

TURISTIČKA VALORIZACIJA STAROG GRADA KOTORA

SAŽETAK: Potencijali razvoja Crne Gore kao turističke destinacije bazirani su na prepoznavanju i valorizaciji atraktivnih reursa koje čini većina primorskih gradova. U tom pogledu posebno se diferencira grad Kotor. Osvrtom na njegov razvoj i značaj, kulturna baština se ističe kao dominantna komponenta turističke ponude i perspektivna osnova za progresivni evolutivni tok turističkih kretanja na ovom području.

U radu se nastoji izložiti postojeće, trenutno stanje turističke privrede u Kotoru, mjere koje je potrebno sprovesti u cilju poboljšanja turističke ponude, kao i targetiranje novih segmenata potrošača na turističkom tržištu. Analizom koja je sprovedena po Hillary du Cross metodu istraživanja izvršena je evaluacija turističkih privlačnosti grada, na osnovu koje su markirane pozitivne strane, kao i „slabosti“ koje je potrebno na vrijeme otkloniti.

Cilj je ne samo održati u životu turistički proizvod ove izuzetne lokacije na vrlo turbulentnom tržištu, već pružiti novu percepciju i motivaciju potrošaču uz pomoć inoviranog proizvoda, baziranog na kulturno-istorijskom nasljeđu, tradiciji, folkloru i svim ostalim kulturnim i društvenim vrijednostima.

KLJUČNE RIJEČI: valorizacija, kultura, turizam, resursi, proizvod.

Uvod

Kotor je grad na Crnogorskom primorju koji kada turisti jednom posjete, uvijek mu se žele ponovo i iznova vraćati. Kada se dotakne nogom njegovo kameno tlo i udahne miris Mediterana, kad se prošetala njegovim trgovima i pjacama, utisak je da se sa svakim korakom prilazi nekoj drugoj epohi. Palaci, katedrale, samostani i crkve, svi oni kao da vjekovima čekaju da svoju životnu priču ispovjedu.

Izuzetna vrijednost graditeljstva Kotora sa Perastom, sačinjenog od velikog broja sakralnih i profanih objekata, palata i nekoliko arheoloških lokaliteta, učinili su da se ovaj grad od 26. oktobra 1979. godine nađe na UNESCO-voj listi svjetske prirodne i kulturne baštine. Ovakav izuzetan status ima 936 područja, lokaliteta i gradova izuzetne kulturne i prirodne vrijednosti čiji se značaj vezuje za cjelokupno čovječanstvo. Univerzalna vrijednost Kotora ne ogleda se samo u jedinstvenom skladu prirodnih i kulturnih vrijednosti koji nadmašuju nacionalni i regionalni značaj, već je njegov značaj jednako prepoznat resurs za sadašnje i buduće generacije.

Kotor je jedan od gradova u kojima je civilizacija davno prokrčila put, pa je tako Ilija Nikolić u monografiji „Kotor“ o njemu napisao, „sačuvani su brojni spomenici duhovne i materijalne kulture koji govore o burnim i slavnim vremenima u kojima je Kotor doživljavao velike trenutke uspona“ (1970: 8).

Arhitektonska vrijednost – Stari grad Kotor počiva na stjenovitoj hridi, na spoju planinskog prevoja i morskog zaliva koji je duboko zašao u kopno. Tokom nastajanja grada izgrađivane su brojne fortifikacije, koje su izgradnjom novih potpuno srasle jedna sa drugom i vizuelno se pretopile u jedinstven urbani kompleks. Grad ima trouglasti oblik, što je proizvod prirodne omeđenosti obalom mora, izvora ponornice Škurde i planinskog masiva na koji se grad naslanja. Najstarije sačuvane i obnovljene građevine potiču iz XII, XIII i XIV vijeka, a stilski potpuno

odgovaraju srednjovjekovnim građevinama primorskog tipa. „Pojedine zgrade su dijelom fundirane na živoj stijeni iznad nivoa parcele. Ovakav sastav i konfiguracija terena čine da se jednom uspostavljeni urbani projekat trajno održi, nasuprot pojedinačnim gradnjama koje se ruše i obnavljaju“, navodi se u „Menadžmentu planu prirodnog i kulturno-istorijskog područja Kotora“. Tokom duge istorije grada nije došlo do značajnijih nestručnih civilnih intervencija na građevinama, pa je njihova struktura i izgled autentičan. Gusta mreža nepravilnih krivolinijskih ulica sastavljena je sa centralnom koja povezuje gradska vrata i Gurdić i koja prolazi pored katedrale Sv. Tripuna. Stari grad Kotor iako nevelike površine posjeduje devet palata izgrađenih sa stilskim elementima gotike, renesanse, baroka. Na neizgrađenim površinama nalaze se gradski trgovi koji po svojoj formi, funkciji i položaju okolnih zgrada podsjećaju na trgove ostalih srednjovjekovnih primorskih gradova: Trg Sv. Tripuna, Trg od oružja, Trg od brašna, Trg Bokeljske mornarice, Trg Sv. Luke, Trg od mlijeka i Trg od salate. Osim toga, ispred nekih sakralnih objekata (Sv. Marije Koledate, Sv. Ane, Sv. Klare, Sv. Nikole, Sv. Josifa i Sv. Franja) nalaze se proširene ulice – pjacete. Ukupan dojam ovog srednjovjekovnog grada obilježavaju izuzetno vrijedni sakralni spomenici građeni u romaničkom i baroknom stilu. Sve ovo ga čini najbolje očuvanim srednjovjekovnim primorskim gradom iz perioda XII vijeka.

Položaj, pristupačnost, uređenost – Kotor se nalazi u jugoistočnom dijelu Bokokotorskog zaliva, ispod planine Lovćen, sa sjeverne i sjeveroistočne strane okružen planinama, a sa juga i jugozapada poluostrvom Vrmac.

Savremene kopnene komunikacije, prvenstveno Jadranski put koji je povezan sa Jadranskom magistralom, omogućava relativno dobru povezanost Kotora sa bližim i daljim primorskim i kontinentalnim tačkama. Kotor je raskrsnica turističkog puta koji sjevernom obalom Zaliva povezuje Dubrovnik sa Budvom, Barom i Ulcinjem. Planinski put za Cetinje izuzetno je neobičnog izgleda i posebne atraktivnosti, sa 42 zavoja (serpentine) ušao je u putopise skoro svih autora koji su pisali o Crnoj Gori. Strategija razvoja saobraćaja Crne Gore uvrstila je između dvadeset pet prioriternih saobraćajnica izgradnju kraka Jadransko-jonske saobraćajnice kojom bi se Crna Gora uključila na Transevropsku transportnu mrežu. Plan je da se postojeća Jadranska magistrala unaprijedi sanacionim radovima i izgradnjom treće trake, a koja bi podrazumijevala izgradnju zaobilaznica oko gradova, čime bi se u dobroj mjeri rasteretio gradski saobraćaj.

Položaj Jadranske saobraćajnice u odnosu na Stari grad veoma je nepovoljan sa aspekta očuvanja vrijednosti kulturnog ambijenta. Naime, kako je njena prvobitna trasa rađena prije stotinjak godina, sa stanovišta današnjeg izgleda modernih saobraćajnica predstavlja neadekvatno rješenje. Za naše istraživanje veliki problem predstavljaju negativne posljedice koje Stari grad trpi zbog činjenice da saobraćajnica prolazi na svega nekoliko desetina metara udaljenosti od gradskih zidina. Ovdje ćemo navesti najdrastičnije prijetnje ovom kulturnom dobru koje su prepoznate i u Menadžment planu: sanacija saobraćajnice, izgradnja novih potpornih zidova na postojećoj saobraćajnici, vibracije putničkih i teretnih vozila, ispuštanje štetnih izduvnih gasova koji neposredno ili posredno ugrožavaju resurs, posebno sa aspekta turističke valorizacije. Ogromna koncentracija automobila tokom ljetnjih mjeseci ugrožava neometanu cirkulaciju turista na potezu Stari grad – riva, a duži boravak na trgu ispred zidina čine neprijatnim i nepodnošljivim.

Posebno mjesto u turističkoj valorizaciji kulturnih dobara imaju svakako parking prostori koji se nalaze u njegovoj neposrednoj blizini. Dva veća parking platoa nalaze se u blizini zidina, jedan koji se nalazi uz rivu, odvojen glavnom saobraćajnicom od Starog grada i drugi, napo-

sredno pored zidina i Škurde. Nekoliko stotina parking mjesta nedovoljno je da zadovolji potrebe tokom ljetnjih mjeseci, te u danima velikih svetkovina (Kotorskog ljetnjeg karnevala, maskem-bala, Kotorske smotre mode, Tripundana), kada nastaje potpuni saobraćajni kolaps.

Neposredno ispred zidina Starog grada nalazi se Luka Kotor, a u obližnjem Prčnju manja Luka Kordić. Planira se izgradnja većeg broja vezova na području hotel „Fjord“ – Peluzica. Ovo je veoma važan strateški aspekt za razvoj turizma u Starom gradu. Aktiviranjem kraćih pomorskih linija, kojima bi se dovozili turisti iz obližnjih turističkih mjesta, a masovnijim posjetama turista ne bi dolazilo do zastoja u saobraćaju na saobraćajnicama koje vode ka Starom gradu, a postojeći parking prostori u neposrednoj blizini gradskih zidina bi postali rasterećeniji i funkcionalniji.

Aerodrom Tivat nalazi se u blizini Kotora, na udaljenosti od samo četiri kilometra, i predstavlja izuzetno važnu tačku povezivanja ovog turističkog resursa sa cijelim svijetom. Aerodrom u Tivtu, pored Podgoričkog, predstavlja glavnu vazdušnu luku Crne Gore i njegova upotrebna vrijednost za turističke dolaske naročito u ljetnjim mjesecima raste iz godine u godinu.

Prednost Kotora u odnosu na druge crnogorske luke je u tome što se našao na mapi najznačajnijih kruzing kompanija današnjice, pa turisti uglavnom imaju priliku da borave u Starom gradu i okolini do 10 sati. Po podacima koje smo dobili u lokalnoj Turističkoj organizaciji, broj kruzera koji pristaju u Kotor stalno raste. Tako je 2013. godine uplovilo 387 kruzera sa 317.764 turista. Ukoliko bi se ovaj podatak uporedio sa prethodnim godinama poput 2010. godine kada je evidentirano 309 brodova sa 145.185 turista, primjećuje se izuzetno veliki rast ne toliko u pogledu broja plovila koliko u broju putnika. Prema njihovim prognozama, ove godine će se ta cifra udvostručiti.

Jedan od problema za valorizaciju Starog grada u funkciji turizma je buka. Nemamo precizne podatke o kolikom stepenu buke je riječ, ali u ljetnjim mjesecima muzika koja dopire iz raznih kafića i drugih ugostiteljskih objekata premašuje dozvoljene vrijednosti.

U toku jesenjih i zimskih mjeseci, kada je najveći procenat turista koji su na kruzing turama, najveći problem za obilazak Starog grada su enormne količine vode koje se slivaju gradskim ulicama. Pristup pojedinačnim spomenicima kulture je otežan ili sasvim onemogućen. Posljednje dvije godine intenzivno se radi na unaprjeđenju odvodnih kanala, no zbog delikatnosti rada i osjetljivosti samog kulturnog dobra do potpunog rješenja se još uvijek nije došlo. Ovo predstavlja jednako veliki problem za razvoj turizma, ali i prijetnja spomeničkom nasljeđu kao faktoru razvoja održivog kulturnog turizma.

Kotor bilježi pad broja domaćih i stranih posjetilaca posljednjih pet godina. Najveći broj turista zabilježen je u ljetnjim mjesecima, mada intenziviranjem jahting, kruzing i nautičkog turizma turistička sezona se bitno produžila, pa možemo govoriti o trajanju od sredine marta do početka novembra.

Na osnovu analize podataka tabele br.1 i br.2, broj turista koji je posjetio Kotor, kao i broj ostvarenih noćenja za posmatrani period je opao. Navedeni pokazatelji smatraju se relevantnim za ocjenu turističkog prometa.

Tabela br. 1: Broj ostvarenih turističkih noćenja ostvarenih u Kotoru u periodu od 2007. do 2013. godine

Godina	Noćenja			
	Domaći	Strani	Ukupno	Indeks/uk
2007.	42.111	336.545	378.656	109,12
2008.	7.268	52.771	60.039	89,45
2009.	16.534	299.596	316.130	91,52
2010.	12.785	242.400	255.185	80,72
2011.	14.061	272.055	286.116	112,12
2012.	18.999	284.899	303.898	106.21
2013.	14.548	279.230	293.778	96.67

Izvor: Turistička organizacija Kotor, 2014. god.

Tabela br. 2: Broj turista koji su boravili u Kotoru u periodu od 2007. do 2014. godine

Godina	Turisti			
	Domaći	Strani	Ukupno	Indeks/uk
2007.	7.801	59.317	67.118	111,79
2008.	7.268	52.771	60.039	89,45
2009.	4.681	50.206	54.887	91,42
2010.	3.685	41.216	44.901	81,81
2011.	3.311	48.539	51.850	115,48
2012.	3.993	52.067	56.060	108.11
2013.	2.780	54.241	57.021	101.71

Izvor: Turistička organizacija Kotor, 2014. god.

U radu smo se poslužili Hillary du Cross modelom turističke valorizacije koja se prilikom formiranja ovog metodološkog sredstva vodila idejom da kulturno dobro može biti resurs razvoja turizma destinacije. Stoga je autorica uvela turističke i kulturne subindikatore i gradirala ih po tačno određenoj skali (H. du Cross, 2000). „Model je kompleksan i kompletan, budući da vrednuje kako turistički, tako i sektor upravljanja kulturnim dobrima, kao i za ocjenu robusnosti kulturnog dobra da primi posetioce“ (Hadžić, prema: Besemernji i dr., 2008: 158).

1. **Turistički sektor** – Tržišna privlačnost Starog grada Kotor se vrednuje na osnovu ocjene subindikatora koji su ocijenjeni od nula (0) do pet (5).

- *Ambijent* – Ambijent Starog grada kao jedinstveni sklad prirodnih i antropogenih elemenata srednjevjekovnog primorskog grada i vrijednost ovog kulturnog dobra ocjenjujemo najvišom ocjenom pet (5).

- *Lokalitet poznat van lokalne oblasti* – Stari grad Kotor je vrlo dobro poznat van države i regije, mada pojedini aspekti ponude ovog starog grada nisu dovoljno poznati. Zato smo se odlučili za ocjenu četiri (4) kod ovog subindikatora.

- *Važan nacionalni simbol* – Ne možemo sagledavati Stari grad Kotor kao nacionalni simbol u rangu Istorijskog jezgra Cetinja, ali ni uskratiti mu značaj kao resursu koji ima neosporan potencijal. Ocjena za ovaj subindikator je po našem mišljenju četiri (4).

- *Evokativno mjesto* – Postoji veliki broj legendi o gradu Kotoru. O samom nastanku Starog grada postoje tri legende i dvije narodne priče. O njima možemo čitati u „Kotorskim medaljonima“ Rista Kovijanića iz 1979. godine. Takođe, postoji veliki broj priča o nastanku pojedinačnih spomenika kulture koji se nalaze u sastavu Starog grada. U skalu sa navedenim, ovaj subindikator je ocijenjen najvišom ocjenom (5).

- *Lokalitet jasno diferenciran od ostalih kulturnih dobara u okruženju* – Stari grad Kotor, osim što arhitektonski odgovara izgledu starih primorskih gradova, posjeduje vizuelne i funkcionalne specifičnosti u odnosu na ostale i jasno se diferencira od drugih kulturnih dobara. U tom smislu smo i ovaj subindikator ocijenili peticom (5).
- *Lokalitet privlačan za specijalne potrebe* – Izuzetna pogodnost za organizovanje manifestacija, priredbi, predstava na otvorenom (dječije pozorišne i lutkarske predstave, koncerti, festivalske svečanosti) čine ovaj grad jedinstvenim na prostoru cijele Crne Gore. Tokom ljetnjih mjeseci može se reći da su svi trgovi i pjacete u tom smislu dobro iskorišćeni, pa je i ocjena najviša – pet (5).
- *Komplementarnost s drugim turističkim proizvodima na destinaciji* – Nivo komplementarnosti sa drugim elementima turističkog proizvoda je veoma visok. Kupališni, manifestacioni, nautički, vjerski i neki drugi vidovi turizma su takođe afirmisani, pa smo se i kod ovog subindikatora odlučili za ocjenu pet (5).
- *Vezuje se za kulturu* – Stari grad Kotor direktno asocira na kulturu samim resursom i brojnim kulturnim manifestacijama koje se odvijaju tokom cijele godine. Ovdje smo se odlučili za najvišu ocjenu pet (5) jer smatramo da je nivo asocijativnosti Starog grada sa kulturom odličan.
- *Turistička aktivnost u regionu* – Aktivnost Nacionalne turističke organizacije i Turističke organizacije Kotor intenzivno je usmjerena na turističku promociju kulturnih potencijala Starog grada. Koordinacija kulturnog i turističkog sektora je, po našem mišljenju, vrlo dobra. Ocjena ovog subindikatora je četiri (4) zbog izostanka velikog broja potencijalnih pogodnosti koje bi ova saradnja mogla omogućiti.

Faktori pri dizajniranju turističkog proizvoda se ocjenjuju od 0 do 3, osim uslužnih pogodnosti koje se ocjenjuju od 0 do 5:

- *Pristup kulturnom dobru* – Pristup Starom gradu Kotor je odličan. Glavna saobraćajnica prolazi veoma blizu zidina, a stajalište za autobuse omogućava gotovo neposredan ulazak u grad iz autobusa. Ocjenom tri (3) smo ocijenili subindikator pristupa ovom kulturnom dobru.
- *Transport do kulturnog dobra* – Transport do posmatranog kulturnog resursa smo zbog svih pogodnosti dolaska gotovo svim prevoznim sredstvima (osim voza) ocijenili najvišom ocjenom tri (3).
- *Blizina kulturnih atrakcija* – U neposrednoj okolini Starog grada Kotor nalazi se područje koje se uz njega nalazi na Listi svjetske kulturne baštine UNESCO. Riječ je o gustoj mreži pojedinačnih spomenika kulture, pa je i ovaj subindikator ocijenjen najvišom ocjenom tri (3).
- *Uslužne pogodnosti* – Uslužne pogodnosti u neposrednom okruženju i samom Starom gradu nisu na najvišem nivou. Oskudan parking prostor, relativno slabo obilježeni putevi, nepotpuna signifikacija građevina unutar Starog grada i osrednji nivo dostupnosti informacija učinili su da se ovaj subindikator ocijeni srednjom ocjenom tri (3) (za ovaj subindikator ocjene su od 0 do 5).

Indikator turističkog sektora dobijen sabiranjem ocjena svih indikatora iznosi 54, što ga na skali tržišne privlačnosti čini visoko privlačnim (41 -60) resursom. Napominjemo, slabu privlačnost imaju oni kulturni resursi čiji je zbir subindikatora od 0 do 20, srednju privlačnost od 21 do 40 i visoku privlačnost od 41 do 60.

2. Drugi segment našeg istraživanja po navedenoj metodi odnosi se na **menadžment kulturnih dobara**. Sastoji se od dva segmenta: ocjene kulturnog značaja i robusnosti kulturnog resursa (eng. robustness – snažnosti, izdržljivost). Kulturni značaj je, sagledan na osnovu sljedećih subindikatora:

- *Estetska vrijednost* – Estetska vrijednost Starog grada Kotora je veoma visoka. Sagledan kao arhitektonska cjelina crkava, palata, fortifikacije savršeno uklopljenih u ambijen opredijelio nas je da subindikator ocijenimo najvišom ocjenom dva (2) (prvih pet subindikatora ocjenjuju se od 0 do 2).
- *Istorijska vrijednost* – Istorijska vrijednost Starog grada Kotora sagledavali smo u kontekstu istorijskog značaja zdanja koje ga sačinjavaju kao svjedočanstva davno minulih vremena. Sačuvana zdanja sa početka XII i iz XIII vijeka opredijelili su nas da i ovaj subindikator ocijenimo sa najvišom ocjenom – dva (2).
- *Edukaciona vrijednost* – Edukacijski značaj posmatranog kulturnog resursa je izvanredan, svako zdanje bilo profane, bilo sakralne funkcije svjedoči o istorijskim, društvenim i duhovnim gibanjima na ovom dijelu Mediterana. Ocjena koju smo dali je takođe maksimalna – dva (2).
- *Društvena vrijednost* – Društveni značaj lokaliteta ocjenjujemo najvišom ocjenom – dva (2) za ovaj subindikator. Stari grad predstavlja naseljeni grad u kom se odvija život i gdje turisti mogu “na izvoru” doživjeti lokalnu kulturu. Osim toga, brojne manifestacije i sadržaji koje se odvijaju u njemu namijenjeni su i lokalnom stanovništvu i turistima.
- *Naučno-istraživačka vrijednost* – Stari grad Kotor predstavlja sublimat kulturnih, društvenih i prirodnih naučnih i tehnoloških izazova koji se nameću istraživačima, pa smo ocjenom dva (2) vrjednovali njegov naučno-istraživački potencijal.
- *Rijetkost kulturnog dobra* – Stari grad Kotor je najkompletniji srednjevjekovni grad u zidinama, jedinstven u svojoj urbanoj koncentraciji na ovom dijelu Jadrana. Bogaštvo antropogenih elemenata stapa se u izvanrednu urbanu cjelinu koja je čvrsto uklopljena u kamene litice ispod Lovćena. Kako spada u red izuzetno rijetkih kulturnih dobara, ocjena ovog subindikatora je tri (3) (ocjene su od 0-3).
- *Reprezentativnost lokaliteta* – Reprezentativnost ovog srednjevjekovnog primorskog grada je na najvišem nivou, izuzetno je atraktivan za turističke posjete. Tipičan je urbani spomenik kulture ovog područja i podneblja uskih krivudavih ulica i visokih zgrada. I ovaj subindikator je ocijenjen sa najvišom ocjenom četiri (4) (ocjene su od 1 od 4).

Robusnost starog Kotora ocijenili smo na sljedeći način:

- *Osjetljivost kulturnog dobra* – Posmatrani kulturni resurs je u stanju da primi veliki broj turista, a da pri tom na dođe do oštećenja samog kulturnog dobra. Kako postoji jedan broj sakralnih i profanih spomenika koji ima nešto veću osjetljivost od oštećenja, nismo dali najvišu, nego smo se odlučili za ocjenu tri (3) (ocjene su od 0 do 4).

- *Stanje reparacije* – Nakon zemljotresa 1979. godine izvedeni su ozbiljni restauratorski radovi sa obnovom kuća, sakralnih objekata i javnih prostora sa temeljnim građevinskim i tehničkim unaprijeđenjem u odnosu na ranije stanje. Stoga smo subindikatoru reparacije dali ocjenu četiri (4) (ocjene su od 0 do 4).
- *Postojanje plana upravljanja kulturnim dobrom* – Kako se Stari grad Kotor nalazi na UNESCO-voj listi zaštićenih spomenika kulture, postoji jasno koncipiran sistem planske restauracije, konzervacije i zaštite. Centar za konzervaciju i arheologiju i Uprava za zaštitu kulturnih dobara intenzivno i planski vode brigu o ovom kulturnom dobru, pa smo se odlučili da ocjena ovog subindikatora bude pet (5) (ocjene su od 0 do 5).
- *Regulatorni monitoring* – Regulatorni monitoring se sprovodi u skladu sa principima zaštićenih spomenika kulture sa UNESCO-ve liste. I ovaj subindikator smo ocijenili najvišom ocjenom pet (5) (ocjene su od 0 do 5).
- *Negativni uticaj velikog broja posjetilaca* – Mogućnost negativnog uticaja velikog broja posjetilaca potencijalno postoji ali do sada to nije ugrožavalo stanje Starog grada niti njegovih pojedinačnih spomenika. To je naročito vidno na svečanostima i manifestacijama kada je broj posjetilaca najveći, na primjer za Bokeljskoj noći. Ipak, visokoosjetljivi resursi zahtijevaju pažljiviji tretman, pa je ocjena ovog subindikatora četiri (4) (ocjene su od 1 do 5).
- *Mogućnost negativnog uticaja modifikacije* – Stari grad Kotor ima odličnu mogućnost modifikacije, kao dio razvoja proizvoda, koji ne bi ugrozio kulturno dobro. Veliki broj trgova moguće je transformisati u pozornice i otvorene scene, pa je i ovaj subindikator visoko ocijenjen – pet (5) (velika mogućnost 1, srednja 2-4, mala mogućnost 5).
- *Potencijal za investiranje i konsultaciju ključnih stejkholdera* – Kada su u pitanju investicije neophodne za aktivaciju i unaprijeđenje određenih resursa potrebne su konsultacije ključnih stejkholdera u smislu adekvatnog sprovođenja planiranih projekata. Opština Kotor u saradnji sa Turističkom organizacijom i drugim nadležnim institucijama ima u planu da realizuje dva značajna projekta: žičaru Kotor – Lovćen i zaobilaznicu. Imajući u vidu navedeno, ovaj subindikator smo ocijenili ocjenom četiri (4).

Ocjena indikatora za menadžment kulturnih dobara je 47 što predstavlja visoku vrijednost. Na osnovu svedenih podataka, dobijene ocjene smo unijeli u tabelu „Matrica tržišne privlačnosti/robusnost“.

Po izvršenoj analizi svih subindikatora postavlja se matrica tržišne privlačnosti/robusnosti sa devet ćelija. Zavisno od ocjene koju smo izveli, određujemo "mjesto" kulturnom dobru. Ćelije su s M (i, j) (i, j = 1, 2, 3, 4).

U skladu s korišćenom metodom, ćelije su definisane na sljedeći način:

- o M (1,1) – Visoka vrijednost indikatora kulturnog značaja/ robusnost i mala tržišna privlačnost,
- o M (1,2) – Visoka vrijednost indikatora kulturnog značaja/ robusnost i srednja tržišna privlačnost,
- o M (1,3) – Visoka vrijednost indikatora kulturnog značaja/ robusnost i velika tržišna privlačnost,

- o M (2,1) – Osrednja vrijednost indikatora kulturnog značaja/ robusnost i mala tržišna privlačnost,
- o M (2,2) – Osrednja vrijednost indikatora kulturnog značaja/ robusnost i osrednja tržišna privlačnost,
- o M (2,3) – Osrednja vrijednost indikatora kulturnog značaja/ robusnost i velika tržišna privlačnost,
- o M (3,1) – Mala vrijednost indikatora kulturnog značaja/ robusnost i mala tržišna privlačnost,
- o M (3,2) – Mala vrijednost indikatora kulturnog značaja/ robusnost i osrednja tržišna privlačnost,
- o M (3,3) – Mala vrijednost indikatora kulturnog značaja / robusnost i velika tržišna privlačnost.

Tabela br. 3: Matrica tržišne privlačnosti i robusnosti

Robusnost	41-60	M (1,1)	M (1,2)	M (1,3)
	21-40	M (2,1)	M (2,2)	M (2,3)
	0-20	M (3,1)	M (3,2)	M (3,3)
		0-20	21-40	41-60
	Tržišna privlačnost			

Prema: Hilari Du Kros, 2000.

Za turističku valorizaciju najpodesniji su spomenici kulture kojima je nakon pažljivog ocjenjivanja svih subindikatora dodijeljena matrica M (1,3) i M (2,3). Njihov kulturni značaj/ robusnost i tržišna vrijednost su ocijenjeni tako da valorizacija ne zahtijeva dodatni pripremni period za njihovo inkorporiranje u turistički proizvod (prema: Popović, 2013: 704).

Analizom dobijene ćelije M (1,3) na osnovu sabranih subindikatora uvidjeli smo da je Stari grad Kotor izuzetno pogodan za turističku valorizaciju kao resurs kulturnog turizma. Tome doprinosi visok stepen tržišne privlačnosti i kulturnog značaja/robusnost.

Zaključna razmatranja

Kada sagledamo ukupan turistički promet Crne Gore, zaključićemo da je procenat učešća Kotora skroman (prema Republičkom zavodu za statistiku – MONSTAT za 2009. iznosio je svega 4,54 %) u odnosu na njegove realne potencijale. Razloge za to možemo tražiti u nedostatku osnovnih smještajnih kapaciteta. Prema „Menadžment planu prirodnog i kulturno-istorijskog područja Kotora“ (2011: 127), postojeći hoteli, njih 18 manjih i dva veća, sa ukupno 1.425 ležaja, nisu dovoljni za turistički razvoj. Ovaj scenario u velikom dijelu podržava i neaktivnost lokalnih vlasti u rješavanju imovinsko-pravnih odnosa i investicionih ulaganja u dva velika hotelska objekta koji su krajem devedesetih godina XX vijeka činili oko 80 % smještajnih kapaciteta.

Najoptimističniji podatak koji smo dobili u lokalnoj Turističkoj organizaciji je da je Kotor tokom 2013. godine posjetilo 316.864 izletnika, odnosno 33 % više u odnosu na 2012. godinu, koji su se u Starom gradu zadržali prosječno 6 sati. Prosječna potrošnja izletnika uključujući cijenu ulaznica je oko 60 eura. Ova činjenica nam može ukazati na preusmjeravanje i promovisanje ponude ka drugačijim profilima i segmentima turističkog tržišta. Uz sve navedeno valja

imati u vidu da velike izletničke ture predstavljaju potencijalnu opasnost za očuvanje kulturnih dobara. Kako je izletnički turizam u urbanim jezgrima postao veoma prisutan, Pasinović smatra da ga treba usmjeravati mjerama turističke i kulturne politike, a ne prepuštati stihiji (Pasinović, 2006: 79).

Da bi se turistički proces optimizirao, neophodno je omogućiti više parking prostora, povećati raznolikost ponude ugostiteljskih objekata i postojeću ponudu trgovinskih radnji. Potrebno je uvesti prenamjenu poslovnih jedinica na području Starog grada zbog trenutne jednolične ponude koja je nastala kao rezultat agresivne potražnje sezonski najbrojnijih gostiju s krucera. Potrebno je unaprijediti komunalnu higijenu i razvijati komplementarne turističke grane povećavanjem kvaliteta vode i širenjem ponude rekreativnim i zabavnim sadržajima.

Kulturni turizam u Starom gradu bi morao biti stimulisan oprobanim iskustvima uspješnih destinacija koje se takođe nalaze na Listi UNESCO-a. Postmoderni turista bira destinaciju o kojoj ima dovoljno informacija, pa je formiranje novih i unaprjeđenje postojećih informativnih punktova sa informacijama o istoriji, kulturi, hotelima, prevozu i sl. imperativ za uposlene u menadžerskim strukturama iz oblasti turizma. Adekvatna prezentacija ovog kulturnog dobra moguća je jedino uz pomoć profesionalno obučениh vodiča i predavača. Promotivni materijal (brošure, mape, flajeri), kada je Stari grad Kotor u pitanju, nudi jedan broj informacija koje nisu u skladu sa aktuelnim naučnim saznanjima. U tom smislu, smatramo da je unutarsektorska saradnja naučnih i kulturnih institucija sa turističkim sektorom prioritet, kako bi turisti dobili informacije o ovom drevnom gradu i njegovoj istoriji na temelju činjenica, a ne paušalnih ocjena i poluistina.

LITERATURA

- Cros, du H. (2000). „Planning for Sustainable Cultural Heritage Tourism in Hong Kong“, *Final Report to the Lord Wilson Heritage Trust Council*. SAR
- Grupa autora (1970). *Kotor*. Zagreb: Grafički zavod Hrvatske.
- Hadžić, O. (2005). *Kulturni turizam*. Novi Sad: Univerzitet u Novom Sadu.
- Pasinović, M. (2006). Menadžment prirodnih i kulturnih resursa. Bar: Fakultet za turizam, hotelijerstvo i trgovinu.
- Popović, M. (2013). „Kulturno-turistička valorizacija istorijskog jezgra Cetinja“, *Godišnjak Fakulteta za kulturu i medije*, br 5, god.V, Univerzitet Megatrend, Beograd.
- Romelić, J., Pivac, T., Košić, K. (2006). „Turistička valorizacija starog gradskog jezgra Novog Sada po modelu H. Du Kros“, *Glasnik Srpske geografskog društva*, sveska LXXXVI, br. 2.
- Stanojlović, A., Ćurčić, N., Pavlović, N. (2010). „Turistička valorizacija lokaliteta Lazarev grad u Kruševcu“, Geografski institut „Jovan Cvijić“ SANU Zbornik radova, knj. 60 № 2

STRATEGIJE

- „Master plan za turizam“ i sažetak „Strategija razvoja Crne Gore do 2020 god“, Vlada Crne Gore, Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine i DEG Njemačko društvo za investicije, januar, 2008. godine.
- „Nacionalna strategija održivog razvoja Crne Gore“, Vlada Crne Gore, Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine, januar, 2007. godine.
- „Strategija razvoja turizma u Crnoj Gori do 2020 godine“, Vlada Crne Gore, Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine, Podgorica, decembar, 2008. godine.

- „Prostorni plan Crne Gore do 2020 godine“, Ministarstvo za ekonomski razvoj Crne Gore, Podgorica, mart 2008. godine.
- „Strategija razvoja ljudskih resursa u turizmu u Crnoj Gori“, Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine i GTZ (Njemačka organizacija za tehničku saradnju), maj, 2007. godine.
- „Nacionalni program razvoja kulture 2011-2015“, Ministarstvo kulture, mart 2011. godine.
- „Mendžment plan prirodnog i kulturno-istorijskog područja Kotora“, Vlada Crne Gore, Ministarstvo kulture, UNESCO, Cetinje, decembar, 2011. godine.
- „Akcioni plan za implementaciju nacionalnog programa razvoja kulture“, Ministarstvo kulture, decembar, 2011. godine.

Maria Popović, Ph.D
Tena Perović, M.Sc.

TOURIST VALORIZATION OF OLD TOWN OF KOTOR

Summary

The potential development of Montenegro as a tourist destination based on the recognition and valorisation of attractive resources within that makes most of the coastal towns. In this regard, especially to differentiate town of Kotor. Review of its development and the importance of cultural heritage stands out as the dominant component of the tourism offer and promising basis for the progressive movement of the evolution of tourism in this area.

This paper attempts to outline the existing , the current state of the tourism industry in Kotor, measures need to be implemented in order to improve tourism, as well as targeting new customer segments in the tourism market. The analysis conducted by Hillary du Cross method of research was carried out evaluations of tourist attractiveness of the city, on the basis that you have marked the positive side, as well as the "weaknesses" that need to be rectified in time.

The aim is not only to keep alive the tourism product of this exceptional location in a very turbulent market, but to provide a new perception and motivation of the consumer with the help of innovated products, based on the cultural and historical heritage, tradition, folklore, and all other cultural and social values.

Key words: valorization, culture, tourism, resources, product.