

TURISTIČKA VALORIZACIJA KULTURNO POVIJESNE BAŠTINE U MALIM POVIJESNIM GRADOVIMA

Šetka, Antonela

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:698223>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-02**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

**TURISTIČKA VALORIZACIJA KULTURNO
POVIJESNE BAŠTINE U MALIM POVIJESNIM
GRADOVIMA**

Mentor:

doc. dr. sc. Davorka Mikulić

Student:

Antonela Šetka

Split, rujan, 2018.

SADRŽAJ

1. UVOD	3
1.1. Definicija problema	3
1.2. Cilj rada.....	4
1.3. Metode rada	4
1.4. Struktura rada	4
2. KONCEPT KULTURNE BAŠTINE.....	6
2.1. Kulturna baština.....	6
2.1.1. Definicija kulturne baštine	6
2.1.2. Podjela kulturne baštine	7
2.2. Značenje malih povijesnih gradova u turističkoj ponudi	9
2.2.1. Menadžment kulturnih resursa.....	10
2.2.2. Marketing kulturnih resursa	12
3. KULTURNI TURIZAM	15
3.1. Povijesni razvoj kulturnog turizma	15
3.2. Definicija kulturnog turizma	16
3.3. Kulturni turisti.....	17
3.4. Kulturni turizam u Hrvatskoj	19
4. TURISTIČKA VALORIZACIJA KULTURNO POVIJESNE BAŠTINE U MALIM POVIJESNIM GRADOVIMA	23
4.1. Mali povijesni gradovi kao specifične turističke destinacije	23
4.1.1. Sociološko-demografski problemi	24
4.1.2. Gospodarsko-ekonomski problemi	25
4.2. Utjecaji razvoja turizma na male povijesne gradove	26
4.3. Problemi upravljanja razvojem turizma malih povijesnih gradova	28
4.4. Uloga lokalne zajednice u upravljanju malim povijesnim gradovima	30
4.5. Smjernice kvalitetnije turističke valorizacije kulturne baštine u malim povijesnim gradovima.....	32
5. ZAKLJUČAK.....	35
LITERATURA	36
SAŽETAK.....	40
SUMMARY	41

1. UVOD

1.1. Definicija problema

Mali povijesni gradovi imaju važnu ulogu u stvaranju prostornog identiteta i na lokalnoj i na nacionalnoj razini. Međutim, njihove povijesne jezgre se suočavaju s brojnim problemima. Ti problemi uzrokovani su promjenama u gospodarstvu i demografskoj strukturi stanovništva, ali i životnim stilom i načinom rada suvremenog čovjeka što naposljetku dovodi u pitanje ulogu i značaj malih povijesnih gradova. Također, krivac za ovakvo stanje je i razvoj masovnog turizma, koji, osim pozitivnih, ostavlja negativne utjecaje na takve prostore. Stare gradske jezgre podložne su promjenama u načinu života njezinih stanovnika upravo zbog prevelikog broja turista koje sa sobom donosi turizam. Povijesne jezgre se u isto vrijeme suočavaju sa propadanjem i oživljavanjem.

Povijesne jezgre više nisu privlačne lokalnom stanovništvu jer nemaju pogodnosti koje zadovoljavaju njihove suvremene potrebe. Upravo tu se javljaju razni problemi sociološke, ekonomske i demografske prirode. Lokalno stanovništvo se iseljava, tradicionalne djelatnosti propadaju, a fizički izgled grada se pogoršava. S druge strane, postoje gradovi u kojima se provodi proces obnove, međutim, na neprimjeren način. Općenito su takve obnove neplanske i bez odgovarajućih mjera i programa što dovodi do narušavanja skladnog života lokalnog stanovništva. Glavni problem označava činjenica da je turizam prevladavajuća djelatnost, a njegov razvoj nije usklađen s principima održivog razvoja te tako stvara negativne učinke na određeni prostor i njegovo stanovništvo. Stare jezgre, zajedno sa svojom kulturno povijesnom baštinom nisu zaštićeni i obnavljani na odgovarajući način što dovodi do propadanja. Osim navedenih problema, treba istaknuti i problem nabavljanja javnih i privatnih sredstava za obnovu i održavanje takvih sredina i njihove baštine.

U svrhu sprečavanja takvog stanja neophodno je izraditi planove i programe obnove u svrhu zaštite i očuvanja kulturno povijesnih objekata. Osim toga, naglasak je na turističkoj valorizaciji koja također pridonosi očuvanju i zaštiti povijesnih jezgri i njihove baštine, ali samo ukoliko je ona usklađena s principima održivog razvoja. Ovakvi uvjeti otvaraju vrata potencijalnom gospodarskom razvoju na lokalnoj i na nacionalnoj razini te stvaranju ravnoteže između socijalnih, ekonomskih i kulturnih čimbenika.

1.2. Cilj rada

Cilj ovog rada je prikazati stanje i probleme prisutne u malim povijesnim gradovima nastale raznim gospodarskim i društvenim promjenama, te stanje onih koji se suočavaju s problemima uzrokovanim razvojem masovnog turizma. Važno je istaknuti potencijal i značenje malih povijesnih gradova u turizmu i turističkoj ponudi, a isto tako i potrebu za obnovom i zaštitom kulturno povijesne baštine te revitalizacije povijesnih jezgri. Osnovni cilj je ukazati na potrebu turističke valorizacije kulturno povijesne baštine kao važnog i neophodnog čimbenika kojem je glavna uloga zaštita te iste baštine, ali i određivanje njezine odgovarajuće namjene u turističke svrhe te poticanje turističkog razvoja povijesnih jezgri. Naglasak se stavlja na takvu turističku valorizaciju koja je u skladu s principima održivog razvoja. Osim toga, definirat će se i sljedeći dodatni ciljevi koji se usko vežu uz problematiku rada:

- definirati pojam kulture, kulturne baštine i njezinu podjelu
- definirati pojam kulturnog turizma i njegova obilježja
- definirati pojam održivog razvoja

1.3. Metode rada

Ovaj rad se temelji na sekundarnim izvorima podataka. Podaci su prikupljeni iz značajne znanstvene i stručne literature kao što su knjige, članci, časopisi, baze podataka koji se bave temama kulturno povijesne baštine, njezine zaštite i problematike turističke valorizacije. Izrada ovog rada popraćena je korištenjem sljedećih općih i znanstvenih metoda:

- metoda indukcije i dedukcije
- metoda deskripcije
- metoda analize
- metoda sinteze

1.4. Struktura rada

Završni rad je konceptijski podijeljen na pet dijelova zajedno s uvodom i zaključkom.

U uvodu su definirani problem i cilj rada, te su navedene korištene metode rada i obrazloženje strukture rada.

U drugom dijelu rada objašnjava se pojam kultura, koncept kulturne baštine, njezina podjela te značenje malih povijesnih gradova u turističkoj ponudi. Objašnjava se važnost i uloga menadžmenta i marketinga pri upravljanju kulturnim resursima.

U trećem dijelu rada analizira se koncept kulturnog turizma, njegova povijest, definicije i obilježja. Definiraju se pojmovi kulturnog turista, kulturnih resursa te se prikazuje stanje kulturnog turizma u Hrvatskoj.

Četvrti dio rada govori o turističkoj valorizaciji malih povijesnih gradova prikazujući njihovo stanje i probleme s kojima se suočava uslijed razvoja turizma. Navode se smjernice i potrebe za uspješni i učinkoviti razvoj turizma. Na kraju se objašnjava važnost održivog razvoja u sklopu razvoja turizma.

U petom poglavlju iznose se zaključci obrađene teme, a na samom kraju se prezentira popis literature i iznosi sažetak rada.

2. KONCEPT KULTURNE BAŠTINE

2.1. Kulturna baština

2.1.1. Definicija kulturne baštine

Prije definiranja pojma kulturne baštine i njezinog značaja potrebno je iznijeti definiciju kulture.

Koji je broj definicija kulture ne zna se točno jer ona ovisi o samom doživljaju čovjeka i njegovoj percepciji tog pojma. Usko je vezana za njegovo postojanje i razvoj, pa svaka zajednica definira kulturu na drugačiji način. Njezino značenje mijenjalo se kroz povijest te se još uvijek razvija i prenosi s koljena na koljeno.

Jedna od uobičajenih definicija kulture, kako ju UNESCO definira, je ta da¹ je kultura „složena cjelina koja uključuje znanje, uvjerenja, umjetnost, moral, zakone, običaje i sve druge sposobnosti i navike koje je čovjek pribavio kao član društva.“ Prema povjesničaru umjetnosti, Tomislavu Marasoviću², kultura „obuhvaća ukupnost tvorbi ili pojava u materijalnom i duhovnom životu svakog naroda i čovječanstva u cjelini.“

Veza između kulture i kulturne baštine je uska. Kulturna baština je također pojam za kojeg postoji velik broj definicija jer se i on mijenjao i nadopunjavao kroz povijest. Marasović također definira i kulturnu baštinu i to kao³ „svojevrсно nasljeđe koje preci ostavljaju potomcima.“ Jelinčić smatra da⁴ „baština postaje nacionalno dobro, a snaga koju posjeduje kao nositelj identiteta određene društvene zajednice s jedne strane predstavlja prošlost te iste zajednice, a s druge ima implikacije i na njezinu sadašnjost, odnosno budućnost.“ Iz toga se može reći da je baština stara koliko i čovječanstvo te se neprestano prenosi s koljena na koljeno.

Ona je veoma važan dio čovječanstva, predstavljajući njegovo bogatstvo, bilo u materijalnom ili nematerijalnom obliku. Očituje se raznolikošću i posebnošću čime se kultura jedne zajednice ili zemlje i njezina baština razlikuje od druge. Upravo zbog toga je neophodna njezina zaštita kako bi se prepoznao i definirao kulturni identitet neke zajednice odnosno

¹ UNESCO: *Cultural Diversity*, dostupno na: <http://www.unesco.org/new/en/social-and-human-sciences/themes/international-migration/glossary/cultural-diversity/> (pristupljeno 10.08.2018.)

² Marasović, T. (2001): *Kulturna baština*, Veleučilište u Splitu, Split, str. 9

³ Ibid.

⁴ Jelinčić, D. A. (2010): *Kultura u izlogu: Kratki vodič za upravljanje kulturnim dobrima*, Menadarmedia, Zagreb, str. 17

naroda. U tu svrhu potrebne su određene mjere i mehanizmi kako bi se osigurala njezina održivost.⁵

Postojeće svjetske organizacije koje se bave kulturnom baštinom definiraju njezin pojam u svojim dokumentima. Svaka od njih je međusobno slična, sadržavajući srž definicije, a jedna od najpoznatijih i najkorištenijih definicija baštine je ona iz 1972. godine koja je prikazana u UNESCO-voj *Konvenciji za zaštitu svjetske kulturne i prirodne baštine*.

Prema njoj slijedi da se kulturna baština odnosi na spomenike, skupine građevina i lokalitete koji posjeduju iznimne vrijednosti - povijesne, etnološke, arheološke, znanstvene ili antropološke. To podrazumijeva razna monumentalna djela skulptura i slikanja, djela arhitekture, crteži, skupine samostojećih ili povezanih građevina, arheološki lokaliteti i slično.⁶ U ovoj definiciji prikazan je samo materijalni aspekt kulturne baštine, a u Konvenciji iz 2003. godine jasnije je definiran i nematerijalni aspekt kulturne baštine.

2.1.2. Podjela kulturne baštine

Kulturna baština dijeli se na materijalnu i nematerijalnu. Materijalnu čine nepokretna i pokretna kulturna baština. Pod nepokretnom se baštinom podrazumijeva graditeljska baština od pojedinačne građevine prema cjelini, te krajolici. S druge strane, nematerijalna kulturna baština se odnosi na običaje i predstave neke zajednice, njezina znanja i vještine te jezik, ali i razne rukotvorine i predmete koje zajednice prihvaćaju kao dio svoje kulturne baštine.⁷

U *Zakonu o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara* stoji da⁸ nepokretno kulturno dobro može biti:

- grad, selo, naselje ili njegov dio,
- građevina ili njezini dijelovi, te građevina s okolišem,
- područje, mjesto, spomenik i obilježje u svezi s povijesnim događajima i osobama,
- arheološko nalazište i arheološka zona,
- vrtovi, perivoji i parkovi, i ostalo.

⁵ Ministarstvo kulture RH: *Kulturna Baština*, dostupno na: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6> (pristupljeno 10.08.2018.)

⁶ UNESCO (1972): *Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage, Definition of the Cultural and Natural Heritage, Article 1*, dostupno na: <https://whc.unesco.org/en/conventiontext> (pristupljeno 10.08.2018.)

⁷ Ministarstvo kulture RH: *Kulturna baština*, dostupno na: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6> (pristupljeno 10.08.2018.)

⁸ Narodne novine (1999): *Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara*, Članak 7, Narodne novine 69/1999, Zagreb, dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1999_07_69_1284.html (pristupljeno 10.08.2018.)

U istom Zakonu stoji da ⁹ pokretno kulturno dobro može biti:

- zbirka predmeta u muzejima, galerijama, knjižnicama i drugim ustanovama, kao i u drugim pravnim osobama te državnim i upravnim tijelima uključujući i kod fizičkih osoba,
- crkveni inventar i predmeti,
- arhivska građa, zapisi, dokumenti, pisma i rukopisi,
- arheološki nalazi i ostalo.

Kako bi neki nominirani spomenik, lokalitet ili skupina građevina bili uvršteni u Popis Svjetske baštine, treba se zadovoljiti barem jedan od uvjeta Odbora za svjetsku baštinu, a to je:¹⁰

- 1) da predstavlja jedinstveno umjetničko ostvarenje;
- 2) da je u nekom području ili razdoblju imalo velik utjecaj na razvoj arhitekture, urbanizma ili spomeničke umjetnosti;
- 3) da jedinstveno svjedoči o nestaloj civilizaciji;
- 4) da je izvanredan primjer neke značajne povijesne etape;
- 5) da je primjer tradicionalnog naselja tipičnog za neku kulturu;
- 6) da je povezan s događajima, idejama ili vjerovanjima od iznimne univerzalne vrijednosti.

Očuvanje kulturne baštine

Očuvanje kulturne baštine je neophodno za daljnji život i razvoj čovječanstva, ali i razvoj neke zemlje. Ona odražava svaki dio čovjekovog života, bilo duhovnog, političkog ili ekonomskog. Međutim, često kulturna dobra iz prošlosti nemaju jednaku vrijednost u sadašnjosti, odnosno dolazi do situacije u kojoj sadašnje generacije odbacuju činjenicu da je neki objekt iz prošlih vremena kulturna baština. Jelinčić smatra da¹¹ takvo ponašanje može biti uzrokovano nedovoljnim poznavanjem prošlosti ili ipak namjernim odbacivanjem jer objekt datira iz nekog povijesnog perioda kojeg današnje generacije ne žele pamtili. Iz ovoga

⁹ Ibid., Članak 8

¹⁰ UNESCO (2004): *The Criteria for Selection*, dostupno na: <http://whc.unesco.org/en/criteria/> (pristupljeno 10.08.2018.)

¹¹ Jelinčić, D. A. (2010): op. cit., str. 25

je vidljivo da su političke i društvene situacije te koje utječu na percipiranje kulturne baštine od strane njezinih korisnika, odnosno dolazi do promjene vrijednosti i prihvaćanja kulturnih dobara. Nužno je spriječiti moguće propadanje takvih objekata, stoga je potrebno podići razinu svijesti o njezinom očuvanju.

2.2. Značenje malih povijesnih gradova u turističkoj ponudi

Korištenje kulturne baštine u turističke svrhe u suvremenom svijetu je veoma čest i značajan proces, naročito jer pridonosi razvoju turizma. Mali povijesni gradovi svojom kulturnom baštinom i krajolikom predstavljaju važan dio i resurs cjelokupnog prostora u kojem se nalaze, dajući mu osobnost i posebnost, ali i potencijal za njegov razvoj. Takvi gradovi imaju jedinstvenu tradiciju i posebnu kulturu zajednice koja je u njima nastanjena što je suvremenoj turističkoj potražnji veoma privlačno. Oni, skupa sa svojom kulturnom baštinom, čine destinaciju autentičnom, prepoznatljivom i drukčijom te se time ističu od ostalih destinacija. Činjenica da odišu autentičnošću i posebnošću i da odražavaju ljudsko postojanje i djelovanje otvara mogućnosti razvoja turizma, što onda uključuje i gospodarski razvoj.

Do prije dvadesetak godina, mali povijesni gradovi nisu bili značajna turistička odredišta, jer je u to vrijeme glavni motiv putovanja bio odmor, odnosno more, sunce i zabava. Međutim, raznim globalnim promjenama i trendovima, poput promjena u obrazovanju, smanjivanja broja dana na odmoru, mijenjaju se i motivi putovanja u kojima sve više kultura i njezina baština postaje primarni motiv. Razvoj turizma u velikim gradovima odavno je našao svoje mjesto jer oni potencijalnim turistima imaju što i ponuditi. Imaju više mjesta za mnoga događanja i atrakcije te elemente koji su potencijalni faktori za privlačenje turista. Tu spadaju sajmovi, kongresi, muzeji, festivali i ostala ponuda. Međutim, mali povijesni gradovi svoj razvoj moraju temeljiti na vlastitoj autentičnosti, bazirajući se na povijesni, ekonomski i održivi koncept. Većina njih još uvijek traži mjesto u turističkoj ponudi.¹² Razvoj turizma u povijesnim jezgrama mora biti osmišljen i organiziran na način da njegova izvorna vrijednost i bogatstvo ne doživljavaju nikakve štete.

Kako bi se turizam razvijao u malim povijesnim gradovima, oni i njihovi kulturni resursi zahtijevaju njihovu preobrazbu u marketinški proizvod i kao takvi potreban su dodatak elementima ponude. Takav proizvod može dati maksimalne učinke. Ukoliko se želi postići

¹² Rudan, E., Peršić, S. (2011): *Razvoj turizma maloga povijesnoga grada na primjeru Mošćenica*, Modeli upravljanja procesima obnove i razvoja povijesnih gradova, Međunarodni znanstveno-stručni skup: zbornik radova, Ivanić-Grad, Hrvatska sekcija ECOVAST-a, str. 2, dostupno na: http://www.ecovast.hr/dokumenti/publikacije/Ivanic2009/35_Rudan_Persic.pdf, (pristupljeno 15.08.2018.)

uspješan i ciljani razvoj takvog proizvoda, neophodno je znati marketinški upravljati.¹³ Uključivanje kulturne baštine, u ovom slučaju malih povijesnih gradova, u turističku ponudu, ima svoje koristi. Koristi su obostrane, što znači da kulturna baština turizmu omogućuje veći rast i turističku promociju, dok s druge strane turizam kulturnoj baštini treba omogućiti kontinuiranu zaštitu, obnovu i očuvanje. Razvoj turizma u malim povijesnim gradovima može biti koristan alat za njihovo oživljavanje. Međutim, često puta to nije sve onako kako se zamišlja, pa uključivanje kulturnih resursa u turističku ponudu donosi velike posljedice i probleme koji će biti izneseni u 4. poglavlju ovoga rada. Kako bi se spriječile negativne posljedice potrebno je donijeti odgovarajuće strateške planove za turistički razvoj koji će biti u skladu s principima održivog razvoja. Potrebna je i politika lokalne uprave koja će biti pravilno vođena, a ključni faktori za uspješan razvoj turizma malih povijesnih gradova su odgovarajući marketing i menadžment kulturnih resursa.

2.2.1. Menadžment kulturnih resursa

Činjenica je da turizam, uz mnoge pozitivne utjecaje, stvara i negativne, a jedan od njih je oštećivanje kulturnih resursa zbog velikog broja posjetitelja. Turizam dosta troši i iscrpljuje kulturnu baštinu svojim nepravilnim održavanjem i ulaganjem te je na jedan način uništava. Ljudi su većinom svjesni takve situacije, ali unatoč tome mali povijesni gradovi i dalje nemaju odgovarajuće mjere i pristupe u održivom smislu. Može se reći da su održavanje i zaštita problemi koji su prisutni u većini gradića koji posjeduju kulturnu baštinu, a dodatno ih otežava prisutnost turista koji zauzimaju prostor u povijesnim jezgrama te nedostatak znanja i svijesti kako lokalnog tako i stranog stanovništva o važnosti kulturne baštine.

Vezano uz to, neophodne su mjere upravljanja kulturnim resursima, a tome pridonosi i pomaže menadžment kulturnih resursa koji ne uključuje samo upravljanje kulturnim resursom, njegovom očuvanju i održavanju, već uključuje i upravljanje posjetiteljima. Kako bi se neki lokalitet upravljao na održiv način on treba imati granicu nosivosti, odnosno odrediti maksimalan broj njegovih posjetitelja koji neće uništiti njegove kvalitete. Radi se o tome da upravljanje kulturnim resursima ne služi samo u svrhu zaustavljanja degradacije fizičkog aspekta lokaliteta, već o tome da pomogne posjetitelju povećati doživljaj i obogatiti

¹³ Vrtiprah, V. (2006): *Kulturni resursi kao činitelj turističke ponude u 21. stoljeću*, Ekonomska misao i praksa, Sveučilište u Dubrovniku, str. 280

iskustvo. Upravljanjem se želi postići obogaćivanje i uživanje posjetitelja, povećanje svijesti i poštovanja prema baštini te smanjivanje negativnih posljedica.¹⁴

Važan aspekt održivog upravljanja kulturnim resursima uključuje i lokalno stanovništvo. Način na koji se stanovništvo odnosi prema kulturnim resursima bitno utječe na stvaranje doživljaja posjetitelja koji posjećuju lokalitet. Veoma je važno da je lokalno stanovništvo svjesno vrijednosti kulturnog dobra i da ga poštuje, čime se stvara pozitivno okruženje koje dovodi turiste na taj lokalitet što pridonosi razvoju turizma na tom području. Stoga je bitno uspostaviti odnos između menadžmenta i lokalnog stanovništva, naročito pri stvaranju neke turističke atrakcije. Potrebna je i edukacija i podizanje svijesti o baštini, te njezinoj sposobnosti razvoja turizma i njegovih koristi.

Prema tome, menadžment i razvoj menadžmenta kulturnih resursa te politike razvoja kulturnog turizma trebaju uvažavati sljedeće:¹⁵

- 1) Podupiranje razvoja kulturnog i umjetničkog stvaralaštva;
- 2) Korištenje umjetnosti i kulture kao sredstvo postizanja izvan kulturnih ciljeva i oblikovanja politika na način da se kultura i kulturni razvoj shvaća kao široki prilagodljivi resurs koji se odnosi na bitne odrednice kao što je identitet i imidž zemlje i lokaliteta;
- 3) Stvaranje i jačanje dobrobiti zajednice;
- 4) Zaštita kulturnih resursa određivanjem kapaciteta održivosti ili prihvata.

Kako bi razvoj kulturnog turizma bio uspješan potrebno je donositi strategije i politike njegovog razvoja u sklopu razvojne politike cjelokupnog gospodarstva neke destinacije. Turističke potrebe nisu jedine na koje se treba obratiti pažnja. Naglasak je na postavljanju granica korištenja kulturnih resursa kako bi se očuvali, zaštitili te osigurali za budućnost. Stoga je cilj menadžera kulturne baštine je osigurati potrebna sredstva od turizma za očuvanje kulturne baštine te poticati njen razvoj prema principima održivog razvoja. Vrlo je važno da se kulturno nasljeđe učini dostupnim sadašnjim i budućim generacijama. Poželjno je i biti dio međunarodnih organizacija i voditi se prema njihovim načelima i programima upravljanja.

¹⁴ Jelinčić, D. A. (2010), op. cit., str. 76-77

¹⁵ Pančić Kombol, T. (2006): *Kulturno nasljeđe i turizam*, Radovi zavod za znanstveni rad HAZU Varaždin, HAZU, Varaždin, str. 220

Najpoznatija udruga odnosno vijeće koje se bavi zaštitom i očuvanjem spomenika i spomeničkih cjelina te promicanjem kulturne baštine kako na nacionalnoj, tako i na međunarodnoj razini je ICOMOS. U ICOMOS-ovoj Povelji kulturnog turizma iz 1999. godine obuhvaćena su načela i smjernice upravljanja turizmom na područjima od kulturnog i baštinskog značaja. Osnovna načela su:¹⁶

1. Poticanje javne svijesti o baštini - konzervacija bi trebala osigurati odgovorne i dobro upravljane mogućnosti za članove domaće zajednice i posjetitelje kako bi iskusili i razumjeli baštinu i kulturu zajednice iz prve ruke.
2. Upravljanje dinamičnim odnosom – odnos između baštine i turizma je dinamičan i može uključivati konfliktne vrijednosti. Treba biti upravljan na održiv način za sadašnje i buduće generacije.
3. Osigurati vrijedan doživljaj posjetitelja – očuvanje i planiranje turizma za mjesta baštine bi trebala osigurati da iskustvo posjetitelja bude vrijedno, zadovoljavajuće i ugodno.
4. Uključiti lokalnu zajednicu – lokalne zajednice bi trebale biti uključene u planiranje za očuvanje i turizam.
5. Pružiti dobrobit lokalnoj zajednici – turističke i konzervatorske aktivnosti bi trebale biti od koristi domaćoj zajednici.
6. Odgovorni promotivni programi – turistički promotivni programi bi trebali zaštititi i poboljšati obilježja prirodne i kulturne baštine.

2.2.2. Marketing kulturnih resursa

Promjenama u načinu putovanja i željama potrošača, dolazi do promjena u ulaganju javnog i privatnog sektora u kulturno nasljeđe koje je duže vrijeme bilo usmjereno na promoviranje baštine više iz kulturnih nego ekonomskih razloga. Aktivnosti su bile usmjerene na očuvanje nasljeđa, pružanje usluga turistima i slično. Vremenom su kulturni resursi dodatno povećali kvalitetu ukupne turističke ponude za turiste koji su u određenu destinaciju došli iz sasvim drugih motiva. Međutim, rastom konkurencije na turističkom tržištu javlja se potreba za

¹⁶ ICOMOS (1999): *International Cultural Tourism Charter*, Principles and guidelines for managing tourism at places of cultural and heritage significance, Charter Principles, ICOMOS International Cultural Tourism Committee, 2002., str. 23-26, dostupno na: <https://www.icomos.org/charters/charters.pdf>, (pristupljeno 15.08.2018.)

usmjeravanjem na potrošače, odnosno da menadžment kulturnih resursa definira potrebe i želje potrošača, razumije i ispuni njihova očekivanja.¹⁷

Prikupljanje podataka i informacija o željama i očekivanjima potrošača je bitna stavka marketinga kulturnog turizma jer postoji bitna razlika između motiva dolaska turista u destinaciju. Razlikuju se turisti kojima su kultura i njena baština primarni motiv s turistima kojima su oni sekundarni motiv putovanja. Oni kojima su je to sekundarni motiv putovanja je uz odmor, posjećivanje restorana i kupanje kulturna baština dodatan dio posjeta. Kako bi se tim turistima povećao interes za kulturnim atrakcijama, nužno je kulturne atrakcije održavati i kombinirati s ostalim elementima ponude destinacije, te istaknuti.

Važna je uloga menadžmenta kulturnih atrakcija i njegovo upravljanje njima te kombiniranje s drugim uslugama kako bi se turistima u isto vrijeme na istoj lokaciji pružile i osigurale različite usluge i atrakcije. Današnji uvjeti zahtijevaju da se kulturni resursi nude na tržištu kao „proizvod kulturnog turizma“, a kako bi se plasirao na tržište treba ispuniti određene zahtjeve. Kvalitetna promocija i informacije o njemu potrebne su potencijalnim turistima pri odabiru destinacije. Bitan je prvi vizualni dojam, fizički izgled, sam pristup atrakciji, izlaganje i prezentacija te interpretacija kulturnih resursa. Neizostavna je i gostoljubivost zaposlenika. To su sve komponente koje jedan proizvod kulturnog turizma treba imati kako bi uspješno ispunio očekivanja potrošača.¹⁸ Bitna stavka proizvoda su i zaposlenici jer oni upravljaju proizvodom, a način njihove interpretacije i stavovi direktno utječu na potrošačevo zadovoljstvo proizvodom. Oni trebaju proizvod oblikovati, interpretirati i prikazati na takav način da privuče posjetitelje te da se odluče na putovanje na temelju prikupljenih informacija, imidža i osobnog iskustva.

Marketing treba kulturne resurse oblikovati u proizvod kulturnog turizma koji će kod turista izazvati emocije i pružati im određeni doživljaj. Doživljaj turista ovisit će o čitavom nizu faktora, o kvaliteti pružene usluge, o njihovom očekivanju, ali i o onim faktorima koji su nekontrolirani, poput gužvi pri razgledavanju, vremenu, ponašanju lokalnog stanovništva i slično.¹⁹ Marketing ne smije samo uzimati u obzir želje i potrebe potrošača te prodaju kulturnog proizvoda, već i potrebe lokalnog stanovništva. Kulturni proizvod pri pretjeranoj komercijalizaciji i povećanoj potražnji često ima negativno utjecaje za prostor na kojem se

¹⁷ Kotler, Ph., Bowen, J., Makens, J. (1996): *Marketing for Hospitality & Tourism*, Prentice Hall International, London, str. 344, prema Vrtiprah, V. (2006), op. cit., str. 286

¹⁸ Middleton, V. T. C., Clarke, J. (2002): *Marketing in travel and tourism*, Butterworth Heinemann, Oxford, str. 356, prema Vrtiprah, V. (2006), op. cit., str. 287

¹⁹ Vrtiprah, V. (2006), op. cit., str. 288-290

nalazi i lokalno stanovništvo. Neodgovorni marketing može iskriviti prezentaciju i interpretaciju kulturnog dobra što dovodi do otuđenja lokalnog stanovništva. Također, prevelika potražnja i broj posjetitelja zakrčuje prostor i oštećuje kulturne resurse, a lokalnom stanovništvu oduzimaju interes za korištenjem baštine na koju imaju veće pravo nego turisti.²⁰

Ovakve situacije dio su života malih povijesnih gradova pod okriljem razvoja turizma. Svakodnevno se suočavaju s bukom, onečišćenjem i konfliktima između posjetitelja i stanovnika. Potreban je odgovoran i učinkovit marketing koji će svojim kreativnim resursima i alatima postići prepoznatljivost kulturnog proizvoda i njegovo uspješno plasiranje na tržište, a da se ne ugrozi život lokalnog stanovništva, a također i kvaliteta samog kulturnog resursa. Neophodna je i suradnja između lokalne uprave i turističkih subjekata.

²⁰ Moutinho, L. (2005): *Strateški menadžment u turizmu*, Masmedia, Zagreb, str. 43, prema Vrtiprah V. (2006): op. cit., str. 290-291

3. KULTURNI TURIZAM

Suvremeno doba sa sobom donosi mnoge promjene što, također, utječe i na turizam čije tržište postaje glavno mjesto dinamičnih i intenzivnih promjena. Te promjene većim dijelom su uzrokovane promjenama na strani potražnje, odnosno promjenama profila turista pa se u posljednje vrijeme, sve se više ističu nove vrste kulturnog turizma, koji se pod nazivima: turizam umjetnosti, turizam nasljeđa i povijesni turizam, podrazumijevaju kao uža područja kulturnog turizma.²¹ Suvremena potražnja žudi za nečim novim, neobičnim i temeljitim, stvarajući tako i oblikujući nove vrste kulturnog turizma koji se danas nazivaju selektivnim oblicima kulturnog turizma, a to su urbani (gradski) turizam, poslovni turizam, eno-gastronomski turizam, turizam umjetničkih atrakcija, vjerski ili religijski turizam i još mnogi drugi oblici.

3.1. Povijesni razvoj kulturnog turizma

Smatra se da kulturni turizam svoje postojanje obilježava i u doba masovnog turizma, iako nije tada bio prevladavajući oblik turizma. Istraživači ne mogu odrediti točno vrijeme početka njegovog razvoja jer se svako putovanje može opisati kao kulturno zbog činjenice da svaki turist dolazi u dodir s kulturom i njezinom baštinom, bez obzira na glavni motiv putovanja. Još od davnih vremena prvim putnicima, koji su na putovanju bili vođeni motivom rata i religije, usputni motiv je bio i upoznavanje ostalih kultura i destinacija, pa ih zbog toga možemo nazvati kulturnim turistima.²² Razvoj kulturnog turizma prisutan je i u „Grand Tour“ putovanjima što je označavalo putovanja mladih pripadnika aristokracije iz zemalja Sjeverne i Zapadne Europe u ostale dijelove Europe u razdoblju od 17. do 19. stoljeća. Glavni motiv takvih putovanja bilo je obrazovanje. To je prečica razvoja modernog turizma.²³

Nedugo nakon, značajno razdoblje u području evolucije turizma označava razvoj masovnog turizma, 50.-tih godina 20. stoljeća. Njega karakterizira odmor i uživanje, dok je kultura tek sporedni motiv. Tadašnji turisti traže destinacije u kojima će „pobjeći od stvarnosti“. To razdoblje karakteriziraju grupna putovanja.

²¹ Pančić Kombol, T. (2006.), op. cit., str. 217

²² McNulty, R. (1993): *Cultural Tourism and Sustainable development*, World Travel and Tourism Review, str. 156-162, prema Jelinčić, D. A. (2008): *Abeceda kulturnog turizma*, Meandarmedia, Zagreb, 2008., str. 22

²³ Wikipedia: *Grand Tour*, dostupno na: https://sh.wikipedia.org/wiki/Grand_Tour (pristupljeno 20.08.2018.)

Promjenama u svijetu, poput promjena u obrazovanju stanovništva, slobodnom vremenu, načinom putovanja, većom zaradom i sl. dolazi do promjena u putovanjima. Javlja se novi tip turista, postmoderni turist. Ovaj tip turista je zahtjevan po pitanju ponude, a glavne su mu karakteristike edukacija, iskustvo, aktivnost. Uz to, on je ekološki osviješten te traži autentičnost i izvornost proizvoda te doživljava. Visoko je obrazovan i informiran, a nove tehnologije mu pomažu ostvariti očekivanja. Dolazi i do razvoja mnogih specijaliziranih, odnosno selektivnih vrsta turizma, poput vjerskog, zdravstvenog, nautičkog, seoskog, a među njima je i kulturni turizam. To zahtjeva povećanje kvalitete turističke ponude, koja se ne može više sastojati samo od smještajnih kapaciteta i prirodnih ljepota, već je potrebno osmisliti kvalitetan i zahtjevan kulturni proizvod.²⁴

Selektivni turizam je suprotan masovnom proizvodu tzv. „sunca, mora i pijeska“ te se koncentrira na zadovoljavanje želja i potreba suvremenih turista, a njegov proizvod je kvalitetniji za društvo i prihvatljiviji za okoliš, noseći u sebi autentičnost i izvornost identiteta. Potražnja je sve više bazirana na originalnoj i autohtonoj ponudi, zanemarujući ponudu masovnog turizma. Globalnim promjenama i raznim trendovima dolazi do transformacije turizma, mijenjajući se iz masovnog, tzv. *hard* turizma, u intenzivni, tzv. *soft* turizam koji se dijeli na selektivne oblike turizma.

3.2. Definicija kulturnog turizma

U posljednjem se razdoblju pojam kulturni turizam vrlo često koristi, ali su vrlo česti i nesporednosti u razumijevanju koncepcije zbog čega još uvijek nije postavljena ni šire prihvaćena definicija kulturnog turizma. U kulturnom se turizmu radi o valorizaciji kulture i kulturnog nasljeđa kao kulturnih resursa u svrhu zadovoljenja turističkih potreba.²⁵

Uz definiranje kulturnog turizma veže se i značenje samog pojma kulture, kulturnih resursa i turizma. Pojam kultura je vrlo složen i različito se definira u mnogim zemljama, stoga, postoji velik broj definicija ovog pojma. Definicije proizlaze iz percepcije stanovnika, ali i iz mnoge turističke literature iz koje se može vidjeti da se ni sami istraživači ne slažu posve oko definicije tog pojma. Kako je veza između kulture i turizma recipročna, tako i sam pojam kulturnog turizma ima više definicija. Koncept kulture je već definiran u prvom poglavlju, stoga slijede neke definicije kulturnog turizma.

²⁴ Jelinčić, D. A. (2008): *Abeceda kulturnog turizma*, Zagreb, str. 53

²⁵ Pančić Kombol, T. (2006): op. cit., str. 213

Jelinčić²⁶ navodi Richardsovu definiciju kulturnog turizma, ona glasi: „kulturni turizam označava kretanje ljudi uzrokovano kulturnim atrakcijama izvan njihova mjesta stanovanja s namjerom prikupljanja novih informacija i iskustava kako bi zadovoljili njihove potrebe.“ Autorica smatra da navedena definicija nije potpuna jer kulturna motivacija ne mora biti primarna, već može biti i sekundarna. Posjetitelji često putuju iz drugih motiva, te sasvim slučajno i usputno mogu sudjelovati u kulturnom aspektu destinacije. Može se reći da je taj posjetitelj ipak kulturni turist, bez obzira na njegovu primarnu motivaciju.

Pančić Kombol²⁷ iznosi definiciju kulturnog turizma koju je proglasila Svjetska turistička organizacija 1985. godine, a prema toj definiciji kulturni turizam je: „kretanje ljudi zbog osnovnih kulturnih motivacija, kao što su studijske ture, umjetničke i kulturne ture, putovanja na festivale i druge kulturne događaje, obilazak povijesnih predjela i spomenika, putovanja zbog učenja prirode, folklora ili umjetnosti te hodočašća. U tom se turizmu zadovoljavaju potrebe za različitim kulturnim iskustvom i traženjem mogućnosti za povećanjem kulturne razine, znanja, iskustva i susreta.“

U Strategiji razvoja kulturnog turizma Hrvatske²⁸ stoji da kulturni turizam obuhvaća putovanja osoba koje su potaknute željom za upoznavanjem elemenata opipljive i neopipljive kulture koju definira zakonodavstvo stavljajući pod zaštitu nepokretna, pokretna i nematerijalna kulturna dobra. Turisti posjećuju razne lokalitete, muzeje, galerije, festivale, i ostale vidove kulture, a kulturni turizam ih smatra kulturnim turistima bez obzira jesu li djelomično ili u cijelosti motivirani željom za sudjelovanjem u kulturnim aktivnostima.

3.3. Kulturni turisti

Sociodemografskim promjenama i promjenama u načinu života ljudi javlja se novi profil turista. Veći stupanj obrazovanja i informiranosti, manjak slobodnog vremena, veći broj starijeg stanovništva i sve veći interes za kulturu su odlike takvih turista. Takav trend dovodi do porasta potražnje za kulturnim turizmom.

²⁶ Richards, G. (1999): *European Cultural Tourism: Patterns and Prospects*. U: Planning Cultural Tourism in Europe (Dodd, Diane i Van Hemel, Annemoon, ur.), Amsterdam, Boekman Foundation/Ministry of Education, Culture and Science, str. 16-32., prema Jelinčić D. A. (2008), op. cit., str. 43

²⁷ WTO (1985): The state's role in protecting and promoting culture as a factor of tourism development and the proper use and exploitation of the national cultural heritage of sites and monument for tourism, WTO, Madrid, str. 6, prema Pančić Kombol, T. (2006), op. cit., str. 214

²⁸ Ministarstvo turizma RH (2003): *Strategija razvoja kulturnog turizma*, Od turizma i kulture do kulturnog turizma, Institut za turizam, Zagreb, str. 5, dostupno na: <http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/Strategija-Razvoja-Kulturnog-Turizma.pdf>, (pristupljeno 20.08.2018.)

Kulturni turist ima odlike visokoobrazovanog i sofisticiranog pojedinca. Takav turist traži jedinstveno iskustvo i aktivan odmor, a glavni izvor informacija o određenoj destinaciji je Internet kojim se služi i putem kojega organizira svoje putovanje. Zarada kulturnog turista u matičnoj zemlji je velika pa on stvara veću potrošnju u receptivnoj destinaciji. Ovaj tip turista je veoma poželjan subjektima ponude jer je željan učenja.²⁹

Jelinčić razlikuje općeg i specijaliziranog kulturnog turista.³⁰ Općeg kulturnog turista, odnosno nespecijaliziranog kulturnog turista karakterizira posjet više gradova, regija i zemalja gdje pri tom sudjeluje u mnogim kulturnim aktivnostima zanimajući se za šire područje kulture. Njegovo kulturno znanje raste i obogaćuje se stečenim iskustvom, odnosno učenjem o tome kako se uklopiti u život lokalnog stanovništva posjećenog područja te sudjelovanjem u njihovim kulturnim aktivnostima. S druge strane, specijalizirani kulturni turist posjećuje samo jedan lokalitet ili mali broj lokaliteta ili kulturnih entiteta. Ovaj tip turista posjećuje isti određeni grad, regiju ili zemlju težeći razumjeti šire kulturno područje tog prostora kojeg posjećuje, ili posjećuje različite gradove, regije ili zemlje s namjerom za upozna i nauči o nekoj određenoj vrsti umjetnosti, povijesti, muzejima i slično.

Kulturni turisti se mogu temeljiti i na važnosti kulturnog turizma i dubini iskustva, pa McKercher³¹ identificira sljedeće tipove kulturnih turista: kulturni turist koji je s namjerom posjetio destinaciju, a primarni motiv dolaska je učenje o kulturi posjećene zemlje te posjetitelj ima duboko kulturno iskustvo. Nadalje, razlikuje kulturnog turista promatrača, kojem je kultura također primarni motiv dolaska, ali njegovo iskustvo je površno. Tu je i kulturni turist koji usputno posjećuje destinaciju te mu je kultura veoma slab motiv dolaska, a njegovo iskustvo je površno. Navodi i kulturnog turista koji sudjeluje u kulturnim aktivnostima posjećenog područja iako kulturni turizam igra malu ili beznačajnu ulogu u njegovom donošenju odluke pri odabiru destinacije i njegovo iskustvo je površno. Konačno, navodi kulturnog turista kojem kulturni turizam također ima malu ili nikakvu ulogu pri odabiru destinacije, ali njegovo iskustvo nakon sudjelovanja u kulturnim aktivnostima je vrlo duboko.

²⁹ Vukonić, B. (2010): *Turizam - budućnost mnogih iluzija*, Visoka poslovna škola Utilus, Zagreb, str. 193

³⁰ Stebbins, R. A. (1996): *Cultural Tourism as Serious Leisure*, *Annals of Tourism Research*, vol 23 (4), str. 948-950, prema Jelinčić D. A. (2008): op. cit., str. 47-48

³¹ McKercher, B. (2002): *Towards a Classification of Cultural Tourists*, research article, *International Journal of Tourism Research*, str. 29-28, str. 32-33, dostupno na: <http://orcp.hustoj.com/wp-content/uploads/2016/02/2002-Towards-a-classification-of-cultural-tourists.pdf>, (pristupljeno 10.09.2018.)

U skladu s motiviranošću turista za kulturno putovanje razlikuju se tri stupnja motivacije:³²

- 1) Primarna;
- 2) Usputna;
- 3) Slučajna.

Primarna motivacija odnosi se na situaciju kada turisti posjećuju određenu destinaciju s namjerom da upoznaju njezinu kulturnu baštinu i da sudjeluju u kulturnim aktivnostima. Tu se podrazumijevaju posjete izložbama od svjetske vrijednosti, festivalima, koncertima i slično. Usputna motivacija karakteristična je za turiste kojima kultura nije primarni motiv, već sekundarni. On namjerava u toj destinaciji posjetiti kulturne resurse i sudjelovati u kulturnom životu destinacije, ali primarni motiv dolaska je sasvim neki drugi. On može doći radi odmora, sporta ili zabave, a usput posjetiti neke izložbe. Slučajna motivacija prisutna je kada se turist nalazi u nekoj destinaciji gdje mu kultura nije bila nikakav motiv dolaska, ali na putu susreće stanovništvo s kojima stupa u kontakt, te preko njih slučajno upoznaje kulturu tog područja i način života.³³

3.4. Kulturni turizam u Hrvatskoj

Hrvatsku turističku ponudu, između ostalog, oduvijek su činile njezina povijest i kultura te umjetnost. Hrvatska je zemlja koja obiluje mnogim kulturnim ljepotama kao što su kulturno - povijesni spomenici, kulturno – povijesne cjeline, sakralne građevine i kompleksi građevina te mnoga kulturna nematerijalna djela koja čine veliki dio resursno privlačne ponude Hrvatske. Tu činjenicu potvrđuje i velik broj kulturnih dobara, a među njima i zaštićene stare gradske jezgre Dubrovnika, Splita i Trogira. Osim toga, Hrvatska je bogata velikim brojem utvrda i dvoraca koji mogu biti iskorišteni za turistički razvoj. Bitno je i spomenuti kako Hrvatska ima najviše nematerijalne baštine pod zaštitom UNESCO-a u Europi.³⁴

Međutim, početke razvoja turizma u Hrvatskoj obilježio je segment turista koji su bili motivirani pretežno suncem i morem, te su bili manje zainteresirani za kulturno – povijesnu baštinu Hrvatske. Stoga su tada mnoga kulturna događanja i kulturno – povijesni spomenici bili korišteni samo kao sredstvo promocije destinacije.

³² Jelinčić, D. A. (2008): op. cit., str. 43

³³ Ibid., str. 44

³⁴ Ministarstvo turizma RH (2013): *Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine*, Institut za turizam, Zagreb, str. 5, dostupno na: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/130426-Strategija-turizam-2020.pdf>, (pristupljeno 10.09.2018.)

Razvoj kulturnog turizma godinama se planira i organizira, a to se može vidjeti u Strategiji razvoja kulturnog turizma koja je donesena 2003. godine. Tih godina stručnjaci su ulagali sav trud kako bi kulturni turizam, koji tada nije bio uopće prepoznat kao turistički proizvod, doživio svoj razvoj. Uloženi trud imao je pozitivan ishod, naročito u polju organizacije i ljudskih resursa, ali su ostali kulturno – turistički proizvodi, koji su bili spremni za tržište, bili zanemareni u svom razvoju.³⁵

Prema Strategiji razvoja turizma RH do 2020., kulturni turizam predstavlja jedno od najvećih potencijala i jedan od glavnih proizvoda turizma te se kao relevantni proizvodi navode gradski turizam, turizam događanja, turizam baštine, kreativni turizam i vjerski turizam.³⁶

U svrhu rješavanja ograničenja razvoja kulturnog turizma, u Akcijskom planu razvoja kulturnog turizma³⁷ definirano je pet strateških ciljeva:

- 1) Razviti i opremiti ključne nacionalne kulturno-turističke atrakcije kvalitetnim vizitacijskim sadržajima;
- 2) Osmisliti i pripremiti kulturno-turistički proizvodni portfelj na nacionalnoj i regionalnim razinama za plasman na turističko tržište;
- 3) Aktivirati međunarodno i domaće turističko tržište kvalitetnim i dobro osmišljenim marketingom kako bi se stvorila tržišna prepoznatljivost na međunarodnoj razini te potakla domaća potražnja;
- 4) Stvoriti institucionalne i organizacijske preduvjete za razvoj kulturnog turizma uspostavom nacionalnog liderstva i strateških partnerstva;
- 5) Unaprijediti znanja, vještine i kompetencije dionika kulturnog turizma za razvoj proizvoda, poduzetništvo u turizmu i pružanje kvalitetne usluge.

Prednosti i nedostaci razvoja kulturnog turizma Hrvatske

Kao što je već ranije spomenuto, Hrvatska je zemlja koja obiluje mnogim kulturnim resursima, od kojih neki imaju i status turističkog proizvoda, dok su drugi još uvijek samo korišteni u kulturne svrhe. Bogata je kulturno povijesnim urbanim i ruralnim cjelinama, lokalitetima, brojnim kulturnim institucijama, nematerijalnim kulturnim dobrima i još mnogim drugim kulturnim dobrima. Svi ovi kulturni resursi nisu ujedno i turistički proizvodi.

³⁵ Tomljenović, R., Boranić Živoder, S. (2015): *Akcijski plan razvoja kulturnog turizma*, Institut za turizam, Zagreb, str. 4, dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/001_160128-AP_kulturni.pdf, pristupljeno (10.09.2018.)

³⁶ Ministarstvo turizma RH (2013): op. cit., str. 8

³⁷ Tomljenović, R., Boranić Živoder, S. (2015): op. cit., str. 21

Mnogi od ovih resursa suočavaju se s raznim problemima poput loše opremljene ili pak nepostojeće infrastrukture, zapuštenosti i nedostatkom putokaza koji vode do određene atrakcije. Kod nekih lokaliteta javljaju se problemi prenapučenosti, a to je zato jer nemaju adekvatan i organiziran sistem upravljanja. Većina resursa, naročito ona nematerijalne prirode, imaju lošu interpretaciju i prezentaciju pa su obezvrijeđena i slabije prepoznatljiva. Javlja se i nedostatak financijskih sredstava za obnovu i promociju raznih vrsta kulturnih resursa.³⁸ Ovo su samo neki od brojnih problema naših kulturnih resursa i njihovog potencijala da postanu ujedno i turistički proizvodi. Također, to dovodi i do problema sveukupnog razvoja kulturnog turizma, jer iako Hrvatska ima brojne kulturne resurse, to ne znači i da ima razvijen kulturni turizam. Kako bi se on razvio, svi ovi kulturni resursi trebaju biti u turističkoj službi.

Međutim, problemi i nedostaci razvoja kulturnih resursa su samo dio problema koji se javljaju u kulturnom turizmu u Hrvatskoj, a oni su:³⁹

- Nedovoljno razvijen sustav kulturnih statistika;
- Nedovoljna znanja koordinatora projekata o kulturnom menadžmentu;
- Centraliziranost i birokratizacija postupaka;
- Nepostojanje prepoznatljivog kulturno - turističkog proizvoda
- Površno znanje lokalnog stanovništva o vlastitoj baštini;
- Nedovoljna ili loše organizirana promidžba;
- Nedovoljna suradnja između sektora kulture i turizma;
- Nepostojanje savjetodavne institucije za organizatore kulturno - turističkih projekata.

Postoje i brojne prednosti razvoja kulturnog turizma u Hrvatskoj među kojima je naglasak na tri osnovne prednosti, a to je da on pridonosi produljenju sezone i geografskom proširenju potražnje putem strategija i akcija, te pridonosi stvaranju turističkog imidža. Hrvatska je postala zemlja vrlo prepoznatljiva po proizvodima kulturnog turizma, stoga njena potražnja već postoji i dosta je slična potražnji u europskim zemljama, a najveći stupanj potražnje iskazan je u obilascima kulturno - povijesnih građevina, muzeja i galerija. Tome je pridonijelo donošenje Strategije razvoja kulturnog turizma, putem koje je i potaknut veliki broj projekata u svrhu razvoja kulturno turističkih proizvoda te je obnovljeno dosta objekata kulturne

³⁸ Ministarstvo turizma RH (2003): op. cit. str. 11-12

³⁹ Jelinčić, D.A. (2008): op.cit., str. 266

baštine. Što se tiče kulturnih događanja, njihov broj i spektar se proširio u mnogim gradovima i malim mjestima. Pored svega, ono što je veoma bitno je porast interesa djelatnika iz kulturnog sektora za uključivanje u turističku ponudu, a javljaju se i razni poduzetnički projekti u domeni kulture i kulturnog turizma.⁴⁰

U svrhu daljnjeg razvoja kulturnog turizma Hrvatske nužna je turistička valorizacija kulturne baštine koja će biti sustavna te je potrebno osmisliti načine za produkciju kulture i identifikaciju projekata na nacionalnoj i regionalnoj razini. Također je bitno osmisliti model zajedničkog razvoja kulture i turizma u kojem će oni imati recipročne učinke. Što se tiče same ponude kulturnog turizma, ona zahtjeva inovativnost i kreativnost koje će mu pomoći u snažnijem probijanju na tržištu. Inovativnost i kreativnost se trebaju temeljiti na autentičnoj kulturi. Kako bi se to ostvarilo, veliku ulogu imaju kvalitetna i interpretacija materijalne i nematerijalne baštine te stvaranje imidža Hrvatske kao zemlje bogate kulturom i tradicijom, te suvremenom produkcijom kulture.⁴¹

⁴⁰ Tomljenović R., Boranić Živoder S. (2015.): op. cit., str.18, dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//001_160128-AP_kulturni.pdf, (pristupljeno 10.09.2018.)

⁴¹ Ibid., str. 4

4. TURISTIČKA VALORIZACIJA KULTURNO POVIJESNE BAŠTINE U MALIM POVIJESNIM GRADOVIMA

4.1. Mali povijesni gradovi kao specifične turističke destinacije

Mali povijesni gradovi veoma su važan kulturni i povijesni turistički resurs. Oni nose poseban identitet koji pridonosi njihovoj različitosti u turističkoj destinaciji, ali i izvan nje. S jedne strane, tu su veliki gradovi u kojima se razvoj turizma temelji na kulturnoj baštini, velikim i posebnim događanjima, izložbama, poslovnim putovanjima, trgovini i sl. Oni imaju širu ponudu atrakcija i elemenata za privući posjetitelje. Međutim, mali povijesni gradovi imaju ograničenu ponudu. Oni, naime, svoj razvoj i prepoznatljivost moraju izgraditi na temelju svoje autentičnosti kroz jedinstven povijesni, gospodarski i održivi koncept te sa svojim povijesnim, urbanim i gospodarskim vrijednostima posjeduju jedinstvenost i različitost što im daje identitet u cjelokupnoj turističkoj ponudi zemlje.⁴²

Svaki mali povijesni grad je sam po sebi jedinka, poseban u svom okruženju. Takva područja još uvijek traže svoje mjesto u turističkoj ponudi. Mali povijesni gradovi mogu biti nositelj jačeg razvoja kulturnog turizma destinacije. Gradići koji imaju istaknutu povijesnu komponentu su osnova za turistički atrakciju. Izrada prepoznatljivog i složenog turističkog proizvoda može koristiti kako destinaciji tako i populaciji malih gradova. Jako je važno da se razvoj turizma ne temelji na prekidu kontinuiteta i kvalitete života u tim gradovima. Kulturni turizam u malim povijesnim gradovima može postati bitan element daljnjeg razvoja, ne samo za urbanu jedinicu već i za cijelu destinaciju u kojoj se nalazi.⁴³

Kao što je ranije spomenuto, mali povijesni gradovi nekada su bili pokretači razvoja određenog područja i nositelji identiteta na svim razinama, a danas mali povijesni gradovi ili su očuvani i vitalni te uključeni u razvoj turizma ili su područja izložena potpunoj krizi i propadanju te kao takvi zahtijevaju aktivne mjere i program učinkovitog upravljanja u svrhu oživljavanje i stvaranja mogućnosti njihovog razvoja. Razlog njihovog propadanja su posljedice raznih promjena u gospodarstvu, ekonomiji, prometu, radu, suvremenom načinu života te demografskoj strukturi stanovništva. Svaka od ovih promjena uzrokovala je veliki

⁴² Rudan, E. (2010): *The development of cultural tourism in small historical towns*, Tourism & Hospitality Industry 2010: New Trends in Tourism and Hospitality Management, Opatija, str. 577-585, dostupno na : https://www.researchgate.net/publication/323812883_THE_DEVELOPMENT_OF_CULTURAL_TOURISM_IN_SMALL_HISTORICAL_TOWNS, (pristupljeno 11.09.2018.)

⁴³ Ibid., str. 580 -585.

preokret povijesnih jezgri, promijenivši njihova socijalna, demografska, fizička i ekonomska stanja.

Postojeće propadanje i promjene unutar starih povijesnih jezgri i malih povijesnih gradova potrebno je sagledavati i istraživati na tri razine: fizičko propadanje, demografsko propadanje i promjene socijalne strukture stanovništva te ekonomsko propadanje. Kako bi se problemi riješili važno je istraživanje usmjeriti i na uzroke problema, a ne samo na posljedice.⁴⁴

4.1.1. Sociološko-demografski problemi

Posljednjih godina svjedoči se velikim sociološkim promjenama u povijesnim jezgrama dalmatinskih gradova. Jedan od najvažnijih socioloških aspekata stanja u malim povijesnim gradovima i jezgrama je demografsko propadanje i promjena socijalne strukture stanovništva. Ova područja gube glavnu funkciju - stanovanje. Temeljni problemi su smanjivanje broja stanovnika i povećanje udjela starijeg stanovništva. To sa sobom uključuje i povećanje udjela jednočlanih kućanstava te seljenje stanovništva u veće gradove ili u druge dijelove grada.⁴⁵

Takvo stanje prisutno je u povijesnoj jezgri Dubrovnika gdje, prema rezultatima „Demografske analize i Internog popisa stanovništva stare gradske jezgre“ iz 2016. godine istraživanje je pokazalo da u povijesnoj jezgri grada u 2016. godini živi 1557 stanovnika u 568 privatnih kućanstava. U odnosu na popis iz 2011. godine kad je zabilježen broj stanovnika od 2016 zaključuje se da se broj stanovnika smanjio. Također, oko 30% stanovništva staro je 65 i više godina, malo više od 15% je mlađih od 15 godina, a to znači da je tri puta više starih nego mladih, što ukazuje na jako visok stupanj ostarjelosti stanovništva u povijesnoj jezgri Dubrovnika. U razdoblju od 2011., kada je napravljen posljednji popis stanovništva do 2016., očito je da rubni dijelovi grada bilježe izrazito negativne trendove. Što se tiče strukture kućanstava, u dubrovačkoj gradskoj jezgri najčešća su kućanstva s jednim članom, a to su najčešće starije osobe koje žive same.⁴⁶

Uz degradaciju i napuštanje povijesnih jezgri, sve je veći broj napuštenih zgrada, naročito u ruralnim područjima. Trend koji je jako popularan je prodaja privatnih kuća i stanova

⁴⁴ Maroević, I. (1986): *Sadašnjost baštine*, Društvo povijesničara umjetnosti, Zagreb, str. 210-216, prema Poljićak, I. (2014): *Utjecaj suvremenog kulturnog turizma na promjene načina života u starim gradskim jezgrama na Hrvatskoj obali*, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, Veleučilište u Šibeniku, str. 84

⁴⁵ Poljićak, I. (2014): op. cit., str. 84-85

⁴⁶ Rašica, L. (2017): *Prvi rezultati Internog popisa stanovništva: Povijesna jezgra Dubrovnika izgubila 600 stanovnika u pet godina*, nportal, dostupno na: <https://www.nportal.hr/index.php/2018-05-26-09-51-04/item/5911-prvi-rezultati-internog-popisa-stanovni%C5%A1tva-povijesna-jezgra-dubrovnika-izgubila-600-stanovnika-u-pet-godina>, (pristupljeno 15.09.2018.)

strancima koji raspolažu s više novca nego domaće stanovništvo. Lokalno stanovništvo smatra da se više isplati prodati stanove u jezgri nego u njima živjeti. Stranci kao novi vlasnici u kupljenim stanovima borave tek privremeno, a neki od njih čak godinama ne dolaze u njih. Oni se ne mogu uklopiti i povezati u lokalnu društvenu sredinu, čime se skupa sa depopulacijom gubi autentičnost mjesta i njegova tradicija. Gubi se identitet grada, njegov jezik, običaji i mijenja se način života. Kuće i njeni stanari za takve sredine predstavljaju jedinstvenu cjelinu. Nažalost, jako brzo propadaju, te su povijesni gradovi sve više bez života, a zimi su veoma pusti. No ima i onih kojima je još uvijek privlačno živjeti u takvim sredinama. Oni ne namjeravaju napuštati svoje prebivalište jer im je još uvijek u tim jezgrama privlačno živjeti u odnosu na nove četvrti koje smatraju beživotnima. U jezgri postoji osjećaj zajedništva i solidarnosti zbog odnosa između susjeda i njihovog povezivanja. U novim četvrtima to nije tako, bar ne kao u povijesnim jezgrama za vrijeme prošlih vremena.⁴⁷

Što se fizičkih aspekata tiče, povijesne jezgre suočavaju se s vizualnom degradacijom koja potpuno uništava cijeli izgled jezgre. Kuće su zapuštene i krovovi ulegnuti. Uz zapuštenost, javljaju se tehnološke i tehničke promjene uzrokovane suvremenim promjenama. Tako se na kućama postavljaju razne svijetleće reklame, klima uređaji, sateliti, ne pazeći pri tom na važnost očuvanja izvornog i tradicionalnog izgleda. Primjer je postavljanje plastičnih vrata (tzv. PVC) umjesto drvenih. To uvelike ruši izgled i sliku jezgre te mijenja njezin identitet i autentičnost.

Fizička degradacija također se analizira zbog zamiranja obrtničko-trgovačke funkcije koja se premjestila izvan centra grada, izazvavši također da te zgrade koje su se koristile u poslovne svrhe sada bivaju prazne i napuštene čime se potpuno mijenja slika grada.

4.1.2. Gospodarsko-ekonomski problemi

Što se tiče prethodno spomenutog zamiranja obrtničko-trgovačke funkcije, ono spada i pod ovu razinu zbog toga što gradove obilježavaju ponajprije njegove specifične gospodarske funkcije. Iz toga se može reći da su upravo gospodarske funkcije te koje čine grad, a ne broj stanovnika ili njegova fizička obilježja. Tradicionalne, dugovječne gospodarske funkcije

⁴⁷ Babić, I. (2011): *Povijesne jezgre dalmatinskih gradova i njihova sudbina*, Zbornik znanstvenog skupa u povodu devedesete obljetnice rođenja Milana Preloga, Institut za povijest umjetnosti, Zagreb, 2013., str. 115-129, dostupno na: <http://www.gist.hr/?p=71>, (pristupljeno 15.09.2018.)

specifične za povijesne jezgre sada potpuno zamiru ili se mijenjaju te time utječu na promjenu načina života u starim gradskim jezgrama.⁴⁸

Trgovački centri, supermarketi i ostale vrste trgovine premješteni su na rubne dijelove grada čime odvlače dio sadržaja i živosti iz povijesnih jezgri te time preuzimaju veći dio centralnog mjesta društvenosti. Privukli su građane svojom ponudom koju tradicionalni centar nije nudio. Pod tim se misli na mogućnost korištenja prijevoza, osiguran parking te veći broj trgovačkih i zabavnih sadržaja za razliku od onih u centru grada. Također, trgovcima su ponuđeni poslovno prostori jeftiniji od centra grada. Kupci su počeli sve više vremena provoditi u trgovačkim centrima, pa je i dio trgovačkih sadržaja iselio iz jezgre u trgovačke centre.⁴⁹

Osim navedenih problema, prisutan je i rastući trend on-line kupovine koja dovodi do promjena navika potrošača, a to izaziva probleme kod prilagođavanj trgovaca u povijesnim jezgrama. Ovakvi trendovi ugrožavaju poslovne i socijalne aspekte. Povijesne jezgre koje su godinama bile nositelji trgovačke funkcije grada danas doživljavaju potpuni preokret. Dućani i poslovni prostori u povijesnim jezgrama masovno se zatvaraju, a od dućana posluju ponegdje zlatarske radnje i prodavaonice suvenirima. Nestaju tradicionalni obrti, zatvaraju se radionice i ostali tradicionalni obrti.

To je uzrokovano i dodatnim problemima poput nedostatka broja parkirnih mjesta, problemi sa cijenama obnove objekata u kojima su smještene radnje i trgovine, trend apartmanizacije, manjak većih prodajnih prostora. Povijesne jezgre gube svoju ekonomsku osnovu za održavanje te se zaključuje da sve češće korištenje trgovačkih centara kao prostora za provođenje slobodnog vremena, uzorkuje smanjenje ponude u centru grada, a time i njegove privlačnosti.

4.2. Utjecaji razvoja turizma na male povijesne gradove

Uključivanje kulturne baštine u turizam postaje sve značajnije u današnjem društvu pa su u posljednje vrijeme povijesne jezgre glavna odredišna točka turistima iz raznih dijelova svijeta. Utjecaj kulturnog turizma na povijesne jezgre i male povijesne gradove je velik te njegov razvoj sa sobom donosi posljedice, kako pozitivne tako i negativne.

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ Petrić, L. et al. (2015.): *Analiza stanja, Plan upravljanja povijesnim kompleksom Splita s Dioklecijanovom palačom*, Grad Split, str. 46,

Ono što je pozitivno je mogućnost zapošljavanja lokalnog stanovništva i jačanje uloge turističke djelatnosti odnosno industrije kako na lokalnoj tako i na nacionalnoj razini. Pozitivna je i činjenica da bi se razvojem kulturnog turizma kulturna baština i okolina u kojoj je smještena trebala zaštititi i obnoviti. Često se obnavljaju kuće, zgrade, objekti, ceste i šetnice, ali ipak nije sve onako kako bi trebalo biti.

Jedan od velikih problema je turistifikacija i prilagodba svega turističkoj ponudi, a to utječe na stvaranje sezonalnosti i činjenice da su turizam i ugostiteljstvo jedina aktivna djelatnost.⁵⁰ Posljedica sezonalnosti je ta da većina lokalnog stanovništva radi isključivo ljeti. Turizam se razvio u monokulturu, a njegove posljedice mogu se pratiti kroz nagle preobrazbe u manjim sredinama kao što su u Hrvatskoj Dubrovnik, Trogir, Split i sl. U tim područjima broj posjetitelja i veličine potraživanog područja su u disproporciji. Ljeti to dolazi do izražaja kada su ulice pune turista i njihov broj premašuje broj nosivih kapaciteta. Gradovi su ljeti puni i ispunjeni bukom, a zimi pusti.

Djelatnost koja je postala vodeća u starim jezgrama je ugostiteljstvo. Ono što je posljedica toga je sve veći broj restorana i kafića koji narušavaju svakodnevni, tipični život lokalnog stanovništva. Osim što takvi objekti guše i nagomilavaju javne prostore oni uz to stvaraju buku zagorčavajući život malobrojnim građanima koji su ostali na tom području jer ne mogu ili pak ne žele napustiti povijesne jezgre.⁵¹ Ta buka narušava privatni mir stanovnika koji žive pokraj njih, a i ovakvi objekti većinom nisu prilagođeni standardima građana u području cijene i ponude. Također, većina tih objekata tijekom zime ne radi pa su ulice i grad opustošeni. Stoga, ugostiteljstvo kao monokultura ugrožava tradicionalne funkcije jezgre.

Sljedeći veliki problem je povećanje broja apartmana. Lokalno stanovništvo preuređuje svoje kuće i stanove u svrhu pretvaranja u apartmane, ili pak prodaje svoje kuće strancima koji u njima borave vrlo rijetko. Prodaja svojih stanova uzrokovana je visokim cijenama nekretnina zbog razvoja turizma. Lokalno stanovništvo nije u mogućnosti te cijene plaćati ili pak ne želi jer u periferiji mogu živjeti u većem stanu za puno manju cijenu. Glavni kupci tih nekretnina su stranci. To dovodi do promjene identiteta i duha grada. Lokalno stanovništvo se seli izvan centra i zbog velikog broja turista koji ometa njihovo kretanje te narušava mir i stil života. Tako se njihovi prostori masovno pretvaraju u turističke smještajne kapacitete. Ponuda se prilagođava turistima, a tradicionalne djelatnosti izumiru.

⁵⁰ Poljičak, I. (2014): op. cit., str. 86

⁵¹ Babić, I. (2011): op. cit., str. 115-129

Nadalje, razvoj turizma sa sobom uključuje i selektivne oblike turizma, a u obalnim prostorima zadnjih godina popularan je kruzning turizam. Takva vrsta turizma sa sobom donosi veliki broj turista kojih u jednom danu zna biti više tisuća. Ovaj tip turista malo troši i onečišćuje grad, pravi buku i krči promet što je vidljivo na primjeru Dubrovnika gdje turisti troše prosječno dnevno 160 eura, izletnici troše 30 eura, a posjetitelji s kruzera 24 eura.⁵² Osim što turisti stvaraju gužvu i onečišćenje, kruzeri još su veća prijetnja za okoliš. Kruzning brodovi i njihovi turisti negativno utječu na okoliš. Od njihovih ispušnih plinova i spaljivanja otpada dolazi do zagađenja zraka, a sadržaj otpadnih voda s plovila je veoma opasan kako za ekosustave tako i za čovjeka.⁵³

Što se tiče problema nestanka autohtonosti i tradicije, mnoge povijesne jezgre ispunjene su mnogim suvenirnicama koje imaju neobične proizvode stranog porijekla te rijetko koja od njih nudi autohtone proizvode. S istim problemom suočavaju se i manifestacije i događaji gdje festivali, koncerti i predstave poprimaju sadržaje koji nisu autentični. Sve češće se u takvim malim gradovima izmišljaju nove manifestacije s planom da postanu tradicionalne. Ponuda se sve više prilagođava turistima, a zapušta se izvorna tradicionalna ponuda.

Uz sve navedeno, jedan od glavnih problema koji se tiču života u povijesnim jezgrama je problem mobilnosti i parkinga. Zbog fizički malog prostora i prometne nedostupnosti lokalno stanovništvo i zaposlenici tih prostora nemaju gdje parkirati. Uz to, povećanje turističkog prometa dodatno utječe na porast prometnog opterećenja i manjka parkirnih mjesta. Turisti, zbog nedostatka parkinga parkiraju na ulicama i na mjestima predviđena za pješake ili odvijanje prometa. To ujedno zauzima prostor i onečišćuje okoliš. Razvoj turizma u takvim sredinama uzrokuje i gužve na cestama jer se odvija polako i sporo. Ovakvi problemi onemogućuju lokalnom stanovništvu kvalitetan život i ostvarivanje njihovih prometnih potreba pa je ovo još jedan od niza razloga seljenja lokalnog stanovništva u područja izvan centra grada.

4.3. Problemi upravljanja razvojem turizma malih povijesnih gradova

Neki gradovi se suočavaju s neodgovarajućom sačuvanosti kao što su urušeni objekti, a drugi dio je ugrožen neodgovarajućim nadogradnjama i uređivanja. Ovakvih primjera ima u većini

⁵² Klaić Saulačić, P. (2017): *Ekološke bombe: Kruzeri u Dubrovnik dovoze tisuće turista, ali kolika je stvarna korist za Grad?*, Dnevnik.hr, dostupno na: <https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/je-li-veca-steta-ili-korist-kruzeri-dovoze-tisuce-turista-svaki-dan-ali-necete-vjerovati-koliko-oni-trose---482016.html>, (pristupljeno 15.09.2018.)

⁵³ Horak, S., et al. (2007): *Studija održivog razvoja kruzning turizma u Hrvatskoj*, Institut za turizam, Zagreb, str. 13, dostupno na: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/SAZETAK-Studija-kruzning.pdf>, (pristupljeno 15.09.2018.)

povijesnih jezgri, a to je problem nerazvijene svijesti o vrijednosti kulturno povijesne baštine i graditeljskog naslijeđa među lokalnim stanovništvom.

Uz to, veliki problem predstavljaju planovi upravljanja kulturnom baštinom koji nisu regulirani zakonskim aktima i po svojoj prirodi su strateški dokumenti, ali nisu operativno povezani s ostalom prostorno – planskom dokumentacijom.⁵⁴ Povijesne jezgre imaju loše vođene politike lokalne uprave i samouprave. Uz to im nedostaje sredstava za održavanje objekata i rješavanje problema infrastrukture. Velik problem je i nedostatak strateških planova gospodarskog i turističkog razvoja, te planova revitalizacije bez kojih nije moguć daljnji razvoj povijesnih jezgri.⁵⁵

Veliku odgovornost za stanja i probleme malih povijesnih gradova snose stručnjaci koji se bave procesom planiranja prostora općenito kao što su arhitekti, planeri, konzervatori, stručni djelatnici lokalnih uprava. Njihova greška je ta što u pravoj mjeri ne sagledavaju povijesni prostor u cjelini te ne raspolažu znanjem za prepoznavanje vrijednosti i potencijala takvih prostora. Također, urbanistička dokumentacija planova je neodgovarajuća i neprilagođena za takve sredine, a sustav koji bi trebao uključivati javnost u procese planiranja nije popraćen i nadograđen njihovim aktivnim sudjelovanjem. Uz to, nedostaje sustavni i integralni pristup u planiranju urbanističkih i drugih razvojnih planova, a on bi trebao uključiti sudjelovanje svih dionika - od stručnjaka do lokalnog stanovništva. Naime, taj sustav ne vodi računa o provodivosti svih planova i ne provodi na pravi način osiguravanje javnih sredstava za održivost programa obnove. Jednako tako, taj pristup nema odgovarajući sustav za rješavanje imovinsko – pravnih odnosa.⁵⁶

Jedan od ključnih problema zaštite malih gradova je prostorno-planska dokumentacija koja nije sklona definiranju lokaliteta koji imaju kulturno – povijesnu važnost, te ne zastupa ravnopravno urbanističke i konzervatorske odredbe. Problem kod konzervatorskih podloga za urbanističke planove vidljiv je iz činjenice da su te podloge ograničene na analizi postojećeg

⁵⁴ Petrić, L., et al. (2015): op. cit., str. 40

⁵⁵ Rudan, E., Peršić, S. (2011): *Razvoj turizma malog povijesnog grada na primjeru Mošćenica*, Modeli upravljanja procesima obnove i razvoja povijesnih gradova, primjer Ivanić-Grada, Hrvatska sekcija ECOVAST-a, str. 3, dostupno na: http://www.ecovast.hr/dokumenti/publikacije/Ivanic2009/35_Rudan_Persic.pdf, (pristupljeno 16.09.2018.)

⁵⁶ Dumbović Bilušić, B., Božić, N. (2011): *Modeli upravljanja procesima obnove i razvoja povijesnih gradova*, Primjer Ivanić Grada: Mogućnosti revitalizacije i obnove staroga Ivanića, Hrvatska sekcija ECOVAS-a, Zagreb, str. 10, dostupno na: http://www.ecovast.hr/dokumenti/publikacije/Ivanic2009/01_Uvod_1_HR.pdf, (pristupljeno 16.09.2018.)

stanja i propisivanja mjera zaštite koje se ne uključuju u ciljeve razvoja i obnove malih gradova.⁵⁷

Nadalje, često puta mali povijesni gradovi ne prepoznaju svoje mogućnosti, a uz to ih i ne koriste za unapređenje kvalitete života i moguće gospodarsko korištenje. To dovodi i do situacije gdje se provođenje njihove zaštite učestalo razmatra odvojeno od planiranja njihove budućnosti. Glavni je problem što planovi i programi upravljanja i financiranja nisu u skladu s mjerama zaštite i obnove. Nedostaju javna i privatna sredstva za očuvanje i obnovu tih prostora. Također, nedostaju planski pristupi obnovi i revitalizaciji. No, veliku ulogu bi trebalo imati i lokalno stanovništvo u procesu upravljanja i donošenja odluka o razvoju njihove okoline. Njihov problem je nedostatak znanja i svijesti o značaju i vrijednosti baštine. Lokalna zajednica u ovakvim sredinama je većinom izostavljena i neaktivna.⁵⁸ Osim toga, veliki problem je dobivanje sredstava, privatnih i javnih, koji su potrebni za obnovu i održavanje povijesnih objekata i prostora.

4.4. Uloga lokalne zajednice u upravljanju malim povijesnim gradovima

Lokalno stanovništvo predstavlja srž identiteta malih povijesnih gradova jer bez njih takvi prostori su beznačajni. Zbog toga je ono veoma bitan dionik u turističkom razvoju destinacije za čiji razvoj mora biti zainteresiran i uključen upravo zbog činjenice da iskorištavanjem resursa i lošim odlukama menadžmenta može doći do uništavanja postojećih vrijednosti u prostoru u kojem žive. Razvoj turizma sa sobom nosi posljedice, a jedna od njih je narušavanje kvalitete života, što se nikako ne smije dopustiti jer njenim uništavanjem i narušavanjem lokalno stanovništvo se postepeno gubi, a ono treba biti jedan od nositelja gospodarskog razvoja.⁵⁹

Destinacijski menadžment, kada planira razvoj turizma, mora sagledati želje i prijedloge lokalnog stanovništva što je preduvjet kvalitetnog i sustavnog razvoja destinacije te smanjenja negativnih stavova stanovništva spram turizma. Uspješni razvoj turizma u destinaciji ovisi o

⁵⁷ Borić, V. J. (2009): *Identitet malih gradova kao potencijal za razvitak*, 2. Međunarodna konferencija, Revitalizacija malih povijesnih gradova i njihovog okruženja u Primorsko-goranskoj županiji, Mošćenice, str. 84

⁵⁸ Dumbović Bilušić, B., Božić, N. (2011.): op. cit., str. 2

⁵⁹ Cecil, A. K., Yao-Yi, F., Wang, S., Avgoustis, S. (2010): *Cultural tourism and quality of life: results of a longitudinal study*, European journal of tourism research, pp. 54-66., prema Rudan E. (2012): *Uloga lokalnog stanovništva u razvoju turizma destinacije*, Tranzicija: časopis za ekonomiju i politiku tranzicije, Opatija, str. 59-60

mного toga i uključuje potrebu za integriranim pristupom upravljanja kvalitetom turističke destinacije koji u prvi plan stavlja kvalitetu života lokalnog stanovništva.⁶⁰

Stanovništvo u malim gradovima, ukoliko je aktivno, može steći određene koristi od kulturnog turizma kroz projekte očuvanja i prezentiranja. Time dobiva indirektno koristi kroz uređenje infrastrukture, vizualnog identiteta ulica, trgova i ostalih javnih prostora. Izravna korist lokalnom stanovništvu od razvoja turizma je ona materijalne prirode, koja se postiže kroz različite načine komercijalizacije prostora i kulturne baštine. Korist može biti mogućnost zapošljavanja, otvaranja suvenirnica, ponude autohtonih proizvoda, kreiranja obrtničkih radionica te otvaranja smještajnih kapaciteta.⁶¹

Što se tiče upravljanja i zaštite kulturno – povijesne baštine, ali i njene prezentacije vrlo je važna edukacija lokalnog stanovništva o njezinom značenju i vrijednosti. Potrebno je osigurati programe edukacije i interpretacije o kulturnoj baštini i njezinim saznanjima koji će pomoći lokalnoj zajednici shvatiti bitnost zaštite i očuvanja kulture i kulturne baštine, a ujedno će i unaprijediti turističku ponudu. Edukacija o vrijednosti i značenju kulturno – povijesne baštine je bitan element razvoja malih povijesnih gradova koji nastoje razvijati kulturni turizam.⁶²

Kod razvoja kulturnog turizma, kulturna baština je na raspolaganju turistima i prema njihovim zahtjevima se stvara i prilagođava turistička ponuda. Lokalno stanovništvo ima velik stupanj osjetljivosti na svoju baštinu i identitet pa je bitna uloga destinacijskog menadžmenta da u planiranje razvoja kulturnog turizma uključi lokalno stanovništvo jer se u prodaji kulturnog proizvoda prodaje zapravo povijest i budućnost lokalne zajednice.⁶³

Stoga je kod planiranja i razvoja turizma potrebno je uključiti lokalno stanovništvo. Njihovo mišljenje je veoma važno i može se reći da je njihova dužnost sudjelovati u planiranju razvoja svoga grada. Lokalno stanovništvo je bitan faktor u turističkim destinacijama jer budućnost i uspješnost kulturno turističkog proizvoda ovisi o prihvaćanju ili odbijanju turističkog razvoja od strane lokalnog stanovništva. Kvaliteta života pri razvoju turizma ne smije biti narušena, stoga projekti moraju biti promišljeni i razvoj turizma se mora uskladiti s principima održivog razvoja.

⁶⁰ Blažević, B. (2007): *Turizam u gospodarskom sustavu*, Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment, prema Rudan E. (2012): op. cit., str. 62

⁶¹ Rudan E. (2010): op. cit., str. 582-583

⁶² Rudan E. (2012): op. cit, str. 63

⁶³ Ibid.

4.5. Smjernice kvalitetnije turističke valorizacije kulturne baštine u malim povijesnim gradovima

Kako bi se razvoj turizma u malim povijesnim gradovima učinkovito i uspješno razvijao potrebno je iznijeti smjernice i naglasiti nužne potrebe u sprečavanju problema i stanja s kojima se suočavaju.

Povijesnim jezgrama potrebno je izraditi strateške planove usmjerene obnovi i održivom načinu korištenja kulturnih resursa. Također, u svrhu stvaranja održivosti korištenja baštine potrebno je poboljšati zakonski sustav i postići suglasnost propisa sa sektorima koji se bave zaštitom i očuvanjem kulturnih dobara. Nužno je poboljšati i unaprijediti sustav za izradu konzervatorskih studija, dokumentiranja i praćenja stanja, izrade planova i programa korištenja i upravljanja kulturnim dobrima. Malim povijesnim gradovima i njihovoj baštini potrebni su i odgovarajući planovi upravljanja.⁶⁴

Kod turističke valorizacije vrlo su važni njeni kriteriji koji se trebaju uspostaviti i to tako da se odnose na sve razine, lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj, i za sve vrste kulturnih resursa. Nužno je uspostaviti standarde popisa i nadzora kulturnih dobara koja će biti praćena neprestanim dokumentiranjem, vrednovanjem i istraživanjem stanja istih te izraditi prioritete za obnovu kulturnih dobara, kako najugroženijih tako najvrijednijih. Također je potrebno urediti i imovinsko – pravni status kulturnih dobara.⁶⁵

Među najvažnijim prioritetima je poticanje integralnog pristupa planiranju i upravljanju te stalne suradnje stručnjaka i to sve u sklopu programa održivog korištenja i očuvanja s prostornim planerima, arhitektima, ekonomistima itd. Potrebno je maksimalno izjednačiti izvorni oblik graditeljske baštine i suvremenih pojava u graditeljstvu u svrhu očuvanja autohtonosti krajolika te obrazovati stručnjake za rad na očuvanju te iste baštine. Uz to je nužno organizirati stručna usavršavanja djelatnika koji rade na koverzaciji kako bi se osigurala zaštita i očuvanje kulturne baštine i njezino održivo korištenje.⁶⁶

Posebno treba poraditi na edukaciji i podizanju svijesti lokalnog stanovništva o kulturnim vrijednostima baštine te o njenim mogućnostima koje predstavlja za grad. Uz to je važno uključivanje javnosti, lokalnih institucija i udruga građana u procese upravljanja, planiranja i

⁶⁴ Ministarstvo turizma RH (2011): *Strategija zaštite, očuvanja i održivog gospodarskog korištenja kulturne baštine Republike Hrvatske za razdoblje 2011.-2015.*, Zagreb, str. 11, dostupno na: https://www.min-kulture.hr/userdocsimages/bastina/STRATEGIJA_BASTINE_VRH.pdf, (pristupljeno 16.09.2018.)

⁶⁵ Ibid.

⁶⁶ Ibid.

edukacije. Takav odnos bi doprinosa zaštiti kulturne baštine i kvaliteta okruženja. Također, nužno je i pribaviti financijska sredstva za održivost i obnovu kulturne baštine.⁶⁷

Ljudska briga o kulturnoj baštini i mnoge službe koje se brinu o njoj sadrže elemente održivog razvoja. No, suvremeni životni stil čovječanstva, globalizacijski procesi dovode do svođenja valorizacije kulturne baštine na razinu nižu od potrebne za njezino odgovarajuće očuvanje i zaštitu.⁶⁸ Stoga je nužno uskladiti razvoj turizma i turističku valorizaciju s principima održivog razvoja.

Turistička valorizacija prema principima održivog razvoja

Održivi razvoj u području zaštite kulturne baštine se može nazvati kontroliranim razvojem, tj. ograničenim jer podrazumijeva spriječavanje njezinog smanjenja vrijednosti i oštećenja. Takav razvoj zahtijeva poznavanje baštinskih resursa, njihovo granično određeno iskorištavanje te ograničavanje razvoja u svrhu njihovog očuvanja. Glavna vrijednost baštine u održivom razvoju je njezina autentičnost. Održivi razvoj postavlja ograničenja na vrstama i razinama baštine, pa tako na razini urbanih cjelina, ograničenja se odnose na promet, mijenjanje sadržaja i novu izgradnju koja mijenja izgled grada. Cilj djelovanja održivog razvoja u svrhu zaštite baštine je taj da se želi postići povećanje korištenja kulturne baštine u cilju očuvanja duhovnog i materijalnog odnosa koji je vrlo važan za kulturni identitet ljudi.⁶⁹

Održivi razvoj turizma zahtijeva informirano sudjelovanje svih relevantnih dionika, kao i snažno političko vodstvo kako bi se osigurala široka participacija i izgradnja konsenzusa. Postizanje održivog turizma je kontinuirani proces i zahtijeva stalno praćenje utjecaja, uvođenje potrebnih preventivnih i / ili korektivnih mjera kad god je to potrebno. Održivi turizam također treba održati visoku razinu turističkog zadovoljstva i osigurati značajno iskustvo turistima, podizanje svijesti o pitanjima održivosti i promicanje održivih turističkih praksi među njima.⁷⁰

Održivi razvoj može uspješno funkcionirati kada njegova četiri osnovna elementa, ekonomski, društveni, kulturni i ekološki, imaju približno jednaku važnost i veličinu te

⁶⁷ Dumbović Bilušić, B., Božić, N. (2011): op. cit., str. 10

⁶⁸ Maroević, I. (2001): *Koncept održivog razvoja u zaštiti kulturne baštine*, Socijalna ekologija: Časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline, Zagreb, str. 244

⁶⁹ Ibid. str. 235-244

⁷⁰ UNWTO: *Sustainable Development of Tourism*, dostupno na: <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>, (pristupljeno 16.09.2018.)

međuovisnost i uvjetovanost, bez dominacije bilo kojeg od tih elemenata. Održivi razvoj turizma uglavnom ovisi o sposobnosti okoline da pruži stabilnu osnovu za dugoročni razvoj.⁷¹

⁷¹ Ibid.

5. ZAKLJUČAK

Mali povijesni gradovi, bogati kulturno-povijesnom baštinom, izniman su resurs prostora u kojem se nalaze. Oni imaju veliki potencijal u stvaranju kulturno-turističkog proizvoda te u razvoju kulturnog turizma. Mnogi od njih su se već uključili u razvoj turizma, dok neki još uvijek stoje zapušteni i beživotni. Razvoj turizma može biti prekretnica u razvoju i oživljavanju takvih gradića. Ono što se očekuje od njegova razvoja jeste da se omogući zaštita, obnova i očuvanje kulturno-povijesne baštine, poveća broj zaposlenih, a uz to obnovi cijeli grad. Očekuje se razvoj komunalne infrastrukture, povećanje zadovoljstva lokalne zajednice i ostvarenje njihovih potreba, povratak lokalnog stanovništva koje se iselilo i slično. Međutim, stvari nisu uvijek onakve kakvim ih se zamišlja, pa često razvoj turizma u malim povijesnim gradovima može donijeti više štete nego koristi. Naime, ukoliko se nepravilno upravlja razvojem turizma mogu se očekivati negativne posljedice. Najčešće se ovakve sredine suočavaju s pretjeranim brojem turista što dovodi do iseljavanja lokalnog stanovništva, nepravilnim iskorištavanjem kulturno – povijesne baštine u turističke svrhe pritom ne misleći na njezin značaj i potrebu da se zaštiti, očuva i obnovi. Time se narušavaju vrijednost i autohtonost kulturno-turističkih resursa.

Održivi odgovoran razvoj ne narušava kontinuitet života lokalnog stanovništva te zahtijeva suradnju stručnjaka iz kulturnog i turističkog sektora uz suradnju lokalnog stanovništva. Edukacija, kako stručnih ljudi tako i lokalnog stanovništva je neophodna. Oni moraju biti upoznati sa svojom kulturnom baštinom te načinima upravljanja i održavanja iste.

U malim povijesnim gradovima trebaju postojati institucije nadležne za njihovo upravljanje i donošenje odluka. Također, mora postojati efikasan menadžment koji donosi ciljeve, akcije i planove za razvoj turizma na tim područjima. Potreban je prikladan razvojni model korištenja kulturne baštine koji će biti donesen od strane menadžmenta, ali i kulturnih stručnjaka. Ono što je bitno je da svojim znanjem, idejama i sposobnošću, stručnjaci definiraju adekvatan pristup upravljanju malim povijesnim gradovima, odnosno starim gradskim jezgrama. U tu svrhu je potrebna izrada plana upravljanja starim gradskim jezgrama te plana razvoja turizma. Kulturno - povijesna baština ima svoju vrijednost koja je bitan čimbenik razvoja turizma, a i zaštite iste te baštine. Turizam često troši i iscrpljuje baštinu stoga je nužno njegov razvoj uskladiti prema principima održivog razvoja. Potrebno je voditi se načelima održivosti i odrediti granice iskorištavanja kulturnih resursa te pri tom zadovoljiti potrebe i želje te ispuniti očekivanja turista pri korištenju kulturne baštine.

LITERATURA

1. Babić I. (2011): Povijesne jezgre dalmatinskih gradova i njihova sudbina, Zbornik znanstvenog skupa u povodu devedesete obljetnice rođenja Milana Preloga, Institut za povijest umjetnosti, Zagreb, 2013, dostupno na: <http://www.gist.hr/?p=71>, (pristupljeno 15.09.2018.)
2. Blažević, B. (2007), Turizam u gospodarskom sustavu, Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment
3. Borić, V. J. (2009): Identitet malih gradova kao potencijal za razvitak, 2. Međunarodna konferencija, Revitalizacija malih povijesnih gradova i njihovog okruženja u Primorsko-goranskoj županiji, Mošćenice
4. Cecil, A. K., Yao-Yi F., Wang S., Avgoustis S. (2010): Cultural tourism and quality of life: results of a longitudinal study, European journal of tourism research
5. Dumbović Bilušić, B., Božić, N. (2011): Modeli upravljanja procesima obnove i razvoja povijesnih gradova, Primjer Ivanić Grada: Mogućnosti revitalizacije i obnove staroga Ivanića, Hrvatska sekcija ECOVAS-a, Zagreb, dostupno na: http://www.ecovast.hr/dokumenti/publikacije/Ivanic2009/01_Uvod_1_HR.pdf, (pristupljeno 15.08.2018.)
6. Horak, S., et al. (2007): Studija održivog razvoja kruzing turizma u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb, str. 13, dostupno na: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/SAZETAK-Studija-kruzing.pdf>, (pristupljeno 15.09.2018.)
7. ICOMOS (1999): International Tourism Charter, Principles And Guidelines For Managing Tourism At Places Of Cultural Significance, Charter Principles, ICOMOS, International Cultural Tourism Committee, dostupno na: <https://www.icomos.org/charters/charters.pdf>, (pristupljeno 15.08.2018.)
8. Jelinčić, D. A. (2008): Abeceda kulturnog turizma, Zagreb
9. Jelinčić, D. A. (2010): Kultura u izlogu: Kratki vodič za upravljanje kulturnim dobrima, Menadarmedia, Zagreb, str. 17
10. Klaić Saulačić, P. (2017): Ekološke bombe: Kruzeri u Dubrovnik dovoze tisuće turista, ali kolika je stvarna korist za Grad?, Dnevnik.hr, dostupno na: <https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/je-li-veca-steta-ili-korist-kruzeri-dovoze-tisuce-turista-svaki-dan-ali-necete-vjerovati-koliko-oni-trose---482016.html>, (pristupljeno 15.09.2018.)

11. Kotler, Ph., Bowen, J., Makens, J. (1996): Marketing for Hospitality & Tourism, Prentice Hall International, London
12. Marasović, T. (2001): Kulturna baština, Veleučilište u Splitu, Split, str. 9
13. Maroević I. (2001): Koncept održivog razvoja u zaštiti kulturne baštine, Socijalna ekologija: časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline, Zagreb
14. Maroević I. (1986): Sadašnjost baštine, Društvo povijesničara umjetnosti, Zagreb
15. McKercher, B. (2002): Towards a Classification of Cultural Tourists, International Journal of Tourism Research, dostupno na: <http://orcp.hustoj.com/wp-content/uploads/2016/02/2002-Towards-a-classification-of-cultural-tourists.pdf>, (pristupljeno 10.09.2018.)
16. McNulty, R. (1993): Cultural Tourism and Sustainable development, World Travel and Tourism Review
17. Middleton, V. T. C., Clarke, J. (2002): Marketing in travel and tourism, Butterworth Heinemann, Oxford
18. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske: Kulturna baština, dostupno na: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6>, (pristupljeno 10.08.2018.)
19. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2003): Strategija razvoja kulturnog turizma, Od turizma i kulture do kulturnog turizma, Institut za turizam, Zagreb, dostupno na: <http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/Strategij-Razvoja-Kulturnog-Turizma.pdf>, (pristupljeno 20.08.2018.)
20. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2013): Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Institut za turizam, Zagreb, dostupno na: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/130426-Strategija-turizam-2020.pdf>, (pristupljeno 10.09.2018.)
21. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2011): Strategija zaštite, očuvanja i održivog gospodarskog korištenja kulturne baštine Republike Hrvatske za razdoblje 2011.-2015., Zagreb, dostupno na: https://www.min-kulture.hr/userdocsimages/bastina/STRATEGIJA_BASTINE_VRH.pdf, (pristupljeno 16.09.2018.)
22. Moutinho, L. (2005): Strateški menadžment u turizmu, Masmedia, Zagreb
23. Narodne novine (1999): Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara, Članak 7 i 8, Narodne novine 69/1999, Zagreb, dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1999_07_69_1284.html, (pristupljeno 10.08.2018.)

24. Pančić Kombol, T. (2006): Kulturno nasljeđe i turizam, Radovi Zavoda za znanstveni rad HAZU Varaždin, HAZU, Varaždin
25. Petrić, L., et al. (2015): Analiza stanja, Plan upravljanja povijesnim kompleksom Splita s Dioklecijanovom palačom, Grad Split
26. Poljičak I. (2014): Utjecaj suvremenog kulturnog turizma na promjene načina života u starim gradskim jezgrama na Hrvatskoj obali, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, Veleučilište u Šibeniku
27. Rašica, L. (2017): Prvi rezultati Internog popisa stanovništva: Povijesna jezgra Dubrovnika izgubila 600 stanovnika u pet godina, Nportal, dostupno na: <https://www.nportal.hr/index.php/2018-05-26-09-51-04/item/5911-prvi-rezultati-internog-popisa-stanovni%C5%A1tva-povijesna-jezgra-dubrovnika-izgubila-600-stanovnika-u-pet-godina>, (pristupljeno 15.09.2018.)
28. Richards, G. (1999): European Cultural Tourism: Patterns and Prospects. U: Planning Cultural Tourism in Europe (Dodd, Diane i Van Hemel, Annemoon, ur.). Amsterdam, Boekman Foundation/Ministry of Education, Culture and Science
29. Rudan, E. (2010): The development of cultural tourism in small historical towns, Tourism & Hospitality Industry 2010: New Trends in Tourism and Hospitality Management, Opatija, dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/323812883_THE_DEVELOPMENT_OF_CULTURAL_TOURISM_IN_SMALL_HISTORICAL_TOWNS, (pristupljeno 11.09.2018.)
30. Rudan, E. (2011): Razvoj turizma malog povijesnog grada na primjeru Mošćenica, Modeli upravljanja procesima obnove i razvoja povijesnih gradova, primjer Ivanić-Grada, Hrvatska sekcija ECOVAST-a, dostupno na: http://www.ecovast.hr/dokumenti/publikacije/Ivanic2009/35_Rudan_Persic.pdf, (pristupljeno 15.08.2018.)
31. Rudan E. (2012): Uloga lokalnog stanovništva u razvoju turizma destinacije, Tranzicija: časopis za ekonomiju i politiku tranzicije, pregledni rad, Opatija
32. Rudan E., Peršić S. (2011): Razvoj turizma maloga povijesnoga grada na primjeru Mošćenica, Modeli upravljanja procesima obnove i razvoja povijesnih gradova: Međunarodni znanstveno-stručni skup: zbornik radova, Ivanić-Grad, Hrvatska sekcija ECOVAST-a, dostupno na: http://www.ecovast.hr/dokumenti/publikacije/Ivanic2009/35_Rudan_Persic.pdf, (pristupljeno 16.09.2018.)

33. Stebbins, R. A. (1996): Cultural tourism as serious leisure, *Annals of tourism research*, vol 23
34. Tomljenović R., Boranić Živoder, S. (2015): Akcijski plan razvoja kulturnog turizma, Institut za turizam, Zagreb, dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//001_160128-AP_kulturni.pdf, (pristupljeno 10.09.2018.)
35. UNESCO: Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage, Definition of the Cultural and Natural Heritage, Article1, dostupno na: <http://whc.unesco.org/en/conventiontext/>, (pristupljeno 10.08.2018.)
36. UNESCO: Cultural Diversity, dostupno na: <http://www.unesco.org/new/en/social-and-human-sciences/themes/international-migration/glossary/cultural-diversity/>, (pristupljeno 10.08.2018.)
37. UNESCO: The Criteria for Selection, dostupno na: <http://whc.unesco.org/en/criteria/>, (pristupljeno 10.08.2018.)
38. UNWTO: Sustainable development of tourism, dostupno na: <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>, (pristupljeno 16.09.2018.)
39. Vrtiprah, V. (2006): Kulturni resursi kao činitelj turističke ponude u 21. stoljeću, *Ekonomska misao i praksa*, Sveučilište u Dubrovniku
40. Vukonić, B. (2010): *Turizam - budućnost mnogih iluzija*, Visoka poslovna škola Utilus, Zagreb
41. Wikipedia: Grand Tour, dostupno na: https://sh.wikipedia.org/wiki/Grand_Tour, (pristupljeno 20.08.2018)
42. WTO (1985): *The State's Role in Protecting and Promoting Culture as a Factor of Tourism Development and the Proper Use and Exploitation of the National Cultural Heritage of Sites and Monument for Tourism*, WTO, Madrid

SAŽETAK

Mali povijesni gradovi i povijesne jezgre važan su nositelj identiteta, kako na lokalnoj tako i na nacionalnoj razini. Bogati su kulturom, njezinom baštinom i tradicijom koje mu pružaju autentičnost i izvornost. Međutim, mnogi od njih suočavaju se s raznim problemima uzorkovanih promjenama u gospodarstvu, demografskoj strukturi stanovništva i društvenim promjenama. S druge strane, neki od njih svoje mjesto su pronašli u razvoju turizma koji bi trebao oživjeti takve sredine, omogućiti zaštitu i obnovu njihove baštine te prepoznatljivost destinacije kao turističkog proizvoda. No, razvoj turizma sa sobom nosi i negativne učinke koji se moraju spriječiti i smanjiti.

Ovaj rad prikazuje značenje malih povijesnih gradova u turističkoj ponudi te njihova stanja i probleme s kojima se suočavaju. Naglašava se nužnost efikasnog menadžmenta i marketinga kulturnih resursa kako bi se omogućila njihova zaštita, obnova i održavanje, ali i razvoj turizma u takvim sredinama koji će biti usmjeren na pretvaranje malih povijesnih gradova u prepoznatljiv kulturno – turistički proizvod. Stoga je potrebno sagledati sve nedostatke upravljanja razvojem turizma te donijeti smjernice i rješenja u svrhu ograničenja daljnjeg nepravilnog razvoja i njegovih posljedica. Ističe se važnost svih dionika u procesu upravljanja razvojem te nužnost usklađivanja turističke valorizacije s principima održivog razvoja. Samo ono upravljanje koje uključuje sve potrebne stručnjake, koje raspolaže potrebnim financijskim sredstvima i koje se vodi smjericama i dokumentima upravljanja, može doprinijeti daljnjem razvoju i oživljavanju malih povijesnih gradova.

Ključni pojmovi: *mali povijesni gradovi, turistička valorizacija, održivi razvoj*

SUMMARY

Historic towns and historic cores are important identity bearers, both on local and national level. They are enriched with culture, its heritage and tradition that provide them authenticity and originality. However, many of them face various problems caused by changes in economy, demographic structure of population and social changes. On the other hand, some of them have found their place in the tourism development that should revitalize such areas, provide the protection, conservation of their heritage and destination recognition as a tourist product. But, tourism development has its negative effects which have to be reduced and prevented if possible.

This paper presents the significance of historic towns in tourist supply as well as their conditions and problems. The emphasis is on the need for efficient management and marketing of cultural resources to enable them to be protected, renovated and maintained, as well as the tourism development in that areas which has to be focused on transforming historic towns into a recognizable cultural and tourist product. Therefore, it is necessary to consider all disadvantages in managing tourism development and to provide guidance and solutions for the purpose of limiting further improper development and its consequences. There is the importance of all stakeholders in managing development and the need to harmonize tourist valorization with the principles of sustainable development. Only a management that includes all the necessary experts, and has the necessary financial resources and is guided by guidelines and management documents, can contribute to the development and revitalization of historic towns.

Key words: *historic towns, tourist valorization, sustainable development*