

# Edukacija i doprinos lokalnog stanovništva u kreiranju konkurentnog turističkog prostora

---

**Kudrić, Lana**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2022**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Dubrovnik / Sveučilište u Dubrovniku**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:155:226102>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-06-30**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the University of Dubrovnik](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

SVEUČILIŠTE U DUBROVNIKU  
ODJEL ZA EKONOMIJU I POSLOVNU EKONOMIJU

LANA KUDRIĆ

EDUKACIJA I DOPRINOS LOKALNOG STANOVNIŠTVA U  
KREIRANJU KONKURENTNOG TURISTIČKOG PROSTORA  
EDUCATION AND CONTRIBUTION OF THE LOCAL POPULATION  
IN CREATING A COMPETITIVE TOURIST SPACE

ZAVRŠNI RAD

Dubrovnik, rujan 2022.

SVEUČILIŠTE U DUBROVNIKU  
ODJEL ZA EKONOMIJU I POSLOVNU EKONOMIJU

EDUKACIJA I DOPRINOS LOKALNOG STANOVNIŠTVA U  
KREIRANJU KONKURENTNOG TURISTIČKOG PROSTORA  
EDUCATION AND CONTRIBUTION OF THE LOCAL POPULATION  
IN CREATING A COMPETITIVE TOURIST SPACE

ZAVRŠNI RAD

Kolegij: Marketing u turizmu

Studij: Poslovna ekonomija

Vrsta studija: Sveučilišni studij

Razina: Preddiplomski

Studijski smjer: Turizam

Mentor: Izv. prof. dr. sc. Iris Mihajlović

Studentica : Lana Kudrić

JMBAG: 0275057381

Dubrovnik, rujan 2022.

## ZAHVALA

*Zahvaljujem se svojoj mentorici izv. prof. dr. sc. Iris Mihajlović na iskazanom povjerenju, korisnim sugestijama, stručnoj pomoći i vodstvu tijekom izrade završnog rada.*

## SAŽETAK

Edukacija i doprinos lokalnog stanovništva u kreiranju konkurentnog turističkog prostora od velike su važnosti za razvoj turističkog tržišta, u ovom slučaju na primjeru grada Sinja. Sposobnošću pružanja cjelokupnih sadržaja određenim interesnim skupinama stvara se okruženje u kojemu je moguće prepoznati je li određeno turističko područje steklo dovoljnu razinu prepoznatljivosti i postoji li mogućnost upravljanja koje može implementiranjem postojećih proizvoda osigurati konkurentnost, te plasiranje na tržišnu poziciju kako na domaćem, tako i na stranom tržištu.

Koncept ovoga rada na detaljan i analitičan način kroz svoju strukturu uvodi u problematiku ovog rada, ukazujući na bogatstvo kojim određena destinacija raspolaže poput svojih autohtonih proizvoda i resursa. Kroz zadnju cjelinu koja predstavlja istraživanje prezentira se i opisiva utjecaj i razina edukacije lokalnog stanovništva u kreiranju konkurentnog turističkog prostora, a ujedno i stavovi interesnih skupina na tržištu. Također, bitno je napomenuti da će se u ovom radu opisivati vrsta destinacije koja pripada ruralnom području, s obzirom na suočenost s masovnim i sezonskim turizmom diljem Republike Hrvatske u priobalnom dijelu. Glavni cilj ovog rada je ukazati kako i na koje načine lokalno stanovništvo može uvelike pridonijeti u prepoznatljivosti turističke destinacije, koristeći se dobrom organizacijom, promocijom, sugestijama i prenošenjem tradicije s „koljena na koljeno“ zajedno u suradnji sa profesionalnim vodstvom, odnosno angažiranošću turističkih zajednica određenog kraja.

Jedan od najvažnijih doprinosa ovog završnog rada jest ukazati na postojeće načine upravljanja razvoja turističke destinacije, gdje su istaknuti ciljevi potencijalnog zadovoljavanja domaćeg stanovništva, uz dobru organizaciju i smanjenje ugrožavanja kvalitete življenja domaćeg stanovništva. Promocijom određenog turističkog prostora, postojanjem nematerijalne i materijalne baštine, te tradicijskih običaja nastoji se prezentirati izvornost destinacije koja će biti prepoznata u jednom segmentu, odnosno u gradu Sinju i široj okolici, odnosno Cetinskoj krajini. Bitan je naglasak na tome koliko je lokalno stanovništvo sposobno sa suradnjom i planiranjem stručnog vodstva u mogućnosti prihvatiti određene prijedloge i sadržaje za izvornost, stvarajući brend ili imidž destinacije koji će budućim generacijama omogućiti razvoj turističkog prostora bez štetnih posljedica. Najvrijedniji dio nematerijalne baštine kao što su kultura, manifestacije, folklor, tradicije pojedinog kraja, običaji, te načini života i rada domaćeg stanovništva predstavljaju dio koji treba sačuvati i iskoristiti kao potencijal razvitka turističkog prostora. U radu je provedeno empirijsko istraživanje koje je orijentirano prema implementiranju i prepoznatljivosti autohtonih proizvoda na tržišnom prostoru grada Sinja, te opisano kako i na koje raznovrsne načine očuvanje tradicije može pridonijeti razvijanju izvoznog proizvoda lokalnog kraja.

Ključne riječi: : edukacija, doprinos, turističko tržište, izvornost, kvaliteta življenja domaćeg stanovništva, promocija, konkurentnost, nematerijalna baština

## SUMMARY

Education and contribution of the local population in creating a competitive tourist space are of great importance for the development on the tourist market, in this case on the example of the city of Sinj. The ability to provide the entire content to certain interest groups creates an environment in which is possible to recognize whether a certain tourist area has acquired a certain level of recognition and whether there is possibility of management that can ensure competitiveness by implementing existing products, and placing them in a market position both domestically and abroad the market.

The concept of this paper introduces the problems in a detailed and analytical way through its structure while pointing the wealth that a certain destination has at its disposal, such as its autochthonous products and resources. Through the last unit, which represents the research, the descriptive influence and level of education of the local population in the creation of a competitive tourist space, as well as the attitudes of interest groups on the market are presented. It is important to note that this paper will describe the type of destination that belongs to the rural area, considering the face of mass and seasonal tourism throughout the Republic of Croatia in the coastal area. The main goal of this paper is to show in which ways the local population can greatly contribute to the recognition of a tourist destination, using organization, promotion, suggestions and passing on tradition from „generation to generation“ with professional leadership, i.e. the engagement of tourism boards of a certain area.

One of the most important contributions of this final paper is to point out the existing ways of managing the development of the tourist destination, where the goals of potentially satisfying the local population, with good organization and reducing the threat of the quality of life of the local population are highlighted. By promoting a specific tourist area, the existence of intangible and tangible heritage, and traditional customs, an attempt is made to present the originality of the destination, which will be recognized in one segment, i.e. in the city of Sinj and its wider surroundings, i.e. Cetina region. It is important to note how capable local population is in cooperation and planning of professional leadership while being able to accept certain proposals and content for authenticity, creating a brand or destination image that will allow future generations to develop the tourist area without harmful consequences. The most valuable part of intangible heritage such as culture, manifestations, folklore traditions of a particular region, customs and the way of living and working of the local population represent a part that should be preserved and used as a potential development of the tourist area. In this paper was empiric research that was oriented towards implementation and recognition of autochthonous products on the market area of the city of Sinj and was described how and in which ways the preservation of tradition can contribute to the development of the export product of the local area.

Key words: education, contribution, tourist market, originality, local population quality of living, promotion, competitiveness, intangible heritage

# SADRŽAJ

SAŽETAK .....	4
SUMMARY .....	5
1. UVOD .....	1
1.1. Definiranje predmeta i ciljeva istraživanja .....	1
1.2. Ciljevi i metodologija rada .....	1
1.3. Struktura rada .....	2
2. POJMOVNO DEFINIRANJE KULTURNO-POVIJESNE BAŠTINE .....	3
2.1. Ključni čimbenici u kreiranju prepoznatljivosti određenog turističkog prostora .....	4
2.2. Materijalna baština (svjetovna i sakralna) .....	4
2.3. Pokretna i nepokretna materijalna baština turističkog prostora grada Sinja .....	5
2.3.1. Muzej Cetinske krajine .....	6
2.3.2. Zaštićeno kulturno dobro Republike Hrvatske- Didi s Kamešnice .....	6
2.3.3. Nematerijalno kulturno dobro Republike Hrvatske- Lončarstvo iz sela Potravlja .....	7
2.3.4. Muzej Sinjske alke .....	8
2.3.5. Nepokretna materijalna baština grada Sinja i Cetinske krajine .....	9
2.3.6. Zaštićeno kulturno dobro i povijesna činjenica- Utvrda Kamičak .....	10
2.3.7. Tvrđava Stari grad Sinj .....	11
2.3.8. Nadgrobni spomenik Gaja Laberija .....	13
2.3.9. Spomenik Tri generacije .....	14
2.3.10. Spomenik alkara na konju .....	15
2.3.11. Zaštićeno kulturno dobro-Arheološka zbirka Franjevačkog samostana u Sinju .....	17
2.4. Nematerijalna baština-pojam i koncept nematerijalne baštine .....	18
2.5. Pregled nematerijalne baštine .....	19
2.6. Nematerijalna kulturna baština Republike Hrvatske na popisu Unesco-ove liste .....	19
2.7. Pojmovno definiranje prepoznatljivosti nematerijalne kulturne baštine turističkog prostora- kulturno nasljeđe grada Sinja na popisu Unesco-ove liste .....	23
3. KREIRANJE IDENTITETA TURISTIČKOG PROSTORA .....	28
3.1. Prostor kao komponenta turističkog prostora .....	28
3.2. Gastronomija-prepoznatljivi proizvodi turističkog prostora grada Sinja .....	29
3.2.1. Tradicionalno jelo Sinjski arambaši .....	29
3.2.2. Povijesna zanimljivost iz gastronomije i ostali proizvodi lokalnog kraja .....	30
3.2.3. Sladoled Pana obitelji Trek .....	30
3.2.4. Cetinska pastrva .....	31



3.2.4.Vina cetinskog kraja .....	31
3.3. Raspoloživi resursi destinacije.....	32
3.4. Lokalni proizvodi kao potencijal napretka i predstavljanja turističkog prostora na tržištu.....	32
3.4.1. Iščezavajući zanati .....	33
3.4.2. Izrada opanaka Oputara .....	33
3.4.3. Lončarstvo .....	33
3.4.4. Izrada lula u Zelovu .....	34
3.4.5. Predstava Opsada Sinja 1715. ....	34
3.5. Važnost proizvoda kao dijela implementacije razvoja turističkog prostora u svrhu razvijanja pojedinih potencijala destinacije .....	35
4.LOKALNO STANOVNIŠTVO KAO TEMELJNI POKRETAČ RAZVOJA I NOSITELJ PROSTORNE PREPOZNTALJIVOSTI KONKURENTNOG TURISTIČKOG PROSTORA .....	36
4.1.Edukacija i doprinos lokalnog stanovništva u kreiranju konkurentnog turističkog prostora-definiranje prostora grada Sinja;razvitak potencijalnih proizvoda .....	36
4.2. Utjecaji edukacije i doprinosa lokalnog stanovništva na rast i razvoj određenog turističkog prostora .....	36
5. EDUKACIJA I DOPRINOS LOKALNOG STANOVNIŠTVA U PLANIRANJU I UPRAVLJANJU KONKURENTNOG TURISTIČKOG PROSTORA .....	37
5.1.Marketinški aspekti rasta i razvoja turističkog prostora.....	37
5.2.Izbor turističkog prostora; prepoznatljivost dobara od strane ciljnih skupina potrošača .....	38
5.3. Uloga stanovništva u kreiranju konkurentnog turističkog prostora; elementi suradnje s određenim interesnim skupinama .....	38
6.PRIMARNO ISTRAŽIVANJE .....	38
6.1. Istraživanje edukacije i doprinosa lokalnog stanovništva u svrhu kreiranja konkurentnog turističkog prostora .....	39
6.2. Rezultati istraživanja .....	39
7.ZAKLJUČAK .....	52
8. POPIS LITERATURE .....	53
POPIS SLIKA .....	56
POPIS TABLICA.....	56
POPIS GRAFIKONA.....	56
IZJAVA O AUTORSTVU I IZVORNOSTI RADA .....	58

# **1. UVOD**

## **1.1. Definiranje predmeta i ciljeva istraživanja**

Predmet istraživanja ovog rada jest uvid u problematiku upravljanja i razvijanja postojećih zajednica lokalnog kraja zajedno s lokalnim stanovništvom, odnosno određenim turističkim prostorom koji se suočava sa destinacijama koje su specifične geografskim položajima i načinima prema kojima se plasiraju u top destinacije na svijetu kako na domaćem tako i na stranom turističkom tržištu. No, unatoč tome treba napomenuti da se će se u ovom radu orijentirati na turistički prostor koji pripada ruralnom području. Naime, ruralna su područja zahvaljujući očuvanju i prenošenju kulturno-povijesne baštine s koljena na koljeno, uspjela pridonijeti jačem širenju van granica određenog grada, što je rezultiralo konkurencijom na tržištu.

U ovom radu naglasak je na istraživanju implementacije vrijednosti pojedinih proizvoda određenog turističkog prostora, uključenosti lokalnog stanovništva, te njihovoj educiranosti u prepoznavanju autohtonih proizvoda. Problematika u ovom radu bazira se na određeni turistički prostor, odnosno lokalni kraj i lokalno stanovništvo zajedno s okolicom koje posjeduje svoj identitet, stavove i gard. Uvidom u rad ukazuje se potreba na poticanje lokalnog stanovništva, naročito mladog na edukaciju i razvoj doprinosa s obzirom na postojanje raznih kulturnih vrijednosti i tradicija koje je potrebno očuvati. Postojanjem stoljetnih tradicija u ovom kraju kroz rad biti će prikazana kulturno povijesna baština, tradicija, manifestacije, kulturološke razlike, koje još u dovoljnoj mjeri nisu iskazane s obzirom na postojanje potencijala kojima bi se mogla stvoriti izvrsna turistička ponuda koja bi se plasirala na domaće, a ujedno i na strano tržište. Neophodno je istražiti kakve vrste upravljanja, edukacija i doprinosa odgovaraju pojedinoj destinaciji, te kako i na koje načine implementirati načela i svrhe cjelokupne ponude turističke destinacije imajući na umu ekološke, ekonomske i sociokulturne kriterije. Također, treba naglasiti specifičnosti, odnosno razlike po kojima se jedna destinacija razlikuje od druge, te raditi na boljem razvijanju i implementiranju modela temeljenih na načelima održivog razvoja.

## **1.2. Ciljevi i metodologija rada**

U završnom radu su korišteni brojni izvori podataka sadržanih u stručnoj literaturi i znanstvenim publikacijama poput Internet izvora, članaka, te knjiga. Osim toga, u radu su

korištene raznovrsne metode poput metoda analize, sinteze, a provedeno je i empirijsko istraživanje.

Empirijsko istraživanje provedeno je na uzorku izrade online ankete za lokalno stanovništvo područja grada Sinja i Cetinske krajine na uzorku od 33 ispitanika sa 100%-tnim povratnim odgovorima o razinama prepoznatljivosti pojedinih segmenata nematerijalne baštine u svrhu kreiranja određenog turističkog proizvoda kako bi se stvorio prostor razvojnog potencijala prepoznatljivosti na tržištu. Cilj istraživanja bio je uvidjeti koliko je stanovništvo upoznato sa postojećim proizvodima lokalnog kraja, pružena im prilika u procjeni vrijednosti proizvoda, a razlozi dobrih odgovora upravo su u osobnoj komunikaciji na anketni upitnik.

### **1.3.Struktura rada**

Završni rad je podijeljen u šest tematskih cjelina.

U prvom uvodnom dijelu definiraju se predmeti istraživanja, ciljevi i metodologija rada, struktura rada koji su podijeljeni po poglavljima.

U drugom dijelu završnog rada definiraju se pojmovna određenja kulturno-povijesne baštine, ključni čimbenici prepoznatljivosti određenog turističkog prostora, pojmovno definiranje materijalne i nematerijalne baštine, te pregled baštine Republike Hrvatske i baštine određenog turističkog prostora- grad Sinj.

U trećem dijelu rada istražuje se i definira identitet turističkog prostora, istražuju se raspoloživi resursi i iznose prepoznatljivi proizvodi destinacije, kao i događaji koji su postojali, a koji se održavaju i danas.

U četvrtom dijelu rada riječ je o lokalnom stanovništvu koje je predstavljeno kao temeljni pokretač razvoja destinacije, te se ukazuje na snagu kojom oni sa svojim utjecajima, poznavanjem mogu pridonositi i utjecati na daljnji razvoj određenog turističkog prostora.

U petom dijelu rada slijedi se kontinuitet istraživanja lokalnog stanovništva na području određenog turističkog prostora, samo s naglaskom na istraživanje pojma ruralne destinacije, njenog planiranja i utjecaja turista, a tako i lokalnog stanovništva kako bi razvili proizvod koji će biti privučen određenim interesnim skupinama.

U šestom dijelu rada riječ je o vrsti ankete koja se odnosila na analizu i prepoznatljivost određenog turističkog prostora između lokalnog stanovništva. Provedeno je istraživanje na uzorku za lokalno stanovništvo područja grada Sinja o razinama prepoznatljivosti pojedinih segmenata nematerijalne baštine, sve u svrhu kreiranja određenog turističkog prostora kao potencijala prepoznatljivosti na tržištu.

Šesti dio rada odnosi se na zaključak i sam doprinos rada.

## 2. POJMOVNO DEFINIRANJE KULTURNE BAŠTINE

Ovdje je naglasak je definiciji kulturno-povijesne baštine, s naglaskom na terminološki pristup nematerijalnoj baštini Republike Hrvatske, s posebnim osvrtom na područje turističkog prostora grada Sinja.

Pojam kulturne baštine je širok i stoga je njegovo pobliže određenje povezano s teškoćama. Naime, pojmovi „kultura“ i „baština“ od kojih je taj pojam sastavljen, jednako su tako vrlo široki. Marasović pišući iz rakursa povjesničara umjetnosti i kulture, primjerice navodi da kultura „obuhvaća ukupnost tvorbi ili pojava u materijalnom i duhovnom životu svakoga naroda i čovječanstva u cjelini“, dok baštinu razumije kao „nasljeđe koje preci ostavljaju potomcima.“<sup>1</sup> Prema tome bi se, smatra taj autor, pojam kulturne baštine odnosio na „dostignuća što su nam preci ostavili u jeziku i književnosti, graditeljstvu i likovnim umjetnostima, uključujući narodnu umjetnost, u glazbi, kazalištu, filmu, znanosti i u drugim područjima koja zajedno čine ukupnost kulture.“<sup>2</sup> Marasović, pak, smatra da kulturna baština može suvremenom čovjeku i društvu otkriti mnoge vrijednosti, te razlikuje dvije skupine takvih vrijednosti.<sup>3</sup> Tako kulturna dobra s obzirom na njihove osobine mogu imati povijesnu vrijednost starosti, umjetničku, ambijentalnu te urbanističku vrijednost, vrijednost izvornosti, vrijednost rijetkosti, vrijednost reprezentativnosti i vrijednost cjelovitosti. S druge strane, uzimajući u obzir ulogu kulturne baštine u današnje društvenom životu, ona ima znanstvenu, odgojno-obrazovnu, kulturnu, kultnu te gospodarsku vrijednost. Na koncu naglašava da kakvo kulturno dobro u sebi može ujediniti i više od jedne vrijednosti.<sup>4</sup>

Pored tradicionalne zaštite spomenika kulture, treba t zaštititi i čuvati tradicije, običaje, folklor, rituale. Materijalna kulturna baština dijeli se na pokretna i nepokretna kulturna dobra. U pokretna kulturna dobra mogu se ubrajati predmeti povezivanja s ljudskom kulturom u koje možemo navesti slike, kipove, nakit, umjetnine, posuđe, novac i sl.

U nepokretna kulturna dobra od velikog značaja su arheološka nalazišta. Nepokretna kulturna dobra su, pored povijesnih građevina, primjerice i arheološka nalazišta. Pod nematerijalnom

---

<sup>1</sup> Marasović, T., (2001.), Kulturna baština, Sveučilište u Splitu, Split str. 9.

<sup>2</sup> Marasović, T., (2001.), op.cit.str. 11.

<sup>3</sup> Ibidem, str. 11.

<sup>4</sup> Kao primjer Marasović u svom djelu navodi Dioklecijanovu palaču u Splitu koja je tijekom stoljeća akumulirala niz višeznačnih vrijednosti

baštinom možemo navesti primjere koji je označavaju, a to su npr: plesovi i umjetničke izvedbe, glazba, običaji, vjerski rituali i slično. Na koncu razmatranja sadržaja i razvoja kulturne baštine treba se primiti na znanje da predstavlja skupnu cjelinu naroda koje putem svojih tradicija i običaja u ovom slučaju na primjeru nematerijalne baštine grada Sinja predstavlja izvornost i prepoznatljivost na turističkom tržištu, a ujedno i jedinstvo koje čini državu unikatnom, te bogatijom.

## **2.1. Ključni čimbenici u kreiranju prepoznatljivosti određenog turističkog prostora**

U ovom potpoglavlju i fokus je na kreiranju prepoznatljivosti turističkog prostora grada Sinja, uzimajući u obzir postojeću poziciju s kojom može uvelike napredovati i postići dobru poziciju na tržištu nego što je trenutno. Jedan od ključnih čimbenika za razvoj turističkog prostora je zajednička suradnja lokalnog stanovništva i zaposlenika u određenom sektoru koji zajedničkim snagama mogu postojeće autohtone proizvode preoblikovati i implementirati u novije inovacije, odnosno proizvode koje će pružiti određenoj skupini ciljanih potrošača kako bi se postigao ciljani dio tržišta. Odlukama i novim inovacijama stvara se novi imidž od prethodnog tzv. „ruralnog“ destinacijskog tržišta koja je nekada bio orijentirana lokalno stanovništvo u kojem je glavni dio bio očuvanje obujma na lokalnoj razini do destinacije koja svojom promocijom i sugestijama turističke zajednice i lokalnog stanovništva može postići veliku preobrazbu i postati destinacijsko tržišni prostor koji osim lokalnih ponuda, može pružiti utočište i mir od urbanih središta stranim skupinama potrošača. Zahvaljujući današnjoj tehnologiji, brojnim internetskim platformama, časopisima, turističkim zajednicama, te drugim dostupnim izvorima informacija stvaraju se prepoznatljivosti i promjene koje pomažu u osvještavanju pojedinaca, pritom pazeći na jedinstvene i osobne preferencije potrošača. Ovakvim načinom osvještavanja olakšava se interesnim skupinama što kraći dolazak u odredište, a sve to zahvaljujući brojkama i brojim osvrtima na društvenim mrežama, koje su nekada predstavljale vrste preporuka preko rodbine, prijatelja i slično. Suradnjom sa lokalnim stanovništvom, te prezentiranjem proizvoda i usluga baziranih na tradicionalnim vrijednostima, ubrajajući i turistički prostor kao bitnu činjenicu razvija se vrsta posebnog procesa u kojem grad kao dio županije stvara jedinstvenu prepoznatljivost, odnosno identitet sve u svrhu boljeg pozicioniranja na domaća, a tako i na poželjna zainteresirana inozemna tržišta. Od svega navedenog, najbolje će se prezentirati na primjerima raspolaganja materijalne i nematerijalne baštine grada Sinja, gdje je jako bitno naglasiti još uvijek netaknute potencijale i resurse turističkog prostora koje mogu biti od pomoći u kreiranju konkurentnog izdavanja pozicioniranih središta na tržištu.

## **2.2. Materijalna baština (svjetovna i sakralna)**

Kulturna baština predstavlja nasljeđe svega što je čovjeku bilo potrebno za razvitak i opstanak, a pojavljuje se u više vrsta. Kulturnom baštinom mogu se smatrati i neopipljive stvari poput

legenda i priča, te opipljive stvari poput knjiga i različitih građevina. Kulturna baština prema većini autora dijeli se na materijalnu (opipljivu) i nematerijalnu (neopipljivu) baštinu, dok se materijalna kulturna baština dijeli na pokretnu i nepokretnu. U pokretnu kulturnu baštinu spadaju:<sup>5</sup>

1. Muzejska građa
2. Arhivska građa
3. Knjižnična baština

Nepokretnu kulturnu baštinu čine:<sup>6</sup>

1. Graditeljska baština
  - a. pojedinačne građevine i kompleksi građevina
  - b. kulturno-povijesne cjeline
2. Arheološka baština
  - a. arheološke zone i lokaliteti
  - b. pojedinačni arheološki spomenici
3. Kulturni krajolici

se reći da se „baština prenosi generacijama naših predaka, a mi je moramo slijediti i njegovati. Kulturna baština govori o tradiciji kulturnog krajolika, o tradiciji života na određenom tlu, o tradiciji određenih tehnoloških oblika. Tradiciju se nasljeđuje u određenoj sredini. Kulturi jednog naroda pripada sve ono što je u njenoj srži i što se sačuvalo prostoru na kome jedan narod on živi.<sup>7</sup>

### **2.3. Pokretna i nepokretna materijalna baština turističkog prostora grada Sinja**

---

<sup>5</sup>Ibidem, str.10.

<sup>6</sup>Ibidem, str. 10.

Postojanjem bogatstva, raznolikosti i velikih, ali čak nedovoljno potencijalno iskorištenih resursa u kreiranju razvitka turističkog prostora potrebno je naglasiti već postojeću pokretnu i nepokretnu materijalnu baštinu grada Sinja. Kroz daljnju razradu rada bazirati ćemo se na neke od najznačajnijih dijelova baštine koje su uspjele pridonijeti razvitku grada i njegovoj prepoznatljivosti razdoblja sadašnjosti.

U pokretnu materijalnu baštinu grada Sinja možemo naglasiti činjenicu da je od postojeće 3 podjele pokretne baštine, na ovom prostoru najviše zastupljena jedna podjela, a to je podjela u koju spada muzejska građa. Muzejska građa za razvoj ovog prostora predstavlja jednu od bitnih dijelova razvoja zbog postojanja bogatstva i brojnih spomenika koji se čuvaju upravo u muzejima, a kojima ovaj prostor raspolaže već stoljećima. U sklopu obilježavanja 300.obljetnice Sinjske alke 08.kolovoza 2015.godine otvoren je jedan od najsuvremenijih muzeja u Republici Hrvatskoj koji sadrži i multimedijalnu dvoranu.

U gradu Sinju možemo istaknuti sadržaj sa 2 muzeja, od kojih jedan predstavlja Muzej Cetinske krajine, a drugi Muzej Sinjske alke.

### *2.3.1. Muzej Cetinske krajine*

Muzej Cetinske krajine osnovan je 07.srpnja 1956. godine .Od utemeljenja smješten je u spomeničkom objektu Palacina, kojipripada povijesnom dijelu kompleksa sadržavajući tvrđavu Kamičak, koju ćemo opisati kroz obradu rada. Kompleks muzeja izgrađen je početkom 18. stoljeća i pripada zaštićenim spomenicima kulture. Upisan je i u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske.

Izložba izloženih predmeta podijeljena je u par tematskih cjelina u kojima su prikazani npr: krajobraz čovjeka koji je živio na tom području prije,a koji je prikazan i danas, destruktivnu društvenu pojavu rata, te kako su pojave utjecale na formiranje društvenih aktivnosti koje su ponajviše usmjerene na iskorištavanje prirodnih resursa u svrhu opstojnosti naroda, te oblikovanja materijalne i nematerijalne kulturne baštine. U Muzeju su prezentirana zaštićena kulturna dobra Republike Hrvatske od kojih se izdvajaju: Didi s Kamešnice i Lončarstvo iz sela Potravlja.

### *2.3.2. Zaštićeno kulturno dobro Republike Hrvatske*

Didi s Kamešnice

Didi s Kamešnice su čuvari višestoljetne tradicije ophoda maškara. Na glavama se nalaze ovčje mišine koje sežu dovisine 1,5m, a oko struka su pričvršćena zvona kako bi skakanjem i bukom otjerali zimu. Ovaj ritual je svrstan pod zaštićeno nematerijalno kulturno dobro Republike Hrvatske. U siječnju i veljači održavaju se u selima podno planine Kamešnice.



Slika 1 Didi s Kamešnice

(Izvor: Večernji list (Internet izvor) dostupno na: [https://www.vecernji.hr/galleries/gallery-406697/?page=6&close\\_url=/vijesti/didi-s-kamesnice-1381292](https://www.vecernji.hr/galleries/gallery-406697/?page=6&close_url=/vijesti/didi-s-kamesnice-1381292) pristup:14.07.2021.)

### *2.3.3. Nematerijano kulturno dobro Republike Hrvatske*

#### Lončarstvo iz sela Potravlja

Selo Potravlje od svojih početaka smatra se kolijevkom lončarstva ručnog kola. Ovakva vrsta zanata seže u pretpovijesno doba. Do Drugog svjetskog rata izradom lončarstva na području Sinja i Cetinske krajiine bavilo se pedesetak obitelj, a u samom mjestu dvadesetak. Jednu od zanimljivih činjenica koju možemo istaknuti je ta da je davne 1774. slavni talijanski putopisac Alberto Fortis ustvrdio kako su potravski grubi lonci izdržljiviji od onih iz njegove domovine. Tradicijsko lončarstvo ručnog kola iz Potravlja od 2013. ima status nematerijalnog kulturnog dobra, te ga je Ministarstvo kulture Republike Hrvatske nominiralo za zaštitu UNESCO-a.





Slika 2 Tradicijsko posuđe

(Izvor: Muzej Cetinske krajine Sinj(Internet izvor), dostupno na:<https://www.mck-sinj.hr/index.php/hr-hr/postav>pristup: 14.07.2021.)

#### 2.3.4. Muzej Sinjske alke

Počeci izrade Muzeja Sinjske alke sežu u ne tako davnu prošlost,otprilike kroz stotinjak godina. Ova izrada Muzeja bila je zamišljena kao kompleks načina stvaranja jedinstvenog prostora koje bi članovima Alkarskog društva osiguralo mjesto za čuvanje starinskih tradicionalnih odora, oružja i opreme. Naime, svi sadržaji su tokom Drugog svjetskog rata pa sve do 1990-ih smješteni u prostorima Muzeja Cetinske krajine vodeći se kao posebna kolekcija koja je sadržava priručne zbirke, dok se ostatak čuvao na prostorima nekadašnje kuće Krune Tripala vojvode s početka 20.st. Muzej se nalazi u prostoru „Kvartiri“ dijelu spomeničkog bloka vojarni iz 18. i 19.st, koji je zaživio i koji je otvoren 08. kolovoza 2015. godine povodom obljetnice 300. godine održavanja Sinjske alke.

Otvaranjem ovakve vrste muzejske građe, pruženo je lokalnom stanovništvu, a ujedno i turističkim posjetiteljima jedinstven okvir koji kroz cijelu godinu nudi mogućnost pregledavanja tradicionalnih zbirki i povijesnih činjenica. Predstavlja jedan od najsuvremenijih muzeja u Hrvatskoj s multimedijalnom dvoranom koja uključuje produkciju filma o Alki koji je sniman i prezentiran na samom otvaranju, posjeduje stalnu postavu koja uključuje mnoštvo odora kako alkarskih tako i odore alkarskih momaka, njihovu opremu i oružje multimedijalnim instalacijama, sadrži alkarske statute i pravilnike koji donosi u suvremenoj digitalnoj formi. Na samom ulazu u muzej postavljena je stalna postava alkarske povorke u kojoj su prikazane oživljene figure u prirodnoj veličini, od kojih su 14 ljudskih sudionika i 8 konjskih sudionika.

Kroz razne segmente muzeja bitno je istaknuti posljednji segment koji obuhvaća „zid zaslužnih i slavni ljudi kroz povijest ovog grada.“ Na ovom mjestu posjetiteljima se pruža uvid u video zid gdje se mogu vidjeti svi slavodobitnici predstavljeni po godinama osvajanja.



Slika 3 Prikaz Alkarske povorke u Muzeju Sinjske alke

(Izvor: Službena stranica turističke zajednice grada Sinja (Internet izvor), Muzeji, dostupno na: <https://www.visitsinj.hr/images/k2-gallery/guide/muzej-sinjske-alke/Ilija-Veselica-8.jpg>, pristup:14.07.2021.)

### 2.3.5. *Nepokretna materijalna baština grada Sinja i Cetinske krajine*

Pod nepokretnom materijalnom baštinom grada Sinja ubrajaju se dijelovi lokaliteta i povijesnih građevina koji su poznati još od vremena Ilira, Delmata, Rimljana i Turaka. Ovaj turističkog prostor seže još u metalno doba gdje su živjeli prastanovnici ove regije. Nalasci kamenja na ovom području ukazuju na postojanost grobnih humaka, a osnivanjem naselja prezentiraju se zahvale tadašnjim Rimljanima koji su ih na ilirskim temeljima povezali cestama. Arheološki nalazi u tadašnjim naseljenim lokalitetima svjedoče o kontinuitetu življenja na ovom području.

Utvrdjeni logor i grad na Gardunu poznatiji po nazivu Tilurij, te Aequum na Čitluku postaju središta življenja za vrijeme rimskog razdoblja i njihove vladavine koja je trajala šest stoljeća. U XIV. i XV. stoljeću Cetinski kraj pada u posjed najmoćnije hrvatske obitelji Nelipića.

U arheološkoj baštini stare hrvatske države najdragocjenija je crkva Sv. Spasa u Vrlici. Građena je u IX., a dograđena u XIII. Stoljeću. Crkva sv.Spasa jedna je od najznačajnijih predromaničkih građevina, a okružena je s preko 1000 grobova i stećaka koja predstavlja biser starohrvatske arhitekture.



Slika 4 Crkva sv. Spasa u Vrlici

(Izvor: Službena stranica Vrlike (Internet izvor) , dostupno na: <https://visitvrlika.com/hr/sto-vidjeti/crkva-sv-spasa>; pristup: 22.09.2022.)

Na području grada Sinja i Cetinske krajine od nepokretne materijalne baštine možemo izdvojiti npr: utvrde, spomenike, franjevačku zbirku samostana u Sinju, te arheološka nalazišta u Cetinskoj krajini, ali istaknuti jako bitnu činjenicu, a to je da činjenica nebrojenih pokušaja osvajanja i širenja, zbog bogatog krajolika i pristupa obalnom dijelu.

### *2.3.6. Zaštićeno kulturno dobro i povijesna činjenica*

#### Utvrda Kamičak

Utvrda Kamičak jedna je od najupečatljivih simbola turističkog prostora grada Sinja koja je sagrađena 1712.godine u obliku zvjezdolikog tlocrta, smještena u samoj gradskoj jezgri nasuprot crkvi Čudotvorne Gospe Sinjske. Utvrda je povezana sa kvartirom (vojarnom za

konjicu) na jugozapadnoj strani, današnjim Alkarskim dvorima gdje je smještena izgrađena muzejska građa- Muzej Sinjske alke. 1890. godine utvrda je dobila današnji izgled koji je pošumljen borovima. Sastoji se od nekadašnje kule promatračnice i sata koji zvoni tri minute prije punoga sata i na puni sat kada otkucava točno vrijeme. Jednu od povijesne činjenice koju treba istaknuti je činjenica da je zvono povezano sa satnim mehanizmom koje je starije od londonskog Big Ben-a punih 30 godina.

Na vrhu zvona nalazi se natpis *A fulgore et tempestate libera nos Domine* (Od groma i zla vremena oslobodi nas Gospodine). Natpis potječe od starog narodnog vjerovanja da zvonjava zvona ili pucanje mužara rastjeruju oblake i tuču. Utvrda Kamičak je zaštićeno kulturno dobro Ministarstva kulture Republike Hrvatske.

### *2.3.7. Tvrđava Stari grad Sinj*

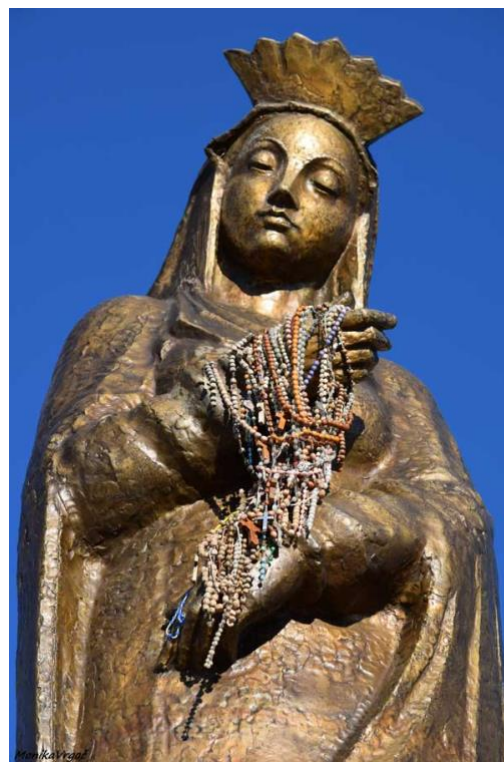
Tvrđava Stari grad izgrađena je na uzvisini na položaju nekadašnje ilirske gradine Ozinij. U srednjem je vijeku bila središtem župana, a kasnije grad pada pod vlast cetinskih knezova Nelipčića. Godine 1808. godine je tvrđava napuštena i djelomično razrušena, a 1887. u središtu glavne utvrde sagrađena je zavjetna Gospina crkvice kao simbol 200-te obljetnice dolaska cetinskog puka. Taj važni kulturno-povijesni objekt je jedan od najvažnijih simbola grada Sinja. 1715.godine pod ovom utverdovodila se čuvena bitka sa 60 000 Osmanlija. Legenda o čudesnoj obrani Sinja prenosi se generacijama i danas, kada je podno grada obranila svoj puk obavijena u bijelom, šetajući na gradskim zidinama.

2008.godine postavlja se brončani kip Gospe Sinjske na kamenu liticu. Ovaj kip je postavljen na način da ima pogled na najveći dio Sinja, gdje Majka od Milosti čuva i danas svoj narod, ali i na prijevoj Vaganj preko kojeg su prije 300 godina stizali osmanlijski osvajači.



Slika 5 Tvrđava Stari grad

(Izvor:Službena stranica turističke zajednice grada Sinja (Internet izvor), Znamenitosti, dostupno na:<https://www.visitsini.hr/images/k2-gallery/guide/tvrđjava-grad/zeljko-Zrncic-4.jpg> , pristup : 14.07.2021.)



Slika 6 Brončani kip Gospe Sinjske a)  
(Izvor: Vlastiti izvor)

Slika 7 Brončani kip Gospe Sinjske b)  
Izvor: Službena stranica turističke  
zajednice grada Sinja (Internet izvor),  
Znamenitosti, dostupno na:  
<https://www.visitsinj.hr/images/k2-gallery/guide/tvrđjava-grad/Monika-Vrgoc-129.jpg>, pristup: 14.07.2021.)

### 2.3.8. Nadgrobni spomenik Gaja Laberija

Nadgrobni spomenik sedmogodišnjeg rimskog dječaka Gaja Laberija izgrađen je od vapnenca, a simbol je kožnate lopte koja se sastoji od povezanih šesterokuta,. Ovaj spomenik smatra se čvrstim dokazom da se prvi nogomet igrao u Cetinskoj krajini. Spomenik je visok 113 cm, a širok 46 cm. Sadrži podatke o pokojniku, te emotivan epitaf anonimnog autora u stihovima. Srednji dio čini ornamentima uokviren okrugli medaljon s vrlo izraženim portretnim karakteristikama pokojnika koji u desnoj ruci drži kuglu na kojoj je iscrtano 26 šesterokuta. Gornji dio spomenika završava frizom s prikazom *kantarosa* (velika vaza s dvije ručke), delfina i glave Meduze (oličenjem zlog bića u antičkoj mitologiji), te trokutastim zabatom s *akroterijama* (plastičnim ukrasima vrška i krajeva) u obliku lavljih šapa dok je u trokutastom polju zabata isklesana glava Atisa, koji se često prikazivao na nadgrobnim spomenicima.

Sve navedeno dovelo je do teorije da se nogomet igrao u Gardunu u krugu rimskih vojnika i sinova uglednika, ali je igra originalno bila ilirska te su je Delmati igrali davno prije dolaska rimske vojske. To potvrđuje i činjenica da nigdje na prostoru Rimskog Carstva, osim u Gardunu, nije pronađen nikakav uzorak ili lik povezan s ovom igrom.



Slika 8 Nadgrobni spomenik dječaka Gaja Laberija

(Izvor: Službena stranica turističke zajednice grada Sinja (Internet izvor), Ostale znamenitosti, dostupno na: <https://www.visitsinj.hr/images/k2-static/povijest/gaj-laberije.jpg>, pristup:

14.07.2021.)

### 2.3.9. Spomenik Tri generacije

U središtu Gradskog parka smještena je monumentalna skulptura s vodoskokom autora Ive Filipovića-Grčića. Ova skulptura predstavlja trojicu Sinjana koji obučeni u izvornu sinjsku narodnu nošnju drže alku na rukama i predstavljaju život težačkog čovjeka u to vrijeme.



Slika 9 Nadgrobni spomenik dječaka Gaja Laberija

(Izvor:(Internet izvor)Cetinska krajina : Pregled baštine, (Internet izvor), dostupno na:<https://cetinska-krajina.hr/wp-content/uploads/2019/10/DSC2341.jpg> pristup:14.07.2021.)

### *2.3.10. Spomenik alkara na konju*

Spomenik alkara na konju nalazi se u ulici Alkarskog trkališta. Spomenik je izrađen 1965. godine, a njegov autor je hrvatski akademski kipar Stipe Sikirica. Jedan je od najupečatljivijih spomenika i simbola grada Sinja, gdje za vrijeme održavanja u ljetnim mjesecima obilježava početni biljeg s kojeg alkari kreću u punom trku za nadmetanje i osvajanje viteške igre.





Slika 10 Alkar na konju

(Izvor: Internet izvor: dostupno na:  
<https://lokalni.vecernji.hr/media/daguerre/a3/20/c43b8645f9742bb42db2.jpeg>.,

pristup: 14.07.2021.)

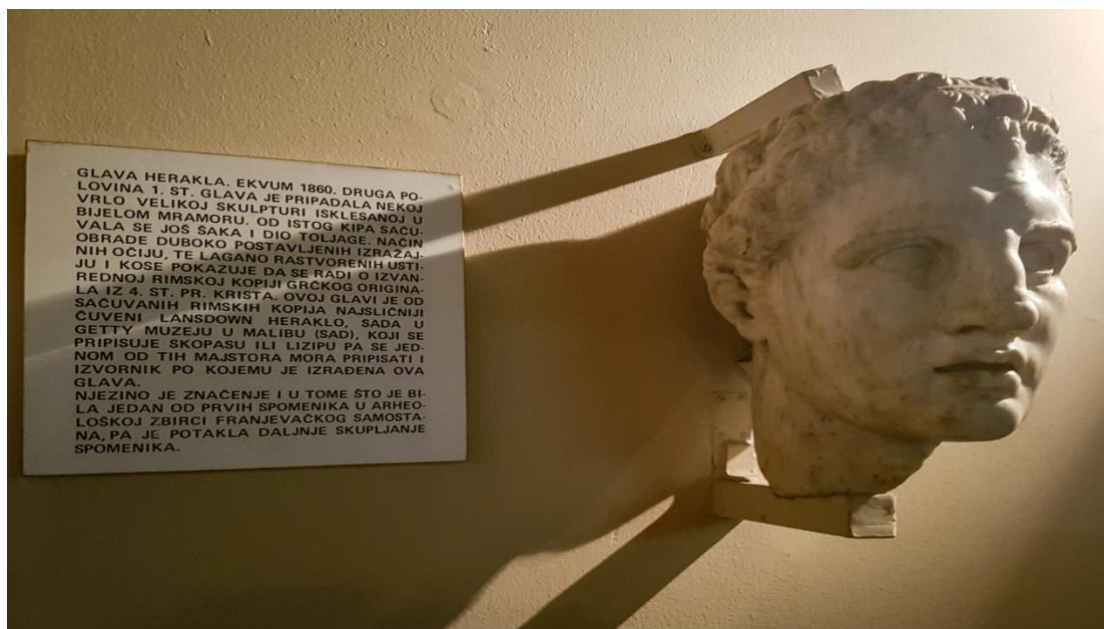
### 2.3.11. Zaštićeno kulturno dobro

#### Arheološka zbirka Franjevačkog samostana u Sinju

U franjevačkom samostanu u Sinju čuvaju se i izlažu mnogobrojne arheološke, etnografske, numizmatičke zbirke i zbirka dragocjenih crkvenih predmeta,. Zbirka je utemeljena 1860.godine zahvaljujući sve fra Anti Konstantinu Matasu.

Ova zbirka predstavlja jednu od najvrjednijih i najstarijih zbirka u Hrvatskoj sadržavajući izložene arheološke iskopine poput kipa Dijane Lucifere, Heraklovu glavu, reljef Meduze, kamene noževe, dijelove ostataka kipa božice Dijane koji su pronađeni u bogatom arheološkom nalazištu nekadašnje rimske kolonije Aequum, današnjeg sela Čitluk pored Sinja, kao i brojne druge.

Treba napomenuti da se u zbirci numizmatičkih predmeta mogu izdvojiti primjerci rimskog, bizantskog, republikanskog, mletačkog, dubrovačkog i drugog novca. Također, značajni su i primjerci antičkog stakla, kao i primjerci vrijednih novaca- 14 srebrnih denara (imperatora Dioklecijana, Maksimilijana i Konstantcija I.). Zbirka dragocjenih crkvenih predmeta sadrži vrijedne barokne slike, crkveno ruho iz 17. i 18. st. , te mnogobrojne srebrene liturgijske predmete iz doba gotike, kao i baroka.



Slika 11 Heraklova glava

(Izvor: Vlastiti izvor)

## 2.4. Nematerijalna baština-pojam i koncept nematerijalne baštine

Prema UNESCO-u: 2003. , nematerijalna kulturna baština znači „prakse, reprezentacije, izraze, znanje, vještine, kao i instrumente, predmete, artefakte i kulturne prostore povezane s njima, a koje zajednice, skupine i, u nekim slučajevima, pojedinci prepoznaju kao dio kulturne baštine“. UNESCO nadalje navodi kako je nematerijalna kulturna baština:<sup>8</sup>

- Tradicionalna, suvremena i istovremeno živa: nematerijalna kulturna baština ne predstavlja samo naslijeđene tradicije iz prošlosti, već i suvremene ruralne i urbane prakse u kojima sudjeluju različite kulturne skupine,
- Uključuje: bilo da su iz susjednog sela, iz grada na suprotnoj strani svijeta, ili su ih prilagodili narodi koji su migrirali i naselili se u drugoj regiji, svi oni predstavljaju nematerijalnu kulturnu baštinu. Nematerijalna kulturna baština ne dovodi do pitanja da li su određene prakse specifične za kulturu. Doprinosi društvenoj koheziji, potičući osjećaj identiteta i odgovornosti koji pomaže pojedincima da se osjećaju dijelom jedne ili različitih zajednica i da se osjećaju dijelom društva u cjelini,
- Predstavnik: nematerijalna kulturna baština se ne samo vrednuje kao kulturno dobro, na usporednoj osnovi, zbog svoje ekskluzivnosti ili iznimne vrijednosti. Ona uspijeva na svojoj osnovi u zajednicama i ovisi o onima čije se znanje o tradicijama, vještinama i običajima prenosi na ostatak zajednice, s koljena na koljeno, ili na druge zajednice,
- Temeljena na zajednici: nematerijalna kulturna baština može biti baština samo ako je kao takvu prepoznaju zajednice, grupe ili pojedinci koji je stvaraju, održavaju i prenose - bez njihovog priznanja, nitko drugi ne može za njih odlučiti da je određeni izraz ili praksa njihova baština.

Zaštita i očuvanje nematerijalne baštine, kultura jednog naroda odnosno stanovništva određenog prostora treba se njegovati upravo zbog toga što je jako podložna i promjenljiva utjecajima turističkih tržišta. Njegujući i održavajući tradiciju i baštinu živom sprječava se nastanak izumiranja upravo prenoseći tradicije s generacije na generaciju putem usmene predaje i pokazivanja i utvrđivanja identiteta pojedinog kraja. Kako bi nematerijalna baština ostala na životu i kako bi se velikim dijelom očuvala potrebno je ponekad dopustiti prilagođavanje koristeći raznovrsne mjere od pojedinih koji se koriste za drugu vrstu i očuvanje baštine, jer zahtijeva određenu brigu.

---

<sup>8</sup>Prema UNESCO (2003.) <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000132540> pristup 14.07.2021.

## 2.5. Pregled nematerijalne baštine

Pregledom segmenata nematerijalne baštine dolazimo do zaključaka da sve ono što je bilo vrijedno u povijesti posjeduje svoju vrijednost i dalje, ali ovisi o sadašnjim i budućim naraštajima kako i na koji način će je održavati, te ujedno i brinuti o svojim vrijednostima stečenim nasljeđem. Postupcima upoznavanja raznih kultura, glazbe, učenja i očuvanja tradicije pruža se generacijama način uključivanja u pojedine segmente baštine kako bi prepoznali određene kulturološke razlike i kako bi sa svojim znanjem na raznovrsne načine mogli utjecati na očuvanje svoje izvornosti, vrijednosti i prepoznatljivosti pojedine destinacije kako u samoj državi tako i van domaćeg tržišta.

Kod specifičnosti nematerijalne baštine treba svakako naglasiti da postoje nematerijalna kulturna dobra s kojom stanovnici žive, pritom misleći na izrade tradicionalnih igračaka u Hrvatskoj, rituale raznih plemena diljem svijeta, a s druge strane naglasiti segment nematerijalne baštine na primjeru Sinjske alke koja se održava jednom godišnje u prvoj nedjelji mjeseca kolovoza koja se definira pod pojmom manifestacija. Sve većom globalizacijom i modernim načinom života došlo je do zapostavljanja, odnosno sve većeg izumiranja običaja i tradicija ( primjerice tradicionalno lončarstvo pored grada Sinja).

„Naila Ceribašić otkriva u svojoj knjizi osnovnu koncepciju modela realsocijalističkih smotri-nevjericu u kreativne sposobnosti članova folklornih skupina, ideološko negiranje njihova prava na tradicijsku kulturu, odnosno sadržajno i formalno nadziranje folkloru u službi države .“<sup>9</sup>

Ova potreba koju je naglasila predstavlja svakako prenošenje izražaja u današnjem modernom svijetu gdje se ne smije zaboraviti sam kontekst baštine u grani turizma. Današnje suvremene turiste zanimaju tradicije, glazba, lokalni običaji neke destinacije koje to podneblje može ponuditi putem održavanja lokalnih manifestacija, važna povijest grada koja je izgradila njen turistički prostor ili neke manje sredine koja može biti prezentirana u pozitivnom svjetlu na raznovrsne načine ukoliko lokalno stanovništvo i stručni odjeljci surađivanju u skladu i zajedni jedno s drugim.

## 2.6. Nematerijalna kulturna baština Republike Hrvatske na popisu UNESCO-ove liste

Republika Hrvatska od povijesti pa do danas sa svojim kulturološkim razlikama diljem zemlje, počevši od očuvanja tradicije na lokalnoj razini, zajedno s dokumentiranjem određenih

---

<sup>9</sup>Ceribašić, N. (2003.), Hrvatsko, seljačko, starinsko i domaće, Povijest i etnografija javne prakse narodne glazbe u Hrvatskoj, Institut za etnologiju i folkloristiku, Zagreb, str.183.

sadržaja, istraživanjem povijesti, te surađivanjem sa stručnim opredijeljenjem svoju raznovrsnu bogatu ponudu može plasirati na strano tržište.

Razvojem turizma, razvijalo se gospodarstvo, a ujedno i tehnologija koja je omogućila lakše pronalaženje određenih destinacija putem internetskih platformi, sve u svrhu ciljanja određenog dijela krajnjih potrošača.

Nematerijalna kulturna baština definirana je člankom 2. UNESCO-ove Konvencije o zaštiti nematerijalne kulturne baštine (NN 5/05) i člankom 9. Zakona o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara u okviru kojega se za potrebe upisa u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske određuju tri osnovne kategorije<sup>10</sup>

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

U daljnoj razradi rada prikazati ćemo tablicu zaštićene nematerijalne baštine Republike Hrvatske na UNESCO-voj reprezentativnoj listi.

Tablica 1 Zaštićena nematerijalna baština - dobra Republike Hrvatske na UNESCO-voj reprezentativnoj listi

<b>Naziv nematerijalnog dobra Republike Hrvatske</b>	<b>Mjesto</b>	<b>UNESCO-ov popis</b>
Čipkarstvo u Hrvatskoj (Lacemaking in Croatia)	Lepoglava, Pag, Hvar	Reprezentativna lista nematerijalne kulturne baštine čovječanstva
Dvoglasje tijesnih intervala Istre i Hrvatskog primorja (Two-part Singing and Playing in the Istrian Scale)	Područja Istre i Hrvatskog primorja	Reprezentativna lista nematerijalne kulturne baštine čovječanstva
Festa sv. Vlaha, zaštitnika Dubrovnika (Festivity of St. Blaise, Patron Saint of Dubrovnik)	Dubrovnik	Reprezentativna lista nematerijalne kulturne baštine čovječanstva
Godišnji proljetni ophod Kraljice ili Ljelje iz Gorjana (Spring procession of	selo Gorjan	Reprezentativna lista nematerijalne kulturne baštine čovječanstva

<sup>10</sup>Ministarstvo kulture i medija. (2019). Nematerijalna kulturna baština i proces procedure upisa, prema : <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/vrste-kulturne-bastine/nematerijalna-kulturna-bastina/nematerijalna-kulturna-bastina-i-procedure-upisa-na-popise/16442> , pristup 14. 07. 2021.

Ljelje/Queens from Gorjani)		
Godišnji pokladni ophod Zvončari s područja Kastavštine (Annual Carnival Bell Ringers Pageant from the Kastav area)	naselja u Kastavštini	Reprezentativna lista nematerijalne kulturne baštine čovječanstva
Procesija za Križen na otoku Hvaru (Procession Following the Cross on the Island of Hvar)	Hvar	Reprezentativna lista nematerijalne kulturne baštine čovječanstva
Umijeće izrade drvenih tradicijskih dječjih igračaka s područja Hrvatskog Zagorja (Traditional Manufacturing of Children's Wooden Toys in Hrvatsko Zagorje)	Hrvatsko Zagorje( Laz, Stubica, Tugonica, Marija Bistrica)	Reprezentativna lista nematerijalne kulturne baštine čovječanstva
Sinjska alka, Viteški turnir u Sinju (The Sinjska Alka, a knights tournament in Sinj)	Sinj	Reprezentativna lista nematerijalne kulturne baštine čovječanstva
Medičarski obred na području Sjeverne Hrvatske (Gingerbread craft from Northern Croatia)	Marija Bistrica, Osijek , Samobor	Reprezentativna lista nematerijalne kulturne baštine čovječanstva
Bećarac- vokalno-instrumentalni napjev s područja Slavonije, Baranje i Srijema (Bećarac singing and playing from Eastern Croatia)	Više mjesta ( Slavonija, Baranja, Srijem)	Reprezentativna lista nematerijalne kulturne baštine čovječanstva
Nijemo kolo s područja Dalmatinske zagore (Nijemo Kolo, silent circle dance of the Dalmatian hinterland)	Više mjesta na području Dalmatinske zagore	Reprezentativna lista nematerijalne kulturne baštine čovječanstva
Klasko pjevanje (Klapa multipart singing of Dalmatia, Southern Croatia)	Više mjesta na području južne Dalmacije	Reprezentativna lista nematerijalne kulturne baštine čovječanstva
Mediterranska prehrana na hrvatskom Jadranu,		

njegovoj obali, otocima i dijelom zaleđa (Mediterranean Diet)	Jadran, obala, otoci i zaleđe	Reprezentativna lista nematerijalne kulturne baštine čovječanstva
Međimurska popevka, tradicijski napjev Međimurja (Folk songs from Međimurje)	Međimurje	Reprezentativna lista nematerijalne kulturne baštine čovječanstva
Umijeće suhozidne gradnje (The art of dry-stone walling)	Više mjesta (najčešće područje jadransko-dinarskog krša)	Reprezentativna lista nematerijalne kulturne baštine čovječanstva
Glazbeni izričaj ojkanje (Ojkanje singing)	Dalmatinsko zaleđe	Lista nematerijalne kulturne baštine kojoj je potrebna hitna zaštita
Ekomuzej Batana (Ecomuseum Batana)	Rovinj	Registar najboljih praksi očuvanja nematerijalne kulturne baštine svijeta

Prema Ministarstvo kulture i medija (2021). Registar kulturnih dobara, dostupno na: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/vrste-kulturne-bastine/nematerijalna-kulturna-bastina/nematerijalna-dobra-upisana-na-unesco-ov-reprezentativni-popis-nematerijalne-kulturne-bastine-covjecanstva/5337> , <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/vrste-kulturne-bastine/nematerijalna-kulturna-bastina/nematerijalna-dobra-upisana-na-unesco-ov-popis-nematerijalne-kulturne-bastine-kojoj-je-potrebna-hitna-zastita/6285> , <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/vrste-kulturne-bastine/nematerijalna-kulturna-bastina/nematerijalna-dobra-upisana-u-unesco-ov-registar-dobrih-praksi-ocuvanja-nematerijalne-kulturne-bastine-svijeta/13927> , pristup 14.07.2021.)

Procedura upisa u nacionalni Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske obuhvaća više koraka stručne evaluacije. Postoje dvije mogućnosti upisa nematerijalnog kulturnog dobra u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske<sup>11</sup>

- Nematerijalna kulturna baština na Listi preventivno zaštićenih dobara,
- Nematerijalna kulturna baština na Listi zaštićenih kulturnih dobara.<sup>12</sup>

Na listi nematerijalne kulturne baštine- zaštićenih kulturnih dobara nalazi se 187 nematerijalnih kulturnih dobara, dok je na listi preventivno zaštićenih dobara 8 dobara pod zaštitom nematerijalnih dobara. Kao sastavni dio turističke ponude nematerijalna dobra pod listom zaštićenih i preventivno zaštićenih doživljavaju uspone i prepoznatljivost na širem dijelu turističkog tržišta. Naime, posebnu pozornost treba posvetiti dijelovima nematerijalne baštine kao što su raznovrsne manifestacije, tradicionalni plesovi, poseban naglasak za interes klapskog pjevanja acapella (poznatog u području Dalmatinskog zaleđa gdje je održao izvornost

<sup>11</sup>Ministarstvo kulture i medija (2021.).

<sup>12</sup>Ministarstvo kulture, (2021).Registar kulturnih dobara, dostupno na: <https://registar.kulturnadobra.hr/#/14.07.2021.>

i danas), te mnogobrojna dobra koja ističu destinaciju svojom izvornošću i prepoznatljivošću u svrhu plasiranja dobara i proizvoda na tržišta određenih interesnih skupina.

## **2.7. Pojmovno definiranje prepoznatljivosti nematerijalne kulturne baštine turističkog prostora- kulturno nasljeđe grada Sinja na popisu UNESCO-ove liste**

U ovom potpoglavlju fokus je na pojmu kulturnog nasljeđa određenog turističkog prostora grada Sinja, sa svojom prepoznatljivošću i izvornošću koju je 16. studenoga 2010. godine prepoznao UNESCO, pritom misleći na vitešku igru Alka.

Prepoznatljivošću pojedinih segmenata baštine određenog turističkog prostora lokalnom stanovništvu, te ciljnim skupinama predočava se uvid kako i na koji način kulturološke razlike između gradova mogu ukazati na potencijalne razvitke i načine plasiranja određenih proizvoda na tržište. S daljim razvitkom, usavršavanjem i implementiranjem postignutog cilja omogućuje se pronalazak ravnoteže i usmjerenja na pojedina tržišta kako bi nematerijalna baština određene destinacije bila popraćena lokalnim pozitivnim djelovanjem, ali ujedno širim prepoznavanjem i preporukama stranog tržišta. Kroz razradu ove cjeline fokus je na nematerijalnoj baštini turističkog prostora grada Sinja sa tri priznata dobra na UNESCO-vom popisu nematerijalne kulturne baštine.

Na UNESCO-ovom popisu nematerijalne kulturne baštine na području grada Sinja su:

1. Sinjska viteška igra Alka
2. Nijemo kolo Dalmatinske zagore
3. Ojkavica ili Sinjska rera (specifična za unutrašnji dio Dalmacije- zaleđe)

### *1. Sinjska viteška igra Alka*

Cetinska krajina dio je Dalmatinske zagore koji se nalazi između Svilaje i Dinare, s rijekom Cetinom koja protječe kroz kotlinu čije dno čine Cetinsko, Vrličko, Hrvatačko i Sinjsko polje. Ondje se nalazi Sinj, u kojemu se od 1715. održava viteški turnir Sinjska alka, kontinuirano, gotovo tri stoljeća, slijedeći stroga pravila. Iako je utemeljena na širim europskim i orijentalnim viteškim tradicijama, Sinjska je alka ostala do danas očuvana autentičnost, ispreplićući drevne lokalne, orijentalne i mletačke utjecaje. Strogo razrađena pravila Alke, raskošne nošnje, specifična terminologija i ostali važni elementi zajedno čine cjelinu koja danas predstavlja sjećanje na vjekovnu koegzistenciju i spajanje različitih civilizacijskih modela.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup>Belamarić, J., (2019), Sinjska alka viteški turnir u Sinju, u: Biškupić Bašić, I. (2019), Hrvatska nematerijalna baština na UNESCO-ovim listama, Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, Zagreb, 2019., str.31.



## *Povijest Alke*

Sinjska alka organizira se prema uzoru na viteške turnire u slavu Gospe koja je, prema legendi, spasila grad te u spomen na pobjedu 700 sinjskih vitezova nad brojnom osmanskim vojskom koja je sa 60.000 vojnika opsjedala Sinj 1715.<sup>14</sup>

Osmansko-mletački rat bio je posljednji pokušaj Osmanlija da silom vrata Sinj, koji je bio glavna utvrda bogate Cetine i ključ najvažnijeg puta prema moru. Potpuno neočekivanu pobjedu kojom je otklonjena opasnost da Sinj osvoje neprijatelji, časnici, vojnici i puk od samog su početka pripisivali čudotvornom zagovoru Gospe Sinjske, čija je slika za sve vrijeme opsade bila u tvrđavi, kamo je prenesena iz franjevačkog samostana.<sup>15</sup>

Sinjska alka kontinuirano traje od 1717. i samo je jednom bila odgođena na više mjeseci zbog kolere, a tijekom Drugog svjetskog rata nije se održavala. Do 1820. Alka se trčala na pokladni utorak, potom prema rođendanima visokih zaštitnika i dobročinitelja, pa na Veliku Gospu 15. kolovoza. Zbog gužve u gradu, alkari su od davnina imali naviku pomicati datum trčanja Alke, a nakon Drugog svjetskog rata održava se svake prve nedjelje u kolovozu.<sup>16</sup>

Uz zapadnoeuropska i internacionalna obilježja, s jasnom ukorijenjenošću u seljačkim tradicijama, Sinjska alka nosi i istočnjački pečat, kao tipična pojava s katoličko-islamskog limesa, što se ogleda i u samoj etimologiji njezina imena. Sama riječ alka dolazi od osmanskog *halka*, od arapskog *halqa*, a označava kolut, kariku, obruč ili zvekir na vratima, pa je značenjski srodna igrama koje u nazivu imaju izraz prstenac.<sup>17</sup>

Iako je alka utemeljena na europskim i orijentalnim viteškim tradicijama, Sinjska je alka transponirana u autentično lokalno ruho. Strogi viteški pravilnik, kodificiran kroz 19. stoljeće, koji alkari i danas dosljedno provode, osigurava autentičnost svih elemenata Alke i njezina održavanja. Primjerice, alkaru je zabranjeno razgovarati, smijati se te činiti najmanje kretnje koje se ne slažu s ozbiljnošću koja je svojstvena oružanom vitezovima, zapovjeđena mu je poslušnost vođi, da poštuje suce i pristojno se ponaša prema svakome. Tijekom trke ne smije izustiti nikakav poklik, bilo da je riječ o veselju ili negodovanju.<sup>18</sup>

Autentičnost turnira, dakle, osigurava Statut Alke, koji detaljno govori o njezinom nastanku, svrsi i načinu trčanja te ostalom. Veći dio odredaba Statuta gotovo se doslovno podudara s odredbama sličnih viteških natjecanja u tadašnjoj Europi, a posebice na području Mletačke

---

<sup>14</sup>Belamarić, J. (2019). Sinjska alka , viteški turnir u Sinju, Biškupić Bašić, I. (2019.). *Hrvatska nematerijalna baština na UNESCO-ovim listama*, Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, Zagreb, str.31.

<sup>15</sup>Ibidem.,str.31.

<sup>16</sup>Ibidem., str.31.

<sup>17</sup>Belamarić, J. (2019 ). Op.cit., str.31.

<sup>18</sup>Ibidem, str.272.-273.

Republike. No, za razliku od sličnih onodobnih viteških natjecanja, u kojima su mogli sudjelovati samo alkari koji su ujedno bili i vitezovi, u Sinjskoj u alki mogli sudjelovati i ljudi iz sela Cetinske krajine u kojoj je ta igra odražavala osobit kult ratničke časti.<sup>19</sup>

Najstariji do danas sačuvan Statut potječe iz 1833., a sastoji se od 11 poglavlja i 51 članka. Sastavljen je na tada službenom talijanskom jeziku. Prema tom Statutu, postojale su dvije vrste Alke, svečana ili sjajna Alku, kod koje je svaki alkar praćen na konju sa svojim bogato odjevenim kumom, koji jaše s desne strane i u svemu ga zastupa, i onu prostu, jednostavniju Alku bez kumova, koja se i danas trči. Pretpostavlja se da je svečana ili sjajna Alka prestala s održavanjem tijekom 19. stoljeća.<sup>20</sup>

Danas Alka predstavlja upečatljivi simbol grada i očuvanja 300-ljetne tradicije viteške igre koja svake godine u ovaj Cetinski kraj privuče mnogobrojne turiste, ali i lokalno stanovništvo. Zbog svoje specifičnosti i prepoznatljivosti 16. studenoga 2010. na sjednici u Nairobiju uvrštena je na popis UNESCO-ove liste nematerijalne baštine.

## *2. Nijemo kolo Dalmatinske zagore*

Nijemo kolo Dalmatinske zagore ima jedinstven način izvođenja. Izvodi se kao samostalan ples bez pratnje ili potpuno neovisno o vokalnoj ili instrumentalnoj izvedbi koja ponekad može biti dio zvučne pozadine, primjerice dipli, mijeha, gajdi ili ojkanja. Jedino se na području Dalmatinske zagore kolo povremeno odvija u parovima ili je cijela izvedba u parovima, koji se slobodno kreću po plesnom prostoru te je upravo zbog razlika u izvedbi strukture i plesnog koraka ovo kolo osnovni znak lokalnog identiteta Dalmatinske zagore. Izvedba nijemog kola u Dalmatinskoj zagori je, dakle, specifična o odnosu na šira područja, kao što su Lika, Ravni kotari ili otoci zadarskog i šibenskog arhipelaga, gdje se kolo u pravilu ne pleše u parovima. Izvodi se spontano, na pokladama, sajmovima, blagdanima i na svadbama. Izvode ga i folklorne skupine u povodu blagdana patrona svojih župa te, također, na smotrama folkloru. Prenosi se s generacije na generaciju, a danas sve više u kulturnim društvima.<sup>21</sup>

Ono što je Fortis primijetio, a što je vidljivo u današnjem kolu iz okolice Sinja je konstatacija da kolo na kraju degenerira u skoči gori, odnosno žestoko poskakivanje s noge na nogu. Nijemo kolo izvodi se u spontanijama o pokladama, na sajmovima i blagdanima te na svadbama. Spontano se prenosi s generacije na generaciju, sve više kroz djelovanje kulturnih društava kao nositelja i organizatora kulturnog i društvenog života pojedinih mjesta i zajednica. U skladu s tradicijom amaterskog okupljanja u Hrvatskoj u razdoblju između dva svjetska rata, Seljačka sloga, kulturna prosvjetna i dobrotvorna organizacija Hrvatske seljačke

---

<sup>19</sup>Ibidem., str.272.-273.

<sup>20</sup>Ibidem., str.275.

<sup>21</sup>Zebec, T. (2019). Nijemo kolo s područja Dalmatinske zagore, u Biškupić Bašić, I. (2019.) *Hrvatska nematerijalna baština na UNESCO-ovim listama*, Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, Zagreb, str. 37.

stranke, organizirala je smotre folklor na kojima su se od 1920-ih, a posebice od 1930-ih prikazivale seoske tradicije. Neki ogranci Seljačke sloge zadržali su staro ime i nakon Drugog svjetskog rata, stoga imaju tradiciju dugu i više od 80 godina.<sup>22</sup>

Nijemo kolo Dalmatinske zagore upisano je u UNESCO-ov Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva 2011.<sup>23</sup>

#### 4. *Ojkavica ili Sinjska rera*

U Dalmatinskoj zagori zvuci stare ojkavice, rere i gange prenose se s naraštaja na naraštaj. 2010.godine UNESCO je prepoznaje i uvrštava je na popis ugrožene svjetske baštine. Stručan naziv ojkanje ukorijenio je Antun Dobronić u svojoj raspravi „'Ojkanje'. Prilog za proučavanje geneza naše pučke popijevke“. Jedan od prvih opisa pjevanja pronalazi se u putopisu po Dalmaciji opata Alberta Fortisa.<sup>24</sup>

Ojkavica je najdominantnija vrsta dvoglasnog tradicijskog pjevanja na području između rijeka Krke i Cetine, te također postoji orzenje na području Ravnih kotara i Bukovice. Još poneki nazivi za orzenje su orcenje ili orcanje te groktanje kako ga naziva pravoslavno stanovništvo. U Cetinskoj krajini se ovakvo pjevanje dijeli na muško i žensko. Muško se naziva treskavica, a žensko vojkovica. Treskavicom ga nazivaju u Trogirskoj i Kaštelanskoj zagori, na području sjevernih Poljica dvoglasno se pjevaju kiridžijska pjevanja, u Dubrovačkom primorju pjevanja po svajski, a u zapadnoj Hercegovini sopračko pivanje. Ganga, rera, oja-noja, suke, po naški su noviji glazbeni žanrovi bazirani na načelima potresanja grlenim glasom, a područja Dalmatinskog zaleđa i zapadne Hercegovine su područja na kojima je danas najčešće moguće čuti raznovrsne oblike ojkanja u raznim prigodama.<sup>25</sup>

Cetinska krajina je karakteristična po dvoglasnom grlenom pjevanju, tzv. rera gdje se pjevanje izvodi punim glasom pritom misleći na jednog pjevača koji vodi pjesmu, a ostali ga prate. Sinjska rera se naraštajima ukorijenila u identitet ovog turističkog prostora, a ponajviše u stanovništvo. Problem predstavlja činjenica da je ojkanje zahtjevno i izrazito arhaično pjevanje. Vrlo ga je teško savladati, a osobito mlađim generacijama koje nisu naviknute na to pjevanje. Iz tog razloga, danas je potrebno održavati manifestacije posvećene ojkanju, kako bi se ojkanje nastavilo prakticirati u zajednicama u kojima se tradicionalno izvodi. Edukacija

---

<sup>22</sup>Zebec, T. (2013). Nijemo kolo s područja Dalmatinske zagore: Ples bez glazbene pratnje, u Čaplar, A. et.al. (2013), Blaga Hrvatske: neprocjenjiva prirodna i kulturna baština, Zagreb, str. 267.-268.

<sup>23</sup>Ibidem, str. 268.

<sup>24</sup>Čaleta, J. (2013). Ojkanje: Potresanje glasom na starinski način, u: Alan Čaplar (ur.) u Čaplar, A. et.al. (2013), Blaga Hrvatske: neprocjenjiva prirodna i kulturna baština, Zagreb, str.222.

<sup>25</sup>Ibidem, str.222.

ojkanja i organizacija izvedbe ojukanja na nastupima i smotrama folkloru danas se odvijaju u okviru kulturno-umjetničkih društava, nositelja ojukanja.<sup>26</sup>

U prošlosti je ovaj način pjevanja ljudima služio kao način svakodnevne komunikacije, pri obavljanju raznih poslova ili tijekom putovanja konjskim karavanama. Usmena predaja u prošlosti bila je jedini način učenja ojukanja. Mlađe su je generacije slušajući i oponašajući usvajale, izvodile i usavršavale te prenosile novim generacijama. Danas je stanje drugačije, nositelji tradicije su starije osobe, istaknuti pjevači pojedinci koji su stekli svoje znanje izravnim učenjem, oponašajući glazbene talente svojih prethodnika.<sup>27</sup>



Slika 12 Ojukanje ili reraanje

(Izvor: Web portal Cetinske krajine, Pregled baštine, dostupno na: <https://cetinska-krajina.hr/wp-content/uploads/2018/10/DSC3275.jpg> ;pristup: 14.07.2021.)

---

<sup>26</sup>Marko Brkljačić, Nematerijalna kulturna baština u natječajima na području Zadarske županije, *Ethnologica Dalmatica*, br.27., 2020.,str.121.

<sup>27</sup>Joško Čaleta, Ojukanje:Potresanje glasom na starinski način, u: Alan Čaplar (ur.), *Blaga Hrvatske: neprocjenjiva prirodna i kulturna baština*, Zagreb, 2013., str.226.

### 3.KREIRANJE IDENTITETA TURISTIČKOG PROSTORA

Identitet turističkog prostora predstavlja odraz prepoznatljivosti i bogatstva pojedinog prostora koji se može unaprijediti raznovrsnim interakcijama sa lokalnim stanovništvom, ali i stručnim vodstvom. Kreiranjem i oblikovanjem identiteta turističkog prostora u obzir se trebaju uzeti različita mišljenja stanovništva ovisno o dobnim skupinama, njihovi načini doživljavanja stranog stanovništva, međusobni odnosi između generacija, te načini implementiranja identiteta u najboljem svjetlu. No, s obzirom na stalni utjecaj promjenjivosti tržišta, dolazi se do rezultata kojima se može kreirati određeni brend, ali samo kroz nekoliko godina.

Mijenjanjem tržišta mijenjaju se ideje i potencijalni razvici krajeva, mišljenja lokalnog stanovništva kao i samog stranog stanovništva. Imajući na umu razvoj kraja i kreiranje turističkog prostora postavlja se pitanje kakve bi sve vizije pojedinih segmenata razvoja prostora grada Sinja nalikovale uzimajući u obzir već poneke postignute strukture. Te vizije trebale bi biti orijentirane ponajviše na domaće lokalno stanovništvo s obzirom na njihovu edukaciju i doprinos koji mogu pridonijeti lokalnoj zajednici, uzimajući u obzir tradicije i raspoloživost već postojećih resursa. Još jedna bitna činjenica i vizija koju bi trebalo spomenuti u daljnjoj razradi rada jest ta, s čim bi se grad Sinj posebno istaknuo i postao „vodeći“ na tržištu među urbaniziranim središtima i što je to što može iz svoje nevalorizirane turističke ponude ponuditi? Istaknuo bi se ljepotama bogatog krajolika za koji su se tisućljećima borili naši preci, postojanjem bogate materijalne i nematerijalne baštine, autentičnošću, ljubaznošću i gostoprimstvom ljudi, kao i njihovog međusobnog djelovanja u kreiranju konkurentnog turističkog prostora.

#### 3.1.Prostor kao komponenta turističkog prostora

Prema Vukonić B i Keča K „postojanje i razvoj turizma vezani su za prostorni i funkcionalnu integraciju određenih elemenata koje je teorija turizma podijelila u dvije velike skupine: primarnu i sekundarnu turističku ponudu“<sup>28</sup>.

Prema autorima pojam primarne ponude prvenstveno obuhvaća prostornu komponentu kao čovjekovu sredinu sa svim svojim prirodnim mogućnostima i uvjetima kao zadanim elementima turističke ponude. Prema istima „atraktivnost prostora u turističkom smislu ne može biti apstraktna dok teorija u tom smislu govori o atributima turističkog prostora“<sup>29</sup>.

---

<sup>28</sup>Vukonić B .i Keča K. (2001). Turizam i razvoj : Pojam, načela , postupci, Mikrorad d.o.o i Ekonomski fakultet u Zagrebu, Zagreb, 2001., str.101.

<sup>29</sup>Ibidem, str.101.

Izdvajaju se četiri atributa:<sup>30</sup>;

rekreativni,

kurioziteti,

znameniti

i estetski.

Istaknuti atributi povećavaju mogućnosti valorizacije prostora u turističke svrhe kroz zadovoljenje turističkih potreba jedan je od instrumenata za pametno upravljanje prostorom.

Autori nadalje naglašavaju relativnost vrijednosti istaknutih atributa pri čemu ističu da „svaki od njih u različitim vremenskim i prostornim relacijama ima različit stupanj turističke vrijednosti<sup>31</sup>“ te da o tome isključivo „ne odlučuju, stručnjaci iz pojedinih oblasti kojima na određeni način „pripadaju“ pojedine atraktivnosti (kao što su, na primjer, povjesničari umjetnosti, biolozi, etnolozi, arheolozi, geografi i drugi) već i turističko posjetitelji, tj. turistička potražnja. Ta međuzavisnost u odnosu čovjek- atraktivnost u turizmu je ne samo vrlo visoka već ona bitno utječe na funkciju prostora i iz nje neposredno proizlazi kao komponenta turističkog proizvoda.“<sup>32</sup>

### **3.2. Gastronomija- prepoznatljive delicije turističkog prostora grada Sinja**

U ovom potpoglavlju navesti ćemo delicije po kojima je grad Sinj uz svoju višestoljetnu tradiciju poznat lokalnom stanovništvu, a razvojem internetskih platformi i široj skupini, odnosno stranom tržištu. Postojanjem mnogobrojnih resursa, tradicije i izvornosti tipičnih za ovaj kraj možemo reći da se stanovnici ovoga kraja većinom bave poljoprivredom i vinarstvom.

#### **3.2.1. Tradicionalno jelo Sinjski arambaši**

---

<sup>30</sup>Ibidem, str.101.

<sup>31</sup>Ibidem, str.101.

<sup>32</sup>Ibidem, str. 101.

Sinjski arambaši specijalitet su lokalne sinjske kuhinje koji je nastao pod utjecajem Turaka koji su vladali ovim područjima oko 150 godina. Način pripreme tradicijskog jela sinjskih arambaša je zaštićeno nematerijalno kulturno dobro Republike Hrvatske. Naziv potječe vjerojatno od *tur. harami-grešno, nedopustivo i basi-zapovjednik, poglavica*, dakle *harambaša- vođa hajduka*, a u Sinjskoj *alci vođa alkarske povorke-alkarskih momaka*. Neizostavan su dio svečanih jelovnika, za slavlje Velike Gospe, Alke, Uskrsa, Božića i sl. Tehnika zamatanja te kuhanja u soku poznata je još iz rimskih vremena, no punjenje kiselog kupusa svoj zamah dobiva u srednjem vijeku u karolinškim samostanima na granicama Francuske i Njemačke. U sinjske krajeve dolazi preko anadolsko-turskog istoka koji ju je naslijedio od Bizanta. Osim zamatanja nadjeva u kiseli kupus, rabila se i vinova loza i slatki kupus.



Slika 13 Tradicionalno jelo Sinjski arambaši

(Izvor: Službena stranica turističke zajednice grada Sinja, Vodič, O Sinju, Gastronomija, dostupno na: <https://www.visitsinj.hr/hr/vodic/sinj/gastronomija/item/29-recepti>, pristup: 14.07.2021.)

3.2.2. *Povijesna zanimljivost iz gastronomije i ostali proizvodi lokalnog kraja*

3.2.3. *Sladoled Pana obitelji Trek*

Sladoled Pana obitelji Trek spominje se i u izvještaju o putovanju saksonskog kralja Friedricha Augusta II., koji je u Sinju boravio 1838.godine. Autor zabilježava kako je Sinj jedno od najstarijih mjesta u Dalmaciji i „prebiovaoci uživaju kojekakvu privlačnost života, tako da u privatnih kuća gdje stanuju nađosmo veliku čistoću i gostoljubivost srdačnu sa mnogi izvrsnim jelima. Ovo bi zabilježeno 07.lipnja 1839.godine.“ Obitelj Trek u Sinj doselila je poslije bitke kod Matapana 1407.godine, a porijeklom su iz Švicarske, kanton Ticino. U Sinju su poznati kao vrsni ugostitelji i slastičari. Kavana gosp.Šime Treka nalazila se na sinjskoj Pijaci i radila je punih 88 godina, sve do 1934.godine. Tradicionalno bi slavodobitnik Alke sa svojim gostima, uzvanicima i alkarima priredio tzv.infrešak ili osvježenje, na stolitre limunade, neizostavne Pane i baškotina od bajama.

#### *3.2.4. Cetinska pastrva*

Cetinska pastrva je autohtona vrsta pastrve s karakterističnim crvenim točkicama koje obitavaju u rijeci Cetini sa svojim raznovrsnim pritocima Grabom, Rudom i Ruminom. Ova vrsta ribe zauzima uravnoteženu pravilnu prehranu kod stanovnika Cetinskog kraja. Najčešće se sprema kao kuhana riba ili na gradele.

#### *3.2.5. Vina cetinskog kraja*

Vinova loza u Dalmaciji počela se uzgajati za vrijeme grčkih doseljenika, Rimljana i Ilirskog plemena Delmata još prije Kristova rođenja. Jedan od dokaza postojanja vinogradarstva i vinove loze u Dalmaciji, a posebno na području cetinskog kraja, seže od pronalaska ostataka vinove loze sa kalupima za lijevanje brončanih predmeta i glinenih kipova na arheološkim nalazištima iz brončanog doba ilirskih sojeničkih nastamba u okolici Sinja i Zadra.

Sredinom prvog stoljeća pokoravanjem plemena i dolaskom Rimljana na prostore Dalmacije u ovom primjeru na prostore cetinskog kraja, na mjestima Čitluk i Gardun pored Sinja nastanjuje se VII. legija. Osnivanjem svojih utvrda na ovim prostorima, uvelike su doprinijeli uzgoju vinove loze primjenjujući važnosti poljodjelske proizvodnje. Glavna vinogradarska, a ujedno i vinska područja cetinskog kraja, nalaze se na obroncima s lijeve i desne strane polja, na raznim mjestima poput mjesta Hrvace, Potravlje, Radošić, itd. Na ovom području, u svim dijelovima krajine prevladavale su crne sorte kao npr: glavinka, plavina, babiće, ninčuša, dok su bijele sorte bile manje zastupljene kao npr: debit, maraština, domaća bijela i ponešto crljenka. Osnovna karakteristika tradicionalne prerade sorta grožđa u vino na području sinjskog kraja je ta da se miješaju crne i bijele sorte grožđa. Od ovakve prerade grožđa nastaje tzv. *vino hrvaština (rvaščina, hrvaščina)* koje je svijetlocrvene boje, umjereno trpko i s visokim udjelom kiselina. Ova sorta vina je svježija i pitka, no prema svom sadržaju tanina i boji predstavlja prijelaz između teških dalmatinskih i laganih kontinentalnih vina. Sadrži stare autohtone sorte kao što su: ninčuša, glavinka, plavina i crljenak. Od poljoprivrednih gospodarstava na području cetinskog



kraja, može se izdvojiti obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo „Mažurin“ koje kroz obiteljsku i tisućljetnu tradiciju, njeguje tradiciju vinarstva i vinogradarstva.

### **3.3. Raspoloživi resursi destinacije**

Resursi destinacije prema kojima bi se kreirali izvorni turistički proizvodi, a ujedno i nudili na tržištu potrebni su zbog prezentiranja potencijala područja grada Sinja i njegovog kraja na različite platforme. U Cetinskoj krajini najviše je razvijena vrsta turizma koja se odnosi na kulturni turizam, a pretežno se u ovoj grani bazira na kulturnim i prirodnim resursima koje destinacija nudi. Prirodni resursi kojim ova destinacija raspolaže pomogli bi u daljnjem prezentiranju postojećih potencijala za razvitak i dobrobit zajednice. Naime, pod postojećim potencijalima mogu se nabrojiti aktivnosti koje se odvijaju na kopnu, na rijeci Cetini i u okolici. Jedan od važnih resursa koji se može izdvojiti kao potencijal koji bi pridonio još boljem razvitku zajednice je razvoj sportskog aerodroma koji je jedini u široj okolici kod kojeg postoji škola padobranstva. Sinj i Cetinska krajina mogu se promatrati kao jedna cjelina koja objedinjuje posebne resurse za razvoj posebnih oblika turizma, te koja se može prezentirati kao destinacija obiteljskog turizma, a ujedno i kulturno-aktivnog koja bi pružila odmor od urbanih središta s posebnim naglaskom na bijeg i odmor u prirodu i njen okoliš.

### **3.4. Lokalni proizvodi kao potencijal napretka i predstavljanja turističkog prostora na tržištu**

Potencijalan razvitak domaćih proizvoda na turističkom prostoru od velike su važnosti za lokalnu zajednicu. Gurmanske delicije određenog kraja predstavljaju jednu vrstu oaze jedinstvenog i tradicionalnog dijela koji pojedini kraj može ponuditi u svrhu promocije i prodaje proizvoda na domaćem tržištu, ponajviše lokalnom stanovništvu. Spajanjem turističkih zajednica mogu se potaknuti grupe i projekti koje mogu pridonijeti organiziranju raznih sajмова s ciljem prezentiranja proizvoda s dodanom vrijednošću i inovativnog plasmana lokalne turističke zajednice. Uključivanjem lokalnog stanovništva uz današnju razvijenost mreža može se također potaknuti zainteresiranost drugih posjetitelja bili oni u mjestu ili izvan samog mjesta boravka. Na ovakve načine izvorni autohtoni proizvodi mogu dosegnuti određenu vrstu plasmana koja će posjetiteljima omogućiti sudjelovanje i povezivanje s običajima lokalnog kraja. U sklopu ovakve vrste sajмова uz naglaske na očuvanje tradicije i baštine bilo bi najbolje ponuditi degustacije jela npr: uštipke, mladi sir ,itd. Međutim, s ovakvim načinom pristupanja omogućila bi se kupnja visokokvalitetnih tradicijskih domaćih proizvoda koja nije dostupna u trgovinama, a malim i srednjim gospodarstvima dao bi se poticaj za daljnje napredovanje i razvitak.

U daljnjoj razradi rada kroz potpoglavlja prezentirat će se proizvodi lokalnog kraja koji su postojali u ono vrijeme i koji se pokušavaju svim snagama održati i danas.

### *3.4.1. Iščezavajući zanati*

U ovom potpoglavlju temeljni cilj biti će prikazati zanate Cetinske krajine, odnosno proizvode koji iščezavaju na ovim prostorima, ali i posljednje načine održavanja kod pojedinih obitelji koje su stekle znanja i vještine koje su se prenosile s koljena na koljeno.

### *3.4.2. Izrada opanaka Oputara*

Izradom „iščezavajućeg“ zanata, točnije izradom opanaka bavi se još par obitelji na području Cetinskog kraja. Izrada je jako specifična za pojedini kraj, a pružanjem ovakvog razvitka i dragocjenih prilika povezivanja s običajima donijelo bi se zadovoljstvo lokalnom naraštaju, koji bi spoznali doživljaje pripadanja pojedinom području, a ujedno i spoznanju njihove ostavštine. Naime, opanci putari predstavljaju dio hrvatske kulturne etno baštine ne samo na dalmatinsko-zagorskom podneblju. Jedna od karakterističnih upotreba ove vrste obuće je prepoznata kod nijemog kola Dalmatinske zagore gdje plesači na nogama nose ovu vrstu obuće, ali svoju najveću prepoznatljivost u današnje vrijeme imaju kao sastavni dio nošnje koja se koristi kroz stoljeća tradicije, a prezentirana je u viteškoj igri Alka. Prijedloge prezentacije i izrade trebala bi predložiti lokalna turistička zajednicakoj bi na raznovrsne načine promovirala i usavršila asortiman plasirajući ga na dernećima, kongresima i sajmovima specifičnim za ovaj kraj koji se odvijaju u sklopu održavanja manifestacija za vrijeme dana Alke i Velike Gospe u mjesecu kolovozu. Kroz mjesec kolovoz na području ovog kraja u posljednje dvije godine poboljšana je rast i zainteresiranost skupina ciljnih potrošača. Naime, trebalo bi organizirati ne samo jedan, već par sajмова na ovom području kako bi se cirkuliranjem potrošača koji dolaze na ovo područje potaknuo rast i razvoj lokalne zajednice.

### *3.4.3. Lončarstvo*

Tradicijska izrada lončarstva do danas samo se održala u selu pored Sinja u općini Hrvace na području Cetinske krajine. Naime, posebna izrada prema etnološkoj kategorizaciji, svrstava lončarsku tradiciju u lončarstvo ručnog kola. U terminologiji tzv „ručno kolo“ označava izradu lonaca na malom, niskom kolu koje se pokreće rukom. Umijeće izrade lončarstva ručnim kolom seže u pretpovijesne starine, a na ovom području prepoznato je u 4.st.pr.Kr. Danas postoje samo dvije obitelji koje se bave izradom, a to su obitelj Jure Knezovića (1933.-2012.), u kojoj posuđe izrađuju njegovi sinovi Ivan i Pile, te Jurina brata Dušana Knezovića(rod.1945.) u selu Potravlje. Specifičan naziv koji se koristi za Potravske lončare je naziv bakrari. Kako bi se potaknula veća proizvodnja i izrađivanje ovakve vrste posuđa trebalo bi se orijentirati na proizvodnju za određenu namjenu, odnosno za turističku prodaju. Izrada tradicijskih posuda

trebala bi se plasirati i na stranom tržištu, gdje bi se na svojstven način stvorila marka i sastavnica identiteta prostora koje je danas malo prepoznato, a surađivanjem turističkih zajednica između gradova stvorila cjelovita vrsta marketinških znanja i alata s obzirom na postojanje internetskih platformi i dostupnosti saznanja o različitim krajevima. Lokalno stanovništvo moglo bi se uključiti kroz razne edukacije za humanitarne svrhe koje bi pomagale raznim udrugama, a ujedno i vrste edukacije koja bi pružila dio opredjeljenja djelatnosti kojom bi se steklo zvanje nakon završenih predavanja gdje bi bili spremni za izradu i plasiranje na pojedina tržišta. Tradicijsko posuđe danas se izlaže na sajmu koji se inače odražava u Sinju svake godine, no trebalo bi staviti poseban naglasak na razvitak sajмова kroz područje Cetinskog kraja, a ne samo na područje grada. Također, trebalo bi organizirati i natjecanja u izradi tradicijskog posuđa koja bi pružila zainteresiranost ciljnih skupina, ali i potaknula maštu i razvitak ideja mlađeg stanovništva na kreativan i zabavan način.

#### *3.4.4. Izrada lula u Zelovu*

Izrada lula u Zelovu smatra se jednim od najpoznatijih zanata na ovom području, ali i u europskim okvirima. Naime, jednim od najtežih poslova pri ovoj izradi smatra se izrada kalupa od kositra i olova koja je potrebna za ovu vrstu proizvoda. Najčešće su to drveni modeli koji se ukrašavaju raznim geometrijskim oblicima dobiveni od posebne vrste gline koja se umoči u vodu. Dan nakon udara se batom kako bi se odstranili svi ugrušci gline i na taj način stvorile male loptice koje su nekada dolazile u količini od dvije tisuće komada, a danas samo dvije stotine. Obje strane kalupa se namažu mašću, kako se materijal ne bi zalijepio i umetne se kuglica gline. Kalup se tada spoji i namjesti u drvenu stegu. U dvije rupe u kalupu utaknu se klinovi koji će napraviti prostor za smještaj duhana i drvene cjevčice. Nakon vađenja klinova, izbuši se kanalić između prostora za duhan i cjevčicu. Lula se suši na posebnom koritu, a nakon sušenja skidaju se svi ostatci proistekli iz kalupa. Prikupljeni broj lula se stavi u peć i peče vatrom, a potom žarom cijelu noć. Ovakvu vrstu proizvoda bilo bi najbolje implementirati na tržište na načine koji bi ukazali vrijednost izrade zanata koja seže daleko u povijest, a stanovništvo zaintrigirali na prepoznatljivost koristeći se metodama, vještinama i znanjem kroz organiziranje tzv. edukacija na mjestu nastanka odnosno u mjestu Zelovo, gdje bi se okupljenima prezentirale priče o samom procesu nastanka koji bi prezentirao zanatlija .

#### *3.4.5. Predstava Opsada Sinja 1715.*

Posljednjih godina zaredom, prepoznata je još jedna vrsta lokalnog proizvoda, a odnosi se na upriličenje Opsade Sinja iz 1715. godine. Suradnjom turističke zajednice i kazališnog društva Sinj organizira se svake godine na isti datum predstava u kojoj se lokalnom stanovništvu, ali u zadnje vrijeme i stranom može dočarati povijesna bitka koja je zauvijek promijenila tijek života cetinskog naroda oslobođanjem od Osmanlija. Na autentičnim lokacijama varoši i Starog grada

predstava započinje najavlivanjem dolaska preko 60 000 osmanlijskih vojnika iz Bosne preko Prologa na Kamešnici krajem srpnja 1715. godine. Predvođeni turskim zapovjednikom Mehmed –pašom Čelićem, Osmanlije su u to vrijeme htjele pokoriti ovo područje, a posebno su htjeli dobiti prevlast na Sinjem koja bi im pomogla za njihove daljne pothvate i osvajanja. No taj ultimatum nije prihvaćen, stoga se Sinjani na čelu s don Ivanom Grčićem bore protiv neprijatelja sve do ukazanja Majke od Milosti, Čudotovorne Gospe Sinjske sa 14.-og na 15. kolovoza 1715. Godine, koja je obranivši svoj puk od neprijatelja otjerala zauvijek poražene Osmanlije i tako postala štovateljicom grada u čast kojoj se trče viteška igra alka. Zainteresiranost lokalnog stanovništva za ovom predstavom iz godine u godinu jako raste, predstavljajući jedan edukativan dio iz arhive povijesti koja je sažeta u krvi svakog stanovnika ovog područja. Sudionici predstave dolaze iz raznih kulturno umjetničkih društava i kazališta s područja grada Sinja.

### **3.5. Važnost proizvoda kao dijela implementacije razvoja turističkog prostora u svrhu razvijanja pojedinih potencijala destinacije**

Važnost proizvoda ključni je segment razvoja destinacije koja može ponuditi konkurentne domaće proizvode lokalnog kraja u usporedbi s ostalim proizvodima od kojih se izdvaja na tržištu. Naime, razvojem turističkog prostora može se uvelike potaknuti proces upravljanja promjenama koje se događaju zainteresiranošću i suradnjom lokalnih zajednica. Lokalno stanovništvo može biti od velike važnosti za razvoj potencijala destinacije pritom misleći na organiziranje međusobnih ciljanih skupina i njihove preferencije. Suradnjom lokalnog stanovništva stvara se identitet destinacije, koja na raznovrsne načine može sačuvati svoju izvornost, tradiciju i baštinu putem implementiranja naučenih znanja i vještina stečenih kroz edukacije i obuke. Važno je napomenuti da zajednice i stanovništvo moraju znati s čim, kako i na koje načine raspolažu informacijama koje su od velike važnosti u današnje vrijeme kada postoji moderne internetske platforme. Jedan od ciljeva implementacije razvoja turističkog prostora je pronaći resurse kojima pojedina destinacija raspolaže u svrhu predstavljanja konkurenta na samom tržištu, ali i svrhu zbog čega se taj prostor može izdvojiti od ostalih prostora na konkurentnom tržištu. Također, trebaju biti u stanju pronaći nove ili poboljšati već postojeće proizvode savjetujući se sa stanovnicima lokalnog kraja koji mogu imati veliku ulogu u stvaranju prepoznatljivog proizvoda koji dalje vodi prepoznatljivošću prostora na lokalnom, ali i stranom tržištu.

## **4. LOKALNO STANOVNIŠTVO KAO TEMELJNI POKRETAČ RAZVOJA I NOSITELJ PROSTORNE PREPOZDATLJIVOSTI KONKURENTNOG TURISTIČKOG PROSTORA**

Naglasak je na lokalnom stanovništvu kao nositelju prostorne prepoznatljivosti kreiranja konkurentnog turističkog prostora na tržištu koji je od velike važnosti za koncept razvoja područja i plasiranja na tržište. Putem razvijenih internetskih platformi današnjice, lokalnom stanovništvu pružaju se mnogobrojne mogućnosti saznanja i sudjelovanja u poticanju kreiranja postojećih proizvoda unoseći pak novija i modernija znanja i vještine držeći se izvornosti i autohtonosti proizvoda.

### **4.1. Edukacija i doprinos lokalnog stanovništva u kreiranju konkurentnog turističkog prostora-definiranje prostora grada Sinja; potencijalni razvitak proizvoda kao smjernica razvitka prostora i grana turizma**

U kreiranju konkurentnog turističkog prostora u ovom radu naglasak je bio ukazati na potencijalne razvitke turističkog prostora grada Sinja, ali u sklopu s njegovom okolicom. Prije svega par godina, ovaj prostor više nije dio potpomognutog područja, što nam pokazuje i razvoj njegove sredine po selektivnom obliku turizma s obzirom na blizinu i udaljenost od grada Splita koji pripada urbanom središtu. Ovu ruralnu destinaciju obilježavaju mnoge dobrobiti koje mogu proizaći iz razvoja ruralne destinacije i njenog sustava, a to su npr: valorizacija tradicije koja na ovom području postoji, te ukazivanja na tijek povijesti koji se odvijao na ovim prostorima. Naime, važno je napomenuti da bi se ovakva vrsta turizma na području i u središtu turističkog prostora održala, od velike je važnosti potaknuti suradnju lokalnog stanovništva kroz razne aktivnosti zajedno sa institucijama koje potiču razvitak područja s postojećim proizvodima. Kao dio odjeljenja i pripadanja ruralnoj destinaciji specifično je za lokalno stanovništvo da ciljnoj skupini potrošača osigura doživljaje za sudjelovanje u tradiciji i stilu njihovog života. Prostorno definiran ovaj turistički prostor nudi lokalnom stanovništvu, ali i stranim potrošačima mnogobrojne i različite vrste turizma od kojih možemo uzeti za primjer gastronomski, vjerski, te avanturistički.

### **4.2. Utjecaji edukacije i doprinosa lokalnog stanovništva na rast i razvoj određenog turističkog prostora**

Na rast i razvoj određenog turističkog prostora veliku ulogu ima edukacija stanovništva. Educiranjem stanovništva o potencijalnim proizvodima postigla bi se viša zainteresiranost

ciljnih skupina potrošača, što potencijalno potiče razvitak novih oblika turizma koji će pomoći u boljem prepoznavanju na tržištu. S obzirom na postojeće resurse turistički prostor grada Sinja, uvelike nudi raznovrsne ponude koje se iz godine u godinu pomalo otkrivaju i plasiraju na strana tržišta. Edukacijom se stvaraju pozitivni utjecaji kako na stanovništvo, tako i na zajednice koje će omogućiti razvitak novih doprinosa u svrhu poboljšanja ponude turističkog prostora.

## **5.EDUKACIJA I DOPRINOS LOKALNOG STANOVNIŠTVA U PLANIRANJU I UPRAVLJANJU KONKURENTNOG TURISTIČKOG PROSTORA**

Razvojem specifičnih oblika turizma, organizacijom stanovništva i lokalnih zajednica uz naglasak na provedbu organiziranja i kontrole, određuju se uloge koje su od velike važnosti za očuvanje održivosti i razvoja zajednice. U planiranju razvoja i kreiranju prostora bitno je odrediti i stvoriti okruženje koje će uz pomoć platformi i mišljenja lokalnog stanovništva imati za rezultat razvoj specifičnih ponuda destinacijskog prostora, koje su sadržane u kompleksu ostvarivanja zajedničkih ciljeva.

Tokom planiranja bitno je odrediti kakav imidž destinacije odnosno prostora, želimo plasirati na tržište. Veliku ulogu u razvoju i plasiranju sadrže raspoloživi resursi turističkog prostora, koji će svojim potrošačima pružiti ispunjenje njihovih preferencija od kojih možemo izdvojiti ljepotu, kulturu, te povijesne čimbenike ruralnog područja. Razvijanjem planova upravljanja destinacijom bitno je napraviti strateški plan čiji je cilj stvoriti dugoročan uspjeh turističkog prostora.

### **5.1.Marketinški aspekti rasta i razvoja turističkog prostora**

Rast i razvoj turističkog prostora nije moguće ostvariti bez donošenja marketinških odluka. U jedne od najvažnijih elemenata pri kreiranju turističkog prostora i proizvoda kojeg treba izdvojiti je pristup koji se koristi u analiziranju i tumačenju trenutnih trendova na tržištu. Kako bi se turistički prostor zajedno s postojećim proizvodima plasirao na određeno tržište pri donošenju odluka trebaju se u obzir uzeti aspekti razvojne strategije, te na temelju nje stvoriti kratkoročne, ali i dugoročne vizije proizvoda turističkog prostora.

## **5.2. Izbor turističkog prostora; prepoznatljivost dobara od strane ciljnih skupina potrošača**

Kod izbora turističkog prostora od velike su važnosti npr: dostupnost destinacije, atrakcije i proizvodi, način života lokalnog stanovništva, krajolik, prirodna bogatstva, te tradicije i običaji određenog kraja. Zadovoljstvo turista na području grada Sinja u zadnjih par godina doživio je znatan porast na tržištu. Načini na koje ciljane skupine potrošača doživljavaju destinaciju prolaze kroz različite faze u kojima se odlučuju da li se destinacija želi posjetiti, koje su prednosti, a koji nedostaci, hoće li biti zadovoljni uslugom koju će dobiti u mjestu turističkog prostora s obzirom da je nemoguće „anticipirati“ doživljaj u budućnosti jer se on isključivo stječe kroz iskustva boravka i time –na stavove, što se potom odnosi na cjelokupno odredište a moguće i boravak. Veliku i važnu ulogu u odabiru određenog prostora ima imidž destinacije čija je svrha poticanje i zadržavanje potencijalnih ciljnih potrošača, te napredak karakteristika zajednica koje se služe prilikom prezentiranja i implementiranja na tržište.

## **5.3. Uloga stanovništva u kreiranju konkurentnog turističkog prostora; elementi suradnje s određenim interesnim skupinama**

„Prateći potrebe i želje turista, destinacije su u mogućnosti mijenjati svoju ponudu, upotpunjavati je različitim sadržajima (športski tereni, bazeni), mogućnostima za kupnju (trgovinski centri, butici, specijalizirane trgovine), odgovarajućom ponudom zabave (organizacija izleta, tečajevi), ili kulture (izložbe, muzeji). Destinacija, dakle može mijenjati svoju ponudu, ali može mijenjati i svoje posjetitelje usmjeravajući plasman one grupe turista koje prihvaćaju njezinu ponudu i na taj način zaustaviti pad turističkog prometa.“<sup>33</sup>

Kod kreiranja konkurentnog turističkog prostora, stanovništvo u obzir treba uzeti želje, interese, sklonosti i ukuse pojedinaca, te prema tome prilagoditi svoju ponudu. Suradivajući s određenim interesnim skupinama mogu uočiti probleme koje mogu otkloniti koristeći vještine i znanja koja su stečena edukacijom o određenom mjestu.

## **6. PRIMARNO ISTRAŽIVANJE**

U završnom radu provedeno je empirijsko istraživanje primjenom tehnike anketiranja a ciljana skupina ispitanika kao temeljna jedinica ispitivanja koja je uzeta u obzir su pripadnici lokalnog stanovništva.

---

<sup>33</sup>Weber, S.,Mikačić.V. (1994). Osnove turizma, Školska knjiga, Zagreb, 1994., str.32.

Svrha ovog istraživanja bila je prikupiti podatke različitih pojedinaca u anketnom upitniku o prepoznatljivosti specifičnih vrsta proizvoda lokalnog kraja, gdje se dobiveni rezultati ispitivanja detaljno iščitavaju i analiziraju pomoću postojećih matematičkih i statističkih alata.

### **6.1. Istraživanje edukacije i doprinosa lokalnog stanovništva u kreiranju konkurentnog turističkog prostora**

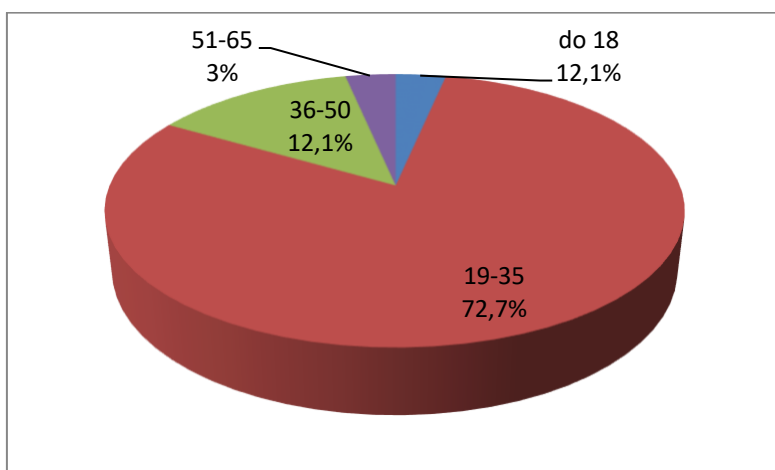
Cilj istraživanja u ovom radu bio je ukazati na educiranost i utjecaj lokalnog stanovništva na razinu prepoznatljivosti i angažiranosti potencijalnih proizvoda lokalnog kraja. Pitanja su strukturirana na način da tvore pitanja otvorenog i zatvorenog tipa, s mogućnošću višestrukih odabira odgovora. .Korištena je Likertova skala ocjene. Sudionici u ovoj vrsti istraživanja bili su isključivo lokalni stanovnici grada Sinja i Cetinske krajine koji su upoznati sa tradicionalnim običajima, vjerom i baštinom koja se prenosi generacijama. Optimalan su odabir za provedbu ovakvog istraživanja što je povećalo vjerodostojnost rezultata. Za rezultat anketa je imala 33 povratna odgovora, gdje su ispitanici odgovore potkrijepili svojim stavovima i mišljenjima.

### **6.2. Rezultati istraživanja**

U prvom grafikonu prikazani su rezultati istraživanja s obzirom na dob ispitanika.



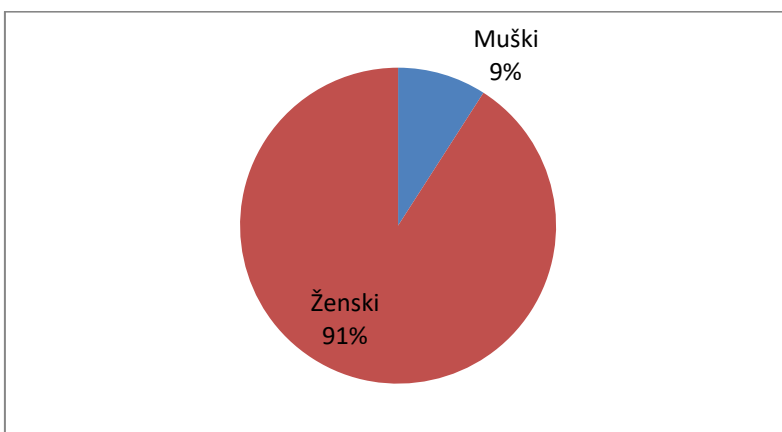
Grafikon 1. Dob ispitanika



Izvor: Vlastiti izvor; istraživanje autorice

Rezultati istraživanja pokazali su da je najveći dio ispitanika u razdoblju od 19-35 godina odnosno 72,7% što u grafikonu prezentira dio koji je obojen crvenom bojom, zatim zeleni i plavi dio prezentiraju ispitanike koji su u razdoblju od 18, te 36-50 godina koji za rezultat imaju isti postotak u vrijednosti 12,1%, dok je najmanje ispitanika u razdoblju od 51-65 godina koji su obojeni ljubičastom bojom u grafikonu iznose svega 3%.

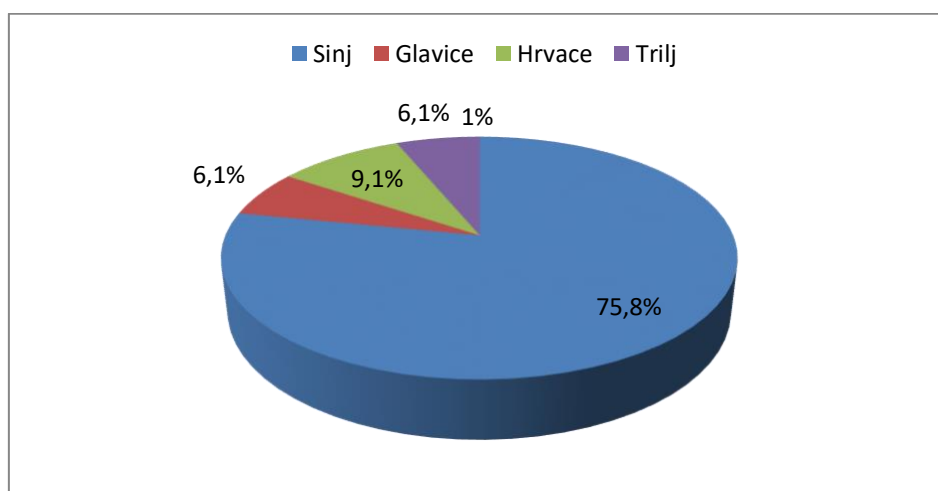
Grafikon 2. Spol ispitanika



Izvor: Vlastiti izvor; istraživanje autorice

U drugom grafikonu većina ispitanika ankete iznosi 91% od kojih je 30 ženskog spola, te 9% muškog spola, odnosno 3 ispitanika.

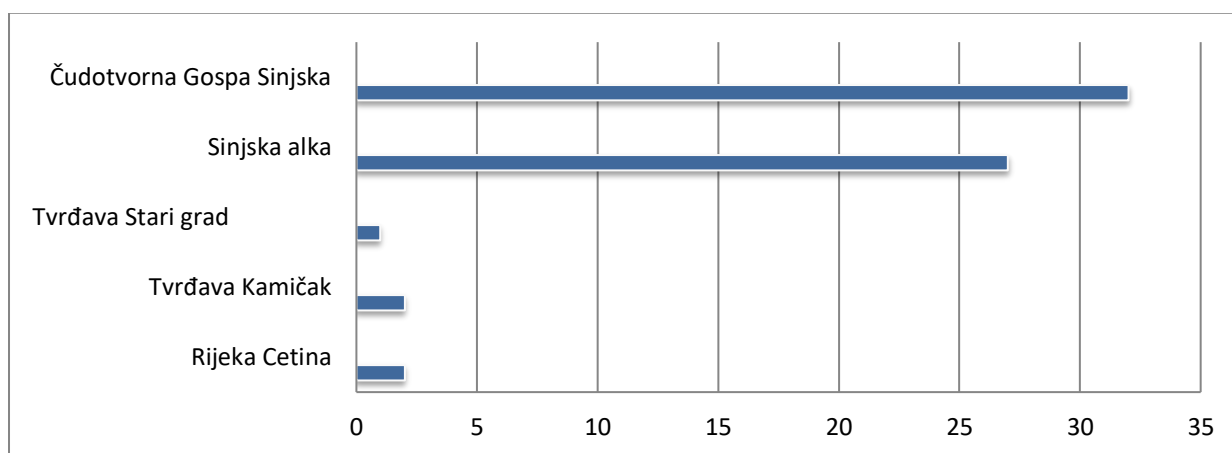
Grafikon 3. Mjesto stanovanja ispitanika



Izvor: Vlastiti izvor; istraživanje autorice

S obzirom na mjesto prebivališta ispitanika, najviše ispitanika dolazi iz grada Sinja ukupnog postotka u iznosu od 75,8%, dok ostatak ispitanika u iznosu od 9,1% dolazi iz okolnog mjesta Hrvace, a podjednak postotak u istom iznosu od 6% predstavlja ispitanike s područja mjesta Glavice. Postotak u iznosu od 1% bio je s područja Otoka.

Grafikon 4. Asocijacija stanovništva na grad Sinj

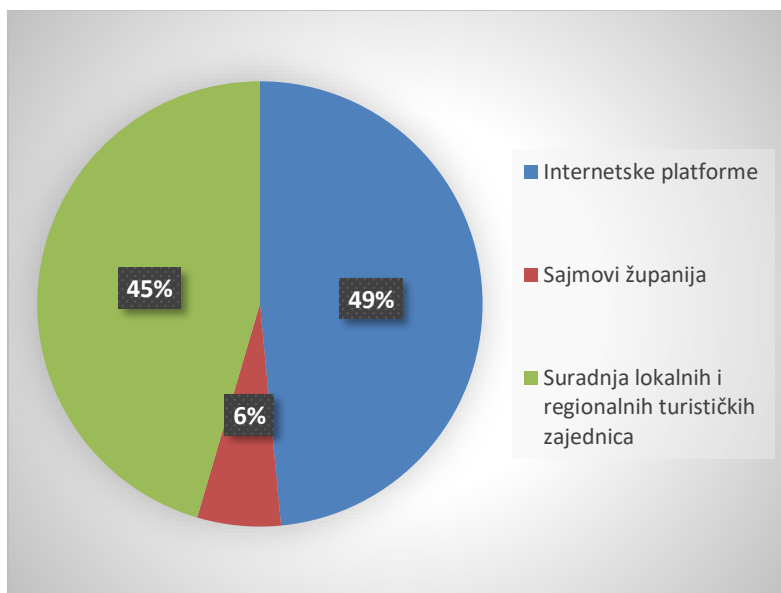


Izvor: Vlastiti izvor; istraživanje autorice

S obzirom na elemente kao potencijalne simbole za brendiranje kraja po kojima su isti prepoznatljivi i govore u prilog izvornosti primjenom asocijacije na primjeru spomen grada Sinja, bilo je ponuđeno više stavki za odabir koji su ispitanici mogli izabrati ( 1 ili 2 stavke). Najveći postotak ispitanika odabrao je Čudotvornu Gospu Sinjsku, te Sinjsku alku kao temeljene asocijacije prepoznatljivosti grada Sinja.

Najmanji postotak imala je tvrđava Stari grad svega 1%, dok su za jedan odgovor više bile prepoznate utvrda Kamičak i rijeka Cetina u iznosu od 6,1% , što nam ukazuje na nedovoljnu prepoznatljivost ostalih ponuđenih stavki.

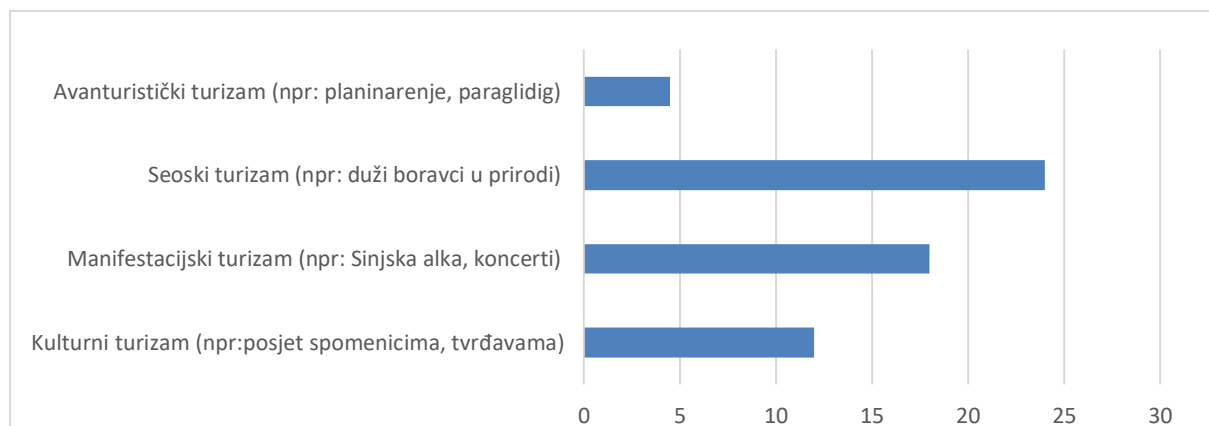
Grafikon 5. Promocija kulturne baštine



Izvor: Vlastiti izvor; istraživanje autorice

Veliki postotak ispitanika smatra da bi grad Sinj promoviranje kulturne baštine trebao provoditi putem internetskih platformi u iznosu od 49%, te zajedničkom suradnjom lokanih i regionalnih turističkih zajednica u iznosu od 45%. Manji dio ispitanika smatra da bi grad Sinj trebao promoviranje baštine provoditi na sajmovima županija, u iznosu od 6%.

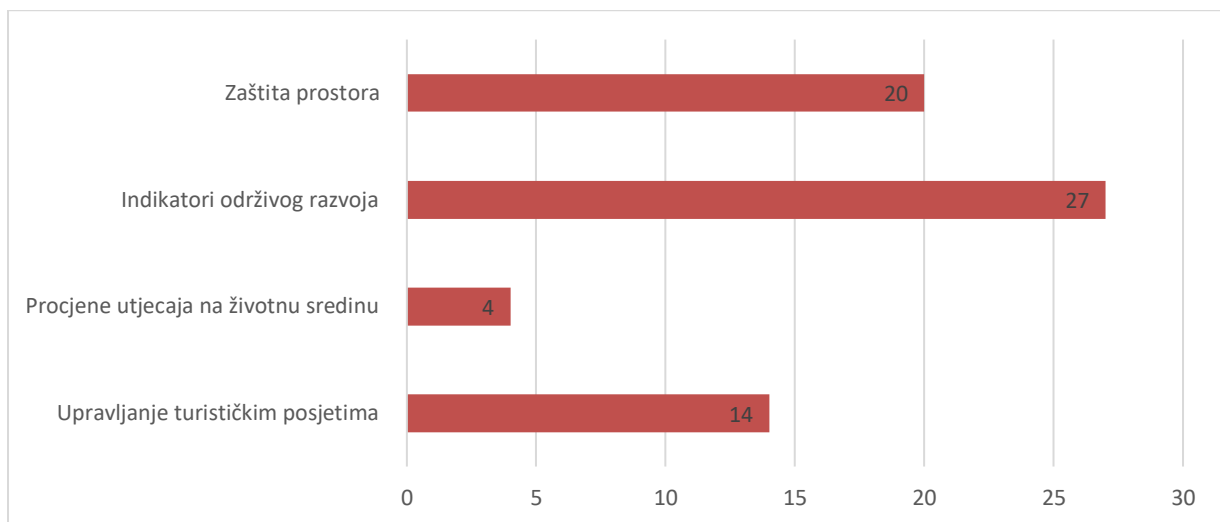
Grafikon 6. Orijentacija razvitka vrste turizma na području grada Sinja



Izvor: Vlastiti izvor; istraživanje autorice

U orijentaciji na mogućnost razvitka konkurentnog turističkog prostora s naglaskom na blizinu urbanog središta grada Splita ispitanicima su bile ponuđene 1 ili 2 stavke za odabir u kojima su iznijeli mišljenje na koju vrstu turizma bi se grad Sinj trebao orijentirati? Najveći postotak imao je seoski turizam sa 24 odgovora ispitanika odnosno 72,7%, te manifestacijski turizam sa 18 odgovora, odnosno 54,5%. Nešto manje ispitanika izabralo je kulturni u iznosu od 36,4% i avanturistički turizam 30,3%.

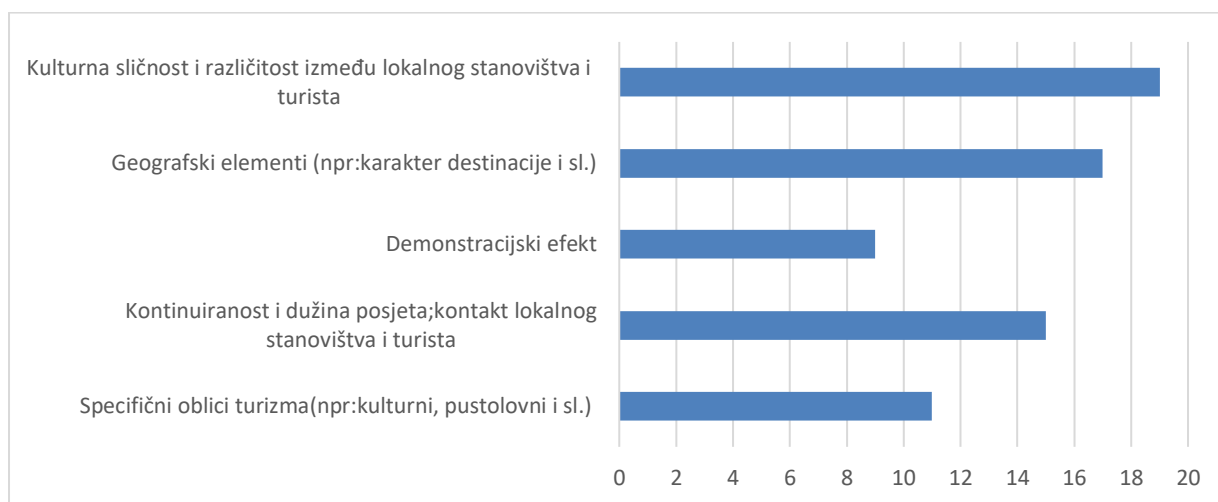
Grafikon 7. Izbor tehnika i alata za očuvanje turističkog prostora



Izvor: Vlastiti izvor; istraživanje autorice

Prema izboru tehnika i alata za očuvanje turističkog prostora najbolji odaziv ispitanika imale su dvije tehnike i alati tzv. indikatori održivog razvoja gdje je 27 ispitanika odabralo stavku za očuvanje od kojih možemo izdvojiti primjere poput smanjivanja razine zagađenja i efikasnost u korištenju raspoloživih resursa destinacije lokalnog kraja u iznosu od 81,8%, te zaštite prostora sa ukupno 20 ispitanika u iznosu od 60,6%. Ostali izbori tehnika i alata iznose 42,4%, odnosno upravljanje turističkim posjetima, te 12,1% koja je orijentirana na procjenu utjecaja na životnu sredinu.

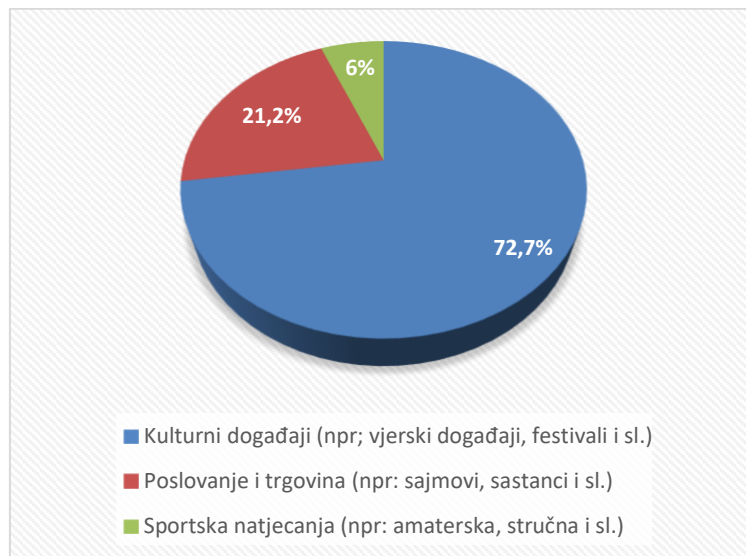
Grafikon 8. Socio-kulturni aspekti razvoja turizma na utjecaj razvitka stavova o turističkom prostoru



Izvor: Vlastiti izvor; istraživanje autorice

Prema mišljenju lokalnih ispitanika najveći utjecaj na razvitak od ponuđenih odgovora u online anketi imali su aspekti kulturne sličnosti i različitosti između lokalnog stanovništva i turista u iznosu od 57,6% što predstavlja broj od 19 ispitanika, te geografski elementi u iznosu od 51,5% što predstavlja broj od 17 ispitanika. Ostali ispitanici izabrali su kontinuiranost i dužinu posjeta u iznosu od 45,5%, te specifične oblike turizma u iznosu od 33,3% . Najmanji odaziv imao je demonstracijski efekt u iznosu od 9 ispitanika, odnosno 27,3%. Aspekti sa najvećim postotkom ukazuju na formiranje utjecaja koje lokalno stanovništvo stječe prilikom uspostavljanja kontakta, te razmjenom sličnosti s pojedinim skupinama, ali ujedno i načine kako sa geografskog aspekta smanjiti udaljenost između emitivnih od receptivnih središta.

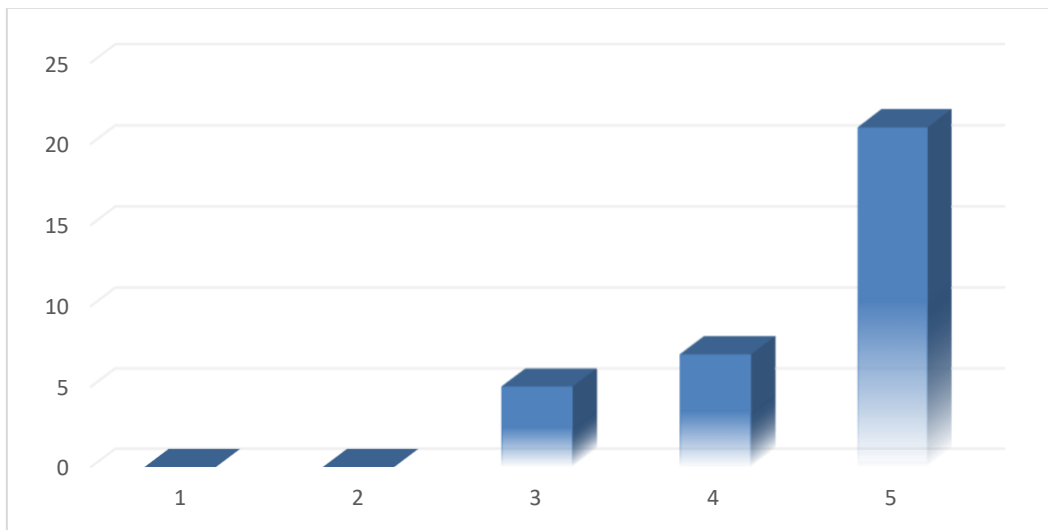
Grafikon 9. Formiranje događaja u kreiranju turističke prednosti na tržištu



Izvor: Vlastiti izvor; istraživanje autorice

Kod formiranja događaja kako bi se stvorila konkurentna prednost na tržištu ispitanici su najveću pozornost upravo posvetili razvoju kulturnih događaja sa 72,7%, koja su temelj lokalnog prostora koje se istraživalo, dok su na drugo mjesto izdvojili poslovanje i trgovinu kao jedan od pozitivnih udjela iznosa 21,2%. Sportska natjecanja ostvarila su samo 6% kreiranja prednosti na tržištu, što je dalo za rezultat da se na ovom području treba najviše orijentirati na poboljšanje postojećih potencijalnih proizvoda u sklopu prezentiranja i organiziranja sajмова, sastanaka gdje se mogu proširiti na ciljanja tržišta i ostvariti veću prepoznatljivost od sadašnje.

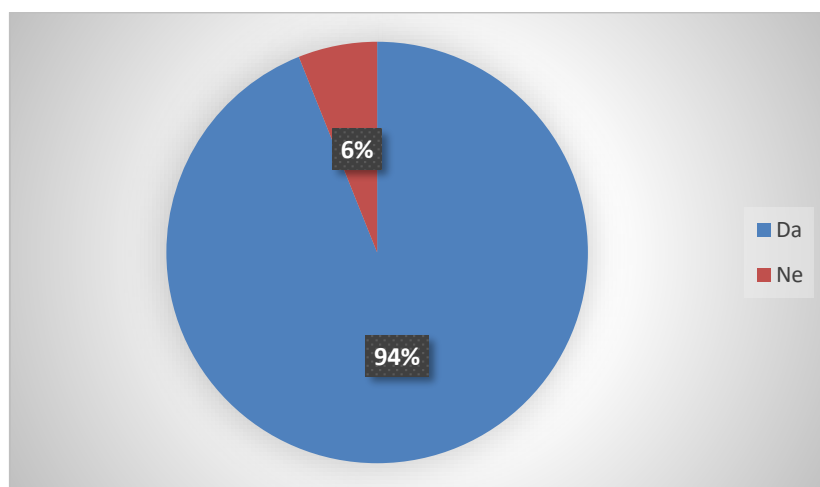
Grafikon10. Ljestvica utjecaja kulturno-nematerijalnih dobara lokalnog turističkog prostora na domaća i inozemna tržišta



Izvor: Vlastiti izvor; istraživanje autorice

Na ljestvici koja predstavlja mjeru utjecaja kulturno-nematerijalnih dobara lokalno stanovništvo najveći broj odgovora iznijelo je u 5.-oj ljestvici u iznosu od 63,6% koja iznosi podatke za 21 sudionika koji smatraju da postoji velik utjecaj na tržište. Ostatak stanovništva svega njih 12 u zbroju 4 i 3 ljestvice smatra da nekim dijelom kulturno-nematerijalna dobra utječu na domaće i inozemno tržište.

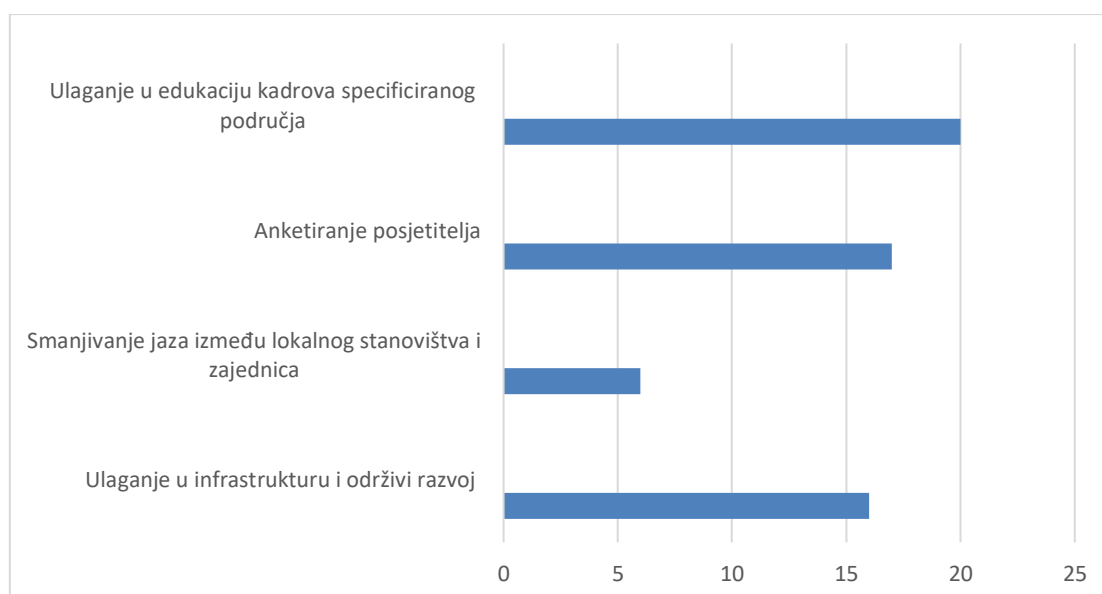
Grafikon11. Mogućnost diversifikacije postojećih proizvoda lokalne zajednice nastankom nove grane turizma (turizam događaja)



Izvor: Vlastiti izvor; istraživanje autorice

Nastankom nove grane turizma (turizam događaja) 94% ispitanika odgovorilo je da se lokalnoj zajednici pruža mogućnost diversifikacije postojećih proizvoda kulturnih događaja grada Sinja na području Splitsko-dalmatinske županije potaknutih zainteresiranošću ciljnih potrošača, dok je svega 6% dalo negativan odgovor.

Grafikon 12. Stavovi ispitanika o načinima sprječavanja negativnih utjecaja

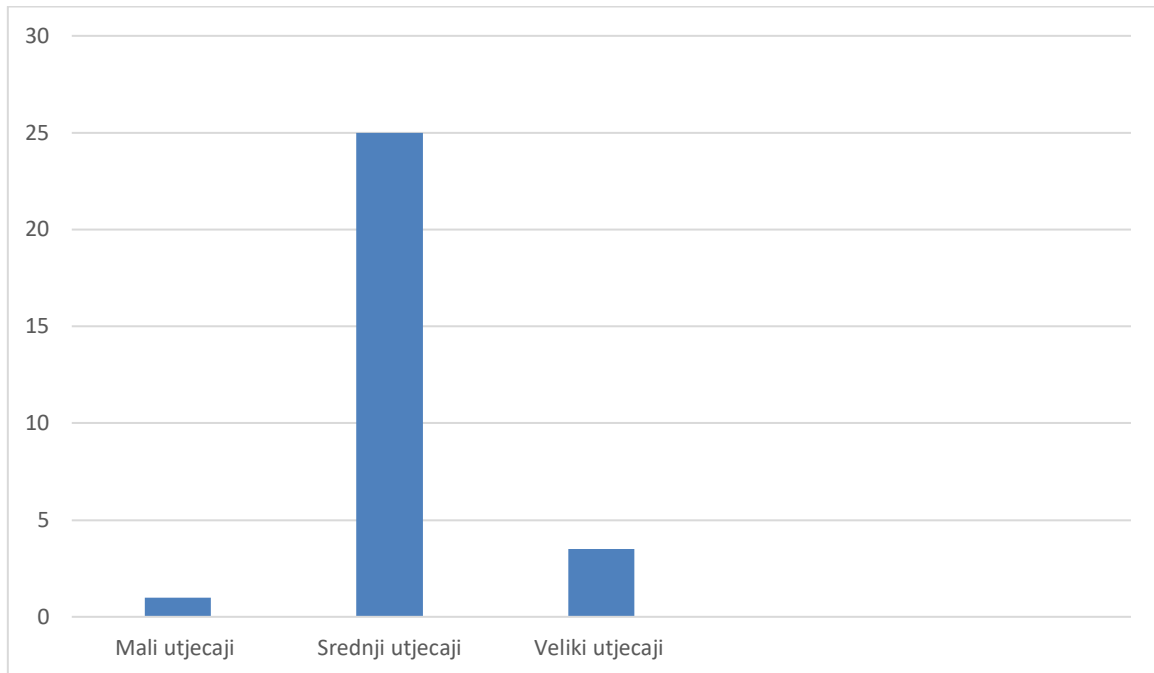


Izvor: Vlastiti izvor; istraživanje autorice



Prema mišljenju i stavovima ispitanika o načinima na koje organizatori lokalnih događaja mogu utjecati na poboljšanje zadovoljstva lokalnog stanovništva kako bi se spriječili negativni utjecaji najbolje rezultate imali su ulaganje u infrastrukturu i održivi razvoj, smanjivanje jaza između lokalnog stanovništva i zajednica, te ulaganje u potrebne edukacije kadrova.

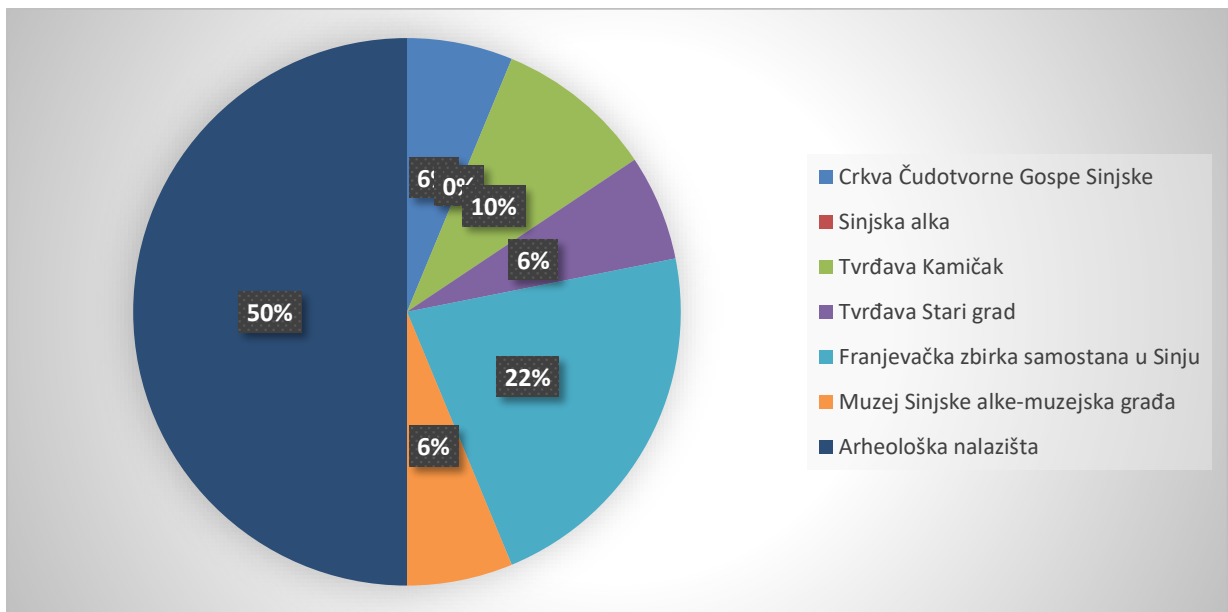
Grafikon 13. Utjecaj tržišnih barijera na kulturološke razlike i proizvode grada Sinja



Izvor: Vlastiti izvor; istraživanje autorice

75,7% ispitanika dalo je odgovor da tržišne barijere dominiraju i imaju srednji utjecaj na kulturološke razlike i proizvode grada Sinja. S obzirom na lokaciju područja koje je nastanjeno lokalnim stanovništvom 3% ispitanika smatra da postoje mali utjecaji, a 21,2% ispitanika smatra da postoje veliki utjecaji koji utječu na razlike i proizvode.

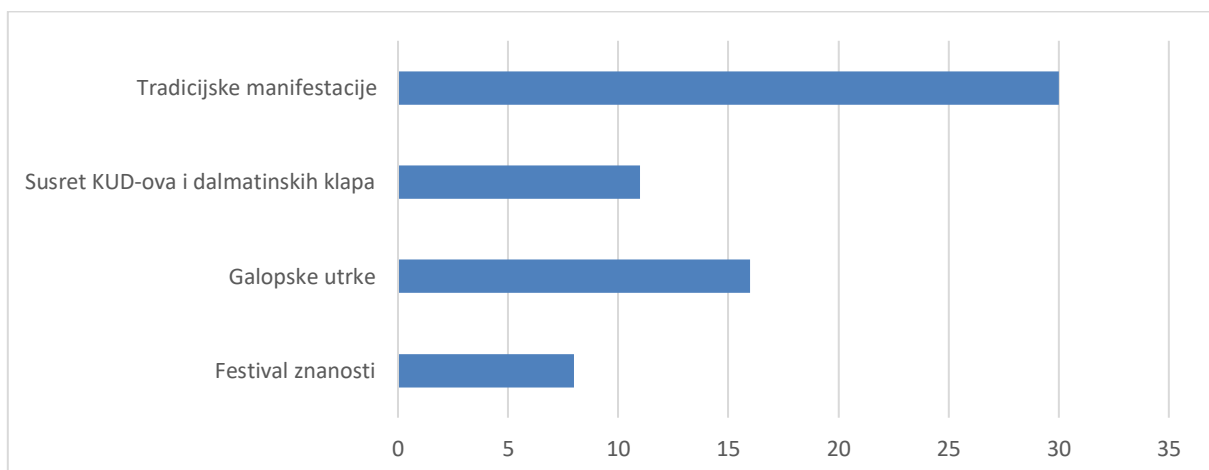
Grafikon 14. Neiskorištenost kulturnih dobara na području grada Sinja



Izvor: Vlastiti izvor; istraživanje autorice

Najveći postotak neiskorištenosti kulturnih dobara na području grada Sinja u anketi koja je provedena imaju arheološka nalazišta sa udjelom od 50%, te Franjevačka zbirka samostana u Sinju sa udjelom od 22%, a ostatak predstavlja mali udio neiskorištenosti zbog postojećih promoviranja najupečatljivih i najslikovitijih simbola turističkog prostora.

Grafikon 15. Potencijal razvitka manifestacija za lokalnu zajednicu

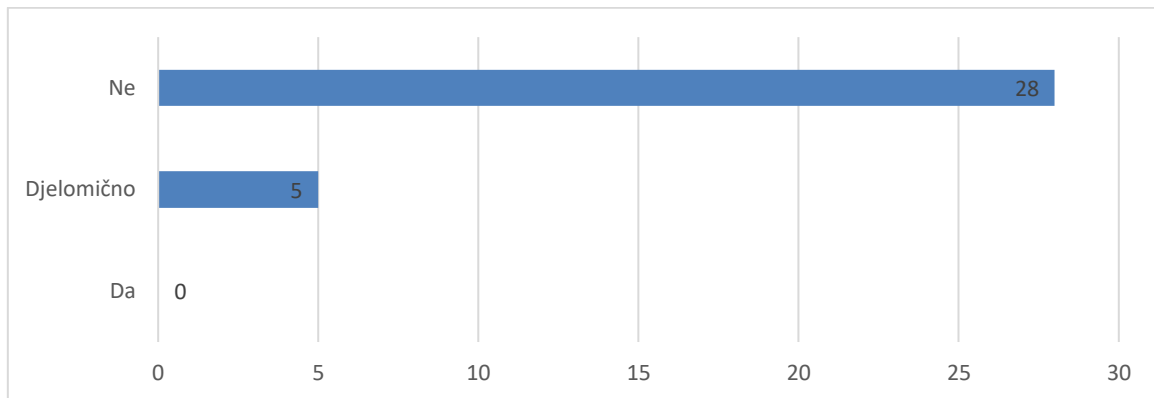


Izvor: Vlastiti izvor; istraživanje autorice

Potencijali razvoja manifestacije za lokalnu zajednicu istraživanog područja, gdje su postojale dvije stavke za odabir, ispitanici su se najviše orijentirali prema razvitku manifestacija poput:

tradicijskih manifestacija, susret KUD-ova i dalmatinskih klapa, te razvitka galopskih utrka koje su inače specifične za ovaj dio područja. Ovi podatci nam ukazuju da se na ovom području trebaju organizirati lokalne zajednice u organiziranju više događaja orijentiranih na već spomenute manifestacije.

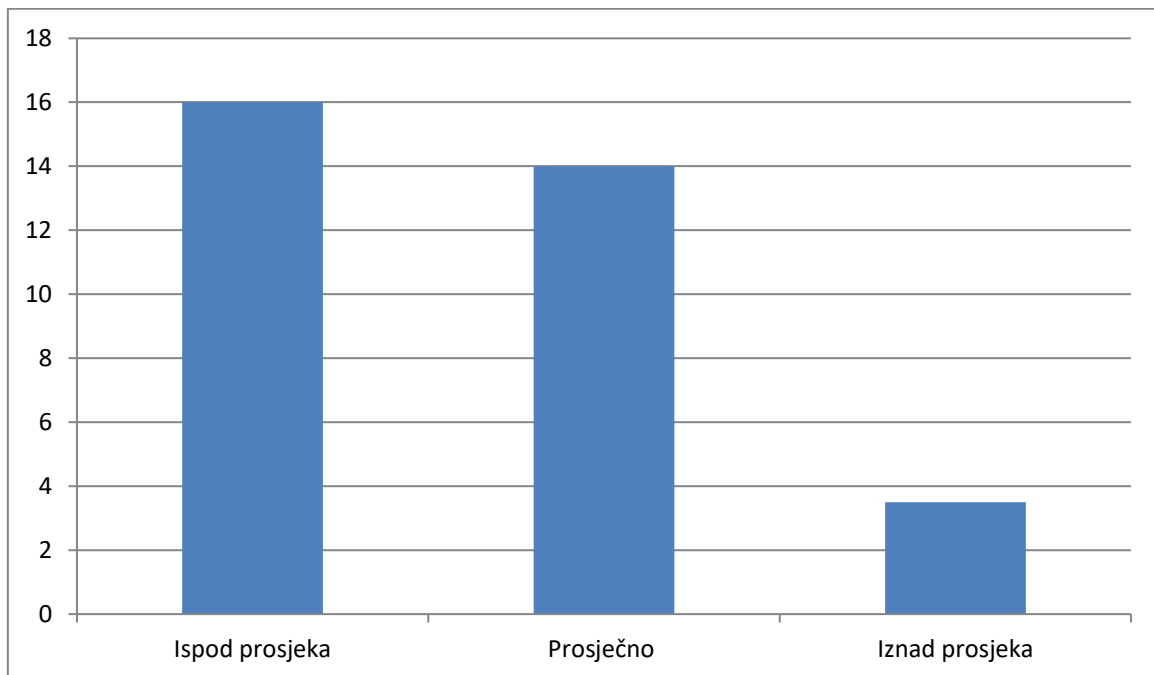
Grafikon 16. Prepoznatljivost promoviranja baštine i autohtonih proizvoda



Izvor: Vlastiti izvor; istraživanje autorice

Promoviranje baštine i autohtonih proizvoda u istraživanju je pokazalo da 28 sudionika smatra da promocija nije dovoljno iskorištena, dok 5 sudionika smatra da je prepoznatljivost djelomično iskorištena. Analizirajući ovo pitanje, može se zaključiti da baština i proizvodi lokalnog kraja nisu dovoljno prezentirani s obzirom na postojanost prenošenja tradicije, baštine i formiranja proizvoda.

Grafikon 17. Porast interesa stanovništva za kulturnom baštinom na lokalnoj razini



Izvor: Vlastiti izvor; istraživanje autorice

U zadnjem pitanju online ankete ciljane skupine potrošača, mogu se uvidjeti podatci koji nam prezentiraju porast interesa stanovništva za kulturnom baštinom. Naime, iz grafikona je vidljivo da 16 sudionika smatra porast ispod prosjeka, dok 14 sudionika smatra da je porast prosječan i zadovoljavajući. 3 sudionika ankete smatraju da je interes porastao iznad prosjeka, te da bi trebalo kulturnu baštinu provoditi kroz sve segmente postojećih proizvoda, jer se ovaj kraj prepoznaje upravo po generacijskom prenošenju tradicije, znanja, običaja, te plesova.

## 7. ZAKLJUČAK

Tema ovog završnog rada bila je ukazati na važnost educiranosti i doprinosa lokalnog stanovništva u kreiranju konkurentnog turističkog prostora kroz raznovrsne segmente kulturne baštine i njene podjele, imajući u vidu da ona predstavlja naslijeđe koje se prenosi generacijama, a koja u sebi sadrži izvornost, te pruža budućim nasljednicima ostavštinu koju trebaju cijeliti i njegovati. Naime, kroz imidž destinacije doznajemo informacije o ponašanju, educiranosti, vještinama, znanju lokalnog stanovništva, te njihovoj sposobnosti koliko su spremni zajedno sa lokalnim stručnim vodstvom usavršiti potencijalne proizvode i plasirati ih na tržište. U završnom radu naglasak je bio na implementaciji uključenosti edukacije i doprinosa lokalnog stanovništva za potencijalne proizvode lokalnog kraja. Budući da su lokalni stanovnici pojedinog kraja uobičajeno tradicionalno vezani za način života, tradiciju, običaje u ovom radu dobili smo uvid kako stanovništvo ovog turističkog prostora od izdvojenih potencijalnih proizvoda na tržištu djelomično prepoznaju izvornost. Lokalno stanovništvo bilo je optimalan odabir za provedbu istraživanja na tržištu kulturne baštine iz razloga da ukaže na postojeću raznolikost koja postoji zbog neiskorištenosti resursa. S obzirom na postojanje bogate kulture, gastronomije, prirodnih resursa, zaštićenih dobara koji su pod zaštićenim dobrima Republike Hrvatske, tri proizvoda na UNESCO-ovom popisu nematerijalne baštine, te ostalih proizvoda specifičnih za ovaj kraj dobiveni rezultati ukazuju da bi se trebali pronaći načini boljeg promoviranja proizvoda u suradnji s lokalnim zajednicama, te iskoristiti mogućnosti pružanja usluga putem internetskih platformi za privlačenje ciljane skupine potrošača i implementiranja proizvoda na tržište.

Od svega navedenog potrebno je spomenuti i stavove za prostorni razvoj, s naglaskom na blizinu urbanog središta u kojima je predloženo da se mogu razvijati i drugi oblici turizma koji su idealni za razvoj ovog kraja kao što je npr: seoski turizam gdje se potrošačima pružaju duži boravci u ruralnim područjima. S obzirom na očuvan i nedovoljno iskorišten krajolik, dolazi se do zaključka da u ovaj turistički prostori treba ulagati puno kako bi se stvorio imidž destinacije i brend koji bi ga plasirao na tržište.

Dovoljno je uvidjeti, postojeće potencijale grada Sinja kroz povijest, ali i današnjicu koji samo čekaju na priliku suradnje jednog naroda uz naglasak na podjednak angažman svih stanovnika, kako bi se kreirala prepoznatljivost proizvoda kroz cijelu godinu, a ne samo kroz mjesec kolovoz.

## 8. POPIS LITERATURE

### Knjige i znanstveni časopisi

1. Marasović, T.(2001). Kulturna baština, Sveučilište u Splitu, Split.
2. Forrest, C.J.S.. (2010). International Law and the Protection of Cultural Heritage, London.
3. Belamarić, J. (2019). Sinjska alka viteški turnir u Sinju, u : Iris Biškupić Bašić, Hrvatska nematerijalna baština na UNESCO-ovim listama, Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, Zagreb.
4. Zebec, T. (2019). Nijemo kolo s područja Dalmatinske zagore, u:Iris Biškupić Bašić, Hrvatska nematerijalna baština na UNESCO-ovim listama, Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, Zagreb
5. Zebec, T. (2019). Nijemo kolo s područja Dalmatinske zagore: Ples bez glazbene pratnje, u ur. Čaplar, A. i sur. (2013). Blaga Hrvatske: neprocjenjiva prirodna i kulturna baština, Zagreb, 2013., str.267.-268.
6. Belamarić, J. (2019). Sinjska alka viteški turnir u Sinju, u Biškupić Bašić, I. (2019). Hrvatska nematerijalna baština na UNESCO-ovim listama, Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, Zagreb
7. Čaleta, J. (2013). Ojkanje:Potresanje glasom na starinski način u ur. Čaplar, A i sur. (2013), Blaga Hrvatske:neprocjenjiva prirodna i kulturna baština,Zagreb.
8. Brkljačić, M. (2020). Nematerijalna kulturna baština u natječajima na području Zadarske županije, Ethnologica Dalmatica, br.27.,str.121.
9. Vukonić, B. i Keča . (2001). Turizam i razvoj,pojam, načela, postupci , Zagreb:Ekonomski fakultet Zagreb, Mikrorad.
10. Petrić, L. (2011). Upravljanje turističkom destinacijom: načela i praksa, Split: Ekonomski fakultet, Split.
11. Weber, S.,Mikačić.V. (1994). Osnove turizma, Školska knjiga, Zagreb.
12. Senečić, J. i Vukonić, B. (1997). Marketing u turizmu, Mikrorad, Zagreb.
13. Ceribašić, N. (2003.), Hrvatsko,seljačko, starinsko i domaće, Povijest i etnografija javne prakse narodne glazbe u Hrvatskoj, Institut za etnologiju i folkloristiku, Zagreb, str.183.

## Internetski izvori

1. Ministarstvo kulture i medija (202..). Nijemo kolo s područja dalmatinske zagore dostupno na : <https://min-kulture.gov.hr/kulturna-bastina/nematerijalna-kulturna-bastina/nematerijalna-dobra-upisana-na-unesco-ov-reprezentativni-popis-nematerijalne-kulturne-bastine-covjecanstva/nijemo-kolo-s-podrucja-dalmatinske-zagore/7157>
2. Ministarstvo kulture i medija (2021.). Nijemo kolo s područja dalmatinske zagore dostupno na : <https://ich.unesco.org/doc/src/08621-HR.pdf>
3. Muzej Sinjske alke dostupno na: <https://www.alka.hr/muzej/muzej-info-s55>
4. Službena stranica grada Sinja, povijest grada dostupno na: <http://www.sinj.hr/povijest-града/>
5. Portal „SLOBODNA DALMACIJA“: <https://slobodnadalmacija.hr/dalmacija/obnovu-sata-na-mletackoj-utvrđi-platili-milijun-kuna-a-od-obnove-nista-kazaljke-se-zamrzle-na-1-27-ne-oglasava-se-ni-zvono-povezano-sa-satom-pitanje-je-samo-hoce-li-se-oglasiti-kontrolori-utroska-europskih-sredstava-588256>
6. Portal „Putovnica.net“: <https://www.putovnica.net/odredista/hrvatska/sinj>
7. Portal grada Sinja: <https://web.archive.org/web/20190516094241/http://www.sinj.com.hr/virtualni-sinj/stari-grad-2>
8. Portal „Visit Sinj“: <https://www.visitsinj.hr/hr/vodic/sinj/povijest>
9. Portal „Gaj Laberije – Povijest nogometa“: <https://www.gajlaberije.hr/gaj-laberije/>
10. Portal „Visit Sinj“: <https://www.visitsinj.hr/hr/sto-vidjeti/znamenitosti/ostale-znamenitosti>
11. Portal „Visit Sinj“: <https://www.visitsinj.hr/hr/vodic/sinj/etno/sinjska-rera>
12. Portal „Visit Sinj“: <https://www.visitsinj.hr/hr/vodic/sinj/gastronomija/item/29-recepti>
13. Portal: „Central Dalmatia“: <https://www.dalmatia.hr/hr/atrakcije/cetinska-pastrva>
14. Službena stranica „Muzej Cetinske krajine“: <http://www.mck-sinj.hr/index.php/hr-hr/>
15. Portal „Visit Sinj“: <https://www.visitsinj.hr/hr/sto-vidjeti/znamenitosti/kamicak>
16. Portal „Visit Sinj“: <https://www.visitsinj.hr/hr/sto-vidjeti/znamenitosti/crkva-cudotvorne-gospe-sinjske>
17. Portal „Visit Sinj“: <https://www.visitsinj.hr/hr/sto-vidjeti/muzeji/arheoloska-zbirka-franjevackog-samostana>
18. Portal „Lokalni Večernji list“: <https://lokalni.vecernji.hr/media/daguerre/a3/20/c43b8645f9742bb42db2.jpeg>
19. Portal „Cetinska-krajina.hr“: <https://cetinska-krajina.hr/wp-content/uploads/2019/10/DSC2341.jpg>

20. Portal ; Cetinska –krajina.hr“<https://cetinska-krajina.hr/wp-content/uploads/2019/10/DSC2341.jpg>
21. Ministarstvo kulture i medija (2021.) Nematerijalna dobra upisana na UNESCO-ov reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva dostupno na: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/vrste-kulturne-bastine/nematerijalna-kulturna-bastina/nematerijalna-dobra-upisana-na-unesco-ov-reprezentativni-popis-nematerijalne-kulturne-bastine-covjecanstva/5337>
22. Ministarstvo kulture i medija, medija (2021), Nematerijalna kulturna baština upisana na UNESCO-ov reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine ,dostupno na: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/vrste-kulturne-bastine/nematerijalna-kulturna-bastina/nematerijalna-dobra-upisana-na-unesco-ov-popis-nematerijalne-kulturne-bastine-kojoj-je-potrebna-hitna-zastita/6285>
23. Ministarstvo kulture i medija, medija (2021.) Nematerijalna dobra upisana u UNESCO-ov Registar dobrih praksi očuvanja nematerijalne kulturne baštine svijeta: <https://min-kulture.gov.hr/izdvojeno/kulturna-bastina/vrste-kulturne-bastine/nematerijalna-kulturna-bastina/nematerijalna-dobra-upisana-u-unesco-ov-registar-dobrih-praksi-ocuvanja-nematerijalne-kulturne-bastine-svijeta/13927>
24. Službena stranica Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije: <https://www.dalmatia.hr/hr/atrakcije/imotska-i-sinjska-vina>



## POPIS SLIKA

Slika 1. Didi s Kamešnice .....	7
Slika 2. Tradicijsko posuđe .....	8
Slika 3. Prikaz Alkarske povorke u Muzeju Sinjske alke .....	9
Slika 4. Crkva sv. Spasa u Vrlici .....	10
Slika 5. Tvrđava Stari grad .....	12
Slika 6. Brončani kip Gospe Sinjske a) .....	13
Slika 7. Brončani kip Gospe Sinjske b) .....	13
Slika 8 .Nadgrobní spomenik dječaka Gaja Laberija.....	14
Slika 9. Nadgrobní spomenik dječaka Gaja Laberija.....	15
Slika 10. Alkar na konju .....	16
Slika 11. Heraklova glava .....	17
Slika 12. Ojkanje ili reranje .....	27
Slika 13. Tradicionalno jelo Sinjski arambaši.....	30

## POPIS TABLICA

Tablica 1 Zaštićena nematerijalna baština - dobra Republike Hrvatske na UNESCO-voj reprezentativnoj listi .....	20
---	----

## POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Dob ispitanika .....	40
Grafikon 2. Spol ispitanika .....	40
Grafikon 3. Mjesto stanovanja ispitanika.....	41
Grafikon 4 ..Asocijacija stanovištva na grad Sinj .....	41
Grafikon 5. Promocija kulturne baštine .....	42
Grafikon 6. Orijentacija razvitka vrste turizma na području grada Sinja .....	42
Grafikon 7. Izbor tehnika i alata za očuvanje turističkog prostora .....	43

Grafikon 8. Socio-kulturni aspekti razvoja turizma na utjecaj razvitka stavova o turističkom prostoru.....	44
Grafikon 9. Formiranje događaja u kreiranju turističke prednosti na tržištu .....	45
Grafikon 10 . Ljestvica utjecaja kulturno-nematerijalnih dobara lokalnog turističkog prostora na domaća i inozemna tržišta.....	46
Grafikon 11 .Mogućnost diversifikacije postojećih proizvoda lokalne zajednice nastankom nove grane turizma (turizam događaja).....	47
Grafikon 12. Stavovi ispitanika o načinima sprječavanja negativnih utjecaja .....	47
Grafikon 13. Utjecaj tržišnih barijera na kulturološke razlike i proizvode grada Sinja .....	48
Grafikon 14. Neiskorištenost kulturnih dobara na području grada Sinja.....	49
Grafikon 15. Potencijal razvitka manifestacija za lokalnu zajednicu .....	49
Grafikon 16. Prepoznatljivost promoviranja baštine i autohtonih proizvoda .....	50
Grafikon 17. Porast interesa stanovništva za kulturnom baštinom na lokalnoj razini .....	51

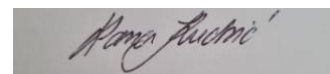
## IZJAVA O AUTORSTVU I IZVORNOSTI RADA

kojom ja **Lana Kudrić, 0275057381**, izjavljujem pod punom moralnom odgovornošću da:

- sam završni/diplomski rad pod naslovom: **Edukacija i doprinos lokalnog stanovništva u kreiranju konkurentnog turističkog prostora** na studiju: **Poslovna ekonomija**, izradila samostalno, pod mentorstvom **izvprof.doc.dr.sc.Iris Mihajlović**.
- Sam u izradi koristila navedenu literaturu i pri tome se pridržavala etičkih standarda u citiranju i korištenju izvora, te niti jedan dio rada nije izravno preuzet iz tuđih radova.
- Sam suglasna da se sadržaj moga rada trajno pohrani i objavi u Repozitoriju Sveučilišta u Dubrovniku te se time, putem interneta učini javno i bez naknade dostupan **svima**.
- sadržaj moga rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenog i eventualno nakon obrade uređenog rada.
- sam prilikom korištenja slika s interneta poštovala autorska prava

**Ime i prezime studenta:**

Lana Kudrić



U Dubrovniku, rujan 2022. godine