje brojnim kulturno – turističkim resursima. Naime, u Hrvatskoj se nalaze UNESCO zaštićeni lokaliteti, brojne povijesne ruralne i urbane cjeline, veoma kvalitetne kulturne institucije poput kazališta, muzeja, knjižnica i slično. Također, Hrvatska ima i mnoštvo nematerijalnih kulturnih dobara, mitova i legendi, no sama brojnost navedenog kulturnog bogatstva, odnosno njihovo postojanje ne znači ujedno i razvijenost kulturnog turizma. Za

razvoj kulturnog turizma potrebno je aktivirati te potencijale i učiniti ih privlačnim kako za turiste tako i za lokalno stanovništvo. Ukoliko se oni sačuvaju za buduće generacije, tada se može govoriti o održivom kulturnom turizmu kojem teži svaka zemlja pa tako i Hrvatska (Demonja, 2011).

U nastavku su navedeni samo neki od problema održivog korištenja kulturnog turizma:

- needuciranost lokalnog stanovništva o vrijednosti i važnosti kulturne baštine što uzrokuje slabo korištenje iste u turističke svrhe
- nedovoljno razvijena međusektorska i unutarsektorska suradnja
- ograničena novčana sredstva za razvoj kulturnog turizma
- neosposobljavanje zaposlenika kulturnih organizacija za nove projekte koji su nužni za daljnji razvoj kulturnog turizma
- vrlo slaba zastupljenost kulturnih resursa u turističkim aranžmanima
- prevelika usmjerenost kulturno – turističkih programa i sadržaja na domaću potražnju što koči prepoznatljivost hrvatskih kulturno – turističkih proizvoda na inozemnim tržištima
- neadekvatna interpretacija kulturne baštine koja rezultira nezanimljivošću iste za turističku potražnju
- nepristupačnost osobama s ograničenom pokretljivošću mnogim atrakcijama
- nedovoljna iskorištenost nematerijalnih kulturnih dobara u smislu njihove prezentacije i prodaje turistima
- vrlo slaba ponuda dodatnih sadržaja koji nadopunjuju osnovni proizvod u svrhu povećanja same atraktivnosti kulturno – turističkog proizvoda
- nedovoljno razvijena promocija kulturno – turističkih programa (Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, 2011).

Ovakvi problemi su djelomično rezultat dugog oslanjanja na masovni turizam koji osporava razvoj kulturnog turizma. Kulturni turizam zahtijeva potpuno drugačiji pristup i planiranje od masovnog turizma. Za uspješniji razvoj kulturnog turizma Hrvatske potrebna je snažna suradnja i interakcija svih dionika, uključujući i lokalno stanovništvo, kako bi se stvorila prepoznatljiva i kvalitetna kulturno – turistička ponuda. Također, ključno je aktivirati kulturne potencijale kako bi oni postali dostupni, privlačni i atraktivni potencijalnim turistima.

1.3.2. Razvoj kulturnog turizma u Hrvatskoj

Razvoj kulturnog turizma u Hrvatskoj projicira brojne koristi turističkom i kulturnom sektoru te cjelokupnoj društvenoj zajednici. Turističkom sektoru kulturni turizam podiže kvalitetu i bogatstvo sveukupnog turističkog proizvoda čime se produžuje sezona, geografski raspršuje potražnja, stimulira veća potrošnja te se unaprjeđuje imidž destinacija koje pritom stvaraju svoju jedinstvenost. Kulturni sektor svojim aktivnim sudjelovanjem u turizmu može generirati nove izvore prihoda, ostvariti dodatne izvore financiranja te privući veći broj posjetitelja. Kao rezultat suradnje kulturnog i turističkog sektora, razvijen kulturni turizam ima i korist za lokalno stanovništvo u kontekstu atraktivnijeg mjesta za život i zabavu stvorenog zbog kulturnih sadržaja (Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2003).

U „Akcijском planu razvoja kulturnog turizma“ kojeg provodi Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske definirano je pet strateških ciljeva:

1. Razviti i opremiti glavne nacionalne kulturno – turističke atrakcije kvalitetnim sadržajima
2. Kreirati i pripremiti kulturno – turistički proizvodni asortiman na regionalnoj i nacionalnoj razini za plasman na turističkom tržištu
3. Osmisliti kvalitetni marketing za postizanje tržišne prepoznatljivosti na međunarodnoj razini te njime potaknuti i domaću potražnju
4. Stvoriti organizacijske i institucionalne preduvjete za razvoj kulturnog turizma uspostavom strateških partnerstva i nacionalnog liderstva
5. Poboljšati i osnažiti vještine, znanja i kompetencije dionika kulturnog turizma za razvoj turističkog poduzetništva, proizvoda te pružanja kvalitetnih usluga.

U sklopu prvog cilja naglasak je stavljen na izgradnji kvalitetne infrastrukture za interpretaciju i prezentaciju cjelokupne kulturne baštine. Tendencija je da se posjetiteljima kroz kulturnu baštinu ponudi interaktivno neformalno učenje o značaju kulturnih dobara. U tom kontekstu destinacijama se nudi mogućnost da komuniciraju s posjetiteljima njihovu autentičnost i jedinstvenost. Također, ovaj cilj podrazumijeva i sustavno ulaganje u najvažnije kulturno – turističke atrakcije.

Drugi cilj podrazumijeva diverzifikaciju kulturno – turističkih proizvoda kako bi se potaknula geografska i vremenska disperzija turističke potražnje te kako bi se obogatio turistički imidž Hrvatske. Teži se ravnomjernijem regionalnom razvoju te bogatijom i kvalitetnijom kulturno – turističkom ponudom kojom se stvara konkurentnost. U ovom kontekstu otvaraju se poduzetničke mogućnosti privatnih sektora, posebice onih koji se bave kulturnim i kreativnim industrijama.

Treći cilj odnosi se na jačanje imidža Hrvatske kao destinacije koja nudi širok spektar kulturnih turističkih proizvoda na međunarodnom tržištu. Potrebno je identificirati njihove specifičnosti koje pridonose stvaranju autentičnih iskustava turistima. Za ostvarenje ovog cilja nužno je unaprijediti komunikacijske aktivnosti koje su vezane uz kulturni turizam te osigurati korisne informacije za stvaranje učinkovitog marketinga. Važno je i informirati internu javnost o mogućnostima razvoja kulturnog turizma te kontinuirano raditi na unapređenju prodaje kulturno – turističkih proizvoda.

Četvrti cilj se odnosi na upravljanje razvojnim procesima kulturnog turizma kroz stvaranje partnerstva i mogućnosti ostvarivanja stabilnih izvora financiranja. Stvaranje klastera od iznimne je važnosti za razmjenu znanja i informacija u cilju stvaranja kvalitetnog turističkog proizvoda. Također, sinergijski učinci marketinških aktivnosti omogućuju prodaju paketa proizvoda. Potrebno je osigurati koordinirano djelovanje svih dionika uključenih u stvaranje kulturno – turističke ponude na nacionalnoj razini.

Peti cilj naglašava da je za razvoj kulturnog turizma potrebno podići razinu znanja, kompetencija i vještina na svim razinama obrazovanja. Potrebno je formirati sustav obrazovanja kojim će se riješiti manjak znanja i vještina u segmentu razvoja kulturnih turističkih proizvoda te njihovih promotivnih aktivnosti. Uključivanjem kulturnih i kreativnih industrija može se značajno podići razina kvalitete kulturnih turističkih proizvoda (Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, 2015).

Ostvarenjem ovih ciljeva, Hrvatska bi značajno unaprijedila svoju kulturnu turističku ponudu koja bi postala kvalitetnija, autentičnija i raznovrsnija.

2. Turizam grada Trogira

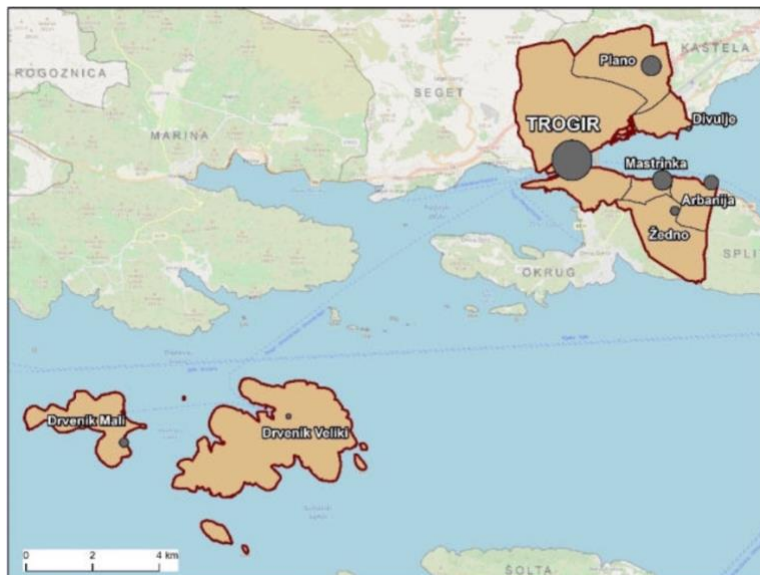
Trogir predstavlja jedan od najbolje očuvanih romaničko-gotičkih gradova na Jadranu i u cijeloj središnjoj Europi. U sklopu starih gradskih zidina nalaze se vrlo dobro sačuvane kule, dvorci, palače i brojne druge građevine iz romaničkog, gotičkog, renesansnog i baroknog razdoblja (Grad Trogir, 2020). Vrlo cijenjeni, svjetski poznati povjesničar Bernard Berenson, Trogir je nazvao „gradom muzejom“. Trogir je od samih početaka suvremenog turizma na Jadranu privlačio turiste. Svaki posjetitelj koji dođe u Trogir može vidjeti i iskusiti raznovrsnost folkloru, rekreaciju, zabavu, tradicionalnu gostoljubivost lokalnog stanovništva, dalmatinske specijalitete, ribarske fešte i ribarenje te razne koncerte sa srednjovjekovnom atmosferom grada (Trogir holding, 2017).

Specifičnost grada Trogira je ta da on nije klasična turistička destinacija na moru u koju turisti dolaze zbog kupališnog turizma, već dolaze zbog upoznavanja trogirske povijesti i vrijedne kulturne baštine (Grad Trogir, 2023). Turizam grada Trogira bazira se na prirodnim ljepotama te na bogatoj kulturnoj i nautičkoj ponudi. Zbog brojnih autohtonih obrta, valoriziranih lokalnih vrijednosti te raznolikih gradskih sadržaja koji spajaju prošlost i sadašnjost, Trogir je jedan od najpoželjnijih malih gradova na hrvatskoj obali (Grad Trogir, 2021). Trogir kao turistička destinacija nudi svojim turistima spoj povijesti, kulture, zabave i odmora.

2.1. Opće informacije o gradu Trogiru

Trogir se svrstava u naselja koja postoje „oduvijek“. Dosada istraženi najstariji nalazi o početku života datiraju oko 2000 godina prije Krista. U blizini Trogira, odnosno u Trapljenim Docima, pronađeno je kremenito oružje staro oko 45000 godina koje je upotrebljavao neandertalski čovjek. Sami počeci života na teritoriju grada Trogira vežu se s ekološkim i prirodnim argumentima, među kojima je i povoljan smještaj povijesne jezgre (Grad Trogir, 2024). Stara jezgra grada Trogira smješten je na malenom otočiću u morskome tjesnacu između otoka Čiova i kopna sa kojima je spojen mostovima (Trogir holding, 2017). Grad se sastoji od kopnenog dijela te obuhvaća otoke Drvenik Mali, Drvenik Veliki i dio otoka Čiova. Trogir se sastoji od osam naselja, a to su: Trogir, Drvenik Mali, Drvenik Veliki, Divulje, Plano, Mastrinka, Arbanija i Žedno. Grad je okružen područjem općine Seget na zapadu, gradom Kaštela na istoku i sjeveru te Trogirskim kanalom na jugu. Dio Trogira koji se nalazi na otoku Čiovu nalazi

se na granici sa općinom Okrug na jugoistoku, Trogirskim kanalom na sjeveru i Splitom na zapadu (Grad Trogir, 2021). Prostorni obuhvat i položaj grada Trogira s naseljima prikazan je na slici 1.



Slika 1. Prostorni obuhvat i položaj grada Trogira

Izvor: <https://trogir.hr/wp-content/uploads/2021/12/Provedbeni-program-Grada-Trogira.pdf>

Grad Trogir predstavlja središte trogirске mikroregije, dio je Urbane aglomeracije Split, a administrativno pripada Splitsko-dalmatinskoj županiji. Površina grada Trogira iznosi 39,10 km². Prema posljednjem Popisu stanovništva iz 2021. godine, Trogir ima 12.393 stanovnika raspoređenih u 4561 kućanstvo. U usporedbi s podacima prethodnog Popisa stanovništva iz 2011. godine prema kojem je Trogir bilježio 13.192 stanovnika (Grad Trogir, 2023), evidentno je smanjenje broja stanovnika u 2021. godini za 6,06%. Najvažniji gospodarski sektori grada Trogira su turizam, prerađivačka industrija (brodogradnja) i trgovina (Trogir holding, 2017).

2.2. Turistička ponuda grada Trogira

Turistička ponuda određene destinacije sastoji se od:

- 1.) Atraktivnih elemenata koji se dijele na prirodne (reljef, hidrografski elementi, klima te flora i fauna) i društvene (kulturne ustanove, kulturno – povijesni spomenici i manifestacije)

- 2.) Komunikativnih elemenata koji uključuju prometnu infrastrukturu i sve vrste prijevoznih sredstava u destinaciji.
- 3.) Receptivnih elemenata koji podrazumijevaju sve turističke objekte koji su namijenjeni smještaju i prehrani (Petrić, 2003).

Turistička ponuda grada Trogira prikazana je u nastavku prema prethodno navedenim elementima turističke ponude.

1.) ATRAKTIVNI ELEMENTI TURISTIČKE PONUDE GRADA TROGIRA

Kombinacijom prirodnih i društvenih atraktivnih elemenata stvara se cjelovita i privlačna turistička ponuda koja zadovoljava različite interese posjetitelja.

PRIRODNI ATRAKTIVNI ELEMENTI:

- RELJEF

Grad Trogir nalazi se na sjeverozapadnom kraju Kaštelanskog zaljeva te predstavlja središte trogirске mikroregije koja se prostire prostorom površine 250 km². Trogir se sastoji od dvije geografske cjeline. Prva geografska cjelina obuhvaća otoke Mali i Veliki Drvenik te dio otoka Čiova (Mastrinku i Arbaniju). Druga geografska cjelina sastoji se od priobalnog područja koje podrazumijeva Trogir, Žedno, Divulje i Plano. Zbog geološke i reljefne specifičnosti, prostor grada se diferencira na krško područje Zagore i područje Trogirskog primorja s otocima, zaljevima i uvalama. Područjem grada Trogira prevladava krški reljef s veoma vrijednom flišnom zonom (Trogir holding, 2017).

- HIDROGRAFSKI ELEMENTI

Veoma čisto Jadransko more, koje je visoke kakvoće, predstavlja glavnu atrakciju na kojoj je zasnovan primarni turistički proizvod „sunca i mora“ (Javna ustanova More i krš, 2018). Prosječna godišnja temperatura mora iznosi 17,5°C, a ljetna 22,6°C (Trogir holding, 2017). Jadransko more je jedno od najprozirnijih mora na svijetu. Zbog velike insolacije ono je uvijek plave boje, a salinitet mu iznosi oko 38 promila (Žabica, 1993). Prema ispitivanju kakvoće mora u Republici Hrvatskoj Nastavnog zavoda za javno zdravstvo Splitsko-dalmatinske županije za 2023. godinu, sve plaže grada Trogira ocijenjene su s „izvrsno“ (Nastavni zavod za javno zdravstvo Splitsko – dalmatinske županije, 2023). Od trogirskih plaža, posebno treba istaknuti pješčanu Plavu lagunu koja se nalazi u uvali Krknjaši na Velikom Drveniku.

Kada je riječ o hidrografskim elementima, svakako treba istaknuti posebni ornitološko-ihitiološki rezervat Pantan. Pantan je priobalna močvara, specifične temperature i slanosti, a sastoji se od 12 izvora vode. Sprudovi odvajaju i štite lagunu od Jadranskog mora (Javna ustanova More i krš, 2018). Vrijednost močvare ističe se kroz činjenicu da ona predstavlja tipičan primjer močvare na istočnoj jadranskoj obali gdje se isprepliću slatka i slana morska voda, što stvara specifične biocenoze (Trogir holding, 2017). Razgled Pantana ostvariv je tokom cijele godine uz brojne turističke aktivnosti poput kajakaštva, vožnje čamcem kroz močvaru i foto safarija (Javna ustanova More i krš, 2018).

- KLIMA

Trogir ima blagu mediteransku klimu koju odlikuju vruća i sunčana ljeta te vjetrovite i blage zime. Grad u prosjeku 46 dana ima temperaturu zraka iznad 30°C, dok samo 7 dana u godini temperatura zraka pada ispod 0°C. Ljetna temperatura mora u prosjeku iznosi 22,6°C. Najučestaliji vjetrovi su bura i jugo. Bura je hladan vjetar koji se pretežito javlja tijekom proljeća i zime, a generira vedro, hladno i suho vrijeme. S druge strane, jugo je vlažan i topao vjetar koji najčešće puše tijekom proljeća, jeseni i zime, a za razliku od bure pruža toplo, vlažno, ali i kišno vrijeme (Trogir holding, 2017).

- FLORA I FAUNA

Biljni svijet Splitsko – dalmatinske županije karakterizira mediteranska vegetacija poput crnog i alepskog dalmatinskog bora, aromatskog i samoniklog bilja, crnike, makije i niskog raslinja. U uzgajanoj vegetaciji dominiraju vinogradi i maslinici. Također, uzgajaju se i smokve, trešnje, bademi, agrumi, rogači, razno povrće te mnogobrojno začinsko, aromatično i ljekovito bilje. Za biljnu raznolikost grada Trogira vrlo je važan Park Garagnin – Fanfogna. On predstavlja jedinstven spoj prirodne i kulturne baštine s bogatom poviješću. Njegova posebnost je u tome da je on najstariji privatni botanički vrt u Hrvatskoj. U njemu je do 1829. godine postojalo preko 350 raznolikih biljnih vrsta. Danas je park veoma zapušten, no očuvani dio biljnog fonda i danas se nalazi u Parku među kojima su najistaknutiji brucijski bor i stablo konoplje. Park je zaštićen kao spomenik parkovne arhitekture i kao kulturno dobro Republike Hrvatske. U ornitološko-ihitiološkom rezervatu Pantan nalazi se 269 vrsta biljaka od kojih je 7 ugroženo u različitim kategorijama. U toj trogirskoj močvari živi 200-tinjak vrsta ptica i 43 vrste riba (Javna ustanova More i krš, 2018). Pantan je 2000. godine proglašen prirodnim rezervatom za biljni svijet i ptičju faunu (Turistička zajednica grada Trogira, 2023).

DRUŠTVENI ATRAKTIVNI ELEMENTI:

- **KULTURNE USTANOVE**

U najvažnije kulturne ustanove grada Trogira ubrajaju se Muzej grada Trogira i Kantun kulture. Muzej grada Trogira osnovan je 1963. godine, a za javnost je otvoren tri godine kasnije. Lociran je nedaleko od sjevernih gradskih vrata u obiteljskoj palači Garagnin Fanfogna. U predvorju palače nalazi se izložbeni muzejski prostor, a na katu je pozicioniran stalni postav koji prezentira povijest grada Trogira od pretpovijesti do početka 20. stoljeća (Muzej grada Trogira, 2024). U muzeju su izložene skulpture Nikole Firentinca i Ivana Duknovića, najznačajnijih renesansnih dalmatinskih kipara. Također, u muzeju se nalazi i bogata biblioteka obitelji Garagnin – Fanfogna s djelima iz svih područja ljudske spoznaje, s posebnim naglaskom na agrikulturu. Važno je za istaknuti da je u biblioteci pronađen glasoviti spis „Pacta Conventa“ (Grad Trogir, 2020).

Kantun kulture je novi edukacijsko – kulturni centar koji pruža kulturne i mnoge druge programe svojim posjetiteljima. U njemu se nalazi velika dvorana s gledištem od 200-tinjak stajaćih i 310 sjedećih mjesta. Dvorana je izvrsno opremljena za različita kulturna događanja kao što su kazališne predstave, koncerti, književni događaji i kino-projekcije. Također, dvorana može služiti i kao prostor za održavanje konferencija, sajмова i raznih edukacijskih projekata kao što su npr. radionice. U Kantunu Kulture postoji kvalitetan sadržaj za sve generacije, od onih najmlađih do umirovljenika. Misija ovog edukacijsko – kulturnog centra je popularizirati kulturu u gradu Trogiru te tako utjecati na odnos građana prema umjetničkim i kulturnim djelatnostima te prema baštini kao osnovi lokalnog i nacionalnog identiteta (Kantun kulture Trogir, 2024).

- **KULTURNO - POVIJESNI SPOMENICI**

U Trogiru se nalazi čitavo bogatstvo kulturno – povijesnih spomenika. Oni su vrlo detaljno prikazani i opisani u idućem poglavlju ovog diplomskog rada.

- **MANIFESTACIJE**

U Trogiru se tokom godine održavaju mnoge manifestacije i festivali različitog karaktera, a oni najistaknutiji su:

- Babarol festival

Ovaj festival predstavlja spoj specifične gastronomske ponude i izvrsnih glazbeno-zabavnih programa. Festival se održava na prostoru iza kule Kamerlengo. Posjetitelji festivala mogu uživati u raznim originalnim receptima glasovitih kuhara koji povezivanjem suvremenih i tradicionalnih namirnica kreiraju posebnu gastro ponudu. Popraćen je raznim koncertima, grupnim radionicama i *pub* kvizovima (Turistička zajednica grada Trogira, 2023).

- Moondance festival

Moondance festival je nagrađivani *techno* festival koji se održava u kuli Kamerlengo tijekom ljetnih mjeseci. Na festivalu nastupa preko 30 domaćih i međunarodnih izvođača. U sklopu festivala održavaju se i radionice te je moguće sudjelovanje i na „*boat* partiju“. Svake godine ovaj festival posjećuje više od 80% stranih turista (Hrvatska turistička zajednica, 2023).

- Trogir outdoor festival

Trogir outdoor festival predstavlja jednu od najpoznatijih sportskih manifestacija u srednjoj Dalmaciji. Održava se tijekom mjeseca svibnja te uvelike upotpunjuje predsezonsku turističku ponudu. Ova manifestacija već nekoliko godina zaredom privlači stotine natjecatelja koji se sa svojim sportskim vještinama kroz trčanje, jedrenje i triatlon mogu upisati na listu trogirskih majstora sporta (Turistička zajednica grada Trogira, 2024).

- Zimska Adventura

Adventski program u Trogiru pod nazivom „Zimska Adventura“ prvi put se organizirao 2017. godine te se od tada zbog velike posjećenosti neprekidno održava. Tijekom trajanja ove manifestacije posjetitelji grada Trogira mogu uživati u mnoštvu koncerata i vrhunskoj gastronomskoj ponudi, a za djecu se odvijaju i razni zanimljivi interaktivni programi. „Zimska Adventura“ je jedan od vodećih advenata u srednjoj Dalmaciji i ponajbolji u organizaciji među malim gradovima (Turistička zajednica grada Trogira, 2022).

2.) KOMUNIKATIVNI ELEMENTI TURISTIČKE PONUDE GRADA TROGIRA:

Trogir ima veoma razvijen cestovni i pomorski promet. Veliki dio inozemnih putnika u Trogir dolazi zračnim prometom preko zračne luke Split.

- CESTOVNI PROMET

Trogir je pozicioniran u neposrednoj blizini Jadranske magistrale koja povezuje južni dio Republike Hrvatske s Europom. Sjeverni dio Hrvatske povezan je s Trogirom putem slijedećih prometnica, a to su: Hrvatska Autocesta – Dalmatina A1 (Zagreb – Trogir), Državna cesta D8 – Jadranska magistrala (Rijeka – Trogir) i Državna cesta D1 (Karlovac – Trogir) (Trogir holding, 2017). Prometna mreža grada Trogira sastoji se od većeg broja cesta lokalne, županijske i državne važnosti. Kapacitet prometne infrastrukture je zimi zadovoljavajući, dok ljeti zbog prevelike koncentracije vozila i ljudi dolazi do pritiska na prometnu mrežu. Promet u mirovanju sačinjavaju tri otvorena i pet zatvorenih parkirališta. U ljetnoj turističkoj sezoni dolazi do pomanjkanja parkirališnih mjesta što ukazuje na potrebu za proširenjem postojeće infrastrukture (Grad Trogir, 2021).

Kada je riječ o cestovnom prometu, svakako treba spomenuti i jedan od najznačajnijih infrastrukturnih projekata u Hrvatskoj, a to je izgradnja mosta koji spaja Trogir s otokom Čiovom. Izgradnjom mosta značajno su se rasteretile prometne gužve, posebice u srcu ljetne sezone te se ubrzao protok ljudi. Ovim projektom su se uz most izgradile i pristupne i spojne ceste duge 3,5 kilometara te su se rekonstruirale već postojeće ceste u duljini od 10 kilometara. (Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture Republike Hrvatske, 2018). Most je otvoren u srpnju 2018. godine pod nazivom „Most hrvatskih branitelja“, a dug je 578 metara (Trogirski portal, 2022).

U Trogiru se nalazi Autobusni kolodvor koji je udaljen samo 500 metara od stare gradske jezgre. Njegova primarna uloga je, sustavom javnog gradskog prijevoza, povezivanje Trogira s okolnim gradovima i naseljima kao što su npr. Split, Kaštela, Solin i Marina. Na Autobusnom kolodvoru mogu se kupiti i autobusne karte za međugradske linije koje povezuju Trogir s ostatkom Hrvatske, ali i za međunarodna putovanja u npr. Austriju ili Njemačku (Trogir holding, 2017).

- **POMORSKI PROMET**

Pomorski promet grada Trogira obuhvaća lokalne linije javnog brodskog prometa. One se u ljetnoj sezoni proširuju lokalnim turističkim linijama. Luka Trogir Soline, sređene površine za pristajanje brodova na Drveniku Malom i Velikom te obala južnog dijela stare trogirске jezgre, predstavljaju glavno prometno pristanište za brodove. Otoki Drvenik Mali i Drvenik Veliki povezani su s jezgrom grada Trogira kroz trajektne linije koje prometuju tri puta dnevno (Grad Trogir, 2021). Agencija za obilaskе brodom „Bura Line“ vrši prijevoz putnika brodom

linijom Trogir – Slatine – Split i obratno (Bura Line, 2024). Pomorski promet je uvelike unaprijeđen izgradnjom luke Trogir Soline, no potreban je daljnji razvoj infrastrukture, prvenstveno u povećanju broj vezova zbog velike potražnje lokalnog stanovništva za istima.

Za nautički turizam vrlo je važna ACI Marina Trogir koja se nalazi na sjevernoj strani otoka Čiova. Ona raspolaže s ukupno 180 vezova u moru i 60 mjesta za prihvat plovila na kopnu (Grad Trogir, 2021). U akciji „Turistički cvijet – kvaliteta za Hrvatsku“ ACI marina Trogir je 2017. godine nagrađena Priznanjem za 3. mjesto u kategoriji „Najbolja mala marina na Jadranu“ (ACI marina Trogir, 2024). Također, u Trogiru postoji i Marina Trogir SCT koja ima 232 morska i 114 suhih vezova (Marina Trogir, 2024). Na Drveniku Velom je trenutno u izgradnji nova marina pod imenom Marina Zirona. Marina će imati kapacitet od 140 vezova za brodove do 25 metara dužine. Na prostornom obuhvatu Trogirskog zaljeva nalaze se mnoge lučice i sidrišta (Grad Trogir, 2021).

Važno je za napomenuti i da je Trogir s mnogim europskim gradovima povezan preko zračne luke Split. Ona je udaljena samo 3 kilometra od Trogira (Trogir holding, 2017).

3.) RECEPTIVNI ELEMENTI TURISTIČKE PONUDE GRADA TROGIRA

Prema najvećoj hrvatskoj bazi restorana i recepata „Gastronaut.hr“ na području grada Trogira postoji 50-ak restorana, od kojih se 40-ak njih nalazi u naselju Trogir (Gastronaut, 2024). U Trogiru dva restorana imaju Michelinovu zvjezdicu, a to su konoba TRS i restoran Il Ponte (Michelin, 2024). Važno je za istaknuti da je trogirski restoran Il Ponte dobitnik Zlatne plakete Michelin za gastronomsku kreativnost za 2023. godinu (Turistička zajednica grada Trogira, 2024).

Trogir se sa svojom raznolikom gastronomskom ponudom može usporediti sa mnogo većim gradovima, ali i s popularnijim turističkim destinacijama. U Trogiru se nalazi mnogo restorana koja služe domaće specijalitete i tradicionalna jela poput pašticade, zatim raznih ribljih jela, burgera i pizza, ali i vrhunskih vina. Trogir je veoma poznat po rafiolu, odnosno tradicionalnoj trogirskoj slastici čiji se recept prenosi s koljena na koljeno (Turistička zajednica grada Trogira, 2024).

Važno je za istaknuti da je mediteranska prehrana, kao vrlo specifična i jedinstvena zbog oblikovanja kulturnog identiteta hrvatske obale, upisana na UNESCO-ovu Reprezentativnu

listu svjetske nematerijalne kulturne baštine (Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske, 2013).

Smještajni kapaciteti predstavljaju jedan od najvažnijih elemenata turističke ponude destinacije. U tablici broj 1 prikazan je broj objekata za smještaj u gradu Trogiru prema naseljima i vrsti smještajnog objekta u 2023. godini kako bi se utvrdila struktura smještajnih kapaciteta.

Tablica 1. Broj objekata za smještaj u Trogiru prema naseljima i vrsti objekta u 2023. godini

| VRSTA OBJEKTA | ARBANIJA | DIVULJE | DRVENIK MALI | DRVENIK VELIKI | MASTRINKA | PLANO | TROGIR | ŽEDNO |
|---|----------|---------|-----------------|-------------------|-----------|-------|--------|-------|
| HOTELI | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 12 | 0 |
| NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ | 49 | 1 | 18 | 14 | 75 | 22 | 311 | 16 |
| OBJEKTI NA OPG - U | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| OBJEKTI U DOMAĆINSTVU | 117 | 2 | 54 | 42 | 191 | 28 | 995 | 34 |
| OSTALI UGOSTITELJSKI OBJEKTI ZA SMJEŠTAJ | 9 | 0 | 1 | 4 | 7 | 0 | 53 | 3 |
| UKUPNO | 179 | 3 | 73 | 61 | 273 | 50 | 1372 | 53 |
| UKUPAN BROJ SMJEŠTAJNIH OBJEKATA | 2.064 | | | | | | | |

Izvor: obrada autora prema: <https://api.visittrogir.hr/wp-content/uploads/2024/01/Program-rada-TZG-Trogir-za-2024.-1.pdf>

Iz prethodne tablice evidentno je da u Trogiru prevladavaju objekti u domaćinstvu, odnosno privatni smještaji. Naime, u gradu ukupno postoji 1463 objekta u domaćinstvu i samo 14 hotela. Iz ove činjenice može se zaključiti da je struktura smještajnih kapaciteta u Trogiru vrlo nepovoljna te da uvelike nedostaje hotelskog smještaja kao smještaja visoke kategorije koji privlači turiste velike platežne moći. Nadalje, iz tablice je vidljivo da se najviše smještajnih objekata, čak njih 1372, nalazi u Trogiru, a najmanje smještajnih jedinica broje Divulje sa samo 3 objekta za smještaj. To je i logično iz razloga što Divulje kao takve nemaju razvijenu turističku ponudu, već gravitiraju Trogiru.

U tablici broj 2 nalazi se broj stalnih postelja u Trogiru prema naseljima i vrsti objekta u 2023. godini.

Tablica 2. Broj stalnih postelja u Trogiru prema naseljima i vrsti objekta u 2023. godini

| VRSTA OBJEKTA | ARBANIJA | DIVULJE | DRVENIK MALI | DRVENIK VELIKI | MASTRINKA | PLANO | TROGIR | ŽEDNO |
|---|----------|---------|-----------------|-------------------|-----------|-------|--------|-------|
| HOTELI | 136 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 487 | 0 |
| NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ | 233 | 6 | 88 | 67 | 344 | 106 | 1.418 | 82 |
| OBJEKTI NA OPG - U | 120 | 0 | 0 | 4 | 0 | 4 | 10 | 0 |
| OBJEKTI U DOMAĆINSTVU | 746 | 8 | 253 | 203 | 1.186 | 162 | 5.071 | 179 |
| OSTALI UGOSTITELJSKI OBJEKTI ZA SMJEŠTAJ | 199 | 0 | 6 | 32 | 58 | 0 | 497 | 24 |
| UKUPNO | 1.434 | 14 | 347 | 306 | 1.588 | 272 | 7.483 | 285 |

Izvor: izrada autora prema internim podacima Turističke zajednice grada Trogira

Iz tablice je vidljivo da najveći broj kreveta ima naselje Trogir, odnosno u Trogiru se ukupno nalazi 7.483 kreveta od kojih se 67,77% nalazi u objektima u domaćinstvu, a samo 6,51% u hotelima. Najmanji broj kreveta ima naselje Divulje sa samo 8 kreveta u objektima u domaćinstvu te 6 kreveta u nekomercijalnom smještaju. Najveći broj kreveta u objektima na OPG-u nalazi se u Arbaniji, odnosno ukupno 120 kreveta, što predstavlja 8,37% ukupnog broja kreveta u tom naselju.

2.3. Turistička potražnja grada Trogira

Zahvaljujući bogatoj kulturnoj baštini, prirodnim ljepotama, vrlo povoljnom geoprometnom položaju i mediteranskoj klimi, Trogir je veoma privlačan turistima. Potražnja turista za Trogirom kao jednom od vrlo atraktivnih turističkih destinacija je iz godine u godinu sve veća. U nastavku je kvantitativno prikazana turistička potražnje grada Trogira kroz dolaske i noćenja domaćih i stranih turista u razdoblju od 2019.-2023. godine, zatim kroz dolaske i noćenja turista u 2023. i u 2019. godini prema najzastupljenijim emitivnim tržištima te kroz prosječno trajanje boravka turista u 2023. godini.

Tablica 3. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista grada Trogira u razdoblju od 2019. do 2023. godine

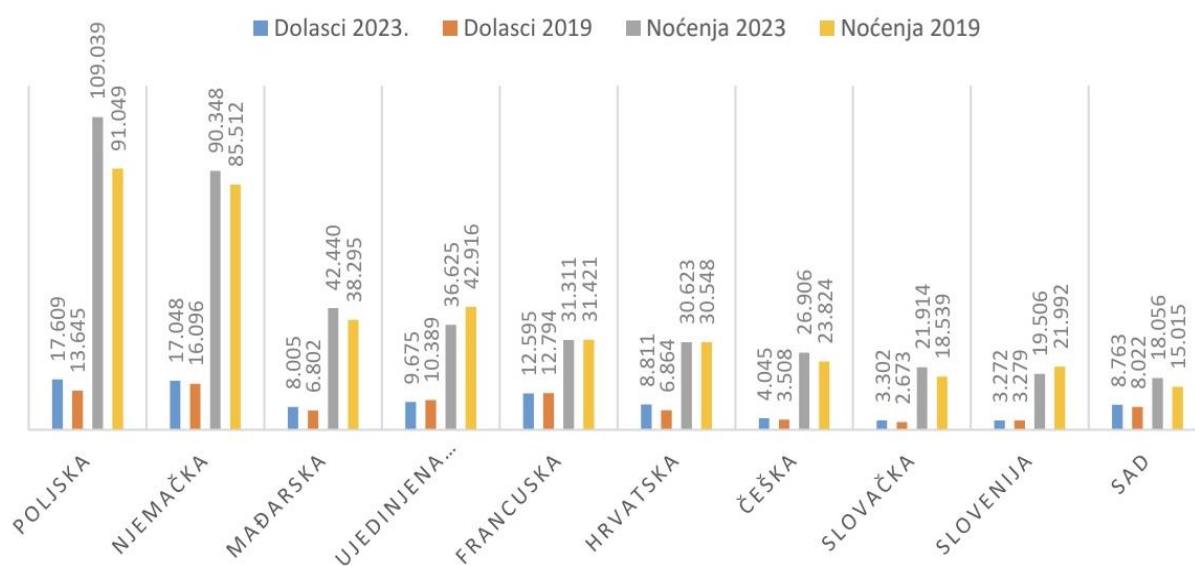
| GODINA | DOMAĆI TURISTI | | STRANI TURISTI | | UKUPNO (DOMAĆI I STRANI) | |
|--------|------------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------------------------|-----------------|
| | BROJ DOLAZAKA | BROJ NOĆENJA | BROJ DOLAZAKA | BROJ NOĆENJA | BROJ DOLAZAKA | BROJ NOĆENJA |
| 2019. | 6.737 | 30.354 | 140.872 | 578.452 | 147.609 | 608.806 |
| 2020. | 6.306 | 32.017 | 41.330 | 247.199 | 47.636 | 279.216 |
| 2021. | 8.555 | 34.992 | 82.414 | 418.792 | 90.969 | 453.784 |
| 2022. | 8.982 | 32.259 | 120.573 | 554.449 | 129.555 | 586.708 |
| 2023. | 9.241 | 31.302 | 138.394 | 582.472 | 147.635 | 613.774 |

Izvor: izrada autora prema: <https://www.visittrogir.hr/hr/local/documents-and-info/agenda> i <https://www.visittrogir.hr/hr/local/statistics>

Iz tablice je vidljivo da daleko više dolazaka i noćenja ostvaruju strani turisti u odnosu na domaće. U 2020. godini evidentan je ogroman pad broja dolazaka i noćenja stranih turista u odnosu na 2019. godinu, odnosno u 2020. godini ostvareno je samo 29,34% prošlogodišnjih dolazaka i 42,73% prošlogodišnjih noćenja stranih turista. Taj pad je posljedica globalne pandemije COVID-19 koja je značajno utjecala na turistička kretanja u cijelom svijetu. U 2021. godini vidljiv je značajan porast u dolascima i noćenjima stranih i domaćih turista u odnosu na 2020. godinu. Primjerice, 2021. godine zabilježeno je 35,66% više dolazaka domaćih turista i 99,40% više dolazaka stranih turista u odnosu na 2020. godinu. U periodu od 2021. godine do 2023. godine primjetan je konstantan rast broja noćenja i dolazaka turista. Vrlo je važno za istaknuti da je 2023. godina najuspješnija u ukupnom turističkom prometu u ovom petogodišnjem razdoblju. Naime, ukupan broj noćenja turista grada Trogira je veći za 0,8% u 2023. godini u odnosu na 2019. godinu koja je dotada bila najuspješnija godina hrvatskog turizma.

U Grafikonu 1 prikazan je broj dolazaka i noćenja turista u 2023. i 2019. godini prema 10 najznačajnijih emitivnih turističkih tržišta grada Trogira.

Grafikon 1. Usporedba dolazaka i noćenja turista grada Trogira u 2023. i 2019. godini prema emitivnim tržištima

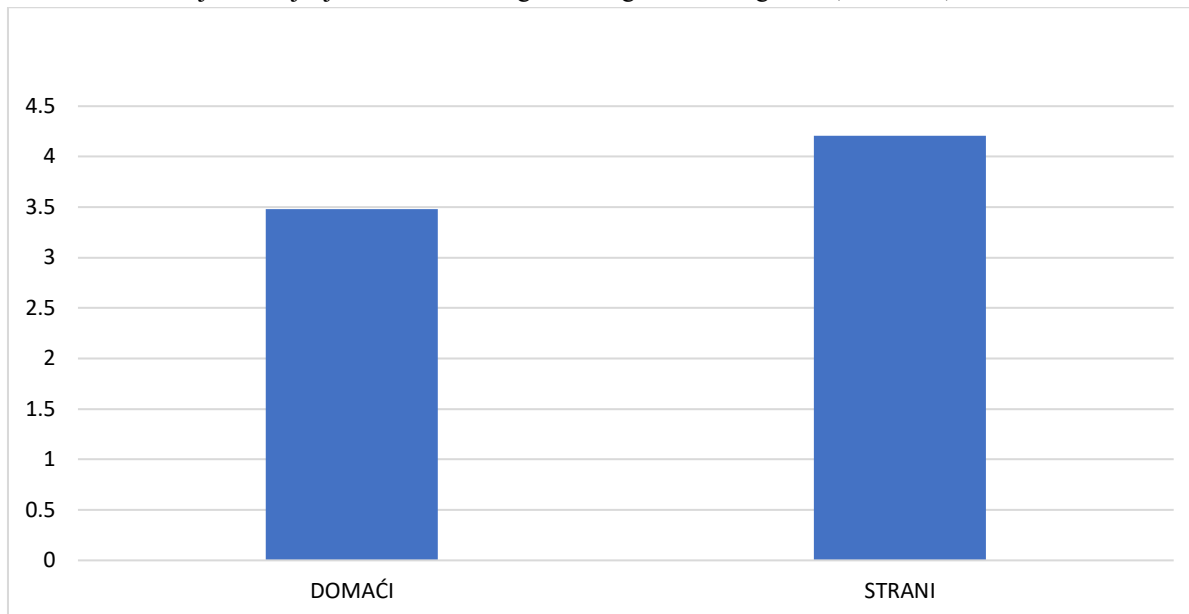


Izvor: preuzeto s <https://api.visittrogir.hr/wp-content/uploads/2024/01/Program-rada-TZG-Trogir-za-2024.-1.pdf>

U navedenom grafikonu prikazana je usporedba dolazaka i noćenja turista u 2023. i 2019. godini prema 10 najznačajnijih emitivnih turističkih tržišta grada Trogira. Iz grafikona je evidentno da najviše turista grada Trogira dolazi iz Poljske. Također, vidljiv je i veliki porast u dolascima i noćenjima poljskih turista u 2023. godini u odnosu na 2019. godinu. Primjerice, broj dolazaka turista iz Poljske je za čak 29,05% veći u 2023. godini u odnosu na 2019. godinu. Iz grafikona je uočljiv porast u broju dolazaka i noćenja turista u 2023. godini u odnosu na 2019. godinu i turista i iz Njemačke, Mađarske, Hrvatske, Češke, Slovačke i SAD-a. Hrvatski turisti su u 2023. godini ostvarili 28,37% više dolazaka i 0,25% više noćenja u odnosu na 2019. godinu. Manji broj dolazaka i noćenja u 2023. godini u odnosu na 2019. godinu zabilježili su turisti iz Ujedinjene Kraljevine, Francuske i Slovenije. Od navedene tri zemlje najveći pad u dolascima, u 2023. godini u odnosu na 2019. godinu imali su turisti iz Ujedinjene Kraljevine od 6,87%.

U grafikonu broj 2 prikazano je prosječno trajanje boravka domaćih i stranih turista grada Trogira u danima za 2023. godinu.

Grafikon 2. Prosječno trajanje boravka turista grada Trogira u 2023. godini (u danima)



Izvor: izrada autora prema: <https://api.visittrogir.hr/wp-content/uploads/2024/01/Program-rada-TZG-Trogir-za-2024.-1.pdf>

Iz grafikona je vidljivo da strani turisti dulje borave u Trogiru od domaćih turista. Naime, prosječna duljina boravka stranih turista iznosi 4,21 dan, dok domaći turisti u Trogiru prosječno borave 3,48 dana. Ovakvi podaci utvrđuju na to da turistički dionici trebaju puno bolje poraditi na proširenju i inoviranju turističke ponude kako bi se zadržalo turiste da dulje borave u Trogiru.

2.4. SWOT analiza grada Trogira kao turističke destinacije

SWOT (*engl. Strengths, Weakneses, Opportunities, Threats*) analiza je kvalitativna metoda kojoj je cilj temeljem prikupljenih podataka u analizi teritorijalne jedinice koju istražuje, prepoznati unutrašnje snage i slabosti te prilike i prijetnje koje dolaze iz vanjske okoline. Ova analiza je vrlo važna jer se identificirane snage i prilike destinacije trebaju iskoristiti na najbolji mogući način, dok se slabosti i prijetnje trebaju pokušati minimizirati (Petrić, 2015).

U nastavku je prikazana SWOT analiza Trogira kao turističke destinacije kako bi se dobio uvid u snage, slabosti, prilike i prijetnje turizma grada Trogira.

Tablica 4. SWOT analiza grada Trogira kao turističke destinacije

| SNAGE | SLABOSTI |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Bogata i atraktivna kulturna baština pod UNESCO-voim zaštitom • Razvijen turistički brend „Trogir – grad majstora“ • Odličan geoprometni položaj • Povoljna mediteranska klima • Raznovrsna gastronomska ponuda | <ul style="list-style-type: none"> • Izražena sezonalnost • Slaba diverzifikacija smještajne ponude • Nedostatak adekvatnih biciklističkih i pješačkih staza • Nedovoljna ponuda dodatnih turističkih sadržaja • Nedovoljan broj kvalitetno uređenih plaža |
| PRILIKE | PRIJETNJE |
| <ul style="list-style-type: none"> • Produljenje turističke sezone • Poticanje obrtništva • Suradnja sa susjednim gradovima • Korištenje EU fondova | <ul style="list-style-type: none"> • Masovni turizam • Uništavanje i obnova kulturne baštine • Problemi na globalnoj razini • Ovisnost o nekoliko emitivnih tržišta |

Izvor: obrada autora prema: <https://trogir.hr/wp-content/uploads/2021/12/Provedbeni-program-Grada-Trogira.pdf#page21> i https://trogir.hr/wp-content/uploads/2020/06/Analiza_situacije_Trogir.pdf

Kao jedna od najvažnijih snaga turizma grada Trogira može se istaknuti njegova bogata kulturna baština. U Trogiru se nalaze brojne crkve, kule, palače i kipovi. Cijela povijesna jezgra grada Trogira nalazi se na popisu UNESCO-ve Svjetske baštine te je kao takva vrlo atraktivna turistima. Nadalje, Trogir ima razvijen turistički brend pod sloganom „Trogir – grad majstora“ koji ističe samu vrijednost kulturne baštine. Također, brend gradu Trogiru uvelike pomaže u pozicioniranju i prepoznatljivosti na turističkom tržištu. Trogir ima odličan geografski položaj i vrlo dobru prometnu povezanost sa obližnjim općinama, naseljima i gradovima. Trogir je udaljen 28 kilometara od grada Splita koji predstavlja sjedište Splitsko – dalmatinske županije. Autocestom A1 izvrsno je povezan i sa ostalim većim gradovima Hrvatske, a do glavnog grada Republike Hrvatske, Zagreba, potrebno je samo nekoliko sati vožnje automobilom. Blizina Zračne luke Split čini ga lako dostupnim za sve strane turiste. Povoljna mediteranska klima predstavlja važan faktor u privlačenju posjetitelja. Ona omogućuje održavanje raznih manifestacija i događanja na otvorenom gotovo tijekom cijele godine. Trogir se može pohvaliti i šarolikom gastronomskom ponudom koja je bazirana na mediteranskoj prehrani. U Trogiru se nalaze brojni restorani sa ponudom ribljih jela i raznih tradicionalnih specijaliteta.

S druge strane, Turizam grada Trogira ima i brojne slabosti na kojima bi se trebalo poraditi u budućnosti. Najveću slabost predstavlja sezonalnost, odnosno prenapučenost grada turistima u ljetnim mjesecima, dok je grad zimi gotovo bez turista. Sezonalnost dovodi i do još niza

negativnih posljedica, a samo neke od njih su: gužve, buka, preveliki pritisak na samu gradsku jezgru te smanjena kvaliteta usluge u ljetnoj sezoni. Sljedeću slabost podrazumijeva slaba diverzifikacija smještajne ponude, odnosno dominacija objekata u domaćinstvu. U Trogiru prevladava privatni smještaj koji zahtijevaju veću kvalitetu i modernizaciju. Uvelike nedostaje hotelskog smještaja visoke kategorije koji predstavlja generator prihoda u destinaciji. Nadalje, u Trogiru uvelike nedostaje adekvatnih biciklističkih i pješačkih staza. Naime, postojeće pješačke i biciklističke staze nisu dovoljno uređene te kao takve nisu privlačne turistima. To svakako negativno utječe na turiste koji se žele rekreirati tijekom svog boravka. Veliku slabost predstavlja i ponuda dodatnih i inovativnih turističkih sadržaja, pogotovo izvan ljetne turističke sezone. Posljednja slabost podrazumijeva nedovoljan broj kvalitetno uređenih plaža. Trogirskim plažama nedostaje zabavnih i sportsko-rekreacijskih sadržaja.

Najveća prilika grada Trogira kao turističke destinacije je produljenje turističke sezone. Ono je ostvarivo kroz veći rast i razvoj specifičnih oblika turizma poput kulturnog i nautičkog turizma. Turističku sezonu moguće je i produžiti raznim interesantnim manifestacijama. Nadalje, veliku priliku predstavlja i poticanje obrtništva iz razloga što je danas izrazito velika turistička potražnja za lokalnim proizvodima. Trogir je grad pun obrtnika koji turistima mogu ponuditi razne tradicionalne proizvode. Veća suradnja i povezanost s drugim susjednim gradovima u sferi raznih projekata i programa pruža mogućnost za nove turističke proizvode. S obzirom na to da grad Trogir ima povijesni značaj i veoma vrijedne kulturne resurse, moguće je u puno većoj mjeri iskoristiti fondove Europske unije kako bi se očuvao karakter povijesne gradske jezgre. U tom kontekstu najveći je naglasak na obnovi kulturne baštine.

Masovni turizam je najveća prijetnja gradu Trogiru. U ljetnoj sezoni mnogi veliki turistički brodovi i izletnici sa autobusima dolazi u Trogir. Grad postaje prenapučen, a takva masovnost turista dovodi do preopterećenja postojeće infrastrukture te do niza negativnih ekoloških učinaka. Masovni turizam je i velika prijetnja za kvalitetu života lokalnog stanovništva stare gradske jezgre grada Trogira. Veliku prijetnju predstavlja uništenje i obnova kulturne baštine. Naime, kulturna baština se jako uništava zbog buke aviona koji uzlijeću, odnosno slijeću u obližnju Zračnu luku Split. Sama obnova kulturne baštine predstavlja prijetnju jer su troškovi za njenu obnovu veoma visoki te se vrlo teško mogu financirati iz gradskog proračuna. Nadalje, razni problemi na globalnoj razini kao što su pandemije, ekonomske recesije, teroristički napadi i razne prirodne nepogode značajno mogu utjecati na smanjenje broja turista. Ovisnost turizma grada Trogira o nekoliko emitivnih tržišta stvara ogromnu prijetnju jer ukoliko dođe

do promjena u preferencijama turista iz tih emitivnih tržišta, Trogir gubi značajan broj turista. To svakako negativno utječe i na lokalnu ekonomiju jer je Trogir previše ovisan o turizmu kao glavnoj gospodarskoj grani.

3. Kulturni turizam grada Trogira

Grad Trogir ima veoma burnu i dugotrajnu prošlost. Mnoštvo arheoloških nalaza ukazuje na neprekinuti kontinuitet života od prapovijesti pa sve do danas. Grci su tijekom III/II st. pr. Kr., na temeljima starijeg ilirskog naselja, utemeljili koloniju „Tragurion“. Tokom I. stoljeća prije Krista, ilirsko – grčko naselje pretvara se u rimski municipij „Tragurium“, koji je bio veoma poznat po kamenu. Trogir danas predstavlja najbolje očuvan romaničko – gotički kompleks u cijeloj Srednjoj Europi. Njegova srednjovjekovna jezgra okružena zidinama sastoji se od mnoštva raznih građevina iz romaničkog, gotičkog, renesansnog i baroknog perioda (Trogir holding, 2017).

Trogir se tijekom stoljeća razvio u osebujnu riznicu kulturnih i povijesnih spomenika. U prošlosti su se u njemu izmjenjivali mnogi vlastodršci poput Grka, Rimljana, Mlečana i Habsburgovaca od kojih je svatko ostavio svoj trag. Grad je svoj najveći kulturni uzlet ostvario tijekom vladavine Mletačke republike, kada su sagrađeni brojni spomenici (Turistička zajednica grada Trogira, 2023).

U bogatoj riznici kulturne baštine grada Trogira prevladava iznimno vrijedna materijalna baština. Prema Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske u 2024. godini u gradu Trogiru nalaze se 62 zaštićena kulturna dobra. Od njih Kulturno – povijesna cjelina grada Trogira ima i status Kulturnog dobra od nacionalnog značenja. „Trogirska kvadrilja“ je jedina zaštićena kao nematerijalno kulturno dobro (Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske, 2024).

Stara gradska jezgra grada Trogira uvrštena je 1997. godine na UNESCO-v popis svjetske baštine. Takvo priznanje značajno doprinosi diferencijaciji i osnaživanju turističke ponude. UNESCO zaštita ukazuje i na to da je potrebno adekvatno upravljati kulturnom baštinu grada Trogira kako bi se ona uspjela očuvati. Također, treba je i sagledati kao benefit područja od kojeg je moguće živjeti. U tom kontekstu potrebno je osvijestiti i kontinuirano educirati građane Trogira o samoj vrijednosti kulturnih spomenika (Grad Trogir, 2020).

Povijesna jezgra grada Trogira ima veliku ulogu u kulturnom turizmu. U tom kontekstu, potrebno je kontinuirano raditi na obnavljanju njezinih kulturnih znamenitosti uz adekvatnu interpretaciju i održivu valorizaciju. Sama valorizacija kulturne baštine može pomoći u produljenju turističke sezone.

Prema Provedbenom programu grada Trogira iz 2021. godine, jednu od mjera u okviru strateškog djelovanja predstavlja i „Poticanje razvoja kulturnih usluga i revitalizacija kulturne baštine“. Aktivnosti u sklopu te mjere su sljedeće:

- ulaganje u opremanje i u samu infrastrukturu kulturnih ustanova
- integrirana obnova kulturne baštine te poboljšanje njezine interpretacije i valorizacije
- digitalizacija i unaprjeđenje sadržaja i ustanova u kulturi
- podrška uobičajenom radu kulturnih društava, ustanova i udruga (Grad Trogir, 2021).

Trogir svoj kulturni turizam bazira na bogatom kulturnom nasljeđu i baštini, a činjenica da se nalazi pod UNESCO-voim zaštitom čini ga vrlo poželjnim gradom među inozemnom kulturnom turističkom potražnjom.

3.1. Kulturno – spomenička baština grada Trogira

Trogir predstavlja osobito vrijednu spomeničku cjelinu u cjelokupnom inventaru svjetske baštine. Duga povijest grada prepoznatljiva je u kulturnom aspektu grada, počevši od urbanističke cjeline, arhitekture pa do umjetničkih obrta i slikarstva. U Trogiru su stoljećima nastajali mnogi objekti poput ranosrednjovjekovnih crkvice, srednjovjekovnih palača i kuća, spomenika iz doba romanike, kasnogotičko-renesansnih kiparskih djela te palača iz renesansnog i baroknog razdoblja. U trogirskim crkvama i muzejima čuvaju se veoma dragocjene umjetnine od kojih posebno treba istaknuti Trogirski evanđelistar s minijaturama iz 13.stoljeća (Radić, 1997).

Kulturna baština grada Trogira najviše obogaćuje cjelokupnu turističku ponudu grada koji je upravo radi nje jedna od najpoželjnijih lokacija na Jadranu. Najveći dio vrlo vrijedne kulturno – spomeničku baštinu grada Trogira nalazi se u urbanoj cjelini Trogir. U slijedećoj tablici prikazana je Kulturno – spomenička baština Trogira svrstana prema najznačajnijim civilnim građevinama, sakralnim spomenicima i fortifikacijama.

Tablica 5. Kulturno – spomenička baština Trogira

| CIVILNE GRAĐEVINE | SAKRALNI SPOMENICI | FORTIFIKACIJE |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • palača Garganin – Fanfogna • palača Andreis • palače Cipiko • pučka kuća • gotička kuća • kuća bana Berislavića • kuća Burgoforte • kuća Stafileo • kuća Cega • kuća Sasso • kuća Moretti • kuća Ivana Lucića • sklop kuća Cambi • vila Fanfogna | <ul style="list-style-type: none"> • katedrala sv. Lovre • crkva i samostan sv. Nikole • crkva i samostan sv. Dominika • crkva Gospe od Karmela • crkva sv. Petra • crkva sv. Barbare • crkva Svih Svetih • crkva sv. Ivana • zvonik crkve sv. Mihovila • ruševni ostaci crkve sv. Marije | <ul style="list-style-type: none"> • utvrda Kamerlengo • kula sv. Marka • gradske zidine i kule |

Izvor: izrada autora prema: https://trogir.hr/wp-content/uploads/2020/06/Analiza_situacije_Trogir.pdf

U nastavku slijedi opis turistički najatraktivnije kulturno – spomeničke baštine iz prethodne tablice te su također još navedene i opisane neke od značajnih kulturnih znamenitosti grada Trogira.

- **Katedrala sv. Lovre**

Trogirska katedrala nalazi se na prostoru nekadašnje ranokršćanske bazilike (Grad Trogir, 2020). Njezina gradnja započeta je oko 1200. godine, a završena je početkom 17. st. Upravo zbog otprilike 400 godina trajanja same izgradnje, na katedrali se mogu uočiti razni motivi i stilska obilježja (Turistička zajednica grada Trogira, 2023). Svi društveni slojevi, čak i oni najsiromašniji, odvajali su sredstva za gradnju i dekoriranje katedrale. Iz tog razloga ona se smatra spomenikom cijelog grada, odnosno svih ljudi koji su pomogli u njezinoj izgradnji. Zidovi katedrale dovršeni su sredinom 13. stoljeća, a zvonik se nadgradio krajem 16. stoljeća (Grad Trogir, 2020). Na katedrali su uočljivi stilovi od romanike do baroka, a u njezinoj unutrašnjosti nalaze se mnoga umjetnička djela. Najznamenitiji dio katedrale predstavlja portal majstora Radovana iz 1240. godine. Portal prikazuje razne epizode iz kršćanskog života (Trogir holding, 2017). Katedrala se nalazi na glavnom trogirskom trgu te se ističe svojim stilom gradnje i visinom. Posvećena je sv. Ivanu Trogirskom, zaštitniku grada Trogira. Najljepši dio

unutrašnjosti katedrale predstavlja kapela sv. Ivana trogirskog iz 15. stoljeća koja je izgrađena po nacrtu Nikole Firentinca. U središtu kapele nalazi se oltar i grobnica sv. Ivana Trogirskog (Turistička zajednica grada Trogira, 2023).



Slika 2. Katedrala sv. Lovre

Izvor: <https://www.visittrogir.hr/hr/tourist/blogs/katedrala-sv-lovre-kroz-povijest>

- Kula Kamerlengo

Ova tvrđava se nalazi na jugozapadnom kraju trogirске jezgre. Njezina gradnja trajala je od 1420. do 1437. godine. U prošlosti je služila kao smještaj mletačke vojne posade. Kula je svoj naziv dobila po činovniku Kamerlengu (camerariusu) koji je bio mletački blagajnik (Grad Trogir, 2020). Tvrđava je otvorena za posjetitelje, a s njezine najveće kule pruža se prekrasan pogled na Trogir i okolicu (Grad Trogir, 2024). Danas ova kula u ljetnom periodu služi kao otvorena pozornica na kojoj se održavaju razne predstave, koncerti i festivali (Turistička zajednica grada Trogira, 2023).



Slika 3. Kula Kamerlengo

Izvor: <https://www.visittrogir.hr/hr/tourist/blogs/kula-kamerlengo>

- Kula sv. Marka

Kula je izgrađena tijekom 15. stoljeća te je prvotno bila spojena s tvrđavom Kamerlengo putem gradskih zidina. Služila je za obranu od topovskih hitaca protiv turskih napada. U čast maršala Marmonta je 1809. godine sagrađena kružna kolonada klasicističkih oblika, što predstavlja jedan od rijetkih spomenika francuske vlasti u cijeloj Dalmaciji (Grad Trogir, 2020).

- Kneževa palača

Palača se gradila u 13. stoljeću, a restaurirana je u 19. stoljeću. U prizemlju palače nalaze se prozori renesansnih oblika koje je osmislio Nikola Firentinac. U dvorištu se nalazi originalna kruna bunara s reljefno izvedenim pečatom mletačke države s krilatim lavom sv. Marka. Također, u dvorištu se mogu vidjeti i mnogobrojni natpisi i grbovi. Do 1848. godine pristup općinskom vijeću imali su isključivo zastupnici koji su iz plemićkih slojeva. Zanimljivo je da je u općinskoj palači sve do prošlog stoljeća bilo očuvano gledalište s lođama koje je služilo za kazališne predstave (Grad Trogir, 2020). Danas se u Kneževoj palači nalazi Gradska vijećnica (Javna ustanova More i krš, 2018).

- Crkva sv. Sebastijana s tornjem gradskog sata

Na crkvi sv. Sebastijana nalazi se toranj gradskog sata. Crkva je podignuta 1477. godine kao zavjet za spas od kuge. Na renesansnom pročelju istaknute su skulpture s likom Krista koje su djelo Nikole Firentinca (Grad Trogir, 2020). Unutrašnji prostor crkve posvećen je Sebastijanu koji je bio svetac vojnika. U crkvi se nalazi spomen ploča na stradale u borbi za Hrvatsku neovisnost (Turistička zajednica grada Trogira, 2023). Na zidu između crkve i gradske lože i dan danas visi lanac kojim su bili vezani prijestupnici izloženi općem preziru (Grad Trogir, 2020).

- Gradska loža

Loža je javni objekt, obilježen kao okupljalište. U prošlosti je imala funkciju sudnice te se sudački stol još uvijek nalazi tamo. Finalni izgled dobila je u 15. stoljeću, ali se spominje još od 1311. godine. Dio njezinih stupova donesen je s antičkih ruševina. Poviše sudačkih stolova istaknute su renesansne skulpture i reljefi, latinski natpisi i grbovi. Od reljefa koji predstavljaju djela Nikole Firentinca, može se istaknuti onaj koji prikazuje blaženog Ivana Trogirskog kako u ruci drži grad Trogir. Posebno je uočljiv veliki reljef koji prikazuje Petra Berislavića koji je djelo poznatog hrvatskog kipara Ivana Meštrovića (Grad Trogir, 2020). Danas se u gradskoj loži održavaju mnoge klapske izvedbe, a pleše se i Trogirska kvadrilja (Turistička zajednica grada Trogira, 2023).

- Samostan sv. Nikole

U ovom samostanu redovnički život traje više od devet stoljeća i još uvijek se nastavlja. Samostan je spoj nekoliko zidina, zgrada i kule te crkve u jedinstveni kompleks. Posebnu slikovitost dvorištu u sklopu samostana pružaju balkoni, trijemovi te arhitektonski volumeni različitih stilskih obilježja i dimenzija nad kojima izvire zvonik. U samostanskoj zbirci nalazi se vrlo vrijedan grčki reljef s likom božanstva Kairosa. Reljef potječe iz 4. ili početka 3. stoljeća prije Krista. Smatra se da je on djelo neke radionice u Ateni. Reljef je pronađen na tavanu kuće koja je u prošlosti bila u vlasništvu obitelji Statileo te se nagađa da ga je netko od pripadnika te ugledne obitelji nabavio negdje u svijetu, odnosno u samoj Grčkoj (Grad Trogir, 2020).

Prema legendi, ukoliko osoba uhvati grčkog boga Kairosa za čuperak, uhvatit će svoj sretan trenutak. Kairos je tako poznat kao bog sretnog trenutka i predstavlja simbol grada Trogira (Turistička zajednica grada Trogira, 2023).

- Crkva sv. Petra

U sklopu ove crkve nekada se nalazio samostan kojeg je 1242. godine utemeljila kraljica Marija, žena Bele IV. Redovnički život trajao je do kraja 18. stoljeća. Od nekadašnjeg djela samostana, djelomično je sačuvano njegovo dvorište s ukrašenom kamenom krunom bunara. Crkva ima barokna obilježja. Unutar crkve se nalaze barokni mramorni oltari i veoma vrijedne barokne orgulje. U segmentu sakralne kulturne ostavštine ističe se pala Svih svetih s prikazom mnogih svetica i svetaca nad kojima lebdi kompozicija Krunjenja Bogorodice, koja je djelo mletačkog slikara Baldassara D'Anna (Grad Trogir, 2020).

- Mala i Velika palača Ćipiko

Palača poznate trogirске obitelji Ćipiko predstavlja spoj nekoliko zgrada u jedinstvenu cjelinu. Najstariji zidovi palače potječu iz ranog srednjeg vijeka, a najveći dio palače nastao je u 13. stoljeću. U 15. stoljeću palača je drastično obnovljena zahvaljujući Koriolanu Ćipiku koji je za obnovu angažirao najznačajnije umjetnike tog doba, a oni su: Ivan Duknović, Nikola Firentinac i Andrija Aleši. Uz palaču se vežu i brojne uspomene na istaknute članove obitelji Ćipiko: Petar Ćipiko koji je bio sakupljač latinskih knjiga i antičkih natpisa koje je prepisivao i ukrašavao te Koriolan Ćipiko koji je bio vrlo glasovit pisac ratnih memoara. Portal palače koji gleda na glavni trogirski trg, djelo je Ivana Duknovića koji je također za palaču izradio lik anđela koji nosi obiteljski grb. Taj kip se danas čuva u Muzeju grada Trogira (Grad Trogir, 2020).

Osim kulturno – spomeničke baštine urbane cjeline grada Trogira, potrebno je navesti i ostalu vrijednu baštinu grada. Na trogirskom djelu otoka Čiova, od značajnijih spomenika ističu se dominikanski samostan Sv.Križa, crkva Sv. Mavra, samostan i crkva Sv. Ante te crkva Gospe od mora. Kao pojedinačne gradske spomenike potrebno je još izdvojiti i Crkvu Gospe od Anđela, Crkvu Gospe od Demonta, Mlinice u Pantanu te Ljetnikovac obitelji Fanfogna koji se nalazi u Divuljama. U znamenitu kulturnu baštinu svrstavaju se i ruralne cjeline naselja Žednog i Drvenika Velog (Grad Trogir, 2020). Svi prethodno navedeni kulturno – povijesni spomenici i znamenitosti grada Trogira imaju bitnu ulogu u razvoju i obogaćivanju ponude kulturnog turizma grada Trogira.

3.2. Očuvanje kulturne baštine grada Trogira

Kako bi kulturna baština ostala sačuvana za buduće generacije te kako bi i dalje privlačila turiste iz cijeloga svijeta potrebno ju je konstantno obnavljati. Očuvanje kulturne baštine grada Trogira zahtijeva sudjelovanje i međusobnu suradnju institucija, grada i lokalne zajednice.

U sklopu Plana ukupnog razvoja grada Trogira postavljena su tri osnovna cilja razvoja među kojima je i razvoj turizma. U sklopu njega naglasak je na „Očuvanju kulturne i povijesne baštine“ kao jednog od prioriteta ciljeva. Radi bolje preglednosti mjere i konačnih beneficija navedenog prioriteta rezimirane su u tablici broj 6.

Tablica 6. Mjere i beneficije prioriteta „Očuvanje kulturne i povijesne baštine“ iz cilja „razvoj turizma“ iz Plana ukupnog razvoja grada Trogira

| PRIORITET | Očuvanje kulturne i povijesne baštine grada Trogira | | | |
|-----------------|---|--|---|--|
| MJERA | projekt obnove krovova građevina | projekt obnove gradskih muzeja | rekonstrukcija kule Kamerlengo | edukacija građana o kulturnoj baštini |
| KONAČNI BENEFIT | - obnovljeni objekti i krovovi kulturne baštine čime se postiže njeno očuvanje - nastavak dobivanja prihoda od kulturnog turizma | - renovirani Muzej grada Trogira -podizanje svijesti stanovnika grada Trogira o kulturnoj baštini - ostvarenje većeg broja turista odnosno većih prihoda od posjeta muzeja | - očuvana vrijedna baština - veći prihod od razgledavanja kule Kamerlengo ili od nekog drugih načina korištenja iste | - povećanje razine svijesti lokalnog stanovništva o važnosti kulturne baštine - smanjena nezaposlenost - veće korištenja kulturne baštine - veći prihodi od kulturnog turizma |
| MJERA | projekt obnove palače Ćipiko, palače Lucić te obnova i otkup palače Berislavić | obnova sakralnih objekata | očuvanje gustoće stanovnika stare gradske jezgre | ostvarivanje suradnje s investicijskim fondovima zainteresiranim za zaštitu stare gradske jezgre |

| | | | | |
|--------------------|---|---|--|---|
| KONAČNI BENEFIT | - očuvanje povijesne i kulturne baštine. - ostvarenje većih prihoda od razgledavanja ili od nekog drugog načina korištenja ovih palača | - povećanje prihoda - razvoj kulturnog turizma | - sprečavanje komercijalizacije UNESCO zaštićenog područja | - uređenje raznih objekata - očuvanje i sprečavanje komercijalizacije gradske jezgre -zadržavanje stanovništva u jezgri |
|--------------------|---|---|--|---|

Izvor: izrada autora prema: <https://trogir.hr/wp-content/uploads/2020/06/cilj1.pdf>

Iz tablice je vidljivo da je stavljen naglasak na obnovu mnogih objekata poput raznih palača, muzeja, crkava i drugih znamenitosti kako bi se oni što uspješnije sačuvali. Njihovim očuvanjem postižu se veći prihodi od kulturnog turizma. Vrlo je važno za istaknuti da je edukacija lokalnog stanovništva o važnosti kulturne baštine u tom kontekstu izrazito bitna. Nadalje, kako ne bi samo naglasak bio stavljen na turizam i zaradu koju on donosi, potrebno je uspostaviti balans između razvoja turizma i očuvanja demografske slike unutar gradske jezgre. Na to se nadovezuje i uspostavljanje suradnje s investicijskim fondovima koji su zainteresirani za zaštitu trogirske jezgre. Gradu Trogiru je cilj očuvati gradsku jezgru u njenom izvornom obliku što podrazumijeva da ljudi žive u njoj, a ne da služi samo za obavljanje komercijalnih djelatnosti.

Kako bi se što bolje očuvala baština, grad Trogir je 2016. godine podnio prijavu za projekt „Trogirska kamena enciklopedija – zidine grada, čuvari baštine i zalog budućnosti“ koji se financira iz Europskog fonda za regionalni razvoj. Projekt se počeo provoditi 2017. godine. Cilj projekta je izrada složene dokumentacije za restauracijsku i sanacijsku obnovu te uređenje i stavljanje u funkciju vrijednih zaštićenih kulturnih dobara. Uz navedeno, cilj je i izrada studije inovativnih turističkih sadržaja (Grad Trogir, 2020). Realizacijom ovog projekta stvoreni su preduvjeti za pristupanje obnovi kulturnih dobara koja su obuhvaćena ovim projektom u smislu njihovog očuvanja i stavljanja istih u funkciju razvoja turizma sa svim multiplikativnim efektima koje ono sa sobom projicira (Grad Trogir, 2021).

U Trogiru i lokalno stanovništvo pridonosi očuvanju povijesne i kulturne baštine. Od 2022. godine u tom kontekstu djeluje Društvo „Kameni cvit“. Građani grada Trogira pomoću svojih

ideja i rješenja žele pomoći lokalnoj samoupravi da što bolje i učinkovitije gospodari vrijednom materijalnom i nematerijalnom baštinom te ostalim gradskim resursima (Trogirski portal, 2022). Područje rada ovog Društva je revitalizacija i očuvanje kulturnih dobara te urbani razvoj Trogira i uređenje infrastrukture u njegovim katastarskim okvirima (Društvo kameni cvit, 2024).

Grad Trogir i njegovi građani kontinuirano rade na obnovi i očuvanju kulturne baštine kako bi se sačuvala njezina povijesna i kulturna vrijednost.

3.3. Društveno – kulturne udruge grada Trogira

Udruge već dugi niz godina svojim glazbenim i plesnim izvedbama održavaju kulturu grada Trogira. Njihovi nastupi okupljaju turiste iz cijelog svijeta (Turistička zajednica grada Trogira, 2023). U gradu Trogiru djeluju brojne društveno – kulturne udruge kojima je glavni cilj očuvanje trogirске tradicije putem sudjelovanja u raznim kulturnim događanjima i manifestacijama. Među njima najistaknutija su kulturno umjetnička društva i glazbene udruge.

Kulturno umjetnička društva se okupljaju kroz različite ansamble koji priređuju svoje kulturno umjetničko stvaralaštvo. Najznačajnije kulturno – umjetničko društva grada Trogira je "Kvadrilja" (Grad Trogir, 2020). Ovo društvo izvodi tradicionalni trogirski ples „Trogirsku četvorku“ koji potječe iz 19. stoljeća. Ples se sastoji od četiri plesa od kojih je svaki specifičan po svojoj energiji i melodiji. Danas je ples nerijetko popraćen i limenom glazbom. Kvadrilja se smatra folklornim fenomenom (Turistička zajednica grada Trogira, 2023).

U glazbene udruge ubrajaju se:

- klapa „Trogir“: ima dugu tradiciju svog djelovanja te se smatra predvodnikom širokog klapskog pokreta u Republici Hrvatskoj (Grad Trogir, 2020). Tokom godina izmjenjivali su se mnogi klapski pjevači, a svakako jedan od najpoznatijih bio je Vinko Coce. (Turistička zajednica grada Trogira, 2023). Klapa je dobila brojne nagrade i ostvarila je vrhunska postignuća na Splitskom festivalu i Festivalu dalmatinskih klapa u Omišu. Osvojila je i 1998. godine diskografsku nagradu „Porin“. Ova klapa svoje koncertne nastupe održava diljem svijeta (Grad Trogir, 2020). Klapsko pjevanje je vrlo posebno i jedinstveno te privlači posjetitelje koji su ljubitelji svih vrsta glazbe

(Turistička zajednica grada Trogira, 2023). Važno je za istaknuti da se ono kao takvo od 2012. godine nalazi na UNESCOV-om Reprezentativnom popisu nematerijalne kulturne baštine čovječanstva (Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske, 2024).

- klapa Stivanja: ženska klapa koja nastupa na brojnim sakralnim i kulturno – umjetničkim događajima u Trogiru. Trogir je 2013. godine javno imenovao Klapu za doprinos razvoju turizma i kulture. Klapa je dobitnica mnogih važnih priznanja, a njezina prepoznatljivost raste koncertima koje održava diljem Europe (Turistička zajednica grada Trogira, 2023).
- Narodna glazba Trogir: osnovana je 1825. godine. Dobitnica je brojnih nagrada, no jedna od važnijih je „Zlatna povelja“ koju joj je dodijelio Hrvatski sabor za doprinos kulture. Ova glazbena udruga svira na mnogim svečanim prigodama, tijekom trogirskog ljeta i u blagdansko vrijeme (Turistička zajednica grada Trogira, 2023). Njezino djelovanje pridonosi očuvanju trogirske glazbene baštine i autentične narodne nošnje.

Vrlo važna udruga za turističku afirmaciju i promociju kulture grada Trogira je i „Radovan - društvo za zaštitu kulturnih dobara Trogira“ kojoj je glavna uloga upoznavanje šire javnosti preko raznih predavanja, medija i publikacija, s kulturnim spomenicima i dugom povijesti grada Trogira.

Svaka od navedenih udruga profilira Trogir kao iznimnu kulturnu cjelinu. Udruge vrlo dobro međusobno surađuju, a to je vidljivo kroz mnoštvo zajedničkih uspješnih projekata (Grad Trogir, 2020). Važno je za naglasiti da upravo trogirske udruge imaju najveću ulogu u kvalitetnijoj promociji grada, ali i njegovanju kulturnog nasljeđa.

3.4. Kulturne manifestacije i festivali u gradu Trogiru

Upravo zahvaljujući velikom angažmanu društveno – kulturnih udruga, Trogir ima veoma dobru prezentaciju kulturne baštine kroz razne kulturne manifestacije i festivale koji iz godine u godinu privlače sve veći broj posjetitelja. Najpoznatija kulturna manifestacija grada Trogira je Trogirsko kulturno ljeto. Ona se održava već dugi niz godina u Trogiru. Upravo zbog dugogodišnje tradicije autentičnog kulturnog djelovanja, ova manifestacija smatra se jednom

od najistaknutijih u cijeloj Dalmaciji. Sastoji se od bogatog ljetnog dvomjesečnog programa s mnoštvom događanja na različitim gradskim lokacijama. U sklopu ove manifestacije izvode se mnoge glazbene izvedbe, kazališno scenske izvedbe, kino projekcije, ribarske fešte i smotre folklor. Sadržaji i programi ove manifestacije promiču razvoj umjetnosti i kulture u Trogiru. Turistička zajednica grada Trogira i Grad Trogir kontinuirano unaprjeđuju kvalitetu programa ove manifestacije zahvaljujući kojoj je Trogir postao svjetski poznata destinacija kulturnog turizma (Grad Trogir, 2023).

U sklopu Trogirskog kulturnog ljeta održavaju se i razni festivali, a neki od njih su:

- Opera Selecta: poznati festival operne i klasične glazbe. U Trogiru je 2023. godine održano 15. izdanje tog festivala. Posjetitelji ovog festivala svakog ljeta mogu uživati u izvedbama svjetski poznatih opernih solista. U sklopu festivala izvode se modne revije uz pratnju klasične glazbe kako bi se popularizirala takva vrsta glazbe (Hrvatsko društvo skladatelja, 2023).
- KulaKula festival: održava se u kuli Kamerlengo tijekom ljetnih mjeseci. U sklopu festivala održavaju se razni koncertni programi mnogih poznatih izvođača (Turistička zajednica grada Trogira, 2024).
- Bokun festival: festival nijemog filma i drugih osjetila koji je svake godine posvećen umjetničkom stvaralaštvu neke osobe. Festival se održava u trogirskom parku „Malarija“. Sudjelovanje na festivalu je besplatno, a slogan festivala glasi „Kultura narodu!“ Zbog kvalitetnog i raznolikog programa ovaj festival privlači svake godine sve veću publiku. Glavni cilj organizatora festivala je mijenjati svijest ljudi, odnosno poručiti da kultura mora biti besplatna i dostupna svakom čovjeku, a ne samo ljudima koji si je zbog financijske sigurnosti mogu priuštiti (Portal.hr., 2021).
- Dan o' Kvadrilje : održava svake godine u podne na trogirskoj „Pjaci“ na Svjetski dan plesa, odnosno 29. travnja. Na taj dan kulturno – umjetničko društvo Kvardrilja, koje se sastoji od 16 parova, izvodi svoj tradicionalni ples uz pratnju Mandolinskog orkestra. Povodom ove manifestacije, u Trogiru se tijekom nekoliko dana održavaju bogati programi kroz radionice, seminare i edukacije. Ovom manifestacijom se njeguje jedinstvena trogirski plesna baština (Turistička zajednica grada Trogira, 2023).

Manifestacije značajno obogaćuju kulturnu turističku ponudu grada Trogira te čine sam grad privlačnijim za turiste. One omogućuju turistima da dožive lokalnu tradiciju, kulturu i umjetničko nasljeđe na dinamičan način. Manifestacije su ključne za promicanje kulturne baštine grada Trogira.

3.5. Brend strategija „Trogir – grad majstora“

Bogata prošlost i kulturno nasljeđe grada Trogira svrstani su u suvremeni kontekst kroz osmišljen brend „Trogir – grad majstora“ (Grad Trogir, 2021). Tri ključne posebnosti koje čine identitet grada Trogira su: veliki majstori koji u gradu djeluju još od srednjeg vijeka pa do danas, neizbrisivi tragovi koje majstori ostavljaju iza sebe te kontinuitet života preko 3600 godina (Dalmatinski portal, 2019).

Trogir je 2019. godine pokrenuo strategiju brendiranja grada temeljenu na kulturnoj vrijednosti koja podrazumijeva očuvane tragove raznih povijesnih epoha i dugu tradiciju zanata te aktivno sudjelovanje lokalne zajednice. Projekt brendiranja izradio je Grad Trogir u suradnji s branding agencijom Fabular.

Strategija je izražena kroz slogan, moderan logo grada temeljen na kamenim oznakama te vizualni identitet fonta Muscardello (UNESCO, 2021). Naziv brenda ukazuje na svjetski poznate majstore poput Muscardella, Radovana, Alešija, Firentinca i Duknovića koji su tijekom srednjeg vijeka stvarali remek djela u Trogiru. Logotip brenda, koji predstavlja trilja urezana u kamenu koja podsjeća na mnoštvo biljega i tragova koje su majstori ostavljali u Trogiru (Grad Trogir, 2021). Trilja urezanu u kamenu, kao jedan od najbrojnijih tragova koji je na više mjesta urezan na katedrali sv. Lovre i crkvi sv. Ivana Krstitelja, prezentira ljepotu i jednostavnost življenja u Trogiru te ukazuje na to da je uz velebna zdanja jednako inspirativna i ljepota svakidašnjeg života grada Trogira (Fabular, 2024). Još neki od znakova koje su majstori ostavljali u Trogiru su: razne igre isklesane na ulazu u katedralu, razne crtice, udubljenja, te razni motivi poput cvijeća, sjekira, lišća, polumjeseca i mnogih drugih oblika koji se nalaze u kamenu. Svaka od oznaka ima svoje značenje pa tako neke označavaju potpis majstora, neke označavaju završetak gradnje, a neke predstavljaju zavjetne molitve (Grad Trogir, 2024). Trogir ima najviše takvih tragova u čitavoj Europi (Grad Trogir, 2021). Slogan „Obilježili majstori“ referira se na remek djelima majstora i njihovim tragovima koji ne blijede. U sklopu branding

strategije razvijen je i sustav piktograma (Fabular, 2024). Važno je za naglasiti da je to prvi takav projekt u cijeloj Republici Hrvatskoj (Grad Trogir, 2021). Kvalitetu tog projekta prepoznao je i UNESCO te da ga je istaknuo kao pozitivan primjer kulturnog turizma (Grad Trogir, 2024).



Slika 4. Logo grada Trogira

Izvor: <https://www.visittrogir.hr/hr/tourist/masters>

Pomoću ove strategije stvorila se snažna priča koja poziva na otkrivanje tragova majstora svakog kutka trogirske jezgre (Fabular, 2024). Trogir pomoću brendiranja želi privući goste visoke platežne moći koji su zainteresirani za kulturu te na taj način želi produljiti sezonu. (Hrvatska turistička zajednica, 2019). Također, ovom strategijom Trogir želi povećati atraktivnost grada kao destinacije kulturnog turizma te se želi diferencirati od drugih sličnih mediteranskih destinacija. Strategija se ukomponirala u razne promotivne materijale, brošure, video zapise i web stranice (UNESCO, 2021). Cilj implementacije ove strategije je privlačenje kulturnih turista koji više troše i duže ostaju u destinaciji, održavanje majstorskih radionica, ostvarenje suradnje sa sveučilištima, produljenje turističke sezone, ugošćavanje umjetničkih kolonija te organiziranje različitih događanja s predznakom „majstorskih“ tokom cijele godine (Dalmatinski portal, 2019). Konačni cilj ove strategije je razvijanje modela održivog turizma koji podupire male obrtnike, promiče lokalni gospodarski razvoj te održava život lokalne zajednice (UNESCO, 2021).

Izradom ove branding strategije i vizualnog identiteta želi se pridonijeti prepoznatljivosti Trogira kao poželjne i privlačne turističke destinacije, s naglaskom na njegovu iznimnu kulturnu vrijednost.

3.6. Kulturni turizam grada Trogira u budućnosti

Kako bi se kulturni turizam u gradu Trogiru što bolje i uspješnije razvijao, potrebno je izvršiti digitalizaciju i modernizaciju ustanova u kulturi grada Trogira. Nadalje, treba omogućiti i dostupnost kulturnih sadržaja i u drugim naseljima grada Trogira. Od neizostavne važnosti je redovno obnavljanje i revitalizacija kulturne baštine kao i poboljšanje i proširenje njezine valorizacije kako bi se unaprijedio kulturni turizam grada Trogira. Kao oblik nove kulturne turističke ponude potrebno je uvesti inovativne modele interpretacije kulturne baštine.

Nastavkom provođenja već postojećeg brendiranja moguće je ostvariti još veću prepoznatljivost Trogira kao destinacije, odnosno njezine kulturne baštine i tradicije (Grad Trogir, 2021). Akcijski planovi u sklopu implementacije strategije brendiranja grada Trogira podrazumijevaju razvoj signalizacije, organizaciju majstorskih radionica, otvaranje *brand storea*, promociju trogirskih majstora izvan grada Trogira, izradu mobilne aplikacije za interaktivan obilazak Trogira i upoznavanje njegove kulturne baštine i povijesti, izgradnju skulpture trlje na nekoliko lokacija u Trogiru te organizaciju interaktivnih razgleda Trogira (Turistička zajednica grada Trogira, 2023).

Također, većom disperzijom manifestacija u pred i posezoni može se ostvariti veća posjećenost izvan glavne ljetne sezone te se na taj način može razvijati cjelogodišnji turizam. (Grad Trogir, 2021). Kao glavni problem u razvoju kulture grada Trogira, a samim time i kulturnog turizma ističu se nedostatak financijskih sredstava za zapošljavanje stručnog kadra u kulturnim ustanovama te manjak novčanih sredstava za sanaciju vrijedne kulturno – spomeničke baštine (Grad Trogir, 2020). U tom kontekstu, potrebno je koristiti financijska sredstva iz EU-a za sektor kulture kroz razne programe kao što je npr. Program „Kreativna Europa“.

4. Empirijsko istraživanje o Trogiru kao destinaciji kulturnog turizma

Diplomski rad pod naslovom „Trogir kao destinacija kulturnog turizma“ prikazuje bogato kulturno nasljeđe grada Trogira te ističe njegovu važnost u privlačenju posjetitelja iz cijeloga svijeta. Kulturni turizam predstavlja vrlo važan oblik turizma grada Trogira jer je turistička ponuda većinom bazirana na očuvanim kulturnim znamenitostima. Kulturna baština Trogira je sama po sebi veoma privlačna i atraktivna, no ključno je aktivirati sve njezine potencijale. Potrebno je na najbolji mogući način valorizirati kulturne resurse i pretvoriti ih u zanimljive turističke proizvode. U kulturnom turizmu vrlo je važna interpretacija samog grada kao i povijesti i ljudi koji su u njemu živjeli kako bi se stvorio turistički doživljaj. Osmišljavanjem kvalitetnih kulturno - turističkih proizvoda obogaćuje se imidž destinacije te se povećava duljina boravka i potrošnja turista. U stvaranju novih kulturnih proizvoda ključna je suradnja svih dionika koji su povezani s turizmom, a poseban naglasak je na lokalnom stanovništvu. S obzirom na to da je Trogir pod zaštitom UNESCO-a, veliki zadatak predstavlja i očuvanje njegove kulturne baštine.

4.1. Cilj empirijskog istraživanja

Glavni cilj istraživanja u sklopu ovog diplomskog rada bio je identificirati sadašnje stanje kulturnog turizma grada Trogira. U skladu s glavnim ciljem istraživanja, postavljeni su i specifični ciljevi, a oni su:

- Utvrditi temeljnu zamisao, ispitati ciljeve i istražiti razinu uspješnosti provođenja branding strategije „Trogir – grad majstora“.
- Istražiti ponudu mediteranske prehrane kao jednog od oblika nematerijalne kulturne baštine.
- Istražiti značaj održavanja manifestacija za kulturni turizam grada Trogira te ispitati odaziv i reakcije turista za iste.
- Utvrditi razinu uspješnosti Trogira u obnovi kulturne baštine i identificirati probleme u očuvanju iste.
- Definirati značaj UNESCO zaštite za turističko pozicioniranje grada Trogira.
- Istražiti povezanost kulturnog i turističkog sektora u gradu Trogiru.

- Utvrditi na koji je način lokalno stanovništvo involvirano u stvaranje turističkog proizvoda.
- Definirati partnerstva koja je Trogir uspostavio s drugim gradovima i organizacijama.
- Ispitati tehnološku razvijenost Trogira kao turističke destinacije.
- Identificirati probleme koje turizam uzrokuje gradu Trogiru i njegovoj lokalnoj zajednici.

4.2. Metodologija empirijskog istraživanja

U svrhu ostvarivanja prethodno definiranih ciljeva provedeno je empirijsko istraživanje. Istraživanje je provedeno metodom ispitivanja u obliku dubinskog intervjua s ključnim dionicima turizma grada Trogira. Intervjuirane su četiri osobe od kojih su dvije zaposlenici Turističke zajednice grada Trogira te po jedna zaposlena osoba iz Udruge turističkih vodiča Phoenix – Trogir i Konzervatorskog odjela grada Trogira. Ispitanici su prethodno bili kontaktirani putem e-maila kako bi ih se uputilo u svrhu i tematiku istraživanja te kako bi ih se pitalo za dobrovoljno sudjelovanje u istom. Naglašeno je i da će prikupljeni podatci biti upotrijebljeni isključivo u istraživačke svrhe ovog diplomskog rada. Svaki od intervjua proveo se osobno u Trogiru u ožujku 2024. godine. Prosječno trajanje intervjua bilo je 40 minuta. Forma intervjua je strukturirani intervju, a sastoji se od 10 pitanja. Važno je za naglasiti da je ovo istraživanje ograničeno zbog malog broja uzorka.

4.3. Rezultati empirijskog istraživanja

U analizi rezultata provedenog istraživanja korištena je metoda sinteze, odnosno povezivanje i spajanje jednostavnijih dijelova u smislenu cjelinu. U ovom slučaju analiza rezultata provela se objedinjavanjem odgovora ispitanika na postavljena pitanja u tri kategorije kako bi se dobila cjelovita slika. Za interpretaciju rezultata dobivenih provođenjem intervjua koristila se deskriptivna metoda. U nastavku slijedi analiza rezultata podijeljenih u sljedeće tri kategorije:

1. BRAND STRATEGIJA „TROGIR – GRAD MAJSTORA“

Trogir je 2019. godine pokrenuo strategiju u kojoj se brendirao kao grad majstora. Strategija je osmišljena iz razloga što su se pokazali prioriteta u prezentaciji materijalne i nematerijalne kulturne baštine povijesnih gradova. Točnije, postalo je nevažno koliko je grad star te koliko

ima crkava i palača. Tražio se inovativni projekt u predstavljanju gradova. Trogir se želio istaknuti s nečim što ga najbolje obilježava, a to su majstori. Do same ideje, odnosno do temeljne odrednice strategije „grad majstora“, došlo se proučavanjem povijesnih građevina i ljudi koji su u prošlosti stvarali i djelovali u Trogiru. U toj analizi se zaključilo da posebnost Trogira predstavljaju brojni majstori koji su stoljećima ostavljali svoje tragove. Među njima neki od najistaknutijih su: Majstor Radovan i njegovog portal, zatim Andrija Aleši koji je sagradio krstionicu u trogirskoj katedrali te Nikola Firentinac i njegova brojna kiparska djela. Osim značajnih remek djela majstora, mnogi graditelji su ostavljali svoje tragove poput njihovih imena u kamenu na mnogim gradskim ulicama i znamenitostima. Međutim, važno je za istaknuti da nisu važni samo majstori koji su sudjelovali u stvaranju vrijednih znamenitosti. U Trogiru su djelovali i obrtnici u srednjem vijeku. Za razliku od mnogih drugih gradova u Hrvatskoj, u Trogiru se tradicija obrtništva i dan danas zadržala. Jedan od veoma cijenjenih obrtnika u Trogiru je Boris Burić Gena, poznati krojač koji izrađuje odijela koja spajaju tradiciju s vrhunskom modom. Njegov dalmatinski „veštit“ je Ministarstvo kulture zaštitilo kao nematerijalno kulturno dobro. Nadalje, u Trogiru još postoji i postolarska radnja „Parčina“ koja ima dugu obiteljsku tradiciju stečenu marljivošću i ljubavlju prema tom poslu.

Ideja ove branding strategije je da se povežu majstori koji su bili zaista veliki umjetnici u prošlosti sa živućim majstorima koji još uvijek drže tradiciju srednjovjekovnog grada. Cilj strategije je pozicioniranje Trogira kao grada majstora, kao grada obrtnika koji ima sve izvorno, specifično i kvalitetno te je konačni cilj da se ta tradicija nastavi i u budućnosti. Može se reći da se Trogir želi istaknuti kao grad koji i danas ima produkciju kulture i visokokvalitetnog obrtništva.

Realizacijom ove strategije, Trogir je dobio jedan jedinstveni brend koji služi za pozicioniranje na kulturnom turističkom tržištu. Strategija se prema mišljenju svih ispitanika vrlo uspješno implementirala do sada. Turistička zajednica grada Trogira nastoji u kreaciji svih događanja i promotivnih materijala uključiti tu strategiju kroz piktograme i sve ostale branding elemente. Neki od privatnih subjekata koriste vizualni identitet brenda u svom poslovanju. Također, kroz mnoga javna društva ili poduzeća su implementirani vizuali branding strategije. Kao jedan od primjera može se navesti novootvoreni kulturni centar „Kantun kulture“, čiji je branding napravljen sukladno branding strategiji, odnosno cijela grafika ima poveznicu sa branding strategijom.

Turistička zajednica grada Trogira ima mnogo planova za buduće provođenje strategije. U planu je otvaranje „*brand store-a*“, odnosno trgovina u kojem bi se prodavali brendirani proizvodi čiji bi prodajni asortiman bio osmišljen u skladu sa strategijom. Plan je da se ta trgovina nalazi u nekoj od znamenitosti, primjerice u Kuli svetog Marka ili u nekoj palači na trogirskoj rivi. Na taj način bi se ujedno i promovirala ta atrakcija, ali naravno i majstori koji su djelovali u gradu. Nadalje, tendencija je povezivanje sa privatnim subjektima kroz suradnju u kreiranju njihovih poslova te promocijom njih kao majstora. Također, u budućnosti je potrebno i selektirati nove majstore koji imaju tradiciju te one koji stvaraju nešto što je dugoročno održivo.

Veliki problem, odnosno prepreka u provođenju strategije je opterećenost grada masovnim turizmom. Masovni turizam potencira smanjenje majstorske tradicije. Iz tog razloga, najveći izazov u budućnosti predstavlja balansiranje turizma sa razvojem destinacije sukladno branding strategiji Trogira kao grada majstora.

2. KULTURNA BAŠTINA

Grad Trogir obiluje bogatstvom materijalne i nematerijalne kulturne baštine. Prema mišljenju ispitanika, najposjećeniji spomenik grada Trogira je Katedrala svetog Lovre, zatim drugi po posjećenosti je kula Kamerlengo, a slijedi ga samostan svetog Dominika. U nematerijalnoj kulturnoj baštini vrlo je istaknuta i tražena mediteranska prehrana. Ponuda autohtonih jela i pića u Trogiru je prema mišljenju ispitanika vrlo dobra. U Trogiru ima mnogo restorana čiji je jelovnik baziran na svježoj ribi i mesu koji su pripremljeni prema tradicionalnoj recepturi s trogirskog podneblja. U sklopu *street food* festivala „Babarol“ turistima je na raspolaganju i inovativna gastronomska ponuda u kojoj su tradicionalna jela pripremljena na moderniji način. Ispitanik udruge turističkih vodiča Phoenix ističe klapsko pjevanje kao vrlo reprezentativan oblik nematerijalne kulturne baštine. Zahvaljujući samoj kvaliteti klape „Klapa Trogir“, klapsko pjevanje upisano je na UNESCO-vu listu.

Trogir svoju nematerijalnu kulturnu baštinu prezentira kroz razne manifestacije. Ispitanici Turističke zajednice grada Trogira smatraju da je održavanje manifestacija iznimno važno jer je Trogir kulturni grad koji treba svojim turistima pružiti nezaboravan doživljaj. Nadalje, manifestacije uvelike pomažu u smanjenju sezonalnosti, a tendencija je njihovo disperziranje na svibanj, lipanj, rujanj i listopad kako bi se proširila sezona. Također, manifestacije su ključ

za veću posjećenost turista grada Trogira iz razloga što je Trogir mali grad, a potrebno je zadržati posjetitelje da više dana u njemu borave. Upravo zbog navedenih činjenica, Turistička zajednica grada Trogira najviše truda ulaže u kreaciju i organizaciju manifestacija i događanja različitog karaktera kako bi svaki turist mogao pronaći nešto za sebe. U Trogiru se organiziraju modne revije, gastronomski festivali, mnogi dječji programi te razne glazbene i dramske izvedbe. Pružatelji tih manifestacija su najvećim djelom udruge s lokalnog područja, a velika većina događanja održava se u kuli Kamerlengo. Turisti su o održavanju manifestacije obaviješteni putem društvenih mreža i različitih plakata koji se nalaze po gradu uoči samog događanja. Odaziv stranih turista na manifestacije tijekom ljetne sezone je vrlo dobar, posebice za kulturne manifestacije koje sadrže tradicijske plesove, folklor i glazbu kao što je npr. „Trogirsko kulturno ljeto“. Turistima su najzanimljiviji glazbeni nastupi koje izvode domaći izvođači, pa tako turisti rado slušaju koncerte „Klape Trogir“ koji promoviraju trogirsku tradiciju i kulturu. Ispitanici Turističke zajednice grada Trogira tvrde da su reakcije turista na manifestacije izrazito pozitivne, a to je vidljivo po komentarima na društvenim mrežama te iz povratnih *e-mailova*. Kao prijedlog za unapređenje manifestacija u budućnosti navodi se organizacija raznih interaktivnih radionica u kojima bi turisti aktivno sudjelovali. Turisti su sada većinom samo pasivni promatrači, odnosno sudjeluju jedino na glazbenim manifestacijama. Cilj je da se turistima ponudi neko novo iskustvo i doživljaj. Primjerice, mogla bi se organizirati interaktivna radionica u kojoj bi turisti sudjelovali u pripremi i kuhanju autohtonih trogirskih jela. Također, kako bi Trogir privukao još više stranih turista, tendencija je da se u budućnosti organiziraju koncerti poznatih inozemnih glazbenika u pred i posezoni.

Kada je riječ o materijalnoj kulturnoj baštini, veliki zadatak predstavlja obnova kulturnih znamenitosti, trgova i ulica grada Trogira. Na obnovi i očuvanju kulturne baštine najviše rade Konzervatorski odjel grada Trogira kao dio Ministarstva kulture i medija Republike Hrvatske i Grad Trogir. Ispitanici Turističke zajednice grada Trogira ističu da se kroz restauriranje znamenitosti u Trogiru konstantno obnavljaju mnogi objekti. Nedavno se kao stari kulturni objekt restaurirala cijela gradska loža, trenutno se radi na obnovi gradskog sata, a nakon toga je u planu projekt rekonstrukcije južnih gradskih vrata. Za obnovom vapi jedna od najistaknutijih gradskih znamenitosti, a to je kula Kamerlengo. Projekt za njenu obnovu je već pripremljen, ali se čeka europski natječaj koji je pogodan za financiranje tog projekta jer je on sam po sebi veoma kompleksan i prevelik za gradski proračun.

Najveći izazov u balansiranju očuvanja kulturnog identiteta sa zahtjevima turističkog razvoja predstavlja obnova kulturne baštine i njezina turistička valorizacija. Tu dolazi do suprotstavljenih interesa konzervatorske struke koja želi što više očuvati kulturne resurse i turističke struke koja želi eksploatirati te resurse. Ravnotežu između očuvanja i korištenja baštine donekle održavaju ulaznice za znamenitosti koje služe kao instrument za regulaciju protoka turista. Ispitanici iz Turističke zajednice grada Trogira smatraju da samo naplaćivanje ulaznica nije dovoljno te da bi se trebali razmotriti još neki drugi instrumenti kojima bi se protok turista, a samim time i gužve smanjile te kako se ne bi u tolikoj mjeri devastirala vrijedna kulturna baština. Prema mišljenju ispitanika Konzervatorskog odjela, kulturni turizam pridonosi zaštiti i očuvanju kulturne baštine grada Trogira isključivo u financijskom smislu. Puno prihoda od znamenitosti, posebice posljednjih nekoliko godina, ulaže se u samu obnovu istih. Najviše ulaže župa svetog Lovre jer ona ima i najveći prihod, što je i logično jer je trogirski katedrala jedan od najposjećenijih spomenika u cijeloj ovoj regiji. Ispitanici Turističke zajednice smatraju da kulturni turizam doprinosi očuvanju kulturne baštine s aspekta posjećenosti, odnosno davanja na važnosti vrijednosti kulturnim spomenicima i znamenitostima.

Od neizostavne važnosti je i sama promocija kulturne baštine. Ispitana osoba iz Konzervatorskog odjela smatra da ona nije dovoljno zastupljena. Ne postoje aktualni promotivni materijali koji prikazuju obnovljenu kulturnu baštinu. Također, u Trogiru nije dovoljno istaknuto da je on grad pod UNESCO-vo zaštitom. Nedostaje i ponuda autentičnih trogirskih suvenira, a prijedlog je da to budu replike umjetničkih djela poput Svetog Ivana Trogirskog sa gradskih vrata ili Blaža Jurjeva Trogirana. S druge strane, Turistička zajednica grada Trogira promovira kulturnu baštinu preko društvenih mreža, raznih brošura te domaćih i inozemnih sajmova. Jedan od primjera promocije na međunarodnom turističkom tržištu je predstavljanje Trogira 2023. godine na najvećem turističkom sajmu za gradove koji su pod UNESCO-vo zaštitom, a to je sajam „World Tourism Event“ koji se održao u Torinu. Turistička zajednica uvelike radi na samoj promociji autohtonih jela i pića kroz razne prezentacije i degustacije. Jedan od primjera je prezentacija trogirskog rafiola glavnoj medijskoj kući „Münchner Merkur Media Group“ u Münchenu.

3. KULTURNI TURIZAM

Od 1997. godine povijesna jezgra grada Trogira nalazi se na UNESCO-voj listi Svjetske baštine. Svi ispitanici tvrde da to priznanje ima izniman značaj za turističko pozicioniranje grada Trogira. Odnosno, to je prva prednost Trogira u pozicioniranju kao kulturne destinacije, ali i općenito kao turističke destinacije. Sudjelovanjem Turističke zajednice grada Trogira u promociji na inozemnim turističkim sajmovima je utvrđeno da su destinacije koje imaju tu „markicu, da su pod UNESCO-voim zaštitom, uvijek nekako istaknutije od svih ostalih destinacija, neovisno je li ta destinacija razvijena, kao npr. Dubai, koji je kompletno izgrađen od nule ili da je to neki manji povijesni grad, npr. u Španjolskoj. Ustanovljeno je da će više neke određene skupine posjetitelja zainteresirati destinacija koja je pod zaštitom UNESCO-a, nego ona koja nije. Pripadnost Trogira na listi Svjetske baštine UNESCO-a je temeljni faktor koji pomaže u samoj promociji grada, a sami kulturni turizam Trogira temelji se na UNESCO-voj vrijednosti.

Prije svega, kako bi se stvorila uspješna kulturna turistička destinacija, potrebna je suradnja kulturnog i turističkog sektora. Prema mišljenju svih ispitanika, njihova suradnja je odlična te imaju dosta zajedničkih projekata. Turistička zajednica grada Trogira najviše surađuje s Muzejom grada Trogira koji arhivira i prati kulturu grada Trogira, zatim s kulturnim centrom „Kantun kulture“ koji promovira kulturu kroz razna događanja te s Konzervatorskim odjelom koji marljivo radi na zaštiti kulturnih dobara. Suradnja s Muzejom grada Trogira najintenzivnija je ljeti u sferi organizacije manifestacija, posebice „Trogirskog kulturnog ljeta“. Jedan od primjera suradnje Turističke zajednice s Konzervatorskim odjelom je projekt „Izbor najljepše okućnice i balkona grada Trogira“. Naime, taj projekt je pokrenula Turistička zajednica grada Trogira te je uključila i Konzervatorski odjel u pripremu i provedbu samog projekta. Nadalje, Konzervatorski odjel svake godine nastoji organizirati „Dane europske baštine“, jednu od najrasprostranjenijih kulturnih manifestacija u Europi, u sklopu koje u kooperaciji sa Muzejom grada Trogira ili Turističkom zajednicom grada Trogira organizira izložbe ili predavanja za građane.

Osim povezivanja kulturnog i turističkog sektora, od neizostavne važnosti je i suradnja lokalnog stanovništva u razvoju i pružanju iskustva kulturnim turistima. Grad Trogir i Turistička zajednica trude se uključiti lokalnu zajednicu u mnoga događanja i manifestacije. Primjerice, u već spomenutom projektu „Izbor najljepše okućnice i balkona grada Trogira“

sudjeluje i lokalno stanovništvo koje uređivanjem svoje okućnice stvara turistički proizvod. O izboru za treće mjesto najljepše uređene okućnice odlučuju građani putem društvene mreže „Facebook“.

Konzervatorski odjel ima odličnu suradnju s učenicima osnovne škole Petar Berislavić te s učenicima gimnazijskog odjela srednje škole Ivana Lucića kroz razne projekte. Učenici osnovne škole, zajedno sa svojom profesoricom koja vodi likovnu grupu, izrađuju rafirole od recikliranog papira te ih prodaju kao magnet. Lokalna zajednica je posebno uključena u samu ponudu i prezentaciju autohtonih jela i pića. Lokalno stanovništvo sudjeluje u radionici izrade rafiola koja se organizira iza kule Kamerlengo. Na *street food* festivalu „Babarol“ lokalni dionici učestvuju u stvaranju gastronomske ponude. Turistička zajednica grada Trogira je na gostovanje u Splitu na sajmu „Štorija od spize i vina“ pozvala lokalne ljude, a neki od njih su: predstavnici vinarije „Kairos vina“, majstore rafiola te učenike srednje strukovne škole Blaž Jurjev Trogiraniin – smjer kuhar. Oni su na tom sajmu prezentirali svoje domaće proizvode koji su se tamo mogli i kupiti, a Trogir se kao grad direktno promovirao na drugoj destinaciji. U planu je i održavanje radionice autohtonih trogirskih jela i pića sa srednjom strukovnom školom Blaž Jurjev Trogiraniin. Gastronomska ponuda bi se turistima prezentirala kroz sajam koji bi se održavao u predsezoni na glavnom gradskom trgu. Potrebno je za istaknuti da lokalno stanovništvo koje se uključeno u razne udruge građana izuzetno puno radi na očuvanju, prezentaciji i promociji kulturne baštine. Među njima se posebno ističu kulturno umjetničko društvo „Kvadrilja“ i udruga „Kameni cvit“. „Kameni cvit“ je 2023. godine izdao zahtjev da se trogirski rafioli upišu u Registar kulturnih dobara kao nematerijalno kulturno dobro. Svi ispitanici, osim jednog, smatraju da je lokalna zajednica vrlo dobro uključena u razvoj kulturnog turizma grada Trogira. Jedna od ispitanih osoba iz Turističke zajednice grada Trogira smatra da participacija lokalnog stanovništva u stvaranju turističkog proizvoda nije dovoljno zastupljena. Kao prijedlog za poboljšanje predložena je izrada online anketa u kojima bi lokalno stanovništvo moglo dati svoje prijedloge za razvoj kulturnog turizma, pogotovo u sferi organizacije manifestacija.

Za unapređenje kulturnog razvoja, Turistička zajednica grada Trogira konstantno se umrežava s novim dionicima i međunarodnim organizacijama. Preko projekata vrlo intenzivno surađuje sa obrtnicima, ugostiteljima te s putničkim agencijama i turističkim vodičima. Nadalje, vrlo intenzivno surađuje i sa Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije koja kao krovna organizacija Turističkoj zajednici grada Trogira daje smjernice za razvoj turizma.

Njihova suradnja je najintenzivnija u segmentu promocije kulturnih dobara. Od međunarodnih organizacija najistaknutija je komunikacija s UNESCOM. Cilj je da se u budućnosti uspostave suradnje s međunarodnim turističkim organizacijama koje isključivo promoviraju gradove pod UNESCO-vo zaštitom te da se Trogir poveže u klaster s drugim UNESCO-vo gradovima. Takvim suradnjama stekla bi se nova iskustva i saznanja o tome kako što bolje očuvati kulturnu baštinu te na koji način uspješnije promovirati kulturu grada Trogira.

U kontekstu stvaranja identiteta cijelog područja, intencija je snažnije povezivanje obližnjih lokalnih zajednica u svrhu promicanja i unapređenja turističke ponude cijele regije. Trogir vrlo uspješno surađuje sa Splitom, Šibenikom, Solinom, Sinjom i mnogim drugim gradovima. Kada je riječ o međunarodnim partnerstvima, Turistička zajednica grada Trogira trenutno ima jedan projekt pod nazivom „CReAIT“ s gradom Fermom koji se nalazi u Italiji. Cilj tog projekta je da se u oba grada u određenim atrakcijama, u Trogiru su to kula Kamerlengo i Muzej grada Trogira, kreiraju inovativni turistički proizvodi koji su prilagođeni osobama smanjene pokretljivosti i osobama sa raznim poteškoćama. Kroz ovaj projekt ostvarena je velika suradnja preko razmjnjivanja iskustava putem raznih sastanaka i međusobnih posjeta. Također, Trogir je od 2009. godine partner s gradom Vaterstettenom s kojim je osnovao „Udrugu prijateljstva Grada Trogira i Vaterstetena“ kojoj je jedan od ciljeva i poticanje razmjene umjetničkog i kulturnog izričaja.

Konzervatorski odjel grada Trogira radi puno svojih projekata preko kojih surađuje s drugim dionicima. Primjerice, 2022. godine je u Trogiru bio organiziran veliki međunarodni simpozij pod nazivom „Smanjivanje rizika od požara na baštini“. Puno stručnjaka iz cijelog svijeta je podijelilo svoja iskustva na tu temu, a posebno se istakao zajednički pristup u smanjivanju rizika od požara na baštini. U organizaciji simpozija sudjelovao je i Međunarodni centar za proučavanje očuvanja i restauracije kulturne baštine (ICCROM) s kojim Konzervatorski odjel grada Trogira i inače vrlo blisko surađuje. Udruga turističkih vodiča Phoenix članica je Zajednice društava turističkih vodiča Hrvatske koja ukupno broji 21 udruhu turističkih vodiča iz cijele Hrvatske. Jedan od glavnih ciljeva njihove umreženosti je stvaranje uvjeta za kvalitetnije turističko prezentiranje destinacije. Važno je za naglasiti da je Zajednica društava turističkih vodiča Hrvatske punopravni član Svjetske federacije turističkih vodiča.

Tehnologija je danas postala neizostavan alat za poboljšanje kvalitete boravka i doživljaja suvremenog turista. Turistička zajednica grada Trogira je 2022. godine pokrenula projekt izrade

virtualne šetnje gradom koji je implementiran u svojoj prvoj fazi. Sve glavne gradske znamenitosti ukomponirane su u virtualnu šetnju. Na virtualnoj šetnji nalazi se i opis svake od znamenitosti sa njezinim radnim vremenom. Virtualna šetnja uvelike pomaže turistima u snalaženju, jer su ulice stare gradske jezgre veoma uske, a puno je znamenitosti u gradu. Cilj je da ovaj projekt ide u svoju drugu i treću fazu u kojima bi se dodale nove lokacije. Virtualna šetnja se nalazi na novoj multifunkcionalnoj web stranici Turističke zajednice grada Trogira na kojoj se mogu pronaći sva ažurna događanja, novosti i mnoge druge informacije o Trogiru. U planu je i izrada mobilne aplikacije koja bi se povezala sa virtualnom šetnjom. U Trogiru postoje QR kodovi na turističko informativnim tabelama za znamenitosti, ali je njihova domena trenutno istekla. U tijeku je obnova QR kodova te da se njihovim skeniranjem turistima otvara informacija na virtualnoj šetnji. U budućnosti je planirana izrada *city pass-a* u kojem bi nekoliko atrakcija bilo uključeno u jednu ulaznicu koja bi se mogla kupiti *online*. Također, planirana je i izrada jednog *online* sustava za kupnju karata preko kojeg bi se sa službene internetske stranice Turističke zajednice grada Trogira mogle kupiti ulaznice za svako događanje u gradu koje je naplativo.

Kada je riječ o kulturnom turizmu, ali i općenito o turizmu, treba sagledati i probleme koje on uzrokuje gradu Trogiru kao turističkoj destinaciji. Prema mišljenju ispitanika Turističke zajednice grada Trogira, najveći negativan efekt koji stvara turizam su prevelike gužve, posebice u srcu ljetne sezone. One su u Trogiru izrazito izražene jer svi turisti iz okolnih općina kao što su općine Okrug i Seget koje su većinom apartmanska naselja bez turističkih sadržaja, gravitiraju Trogiru. Nadalje, prevelika masovnost turista preopterećuje infrastrukturu koja je stara i neadekvatna za lokalno stanovništvo, a kamoli za turiste. Iz perspektive Konzervatorskog odjela, turizam prvenstveno negativno utječe na kvalitetu stanovanja ljudi u staroj gradskoj jezgri zbog prevelikog broja turista i buke koja se stvara. Također, prevelikom koncentracijom turista, odnosno većim brojem posjetitelja u danu od broja stanovnika stvara se masovni turizam koji svakako ugrožava rast i razvoj kulturnog turizma. Nadalje, veliki problem predstavlja iseljavanje stanovništva iz gradske jezgre i pretvaranje njihovih stambenih objekata u apartmane. To prouzrokuje to da je grad zimi prazan, gotovo bez ljudi, čime se gubi lokalni duh mjesta, a sama apartmanizacija donosi štetu na kulturnom dobru jer se gubi autentičnost zgrade i njen unutarnji raspored. Sama vrijednost te nekretnine se time smanjuje. Također, turizam veoma iscrpljuje kulturnu baštinu. Važno je za naglasiti da turizam diktira radove obnove kulturne baštine, odnosno preveliki je pritisak turizma da se restauracija radi u fazama koje je jako teško uskladiti sa potrebama turizma zbog same kompleksnosti izvedbe radova.

Ispitanik iz udruge turističkih vodiča Phoenix ističe da je veliki problem to što su ljudi na neki način prisiljeni da se okrenu svim djelatnostima koje su povezane sa turizmom. Naime, u prošlosti su građani živjeli uglavnom od brodogradnje. Trogir je imao svoje brodogradilište koje je zapošljavalo više od 3000 stanovnika. Danas su mnogi Trogirani u svojim kućama napravili apartmane te iznajmljuju svoje konobe u koje su se uselili novi obrtnici koji se ne uklapaju u vizuru srednjovjekovnog Trogira.

Svi ispitanici smatraju da potencijal kulturnog turizma još uvijek nije dovoljno iskorišten. Potrebno je poraditi na novim turističkim proizvodima, na obnavljanju kulturne baštine, promociji, edukaciji građana i ugostitelja te na smanjenju masovnosti.

Zaključak

Kultura predstavlja jedan od glavnih motiva turističkih putovanja na globalnoj razini. Svaka destinacija se iz tog razloga trudi razviti što izvorniji, autentičniji i kvalitetniji kulturni turistički proizvod kako bi prilagodila suvremenim trendovima turističke potražnje. Može se reći da je za uspjeh u kulturnom turizmu potrebno na što kreativniji i diverzificiraniji način interpretirati kulturnu baštinu kako bi se stvorio privlačan turistički proizvod. Važno je za istaknuti da kulturni turizam za sobom nosi pozitivne i negativne učinke na destinaciju i njeno stanovništvo. Kulturni turizam doprinosi zaštiti kulturne baštine, potiče ekonomski rast te obogaćuje svakodnevni život lokalne zajednice. S druge strane, najveći negativni učinak predstavlja prevelika koncentracija turista na destinaciju koja može značajno ugroziti pa i uništiti kulturno nasljeđe. Hrvatska, kako bi se odmaknula od masovnog turizma, sve više napora ulaže u razvoj kulturnog turizma. Kulturni turisti su gosti visoke platežne moći koji često putuju izvan glavne sezone. Zbog te činjenice, razvoj kulturnog turizma u Hrvatskoj može doprinijeti rješavanju problema sezonalnosti, odnosno produljenju turističke sezone. U Hrvatskoj kulturni turizam još nije dovoljno razvijen. Potrebno je poraditi na valorizaciji kulturnih resursa kako bi se podigla njihova atraktivnost. U tom kontekstu potrebno je poraditi i na marketingu te na povezivanju i suradnji svih dionika koji su uključeni u stvaranje kvalitetnog kulturnog turističkog proizvoda.

Grad Trogir je veoma razvijena turistička destinacija koja zbog svoje povoljne mediteranske klime, prirodnih ljepota, šarolike i tradicionalne gastronomske ponude, dobrog geoprometnog položaja te izrazito vrijedne kulturne baštine i bogatog kulturnog nasljeđa privlači turiste iz cijeloga svijeta. Potražnja turista za Trogirom kao turističkom destinacijom je iz godine u godinu sve veća. Veliki problem u turističkoj ponudi Trogira predstavlja dominacija privatnog smještaja, odnosno manjak smještaja visoke kategorije, prvenstveno hotelskog. Povećanje broja hotela je nužno za privlačenje kulturnih turista tijekom cijele godine. Kulturni turizam predstavlja ključnu komponentu turističke ponude grada Trogira. Povijesna jezgra grada Trogira, koja je pod UNESCO-vo zaštitom, obiluje bogatstvom kulturno – povijesne baštine. U njoj se nalaze razne palače, crkve, kule te ostale vrijedne povijesne građevine koje su se u Trogiru gradile stoljećima. Glavni izazov predstavlja njihovo očuvanje i zaštita na kojoj marljivo rade institucije grada Trogira te njegovi građani. Trogirске društveno – kulture udruge, poput „Kvadrilje“ i mnogih klapa, imaju iznimno važnu ulogu u prezentaciji kulturnog nasljeđa posjetiteljima. Naime, one sudjeluju u raznim manifestacijama i festivalima koji pružaju turistima mogućnost da dožive lokalnu tradiciju. Trogir se kroz osmišljen brend „Trogir – grad

majstora“ želi pozicionirati kao atraktivna i zanimljiva kulturna turistička destinacija. Temeljna zamisao strategije brendiranja je povezivanje velikih majstora koji su u srednjem vijeku gradili remek djela i ostavljali svoje tragove sa majstorima koji i danas održavaju majstorsku tradiciju kroz djelovanje svojih malih obrta. Razvojem ove strategije održivog lokalnog razvoja temeljene na baštini, nastoji se istaknuti jedinstvenost Trogira, podržati lokalna zajednica te kao konačni cilj privući veći broj kulturnih turista koji pomažu u smanjenu sezonalnosti. Za unaprjeđenje kulturnog turizma u Trogiru potrebno je modernizirati kulturne ustanove, zatim osmisliti inovativne modele interpretacije kulturne baštine te poraditi na digitalizaciji koja poboljšava doživljaj turista.

Iz provedenog empirijskog istraživanja, može se zaključiti da prije svega kulturni i turistički sektor imaju odličnu suradnju što je vidljivo kroz brojne projekte koje zajedno provode. Nadalje, lokalno stanovništvo je izrazito uključeno u stvaranje turističkih proizvoda kroz razne manifestacije i događanja. Udruge građana poput udruge „Kameni cvit“, vrlo su aktivne u prezentaciji, promociji, ali i u očuvanju kulturne baštine. Veliki izazov predstavlja ravnoteža između očuvanja i korištenja kulturne baštine te tu dolazi do suprotstavljenih mišljenja turističkog i konzervatorskog odjela. Važno je za istaknuti da se kulturna baština konstantno obnavlja, ali veliki problem u tom kontekstu predstavljaju novčana sredstva i sama kompleksnost projekta. Uz znamenitu UNESCO zaštićenu materijalnu kulturnu baštinu, u turističkoj ponudi vrlo je važna i nematerijalna kulturna baština poput mediteranske prehrane i klapskog pjevanja. Ponuda autohtonih tradicionalnih jela je u Trogiru na vrlo visokoj razini. Za pružanje nezaboravnog iskustva turistima, nužno je održavati manifestacije u čiji raznolik sadržaj i kvalitetu velike napore ulaže Turistička zajednica grada Trogira. Odaziv stranih turista je vrlo dobar, a njihove reakcije na manifestacije su izuzetno pozitivne. Trogir je dosada razvio mnoga partnerstva s raznim organizacijama i inozemnim gradovima poput Ferma i Vaterstetena s ciljem unaprjeđenja kulturnog razvoja. U planu je i povezivanje Trogira u klaster s drugim UNESCO gradovima. U posljednje vrijeme veliki naglasak stavljen je na uvođenje digitalizacije. U tom kontekstu uveden je projekt virtualne šetnje gradom te je u planu njegova nadogradnja, kao i obnova QR kodova te izrada „city pass-a“ koji će se moći kupiti preko Interneta.

Unatoč brojnim prednostima, potencijal kulturnog turizma u Trogiru nije dovoljno iskorišten. Grad se suočava s mnogim problemima kao što su gužve, odnosno masovnost turista u srcu sezone koja opterećuju infrastrukturu i ugrožava kulturnu baštinu. Posebno treba

istaknuti da se stanovništvo iseljava iz povijesne jezgre kako bi svoje stambene objekte pretvorilo u smještajne jedinice za turiste. U budućnosti je potrebno kreirati nove i atraktivne turističke proizvode, educirati lokalno stanovništvo te bolje promovirati i obnavljati kulturnu baštinu. Također, kako bi Trogir razvio održiv kulturni turizam koji dugoročno koristi turistima i lokalnoj zajednici, potrebno je odgovorno planiranje i upravljanje te suradnja svih dionika.

Reference

- ACI marina Trogir (2024). *O marini ACI MARINA TROGIR* <https://aci-marinas.com/hr/marina/aci-trogir/>
- Bura Line (2024). *Bura Line* <https://www.buraline.com/>
- Cetinski, V., Perić, M., Šugar, V. (2012). *Menadžment institucija i destinacija kulture*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu. Preuzeto s <https://repository.fthm.uniri.hr/islandora/object/fthm%3A2734>
- Dalmatinski portal (2019). *'Dobrodošli u Trogir, grad majstora': Predstavljena nova brand strategija, vizualni identitet i promotivni video* https://dalmatinskiportal.hr/vijesti/-dobrodošli-u-trogir--grad-majstora-predstavljena-nova-brand-strategija--vizualni-identitet-i-promotivni-video/54772#google_vignette
- Demonja, D. (2011). *KULTURNI TURIZAM: HRVATSKA ISKUSTVA*, Originalni naučni rad, Institut za međunarodne odnose, IMO Zagreb, Hrvatska. <http://www.anthroserbia.org/Content/PDF/Articles/f384947fde3141749626c98490b3475a.pdf>
- Društvo kameni cvit (2024). *DRUŠTVO KAMENI CVIT* <https://dkct.hr/>
- du Cross, H., McKercher B.(2015). *Cultural tourism 2nd Edition*. Routledge.
- Fabular (2024). *Trogir* <https://fabular.agency/hr/work/trogir-hr/>
- Floričić, B., Floričić, T. (2019). *Kulturna baština u turističkoj destinaciji: vrednovanje i održivi menadžment*. Općina Medulin: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Preuzeto s <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu:4002>
- Gastronaut (2024). *Restorani – Splitsko – dalmatinska županija* <https://www.gastronaut.hr/restorani/splitsko-dalmatinska-zupanija/?page=16>
- Geić S., (2011). *Menadžment selektivnih oblika turizma*. Split: Sveučilište u Splitu
- Grad Trogir (2020). „Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog fonda za regionalni razvoj“ https://trogir.hr/wp-content/uploads/2020/05/Kamena_enciklopedija-1.pdf
- Grad Trogir (2020). *Ciljevi ukupnog razvoja – Cilj 1* <https://trogir.hr/wp-content/uploads/2020/06/cilj1.pdf>
- Grad Trogir (2020). *PLAN UKUPNOG RAZVOJA Analiza situacije Grad Trogir* https://trogir.hr/wp-content/uploads/2020/06/Analiza_situacije_Trogir.pdf
- Grad Trogir (2021). „Trogirska kamena enciklopedija – Zidine grada, čuvari baštine i zalag budućnosti“ <https://trogir.hr/projects/kamena-enciklopedija/>
- Grad Trogir (2021). *PROVEDBENI PROGRAM GRADA TROGIRA* <https://trogir.hr/wp-content/uploads/2021/12/Provedbeni-program-Grada-Trogira.pdf>
- Grad Trogir (2023). *IZVJEŠĆE O STANJU U PROSTORU GRADA TROGIRA ZA RAZDOBLJE 2018.-2021. GODINE* https://trogir.hr/wp-content/uploads/2023/11/Ad_5.-Zakljucak-o-prihvacanju-Izvjescia-o-stanju-u-prostoru-Grada-Trogira-za-razdoblje-2018.-2021.-godine.pdf#page5

Grad Trogir (2023). *Predstavljen program 53. Trogirskog kulturnog ljeta* <https://trogir.hr/predstavljen-program-53-trogirskog-kulturnog-ljeta/>

Grad Trogir (2024). *Interaktivna mapa* <https://trogir.hr/interaktivna-mapa/?location-category=13>

Grad Trogir (2024). *Povijest Grada Trogira* <https://trogir.hr/o-gradu/povijest-2/>

Grad Trogir (2024). *Welcome to Trogir, city of Masters* <https://trogir.hr/turisti/>

Gregorić, M. (2022). *Transformacija kulturnog turizma u post Covid uvjetima*. Znanstveni rad. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/file/440549>

Hrvatska turistička zajednica (2019). „*DOBRODOŠLI U TROGIR, GRAD MAJSTORA*“ - NOVA BRAND STRATEGIJA, VIZUALNI IDENTITET I PROMOTIVNI VIDEO <https://www.htz.hr/hr-hr/dobrodosli-u-trogir-grad-majstora-nova-brand-strategija-vizualni-identitet-i-promotivni-video>

Hrvatska turistička zajednica (2023). *10. MOONDANCE FESTIVAL, TROGIR, 27.-30. SRPNJA* <https://www.htz.hr/hr-HR/10-moondance-festival-trogir-27-30-srpnja>

Hrvatska turistička zajednica (2023). *Strateški marketinški i operativni plan hrvatskog turizma za razdoblje 2023.-2027.* https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-08/SMOPHT_2023-2027_sazetak.pdf

Hrvatsko društvo skladatelja (2023). *15. Opera Selecta u Trogiru: Malo domoljublja i domaćih prilika* <https://www.hds.hr/15-opera-selecta-u-trogiru-malo-domoljublja-i-domacih-prilika/>

Institut za turizam (2023). *STAVOVI I POTROŠNJA TURISTA U HRVATSKOJ U 2022. i 2023. GODINI TOMAS HRVATSKA 2022./2023.* <https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-12/TOMAS%20Hrvatska%202022%20-%202023.pdf>

Javna ustanova More i krš (2018). *MARKETING PLAN PARKA GARAGNIN - FANFOGNA* <https://moreikrs.hr/wp-content/uploads/2022/01/Marketing-plan.pdf>

Kantun kulture Trogir (2024). *O nama* <https://kantun-kulture.hr/o-nama/>

Marina Trogir (2024). *O Marini Trogir* <https://marina21.com/hr/marina-trogir/>

Michelin (2024). *RESTAURANTS* <https://guide.michelin.com/en/hr/split-dalmatia/trogir/restaurants?sort=distance>

Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske (2024). *Registar kulturnih dobara RH* <https://registar.kulturnadobra.hr/#/>

Ministarstvo kulture i medija (2022). *PREGLED KULTURNOG RAZVOJA I KULTURNIH POLITIKA U REPUBLICI HRVATSKOJ* <https://min-kulture.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Pregled%20kulturnog%20razvoja%20i%20kulturnih%20politika%20u%20Republici%20Hrvatskoj.pdf>

Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske (2013). *Mediteranska prehrana upisana na Reprezentativnu listu svjetske nematerijalne baštine* <https://min-kulture.gov.hr/unesco-16291/dogadjanja/mediteranska-prehrana-upisana-na-reprezentativnu-listu-svjetske-nematerijalne-bastine-9601/9601>

Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske (2024). *Nematerijalna dobra upisana na UNESCO-ov Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva* <https://min-kulture.gov.hr/eu-kultura/kulturna-bastina/vrste-kulturne-bastine/nematerijalna-kulturna-bastina/nematerijalna-dobra-upisana-na-unesco-ov-reprezentativni-popis-nematerijalne-kulturne-bastine-covjecanstva/5337>

Ministarstvo kulture Republike Hrvatske (2011). *STRATEGIJA ZAŠTITE, OČUVANJA I ODRŽIVOG GOSPODARSKOG KORIŠTENJA KULTURNE BAŠTINE REPUBLIKE HRVATSKE ZA RAZDOBLJE 2011.–2015.* <https://min-kulture.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Strategija%20za%20za%C5%A1tite%20o%C4%8Duvanja%20i%20odr%C5%BEivog%20gospodarskog%20kori%C5%A1tenja%20kulturne%20ba%C5%A1tine%20Republike%20Hrvatske%20za%20razdoblje%202011.%E2%80%932015..pdf>

Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture Republike Hrvatske (2018). *Most kopno - otok Čiovo svečano pušten u promet* <https://mmpi.gov.hr/arhiva/infrastruktura-166/vijesti/most-kopno-otok-ciovo-svecano-pusten-u-promet-19535/19535>

Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske (2015). *AKCIJSKI PLAN RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA* https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/001_160128-AP_kulturni.pdf

Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske (2023). *NACIONALNI PLAN RAZVOJA ODRŽIVOG TURIZMA DO 2027. GODINE* https://mint.gov.hr/UserDocsImages//2023_dokumenti//Nacionalni%20plan%20razvoja%20odr%C5%BEivog%20turizma%20do%202027.%20godine%20i%20Akcijski%20plan%20do%202025.%20godine.pdf

Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2003). *STRATEGIJA RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA* <https://vlada.gov.hr/UserDocsImages/2016/Sjednice/Arhiva/73.%20-%201.4.pdf>.

Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske (2022). *Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine* https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/003_220721_Strategija_ROT_nacrt.pdf

Mrvica Mađarac, S., Malarić, I. (2023). *Međunarodni dječji festival u kontekstu kulturnog turizma grada Šibenika*. Stručni rad. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/file/444380>

Muzej grada Trogira (2024). *stalni postav* <https://muzej-grada-trogira.hr/stalni-postav/>

Nastavni zavod za javno zdravstvo Splitsko – dalmatinske županije (2023). *Kakvoća mora* <https://nzjz-split.hr/servisi/kakvoća-mora/>

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

Petrić, L. (2015). *Plan upravljanja gradskom jezgrom III. STRATEŠKE SMJERNICE* <https://www.split.hr/ukljuci-se/plan-upravljanja-gradskom-jezgrom/lgs.axd?t=16&id=15242>

Portal.hr. (2021). *U petak u Trogiru Bokun festivala – festival nijemog filma i drugih osjetila 2021.* <https://www.portal.hr/novosti/trisedma/57012-u-petak-u-trogiru-bokun-festivala-festival-nijemog-filma-i-drugih-osjetila-2021>

Rabotić, B.(2013). *Selektivni oblici turizma*. Beograd : Visoka turistička škola strukovnih studija.

Radić, D. (1997). *Gradska jezgra Trogira - svjetska baština UNESCO-a*. Stručni rad. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/file/211146>

Trogir holding (2017). *STRATEŠKI PLAN ZA RAZDOBLJE 2017. - 2019.* <https://tgholding.hr/pdf/planovi/Strateskiplan2017.-2019..pdf>

Trogirski portal (2022). *OSNOVANO DRUŠTVO „KAMENI CVIT“* <https://trogirskiportal.hr/osnovano-drustvo-kameni-cvit/>

Trogirski portal (2022). *STARI ČIOVSKI MOST ZA DESETAK DANA BIT ĆE OTVOREN ZA VOZILA – NOVI MOST NE TONE I NEĆE SE ZATVARATI!* <https://trogirskiportal.hr/stari-ciovski-most-za-desetak-dana-bit-ce-otvoren-za-vozila-novi-most-ne-tone-i-nece-se-zatvarati/>

Turistička zajednica grada Trogira (2022). *ZIMSKA ADVENTURA* <https://www.visittrogir.hr/hr/tourist/events/zimska-adventura>

Turistička zajednica grada Trogira (2023). *Dan o'Kvadrilje* <https://www.visittrogir.hr/hr/tourist/events/dan-o-kvadrilje>

Turistička zajednica grada Trogira (2023). *Gradski trg i njegove čari* <https://www.visittrogir.hr/hr/tourist/blogs/gradski-trg-i-njegove-cari>

Turistička zajednica grada Trogira (2023). *Katedrala sv. Lovre kroz povijest* <https://www.visittrogir.hr/hr/tourist/blogs/katedrala-sv-lovre-kroz-povijest>

Turistička zajednica grada Trogira (2023). *Kula Kamerlengo* <https://www.visittrogir.hr/hr/tourist/blogs/kula-kamerlengo>

Turistička zajednica grada Trogira (2023). *Legenda o Kairosu* <https://www.visittrogir.hr/hr/tourist/blogs/legenda-o-kairosu>

Turistička zajednica grada Trogira (2023). *Program rada Turističke zajednice grada Trogira za 2024. godinu* <https://api.visittrogir.hr/wp-content/uploads/2024/01/Program-rada-TZG-Trogir-za-2024.-1.pdf>

Turistička zajednica grada Trogira (2023). *STREET FOOD FESTIVAL Babarol* <https://www.visittrogir.hr/hr/tourist/events/jer-spiza-je-slada-kad-stavis-svoj-babarol>

Turistička zajednica grada Trogira (2023). *TROGIR – TRAGOVIMA MAJSTORA* https://api.visittrogir.hr/wp-content/uploads/2023/05/trogir_brosura_HR_low-res-1-1.pdf

Turistička zajednica grada Trogira (2023). *Trogirske udruge* <https://www.visittrogir.hr/hr/tourist/blogs/trogirske-udruge>

Turistička zajednica grada Trogira (2024). *Dobrodošli u Trogir – grad majstora!* <https://www.visittrogir.hr/hr/tourist/masters>

Turistička zajednica grada Trogira (2024). *TROGIR OUTDOOR FESTIVAL 2024.* <https://www.visittrogir.hr/hr/tourist/activities/outdoor-festival>

Turistička zajednica grada Trogira (2024). *KulaKula Festival* <https://www.visittrogir.hr/hr/tourist/events/kulakula-festival-2>

Turistička zajednica grada Trogira (2024). *Program rada* <https://www.visittrogir.hr/hr/local/documents-and-info/agenda>

Turistička zajednica grada Trogira (2024). *Restorani „Zrno soli“ i „Il Ponte“ prvi u Hrvatskoj dobili Zlatne plakete Michelin* <https://www.visittrogir.hr/hr/local/news/restorani-zrno-soli-i-il-ponte-prvi-u-hrvatskoj-dobili-zlatne-plakete-michelin>

Turistička zajednica grada Trogira (2024). *Statistike* <https://www.visittrogir.hr/hr/local/statistics>

Turistička zajednica grada Trogira (2024). *TROGIR INFO* <https://api.visittrogir.hr/wp-content/uploads/2024/04/Brosura-Trogir-2024-HRV-smanjeni-web.pdf>

UNESCO (2021). *Heritage-based city branding in Trogir (Croatia)* <https://whc.unesco.org/en/canopy/trogir-branding/>

UNWTO (2024.) *Glossary of tourism terms* <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

Žabica, T. (1993). *HRVATSKI JADRANSKI PROSTOR KAO PRIRODNO – GEOGRAFSKA TURISTIČKA REGIJA*. Pregledni rad. Ekonomska misao i praksa. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/file/323980>

Popis ilustracija

SLIKE

| | | |
|-----------------|---|----|
| Slika 1. | Prostorni obuhvat i položaj grada Trogira | 14 |
| Slika 2. | Katedrala sv. Lovre | 32 |
| Slika 3. | Kula Kamerlengo | 33 |
| Slika 4. | Logo grada Trogira | 42 |

TABLICE

| | | |
|-------------------|--|----|
| Tablica 1. | Broj objekata za smještaj u Trogiru prema naseljima i vrsti objekta u 2023. godini | 21 |
| Tablica 2. | Broj stalnih postelja u Trogiru prema naseljima i vrsti objekta u 2023. godini | 22 |
| Tablica 3. | Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista grada Trogira u razdoblju od 2019. do 2023. godine | 23 |
| Tablica 4. | SWOT analiza grada Trogira kao turističke destinacije | 26 |
| Tablica 5. | Kulturno – spomenička baština Trogira | 31 |
| Tablica 6. | Mjere i beneficije prioriteta „Očuvanje kulturne i povijesne baštine“ iz cilja „razvoj turizma“ iz Plana ukupnog razvoja grada Trogira | 36 |

GRAFIKONI

| | | |
|--------------------|---|----|
| Grafikon 1. | Usporedba dolazaka i noćenja turista grada Trogira u 2023. i 2019. godini prema emitivnim tržištima | 24 |
| Grafikon 2. | Prosječno trajanje boravka turista grada Trogira u 2023. godini | 25 |