

Turistička destinacija Rab-razvojne inicijative

Matušan, Lorena

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:484491>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-10**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

Kultura i turizam

Lorena Matušan

Turistička destinacija Rab – razvojne inicijative

Završni rad

Pula, 2021.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

Kultura i turizam

Lorena Matušan

Turistička destinacija Rab – razvojne inicijative

Završni rad

Studentica: Lorena Matušan, 0115076182

Studijski smjer: Kultura i turizam

Kolegij: Uvod u turizam

Mentor: prof. dr. sc. Jasmina Gržinić

Pula, 2021.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani Lorena Matušan, kandidat za prvostupnika Kulture i turizma ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljeni način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, _____



IZJAVA O KORIŠTENJU AUTORSKOG DJELA

Ja, Lorena Matušan dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj Završni rad pod nazivom Turistička destinacija Rab – Razvojne inicijative koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____

Potpis

Sadržaj

SAŽETAK.....	1
ABSTRACT.....	1
1. UVOD	3
2. OTOK RAB – ATRAKCIJSKA OSNOVA	4
2.1. Osnovne karakteristike otoka.....	4
2.2. Prirodna baština.....	5
2.2.1. Flora i fauna	5
2.2.2. Obala i teritorij	6
2.2.3. Klimatski uvjeti.....	7
2.3. Kulturna baština	7
2.3.1. Povijest otoka	8
2.3.2. Otočno stanovništvo.....	9
2.3.3. Otočna umjetnost	9
2.3.4. Otočne manifestacije.....	10
3. RAZVOJ TURIZMA DESTINACIJE RAB	12
3.1. Turizam otoka u 20. stoljeću.....	12
3.2. Masovni turizam.....	13
3.3. Selektivni oblici turizma	14
4. RAZVOJNE INICIJATIVE ANALIZIRANE DESTINACIJE	15
4.1. Transformacije putnika	15
4.2. Trendovi u turizmu.....	16
4.3. Inovacijske perspektive.....	17
4.4. Tržišna segmentacija.....	18
4.5. Inovativni pristup tržištu	20
5. RAZVOJNI POTENCIJALI OTOKA RABA	22
5.1. Iskorištenost potencijala otoka i problematika postojećeg turizma	22
5.2. Mogućnosti razvoja selektivnih oblika	24
5.3. Turistička infrastruktura.....	26
6. KOMPARATIVNA ANALIZA OTOČNIH DESTINACIJA	27
6.1. Gospodarske značajke.....	27
6.2. Atrakcijska osnova otoka Capri	28
6.2.1. Povijest otoka Capri	29
6.2.2. Prirodne značajke	30
6.2.3. Turistička ponuda destinacije.....	33
6.3. Komparativne prednosti i nedostaci.....	38

7. ZAKLJUČAK	42
Literatura	43
Popis slika, tablica i priloga	45

SAŽETAK

Otok Rab turistički je priznato odredište poklonika odmorišnog turizma u ljetnim mjesecima, a kako je taj princip turizma dugoročno neodrživ, a otočna infrastruktura adekvatna za razvoj selektivnih oblika turizma potrebno je progresivno razvijati turizam osluškujući potrebe novih turista ali i destinacije. Geografski položaj otoka, klimatski uvjeti, prirodna i kulturna baština doprinose atraktivnosti destinacije stoga je važno razvijati turističku ponudu destinacije u pozitivnom smjeru. Razvoj turizma na otoku započeo je već u 18. stoljeću, a u 19. stoljeću, kada se uspostavlja brodska linija Trst-Kotor kojoj je jedno od pristaništa bio Rab turizam se produbljuje te se ponuda širi. Nakon posjeta princa Edwarda otočni turizam počinje razvijati naturizam, a zatim i masovni turizam koji se primjenjuje i danas. Konkurentnost destinacije postiže se izdizanjem i produbljivanjem ponude stoga je inovativan pristup tržištu neizbježan. Otok ima potencijala za razvoj i promicanje ekoturizma ali i nautičkog turizma. U odnosu na otok Rab, Capri je otočna destinacija koja je već sada svjetski poznato odredište mnogim poznatim osobama koje sa sobom u Capri, osim svoga glamura privlače i brojne turiste te svojim prisustvom i novim medijima pridaju pažnju i pomažu marketingu destinacije.

Ključne riječi: turizam, razvoj, atrakcija, otok Rab, trendovi

ABSTRACT

The island of Rab is a recognized tourist destination for holiday tourism in the summer months, and as this principle of tourism is unsustainable in the long run, and the island infrastructure is adequate for the development of selective forms of tourism, it is necessary to progressively develop tourism by listening to new tourists and destinations. The geographical position of the island, climatic conditions, natural and cultural heritage contribute to the attractiveness of the destination, so it is important to develop the tourist offer of the destination in a positive direction. The development of tourism on the island began in the 18th century, and in the 19th century, when the ferry line Trieste-Kotor was established, one of which was the port of Rab, tourism deepened and the offer expanded. After the visit of Prince Edward, island tourism began to develop naturism, and then mass tourism, which is still applied today. The competitiveness of the destination is achieved by raising and deepening the offer, so an innovative approach to the market is inevitable. The island has the potential to develop and promote ecotourism but also nautical tourism.

Compared to the island of Rab, Capri is an island destination that is already a world-famous destination for many celebrities who, in addition to their glamour, attract many tourists to Capri and with their presence and new media pay attention and help destination marketing.

Keywords: tourism, development, attraction, island Rab, trends

1. UVOD

Predmet rada su razvojne inicijative otoka Raba kao turističke destinacije kao što i proizlazi iz samog naslova. U radu su objašnjene prednosti ali i nedostaci postojećeg turizma analizirane destinacije, te razvojne inicijative, odnosno mogući inovacijski pristupi. Cilj rada je ukazati na razvojne mogućnosti turizma u destinaciji i vrednote otoka kao turističkog središta. Hipoteza koja se dokazuje u radu odnosi se na utvrđivanje uzročno-posljedičnih veza atrakcijske osnove otoka Raba i turističkog potencijala destinacije, dok hipoteza drugog dijela rada, odnosno komparacijske analize dvaju otoka pokušava dokazati iskorištenost potencijala otoka Caprija te njegove prednosti i mane u održivosti turizma te u odnosu na otok Rab. U radu su korištene brojne metode i to; induktivna metoda, metoda analize, deskriptivna te komparativna metoda.

Rad je podijeljen na sedam poglavlja od kojega dva čine uvod i zaključak, a u dva je prikazana razrada teme rada, odnosno prikazane su prednosti otoka u vidu prirodne i kulturne baštine, povezanost istih sa selektivnim oblicima turizma te mogućnosti razvoja određenih selektivnih oblika turizma. Također, u jednom je poglavlju izvedena i objašnjena komparativna analiza otoka Raba i infrastrukturno i turistički sličnog inozemnog mjesta. U zaključnom dijelu rada prikazan je sažetak zaključaka dobivenih na temelju rada, procjena istinitosti odabrane hipoteze te prijedlozi za poboljšanje i unaprjeđenje turizma i turističke sezone.

Putovanjem turist upoznaje različite kulture, a s obzirom da je turizam u nekoliko prethodnih godina postao dostupan širokom spektru ljudi različitih interesa važno je maksimalno iskoristiti resurse i učiniti turističke destinacije pogodnijima te na taj način zainteresirati turiste. Važno je naglasiti sve češću prisutnost turista zainteresiranih za aktivni odmor poput sportskog ili nautičkog turizma, kao i onih zainteresiranih za očuvanje prirode koji se prvenstveno odlučuju na naturističko provođenje vremena. Individualan pristup turističkoj potražnji je bitna stavka turističke ponude stoga razvoj selektivnih oblika turizma neupitno poboljšava razvoj ove ali i svake druge turističke destinacije.

2. OTOK RAB – ATRAKCIJSKA OSNOVA

U ovom se poglavlju analizira atrakcijska osnova otoka Raba, odnosno cilj poglavlja jest promotriti kulturnu i prirodnu baštinu te one atrakcije koje obilježavaju i obogaćuju život ali i turizam otoka. Atrakcijska osnova glavni je razlog posjećenosti ovoga otoka. Turistički prosperitet najvažniji je faktor koji otoku osigurava opstanak i razvoj stoga je važno uvidjeti dobra otoka. Kulturna baština otoka u radu je koncipirana u četiri zasebna potpoglavlja a to su; povijest, društvo, umjetnost i manifestacije te je u njima definiran ukratko povijesni nastanak i etimologija, otočno stanovništvo, umjetnost otočana, kulturno-povijesni spomenici i manifestacije koje se održavaju na otoku. Također, prikazana su obilježja prirodne baštine na otoku te su potpoglavlja podijeljena na šume i parkove, životinjske vrste, obalu i teritorij i vegetaciju i klimu. Šume i parkovi obilježavaju ovaj otok te je Rab jedan od „najzelenijih“ Hrvatskih otoka.

2.1. Osnovne karakteristike otoka

Otok Rab smješten je u Primorsko-goranskoj županiji te pripada kvarnerskim otocima, a nalazi se između otoka Krka i Paga. Općini Rab pripada i nekoliko okolnih otočića, a to su otok Sv. Grgur, Dolin, Dolfin, Laganj, Trstenik, Sv. Juraj, Goli otok te Maman i Lukavci. Također, do početka devedesetih godina prošloga stoljeća, Rabu je pripadao i Paški poluotok Lun. More između otoka Paga, Lošinja, Cresa i Krka, koji zatvaraju otok Rab naziva se „Kvarnerić“. Otok čini Grad Rab te sedam manjih naselja; Lopar, Supetarska Draga, Mundanije, Palit, Kampor, Banjol i Barbat, a s kopnom je povezan trajektnim linijama. Otok Rab ubraja se u najsunčanije otoke Jadrana, ljeta su vrlo topla, a zime blage. U središnjem dijelu otoka uzgajaju se masline, povrće i vinova loza no glavna je djelatnost turizam. „Prvi se puta otok spominje 360. godine prije Krista, a u II. stoljeću prije Krista zauzeli su ga Rimljani pod imenom Arba.“¹

¹ Nazor, A; Žilić, M.: *Hrvatski Jadran*, Turistička Naklada, Zagreb, 1997. (str. 129-131)

2.2. Prirodna baština

Većina posjetitelja hrvatsku obalu i hrvatske krajeve općenito, pa tako i otok Rab doživljava kao jedno od najčišćih predjela Europe, da bi to tako ostalo i da bi se Rab i dalje valorizirao u tom smislu potrebno je raditi na očuvanju prirodne baštine.²

Otok Rab može se pohvaliti iznimnom prirodnom baštinom, (Deželjin, 2010.) navodi kako je zahvaljujući pošumljenosti, otok i dobio ime „Arba“, a povoljnom klimom otok je privukao razne životinjske i biljne vrste kako morske, tako i kopnene. Čovjek kao dionik prirode pridonosi razvoju iste pa tako zahvaljujući čovjeku ovaj je otok prepun prirode, lijepih krajobraza, zaštićenih područja i životinja te održavanih parkova. S obzirom na pogodnosti koje donosi prirodna baština ovome otoku bilo bi poželjno uložiti u razvoj iste te pridonijeti turizmu ali i samom životu na taj način.

2.2.1. Flora i fauna

Otok Rab jedan je od „najzelenijih“ otoka Jadrana, a šume prekrivaju 40% površine otoka. Većina biljnog pokrova pripada vazdazelenom bilju. Šuma Dundo na Kalifrontu zaštićeno je područje te ima status prirodnog rezervata radi izuzetnog bogatstva raslinjem. Osim šume Dundo, poluotok Kalifront je cijeli pošumljen, on je najveći šumski kompleks otoka te obuhvaća još šumu Ograde i šumu Dolina. Park-šuma Komrčar je gradski park koji se proteže na 12 ha, nalazi se u predjelu starog grada Raba te ju krase mnoštvo raslinja. Ovom pošumljenom otoku pripadaju isto tako pošumljeni otočići Dolin, Sv. Grgur, Goli Otok (južni dio otoka). Na otoku se također nalaze šumovita pobrđa osobito u predjelu sela Mundanije (Vrsi), Banjol (Kokošica), Lopar (Loparski gušć, Sorinj), Supetarska Draga (Fruga) i Barbat (Punta).³ Iako ne previsok, najviši vrh otoka jest Kamenjak. To je brdoviti, većim dijelom gol lanac, ponegdje obrastao kršem s nekoliko vinograda. Na strani koja gleda prema Velebitu, greben Kamenjaka ima naglu padinu u more. Flora i fauna prisutne su kako na kopnu, tako i u moru, a budući da se more redovito čisti te da na otoku industrijski zagađivači ne postoje, morsko je dno bogato halugama i resinama.

² Deželjin, J.: *Rab kroz stoljeća*, Povijesno društvo Rijeka, Glosa, Rijeka, 2010. (str. 19)

³ Maškarin, V.: *Otok Rab-povijest, kultura, umjetnost*, Niro-privredni vjesnik, Zagreb, 1984. (str. 8-12)

Životinjski je svijet bogat kao i biljni, životinjske vrste koje žive na otoku i u moru oko njega su brojne. Prije nekoliko godina na otok su dovezeni mufloni, srne i jeleni, zečeva i lasica je bilo oduvijek, dok krupnijih divljih životinja nema, na otoku također obitava europski jež te šišmiši. Morsko dno raznoliko je te se mogu pronaći razne spužve, poneki crveni koralj, moruzgve, mekušci, razne ribe i manje vrste morskih pasa koji se ne zadržavaju uz obalu. Uzgoj školjaka na otoku zanemaren je iako je dno bogato raznim vrstama od kojih su neke i zaštićene.⁴ Domaće životinje poput magarca, ovce, koze, kokoši, kunića uglavnom su za privatne potrebe kućanstva, razlog tomu jest činjenica da na otoku nema intenzivnog uzgoja za tržište. Što se tiče gmazova, otok naseljava nekoliko vrsta zmija, a interesantna je činjenica da na otoku nema zmija otrovnica. Mnogo je vrsta ptica koje nastanjuju otok tokom cijele godine ili samo nekoliko mjeseci (galeb, ševa, prepelica, gnjurac, fazan, grlica, jarebica...), a uz njih na otok se ponekad sa Velebita spuste i orlovi te bjeloglavi supovi. Uzgoj ovaca proširio se sa otoka Raba na okolne otočiće pa se tako na otoku Dolinu često može vidjeti pokoja zalutala ovca kao i na Golom Otoku te na Grguru.

2.2.2. Obala i teritorij

Dužina obale otoka Raba iznosi 103,2 km, dok je najveća dužina samoga otoka 22 km, što govori o veličini razvedene obale. Mnogi autori Rab dijele na tri „fasade“. Sjeveroistočna fasada otoka je najduža i okrenuta je kopnu, a čine je obalne zone Kamenjaka i Lopara. Obala podno Kamenjaka uglavnom nije pogodna za kupanje ili rekreaciju radi svoje strmosti, tako da joj se može pristupiti jedino sa morske strane, odnosno iz mora, dok je obala u Loparu izrazito pogodna i razvijena za turizam. Jugozapadna fasada obuhvaća Kalifront, Rab, Banjol i Barbat te je riječ o turističkim središtima, obala Kalifronta je mahom kamena i pjeskovito-šljunkasta okružena šumom i bogata uvalama. U ovom je dijelu otoka turizam izrazito razvijen i podložan gradnji apartmana, hotela, kampova (...). Dio jugozapadne obale ima oko 23 km pogodne obale za kupanje, život i rekreaciju. Zapadna je obala duga oko 7 km, što je čini najkraćom od navedenih. „Također, prema europskim standardima po jednom kupaču trebalo bi biti 8m², a Rapska bi obala bez okolnih otočića prema tome mogla primiti do 35 tisuća kupača.“⁵ Takozvane „fasade“ Rabu omogućavaju raznolikost tla i raslinja, a raznolike plaže i obala osiguravaju i raznovrsnu turističku

⁴ Ibid.

⁵ Deželjin, J., op. cit. (bilj. 2), (str. 23-24)

ponudu. S obzirom na rečeno, važno je istaknuti kako Rab spada u hrvatske otoke s najrazvijenijom obalom.

2.2.3. Klimatski uvjeti

Otok Rab ima povoljnu mediteransku klimu s blagim ugodnim zimama i umjereno toplim ljetima. Tokom zime rijetko je temperatura ispod nule, a snijega nema gotovo nikada. Srednju temperaturu iznad 18°C Rab ima gotovo 39% dana u godini. „Ubraja se u najsunčanije otoke Jadrana (godišnje 2499 sunčanih sati).“ (Nazor, Žilić, 2014. Str. 91)

Brdoviti lanac Kamenjak pridonosi blagom podneblju i klimi tako što naseljeni dio otoka štiti od hladnoće, također zahvaljujući Kamenjaku temperatura je u zimskim mjesecima znatno viša od ostatka priobalnih mjesta u podvelebitskom kanalu. Osim od hladnoće, Kamenjak naseljeni dio otoka štiti i od bure koja je u zimskim mjesecima česta pojava. Vjetar jugo puše najčešće u jesen te donosi topao i vlažan zrak, a ljeti puše lagani maestral koji sprječava podnevnu žegu.⁶ Siječanj je najhladniji mjesec na otoku, dok su srpanj i kolovoz najtopliji. Zahvaljujući povoljnoj klimi i pogodnim, povremenim vjetrovima, Rab je za jedriličare nezaobilazna destinacija.

2.3. Kulturna baština

Kulturnom baštinom podrazumijevamo materijalno i nematerijalno bogatstvo naroda kojim stvaramo kulturni identitet. Čine ju dobra umjetničkog, arheološkog, znanstvenog, antropološkog i paleontološkog značaja bila ona materijalna ili nematerijalna. Zaštita kulturne baštine važna je radi prepoznavanja i vrednovanja iste te zaštitom osigurava postojanost, održavanje i potencira daljnji razvitak. Omogućiti i provoditi jaču valorizaciju kulturne baštine ovoga otoka znači inicirati razvoj kulturnog turizma.⁷ Nadovezujući se na kulturnu baštinu otoka i povezujući kulturni turizam, Otok Rab bogat je kulturnom baštinom što potvrđuju mnogi sakralni spomenici, crkve i samostani, a osim spomeničkih građevina od iznimne su važnosti sačuvani dokumenti i zapisi,

⁶ Ibid. (str. 12-13)

⁷ Ministarstvo kulture-<https://min-kulture.gov.hr/> (posjećeno 2.3.2021.)

manifestacije poput viteških igri, Rapske fjere, Rapskog tanca... te društvo bez kojega se ovaj otok ne bi razvijao u pozitivnom smjeru.

2.3.1. Povijest otoka

Prošlost otoka Raba bogata je te ističe mnoge znamenite ličnosti, a prvi pronađeni zapisi potječu iz Antike no postoje dokazi kako je čovjek na Rabu bio u vrijeme Paleolita. Ilirsko pleme, Liburni, naselili su otok potkraj brončanog doba. Nakon Liburna Rab su osvojili i naselili Rimljani. „Sudeći prema brojnim pronađenim rimskim natpisima, Rab je pod upravom Rima doživio najveći procvat u II. i III. stoljeću n. e. odnosno za vrijeme vladavine imperatora Antonina.“ (Maškarin, 1984., str. 18)

Kada se Rimsko carstvo podijelilo, Rab je pripao Zapadnom rimskom carstvu. Rimski se vlast na Rabu zadržala sve do 493. godine, a tijekom seobe naroda Rab su naselili Slaveni. Nakon mnogo godina osvajanja i nestabilnih vladavina, Rab i ostale dalmatinske gradove godine 1409. Ladislav Napuljski prodaje Veneciji s čim se otočani ne slažu i negoduju radi svojih posjeda na Lunu. „Ne mogavši održati svoje kraljevstvo, Ladislav Napuljski 1409. godine prodaje Veneciji svoja prava na Dalmaciju za 100.000 zlatnika. Ovom prodajom bili su teško pogođeni interesi Rabljana zbog posjeda na otoku Pagu.“ (Maškarin, 1984., 28)

Ustrojstvo je bilo veoma strogo i nepovoljno za stanovnike no stanovnici su se s vremenom navikli, a ustrojstvo postalo blaže. Polovicom 15. stoljeća na Rabu počinje harati kuga, pa je osim stanovništva stradao i grad. Naime, kada bi jedna osoba u obitelji počela pokazivati znakove kuge, s njom su morali biti zatvoreni i ostali ukućani, kuće u kojima su živjeli bile su zazidane i potom spaljene skupa sa stanovnicima. Rab je gotovo ostao bez radne snage kada su se počeli doseljavati stanovnici Bosne u bijegu od Turaka. Padom Venecije Rab je pripao Francuzima, a zatim vrlo brzo pod Austro-Ugarsku monarhiju. Krajem prvog svjetskog rata, Rabljani pod vlašću Kraljevine Srba, Hrvata i Slovenaca zatim Kraljevine Jugoslavije žive teško i siromašno, od svojih sitnih posjeda i ribe pa su primorani potražiti posao u ugostiteljsko-turističkoj djelatnosti.⁸

Prema materijalnim tragovima i pronađenim zapisima, smatra se da je za vrijeme Liburna Rab bio naselje s lukom, a u zapisima grčkih i rimskih pisaca Rab se spominje kao Arba te se pretpostavlja da u prijevodu Arba znači mrk, pošumljen, taman, što upućuje na to da je otok bio

⁸ Maškarin, V., op. cit (bilj. 3) str. 15-36

pokriven vazdazelenom šumom, što je velikim dijelom i danas. U 7. stoljeću, Slaveni su ga prilagodili svome jeziku te je od tada naziv otoka Rab, a isprava koja to potvrđuje govori o utemeljenju franjevačkog samostana Sv. Eufemije.⁹ Otok Rab svojom se burnom prošlošću diči te na raznim manifestacijama obilježava i prikazuje doba kuge, zanate naučene tokom povijesti, a stečenu kulturnu baštinu čuva i održava tradicije nastale tijekom mnogih godina.

2.3.2. Otočno stanovništvo

Iako se u prošlosti većinom stanovništvo bavi ratarstvom, vinogradarstvom i ribarstvom, turistički je napredak stanovnike otoka naveo na bavljenje turizmom pa se sada većina žitelja ovoga otoka bavi turizmom, neki isključivo, a neki posredno. Stanovništvo otoka nije mnogobrojno, a po zapisima iz 2011. godine otok broji nešto više od 8000 stalnih stanovnika, dok ljeti broj poraste što je znak sezonskog turizma te dolazaka sezonskih radnika.¹⁰ Za razvoj turizma ali i života općenito zaslužno je društvo. Broj stanovnika na otoku tokom povijesti je varirao, a najveći mortalitet bio je u 15. stoljeću za vrijeme haranja kuge. Isključiv toga, Rab ne broji veća odskakanja i pad stanovništva, čak naprotiv. Otok Rab jedan je od Kvarnerskih otoka sa najmanje naselja, samo njih osam. Sva su naselja osim Mundanija u blizini mora pa ih to karakterizira kao turistička naselja što govori da se većina stanovništva bavi turizmom. Također, veći dio posjeda stanovništva vezan je uz poljoprivredna zemljišta što ukazuje na poljoprivredu kao bitan faktor preživljavanja u prošlosti. Položaj gotovo svih naselja je jugozapad te su naselja zaštićena od utjecaja bure.

2.3.3. Otočna umjetnost

Od brojnih arhitektonskih spomenika vrijedi izdvojiti sakralne objekte poput crkve i samostana Sv. Antuna Opata koja se spominje već u 14. stoljeću, a interesantna je zbog svog položaja. „I prije utemeljenja samostana, tu se nalazila mala crkvice koja je nosila ime sv. Antuna, a pored nje bila je i kuća bratovštine sv. Antuna. U bijegu pred Turcima na Rab se sklonila kneginja Mande Budrišić, kneginja od Žirova, i 1493. godine unajmila kuću bratovštine, koju je 1499. godine po

⁹ Deželjin, J., op. cit. (bilj. 2) str. 77

¹⁰ Maškarin, V., op. cit. (bilj. 3) str. 19

nagovoru franjevacu iz samostana sv. Eufemije, pretvorila u ženski samostan franjevačkog reda.“ (Maškarin, 1984., str. 41)

Naime, crkva i samostan oslanjaju se na liticu nad morem, kao i samostan Benediktinki sv. Andrije koji je utemeljen u 11. stoljeću. Otok Rab poznat je po brojnim starim ali očuvanim crkvama, kapelicama i samostanima. Slavni zvonici koji su ujedno i simbol otoka su zvonik crkve sv. Ivana Evanđelista koji je smješten pored ruševine crkve, zvonik katedrale Uznesenja Blažene Djevice Marije visok 25 metara, što ga čini najvišim Rapskim zvonikom, zvonik crkve sv. Andrije Apostola i zvonik crkve sv. Justine. Osim sakralnih objekata, od iznimne su umjetničke važnosti građevine poput nekadašnjeg kneževog dvora, gradska loža te kompletni stari dio grada, poznatiji kao Kaldanac. Stari grad Rab broji tri glavne ulice; Gornju, Srednju i Donju ulicu.¹¹ Stari je grad od velike umjetničke i kulturne važnosti. Rab siluetom svoja četiri zvonika podsjećajući na veliki jedrenjak sa uzdignutim jarbolima te zahvaljujući samoj arhitekturi sam je po sebi umjetničko djelo pa je tako i turistički razgled velikim dijelom motiviran obilaskom građevina, zvonika, samostana kao i samih kuća i dvorišta staroga grada.

2.3.4. Otočne manifestacije

Jedna od glavnih manifestacija koja se održava na otoku jest „Rapska fjera“. Održava se svako ljeto, 25., 26. i 27. listopada na dane sv. Jakova, Ane i Kristofora. Rapska fjera obilježava i prikazuje skupa sa prijateljskim San Marinom stare zanate, običaje i način života. Rapska fjera temelji se na tradiciji koju je započelo rapsko gradsko vijeće 21. srpnja 1364. godine u čast kralju Ljudevitu Velikom koji je Rab oslobodio mletačke vlasti. U prošlosti, Rapska je fjera trajala 14 dana no sada simbolički obilježava dane triju svetaca, a zadnji je dan sv. Kristofora, zaštitnika grada. Rapska se fjera smatra „otvorenom“ nakon obavljene misne svečanosti. Za vrijeme ove manifestacije grad se vraća u vrijeme srednjega vijeka nudeći pritom posjetiteljima prikaz starih izrada raznih predmeta od kovina, platna i mnogočega drugoga, prikaz obrta, kuhinje, ribarenja, Rapski tanac... Mnoge organizacije prikazuju svoje zanate i prodaju svoje proizvode, najčešće su to predstavnici svakoga sela. Također, povijesni dio Raba su bili i gubavci koje i dalje svake godine prikazuju građani. Jedan od važnijih događaja ove manifestacije jesu Rapski samostreličari koji prikazuju Rapske viteške igre. One su temelj Rapske fjere, nakon blagoslova u crkvi,

¹¹ Ibid., str. 39-52

samostreličari kreću u povorku te viteške igre. Rab se u ova tri dana pretvara u veliku pozornicu, ljudi se kostimiraju i svatko preuzima svoju ulogu.¹²

Rapska je fjera, kao što je već rečeno manifestacija koja se počela održavati u čast ugarsko-hrvatskom kralju Ljudevitu Velikom koji je Rab oslobodio od mletačke vlasi te rabljanima vratio privilegije koje su uživali u prijašnjim vlastima. Kako su se rabljani poklonili kralju, tako je njegova žena Elizabeta obećala rabljanima vratiti posjede koje su imali na Pagu. Otočani su ih veličali i poštovali. Oslobođanje od mlečana otočani su proslavili prvi puta 1358. godine u obliku viteških igara, a od tada je dogovoreno da će se svečanost održavati svake godine u isto vrijeme. Godine 1852. igre je ukinuo krčki biskup radi toga što je ponašanje ljudi na igrama izmaklo kontroli no iako je crkva ukinula manifestaciju, ljudi su i dalje u grad dolazili na blagdane sv. Ane, Jakova i Kristofora pa su lokalni trgovci, obrtnici i umjetnici uvidjeli priliku zarade. Tada je to više ličilo na sajam pa je stanovništvo svečanost prozvalo *fjera*, običaj se nastavio do 50-ih godina prošloga stoljeća pa se opet ugasio do šezdesetih godina kada svečanost nije imala veze sa fjerom ni igrama već feštama. Godine 2002. Rapsku fjeru obnavljaju isprva kao folklorne svečanosti, a nakon toga poprimaju današnji oblik.¹³ Osim Rapske fjere, otok se može pohvaliti još mnogim manifestacijama, većinom u ljetno razdoblje. Kantuni su kulturno turistička glazbena atrakcija kojom se nekoliko puta u tri ljetna mjeseca na raznim „kantunima“ u gradu održavaju akustični, sakriveni koncerti. Rapske glazbene večeri okupljaju ljubitelje klasične glazbe, od ostalih glazbenih manifestacija tu su nastupi klapa, folklor, limene glazbe, jazz festival. U zadnjih nekoliko godina na otoku se u ljetnim mjesecima održava Rab Film Festival koji traje tri dana, na nekoliko lokacija, zimsko i ljetno kino te u uvali Padova I. Također, Rab je proglašen najljepšim otočnim adventom koji se održava svake godine u vrijeme blagdana. Viteški turnir, Kanata, Festival otočne janjetine, Uskrs na Rabu, Rapski križi, Dani šparoga, Mala Gospa, Ribarske noći, Festival skulptura u pijesku, Loparski maškari, Festival sambe i ostale manifestacije značajne su u razvoju turizma ovoga otoka.

¹² Službena stranica otoka Raba, manifestacije-<https://www.rab-visit.com> (posjećeno 19. 2. 2021.)

¹³ Bošnjak, M.: *Biseri Jadrana-Otok Rab*, Fabra d.o.o., Zagreb, 2004. (str. 87-93)

3. RAZVOJ TURIZMA DESTINACIJE RAB

Ovo poglavlje posvećeno je razvoju turizma u destinaciji. Poglavlje je podijeljeno u tri potpoglavlja u kojima je prikazano kako je turizam izgledao u 20. stoljeću, trendove u današnjem turizmu, selektivne oblike turizma u kojima bi otok mogao prosperirati te razvojne inicijative.

Kako je turizam na otoku glavna djelatnost, podaci o turizmu počinju sa zapisom Alberta Fortisa „*Viaggio in Dalmazia*“ koji je tiskan u Veneciji 1774. godine, a u kojem se spominje tzv. „*isola di Arbem nel Golfo Quarnero*“. „Knjiga je sastavljena kao svojevrsno izvješće, raport s putovanja u obliku pisama, koja su s obzirom na smjer kretanja opisivala obalu i priobalje: od Zadra do Šibenika u prvoj, a od Trogira do Makarskog primorja u drugoj knjizi.“ (Sladoljev, 2016., str. 14)

U prvoj polovici 19. stoljeća uspostavljena je prva brodska linija Trst-Kotor (1837.), a nakon ove i brodske linije iz Dubrovnika i Rijeke koje su prolazile kroz Rab. Rab među prvim otocima na Jadranu počinje s prihvatom gostiju i promicanjem turizma. Iako je turizam krenuo i prije, otočani za značajnu godinu u turizmu uzimaju 1889. godinu kada su gospoda Schroetter i Frischau pristigli na otok Rab. Oni su, naime, uputili pismeni prijedlog predsjedniku općine za intenzivniji razvitak turizma.¹⁴

3.1. Turizam otoka u 20. stoljeću

Bitna godina za razvoj turizma otoka, poglavito naturizma jest 1936. kada je Edward VIII. sa Miss Simpson posjetio otok i zatražio od gradskih otaca dopuštenje kako bi se mogli kupati goli u uvali Kandarola, oni su pristali, a uvala je i danas nudistička plaža.¹⁵ Godine 1939. Rab broji preko 123.000 noćenja dok otoci Lopud i Hvar bilježe znatno manje, 50.000 noćenja, Hvar, Korčula i mnogi drugi oko 30.000. Radi blizine, dostupnog avioprijevoza i toploga mora hrvatski turizam počinje se razvijati i postaje sve popularniji nakon II. svjetskog rata za stanovnike mnogih europskih zemalja. Naime, u tom, poslijeratnom razdoblju mnogi su avioni prenamijenjeni za prijevoz putnika, a automobilska industrija cvjeta. Automobili postaju dostupni većem broju ljudi pa tako počinje era masovnih putovanja. Iako neposredno nakon rata inozemno stanovništvo dolazi

¹⁴ Sladoljev, J.: Rab, *Legenda o utemeljiteljima hrvatskog naturizma i kampiranja*, Top Camping d.o.o. Poreč, 2016. (str. 13-14)

¹⁵ Nazor, A; Žilić, M., op. cit. (bilj. 1) str. 130

u manjem broju, na Rabu počinju cvjetati odmarališta različitih poduzeća, škola (...) te se razvija kao i u ostatku Hrvatske socijalni turizam. Nakon oporavka europske ali i svjetske ekonomije država ulazi u „zlatno doba turizma“, razdoblje između 1965. godine i 80-ih godina. U tom je razdoblju Hrvatska zabilježila najbolje rezultate u razvoju turizma.¹⁶

3.2. Masovni turizam

Masovni turizam posljedica je razvoja turoperatora i turističkih agencija koji su poticali masovne posjete turističkim destinacijama stvarajući prihvatljive ali i dalje profitabilne ponude. Masovni je turizam dugoročno gledano progresivan, nekontroliran i kratkoročan, a masovni turist nije zahtjevan, dolazi u velikim grupama, drži se propisanog programa i relativno je pasivan, pa mu za razliku od turista posebnih interesa nije komplicirano udovoljiti. S obzirom da je masovni turizam u ovom slučaju ljetni, odmorišni turizam izražene je sezonalnosti što uvelike utječe na održivost destinacije, a očuvanje okoliša, resursa i infrastrukture u tom je slučaju u opasnosti. „Masovni turizam, unatoč razvoju brojnih nerazvijenih područja i poticanju na „viđenje neviđenog“, jamčenju sigurnosti putovanja, izaziva kontrolirano upravljanje posjeta i uniformirano postupanje shodno raspisanom paket aranžmanu. Isti nije prilagođen potrebama pojedinca već se realizira kroz rutinizirane programe putovanja, uz opasnost pojave negativne komodifikacije (McKercher, Du Cros: 2002). Masovni turizam vezuje se uz intenzivniji razvoj turističkih posrednika (turoperatora i turističkih agencija) koji kroz turističke *resorte* (naselja) pa time i *all-inclusive* ponude (u jednu cijenu uključen širi dijapazon ponude) potiču masovnije dolaske i razvijaju destinacije.“ (Gržinić, 2019., str. 25)¹⁷

Kao što je već rečeno, otočni se turizam počinje razvijati krajem II. Svjetskog rata, a od tada prolazi kroz mnoge razvojne faze među kojima je i ovaj, pasivni, odmorišni masovni turizam. Glavnina prihoda i noćenja ove turističke destinacije ostvaruje se kroz ljetne mjesece i to upravo kroz masovni turizam. Ovaj oblik turizma moguće je gledati kroz turistička putovanja motivirana odmorom u destinacijama uz more, a more kao glavnu atrakciju cijele destinacije u određenom vremenskom razdoblju, odnosno ljeti, kada je more kao atrakcija ugodna i iskoristiva. Primarni motiv odmorišnog turizma jest upravo to, odmaranje koji je svoj vrhunac dostigao osamdesetih godina prošloga stoljeća. Nakon toga, pojavljuje se tzv. kombinirani pristup kojeg obilježava također masovni, odmorišni turizam uz dopune segmenata posebnih interesa, što bi na primjer bile

¹⁶Vukonić, B.: *Povijest hrvatskog turizma*, Prometej, Zagreb, 2005. (str. 179-187)

¹⁷Gržinić, J.: *Uvod u turizam-povijest, razvoj, perspektive*, Sveučilište Jurja Dobrile, Pula, 2019. (str. 22-28)

kružne ture, brodski izleti, razgledavanje znamenitosti (...). Sada, nekoliko godina kasnije posebni interesi prevladavaju, a turisti su u potrazi za oblicima turizma koji odgovaraju njihovim individualnim potrebama.¹⁸ Iako je otok sposoban za mnogo više zahvaljujući svojoj bogatoj prirodnoj i kulturnoj baštini, odnosno za razvoj selektivnih oblika turizma poput nautičkog, kulturnog ili ekoturizma, prevladava masovni turizam, odnosno u ovom konkretnom primjeru, ljetni, odmorišni turizam.

3.3. Selektivni oblici turizma

U korak s vremenom, produljenje turističke sezone, individualizacija i selektivnost označavaju održivi turizam i niz razvojnih mogućnosti. Nebrojeno puno mogućnosti stvara izbor kod odabira turističke destinacije i aktivnosti kojima se turist želi zanimati stoga je u planiranju destinacije važno obratiti pažnju na selektivne oblike turizma i pripadajuće mu aktivnosti. S obzirom da ponuda ovisi o potražnji, a ne obratno, važno je pravovremeno reagirati na izražene potrebe kako bi se destinacija nastavila razvijati i profitirati. Diferencijacija turizma važna je stavka, a svaka je dodana vrijednost destinaciji dobro došla. Praćenje trendova, odmak od konkurencije, stavljanje fokusa na ciljne skupine i proširenje ponude javili su se u obliku selektivnih oblika turizma. Selektivni oblici turizma javili su se kao bijeg od običnog, odnosno suprotstavljaju se masovnom turizmu, privlače turiste posebnih interesa koji u većini slučajeva razmišljaju o budućnosti te destinacije, očuvanju resursa i njezinoj održivosti.¹⁹ Osim toga ovaj tip turista uglavnom je aktivan cijele godine, stoga im putovanje u srcu sezone vrlo malo znači, odnosno, većina ih izbjegava jer su ovi turisti vođeni određenim tipom turizma te izbjegavaju gužve i masovna okupljanja. Pretpostavka jest da je turist posebnih interesa najčešće turist veće platežne moći koji od destinacije očekuje mnogo. Kod selektivnih oblika turizma važno je ulagati i raditi na razvoju destinacije i turističke ponude kako bi se osiguralo trajno tržište ljudi posebnih interesa.

¹⁸ Čorak, S., Mikalčić, V.; *Hrvatski turizam-plavo, bijelo, zeleno*, Institut za turizam, Zagreb, 2006. (str. 1-2)

¹⁹ Geić, S.: *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split, 2011. (str. 222)

4. RAZVOJNE INICIJATIVE ANALIZIRANE DESTINACIJE

U ovome se poglavlju sagledavaju razvojne inicijative te kako utječu na odabranu destinaciju, što su trendovi u turizmu te kakvim se i u kojoj mjeri trendovima odabrana destinacija vodi, tko i kako dolazi do odabranog tržišta i kakva je tržišna segmentacija poželjna u razvoju destinacije, kako treba pristupiti novom tržištu i koje su perspektive vodilje. Razvoj turizma od prošlosti do turizma kakvoga sada poznajemo prošao je kroz nekoliko faza; radoznalost, oprez, nepovjerenje te potvrdu i uspjeh, a osim toga nerijetko se postavljalo i pitanje što se očekuje od razvoja. Sve u svemu, ovakav ishod rijetko je tko očekivao. Putovanja stranaca, odnosno turista i masovnost omogućili su mnogim državama, pa tako i Hrvatskoj život od turizma. Mnoge hrvatske turističke destinacije, uključujući i Rab pridonose gospodarstvu države te su ekonomske brojke značajno rasle iz godine u godinu, a da bi brojke nastavile rasti, u turizam je potrebno ulagati te isti razvijati.

4.1. Transformacije putnika

Razvojne inicijative, odnosno bilo koji suvremeni turistički proizvod zahtijeva atraktivnost i kvalitetu, izvrsnost u provođenju i konkurentnost turističkog doživljaja. Vitasović (2014.) ističe kako atraktivni elementi destinacije moraju biti nadopunjeni dodanim aktivnostima, a izvrsnost turističke destinacije mjerena očekivanjima i iskustvima odnosno, ostvarenim doživljajem. Da bi turistički proizvod, odnosno spektar ponuda destinacije Rab bio uspješan destinacija mora poraditi na doživljajima koje želi unaprijediti, a kako turisti najčešće od destinacije očekuju odmak od svoje stvarnosti te jedinstven i neponovljiv doživljaj zaključuje se da je neminovno raditi progresivno na podražaju emocionalnih i motivacijskih doživljaja osobe. Osoba (turist) koji je emocionalno pozitivno vezan uz destinaciju vraća joj se, reagira i sudjeluje, što zapravo i jest slučaj sa turistima koji posjećuju ovu destinaciju, najčešće su to pozitivno motivirani turisti koji se vraćaju iznova u destinaciju. Poduzimanje reakcije ovisi o emocionalnoj motivaciji i jakosti potencijalnog podražaja, motivacijski doživljaj važno je ugraditi posjetiteljima iz tog razloga, a otok Rab to je uspješno „ugradio“ nekolicini svojih posjetitelja. Razvoj destinacije podrazumijeva istraživanje posjetitelja i njihovih podražajnih elemenata te percepcije destinacije, a kako doživljaji posjetitelja ovise o proizvodima koje koriste i mjestima koja posjećuju važno je osvrnuti se na ponudu same destinacije. Odnosno, jednostavnije rečeno, kako bi se destinacija mogla razvijati u pozitivnom smjeru potrebno je istražiti ponudu i potražnju. Istraživanje ponude i potražnje

destinacije dovodi u pitanje postojeću promociju te iziskuje stvaranje nove, odnosno poboljšanje iste.²⁰ Kako uspjeh destinacije ovisi o kvaliteti ponude, ponudu je važno promovirati i na taj način doći do željene publike. Marketinški stručnjaci odabrane destinacije prepoznaju ciljano tržište kojemu promoviraju destinacijsku ponudu.

4.2. Trendovi u turizmu

Kako se otok razvijao tako su se i mijenjali trendovi u turizmu. Sami počeci turističkog razvitka vezani su uz osobne interese pojedinaca iz Češke i Austrije, prvi hotel na Rabu bio je hotel *Bellevue* iz 1889. godine, a do 1914. godine na Rabu je bilo tri hotela, tri pansiona i nekoliko gostionica koje su nudile smještaj. Nakon 1921. godine Rab počinje cvjetati te se na otoku pojavljuju novi ugostiteljski i smještajni objekti, a deset godina kasnije razvija se naturizam i nudizam. Pedesetih godina prošloga stoljeća razvija se kako u ostatku zemlje, tako i na otoku socijalni turizam. Nacionaliziraju se hoteli i svi ostali objekti i uspostavljaju se socijalistički odnosi. Domaći i strani turisti, članovi domaćih i stranih sindikalnih organizacija dolaze na otok ostvariti svoj plaćeni godišnji odmor, a turisti koji dolaze uglavnom su radnici i službenici. Ubrzo nakon, turizam se iz socijalnog mijenja u komercijalni, a već šezdesetih dostiže broj od 313.155 noćenja, obnavljaju se i proširuju postojeći hotelski kompleksi, a grade novi. Zahvaljujući povećanju standarda zapadnih Europskih zemalja započinje ekspanzija turističke potražnje te otok Rab profitira. Tih godina na otoku počinje masovni turizam te do dana današnjeg ostaje.²¹

Iako je trend „sunce i more“ funkcionirao dugi niz godina vrijeme je za suvremene turističke trendove za koje otok ima potencijala. Suvremeni turisti traže destinacije koje osim odmorišnog turizma imaju elemente atraktivnosti destinacije te širok spektar sadržaja. Potrebe turista se mijenjaju pa tako masovni turizam više nije aktualan kao u prošlom stoljeću, turisti teže selektivnim oblicima turizma, individualiziranom pristupu, obraćaju pažnju na kvalitetu proizvoda. Nakon prijelomne 2020. godine sve više opstaju turistička naselja vezana uz prirodu pa suvremenim trendovima sa sigurnošću možemo navesti naturizam, robinzonski, nautički i ekoturizam. Boravak u prirodi, izbjegavanje gužvi, duži boravci i produženje sezone sa postojećih tri na barem šest otoku Rabu ne bi bilo teško ostvariti.

²⁰ Vitasović, A. „Konkurentsko pozicioniranje turističke ponude Republike Hrvatske“, u Gržinić, J., Bevanda, V.: *Suvremeni trendovi u turizmu*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014. (str. 116-121)

²¹ Deželjin, op. cit. (bilj. 2), str. 298-303

4.3. Inovacijske perspektive

U razvoju inovacija pomaže nam strateško marketinško planiranje koje se temelji na marketinškom pristupu. Marketinško planiranje nam nalaže sakupljanje važnih informacija kako bi smo razvili turistički program temeljen na razumnim odlukama. Atraktivnost destinacije ne ovisi samo o turističkim resursima već i o standardu života u destinaciji, infrastrukturi, smještaju (...) stoga je važno napraviti SWOT analizu destinacije prije djelovanja kako bi se utvrdile slabosti, snage, prilike i prijetnje te u skladu s tim postupilo u razvoju inovacija. Osim SWOT analize, važno je analizirati tržišnu segmentaciju, pronaći ciljanu publiku te osigurati inovativan pristup tržištu.²²

Uvođenje inovacija u turističku destinaciju važno je za opstanak iste te se konkurentnost na tržištu postiže novitetima. Turistička bi se politika morala temeljiti na razvoju inovacija jer inovacije utječu na razvojne politike destinacije. Potrebe novih potrošača iziskuju nove proizvode, a destinacije koje ne zadovoljavaju kako trenutne, tako i buduće potrebe, nestaju. Turisti ne kupuju proizvod, oni kupuju nezaboravno iskustvo stoga je važno da inovacija bude nezaboravna. Šergo i Aflić (2014.), naglašavaju kako je turistički proizvod zapravo iskustvo koji se s različitim licima manifestira u svakoj zemlji te da njime pojedinac nastoji zadovoljiti svoje emocionalne, fizičke, intelektualne, pa čak i duhovne potrebe. „Iskustvo je pojava koju je turist potrošač osobno i emocionalno proživio i doživio“ (Šergo, Aflić, 2014., str. 94) Turističke inovacije predstavljaju sve što je drugačije i novo od uobičajenog, odnosno ono što predstavlja diskontinuitet današnje prakse, a do njih dolazi zbog potrebe za stalnim podizanjem kvalitete i konkurentnosti turističkog proizvoda. Inovativni turizam program je Hrvatske vlade koji potiče razvoj novih turističkih proizvoda te unaprjeđenje i obogaćivanje turističke i ugostiteljske ponude. Za stvaranje održivog turizma važno je da je turizam kulturološki prikladan, ekološki osjetljiv i ekonomski održiv, ishod same inovacije mora biti održivost, a turistička inovacija nezaboravno i jedinstveno iskustvo. Osim Hrvatske vlade, razni europski projekti nude poticaje za ekološki održiv razvoj. Zelene inovacije, za koje otok ima potencijala radi mnogih, prirodnih, neiskorištenih dobara smatraju nove proizvode i usluge koji korištenjem obnovljivih izvora energije, resursa i materijala pridonose zaštiti okoliša za opću dobrobit. Eko noviteti, odnosno zelene inovacije smanjuju negativne učinke na okoliš. Urbanizacija je također bitan element inoviranja, izgradnja cesta destinaciji daje na važnosti te ju čini dostupnijom, osim toga, izgradnja infrastrukture važna je za lokalni gospodarski

²² Golja, T., Sergeevich, Globov, K.: *New challenges in tourism development*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2020. (str. 8-12)

razvoj.²³ Osim ekološki prihvatljivih inovacije, internetske, odnosno web inovacije značajan su napredak za komunikaciju i promociju turističke destinacije. Pomoću web platformi turistička ponuda destinacije dostupna je i vidljiva širom svijeta, a ne samo onima u neposrednoj blizini, a s obzirom na to i one „skrivenne“ atrakcije pronaći će svoje tržište.

4.4. Tržišna segmentacija

Segmentacijom tržišta identificiraju se ciljane skupine potrošača, segmentacija se vrši prikupljanjem informacija o trenutnim potrošačima, pregledom destinacije i njenih atrakcija te odabirom dijelova koji bi mogli privući interes budućih posjetitelja. Tržišna je segmentacija zapravo strategija predviđanja i identificiranja osobina potrošača, njihovih profila odnosno sklonosti koje ih vuku ka određenoj destinaciji, a njome se predviđaju ponašanja potrošača na tržištu. Potrošače razlikujemo prema osobinama i ponašanju, što stručnjacima omogućava procjenu njihovih želja i potreba. Također mnogi se vode podijeljenim kriterijima za segmentaciju koji obuhvaćaju klasične i specifične kriterije. Klasični kriteriji su geografski, demografski, socio-ekonomski, psihografski i bihevioristički, dok su specifični okrenuti ka svrsi putovanja, motivacijama, potrebama, koristi, cijeni (...)²⁴

Tržišna segmentacija bitan je faktor razvoja turizma, a poznavanje tržišne segmentacije, odnosno raspodjele potrošača pomaže turističkoj destinaciji u napredovanju i razvoju. Najčešća raspodjela je ona generacijska, odnosno *baby boomersi*, generacije x, y i z. Ova je raspodjela podložna stereotipizaciji koja je u zadnje vrijeme, vrijeme novoga turizma vrlo često kriva. Naime sve se češće starije generacije okreću trendovima i aktivnom turizmu uz mlade. Slivar i Golja (2016.), ističu kako je dob danas manje značajan čimbenik u raznim životnim područjima, pa tako ni da će osoba koja dostigne srednju životnu dob izgubiti interes za modu ili nove tehnologije. Važna raspodjela također je raspodjela po životnom standardu i kako životni standard utječe na aspiracije, motivaciju i ponašanje turista te koliko je turist spreman uložiti u svoj odmor i turistička kretanja općenito. Zanimanje za određenu destinaciju ili aktivnost ovisno je i o spolu, očekivanjima, razini obrazovanja, težnji trendovima i životnom stilu. Budući da edukacija,

²³ Šergo, Z., Aflič, S. „Inovacijske perspektive hrvatskog turizma“, u Gržinić, J., Bevanda, V.: *Suvremeni trendovi u turizmu*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014., (str. 93-100)

²⁴ Saftić, D. „Inovativni pristup u analizi turističkog tržišta: primjer Istre“, u Gržinić, J., Bevanda, V.: *Suvremeni trendovi u turizmu*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014. (str. 204-206)

odnosno razina obrazovanja utječe na životni stil, vrijeme... obrazovaniji turist neće se zadovoljiti sa prosječnom ponudom, on će tražiti destinaciju koja mu može na neki način pružiti neku vrstu edukacije ili nova iskustva, a osim toga, obrazovaniji su turisti najčešće ljudi veće platežne moći pa za svoj novac traže i veću razinu kvalitete ponude. Turist visoke platežne moći tražit će personaliziranu turističku ponudu i individualni pristup.

„Viši životni standard kao posljedica višeg dohotka utječe na ponašanje turista, aspiracije, kretanja, vrijednosti i motivaciju, i to neovisno o dobnoj strukturi. (...) Viša razina obrazovanja turista utječe na promjenu njihovih potreba pa se tako obrazovaniji turist neće zadovoljiti sa uobičajenom ponudom, već će tražiti destinacije koje nude turističke proizvode edukativna sadržaja jer teže samounaprjeđenju.“ (Slivar, Golja, 2016., str. 28-29)

Rab je svojom ponudom trenutno orijentiran ka starijim generacijama i obiteljskom turizmu, a osim toga, destinacijska ponuda je nedovoljna turistima posebnih interesa i mlađim skupinama. Turizam posebnih interesa privući će pažnju ljudima koji traže određene aktivnosti. Turiste možemo još podijeliti s obzirom na fleksibilnost putovanja i tržišne skupine ovisno o bračnom statusu, grupi u kojoj se nalaze, paket aranžmane koje kupuju itd.²⁵ „Prateći socioekonomske trendove, odnosno tumačeći evidentirane promjene u obliku demografske slike društva, boljeg obrazovanja i višeg životnog standarda, uočava se i promjena u strukturi potražnje za proizvodima i uslugama.“ (Vitasović, 2014., str. 117) Praćenje trendova i očekivanja od destinacije turistu nekada planove poremeti, a nekada ode oduševljen tako da vlastita očekivanja itekako utječu na ukupni dojam.

Turizam jest jedna od najbrže rastućih gospodarstvenih aktivnosti, a osim toga okarakteriziran je i kao aktivnost s izraženom konkurentnošću što turizam, kao i same sudionike navodi na konstantne inovacije i razvoj, odnosno na očuvanje konkurentske prednosti u odnosu na druge destinacije. Razina kvalitete usluga koje destinacija nudi utječe na uspješnost destinacije na turističkom tržištu. Destinacija i destinacijski menadžment također su ovisni o marketinškim sektoru. U razvoj destinacije uključeni su mnogi dionici poput stanovništva, interesnih skupina, tour operatora, posrednika i turista pa marketinške aktivnosti predstavljaju izazov radi međusobnih odnosa i ponekad suprotstavljenih interesa i razmišljanja. Promocija turističke destinacije izuzetno je važna za razvoj turističkog tržišta te sa oglašavanjem, prodajom i odnosima s javnošću privlači željeno tržište. Kako je marketing dvosmjernan, turist postaje potrošač onda kada putem promocije dođe u destinaciju, a ovisno o zadovoljstvu i kvaliteti ponude razmjena, odnosno ponovni dolazak

²⁵ Slivar, I., Golja, T.: *Europsko turističko tržište i trendovi razvoja*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2016., (str. 28-30)

u destinaciju će se (ili neće) ponoviti, što je i cilj, znak za uzbunu, odnosno promjenu politike poslovanja je ukoliko se dolazak ne ponovi ili ako turist ode iz destinacije nezadovoljan.²⁶ Važno je, stoga, razumjeti na koji način potrošači dolaze do informacija, kada i gdje te udovoljiti potrebama potrošača. Osim načina na koji je došao do destinacije, važno je saznati kojim je motivima potrošač vođen te koji to čimbenici utječu na njegovu odluku o odmoru baš u tom mjestu.

4.5. Inovativni pristup tržištu

Kako se pojam suvremenog turizma mijenja, a odmorišni turizam je postao nedovoljan velikom broju ljudi, potrebno je promijeniti, prilagoditi i nadograditi postojeći turistički sustav, odnosno orijentirati se na održivost turizma kroz personalizaciju i individualizaciju destinacije kao proizvoda. Brendiranje tržišnih destinacija kao tržišne marke uvelike pomaže razvoju destinacije te ukazuje na autentičnost ponude. S obzirom da je osjećaj i doživljaj destinacije subjektivan, a svaki turist odlazi sa drugačijim iskustvom koje ovisi o više faktora, razni dionici u turizmu i destinacijski menadžeri dužni su djelovati na emocije i iskustva te intenzivno raditi na poticanju pozitivnih iskustva. Doživljaje koje destinacija pruža moraju iznositi cjelokupnu sliku destinacije, a o tome naravno ovise i proizvodi.

„Turistički se proizvodi mogu podijeliti na formalne, generičke i proširene i tako formiraju cjelinu doživljaja. Formalni se turistički proizvod smatra onim koji turisti kupuju, generički je onaj stvarni, konzumirani proizvod, a prošireni jest kombinacija generičkog proširenog za bilo koju vrijednost. Turističkim se proizvodom smatra ukupnost konzumiranih i ponuđenih proizvoda i usluga koje turisti smatraju atraktivnim.“ (Vitasović, 2014., str. 123) Turisti su najčešće potrošači koji traže zabavu i doživljaje, vođeni emocijama i impulzivnim kupovinama očekujući od destinacije da će im pružiti nešto nesvakodnevno, neponovljivo i jedinstveno.²⁷ Turistički doživljaj zapravo predstavlja turistički proizvod stoga kupac, tj. turist razmjenjuje novac za boravak u destinaciji, razgledavanje i kupovanje atrakcija, a tada doživljaj postaje proizvod jer djelovanje elemenata ponude stvara sjećanja i iskustvo, odnosno doživljaj (proizvod).

S obzirom da je svaki turist drugačiji te da su njihove želje različite inovativni pristup ujedno mora biti i individualan kako bi udovoljio preferencijama posjetitelja. Kako bi destinacija doprla do velikog broja ljudi širokog spektra važno je uspostaviti važeći sustav marketinga ali i

²⁶ Saftić, D. u Gržinić, J., Bevanda, V., op. cit. (bilj. 25) str. 197-203

²⁷ Vitasović, A. u Gržinić, J., Bevanda, V., op. cit. (bilj. 21) str. 121-125

rezervacijski sustav koji bi bio najoptimalniji. S obzirom da je sve više ljudi informatički obrazovano te tehnološki sustavi napreduju, rezervacijski se sustavi uglavnom odvijaju online jer je tako ljudima brže, jednostavnije, dostupno je širokoj masi ljudi. Osim rezervacija i marketinga važno je voditi računa o održivosti razvoja turizma, osobito otočnog jer su njegovi kapaciteti znatno manji od kopnenih destinacija stoga prekapacitiranost i onečišćavanje okoliša nije rijetkost. Kako bi se razvijao održivi turizam važno je razmisliti u kojem smjeru destinacija želi i može ići, što ima za ponuditi i kome te na temelju toga razvijati svoju ponudu ka tržištu. Selektivni oblici turizma u tom su slučaju najbolja opcija koju destinacija može ponuditi turistima ali i sebi kako bi se zaštitila od mogućih štetnih utjecaja, osobito masovnog turizma.

5. RAZVOJNI POTENCIJALI OTOKA RABA

Otok Rab je sa svojim prirodnom i kulturnom baštinom prepoznat širom Europe te okuplja turiste radi svoje povoljne klime, toploga mora, prirodnih šuma, raslinja i kulturne baštine. Otočni se turizam u većini bazira na odmorišnom ljetnom turizmu te okuplja takve turiste no s obzirom na proizvode (turističke doživljaje) koje bi mogao ponuditi, ponuda je premalena i zastarjela, a zainteresiranih potrošača je sve manje što znači da ponudu treba osvježiti, produbiti i plasirati ju na druga, više zainteresirana tržišta. S obzirom na rečeno, selektivni oblici turizma probudili bi otočni turizam, učinili ga održivim, produžili sezonu, prekapacitiranost bi se izgubila, a lokalno bi stanovništvo bilo zadovoljnije i bolje plaćeno.

Ovo je poglavlje posvećeno razvojnim potencijalima otoka Raba, trenutnoj iskorištenosti potencijala te razvoju selektivnih oblika turizma i formiranja destinacije za određene oblike turizma koji bi doprinijeli razvoju turizma destinacije. U poglavlju će također biti opisani selektivni oblici turizma za koje otok ima potencijala, odnosno razvojne inicijative koje ovaj rad predstavlja, a to su nautički turizam i ekoturizam. S obzirom da masovni turizam uz sebe veže štetne utjecaje na infrastrukturu i samu održivost neke destinacije, ljudi se okreću ka selektivnim oblicima turizma koji su održivi, bez štetnih utjecaja na okoliš, infrastrukturu i ljude, a osim toga, osiguravaju kvalitetu, utječu na doživljaj te odgovaraju interesima posjetitelja. Selektivni su oblici turizma unikatna ponuda koja svojom dodanom vrijednošću posjetiteljima pruža autentičan doživljaj destinacije. Primarna razvojna inicijativa ovoga rada je dakle stavljanje naglaska na održivost destinacije kroz selektivne oblike turizma koji bi otoku omogućili konkurentnost u odnosu na druge otočne destinacije te pružili posjetiteljima prilagođeno, autentično iskustvo prilikom posjeta.

5.1. Iskorištenost potencijala otoka i problematika postojećeg turizma

Ako se vratimo godinama unazad, shvatit ćemo da je otok Rab već imao neki oblik ekoturizma, odnosno naturizam, zahvaljujući kupanju princa Edwarda VIII. i Miss Simpson nakon čega je ta uvala i ostala nudistička plaža. Sladoljev (2016.), naturizam definira kao cjelinu pravila koja su namijenjena da bi pojedincima pomogla pri prirodnom načinu življenja te kao sintezu predodžbi i metoda pri traženju ideala ljepote, istine, slobode i mira bez obzira na rasu, a osim toga teži harmoničnoj ravnoteži na svim područjima (tjelesno, duhovno itd.). (Sladoljev, J., 2016., str. 9)

Naturizam je još neko vrijeme funkcionirao na otoku, sve dok se domicilnom stanovništvu to prestalo „sviđati“, a nudisti prestali dolaziti na otok. Osim toga, tada je socijalni turizam preuzeo glavnu ulogu u Hrvatskom turizmu, masovni turizam procvjetao, a domicilno stanovništvo postalo sretno s takvom vrstom turista. Sada, godinama kasnije, trendovi su se promijenili, javna i privatna odmarališta nisu toliko popularna, prosječne i ispodprosječne smještajne kapacitete koje su u vrijeme socijalnog turizma obraćali veću pažnju na kvantitetu negoli kvalitetu u privatnim kućama ili hotelima nije jednostavno popuniti, a ljudi se okreću prirodi, miru i svoj odmor žele provesti kvalitetno i prilagođeno svojim potrebama i željama, stoga turisti traže kuće za odmor na osami, luksuzne apartmane (...), dok neke više privlači kampiranje, nautika i raznorazni kvalitetni, održivi smještajni kapaciteti, ovisno o svijesti i težnjama posjetitelja. Iako na otoku postoje luksuzni smještajni kapaciteti, kao i održivi kampovi, marine i luke, odnosno raznovrsnost ponude, ona je još uvijek skromna i ne prevladava.

Osim smještajnih kapaciteta na otoku, veliki problem stvaraju neiskorišteni prirodni potencijali i manjak sadržaja za različite dobne skupine. Otok Rab nudi more, sunce, plaže, šume, impresivnu arhitekturu i povijest no nažalost ne i puno sadržaja vezanih uz prirodne, a ni kulturne atrakcije stoga privlači obitelji, turiste srednje i starije dobi, služi za odmor u tri ljetna mjeseca. Uz manjak sadržaja i aktivnosti, turisti veće platežne moći nemaju što raditi na otoku već biraju destinacije koje im nude razne aktivnosti ili jednostavno kvalitetniju ponudu no što ju ima Rab.

Probleme stvara i povezanost s kopnom. Kako je riječ o otoku, prijelaz s kopna na otok i obratno vrše trajektne i katamaranske linije koje su ponekad prilično nepouzdanе, osobito kada su prirodne nepogode posrijedi, a osim turistima, to je vrlo nepraktično i u svakodnevnom životu, domicilnom stanovništvu (bolnički pregledi, školovanje...). Otok je povezan trajektnim linijama Stinica-Mišnjak i Valbiska-Lopar, koje plove svakodnevno, a katamaranskim Rijeka-Rab-Novalja, također svakodnevno i Rijeka-Krk-Lopar-Novalja-Zadar te Rijeka-Krk-Rab-Silba-Zadar, koje plovi samo u ljetnim mjesecima. Svaki od ovih brodova ne plovi kada to vrijeme ne dopušta ili kada je Jadranska magistrala radi vjetra zatvorena. Osim radi nepouzdanosti, Rab nije otok koji će ljudi posjetiti u jednom danu radi svoje dislociranosti ali i skupoga prijevoza tako da najčešće nije određite za jednodnevne ili vikend izlete.

Nedostatak ovoga otoka je i manjak stručnog osoblja vezanih uz svakodnevni život na otoku (specijalisti, nastavnici...) zbog kojih je stanovništvo primorano odlaziti u veće gradove, obavljati liječničke preglede i liječenja i ići školovati se. Mladi, obrazovani ljudi najčešće ostaju u gradovima u kojima su se školovali, osnivaju obitelji i grade život van otoka, pa tako na otoku vrijeme stoji. Osim što je bolničko liječenje domicilnog stanovništva nemoguće jer postoji samo ambulanta to ne odgovara ni turistima koji tada na godišnji odmor idu u bojazni kako će i što ako

im se nešto desi. Možda do sada taj problem i nije bio toliko izražen no pandemija korona virusa je zasigurno promijenila mnoga razmišljanja, a neke turiste navela na odlazak isključivo na sigurne destinacije.

Kako se ovaj rad ne bi sveo na sve što na Rabu nije dobro, valja istaknuti pozitivne strane ove destinacije, pa osobito sada, za vrijeme i nakon pandemije korona virusa. Prva i osnovna pozitivna stvar je sigurnost koju nudi ovaj otok, izuzetno niska stopa kriminala ali i kontroliran prijelaz na otok Rab čine sigurnim i poželjnim odredištem. Siguran je Rab i zbog svoje izoliranosti i klime, pa su tako bolesti poput korona virusa reducirane i lako spriječene. Osim sigurnosti, Rab nudi pregršt prirodnih i kulturnih atrakcija koje bi se mogle iskoristiti u (postpandemijske) turističke svrhe poput izoliranih, a uređenih plaža i nebrojeno puno uvala okruženo šumama, uređenih pješačkih i biciklističkih staza, povijesnog starog grada... Osim prirodnih i umjetno stvorenih atrakcija lokalno je stanovništvo doprinijelo mnogim turističkim atrakcijama poput ugostiteljstva, hotelijerstva, iznajmljivanja plovila, bicikala i ostalih stvari u rekreativne svrhe. Također, more oko otoka ali i sam otok smatra se rajem za nautičare, osobito radi umjerene klime i vjetra.

5.2. Mogućnosti razvoja selektivnih oblika

Otok Rab nudi brojne mogućnosti vezane za razvoj turizma, osobito određenih selektivnih oblika turizma. U ovom potpoglavlju istaknuta su dva glavna selektivna oblika turizma, nautički i ekoturizam za koje otok ima najveći potencijal, a osim u ova dva oblika, Rab se može naći i u kulturnom turizmu te ima osnovu za bilo koji razvoj turizma temeljen na prirodnim resursima. Vezano za dugoročni razvoj turizma na otoku, provedbom se pretpostavlja produljenje sezone, razvoj infrastrukture i kvalitete smještaja, poboljšanje kvalitete destinacije, zaštita prirodnih resursa te se naglasak stavlja na razvoj poljoprivrede i stočarstva.²⁸

- a) *Ekoturizam* – Kako bi turizam bio održiv potrebno je smanjiti štetne utjecaje te koristiti obnovljive izvore, a u skladu s tim okrenuti se ka ekoturizmu. Ekoturizam podrazumijeva osviještenost posjetitelja, zaštitu prirode i prirodnih resursa te lokalne zajednice i kulture te destinacije. Posjetitelji koji putuju kao ekoturisti nastoje što manje utjecati na lokalnu zajednicu, konzumiraju lokalne proizvode iz ekološkog uzgoja, upoznaju se sa kulturom lokalne zajednice i njihovim običajima te nastoje sudjelovati u istima, ekoturisti će umjesto

²⁸ Medved, G.: *Glavni plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije*, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, 2005. (str. 281)

auta rađe odabrati održivije načine prijevoza, male zagađivače. Otok Rab sa svojom bogatom prirodnom i kulturnom baštinom ima itekako potencijala za razvoj ekoturizma ali za sada minimalnu ponudu. Što se tiče ekološki održivih smještajnih kapaciteta na otoku ističe se kamp Zidine u mjestu Lopar koji je također i istraživačko razvojni centar. Do kampa je moguće doći brodom ili pješice, naglasak je na prirodi pa se nudi smještaj u šatorima, a kamp se nalazi u šumi uz more. Osim kampa u Loparu, na Rabu se nalazi još nekoliko postojećih kampova i mini-kampova no nažalost vrlo malo *eco friendly* smještaja u hotelskom ili privatnom smještaju. Slivar i Golja (2016.) u svojoj klasifikaciji hotela prema motivima gostiju ističu koncept „Ekoloških hotela“ koji su obično uklopljeni u zelenilo, nude organsku, zdravu hranu te smatraju da je briga o okolišu izraženija kod turista veće platežne moći iako, kažu, segment ekološki osviještenih gostiju raste sve više. Potencijal izgradnje takvih objekata velik je, osobito na privatnim posjedima, maslinicima, vinogradima ili šumama. Na otoku se nalazi velik broj domaćih proizvođača vina, ulja, meda, povrća (...) pa tako postoji niz mogućnosti u razvoju ekoturizma.

- b) *Nautički turizam* – Sadržajnost turističke ponude proširuje se, a razlog tome jest promjena i proširenje aspiracija i osobnih stavova te želja za aktivnim odmorom. Osim toga, razlog se javlja i u izraženoj konkurenciji turističkih destinacije i želji za poboljšanjem i privlačenjem novih ali i starih turista. Kako se ponuda širi i razvija, jedan od važnih oblika turizma, osobito na Hrvatskoj obali jest nautički turizam. Hrvatska je obala pogodna za razvoj nautičkog turizma radi svoje razvedene obale, pogodnih vjetrova i blage klime. Ovaj je oblik turizma izuzetno atraktivan radi aktivnosti koje pruža, a koje se odvijaju na i uz vodu (mora, rijeke, jezera), u ovom se konkretnom slučaju radi o moru. Plovidba radi zabave počela se razvijati u 19. stoljeću no tek je krajem 20. stoljeća počela izgradnja specijaliziranih luka i marina za privez jahti i brodova koje omogućuju boravak posade i putnika. Osim priveza brodova, marine i luke nude niz sadržaja za svoje posjetitelje, odnosno nautičare jednim imenom. Sadržaji su vezani za zabavu i razonodu, poput barova, restorana, trgovina (...), za održavanje i popravak plovila, sanitarnih čvorova, teretana i ostalih sportskih sadržaja. Prošloga stoljeća Hrvatska je bila prepoznata u svijetu nautičkog turizma radi svog branda marina ACY (*Adriatic Club Yugoslavia*), koji je danas ACI (*Adriatic Croatia International Club*). ACI u Hrvatskoj danas broji dvadeset i dvije marine koje se nalaze na otocima i duž Hrvatske obale, među kojima su dvije na Rabu. Razvoj branda utihnuo je tokom rata no nakon 2000. godine premašuje predratne brojke. Daljnji

razvitak Hrvatskog nautičkog turizma moguć je i poželjan, a uvjeti su povoljni (mnogobrojni otoci, razvedena obala, mogućnost rekreativne plovidbe...).²⁹

5.3. Turistička infrastruktura

Otok Rab posjeduje dvije ACI marine, jedna se nalazi u Supetarskoj Drazi, a druga u Banjolu, marine su opremljene sanitarnim čvorovima, standardnim priključcima za struju i vodu, bežičnim internetom, parkinzima, restoranima, kafićima, benzinskim crpkama, trgovinama, objektima za popravak i održavanje plovila te dizalicom. Marina u Banjolu nudi asistenciju pri ulasku i izlasku iz iste te broji 134 veza za brodice, dok ova u Supetarskoj Drazi broji 310 vezova i 53 suha veza. Marine se nalaze na pogodnim mjestima, zaštićenim od vjetra i prigodne dubine. Osim marina, Rab krasi mnogobrojne uvale koje su pogodne za sidrenje plovila stoga Rab nautičarima omogućava mir, osamu i boravak u prirodi. Kako je obala oko otoka prepuna otočića i uvala, maritimni prirodni resursi pogodni su za aktivnosti poput ronjenja, plivanja, kajakarenja, kao i raznih sportskih aktivnosti na vodi.³⁰

Osim marina i sadržaja vezanih uz njih, Otok Rab ima i gradsku luku koja se nalazi na obali staroga grada, a također jest opremljena brojnim sadržajima. Luka Rab broji 19 lučica diljem otoka. Iako za sada nesigurnija varijanta vezanja brodova, Luka Rab trenutno je u procesu obnove, proširenja i nadogradnje, odnosno prenamijene jednoga dijela u ribarsku luku koja će rezultirati povećanjem mjesta i kvalitete istih za buduće brodove.³¹ Promicanjem Raba kao nautičke destinacije zainteresiralo bi se brojne domaće i strane nautičke kompanije, samostalne nautičare, ronioce... i brojne druge posjetitelje na dolazak i provedbu svog odmora na otoku, a proširenjem postojeće nautičke ponude povećala bi se razina kvalitete nautičkog turizma ali i cijele destinacije.

²⁹Čorak, S., Mikalčić, V., op.cit. (bilj. 18) str. 39-41

³⁰ ACI marina-<https://aci-marinas.com>(18.4.2021.)

³¹ Županijska lučka uprava-<https://zlu-rab.hr> (18.4.2021.)

6. KOMPARATIVNA ANALIZA OTOČNIH DESTINACIJA

U ovom poglavlju razrađena je komparativna analiza dvaju otoka, cilj analize je uvidjeti prednosti Caprija u odnosu na Rab te se zapitati može li Rab konkurirati svjetski poznatoj turističkoj destinaciji i zašto to već nije tako. Također, u poglavlju će biti istaknuta atrakcijska osnova otoka Capri, iskorištenost potencijala otoka i ponuda te motivi posjeta destinaciji.

6.1. Gospodarske značajke

Gospodarstvo otoka Capri temelji se prvenstveno na turizmu, ali i na poljoprivredi. Više o turizmu otoka Capri, spominje se u sljedećim potpoglavljima. Poljoprivreda Caprija uključuje raznovrsne oblike prerade grožđa, mlijeka i maslina. Vinogradi su rasprostranjeni po cijelom otoku, a ovo su najrasprostranjenije i najpoznatije vrste vina:³²

Capri Rosso proizvodi se uglavnom od Piedirossa, sorte crvenog grožđa koja je gotovo u potpunosti ograničena na Kampaniju. Na Capriju se koristi slobodnije nego bilo gdje drugdje, iako se također široko uzgaja oko Vezuva za upotrebu u kulturnim vinima Lacryma Christi. Piedirosso mora činiti najmanje 80 posto bilo kojeg vina Capri rosso, a prate ga ostale tamnolute, nearomatične sorte grožđa koje su odobrene za upotrebu u provincijama Caserta i Napoli.

Capri Bianco napravljen je od mješavine Falanghine i Greco Bianco. Teško bi bilo pronaći kampanijsku kombinaciju bijelih sorti vinove loze jer se vjeruje da je Falanghina bila u središtu drevnih falernskih vina (vidi Falerno del Massico), dok je za Greco Bianco sada utvrđeno da je genetski identičan Asprinio se koristi u prepoznatljivim pjenušavim vinima Aversa, neposredno izvan Napulja. Sada postoje superiore, classico ili riserva oblici vina Capri, a nema smještaja za ružičasta vina.

Budućnost proizvodnje vina Capri neraskidivo je povezana sa sve većom turističkom trgovinom otoka. Ironično, umjesto da stvara publicitet i pouzdanu potrošačku bazu, ovdje je turizam doveo do toga da se vinogradi iskorijene u korist smještaja i atrakcija. Veći otok Ischia, koji označava sjevernu stranu Napuljskog zaljeva, našao se u sličnoj situaciji, iako njegova veća

³²<https://www.wine-searcher.com/regions-capri>, (posjećeno 6.6.2021.)

kopnena masa znači da još uvijek zadržava neke kvalitetne površine vinograda (iako manje od 250 hektara ili 100ha).

Što se tiče prometne povezanosti, jedini način da dolaska do Caprija je morem. Trajekti polaze iz Napulja i Sorrenta; ljeti postoje i rute iz Pozitana, Amalfija, Salerno i Ischije. Veći dio godine na Capriju su zabranjena motorna vozila: nerezidentna vozila mogu se ukrcati na otok samo za vrijeme između studenog i Uskrsa. Bez obzira na to, Capri nema previše koristi od vozila: na otoku postoji samo jedna cesta i odličan je javni prijevoz. Najbliže zračne luke Capri su: Međunarodna zračna luka Napulj (NAP) 37,67km, Ciampino –G.B.Međunarodna zračna luka Pastine (CIA) 196,05 km, zračna luka Abruzzo (PSR) 209,97 km.³³

6.2. Atrakcijska osnova otoka Capri

Otok je trenutno jedno od najpoznatijih talijanskih odredišta za odmor u globalnom turizmu. Prekrasni mediteranski otok, hvaljen zbog kristalnog mora, bujne vegetacije i čudesnih značajki, trenutno je mjesto sezonskog turizma koji se vrti oko poznatih osoba, luksuza i noćnog života. Unatoč prvim naseljima još iz prapovijesti, otok nije bio puno naseljen i posjećen sve do devetnaestog stoljeća, kada se europska elita odlučila useliti kako bi uživala u životu od kulture i ljepote u izvanrednom okruženju. Od tog trenutka pretrpio je mnoge transformacije, od kojih je glavna bila njegova progresivna izgradnja. Gradnja koja se odvijala istim tempom kao i rast turističkog bogatstva otoka. Posebno posljednjih pedeset godina, koje karakteriziraju moderni masovni turizam i luksuzni turizam, stavile su Capri pod pritisak mnogih fizičkih transformacija, potrebnih za prilagodbu malog osjetljivog otoka potrebama četiri milijuna turista godišnje registriranih u posljednja dva desetljeća.

Capri je postao odredište svakodnevnog „hodočašća“ tisuća turista s krstarenja i boravka bogatih i poznatih ljudi, željnih da budu dio legendarnog i ekskluzivnog luksuznog odmora. Čini se da ovdje noćni život, hoteli s pet zvjezdica i nizovi butikata poznatih dizajnera plijene pažnju svih posjetitelja, bez obzira odlaze li s večernjim brodom ili odsjedaju u veličanstvenoj vili. Čini se da većina prisutnih turista ignorira jedinstvenu kulturnu baštinu koju posjećuju. Otok je zapravo kulturni krajolik, kako ga definira Konvencija o svjetskoj baštini³⁴, koji povezuje

³³ <https://www.expedia.com>, (posjećeno 5.9.2021.)

³⁴ UNESCO. *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*; UNESCO World Heritage Centre: Paris, France, 2012; str. 13–14.

predivne panorame, arheološke ostatke, stoljetne tradicije rukotvorina, narodne građevine, kao i prekrasnu arhitekturu i umjetnička djela.

Stoljećima su ta obilježja skladno koegzistirala, progresivno oblikujući otok i gradeći njegov identitet. Međutim, turizam Caprija, koji je narastao tijekom prošlog stoljeća, postupno se osamostaljiavao od kulture mjesta, koje više nije glavna atrakcija. Netaknuti karakter otoka i čudesan krajolik donijeli su na Capri međunarodnu elitu koja je izabrala Capri kao destinaciju za odmoru kojoj će prihvatiti kulturu koja je mjestu bila vrlo svojstvena. Počevši od pedesetih godina prošlog stoljeća, slike poznatih osoba koje su šetale uskim tradicionalnim uličicama noseći haljine mode *caprese* i tabloidi izvještavajući o životu koji provode na malom otoku, doprinijele su konsolidaciji Caprijeva mita, a time i njegovom progresivnom turističkom bogatstvu. Kult slavnih i društvenih medija, zahvaljujući popuštanju lokalnih uprava, ojačao je ovaj proces i danas je Caprijevi spontani luksuzni međunarodni turizam postao glavna atrakcija otoka.

6.2.1. Povijest otoka Capri

Tijekom rimskog doba otkriveni su dokazi o naseljavanju ljudi, a prema Svetoniju otkrivene su kosti i oružje kada su iskopavani temelji Augustove vile. Prema istraživanjima na otoku je postojao život još u neolitiku. Car August gradio je akvadukte, vile i hramove i sadio vrtove, a Capri se spominje i u Vergilijevoj Eneidi kao otok koji je bio naseljen grčkim narodom. Prema Strabonu, na otoku su bila dva grada koja su na koncu pretvorena u jedan. Villa Jovis najpoznatija je i najočuvanija rimska vila u Italiji, nju je sagradio Tiberije, Augustov nasljednik koji se dvadeset sedme godine poslije Krista preselio na Capri te odatle vodio Carstvo do svoje smrti.³⁵ Capri je nakon pada Zapadnog rimskog carstva pripao ponovno pod napuljsku vladavinu te više puta bio napadan i razaran, a 987. godine radi pape Ivana XV. koji je posvetio prvoga biskupa na Capriju, otok postaje metropolitanska stolica. Tijekom vladavine Karla V., gusarski su napadi postali sve češći. Prvi zabilježeni slučaj turizma bio je u 17. stoljeću kada je otok posjetio francuski trgovac antikvitetima Jean-Jacques Bouchard. 1850. godine pronađen je njegov dnevnik koji je ujedno i vrijedan izvor informacija o otoku.³⁶Tisuću osamstotih godina Capri je osvojen od strane Britanaca

³⁵ Swallow, N.: *Amalfi Coast with Naples, Capri & Pompeii*. Hoboken: John Wiley & Sons Inc., 2012.

³⁶ Konrad E.: *Hierarchia Catholica Medii Aevi*, vol. 1, str. 164; vol. 2, str. 117; vol. 3, str. 151; vol. 4, str. 133; vol. 5, str. 140; vol. 6, str. 146

i pretvoren u pomorsku bazu koja je naštetila arheološkim nalazištima. Nedugo zatim, Capri su osvojili Francuzi, a nakon Napoleonove ere vraćen u Napulj. Katalogizirani su flora i fauna Caprija tijekom 19. stoljeća i napisane mnoge knjige o životu na Capriju, otok je prije Prvog svjetskog rata bio izrazito popularan među homoseksualcima, a John Ellingham Brooks i Somerset Maugham su na otoku dijelili vilu.³⁷Mnoge slavne osobe osim njih imale su ali imaju i dan danas svoje rezidencije na Capriju.

6.2.2. Prirodne značajke

a) Geografski položaj

Tri otoka koja sadržavaju Napuljski zaljev - Capri, Ischia i Procida - nalaze se na krajnjem kraju zaljeva: Capri je na južnom dijelu, vizualno nastavljaajući Sorrentinski poluotok, dok su Ischia i Procida na sjevernom kraju, slijedi zaljev Pozzuoli. Iako su prilično slični, međutim otok Caprije onaj s najpoznatijom panoramom grada i okolice. Zbog Napulja okrenutog prema jugu, karakteristični profil Caprija, koji podsjeća na uspavanu sirenu, vidljiv je s većine panoramskih vidikovaca grada, ali i iz mnogih turističkih područja južno od njega, poput Sorrenta i obala Amalfija. Otok je uglavnom poznat po svom krajoliku, izgrađenom od strmih vapnenačkih vrhova iznad plavih i zelenih bistrih voda. Iako je vrlo mali, prilično je artikuliran. Glavna općina, Capri, nalazi se u središnjem dijelu otoka, na ravnici između obronaka Monte Solaro na zapadu i Monte Tiberia, na istoku. Između ove dvije planine, grad se spušta u more u dva suprotna zaljeva: Marina Grande – mjesto luke – i Marina Piccola, poznata po pogledu na Faraglioni. Povezana s Caprijem jednim panoramskim pogonom i postavljena iznad njega, nalazi se druga općina na otoku, Anacapri, koja je, na blažoj zapadnoj padini Monte Solaro, okomitom istočnom stranom u potpunosti skrivena od Caprija planine.

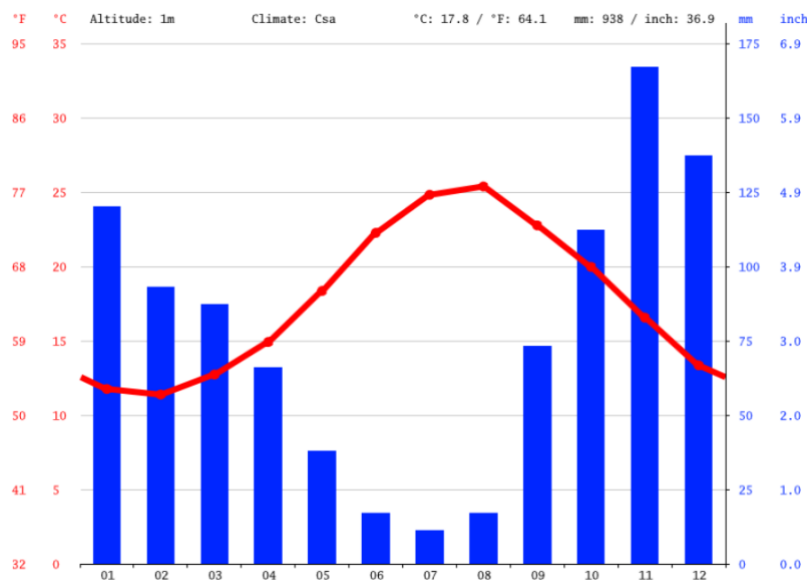
b) Klima

Capri je smješten na jednom metru nadmorske visine. Klima u Capriju je topla i umjerena. Kiša na Capriju pada uglavnom zimi, s relativno malo kiše ljeti. Köppen-Geiger-ova klasifikacija klime

³⁷ Hastings, S. S.: *The Secret Lives of Somerset Maugham: A Biography* Random House Pub, 2009.

je Csa. Prosječna temperatura na Capriju je 17,8 ° C | 64,1 ° F. Godišnja količina kiše iznosi 938 mm | 36,9 inča.³⁸ (Slika 1.)

Slika 1. Vrijeme na Capriju po mjesecima

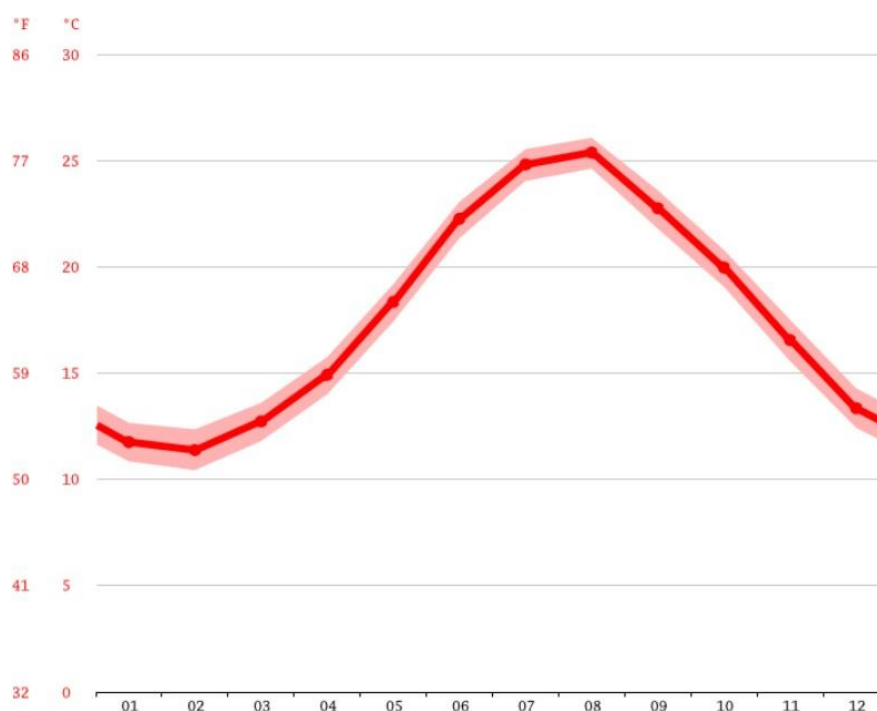


Izvor: climate-data.org(4.6.2021.)

Najsušni je mjesec srpanj sa 11 mm | 0,4 inča kiše. U studenom oborine dosežu svoj vrhunac, sa prosječno 167 mm | 6,6 inča. Kolovoz je najtopliji mjesec u godini. Temperatura u kolovozu u prosjeku iznosi 25,4 ° C | 77,7 ° F. A veljača je najhladniji mjesec u godini. (Slika 2.) Prosječna temperatura na Capriju povoljna je za razvoj turizma, osobito turizma koji se odnosi na ljetne mjesece kada je temperatura najviša. Turizam Caprija dosada i je bio orijentiran na ljetni luksuzni turizam stoga je ovakvo vrijeme za ponudu Caprija povoljno.

³⁸Capri klima, <https://en.climate-data.org/europe/italy/campania/capri-115619/>, (posjećeno 4.6.2021.)

Slika 2. Prosječna temperatura na otoku Capri



Izvor: climate-data.org(4.6.2021.)

U lipnju se najveći broj sunčanih sati dnevno izmjeri na Capriju. U lipnju je prosječno 12,44 sunčanih sati dnevno, a ukupno 385,58 sunčanih sati tijekom cijelog lipnja. U siječnju se na Capriju u prosjeku mjeri najmanji broj sunčanih sati dnevno. U siječnju ima prosječno 6,57 sunčanih sati dnevno i ukupno 203,66 sunčanih sati. Tijekom godine se broji oko 3452,5 sunčanih sati. U prosjeku ima 113,37 sunčanih sati mjesečno.³⁹

Tirensko more je prosječne temperature od 19,60 ° C |. Tijekom godine postignute su temperature vode od 67,28 ° F. Na 26,30 ° C | 79,34 ° F, prosječna mjesečna temperatura vode doseže najvišu vrijednost u kolovozu u godini. Dok je u veljači najniža vrijednost izmjerena s oko 13,80 ° C | 56,84 ° F. Sa 26,30 ° C | 79,34 ° F, temperatura vode doseže najvišu vrijednost u godini oko 5. kolovoza. Dok je oko 23. veljače najniža vrijednost oko 13,80 ° C | 56,84 ° F.⁴⁰

c) Flora i fauna

Fauna: Nekoliko vrsta živjelo je na Capriju prije mnogo godina. Među današnjim grabežljivim parovima sokola Peregrin živi na područjima Tiberija, Capodimontea, Marmolate, Tuoro i Abbasso Artimo, dok su noćne vrste Assaiolo, male sove, sova ušara, siva sova, uha sova.

³⁹Capri klima, <https://en.climate-data.org/europe/italy/campania/capri-115619/>, (posjećeno 4.6.2021.)

⁴⁰Capri klima, <https://en.climate-data.org/europe/italy/campania/capri-115619/>, (posjećeno 4.6.2021.)

Sova haringa (*Larus argentatus*) prisutna je na Capriju tijekom cijele godine i gomila se na vrhu Faraglioniya, na liticama Marmolata i na Punti Chiavici. "Zvijezda" otočne faune Faraglioni i gušter, zajedničko ime *Lacerta coerulea faraglioniensis*. Ovaj gušter živi samo na Scopolu ili vanjskom Faraglioneu i ima posebnost što su mu leđne ljuske ultramarinsko plave, a ne zelene, a trbušne ljuske metalno svijetloplave s umjesto svijetlozelene.⁴¹

Flora: Vegetacija na Capriju korijeni se na crveno komponiranim tlima, pomiješanim s vapnenačkim stijenama, tufom, marnom i pješčenjakom različitih debljina. Zapravo tipična tirenska vegetacija pokriva Capri: nisko grmlje i drvene esencije koje su također tipične za biljne obitelji u blizini poluotoka Sorrento. Parkovi i vrtovi, poput parka Villa San Michele i parka Astarita koji se nalaze iznad Bijele špilje na visini od 300 metara nadmorske visine, stvoreni su kako bi se očuvala tipična vegetacija otoka.⁴² Otočna flora je raznovrsna, a Capri je poznat po autentičnim vrstama grožđa koje raste pod maslinama na sušnim područjima, najčešće izloženim vjetru, a zovu se *Uva Rassa* i *Ventroso*.

6.2.3. Turistička ponuda destinacije

Prije svega, važno je istaknuti mnogobrojnost informativnih aplikacija, igrica i putopisa koje je moguće pronaći kada se u internetski pretraživač upiše „Capri“. Osim toga, brojne ponude turističkih agencija ali i same službene stranice otoka već na početku istraživanja informiraju, dočaravaju potencijale destinacije i njezinu turističku ponudu te na taj način privlače posjetitelje. Također, može se reći da otok Capri ima veliku iskorištenost potencijala, možda čak i preveliku, zbog čega dolazi do tzv. *overtourism*-a, koji predstavlja veliku napučenost neke destinacije.

U drugoj polovici dvadesetog stoljeća Capri je postao masovno turističko odredište, globalno hvaljeno i željeno, zasigurno jedno od najpoznatijih turističkih odredišta na svijetu. 1955. godine, iako je Caprijev turizam tek započeo, Roberto Pane je u svojoj istoimenoj knjizi napisao da je otok imao nesretnu sudbinu da bude previše voljen. Stoga je prijetila opasnost da postane «nepovratno konvencionalan i prisan»⁴³, postupno gubeći svoja povijesna i prirodna obilježja kako bi se prilagodio turističkoj potražnji. Nažalost, predgovori dodani u izdanju knjige iz 1965. godine⁴⁴ potvrđuju progresivno ispunjavanje Paneova proročanstva, proročanstva koje

⁴¹ Island of Capri, <https://www.infocapri.it/en/information-on-the-island-of-capri/useful/item/665-wildlife-and-vegetation.html>, (posjećeno 5.6.2021.)

⁴² Ibid.

⁴³ Pane, R. *Capri; Neri Pozza: Venezia, Italy, 1954*; Gallina editore: Naples, Italy, 1982., str 5.

⁴⁴ Ibid., str 8.

je još uvijek u nastajanju i posebno je relevantno u današnjem društvu masovnog turizma.

Od plemića s kraja 19. Stoljeća do umjetnika i političara između dva rata, uglavnom se u drugoj polovici 20. stoljeća Caprijevi turizam definitivno promijenio. Između 1960-ih i 1970-ih, mnoge su međunarodne zvijezde, poput Liz Taylor i Jacqueline Kennedy, odabrale otok kao odmorište u kojem će prihvatiti kulturu koja je drugačija od one na koju su navikle. Sljedećih godina njihova sve veća prisutnost praćena je širenjem fenomena masovnog turizma. Unatoč lokalnoj umjetničkoj i prirodnoj baštini, masovni je turizam više bio rezultat prisutnosti javnih lica.⁴⁵ Capri je još uvijek poznat po svojim čudesnim prirodnim obilježjima, prepunim izvanrednih stijenskih formacija poput Faraglioni i Grotta azzurre, ali ima i arheoloških nalazišta te brojne spomenike i umjetničkih djela koja, međutim, ne dobivaju pažnju koju zaslužuju. Među njima svakako postoji Certosa di San Giacomo, sjajni komad arhitekture četrnaestog stoljeća na vrhu litice okrenute prema Faraglioni, koja je, zajedno s onima Padule i Napulja, jedna od jedine tri u Kampaniji. Tu je i Chiesa di San Michele Arcangelo u Anacapriju, koja je u potpunosti popločana pločicama od maiolike koje prikazuju protjerivanje Adama i Eve iz rajskog vrta. Riječ je o kulturnim znamenitostima koje čuva talijanska država koja je preko napuljske nadzornice zadužena za njihovo očuvanje i u većini slučajeva upravlja njihovom promocijom i javnim pristupom.

Unatoč ovoj bogatoj kulturnoj baštini, statistički podaci koje je prikupilo ministarstvo kulturne baštine i djelatnosti u vezi s otočkim javnim kulturnim znamenitostima potvrđuju nesklad između velikog broja godišnjih turista i posjetitelja kulturnih znamenitosti. Općina Capri ima arheološko nalazište odvelike važnosti (Palazzodi Tiberio-Villa Jovis), kao i prekrasan spomenik (Certosadi San Giacomo) i muzej (Museo del Centro Caprese Ignazio Cerio); međutim, od 4.319.157 turista registriranih na Capriju u 2017., ta tri mjesta posjetilo je samo 60.446 ljudi.⁴⁶

Značajan se dio turizma Caprija oslanja na međunarodnu prisutnost važnih imena, danas većinom poznatih osoba iz sporta i zabave, a nekada umjetnika i kulturne elite. Iako Caprijevi prirodni i umjetnički identitet još uvijek predstavlja osnovu za turističku sliku otoka, turizam koji on generira i njeguje postupno je rastao od njega. Zapravo, ekskluzivni turistički sadržaji koji su ekonomski iskorištavali prekrasne krajolike otoka, često su i sami privlačni. Taj je fenomen u današnjem društvu kulta slavnih postao još jači. U novom su tisućljeću društveni mediji poticali promjenu pravila igre, čineći *paparazze* nepotrebnim jer i turisti i poznate osobe

⁴⁵Cetti Serbelloni, M. *Cinquant'anni di Turismo a Capri. „La Sacralità Dell'immagine e la Profanazione del Territorio*; Edipuglia “: Modena, Italy, 2003.

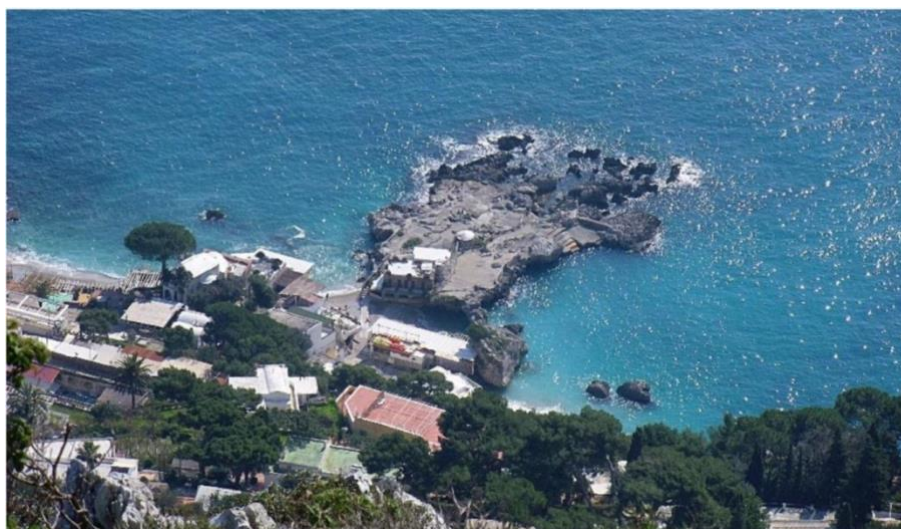
⁴⁶imuseiitaliani.it, <http://imuseiitaliani.beniculturali.it/sii//statistiche>, (posjećeno 9.6.2021)

neprestano komentiraju svoj boravak na otoku široj javnosti. Na ovaj način svi posjetitelji - poznate osobe, turisti, svakodnevni posjetitelji napuljskog zaljeva ili prometnog krstarenja - posjećuju otok zbog njegove luksuzne turističke industrije i zato što su fascinirani mogućnošću hoda rame uz rame sa poznatima koje obično smatraju izvan dohvata. To je fenomen prikazan već 1949. godine u poznatom talijanskom filmu *Totò re di Capri*, napuljskog komičara Totòa.

Štoviše, lokalni i nacionalni tisak neprestano pokazuje ljudima kako je Capri *VIP* otok, a ljeti nikad ne propuštaju obavijestiti ljude o najnovijem boravku slavnih na otoku, prikazujući slavne osobe koje se druže na uobičajenim mjestima: Via Camerelle, to je sada najviša ulica modnih butikata, Piazzetta i poznati noćni klub *Anema e core*. Lakoća s kojom "uobičajeni" turist može posjetiti ista mjesta na kojima su *paparazzi* fotografirali njegovu omiljenu slavnju osobu, Capriju je zajamčila uspjeh, ali i snažno utječući na turistifikaciju i gentrifikaciju. Vremenom su se, zakonski ili usprkos zakonu, na otoku proširile zgrade velikih dimenzija i bez umjetničke vrijednosti, kao u slučajevima hotela Weber Ambassador i hotela Luna, obje u položaju koji duboko utječe na krajolik, dok su stare vile postupno povećavane i fragmentirane, postajući etažirane zgrade, poput Villa Discopoli ili Villa Torre Saracena.

Obalna crta, koja se morala promijeniti kako bi se prilagodila zahtjevima kupaca, pretrpjela je najgore promjene. Otok zapravo nema gotovo nikakvih plaža, većinom su građene od visokih litica, a kupališta su morala biti terasasti dijelovi arhitekture; stoga su lokalni poduzetnici rezali liticu ili zacementirali usitnjene stijene. To se dogodilo u slučajevima Scoglio delle Sirene (slika 3), la Fontelina i Luigiai Faraglioni (posljednja dva smještena s obje strane Faraglionijske), koji su izmijenili jedinstvene formacije stijena proširene nad morem.

Slika 3. Scoglio delle Sirene u Marini Piccola



Izvor: <https://www.scogliodellesirene.com/>(11.6.2021.)

Kako se Caprijeva turistička slika preselila iz jedinstvene mediteranske kulturne baštine i krajolika u luksuzno i noćno odredište, tako je to učinio i otok. Visoki ekonomski interesi na otoku doveli su do toga da se lokalna uprava ne miješa u privatne inicijative - a ponekad i da ih potiče čak i ako ošteti otočnu materijalnu i nematerijalnu baštinu - a privatnici se, radije oslanjaju na Caprijev luksuz identitet. To je ugrozilo dio baštine i dovelo je do poravnanja Caprijeve slike. Samo razmislite o postupnoj zamjeni malih zalogajnica i tradicionalnih radionica, kako u širim ulicama, tako i u uskim uličicama, elegantnim restoranima i velikim serijskim vodećim trgovinama, a sve zatvorene na kraju turističke sezone. Proces globalizacije masovnog turizma kojem se prepustila lokalna uprava, težeći sve turističkim prihodima, ne vodeći računa o tome da su ograničena na ljetnu sezonu.

Pokušavajući pratiti korak s brzim razvojem društvenih običaja i turističkih standarda, otok se u posljednjih sedamdeset godina promijenio mnogo više nego u prethodnim stoljećima. Doista, lokalna je uprava dopustila progresivno zauzimanje zelenih površina, usitnjavanje povijesnih vila, zamjenu tradicionalnih trgovina međunarodnim buticima i izgradnju hotela izvan razmjera, što je fenomen koji je izazvao protivljenje udruga za zaštitu okoliša koje, međutim, nisu uspjele suzbiti fenomen. Danas na relativno maloj površini (Capri iznosi 400 hektara, a Anacapri 636 hektara) nalazi se 59 hotela, 3 rezidencije, 30 namještenih soba, 104 kuće za odmor za iznajmljivanje, 93 polupansiona i jedna farma za odmor.⁴⁷To znači da na 1036 hektara ima 209 smještajnih kapaciteta, gotovo 5 smještajnih kapaciteta po hektaru. Ako uzmemo u obzir da postoje i 124 restorana, 15 kupališnih objekata, 14 noćnih klubova i 9 Spa Beauty sadržaja, postaje jasno koliko se Capri posvetio turizmu, posebno luksuznom, bez obzira na utjecaj na njegov krajolik i identitet.

Povrh svega, mora se istaknuti da je otok uložio u ogroman proces gentrifikacije i da su vrijednosti posjeda toliko visoke da se lokalno stanovništvo polako iseljava. Prosječna cijena prodaje kuća (9850 € / m²) otprilike je 435% viša od regionalnog prosjeka (1800 € / m²), a također je približno 338% viša od pokrajinskog prosjeka (2250€/m²).⁴⁸ Jasno je da lokalno stanovništvo plaća visoku cijenu Caprijeva turističkog bogatstva. Čak i ako mnoge obitelji dobiju posao u turističkoj industriji, u hladnoj sezoni moraju živjeti od novca koji zarađuju ljeti, ali u gradu koji je danas namijenjen turistima, a ne građanima. Trgovine osnovne robe teško je pronaći jer su ih zamijenili skupi butici i restorani koji su zimi svi zatvoreni. Veliki broj turista koji tijekom ljeta zauzmu Capri u potrazi za luksuznim ekscentričnostima, panoramskim bazenima, vodećim trgovinama visoke mode i noćnim životom, čini se da nisu potpuno svjesni

⁴⁷Capritourism.it., <http://www.capritourism.com/it/accommodation>(posjećeno 12.6.2021).

⁴⁸ Ibidem.

istine, ili možda dubljeg identiteta Caprija: identitet mediteranskog otoka s tipičnom pučkom arhitekturom i tradicijom; onaj dio Napuljskog zaljeva s kojim dijeli povijest i umjetnost; kulturnog centra, potpuno prepoznatljivog između 19. i 20. stoljeća, kada je postao mjesto u kojem su se najviši umovi odmarali i okupljali, razmjenjujući mišljenja i ideje i eksperimentirajući s umjetnošću. Brojni znanstvenici i entuzijasti nedavno su posvetili studije tim identitetima, objavljujući knjige i članke o Caprijevoj prirodi, drevnoj i modernoj povijesti, ali i o njegovoj ikonografiji, tradicionalnoj arhitekturi, mitovima, građanima, rukotvorinama i tipičnom ponašanju stanovništva. Međutim, obilnu literaturu većina ljudi ignorira jednako kao i ploče koje bi turistima trebale nagovijestiti događaje koji su se dogodili ili stare korijene mjesta koja prolaznici umjesto toga zanemaruju.

Do danas provedeno istraživanje pokazuje da je u manje od 150 godina Capri doživio dramatičnu transformaciju. Nakon što je već stoljećima bio tipičan, iako izvanredno lijep mediteranski otok, postao je omiljeno odredište Grand Tour-era i umjetnika, novi dom za intelektualce i poduzetnike koji su se zbog umjetnosti i krajolika preselili u Capri. Iskra turizma u početku je koristila otoku, dopuštajući izgradnju potrebne infrastrukture, ali i obogaćujući ga novom prekrasnom arhitekturom. Konferencija o krajoliku održana na otoku 1922. godine⁴⁹ pokazuje da su neki intelektualci predvidjeli opasnosti od nekontroliranog napretka fenomena. Te je opasnosti naglasio Roberto Pane u svojoj knjizi *Capri*. I u predgovorima 1955. i 1965. napisao je kako visoki ekonomski interesi postupno grade zeleni otok i mijenjaju njegovu kulturnu baštinu. U predgovorima iz 1965. žalio se kako je turistička industrija cementirala zelene površine, nesluteći da će turisti prestati dolaziti na Capri ako se njegova prirodna ljepota nepovratno promijeni. Pokazalo se da je ovo predviđanje pogrešno, jer ono što Pane nije mogao predvidjeti bila je industrija luksuznog turizma koja će u sljedećih pedeset godina rasti na Capriju.

Caprijeva turistička ponuda pokazuje neke sličnosti s drugim slučajevima, poput onih u Dubrovniku i Veneciji, oba mala povijesna grada pogođena sve većim bogatstvom kruzera i jednodnevnim izletima autobusnih prijevoznika, što je dovelo do velike koncentracije turista na malim područjima.

⁴⁹Pane, R. op. cit. (bilj.44) str. 9

6.3. Komparativne prednosti i nedostaci

Navedena prirodna i kulturna obilježja dvaju otoka daju naslutiti sličnosti ali i razlike u postojećem i željenom turizmu te ambicije kojima teže vezane uz razvoj samih destinacija. Ovo je potpoglavlje posvećeno komparacijskoj analizi dvaju otoka, odnosno sličnostima i različitostima koje obilježavaju destinacije, turizam i smjer kretanja.

Kao i Rab, Capri ima burnu i zanimljivu prošlost koja je za sobom ostavila velik broj kulturnih atrakcija odnosno kulturne baštine koja bi se vrlo dobro mogla iskoristiti u turističke svrhe međutim, kao što je već rečeno, turizam otoka Caprija se, za razliku od otoka Raba ne temelji na izuzetnoj kulturnoj baštini već se promovira i izvodi luksuzni turizam koji zbog svojih značajki najčešće ne pridonosi kulturi i očuvanju iste već masovnosti i kvantiteti. Neosporivo je da je ponuda Caprija široka, mnogo šira od ponude otoka Raba no postavlja se pitanje održivosti takvoga turizma. Činjenica da se lokalno stanovništvo iseljava radi skupoga života, nedovoljno broja „normalnih“ trgovina, prenapučenosti otoka u ljetnoj sezoni, devastacija vinograda, koji su mnogima, uz turizam možda jedini izvor prihoda ali i osobne životne satisfakcije i mnogo drugih propusta govori nam da će se, ako već i nije, duh pravog, onog atraktivnog, poželjnog Caprija izgubiti relativno brzo. Duh svake destinacije, uz stanovništvo su i kulturna dobra koje destinacija posjeduje. Da je otok Capri svoju reputaciju i ugled stekao na temelju kulturne i prirodne baštine dokazuju nam prije svega promotivne brošure otoka, ponude turističkih agencija ali i sama klijantela koja otok posjećuje. Kao što je već rečeno, pretjerana izgradnja, manipulacija obale i reljefa mogla bi biti pogubna za kulturni i prirodni identitet otoka, zbog kojega je Capri i postao turističko središte. Osim rizika koji turizam, odnosno overturizam predstavlja za prirodne i kulturne resurse otoka ali i domicilno stanovništvo, opasnost se nalazi i u masovnom zatvaranju uslužnih i drugih objekata, jer, kako bi i bilo turizma cijele godine ako ništa ne radi? A osim nekada romantičnog, a danas preizgrađenoga otoka prepunog hotela i vila turisti posebnih interesa i specifičnih osobnih afiniteta nemaju tamo što tražiti.

Osim negativnih stvari koje najviše utječu na održivost turizma, otok Capri ima mnogo pozitivnih turističkih atributa, a kod čega mu pomaže izuzetna turistička promocija. Kao što je rečeno na samom početku ovoga poglavlja, Capri je razvio velik broj informativnih aplikacija, igrice i putopisa, stoga ukorak s vremenom zadovoljava digitalne potrebe turista te dočarava turističku ponudu destinacije. Bitna stavka koja pokazuje razliku Caprija i Raba su ljudi koji ih posjećuju, odnosno činjenica je da su turisti koji dolaze na otok Capri oduvijek, često slavne osobe koje na otoku imaju svoje rezidencije, a uz njih dolaze i ljudi koji žele doći na mjesto koje posjećuju slavne osobe, što je također izuzetna promidžba destinacije. Otok se deklarirao kao

mjesto za luksuzni turizam, osobe koje ga posjećuju dobrog su imovinskog stanja i tamo dolaze trošiti, što pozitivne strane otoka naglašava i vodi dalje. Turisti na Capriju imaju gdje trošiti, na otoku se nalaze mnoge poznate trgovine, uslužni objekti, hoteli, a ponuda atrakcija je široka što turistima omogućava luksuzni odmor. S obzirom na definiranje otoka kao kulturnog krajolika, pretpostavlja se širok spektar interesantnih kulturnih dobara koje turisti mogu posjetiti što stvara dodanu vrijednost luksuznoj destinaciji, a također s pozitivne strane, do otoka se može doći avionom ili brodom, pa zbog svoje teže dostupnosti ekskluzivnim gostima omogućava privatnost što ga čini još privlačnijim. Iako ga je moguće posjetiti samo preko mora, otok je izuzetno dobro povezan avionskim i brodskim linijama iz nekoliko talijanskih i svjetskih gradova što ga čini dostupnim širokoj masi, a vozila na otoku nisu ni potrebna što turistima, osobito onima iz velikih gradova daje osjećaj blizine, povezanosti i prisnosti.

Otok Rab, iako bez reputacije kulturnog krajolika svoje turiste privlači kulturnim i prirodnim atrakcijama koje posjeduje. Turiste na otok privlači netaknuta priroda i izuzetno puno kulturno spomeničke baštine. Turizam koji promovira otok Rab se, kao i kod Caprija svodi na odmorišni, ljetni turizam pa je turistička sezona relativno kratka, a ponuda koji otok nudi godinama se ne mijenja te je turista svake godine sve manje što govori došlo je do zasićenja te bi se moglo reći da turistička ponuda nažalost ne zadovoljava potrebe turizma 21. stoljeća. Turisti koji dolaze na otok najčešće su obitelji s djecom ili ljudi koji već godinama dolaze, a ponuda je njima i prilagođena. Otok Rab dozvoljava motorna vozila kroz cijelu godinu što ga ljeti čini prilično zagušenim radi malo cesta, odnosno radi puno neadekvatnih pristupnih putova kroz cijeli otok, a javni je prijevoz prilično loš.

U nastavku slijedi komparacijska tablica dvaju otoka i njihovih temeljnih obilježja i pojedinih elemenata temeljena na osobnoj procjeni autoričina istraživanja, odnosno tablica prikazuje koliko sličnosti i potencijala imaju oba otoka te njihovu iskorištenost.

Tablica 1. Komparacija destinacija Rab i Capri

DESTINACIJA	RAB	CAPRI
TRANSPORT		
Povezanost otoka s kopnom	Pomorski promet: trajektne i katamaranske linije iz obližnjih mjesta i jednog inozemnog, privatni transferi	Pomorski promet: transferi iz Rima i Napulja, trajekt, privatni transferi

		Zračni promet: avioprijevoz iz više inozemnih gradova, privatni transferi
Prijevoz na otoku	Privatna vozila: dopuštena tijekom cijele godine, mogućnost najma – zagušivanje prometnica tijekom ljetne sezone, Javni prijevoz: loša povezanost, neučestale brodske i autobusne linije	Privatna vozila: tijekom ljetne sezone nisu dopuštena osim iznajmljenih skutera i vlastitih ili iznajmljenih plovila, Javni prijevoz: izrazito dobra povezanost i učestalost prijevoza
PRIRODNA I KULTURNA OBILJEŽJA		
Resursi i iskorištenost	Prirodna i kulturna baština; bogata flora i fauna, destinacija pogodna za razvoj mnogih oblika turizma i za produljenje turističke sezone; skromna iskorištenost	Prirodna i kulturna baština; bogata flora i fauna, destinacija pogodna za razvoj mnogih oblika turizma i za produljenje turističke sezone; također skromna iskorištenost, brojniji turisti
TURISTIČKA PONUDA		
Turistički sadržaji	Brodski izleti u i iz drugih okolnih mjesta; samostalno i organizirano, brojni restorani i barovi, manifestacije	Obilazak prirodnih i kulturnih atrakcija – samostalno ili organizirano, brodom – brodski izleti, mnogi restorani, butici, noćni klubovi, kasina, beach barovi... prirodni fenomeni, mogućnost jednodnevnih izleta iz drugih gradova
Prepoznatljivost destinacije	Otok prepoznatljiv po kulturnim i prirodnim resursima -najviše prepoznat u Europi -povijesne ličnosti – kralj Edward	Otok prepoznatljiv po kulturnim i prirodnim resursima, gastronomiji, enologiji – luksuznom turizmu -najviše prepoznat u Europi i Americi -povijesne ličnosti – Maxim Gorky kao i poznati glumci prošlog i današnjeg doba
Mogućnosti razvoja destinacije	Mogućnost razvoja selektivnih oblika turizma temeljenih na prirodnim i kulturnim resursima; ekoturizam, naturizam, cikloturizam, kulturni turizam... mogućnost štićenja pojedinih područja i atrakcija	Mogućnost razvoja selektivnih oblika turizma temeljenih na prirodnim i kulturnim resursima ali i na luksuzu, adekvatna zaštita kulturnih dobara

Izvor: Izradila autorica

Zaključno ovom poglavlju, otok Capri svjetski je priznato odmaralište koje je svojim predodređenim resursima, odnosno kulturom i prirodom privuklo posjetitelje, a jakim partnerstvima dionika koji su prepoznali interese potencijalnih posjetitelja te svojom širokom inovativnom ponudom opravdava svoju reputaciju. Unatoč tome, turizam otoka svodi se na ljetnu sezonu i odmorišni turizam što otok opterećuje, a žrtvovanje prirode i lokalnog stanovništva u ime turizma otok čini hladnim. Selektivni oblici turizma poput kulturnog i nautičkog razvijeni su na otoku no također se odvijaju najčešće u ljetnim mjesecima jer je ponuda, kao i na otoku Rabu prilagođena ljetnom turizmu. Otoci Rab i Capri imaju slična prirodna i kulturna obilježja na temelju kojih je stvaran turizam u tim destinacijama, a samim time i slične probleme vezane uz prekratku turističku sezonu i prekapacitiranost destinacija u tom razdoblju. Osim toga, iseljavanje domicilnog stanovništva vidljivo je u oba primjera, kao i rasprodavanje imovine i „prepuštanje otoka“ strancima. Najveća sličnost između ove dvije destinacije je potreba veće valorizacije selektivnih oblika turizma i zaštite prirodne i kulturne baštine za potrebe budućih posjeta.

7. ZAKLJUČAK

Otok Rab svojom prirodnom i kulturnom atrakcijskom osnovom privlači turiste mnogih regija, a većina njih ljudi su koji na otok dolaze odmoriti i maknuti se od svakodnevnih obveza svoga života. S obzirom da se trendovi u turizmu ali i način života mnogih mijenjaju, turista koji žele svoj godišnji odmor provesti aktivno je sve više, a pasivni turisti mijenjaju će destinaciju boravka stoga Otok Rab koji je primarno turistička destinacija mora poduzeti nužne korake u razvoju turizma kako bi se razvijala u pozitivnom smjeru te nastavila konkurirati ostalim turističkim destinacijama.

Primarna svrha ovoga rada bila je ukazati na prednosti i nedostatke destinacije te pomoću toga skrenuti pozornost na oblike turizma koji bi otoku zajamčili pozitivnu putanju razvoja turizma. Osim toga svrha je bila i prikazati razvojne potencijale destinacije i usporediti ju sa inozemnom turističkom destinacijom sličnih potencijala. Sukladno tome, svrha rada je ispunjena, potencijal destinacije je izniman no razvoj teče sporo, a trendovi kojima svijet teži nedostižni su ukoliko se razvoj nastavi odvijati tim tempom. Hipoteza koja je nastojala odrediti uzročno posljedičnu vezu atrakcijskih osnova destinacije i turističkih potencijala iste potvrđena je, odnosno ukazala je na povezanost prirodnih i kulturnih atrakcija i mogućnost razvoja selektivnih oblika turizma poput npr. nautičkog za kojeg ova destinacija ima sve uvjete, kao i hipoteza o koja se odnosila na komparacijsku analizu.

Zaključno, selektivni oblici turizma pridobili bi određenu populaciju kao što je slučaj na Capriju koji je izabrao biti luksuzno odredište. Selektivni oblici turizma razvoju bi također pomogli kod održivosti destinacije jer bi se tada smanjila prekapacitiranost otoka, a naglasak bi bio na kvaliteti turističke ponude i konkurenciji. Osim prekapacitiranosti koja je velika prijetnja održivom turizmu, turistima koji vode brigu o održivosti destinacije važna je stavka korištenje obnovljivih izvora i briga o destinaciji pa bi se situacije poput zagađenja okoliša, pretjeranog odlaganja otpada, zagađenja vode, zraka i mora znatno smanjile što bi omogućilo kvalitetniji pristup turizmu ali i svakodnevni život domicilne zajednice. Osim toga, povećala bi se zaštita prirodnih ali i kulturnih resursa.

Prilagodi li se, stoga, Otok Rab održivim trendovima, ova atraktivna destinacija moći će konkurirati ne samo sličnim destinacijama u državi već i vodećim svjetskim destinacijama koje se ističu po određenim tipovima turizma koje promoviraju.

Literatura

Knjige:

1. Ur. Bošnjak, M.: *Biseri Jadrana-Otok Rab*, Fabra d.o.o., Zagreb, 2004.
2. Cetti Serbelloni, M. *Cinquant'anni di Turismo a Capri. La Sacralità Dell'immagine e la Profanazione del Territorio*; Edipuglia: Modena, Italy, 2003.
3. Čorak, S., Mikalčić, V.; *Hrvatski turizam-plavo, bijelo, zeleno*, Institut za turizam, Zagreb, 2006.
4. Deželjin, J.: *Rab kroz stoljeća*, Povijesno društvo Rijeka, Glosa, Rijeka, 2010.
5. Geić, S.: *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split, 2011.
6. Golja, T., Sergeevich, Globov, K.: *New challenges in tourism development*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2020.
7. Gržinić, J.: *Uvod u turizam-povijest, razvoj, perspektive*, Sveučilište Jurja Dobrile, Pula, 2019.
8. Gržinić, J., Bevanda, V.: *Suvremeni trendovi u turizmu*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2014.
9. Hastings, S. S.: *The Secret Lives of Somerset Maugham: A Biography* Random House Pub, 2009.
10. Konrad E.: *Hierarchia Catholica Medii Aevi*, vol. 1, vol. 2, vol. 3, vol. 4, vol.5, vol. 6
11. Maškarin, V.: *Otok Rab-povijest, kultura, umjetnost*, Niro-privredni vjesnik, Zagreb, 1984.
12. Medved, G.: *Glavni plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije*, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, 2005.
13. Nazor, A; Žilić, M.: *Hrvatski Jadran*, Turistička Naklada, Zagreb, 1997.
14. Pane, R. *Capri*; Neri Pozza: Venezia, Italy, 1954; Gallina editore: Naples, Italy, 1982.
15. Sladoljev, J.: *Rab, Legenda o utemeljiteljima hrvatskog naturizma i kampiranja*, Top Camping d.o.o. Poreč, 2016.
16. Slivar, I., Golja, T.: *Europsko turističko tržište i trendovi razvoja*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2016
17. Swallow, N.: *Amalfi Coast with Naples, Capri & Pompeii*. Hoboken: John Wiley & Sons Inc., 2012.
18. Vukonić, B.: *Povijest hrvatskog turizma*, Prometej, Zagreb, 2005.

Internetski izvori:

1. <https://www.rab-visit.com/hr/aktivnosti/dogadjanja/rabska-fjera/404>
posjećeno 19.2.2021. – Rab visit, Rabska fjera
2. [https://min-kulture.gov.hr/?id=349&pregled=1&datum=Wed%20Jan%2023%202019%2017:02:19%20GMT+0100%20\(srednjoeuropsko%20standardno%20vrijeme\)](https://min-kulture.gov.hr/?id=349&pregled=1&datum=Wed%20Jan%2023%202019%2017:02:19%20GMT+0100%20(srednjoeuropsko%20standardno%20vrijeme))
posjećeno 2.3.2021. – Ministarstvo kulture
3. <https://aci-marinas.com/hr/marina/aci-rab/> posjećeno 18.4.2021. – ACI marina
4. <https://zlu-rab.hr/hr/#> posjećeno 18.4.2021. – Županijska lučka uprava
5. <http://www.rab.hr/dokumenti/sjednice-gradskog-vijeca/23-Strategija%20razvoja%20turizma%20Grada%20Raba%20do%202030.%20godine.pdf>
posjećeno 18.4.2021. – Strategija razvoja turizma Grada Raba
6. <https://whc.unesco.org/en/guidelines/> - posjećeno 4.6.2021. – UNESCO. *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*; UNESCO World Heritage Centre: Paris, France, 2012
7. <https://en.climate-data.org/europe/italy/> posjećeno 4.6.2021. – Capri klima
8. <https://www.infocapri.it/en/information-on-the-island-of-capri/useful/item/665-wildlife-and-vegetation.html>, posjećeno 5.6.2021. – Flora i fauna
9. <https://www.wine-searcher.com/regions-capri>, posjećeno 6.6.2021. – vina Caprija
10. <https://www.expedia.com/Cheap-Flights-To-Capri-Island.d180062.Travel-Guide-Flights?pwaLob=wizard-flight-pwa> – prometna povezanost
11. <http://imuseiitaliani.beniculturali.it/sii//statistiche>, posjećeno 9.6.2021. – kulturna dobra
12. <https://www.scogliodellesirene.com/>, posjećeno 11.6.2021. – prikaz obale
13. <http://www.capritourism.com/it/accommodation>, posjećeno 12.6.2021.

Popis slika, tablica i priloga

Slika 1. Vrijeme na Capriju po mjesecima – Izvor: climate-data.org(4.6.2021.), (str. 29)

Slika 2. Prosječna temperatura na otoku Capri – Izvor: climate-data.org(4.6.2021.), (str. 30)

Slika 3. Scoglio delle Sirene u Marini Piccola – Izvor:
<https://www.scogliodellesirene.com/>(11.6.2021.), (str. 33)

Tablica 1. Komparativna analiza otoka Rab i Capri, (str. 37-38)