

Branka Stipanović, mag. oec.

Studentica
Hercegovina Univerzitet, Međugorje
E-mail: stipanovicbranka@gmail.com

MJESTO I ULOGA PROSTORA U TURIZMU TROGIRA – PRIMJER MANIFESTACIJE SREDNJOVJEKOVNI FESTIVAL

UDK / UDC: 338.48:711

JEL klasifikacija / JEL classification: L83, R11, Z10

Pregledni rad / Review

Primljeno / Received: 1. svibnja 2015. / May 1, 2015

Prihvaćeno za tisak / Accepted for publishing: 7. prosinca 2015. / December 7, 2015

Sažetak

U radu se terminološki definira prostor kao temeljni čimbenik razvoja turizma. Svojstva prostora moraju biti takva da privuku goste na posjet određenoj turističkoj destinaciji jer je specifičnost turizma putovanje u turističku destinaciju u kojoj se realiziraju turistička događanja. Turizam zahtijeva visokokvalitetan prostor s osobitim prirodnim, estetskim, ekološkim i kulturnim vrijednostima. U radu je provedeno empirijsko istraživanje stavova posjetitelja Srednjovjekovnog sajma u Trogiru o atraktivnosti prostora stare gradske jezgre Trogira. Prilikom obrade primarnih podataka korištena je distribucija frekvencija. Rezultati rada pokazuju kako su istraženi elementi estetske, ekološke, kulturne i ambijentalne vrijednosti prostora stare gradske jezgre grada Trogira pretpostavka za uspješnu realizaciju turističkih manifestacija. Zadovoljstvo posjetitelja je pretpostavka lojalnosti posjetitelja brendu i stjecanja šire prepoznatljivosti Srednjovjekovnog festivala i destinacije. Cjelokupnu turističku ponudu Trogira potrebno je graditi u harmoniji s očuvanjem prirodne i kulturno-povijesne turističke atraktivne osnove.

Ključne riječi: turizam, prostor, mjesto, Trogir, Srednjovjekovni festival.

1. UVOD

Predmet rada je mjesto i uloga prostora u turizmu Trogira prema mišljenju posjetitelja manifestacije „Srednjovjekovni festival“ u Trogiru. Cilj je rada ukazati na značajnost prostora kao preduvjeta za razvoj turizma te na značaj ravnoteže između turističkog razvoja i potrebe za dugoročnim očuvanjem prostora. Svrha rada jest dati teorijski prikaz odnosa turizma i prostora, a potom istražiti kakav je taj odnos na primjeru grada Trogira, koristeći se ocjenama mišljenja posjetitelja o mjestu i ulozi prostora u održavanju manifestacije Srednjovjekovni festival u Trogiru.

Rad je podijeljen na četiri dijela. Nakon uvoda, teorijski osvrti i kvalitativna analiza u drugom dijelu rada govore u prilog snažne međupovezanosti prostora i krajobraza te potencijala za razvoj turizma. U trećem dijelu rada, a potkrijepljeno provedenim empirijskim istraživanjem, prikazan je utjecaj estetskih, ekoloških, kulturnih i ambijentalnih vrijednosti trogirske gradske jezgre na potencijal razvoja turističkih manifestacija (Srednjovjekovni festival). Zaključno se sumiraju stavovi teoretičara turizma i rezultati empirijskog istraživanja te se potvrđuje postavljena hipoteza istraživanja.

2. MEĐUPOVEZANOST PROSTORA I TURIZMA

Definiranjem pojmova prostora i krajolika te odnosa prostora i turizma ukazuje se na njihovu kauzalnost kroz pozitivne i negativne utjecaje.

2.1. Određenje pojma prostora i krajolika

Pojam prostora vrlo je širok te ga je moguće obraditi iz perspektive različitih znanstvenih disciplina: prostornog planiranja i urbanizma, arhitekture, turizma i dr. Iz turističke perspektive, prostor je važan kao atrakcijska osnova i čimbenik ponude svake turističke destinacije. Krajolik se može definirati kao segment prostora s tipičnim karakteristikama, obrascima i strukturama (Pichard, 2011.) te obuhvaća „sve vidljive značajke određenog prostora, često uzimajući u obzir stupanj estetske vrijednosti prostora“ (Terkenli, 2004.). Krajolik je sve ono što se pruža oku pri pogledu na prirodu nekoga kraja. Sinonim krajoliku je krajobraz, pejzaž, predio (Bilen, 2011.). Krajoliku turizmu se može također definirati kao područje, viđeno ljudskim okom, čija su obilježja rezultat djelovanja i međudjelovanja prirodnih i/ili ljudskih čimbenika (Europska konvencija o krajoliku, Firenza 2000.).

Kao pojam u geografiji, prostor predstavlja „objektivno postojeći oblik realnosti i primarnu pretpostavku postojanja objektivne stvarnosti, tj. konkretnije cjelokupnoga materijalnog svijeta“ (Šterc, 1989.). Prema navedenom autoru, prostor je kao geografska kategorija obilježen značajkom djeljivosti te mjerljivosti te je stoga moguće razlikovati različite prostorne jedinice, a to su antroposfera, geosfera, čovjekov geoprostor i u okviru njega realni čovjekov geoprostor. Iz perspektive turizma, značajni su geografski pojmovi čovjekova

geoprostora i realnoga čovjekova geoprostora s obzirom na to da je realni čovjekov geoprostor zapravo prostor u kojem se odvija čovjekov život. Upravo taj prostor predstavlja snažan, atraktivan čimbenik koji uvjetuje realizaciju turističkih aktivnosti u određenom prostoru (realnomu čovjekovu geoprostoru).

Prostor se iz turističke perspektive ne može promatrati isključivo kao trodimenzionalna fizička pojava, nego predstavlja simboličku i materijalnu transformaciju fizičkih, opipljivih elemenata prostora koji dobivaju snažnu socijalnu dimenziju te dimenziju doživljaja i iskustva turista. Prostor kao temeljnu marketinšku jedinicu privlačnosti definira Bunc (1986.), a Pirjevec (2002.) naglašava kako turistička receptivna područja (turističke destinacije) nisu samo geografske lokacije, nego mjesta interakcije između ponude i potražnje na tržištu. Prema Češljašu (1989.), integralno planiranje u turizmu uvjetovano je ekonomskom, sociološkim i prostornim aspektima. Stavovi navednih autora potvrđuju tezu da se prostor u turizmu treba poimati kao multidimenzionalna, a ne isključivo geografska kategorija. Iz turističke i marketinške perspektivne prostor je, prije svega, ishodište turističkih doživljaja.

Moguće je razlikovati različite vrste krajolika kao područja percipiranog od strane ljudi čiji je karakter rezultat zajedničkog djelovanja i međudjelovanja prirodnih i/ili ljudskih čimbenika. Krajolici mogu biti netaknuti, potpuno prirodni ili modificirani ljudskim djelovanjem. To su krajolici u kojima je vidljiv materijalni zapis ljudske civilizacije. O doseg razvoja civilizacije svjedoče brojni spomenici (npr. piramide u Egiptu, antički hramovi, srednjovjekovne katedrale, moderna arhitektonska dostignuća...). Čovjek nedvojbeno svojim utjecajem mijenja i konfigurira krajolike te ih prilagođava svojim potrebama i načinu života. Tako krajolik predstavlja „međusklop prirode i kulture, materijalne i nematerijalne baštine“ (Dumbović Bilušić, 2014.). Tradicionalna je podjela kulturne baštine prema obliću na pokretnu i nepokretnu materijalnu baštinu te nematerijalnu baštinu (Hasenay, Krtalić, Šimunić, 2011.) te ona predstavlja antropogeni aspekt krajolika. Prema navedenim autorima, materijalna baština se može podijeliti na nepokretnu (spomenici, sakralne građevine...) i pokretnu (umjetnine, slike...), dok je nematerijalna baština skup običaja, plesova, govora i drugih značajki baštine koje su neodvojive od zajednice ljudi koja živi u određenom prostoru.

Krajolik, kao dio prostora koji se može obuhvatiti pogledom daje čovjeku osjećaj mjesta (lat. *genius loci*). Pri upravljanju krajolikom nužno je poštovati načelo sklada između prirodnih i antropogenih utjecaja. Različiti se krajolici međusobno razlikuju po stupnju zastupljenosti prirodnih i antropogenih utjecaja pa se može govoriti o autentičnom prostoru koji se odlikuje velikim utjecajem čovjeka sa sačuvanim tradicionalnim antropogenim utjecajima (npr. pašnjaci, suhozidi...). U artificijelnim krajolicima, antropogeni utjecaj je osobito izražen u smislu racionalne organizacije prostora prema potrebama čovjeka (zajednice) te se takav krajolik odlikuje racionalnom i logičkom organizacijom prostora. Idilični krajolici su oni u kojima dominira netaknut krajolik s pojedinim antropogenim elementima te takvi krajolici imaju iznimnu romantičnu vrijednost.

Prostor nije jednodimenzionalan fizički i materijalan pojam te se njegove vrijednosti mogu promatrati iz više aspekata, i to prirodne vrijednosti, ekološke vrijednosti, kulturne vrijednosti i estetske vrijednosti. Prema Muller (2004.), prirodne vrijednosti prostora predstavljaju skup obilježja prostora, a to su ove značajke prostora: klima, voda, flora i fauna te zaštićena prirodna baština. Ekološke se vrijednosti odnose na stupanj očuvanosti kakvoće okoliša i biološke raznolikosti (Li, Wu, 2004.). Kulturne vrijednosti prostora opisuje Pichard (2011.) te ističe kako su one odraz načina korištenja prostora koji odražava kulturu i identitet zajednice koja živi na određenom prostoru. Sukladno tome, prostor je neodvojiv dio pripadnosti određenoj kulturi te postaje slika jedne zajednice i mjesto pripadnosti, odnosno zavičajne vrijednosti. Kušen (2002.a) definira ekonomske vrijednosti prostora. Tako prostor predstavlja značajan element za razvoj gospodarskih djelatnosti jer kvaliteta prostora često definira potencijal za razvoj pojedinih djelatnosti. Tako je „prostor medij koji uvjetuje razvoj turizma. Dijelovi prostora svojim turističkim atrakcijama potiču pučanstvo iz drugih krajeva da ih posjeti ili da u njima privremeno boravi“ (Kušen, 2002.a). Estetske vrijednosti prostora odnose se na vizualne elemente koji imaju značajan utjecaj na emocije koje pojedinac osjeća u određenom prostoru te time estetske vrijednosti prostora imaju značajan utjecaj na kvalitetu života. Čovjek i priroda neodvojivo su povezani i stoga je boravak u kvalitetnom prostoru nužan za fizičko i mentalno stanje čovjeka. U skladu s tim, vrlo je važno u prostornom planiranju definirati „granične kapacitete“, odnosno stupanj do kojeg čovjek može intervenirati u prostoru, a da prostor ne postane saturiran, ugrožen i eksploatiran. Uvažavanje osobitosti prostora u planiranju intervencija u prostoru nije važno samo radi očuvanja estetskih, nego i ekoloških vrijednosti, a posredno i poradi dugoročnog očuvanja ekonomske vrijednosti prostora.

2.2. Odnos prostora i turizma

Prema Kušenu (2002.a) koji definira prostor kao medij u kojem se odvija turistička djelatnost, odnos se prostora i turizma mijenjao tijekom povijesti. U ekspanzivnoj fazi razvoja turizma, masovnom turizmu, turističko gospodarstvo, okoliš i lokalna zajednica bile su međupovezane, ali odvojene kategorije, dok u suvremenome turizmu utemeljenom na održivomu razvoju turističko gospodarstvo, lokalna zajednica i zaštita okoliša djeluju kao partneri u održivom razvoju turizma. Navedeni autor razlikuje turizam privilegiranih slojeva, masovni turizam i „novi turizam“ čije naznake se razvijaju još 1980-ih godina. Ekspanzivan, eksplorativan i destruktivan utjecaj turizma na prostor, značajka je masovnog turizma u kojem su se gradila turistička središta s prekomjernim brojem postelja. Suvremeni turizam zasniva se na razvoju selektivnih vrsta turizma te se razvija harmonično i u skladu sa značajkama prostora, a nema ekspanzivno i destruktivno djelovanje na prostor kao temeljni turistički medij u kojem se nalaze prostorne turističke atraktivnosti kojima se mogu izravno smatrati svi atraktivni dijelovi prostora, ali i sve ostale turističke atrakcije jer su obilježene svojim prostornim razmještajem.

Turistička je atrakcijska osnova čimbenik koji generira turističku potražnju za određenom destinacijom (uz receptivne i prometno-komunikacijske čimbenike turističke ponude) (Kušen, 2002.a) kao funkcionalnom cjelinom. Dakle, turistička atrakcijska osnova smještena je u turističkoj destinaciji kao prostornoj cjelini u kojoj se odvija turistički promet. Prema Tussyadiah i Fesenmaier (2009.), turističke atrakcije su svi elementi turističke destinacije koji imaju privlačna svojstva za turiste, odnosno elementi koji motiviraju turiste na donošenje odluke o turističkom putovanju. Prema navedenim autorima, turističke atrakcije se dijele na prirodne i kulturne. Kako bi određeni element turističke destinacije imao svojstvo atrakcije nužno je zadovoljavanje triju kriterija: postojanje zanimanja turista, postojanje turističkog resursa i postojanje distinktivne vrijednosti resursa radi koje turistički resurs motivira turiste na posjet destinaciji. Destinacija je, dakle, lokalno ukorijenjeni sustav (Petrić i Mrnjavac, 2003., Davidson i Maitland, 1997.) u kojem se određena područja natječu za stjecanje konkurentске prednosti optimalnim kombiniranjem vlastitih resursa.

Kako bi prostor bio turistički iskoristiv, mora imati atribute visoke prirodne, estetske, kulturne i ekološke vrijednosti, čime prostor u turizmu posredno generira ekonomsku vrijednost. Prostor je izuzetno bitan preduvjet za razvoj turizma na atraktivnoj razini, ali je u turističkoj destinaciji jednako važno organizirati prostor na način da se osiguraju zone za izgradnju receptivnih čimbenika (smještajnih i prihvatnih kapaciteta, trgovačkih, rekreativnih, komunalnih sadržaja) te prometnih čimbenika (zračnih luka, prometnica, trajektnih luka, željezničkih prometnica).

Jedino skladno upravljanje prostorom u kojem su razvijeni atraktivni, prometni (komunikacijski) i receptivni čimbenici ponude destinacije može rezultirati visokovrijednim prostorom koji se može koristiti u turističke svrhe. Prostorom u turizmu je nužno odgovorno upravljati kako bi se minimizirali ili u potpunosti eliminirali negativni učinci saturacije i devastacije prostora.

Turizam ima sve veću važnost u gospodarstvu općenito. Budući da se suvremeni turizam gotovo ne može zamisliti bez očuvanih turističke atrakcijske osnove, taj sektor može odigrati ključnu ulogu u poboljšavanju stanja prostora te u vršenju pritisaka na društvo da se ono odluči za prihvaćanje politike održivoga razvoja i da pristupi njegovu ostvarivanju. Pritom je važno to da i drugi sektori odnosno partneri prepoznaju tu moguću ulogu turizma koju, na žalost, ni on sâm još nije prepoznao, barem ne u tome smislu da bi preuzeo jednu od vodećih uloga.

Kakvoća prostora je važna za razvoj turizma. Međutim, odnos turizma prema prostoru je složen. Turizam uključuje mnoge aktivnosti koje mogu imati štetne učinke na kvalitetu prostora u kojem se odvijaju turističke aktivnosti. Mnogi od tih utjecaja su povezani s izgradnjom opće infrastrukture kao što su ceste i zračne luke, turistički objekti, naselja, hoteli, restorani, trgovine, golf-igrališta i marine. Negativni utjecaji turizma mogu postupno uništiti prirodne, estetske, kulturne i ekološke vrijednosti prostora koje su jedan od osnovnih pokretača razvoja turističke djelatnosti.

S druge pak strane, turizam ima potencijal za stvaranje pozitivnih učinaka na prostor pridonoseći očuvanju turističke atrakcijske osnove u destinaciji. Danas je nužan razvoj turizma koji se kreće u smjeru podizanja svijesti o potrebi zaštite prostora, i to može poslužiti kao alat za financiranje zaštite prirodnih i kulturno-povijesnih resursa i povećanja njihove turističke važnosti. Uvažavanjem načela održivosti, suvremeni turizam može pridonijeti razvoju prostora, optimalnoj valorizaciji resursa i očuvanju izvornosti identiteta proizvoda.

S obzirom na to da razvoj turizma konzumira velike prostorne površine u svrhu ponude receptivnih, prometnih i atrakcijskih turističkih sadržaja u destinaciji, nužno je utvrditi granicu nosivosti kapaciteta u destinaciji (Magaš, 2003.) kao granicu iznad koje dolazi do saturacije i degradacije. Dakle, dugoročan razvoj turizma moguć je jedino ukoliko se uvažava princip održivosti uz kontroliran i planiran turistički razvoj.

Prema Hanesay i sur. (2011.) kulturna baština kao skup pokretne i nepokretne materijalne baštine te nematerijalne baštine, predstavlja jedan od bitnih čimbenika razvoja turizma. Putem promicanja kulturnog turizma osigurava se širenje europske kulture te se ujedno osiguravaju sredstva za očuvanje i zaštitu kulturne atrakcijske osnove destinacije. Dakle, u ovim nastojanjima vidi se težnja za razvojem zdrave „simbioze“ turizma i kulture, u kojoj kulturna baština predstavlja čimbenik za poticanje turističkih kretanja, a turizam osigurava sredstva za revitalizaciju i očuvanje kulturnih spomenika. Kako bi međupovezanost turizma i kulture bila dugoročno održiva, važno je to da kulturni turizam nema obilježja masovnosti, uniformiranosti i eksploatacije, odnosno da lukrativni motivi i motivi očuvanja kulturne baštine budu u međusobnoj ravnoteži.

2.3. Prilog kvalitativnoj analizi upotrebe turizma u prostoru

Zauzimanje pristupa koji je temeljen na isključivom praćenju trendova pozitivnog rasta i kvantitativnih promjena u dinamici kretanja na turističkom tržištu, zanemarujući kvalitativne aspekte strukturnih promjena potražnje posljedično je razvidan kroz prostorne posljedice u pogledu narušavanja ravnoteže održivog razvoja i gubitak autentičnosti, što dovodi do neusklađenosti s individualiziranim zahtjevima. Opisani problem prepoznat je reguliran procedurama i smjernicama Europske Unije te Udruga za zaštitu potrošača te je zaustavljen ekspanzivan odnos turizma prema prostoru koji je bio generiran težnjom turoperatora za postizanjem ekonomije obujma u 20. stoljeću.

Turizam hrvatskih obalnih destinacija u velikoj se mjeri temeljio na masovnom turizmu sunca i mora te je kao takav upućen na maritimne resurse koji su korišteni i eksploatirani bez svijesti o ograničenosti prirodnih resursa pa je tako stvoren izniman pritisak na maritimne resurse koji je rezultirao prijetnjom saturacije i degradacije istih (Kušen 2002.a i 2002.b, Petrić, Mrnjavec, 2003.,

Magaš, 2003., Luković, 2007., Carić, Marković, 2010., Geić, 2011.). Navedeni autori kritiziraju opisani oblik turističkog razvoja prepoznajući prijetnju pretvaranja turističkih atrakcija u čimbenike koji demotiviraju turiste na posjet destinaciji. Opisana pojava prepoznata je i na međunarodnoj razini, primjerice u Španjolskoj (Garin Munoz, 2007.), Turskoj (Tosun, 2001.) i Grčkoj (Andriotis, 2001.). Iz tog se razloga na globalnoj razini razvija potreba za sinergijom između razvoja turizma i očuvanja prostora razvojeselektivnih oblika turizma poput ekoturizma, ruralnoga i kulturnog turizma (Dulčić, 2002., Luković, 2007., Jadrešić, 2010., Geić, 2011.).

3. ODNOS TURIZMA I PROSTORA NA PODRUČJU DESTINACIJE TROGIR

U ovoj cjelini opisuju se funkcionalne odrednice destinacije Trogir te se prikazuju rezultati istraživanja mjesta i uloge prostora u Trogiru.

3.1. Prostorne i prirodne odrednice destinacije Trogir

Trogir je turistička destinacija smještena na prostoru srednje Dalmacije, samo 25 km zapadno od drugoga po veličini grada u RH – Splita. Grad se nalazi u SZ dijelu Kaštelanskog zaljeva te predstavlja „administrativni, gospodarski i upravni centar trogirске mikroregije čija površina iznosi 250 km²“ (<http://www.lineams.hr/hr-trogir>). Zapadno od Trogira smještena je općina Rogoznica koja se nalazi u Šibensko- kninskoj županiji, a na sjeveru je područje Kaštelanske zagore. Istočno od Trogira smještena su Kaštela, a na jugu Trogir graniči sa šoltanskom otočnom skupinom. Grad ima vrlo povoljan položaj jer je smješten u neposrednoj blizini najvećega dalmatinskog centra, Splita, čime je olakšano korištenje različitih pogodnosti velikog centra: školovanje u srednjim školama i sveučilištu, bolnička zaštita, trgovački centri, veće mogućnosti zapošljavanja.

S geografskog aspekta, mogu se razlikovati trogirsko primorje i zagorski dio. U primorju dominira razvedeni otočni arhipelag, a u zagori krški reljef. Primorje se proteže u dužini od 25 km zračne linije, izbrazdano je zaljevima i uvalama te obuhvaća područje Grada Trogira i novoutemeljenih općina Seget. „Geografske koordinate trogirске mikroregije određene su od 160°01' do 160°19'10" istočne geografske dužine i od 43°25'50" do 43°38' sjeverne geografske širine“ (<http://tzitrogir.hr/#52455>). „Sâm Grad smješten je u Trogirskom kanalu, jedan dio na obali, drugi na otoku Čiovu (spoj s mostom). Površina Grada iznosi 7,52 km², a površina općine 39,20 km². Dijelovi Grada su: Grad, Bilin Dolac, Ciprian, Čiovo, Lokvice, Drid, Kopno, Malo Polje, Pasike, Travarica, Miševac i Vilajica. Naselja u općini jesu: Arbanija, Divulje, Drvenik Mali, Drvenik Veliki, Mastrinka, Plano i Žedno“ (<http://www.trogironline.com/>).

Trogir je destinacija osobitih prirodnih i kulturno-povijesnih atrakcija. Prirodna atrakcija grada Trogira sadržana je u razvedenosti otočnog arhipelaga i

obalnoga pojasa, povoljnim klimatskim značajkama Csa tipa klime (Lovrić, 1995.), čistoćom mora i slatkovodnim enklavama kakva je močvara Pantan (Bičanić, Baković, 1999.) te bogatstvom očuvane, raznovrsne flore i faune u primorskomu i zagorskom dijelu destinacije (Lovrić, 1995.).

Pogodne prirodne karakteristike povijesno su predstavljale značajan čimbenik u donošenju odluke o naseljavanju pa je Trogir prvotno bio ilirsko-grčko naselje koje postaje rimskimunicipij *Tragurium* poznat po kamenu. Na primjeru Trogira evidentna je veza prirodnih i kulturno-povijesnih atrakcija jer je kamen kao resurs područja današnjeg Trogira bio značajan čimbenik naseljavanja i kulturno-povijesnog te civilizacijskog uzleta ovog područja tijekom povijesti. Kulturno-povijesna baština Trogira osobito je vrijedna te je stoga i uvrštena na UNESCO-ovu listu 1997. godine kao iznimno romaničko-gotičko naslijeđe. Kulturno-povijesne atrakcije destinacije Trogir mogu se podijeliti na (<http://www.topdestinacije.hr/destinacija/trogir-31>):

- svjetovnu materijalnu kulturnu baštinu, npr. tvrđava kula „Kamerlengo“, kula „Sv. Marka“, palače: „Lucić“ i „Čipiko“ te loža „Petar Berislavić“;
- sakralnu materijalnu kulturnu baštinu, npr. crkve: „Sv. Petar“ i „Sv. Ivan“, galerija „Svi sveti“, sakralna umjetnost: „Pinakoteka“, zbirka „Kairos“, samostan „Sv. Nikola“ i katedrala „Sv. Lovre“ te
- nematerijalnu kulturnu baštinu, npr. klapska pjesma.

Stara jezgra Trogira u cijelosti predstavlja spomenik razdoblju romanike i gotike. Zidine i zdanja unutar zidina su iznimno dobro očuvane, ne samo uzimajući u obzir područje Jadrana, nego i cjelokupno područje središnje Europe. Dvorac i kule te brojne građevine i palače iz romaničkoga, gotičkog, renesansnoga i baroknog perioda dio su bogate kulturno-povijesne baštine trogirske gradske jezgre. No osim kulturno-povijesnog bogatstva u samoj gradskoj jezgri koja je prikaz kulturno-povijesnih sadržaja urbanog područja, ne smije se zanemariti ni kulturno-povijesna vrijednost ruralnih cjelina Drvenika Velog i Žednog na otoku Čiovu. Poznate **manifestacije** u gradu Trogiru su Srednjovjekovni festival, „Vridne ruke obale, zagore i škoja“ i dr..

3.2. Prometni i receptivni čimbenici destinacije Trogir

Trogir je dobro prometno povezana turistička destinacija cestovnim, zračnim i pomorskim putem. Naime, Zračna luka Resnik smještena je na samom izlazu iz grada Kaštela u smjeru Trogira. Izgradnja zračne luke Resnik 1960-ih godina predstavljala je značajan napredak u unapređenju prometne dostupnosti prostora današnje Splitsko-dalmatinske županije, ali i Dalmacije općenito za sva turistička kretanja, a osobito ona interkontinentalna.

Početak trećeg milenija jednak učinak na prometnu povezanost Trogira i Dalmacije u cjelini imala je izgradnja autoceste A1 koja spaja Dalmaciju sa Zagrebom – hrvatskom metropolom. Autocesta A1 nosi i popularni

naziv „Dalmatina“ jer je igrala veliku ulogu u eliminiranju problema cestovne prometne izoliranosti Dalmacije (koju je tijekom 1960-ih donekle ublažila Jadranska magistrala). Cestovni i zračni prometni pravci do Trogira predstavljaju snažne temelje sveukupnom gospodarskomu, turističkom, a time posredno i sociokulturnom razvoju područja destinacije Trogir. Najbliža željeznička postaja je Split, od kojeg je Trogir udaljen svega 20-ak kilometara.

Brodskim je linijama Trogir povezan s Drvenikom i Splitom, dok redoviti javni prijevoz upotpunjava odličnu prometnu povezanost Trogira. Međutim, u ocjeni postojećeg stanja prometne povezanosti destinacije Trogir, važno je napomenuti kako je cestovni promet unutar samoga grada loše riješen. Naime, Trogir je mostom povezan s Čiovom, a po izlasku s mosta dolazi se na glavno raskrižje gdje se sijeku putovi prema Splitu, Šibeniku i otoku Čiovu. Na vrhuncu turističke sezone, iz svih pravaca se stvara vrlo gust prometni čep pa je stoga nužna priprema i realizacija alternativnih rješenja kako bi se riješio problem gužve u centru grada. U tablici 1. prikazana je ponuda smještajnih jedinica u Trogiru 2013. godine.

Tablica 1.

Ponuda smještajnih jedinica u Gradu Trogiru 2013. godin

Vrsta smještaja	Broj postelja
privatni smještaj	4.599
Hoteli	480
broj vezova	162
Ukupno postelja	5.079
Ukupno vezova	162

Izvor: obrada autorice prema podacima TZTrogir 2013. godine

Od ukupno 5.079 smještajnih jedinica na području grada Trogira i okolice, čak 4.599 smještajnih jedinica su privatne smještajne jedinice koje, dakle, čine 88% ukupne ponude smještaja destinacije Trogir. U sklopu hotelskog smještaja, destinacija Trogir nudi 480 kreveta ili 9% ukupne destinacijske ponude, dok je vezova u lukama nautičkog turizma 162, odnosno 3% ukupne ponude.

U tablici 2. prikazan je raspored kreveta u privatnom smještaju prema pojedinim mjestima u sklopu destinacije Trogir.

Tablica 2.

Raspored postelja u privatnom smještaju u destinaciji Trogir

Mjesto	Osnovni ležajevi	Pomoćni ležajevi
Arbanija	1.148	103
Žedno	739	112
Trogir	2.178	319
Ukupno	4.065	534

Izvor: obrada autorice prema podacima TZ-Trogir 2013. godine

Na temelju tablice 2. može se zaključiti kako je udio osnovnog smještaja u ukupnoj ponudi 88%, a komplementarnog 12%. U ponudi privatnog smještaja dominira grad Trogir s ukupno 54% osnovnoga i komplementarnog smještaja, slijedi Arbanija s 27% udjela u ukupnom privatnom smještaju, dok je na području naselja Žedno smješteno 19% privatnih smještajnih jedinica (osnovnih i komplementarnih). Značajan nedostatak u ukupnoj ponudi smještajnih jedinica u Trogiru proizlazi iz činjenice da ne postoje kontinuirane inicijative vezane uz unapređenje kvalitete smještajnih jedinica, u pogledu površine i opremljenosti, odnosno zadovoljavanja viših tehničkih zahtjeva. Tako cjelokupnom ponudom smještaja (hotelskoga, pansionskog, apartmanskog) dominira srednja ocjena (***) zvjezdice), što dugoročno može uzrokovati značajan nedostatak u ukupnoj kvaliteti destinacijske ponude Trogira. Trogir kao grad pod zaštitom UNESCO-a ne smije ostati destinacija koja svojoj imidž temelji na masovnosti i kvantiteti, negona posebnosti i kvaliteti.

3.3. Obilježja prostornog planiranja grada Trogira

U prostornom planu grada Trogira, kao primarni oblici prostornog smještaja turističkih gospodarskih aktivnosti prepoznaju se ugostiteljsko-turističke zone (hotel T1 i turističko naselje T2). Međutim, razvoj receptivnih turističkih sadržaja omogućen je i u višenamjenskim strukturama naselja gdje ugostiteljsko-turistički sadržaj (T) trebaju biti izgrađeni na način da ne opterećuju okoliš prekomjernom razinom buke i ugrožavanja kakvoće zraka. Prostorni plan predviđa osobite mjere opreza prilikom izgradnje nautičkih sadržaja u obalnom pojasu navodeći kako je nužno poštivati načelo „minimalne preobrazbe“ obalnog pojasa uza strogu primjenu propisanih minimalno-tehničkih uvjeta za određeni tip luke nautičkog turizma (sidrišta, privežišta, suhe marine, marine). Minimalno-tehnički uvjeti služe kako bi se zaštitilo more i obalni pojas kao osobit prirodni atraktivni čimbenik grada Trogira od ekspanzivnog utjecaja nautičkog turizma. Osim toga, daljnji se razvoj materijalne osnove za razvoj nautičkog turizma planira u zonama koje nemaju visoku atraktivnost, nego se preferira opcija prenamjene postojećeg prostora niže kvalitete u luke nautičkog turizma. Ugostiteljsko-turistički sadržaji (T) nalaze se i unutar gradske jezgre Trogira, koja je pod zaštitom UNESCO-a. U ovoj zoni, nužno je turistički razvoj uskladiti i

potpuno podrediti konzervatorskim pravilima, što Prostorni plan grada Trogira i nalaže.

U gradu Trogiru isplanirane su nove zone ugostiteljsko-turističke površine izvan naselja, namjene T1, T2 i ukupne površine 27 ha i kapaciteta 1.400 kreveta na području naselja Drvenik Veliki u općini Trogir, i to (Prostorni plan grada Trogira):

- Drvenik Veliki, lokacija „Pod Prhovo“, namjene T1 i T2, površine 15 ha, kapaciteta 800 kreveta;
- Drvenik Veliki, lokacija „Uvala Krknjaši“ namjene T2, površine 12 ha, kapaciteta 600 kreveta.

Na izdvojenim građevinskim područjima ugostiteljsko-turističke namjene, gradnja nije dopuštena unutar najmanje 100 m od obalne crte, dok je Prostornim planom predviđena gustoća korištenja prostora od 50 do 55 kreveta/ha. Izgradnja zona T1 i T2 treba biti popraćena adekvatnom javnom cestovnom prometnicom, odgovarajućim brojem parkirališnih mjesta te zatvorenim kanalizacijskim sustavom s ugrađenim pročišćivačima.

Na temelju opisanih elemenata Prostornog plana Trogira vezanih uz daljnji razvoj turističkog gospodarstva, može se zaključiti da postoji kombinacija između masovnog i „novog“ pristupa u upravljanju prostorom koji se koristi u turističke svrhe. Naime, izgradnja ugostiteljsko-turističkih zona (T1 i T2) na području otoka Drvenika Velog odraz je tendencije da se turizam i dalje razvija izolirano i ekspanzivno po okoliš, izvan naselja, a time i izvan svakodnevne Trogira. Navedeni sustav prostornog planiranja uzrokuje to da turizam nije isprepleten sa svakodnevnim životom grada i ne predstavlja njegov integralni dio, nego se razvija unutar posebne prostorne, a time i sociokulturne „enklave“. Razvoj turizma u izdvojenim homogenim cjelinama i posebnim naseljima ostatak je prakse iz doba „masovnog turizma“ te se može zaključiti kako ovakav pristup prostornom planiranju turizma ima uzurpirajući učinak na područje otoka i kako degradira prostor. S druge pak strane, Prostorni plan prepoznaje važnost zaštite obalnog pojasa od pretjerane izgradnje (sukladno Zakonu o pomorskom dobru i morskim lukama NN 158/03), kao i važnost zaštite mora, otoka i obalnog pojasa od negativnih utjecaja luka nautičkog turizma na okoliš i kakvoću prostora, a osobit naglasak je na zaštiti gradske jezgre u kojoj svi radovi moraju biti odobreni i u skladu s preporukama konzervatora. Prostorni plan Trogira može se ocijeniti visokokvalitetnim u pogledu zaštite turističke atrakcijske osnove kakve su stara jezgra grada te more i obalni pojas, ali izgradnja homogenih turističkih naselja izvan grada, karakteristična za masovni turizam, nije u skladu s težnjom s težnjom za heterogenim, polariziranim smještajem turističkih građevina u prostoru u skladu s prihvatnim kapacitetom prostora.

3.4. Utjecaj trogirске gradske jezgre na ukupan doživljaj posjetitelja Srednjovjekovnog festivala

Cjelokupna gradska jezgra Trogira spomenik je kulturne baštine i simbol romaničko-gotičkogograda koje je UNESCO uvrstio na listu spomeničke baštine. Upravo kulturno-povijesna turistička atrakcijska osnova stare jezgre grada Trogira predstavlja izvrstan lokalitet za održavanje Srednjovjekovnog festivala. U ovom dijelu rada prikazat ćemo problem, hipoteze i istraživačka pitanja, metodologija prikupljanja podataka, odabrani uzorak te rezultati i analiza dobivenih primarnih podataka.

3.4.1. Problem i hipoteze istraživanja

Definiranje problema istraživanja temelji se na rezultatima ocjene ispitanika vezano uz mjesto i ulogu prostora u održavanju manifestacije Srednjovjekovni festival u Trogiru. Osnovni problem istraživanja jest utvrditi kako su posjetitelji Srednjovjekovnog festivala u Trogiru ocijenili mjesto i ulogu prostora u održavanju spomenute manifestacije. Osobit naglasak je na analizi estetske, ekološke i kulturne vrijednosti prostora te usklađenosti manifestacije Srednjovjekovni festival s ambijentom stare jezgre grada Trogira.

Sukladno opisanom problemu istraživanja, formirana je ova hipoteza:

- H1: Zadovoljstvo posjetitelja uvjetovano je ukupnom kvalitetom prostora koja je uvjetovana estetskim, ekološkim, kulturnim i ambijentalnim vrijednostima prostora gradske jezgre grada Trogira.

Osnovu za postavljanje prethodno navedene hipoteze predstavljala je opservacija posjetitelja na srednjovjekovnom sajmu, a s nekima od posjetitelja proveden je i nestrukturirani intervju u formi razgovora o doživljajima sa sajma. Provedeni razgovori, odnosno intervjui s posjetiteljima koristili su se kako bi se istraživač detaljno upoznao s problematikom istraživanja i kako bi oblikovao problem istraživanja pa potom pristupio kvantitativnom istraživanju na temelju postavljene hipoteze.

3.4.2. Metodologija prikupljanja i obrade podataka

Kako bi se ispitalo zadovoljstvo posjetitelja manifestacijom Srednjovjekovni festival u Trogiru, što bi pomoglo definiciji značenja kulturno-povijesnih atrakcija i ostalih elemenata manifestacija značajnih za ukupnu turističku valorizaciju destinacije Trogira, pristupilo se prikupljanju primarnih podataka temeljem anketnog upitnika. Anketni upitnik sastoji se od 4 pitanja zatvorenog tipa kojima u kojima se od ispitanika zahtijeva rangiranje prema Likertovoj skali (vrlo sam zadovoljan – 4, zadovoljan sam–3, nisam u potpunosti zadovoljan–2, nezadovoljan sam–1). Svakom odgovoru koji zahtijeva rangiranje pridružuje se odgovarajuća ocjena i dobiva se intervalna ljestvica za ocjenu stavova posjetitelja ulogom prostora u održavanju Srednjovjekovnog festivala u Trogiru. S obzirom na

prikrivenost ciljeva istraživanja, sva su pitanja u anketnom upitniku s neprikrivenim ciljevima.

Istraživanje je provedeno tako da je na Srednjovjekovnom festivalu u Trogiru 2013. prikupljeno 350 adresa e-pošte posjetitelja zainteresiranih za ispunjavanje ankete, što je omogućilo kontakte za prikupljanje primarnih podataka – primarni podaci prikupljeni su za u periodu od 01.08. do 30.10.2013., a odgovor je dobiven od ukupno 248 posjetitelja Srednjovjekovnog festivala. Nakon faze prikupljanja podataka, slijedila je obrada podataka, i to distribucijom frekvencija.

Anketna su pitanja tražila od gostiju da rangiraju estetsku, ekološku, kulturnu i ambijentalnu jezgru destinacije Trogir ocjenama od 1 (nezadovoljan/nezadovoljna sam) do 4 (vrlo sam zadovoljan/zadovoljna). Proces prikupljanja podataka obavio je autor istraživanja. Podaci nisu ranije službeno korišteni, a podaci korišteni u ovom radu predstavljaju segment prikupljenih primarnih podataka relevantan za definiranje mjesta i uloge prostora prema stavovima posjetitelja Srednjovjekovnog sajma u Trogiru.

3.4.3. Uzorak istraživanja

Kriterij za odabir uzorka bio je to da su ispitanici posjetili Srednjovjekovni festival u Trogiru 2013. godine. Prikupljeno je 350 kontakata (adresa e-pošte) posjetitelja, od čega je na anketu odgovorilo 248 posjetitelja festivala ili 70% od ukupnog broja prikupljenih kontakata. Interval pouzdanosti dobiven ovim istraživanjem je 6,07, što znači da ako primjerice 45% ispitanika u uzorku izabere određeni odgovor, kada bi se isto pitanje postavilo ukupnom broju posjetitelja, između 38,93% (45 minus 6,07%) i 51,07% (45% plus 6,07%) ispitanika bi izabralo isti taj odgovor.

Cilj je bio formirati stratificiran uzorak koji će se sastojati od jednakog broja domaćih i inozemnih posjetitelja, a također se pazilo da su u uzorku približno jednako zastupljeni posjetitelji različite životne dobi. Konkretno, u istraživanju su sudjelovali 122 domicilnih i 126 inozemnih ispitanika.

3.4.4. Rezultati istraživanja

U tablici 3. prikazana je ocjena estetske vrijednosti jezgre destinacije Trogir od strane posjetitelja Srednjovjekovnog festivala.

Tablica 3.

Estetska vrijednost jezgre destinacije Trogir prema stavovima posjetitelja Srednjovjekovnog festivala 2013. godine

Estetska vrijednost	Frekvencija	Ukupna ocjena f(x)
Vrlo sam zadovoljan/zadovoljna (4)	201	804
Zadovoljan sam/zadovoljna sam (3)	34	102
Nisam u potpunosti zadovoljan/zadovoljna (2)	13	26
Nezadovoljan sam/nezadovoljna sam (1)	0	0
UKUPNO	248	932
Prosječna ocjena (f(x)/f)		3,76

Izvor: obrada autora

Na osnovi ocjene estetske vrijednosti može se potvrditi zadovoljstvo posjetitelja estetskom vrijednošću gradske jezgre grada Trogira. Prosječna ocjena je 3,76 od mogućih 4.

U tablici 4. prikazana je ekološka vrijednost jezgre destinacije Trogir prema ocjeni posjetitelja Srednjovjekovnog festivala.

Tablica 4.

Ekološka vrijednost jezgre destinacije Trogir prema stavovima posjetitelja Srednjovjekovnog festivala 2013. godine

Ekološka vrijednost	Frekvencija	Ukupna ocjena f(x)
Vrlo sam zadovoljan/zadovoljna (4)	102	408
Zadovoljan sam/zadovoljna sam (3)	69	207
Nisam u potpunosti zadovoljan/zadovoljna (2)	44	88
Nezadovoljan sam/nezadovoljna sam (1)	33	33
UKUPNO	248	736
Prosječna ocjena (f(x)/f)		2,97

Izvor: obrada autora

Na osnovi ocjene ekološke vrijednosti, može se potvrditi prosječno zadovoljstvo gostiju ekološkom vrijednošću gradske jezgre Trogira. Prosječna ocjena je 2,97 od 4).

U tablici 5. prikazana je kulturna vrijednost jezgre destinacije Trogir prema ocjeni posjetitelja Srednjovjekovnog festivala.

Tablica 5.

Kulturna vrijednost jezgre destinacije Trogir prema stavovima posjetitelja Srednjovjekovnog festivala 2013. godine

Kulturna vrijednost	Frekvencija	Ukupna ocjena f(x)
Vrlo sam zadovoljan/zadovoljna (4)	210	840
Zadovoljan sam/zadovoljna sam (3)	33	99
Nisam u potpunosti zadovoljan/zadovoljna (2)	5	10
Nezadovoljan sam/nezadovoljna sam (1)		0
UKUPNO	248	949
Prosječna ocjena (f(x)/f)		3,83

Izvor: obrada autora

Na osnovi prosječne ocjene posjetitelja 3,83 od ukupno 4, može se potvrditi da su posjetitelji zadovoljni kulturnom vrijednošću jezgre grada Trogira.

U tablici 6. prikazano je koliko je ambijent jezgre grada Trogira prikladan za organizaciju Srednjovjekovnog festivala prema ocjeni posjetitelja.

Tablica 6.

Ocjena ambijenta jezgre destinacije Trogir prema stavovima posjetitelja Srednjovjekovnog festivala 2013. godine

Ambijent Trogirske gradske jezgre	Frekvencija	Ukupna ocjena f(x)
Vrlo sam zadovoljan/zadovoljna (4)	205	820
Zadovoljan sam/zadovoljna sam (3)	42	126
Nisam u potpunosti zadovoljan/zadovoljna (2)	1	2
Nezadovoljan sam/nezadovoljna sam (1)		0
UKUPNO	248	948
Prosječna ocjena (f(x)/f)		3,82

Izvor: obrada autora

Na osnovi prosječne ocjene posjetitelja 3,82 od ukupno 4, može se potvrditi da su posjetitelji zadovoljni romaničko-gotičkim ambijentom jezgre Trogira.

3.4.5. Rasprava

Rezultati istraživanja u prosjeku i kumulativu ukazuju na visoko i prosječno zadovoljstvo posjetitelja Srednjovjekovnog festivala u Trogiru estetskim, ekološkim, kulturnim i ambijentalnim vrijednostima stare gradske

jezgre destinacije Trogir. Blago odstupanje razvidno je u domeni ekoloških vrijednosti, prema kojoj posjetitelji pokazuju nižu razinu zadovoljstva. Razlog nižoj ocjeni ekološke vrijednosti stare jezgre Trogira jest blizina zračne luke Resnik koja ima negativne implikacije na okoliš u Trogiru, a osobitu smetnju pri održavanju Srednjovjekovnog festivala predstavljala je buka koju uzrokuju zrakoplovi.

Svi ostali visoko ocijenjeni elementi ukazuju na činjenicu da prostor kao resurs može igrati iznimno važnu ulogu u izgradnji manifestacija i događanja kao turističkih atrakcija. Pritom je osobito važno da se uvažavaju ambijentalne vrijednosti prostora i prilagode tematici događanja, što je slučaj kod organizacije Srednjovjekovnog festivala u Trogiru. Prostor tako postaje „živo tkivo“ koje, osim fizičke dimenzije, ima vremensku dimenziju (predstavlja kulisu za rekonstrukciju srednjovjekovnog života grada) te snažnu dimenziju u kreiranju pozitivnih impresija posjetitelja festivalskog događanja.

Iako rezultati jasno ukazuju na iznadprosječno zadovoljstvo, ograničenje istraživanja oslanja se na ocjenu elemenata kojima se definira razina zadovoljstva, a izostankom alternativnih preporuka sa strane potražnje čija bi komplementarna vrijednost (otvorenih pitanja) i odgovora bila poticaj za postizanje potpune kvalitete destinacije u dosluhu s prostorom.

4. ZAKLJUČAK

Kvaliteta prostora ima vrlo važnu ulogu u razvoju turizma, a turizam zahtijeva isključivo visokoatraktivne prostore, kao i prostore osobite prirodne, estetske, ekološke i kulturne vrijednosti, na osnovičega prostor posredno generira i ekonomsku vrijednost u turizmu. Kako bi se ostvarile sve potrebne pretpostavke za razvoj turizma, u turističkoj destinaciji je potrebno imati atraktivne, receptivne i prometne čimbenike turističke ponude. Kako je atraktivan prostor osnovni preduvjet razvoja turizma, potrebno je sagledati sve negativne čimbenike turizma na kvalitetu prostora poput betonizacije obale, apartmanizacije i sličnih pojava koje narušavaju autohtone ambijentalne vrijednosti destinacije. Prostorno planiranje mora biti sastavni dio ukupnoga dugoročnog plana razvoja turizma koji se treba temeljiti na načelu održivosti i činjenici da je prostor vrijedan i ograničen resurs. Neodgovornim i ekspanzivnim turističkim razvojem dolazi do saturacije prostora, čime on prestaje biti turistički atraktivan. Prostorni plan grada Trogira pokazuje „mješavinu“ između načela prostornog planiranja koje je karakteristično za doba masovnog turizma i načela „novog turizma“. Naime, velika pažnja posvećena je održivosti turizma i zaštiti turističke atrakcijske osnove (stare gradske jezgre te mora, otoka i obalnog pojasa), što je obilježje „novog“ turizma, ali se gradnja novih turističkih naselja i dalje planira na visokokvalitetnim i netaknutim prirodnim prostorima, kao što je otok Drvenik Veli, čime se narušava kakvoća prostora i okoliša na otoku, a ugostiteljsko-turističke zone predstavljaju izolirane prostorne entitete koji nisu sastavni dio destinacije pa stoga nisu ni prožete ugođajem Trogira. Umjesto izoliranih, masovnih ugostiteljsko-turističkih

zona, potrebno je razvijati manje ugostiteljsko-turističke sadržaje utkane u prostor grada, a time i u sam ambijent grada, ali uz poštivanje načela prihvatnog kapaciteta destinacije. U destinaciji Trogir razvijeni su svi čimbenici ponude turističke destinacije; prirodne i kulturno-povijesne atrakcije, smještajni kapaciteti i prometna infrastruktura. U radu se, međutim, navodi kako kvaliteta smještajnih kapaciteta nije u potpunosti usklađena s jedinstvenim značajkama gradske jezgre Trogira koja je prepoznata i na međunarodnoj razini te uvrštena na UNESCO-ovu listu svjetske baštine i to je čimbenik turističke ponude kojije potrebno značajno unaprijediti. Primjer Srednjovjekovnog festivala u Trogiru ukazuje na osobito značajnu ulogu prostora u organizaciji turističkih događanja. Zbog svoje osobite prirodne, estetske i kulturne vrijednosti, stara jezgra grada Trogira predstavlja optimalan ambijent za događanja koja rekonstruiraju srednjovjekovni način života. Ograničenje provedenog istraživanja proizlazi iz broja i prirode (zatvorenih) pitanja postavljenih u anketnom upitniku, a u budućim je istraživanjima važno detaljnije ispitati uzroke zadovoljstva/nezadovoljstva ispitanika pojediniim prostornim aspektima trogirske gradske jezgre.

LITERATURA

- Andriotis, K. (2001). Tourism planning and development in Crete: Recent tourism policies and their efficacy. *Journal of Sustainable Tourism*, 9(4), 298 – 316.
- Bičanić, Z., Baković, T. (1999). Contribution to the knowledge of the oceanographic sea features in the south Kornati – the zirje island area, *Geoadria*, 4, 5 – 20.
- Bilen, M. (2011). Turizam i okoliš. Ekonomsko-geografski pristup izučavanju problematike, Mikrorad d.o.o., Zagreb.
- Bunc, M. (1986). Integrirani marketing v turizmu, Ljubljana: Delvska enotnost
- Carić, H., Klarić, Z. (2011). Istraživanja prihvatnog kapaciteta – međunarodna i hrvatska iskustva, u Čorak S. i sur. (2011). Izazovi upravljanja turizmom, Znanstvena edicija Instituta za turizam, knjiga br. 5, Zagreb, 107 – 121.
- Carić, H., Marković, I. (2010). Nosivi kapacitet turističke destinacije sunca i mora. ICTE 2010 International Conference on Tourism and Environment / Herceg, Nevenko i drugi (ed). - Sarajevo: International University Philip Noel-Baker , 2010. 421 – 436
- Češljaš, S., Jeffery, N. (1989). Planovi i programi turističkog razvoja/plans and programs of tourism development. *Acta Turistica*, 33 – 40.
- Davidson, R., Maitland, R. (1997). *Tourism destinations*. London: Hodder and Stoughton.
- Dulčić, A. (2002). Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma. *Split: Ekokon d.o.o.*

Dumbović Bilušić, B. (2014). Prilog tumačenju pojma krajolika kao kulturne kategorije. *Sociologija i prostor*, 52(2 (199)), 187 – 205.

Europska konvencija o krajoliku (European Landscape Convention, 2000). <http://www.coe.int/en/web/landscape>, (09.07.2014.)

Garín Muñoz, T. (2007). German demand for tourism in Spain. *Tourism Management*, 28(1), 12 – 22.

Geić, S. (2011). Menadžment selektivnih oblika turizma. *Sveučilište u Splitu, Split*.

Hasenay, D., Krtalić, M., Šimunić, Z. (2011). Obrazovanje studenata informatologije o čuvanju i zaštiti kulturne baštine – temeljna znanja i njihov prijenos u praksu. *ŽIVOT I ŠKOLA: časopis za teoriju i praksu odgoja i obrazovanja*, 57(25), 61 – 75.

Jadrešić, V. (2001). Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni. Školska knjiga, Zagreb.

Jadrešić, V. (2010). Janusovo lice turizma: od masovnog do selektivno-održivog turizma. *Zagreb: Plejada*.

Kovačić, M. (2003). Razvoj nautičkih luka u funkciji održivog razvoja nautičkog turizma. *Pomorski zbornik*, 41(1), 135 – 154.

Kušen, E. (2002a). *Turistička atrakcijska osnova*. Institut za turizam, Zagreb

Kušen, E. (2002b). Turizam i prostor Klasifikacija turističkih atrakcija. *Prostor: znanstveni časopis za arhitekturu i urbanizam*, 9(1 (21)), 1 – 12.

Li, H., & Wu, J. (2004). Use and misuse of landscape indices. *Landscape ecology*, 19(4), 389 – 399.

Lovrić, A. Ž. (1995), *Herbarium Adriaticum*, Zagreb – Sesvete, ADRZ

Luković, T. (2007). Nautical Tourism – Definitions and Dilemmas. *Naše more, Znanstveno-stručni časopis za more i pomorstvo*, 54(1-2), 22 – 31.

Magaš, D. (2003). Destinacijski i menadžment – modeli i tehnike, Sveučilište u Rijeci – Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija

Müller, H. (2004). Turizam i ekologija. *Masmedia, Zagreb*.

Petrić, L., Mrnjavac, Ž. (2003). Turistička destinacija kao ukorijenjeni sustav, analogija između teorijskih modela turističke destinacije i industrijskog distrikta. *Turizam*, 51(4), 375 – 387.

Picard, S. H. (2011). *Cultural Values of Landscape* (Doctoral dissertation, University of Otago).

Pirjevec, B., Kesar, O. (2002). Počela turizma. *Mikrorad doo, Zagreb*.

Prostorni plan grada Trogira, http://www.trogir.hr/GradTrogir/images/stories/Dokumenti/PPUG_TROGIR-ODREDBE_ZA_PROVOENJE-_11_05_2006.pdf, (08.07.2014.).

Šterc, S. (1989). Geografski prostor–objektivna stvarnost ili geografska irealnost?. *Hrvatski geografski glasnik*, 51(1), 143 – 153.

Terkenli, T. S. (2004). Tourism and landscape. *A companion to tourism*, 339 – 348.

Top destinacije. <http://www.topdestinacije.hr/destinacija/srednja-dalmacija-trogir-31>, (02.10.2013.).

Tosun, C. (2001). Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey. *Tourism Management*, 22(3), 289 – 303.

Trogir, <http://tztrogir.hr/#52455>, (27.03.2014.).

Trogir, <http://www.lineams.hr/hr-trogir>, (28.03.2014.).

Trogir, <http://www.trogironline.com/>, (26.03.2014.).

Tussyadiah, I. P., & Fesenmaier, D. R. (2009). Mediating tourist experiences: Access to places via shared videos. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 24 – 40.

Branka Stipanović, mag. oec.

Student
Herzegovina University, Međugorje
E-mail: stipanovicbranka@gmail.com

PLACE AND ROLE OF SPACE IN TOURISM IN TROGIR – THE CASE OF EVENT TOURISM: MEDIEVAL FESTIVAL

Abstract

In the paper space is defined as a fundamental factor in tourism development. Properties of the space must attract tourists to visit the destination, since the specific feature of tourism is travelling to a particular tourism destination that provides events for tourists. Tourism requires high quality space with specific natural, aesthetic, environmental and cultural values. A research was carried out to find out the attitudes of visitors of the Medieval Festival in Trogir on the attractiveness of the area of the old city of Trogir. Data collected in the survey were analysed according to frequency distribution. The results of the study indicate that the researched elements of aesthetic, environmental, cultural and ambient value of the old city space in Trogir are prerequisites for successful organization of event tourism. The satisfaction of visitors indicates loyalty of visitors to the brand and gaining of the wider recognition of the Medieval Festival and the destination. The overall tourism supply in Trogir should be developed in harmony with the environmental, cultural and historic factors.

Key words: tourism, space, place, Trogir, Medieval Festival

JEL classification: L83, R11, Z10