

DUBROVČAKO-NERETVANSKA ŽUPANIJA

OPĆINA TRPANJ

STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA

2019. – 2025.



Trpanj, 2019.

Naziv projekta: Strategija razvoja turizma Općine Trpanj

Datum: 2019. godine

Naručitelj: Općina Trpanj

Nositelj projekta: Adria Bonus d. o. o. Poreč

Suradnja: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku  
Institut za poljoprivredu i turizam – Poreč

Voditelj projekta: Prof. dr. sc. Zdenko Tomčić

SURADNICI NA PROJEKTU: doc. dr. sc. Berislav Bolfek

dr. sc. Anita Ilak Peršurić

doc. dr. sc. Linda Juraković

mr.sc. Veljko Mirković

Stevo Žufić, dipl. oec.

dr. sc. Zoran Jeremić

Krešo Alihodžić, oec.

*Tekst je lektoriran i tehnički obrađen.*



Sadržaj:

1. UVOD .....	1
1.1. Ciljevi Strategije razvoja turizma Općine Trpanj .....	1
1.2. Metodologija .....	2
1.3. Integralni pristup (koncept) izradi Strategije razvoja turizma Općine Trpanj .....	3
2. RESURSI I DJELATNOSTI.....	6
2.1 Lokacija i površina Dubrovačko-neretvanske županije i Općine Trpanj.....	6
2.2. Demografska slika Općine Trpanj.....	10
2.3. Prirodni resursi .....	17
2.3.1. Reljef i klima.....	17
2.3.2. Biljni i životinjski svijet .....	18
2.3.3. Poljoprivredne površine .....	18
2.3.4. Vodno bogatstvo .....	18
2.5. Infrastruktura.....	19
2.5.1. Promet .....	19
2.5.2. Vodoopskrba .....	20
2.5.3. Elektroopskrba .....	20
2.5.4. Telekomunikacijski promet.....	21
2.6. Komunalna djelatnost.....	21
2.6.1. Odvodnja otpadnih voda .....	21
2.6.2. Gospodarenje otpadom.....	21
2.7. Društvene djelatnosti.....	22
2.7.1. Obrazovanje .....	22
2.7.2. Kultura.....	22
2.7.3. Sport .....	25
2.7.4. Udruge građana .....	25
2.7.5. Zdravstvo.....	25
2.8. Gospodarstvo.....	25
2.8.1. Turizam i ugostiteljstvo.....	26
2.8.2. Poljoprivreda .....	26
2.8.3. Vinarstvo .....	27
2.8.4. Ribarstvo i marikultura.....	29
2.8.5. Šumarstvo.....	31
2.8.6. Malo i srednje poduzetništvo .....	31
3. RAZVOJNO-PLANSKA OPREDJELJENJA .....	34
3.1. Europski sustav .....	34
3.2. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.....	35
3.3. Strategija razvoja turizma Dubrovačko- neretvanske županije 2012. – 2022. ....	37
3.4. Plan razvoja turizma Pelješca.....	38
3.5. Poželjan razvoj turizma na poluotoku Pelješcu u kontekstu izgradnje Pelješkog mosta .....	39
3.6. Prostorni planovi Županije .....	39
3.6.1. Strategija razvoja ruralnog prostora Dubrovačko-neretvanske županije .....	44
3.7. Prostorni planovi Općine.....	45
3.8. Strateški razvojni program Općine Trpanj .....	47
3.9. Studija razvoja područja Blace.....	53
4. POTICAJNE MJERE, KREDITNE LINIJE, OSTALI IZVORI FINANCIRANJA.....	54
4.1. Prikaz stanja .....	54

4.2. Investicijsko okruženje.....	55
4.3. Korištenje EU fondova.....	55
5. OBILJEŽJA POTRAŽNJE I PONUDE.....	56
5.1. Obilježja turističke ponude destinacije .....	56
5.1.1. Obilježja ponude Općine Trpanj .....	57
5.1.2 Prikaz ponude (jedan dio) .....	59
5.2. Obilježja potražnje .....	64
5.2.1 Obilježja turističke potražnje u destinaciji .....	64
5.3. Obilježje turističke potražnje destinacije Općine Trpanj .....	65
6. SWOT ANALIZA .....	69
7. TRŽIŠNI ELEMENTI.....	70
7.1. Tržišna kretanja i trendovi.....	70
7.1.1. Neusklađenost ponude i potražnje.....	71
8. RAZVOJNE MOGUĆNOSTI.....	76
8.1. Razvojne mogućnosti .....	76
8.2. Mogući pravci razvoja.....	76
8.3. Očekivani efekti .....	79
9. RAZVOJNA STRATEGIJA I CILJEVI (opredjeljenje) .....	82
9.1. Misija.....	82
9.2. Vizija – odabrana varijanta .....	82
9.3. Odabrani model razvoja .....	83
9.4. Najznačajniji ciljevi razvoja.....	84
10. POBOLJŠANJE PONUDE I NOVI PROIZVODI (integralni pristup).....	86
10.1. Poboljšanje postojećeg stanja.....	86
11. DESTINACIJSKI MENADŽMENT I MARKETING .....	92
11.1. Destinacijski menadžment Općine .....	92
11.2. Destinacijski marketing Općine .....	93
11.2.1. Brendiranje destinacije .....	94
11.2.2 Sustav upravljanja turizmom.....	95
12. PLAN PROVEDBE .....	97
13. AKCIJSKI PLAN (projekti, mjere, aktivnosti, opis, očekivane koristi, nositelji, razdoblja realiziranja, aktivnosti/radnje, financiranje, dionici) .....	100
SAŽETAK.....	133
IZVORI .....	135

## 1. UVOD

Strategija razvoja turizma Općine Trpanj do 2025. godine dokument je koji, polazeći od objektivno sagledane postojeće pozicije Općine Trpanj u njezinom tržišnom okruženju, postavlja načela, viziju, ciljeve i koncepciju daljnjeg razvoja turizma Općine te predlaže skup perspektivnih razvojnih projekata i mjera kojima se postavljena strateška usmjerenja materijaliziraju. Danas je turizam pokretač gospodarskoga razvoja Općine Trpanj, tako da možemo reći da je snaga Općine u njezinim vrijednim stanovnicima koji uz bavljenje turizmom njeguju staru tradiciju vinogradarstva, maslinarstva, ribolova, ali u isto vrijeme prate i suvremene tehnološke trendove, stječu nova znanja i tako unaprjeđuju svoje poslovanje.

*Zbog toga je u strategiji dugoročnoga razvoja turizma neophodno ostvariti:*

- razvijati turizam samo onoliko koliko on stanovništvu donosi željeni dohodak i standard, prije svega u obliku otvaranja novih radnih mjesta, zaustavljanju depopulacije stanovništva i očuvanje okoliša
- ostvariti povezivanje svih gospodarskih i društvenih djelatnosti u smislu da razvoj turizma pokreće unapređenje poljoprivrede, obrtničku djelatnost, malu industriju i neke turističke usluge
- unapređenje selektivnih i drugih oblika turističke ponude
- unapređenje svih vidova uređenja okoliša i održavanje vrijednih kulturnih spomenika i podizanje opće razine kulture življenja i udruga civilnog društva

Svrha izrade *Strategije razvoja turizma Općine Trpanj 2019. – 2025.* je određivanje strateških prioriteta razvoja turizma s relevantnim aktualnim strateškim dokumentima Općine Trpanj, Dubrovačko-neretvanske županije, Republike Hrvatske i Europske unije. Građani i javna uprava moraju imati jasnu viziju kojom će definirati razvoj turizma za razdoblje 2019. – 2025. godine i prema tome usmjeravati svoj razvoj kao i poslovne aktivnosti koje proizlaze iz postavljenih strateških ciljeva. Povrh toga, ovaj strateški dokument predstavlja temelj za određenje konkurentnih mjera i akcija kojima se može aplicirati za fondove EU-a. Strategija razvoja turizma Općine, oslanja se na Strategiju razvoja hrvatskog turizma za razdoblje do 2020. godine. Na osnovu ovoga strateškoga dokumenta doneseni su i planovi na županijskoj razini, temeljni planski dokument koji određuje razvoj turizma.

### *1.1. Ciljevi Strategije razvoja turizma Općine Trpanj*

Sukladno opisu projektnoga zadatka te istodobno uvažavajući načela suvremenoga turističkoga planiranja, glavni ciljevi izrade Strategije razvoja turizma Općine Trpanj za razdoblje od 2019. do 2025. godine zacrtani su na sljedeći način:

- Definiranje nove vizije razvoja turizma na području Općine Trpanj
- Definiranje strateških odrednica i mjerljivih ciljeva turističkoga razvoja
- Uspostava cjelovitoga destinacijskoga lanca vrijednosti i podizanje kvalitete turističkoga destinacijskoga proizvoda
- Unaprjeđenje postojećih te oblikovanje i razvoj novih i inovativnih turističkih proizvoda
- Stvaranje pretpostavki za uspješno tržišno (re)pozicioniranje Općine

- Definiranje glavnih razvojnih programa i akcijskog plana njihove provedbe.
- Strategija razvoja turizma Općine Trpanj za razdoblje 2019. – 2025. razvojni je dokument kojim se usmjerava turistički razvitak Općine u navedenome razdoblju.

*Ključna pitanja dokumenta su sljedeća:*

- Kakav se turizam želi razvijati te koji su mogući razvojni modeli?
- Kakva će biti uloga turizma u društveno-kulturnome i gospodarskome razvoju Općine Trpanj te na koji način osigurati veći stupanj financijske i političke podrške?
- Na koji način osigurati ravnomjeran turistički razvoj na području Općine Trpanj?
- Kako razvijati turizam u Općini s obzirom na posebnosti Dubrovačko-neretvanske županije?
- Kako učinkovito upravljati prostorom uzimajući u obzir negativne utjecaje turizma na prostor?
- Kako unaprijediti razvoj turizma, smanjiti sezonalnost i povećati konkurentnost turizma Općine Trpanj?
- Kako potaknuti domaće i strano, malo, srednje i veliko poduzetništvo na ulaganje u razvoj novih turističkih projekata u Općini Trpanj?
- Kako planirati, uskladiti i poticati razvoj ljudskih resursa i inovacija sukladno potrebama turističkoga sektora i tržišta?
- Kako iskoristiti EU fondove za financiranje ključnih turističkih projekata u Općini Trpanj?

Glavni cilj dokumenta je osigurati planski, sustavan, uravnotežen i dugoročno održiv razvoj turizma na području Općine. Osim toga, jedan od važnih ciljeva projekta je osigurati ravnomjeran razvoj turizma na cijelom području Općine te potaknuti sociodemografsku i ekonomsku revitalizaciju ruralnog područja Općine, osobito onih dijelova koji raspolažu s vrijednom kulturno-povijesnom baštinom.

## *1.2. Metodologija*

Metodologija projekta ide u cilju provedbe projektnih rješenja, a temelji se na ključnim metodološkim principima prikazanim u nastavku.

Cjelokupni proces izrade temelji se na sljedećim načelima:

- *Partnerski pristup*
- *Multidisciplinarnost*
- *Konzultacijski proces*
- *Baziranje na relevantnim podacima*

- partnerski pristup

Kako bi izrada strategije razvoja turizma Općine bila transparentnija i kako bi se svi stavovi i opredeljenja mogli što uspješnije ugraditi, najveći i najmanji turistički subjekt, kao i svima zainteresiranima, nužno je osigurati odgovarajući način prenošenja informacija. Tako će priliku da izlože prijedloge, sugestije i mišljenja imati svi zainteresirani. Time se ukazuje na značaj partnerskoga pristupa i participacije u planiranju razvoja turizma.

S tim ciljem je i koncipirana metodologija rada suradnje koristeći: anketiranje (opći anketni upitnik, delfi metoda), intervjui, razgovori, usaglašavanje stavova (prva prezentacija, prva verzija SRT-a).

- **Multidisciplinarnost**

Turizam je izrazito multidisciplinarni sektor, stoga je pri planiranju turističkoga razvoja potrebno uključiti stručnjake iz različitih područja i djelatnosti kojima je turizam zajednička tema djelovanja.

- **konzultacijski proces**

Konzultacijski proces predviđa uključivanje predstavnika svih relevantnih dionika s područja Općine u proces izrade predmetnoga plana kroz formiranje radnih skupina. Na ovaj će se način osigurati multidisciplinarni i partnerski pristup pri izradi strategije razvoja turizma te će se uspješnije provesti analiza problema, definirati ciljevi, prioriteti i mjere te ključni razvojni projekti važni za razvoj turizma Općine. U radu će radnih skupina sudjelovati stručnjaci iz raznih institucija, privatnoga i civilnoga sektora koji će savjetovati, predlagati i usmjeravati izradu strategije kroz za to namijenjene konstruktivne radionice. Radne skupine oformit će se u skladu s prostorno-razvojnim cjelinama.

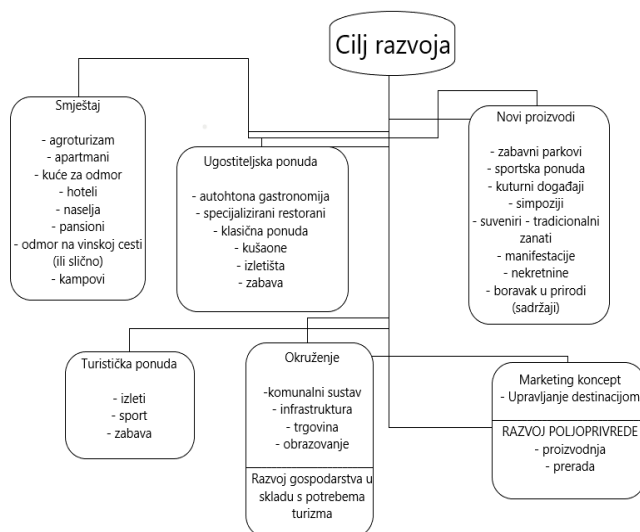
- **baziranje na relevantnim podacima**

Izrada Strategije razvoja turizma temeljit će se na analizi relevantnih, recentnih i pouzdanih sekundarnih podataka objavljenih u domaćim i inozemnim statističkim i/ili stručnim publikacijama, te na podacima koji će se prikupiti i analizirati tijekom izrade predmetnog plana.

### 1.3. Integralni pristup (koncept) izradi Strategije razvoja turizma Općine Trpanj

Temelj određivanja turističke destinacija nije samo cilj putovanja, već sadržaj u prostoru koji se na turističkom tržištu može plasirati kao cjeloviti proizvod. Sa shemom smo ilustrativno prikazali u kom smislu treba promatrati i koncipirati razvoj turističke destinacije Općine Trpanj, uzevši u obzir sve resurse, potencijale kojima Općina raspolaže, sve u svrhu cjelokupne turističke ponude.

Svaka turistička destinacija koja ima ozbiljnije ambicije na turističkom tržištu mora



komunicirati bazični sustav iskustava kojeg je u stanju pružiti potencijalnim korisnicima, bilo da je riječ o krajnjim potrošačima (turistima i/ili posjetiteljima), ili je riječ o turističkim posrednicima (putničkim agencijama i turoperatorima). Profesionalno i jasno strukturiranje turističkog sustava destinacije kompleksan je i dugotrajan proces. Pritom nije dovoljno raspolagati turističkim atrakcijama, već je potrebno sustavno poticati izgradnju cjelovitog lanca vrijednosti, gdje svi elementi destinacijske ponude moraju biti usklađeni sa zahtjevima tržišta. Sukladno tome, Općina Trpanj kao turistička destinacija može dugoročno uspjeti tek ako iza samog geografsko-političkog pojma stoji sustav dobro osmišljenih turističkih iskustava i/ili doživljaja upakiranih u profesionalno oblikovane turističke proizvode. U tom kontekstu, za Općinu je trenutno najvažnije da se međusobno usklade aktivnosti na razvoju turističkog proizvoda.

Razvojem turizma želi se ostvariti povećanje ukupnih turističkih primitaka uz poštivanje načela održivog razvoja. Integralno upravljanje kvalitetom naglasak stavlja na potrebu kontinuiranog poboljšanja kvalitete i integralni pristup, a temelji se na polazištima zadovoljstva turista ponuđenim opipljivim i neopipljivim čimbenicima, među koje prije svega spada gostoljubivost, sigurnost, zaštita okoliša, čistoća i drugo. Isto tako, predstavlja napor za postizanje unutarnje i vanjske kvalitete gdje se vanjska kvaliteta odnosi na održivi razvoj turizma s racionalnim korištenjem obnovljivih i neobnovljivih prirodnih i svih drugih resursa i atrakcija. Turizam je vrlo složeni društveno-ekonomski sustav kojeg ne možemo razumjeti ukoliko ga upravo ne analiziramo i složenim metodama kojima se služi opća teorija sustava i putem koje možemo najbrže doći do novih spoznaja, novih znanja, razbijanja starih klišeja i paradigmi i uspostavljanja novih. Turizam, kao i svaka ekonomska aktivnost, polučuje pozitivne i negativne posljedice.

Održivim razvojem turizma treba maksimizirati koristi od turizma i istovremeno minimizirati štete, te usmjeriti i limitirati turistički razvoj sukladno zahtjevima održivog razvoja turizma. Turizam, kao ekonomska aktivnost, ima specifična obilježja. Turisti putuju, prilaze proizvodu, dolaze u destinaciju. Turizam je kao aktivnost koje se odvija kroz niz različitih subjekata koji pripadaju različitim granama gospodarstva teško kontrolirati. Pri procjeni utjecaja potrebno je posebno voditi računa o čimbeniku sezonalnosti zbog kojeg se veći dio aktivnosti koncentrira u kratkom vremenskom periodu, te stoga mogu polučiti velike štete.

U tom kontekstu ističu se ključne problemske točke kada se raspravlja o održivom razvoju turizma na području Općine Trpanj, a to su:

- a) *sezonalnost turističkog prometa*
- b) *pritisak na uski priobalni prostor*
- c) *zapravo, ukupno stanje turističke destinacije ( ponuda )*

Koncepcija održivog razvoja Općine promovira kontrolirani rast i razvoj uz maksimalno očuvanje i racionalno korištenje resursa. Time se ostvaruje dugoročni ekonomski i društveni razvoj. Razvoj koji bi u dužem periodu posljedično znatno narušio ekonomsku, društvenu i ekološku osnovu nije razvoj temeljen na načelima održivosti. Inicijativa za održivi razvoj treba stići iz lokalnih zajednica koje moraju shvatiti da u turizmu ekonomsku korist donosi ekološka odgovornost. Primjena koncepcije moguća je, dakle, isključivo na inicijativu lokalne uprave i samouprave, uz suglasnost ključnih nositelja turističke ponude, ali i gospodarskih subjekata drugih grana gospodarstva te podršku lokalnog stanovništva. U mjeri u kojoj je to moguće, Strategija razvoja turizma Općine Trpanj je razumljiv i jednostavan dokument, primjenjiv u osmišljavanju razvoja Općine.



Slika 1, Općina Trpanj



## 2. RESURSI I DJELATNOSTI

Resursi i njihove karakteristike značajno opredjeljuju turističku djelatnost, a istovremeno determiniraju kvalitetu života stanovništva. U sljedećem poglavlju navode se lokacija i površina, demografska slika, zaposlenost i nezaposlenost stanovništva, reljef i klima, biljni i životinjski svijet, poljoprivredne površine, vodno bogatstvo, povijesni i kulturni resursi, infrastruktura (prometnice, vodoopskrba, elektroopskrba, plinovod, telekomunikacijski promet, komunalna djelatnost), društvena djelatnost (obrazovanje, kultura, sport), gospodarstvo (turizam i ugostiteljstvo, poljoprivreda, malo i srednje poduzetništvo).

### 2.1 Lokacija i površina Dubrovačko-neretvanske županije i Općine Trpanj

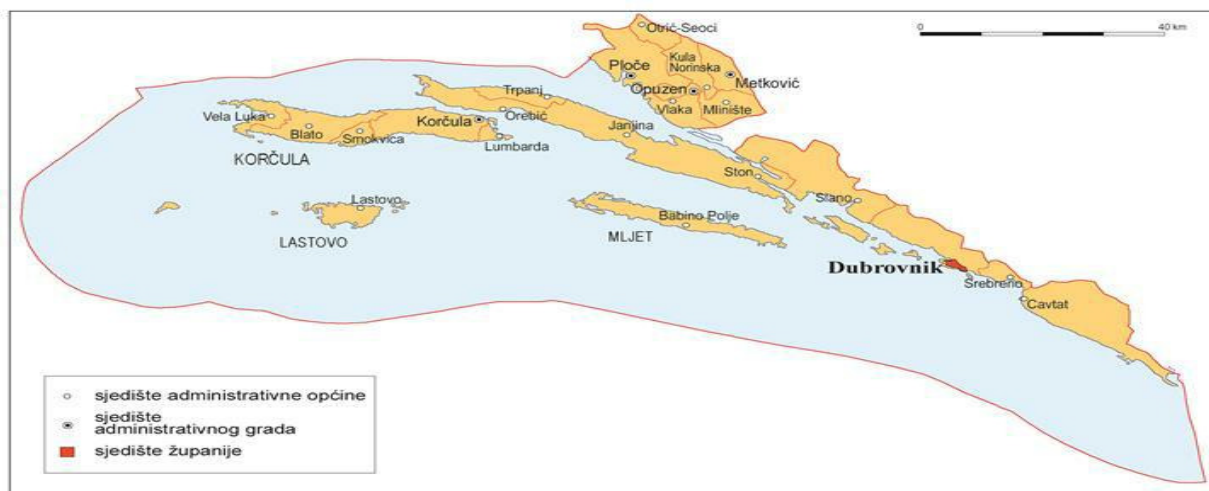
Dubrovačko-neretvanska županija je najjužnija Županija u Republici Hrvatskoj i teritorijalno je organizirana u 22 jedinice lokalne uprave i samouprave, odnosno 5 gradova (Dubrovnik, Korčula, Ploče, Metković i Opuzen) i 17 općina (Blato, Dubrovačko primorje, Janjina, Konavle, Kula Norinska, Lastovo, Lumbarda, Mljet, Orebić, Pojezerje, Slivno, Smokvica, Ston, Trpanj, Vela Luka, Zažablje i Župa dubrovačka). Županijsko središte se nalazi u Gradu Dubrovniku.

Prostor Županije čine dvije osnovne funkcionalne i fizionomske cjeline: relativno usko uzdužno obalno područje s nizom pučinskih i bližih otoka (od kojih su najznačajniji Korčula, Mljet, Lastovo i grupa Elafitskih otoka) te prostor Donje Neretve s gravitirajućim priobalnim dijelom. Prostor je prekinut državnom granicom s Bosnom i Hercegovinom i samo na području donjoneretvanske doline ima prirodnu vezu s unutrašnjošću i spoj prema sjeveru i panonskom dijelu Hrvatske. Obalna duljina je vrlo razvedena i varira od zaštićenih uvala s pjeskovitim plažama egzotične ljepote do otvorenom moru izložene strme obale s klifovima što ovu Županiju čini jednom od najljepših područja na Sredozemlju. Područje Županije ima sve karakteristike sredozemne klime s klimatskim razlikama koje su posljedica postojanja visoke planinske barijere neposredno uz obalu, niza otoka i povremenih kontinentalnih utjecaja.

- Županija zauzima prostor od 9272,37 km<sup>2</sup>, što predstavlja 12,40 % ukupne površine Republike Hrvatske.
- Na kopno otpada 1782,49 km<sup>2</sup>, odnosno 3 % kopnenog teritorija Hrvatske.
- Pripadno more je površine 7489,88 km<sup>2</sup>, odnosno 80,78 % površine Županije ili 23 % mora Hrvatske.
- Obalna duljina Županije je 1024,63 km

Po posljednjem popisu stanovništva, 2011 god. u Dubrovačkoj-neretvanskoj županiji živi 122.568 stanovnika, cca 69 stanovnika po km<sup>2</sup>. Prosječna starost stanovnika DNŽ je cca 42 godine i bilježi negativan prirodni prirast (-12).

Slika 2, Dubrovačko-neretvanska županija



Izvor: Proleksisenciklopedija

### Poluotok Pelješac

Pelješac je najduži dalmatinski poluotok, vrlo razveden, najvećim dijelom šumovit s obalom punom plaža, grebena, uvala i fjordova. Pelješac je bio naseljen u pradávnim vremenima Ilirima, Grcima, Rimljanima i od 7. st. Slavenima, Hrvatima. Stari povjesničari ga spominju kao *Rathaneus Kersones*, Rt risova. Sa stoljetnom pomorskom tradicijom Pelješac je poluotok pomoraca i kapetana, poznatih po svojoj vještini i neustrašivosti na morskoj pučini. Od davnine je poznat i po svojim vinogradima, pa su njegova sortna vina *dingač*, *postup*, *plavac mali* danas poznata u čitavom svijetu.

Drugi po veličini poluotok u Hrvatskoj uživa sjajnu mediteransku klimu koja ga je učinila savršenim podnebljem za uzgoj vinove loze i pravljenje vrhunskih vina. Pelješac je slavan i zbog solane koja je stoljećima hranila mnoge, pa tako i znamenitu Dubrovačku Republiku. Drevni obrambeni bedem (Stonske zidine) treći je simbol kojim se najčešće opisuje poluotok, izgrađene u 14. i 15. st. duge više od 5 km, visoke 5–10 m, utvrđene s četrdesetak kula i bastiona. Pelješac je smješten na južnom dijelu Hrvatske. Omeđen je Neretvanskim kanalom, Malostonskim zaljevom, Mljetskim kanalom i Pelješkim kanalom. Pruža se skoro usporedno sa smjerom pružanja obale, od svog spoja s kopnom u Malom Stonu pa do krajnjeg rta Lovište dug je 71 km. Površina Pelješca je 348 km<sup>2</sup>. S kopnom je spojen Stonskom prevlakom koja je na najužem dijelu široka 1450 m. Prevlaka je pretežno pjeskovita i očigledno je da je nastala nanosima, što pokazuje da je Pelješac nekada bio otok. Građa Pelješca je brdovita s dosta krških polja. Građa je pretežno vapnenačka, tj. prevladava kredni vapnenac, dolomit i eocenski fliš. Od svih brda najviši je Sveti Ilija (961 m) kojeg još nazivaju i Zmijsko brdo ili *Monte vipera*. Vrh se nalazi na tromeđi i čini prirodnu granicu između Općine Orebić i Općine Trpanj.

Obalna crta Pelješca dugačka je oko 200 km. Preko čitavog poluotoka vodi asfaltna cesta koja povezuje sva naselja. Jedan krak ceste odvaja se prema Trpnju, odakle vozi svakodnevno nekoliko puta trajekt prema Pločama i obratno. Drugi krak dolazi do Orebića i trajekt povezuje Pelješac s otokom Korčulom. Pelješac je podijeljen na 4 općine: najistočnije uz

kopno Ston, u sredini Janjina, na sjeverozapadu Trpanj i na jugozapadu Orebić. Osim u ta 4 općinska gradića, pučanstvo živi još u sljedećim selima:

- u općini Ston: Boljenovići, Brijesta, Broce, Česvinica, Dančanje, Duba Stonska, Dubrava, Hodilje, Luka, Mali Ston, Metohija, Putniković, Sparagovići, Tomislavovac, Zabrdje, Zaton Doli, Žuljana;
- u općini Janjina: Drače, Janjina, Osobjava, Popova Luka, Sreser;
- u općini Trpanj: Duba, Donja Vručica, Gornja Vručica;
- u općini Orebić: Donja Banda, Kućište, Kuna Pelješka, Lovišće, Nakovanj, Orebić, Oskorušno, Pijavičino, Podgorje, Podbuče, Potomje, Stankovići, Trstenik i Viganj.

Pelješki most je most u izgradnji koji bi trebao premostiti Malostonski zaljev između Komarne i Brijesta u Općini Ston. Hrvatskoj je važan jer njegovom izgradnjom uspostavila bi se čvrsta cestovna veza između svih dijelova hrvatskog teritorija. Dubrovačko-neretvanska županija povezala bi se s ostatkom hrvatskog teritorija što bi bitno doprinijelo razvitku Dubrovnika, poluotoka Pelješca i cijele najjužnije hrvatske županije, dakle, njime bi u potpunosti bio povezan hrvatski teritorij, prekinut Bosnom i Hercegovinom. Most će biti dug 2,4 km, visok 55 metara. Imati će 4 trake. Rok izgradnje do 2021.

#### Općina Trpanj

Općina Trpanj zajedno s cijelim poluotokom Pelješcom administrativno potpada pod Dubrovačko neretvansku županiju. Općina Trpanj prostire se na 36,70 km<sup>2</sup>. Prema Popisu stanovništva 1991. godine imala je 871 stanovnika, dok prema Popisu stanovništva od 2011. godine ima 721 stanovnika, tj. 20,20 stanovnika na km<sup>2</sup>.

*U sastavu Općine Trpanj danas se nalaze sljedeća naselja:*

Trpanj, Gornja Vručica, Donja Vručica i Duba Pelješka. Administrativno središte Općine nalazi se u naselju Trpanj.

Trpanj – slikoviti južnodalmatinski gradić koji se nalazi na sjeverozapadnoj strani poluotoka Pelješca u Dubrovačko-neretvanskoj županiji. Trpanj je mali gradić, no ima bogatu povijest koja seže sve do antičkih vremena. Nekada je Trpanj bio mjesto ribara i težaka. U današnje je vrijeme taj gradić postao turističkom oazom Pelješca. Ovdje su nađeni tragovi života iz pretpovijesnih vremena i to u obliku keramičkih predmeta. Ostaci su pronađeni na padinama brežuljka Gradina koji dominira iznad Trpanjskoga pristaništa. Kontinuitet života nastavlja se i u kasnoj antici kada bizantski car Justinijan u Trpnju podiže utvrdu Gradinu koja predstavlja najznačajniji spomenik kulture u Trpnju – ujedno je i izvanredan vidikovac. Trpanj zauzima i značajno mjesto u povijesti. Za vrijeme Hrvatskoga narodnoga preporoda u Dalmaciji, zahvaljujući propisu po kojemu je hrvatski jezik postao službenim jezikom umjesto tada dominantnoga talijanskoga, stanovnici Trpnja zahtijevali su da se trgovačke knjige vode na hrvatskom jeziku. Ta je odluka izazvala bijes autonomaša koji su Trpanjce sarkastično nazivali *terribili farauni*.

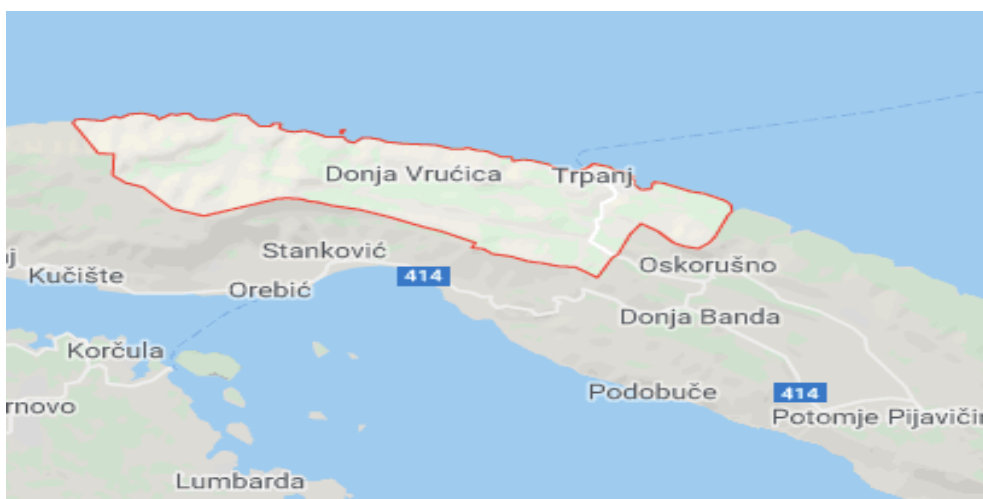


Slika 3, Općina Trpanj

Gornja i Donja Vrućica – Na sjeverozapadnom dijelu Pelješca, zapadno od Trpnja nalazimo srednjovjekovna naselja Gornju i Donju Vrućicu i priobalno naselje Dubu Trpanjsku. Ova dva naselja s brojnim zaseocima smještene su u kotlinama i na padinama brda u unutrašnjosti Pelješca, pružaju pitoreskne krajolike u kojima isprepliću vinogradi, maslinici, mediteransko raslinje i dalmatinski krš. Kulturu i duboko ukorijenjenu kršćansku tradiciju svjedoče i ovdje brojne crkve i kapelice od kojih se neke spominju i u najstarijim crkvenim dokumentima.

Duba – Najmanje naselje na području općine Trpanj smješteno je podno najvišeg vrha Pelješca Sv. Ilija (961 m) i 13 km udaljeno od Trpnja.

Slika 4, Općina Trpanj



Izvor: Google maps, 2019.

## 2.2. Demografska slika Općine Trpanj

Tijekom razdoblja od 30 godina; od 1981. do 2011. broj stanovnika na području općine smanjio se za 45,21 %. Najveći pad broja stanovništva (20,21 %) dogodio se između 1981. –1991. godine, što ukazuje da je vjerojatno osim emigracije nastupio i denatalitet koji potencira depopulaciju i onemogućava revitalizaciju domaćeg stanovništva. Kao mogući razlozi migracija iz općine mogu se navesti:

- prerazmjestaj stanovništva unutar općina migracijom iz ruralnih naselja u urbana središta u kojima su se koncentrirale propulzivne privredne aktivnosti
- iscrpljene demografske rezerve
- otežani uvjeti zapošljavanja (problemi stanovanja, zdravstva, odgoja i obrazovanja, prometa itd.)
- ratno i poratno stanje. Za razliku od broja stanovnika na području općine, broj stanovnika na razini DNŽ tijekom 30 godina povećao se za 5,62 %. Najveće povećanje (8,43 %) nastupilo je u razdoblju od 1981. do 1991. – potpuno suprotno od onoga što se događalo na području općine.

Tablica 1. Kretanje stanovništva Općine Trpanj 1981. – 2011.

	Površina		Stanovništvo							
			1981.		1991.		2001.		2011.	
	Broj	%	Broj	%	Broj	%	Broj	%	Broj	%
Dubrovačko neretvanska županija	1.783,7	100	115.683	100	126.329	100	122.870	100	122.568	100
Općina Trpanj	35,7	2	1047	0,9	871	0,7	871	0,8	721	0,59

Izvor: UHY Savjetovanje, prema: Državni zavod za statistiku

Tablica 2. Stanovništvo prema starosti i spolu po naseljima, Popis iz 2011.

	Spol	Ukupno	Starost																			
			0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95 i više
Dubrovačko-neretvanska županija																						
Općina Trpanj	sv.	721	25	28	41	35	31	32	21	47	43	48	52	53	66	55	54	41	25	21	3	-
	m	344	13	18	18	15	16	20	11	19	25	24	30	26	37	23	18	13	11	7	-	-
	ž	377	12	10	23	20	15	12	10	28	18	24	22	27	29	32	36	28	14	14	3	-
<b>Naselja</b>																						
Donja Vručica	sv.	33	-	-	1	1	-	-	-	1	2	4	3	2	3	4	2	4	1	3	2	-
	m	17	-	-	1	-	-	-	-	-	2	3	3	-	3	2	1	1	1	-	-	-
	ž	16	-	-	-	1	-	-	-	1	-	1	-	2	-	2	1	3	-	3	2	-
Duba Pelješka	sv.	44	2	2	3	-	-	2	-	2	6	1	4	-	4	3	5	5	3	1	1	-
	m	25	2	2	-	-	-	1	-	1	4	1	4	-	3	1	3	1	1	1	-	-
	ž	19	-	-	3	-	-	1	-	1	2	-	-	-	1	2	2	4	2	-	1	-
Gornja Vručica	sv.	46	2	1	1	1	3	1	-	6	2	2	2	4	7	4	3	2	3	2	-	-
	m	20	1	1	-	-	2	-	-	3	1	1	1	3	3	2	-	1	-	1	-	-

	Spol	Ukupno	Starost																			
			0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95 i više
	ž	26	1	-	1	1	1	1	-	3	1	1	1	1	4	2	3	1	3	1	-	-
Trpanj	sv.	598	21	25	36	33	28	29	21	38	33	41	43	47	52	44	44	30	18	15	-	-
	m	282	10	15	17	15	14	19	11	15	18	19	22	23	28	18	14	10	9	5	-	-
	ž	316	11	10	19	18	14	10	10	23	15	22	21	24	24	26	30	20	9	10	-	-

Izvor: DZS, 2011

Iz gornje tabele vidljivo je da u Općini Trpanj prevladava stanovništvo s prosječnom životnom dobi od 60 do 69 godina (njih cca 120, 60 muškaraca te 61 žena). Sljedi populacija od 35 do 49 godina.



U Općini, broj stanova i kuća za povremeno stanovanje zastupljen je najvećim udjelom u ukupnom broju stanova i kuća što je vidljivo i iz tablice 3.

Tablica 3. Stanovi, kuće i prostori prema načinu korištenja

	UK	Broj članova kućanstva									Prosječan broj osoba u kućanstvu
		1	2	3	4	5	6	7	8	10	
Broj kućanstava	299	98	91	46	35	21	5	2	-	1	2,40
Broj osoba	717	98	182	138	140	105	30	14	-	10	-

Izvor: DZS, 2011.

Prema popisu stanovništva iz 2011. Općina Trpanj broji 299 kućanstava u kojima stanuje 717 osoba.

Tablica 4. Broj evidentiranih nezaposlenih osoba prema dobi 2018.

Nezaposleni u Općini Trpanj prema dobi tijekom 2018.g.												
Dob	2018-01	2018-02	2018-03	2018-04	2018-05	2018-06	2018-07	2018-08	2018-09	2018-10	2018-11	2018-12
15-19	2	2	2	0	0	0	1	1	2	0	1	1
20-24	3	3	3	3	2	1	1	1	1	5	5	6
25-29	4	4	3	3	0	0	0	0	1	2	3	4
30-34	3	2	2	1	1	0	0	0	0	1	1	1
35-39	4	4	3	3	2	1	1	0	2	3	4	3
40-44	7	5	6	4	2	1	0	0	0	4	5	7
45-49	4	4	3	2	2	1	1	1	1	3	3	2
50-54	5	5	4	3	1	0	1	1	0	2	2	3
55-59	10	10	10	9	5	2	2	1	1	5	4	5
60-64	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1
UKUPNO	43	40	37	29	17	8	9	6	9	26	29	33

Izvor: HZZO područni ured Dubrovnik 2018.

Iz tablice 4. vidljivo je da je prvih četiri mjeseca nezaposlenost najviša, najviše njih tj. 43 – 29, starosne dobi od 55 – 59 godina. Dolaskom turističke sezone, nezaposlenost pada.

Tablica 5. Zaposlene osobe s područja Općine Trpanj

Mj.	2018-01	2018-02	2018-03	2018-04	2018-05	2018-06	2018-07	2018-08	2018-09	2018-10	2018-11	2018-12
UKUPNO	161	166	168	183	195	218	233	235	204	181	181	174

Izvor: HZZO područni ured Dubrovnik

*Tablica 6. Stanovništvo prema glavnim izvorima sredstava za život i spolu*

Ime županije	Grad ili općina	Ime grada ili općine	Ukupno <sup>1)</sup>	Prihodi od stalnog rada	Prihodi od povremenog rada	Prihodi od poljoprivrede	Starosna mirovina	Ostale mirovine	Prihodi od imovine	Socijalne naknade	Ostali prihodi	Povremena potpora drugih	Bez prihoda
Dubrovačko-neretvanska	Općina	Trpanj	721	168	74	71	156	83	15	10	26	24	197

*Izvor: DZS, 2011.*

Iz tablice 6. vidljivo je da najviše stanovnika Općine Trpanj živi od prihoda stalnog rada, a na drugom mjestu su stanovnici koji prihode ostvaruju iz mirovinskog prava i ostalih mirovina.

Tablica 7. Osiguranici mirovinskog osiguranja prema županijama, općinama i osnovama osiguranja – stanje na dan 30. 9. 2020.

OSIGURANICI MIROVINSKOG OSIGURANJA PREMA ŽUPANIJAMA, OPĆINAMA I OSNOVAMA OSIGURANJA

ŽUPANIJA: DUBROVAČKO-NERETVANSKA

Šifra i naziv općine, grada	Radnici kod pravnih osoba			Obrtnici			Poljoprivrednici			Samostalne profesionalne djelatnosti		
	Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
601 Trpanj	49	49	98	15	5	20	1	2	3	4	1	5
Šifra i naziv općine, grada	Radnici kod fizičkih osoba			Osig. zaposleni kod međunarodnih organizacija i u inozemstvu			Osiguranici - produženo osiguranje			UKUPNO		
	Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
601 Trpanj	20	9	29	0	0	0	2	1	3	91	67	158

Izvor: HZZO 30. 9. 2020.

Iz gornje tablice vidljivo je da je kod pravnih osoba zaposleno 98 osoba (49 žena i 49 muškaraca), kod privatnika ukupno 20 osoba (5 žena i 15 muškaraca). Kod fizičkih osoba ukupno je zaposleno 29 osobe (9 žena i 21 muškaraca), odnosno kod pravnih i fizičkih osoba ukupno je zaposleno 158 osoba (67 žena i 91 muškarac).

Tablica 8. Osiguranici prema djelatnosti i spolu u Općini Trpanj

Šifre djelatnosti prema NKD 2007 i nazivu	muškarci	žene	ukupno
1	2	3	4
A Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	7	4	11
B Rudarstvo i vađenje	0	0	0
C Prerađivačka industrija	9	4	13
D Opskrba električnom energijom, plinom, parom i klimatizacija	0	0	0
E Opskrba vodom; uklanjanje otpadnih voda, gospodarenje otpadom	9	2	11
F Građevinarstvo	3	0	3
G Trgovina na veliko i na malo; popravak motornih vozila i motocikala	12	8	20
H Prijevoz i skladištenje	3	0	3
I Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	11	10	21
J Informacije i komunikacije	0	0	0
K Financijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja	2	1	3
L Poslovanje nekretninama	0	0	0
M Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti	17	8	25
N Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti	0	2	2
O Javna uprava i obrana; obvezno socijalno osiguranje	7	6	13
P Obrazovanje	5	11	16
Q Djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi	1	8	9
R Umjetnost, zabava i rekreacija	0	1	1
S Ostale uslužne djelatnosti	5	2	7
T Djelatnosti kućanstava kao poslodavaca; djelatnosti kućanstava	0	0	0
U Djelatnosti izvanteritorijalnih organizacija i tijela	0	0	0
Nepoznato - neprevedene šifre djelatnosti	0	0	0
<b>UKUPNO</b>	<b>91</b>	<b>67</b>	<b>158</b>

Izvor: HZMO, 30. rujan 2020.

## 2.3. Prirodni resursi

Iako je Općina smještena na poluotoku skoro po svemu je otočnog karaktera. More i morska obala u potpunosti prožimaju krajolik i život ljudi Općine. Gospodarstvo Općine bitnim dijelom turistički orijentirano, vezano je uz komponentu mora, a dijelom i kopna (poljodjelstvo, vinogradarstvo). Još uvijek čisto, prozirno i plavo more je bitna sastavnica razvoja Općine i kraja, kako u prošlosti, tako i danas, a bit će to vjerojatno i u budućnosti. More i njegova ekološka ranjivost zahtijevaju dodatne napore u zaštiti, od izgradnje i uništavanja obalnih prostora i u sprječavanju njegovog zagađenja ispuštanjem svekolikog otpada, čime se posredno štiti njegova fauna i flora.



Slika 5. Općina Trpanj

### 2.3.1. Reljef i klima

Obzirom na reljefne karakteristike Općine, Općinu možemo podijeliti na četiri svojstvena geografska prostora:

- šire područje naselja Trpanj i Krive doline, koji tvore zasebnu prostornu i funkcionalnu cjelinu duž državne ceste D-415,
- središnji unutrašnji dio Općine, duž lokalne ceste L-69002 u kojemu su smještena naselja Gornja i donja Vručica s pripadajućim plodnim poljima orijentiran poljodjelstvu,
- sjeverni priobalni dio Općine, orijentiran Neretvanskom kanalu smješten između uvale Divna i lokalne luke Duba, iako sasvim izoliran na kraju lokalne ceste L-69002, orijentiran moru i turističkom gospodarstvu,
- brdovit dio područja Općine smješten južno i jugozapadno od lokalne ceste L-69002 i naselja Duba, Donja i Gornja Vručica, pokriven uglavnom šumom, makijom i kamenjarima koji se uzdižu do najvišeg vrha Pelješca Sv. Ilije oblikujući impresivni krajobraz.

U kopnenom dijelu Općine, u reljefu Pelješca prevladavaju nizovi vapnenačkih bila i dolomitskih udolina. Dolomitsku podlogu pokrivaju najvrednije poljoprivredne površine. Bliže moru brojne su naplavine i zone fliša. Tipičnu udolinu predstavlja prostor Donje i Gornje Vručice. Pelješac pripada jadranskom tipu mediteranske klime koju karakteriziraju duga, suha i topla ljeta s vedrim i mirnim danima. Zima je blaga i vlažna. Temperature zraka su relativno visoke tijekom cijele godine, a samo tijekom siječnja i veljače su temperature ispod 10 °C. Zbog toga na Pelješcu rijetko pada snijeg, a kad i pada rijetko se zadrži na

nadmorskim visinama ispod 400 m. Najveće padaline bilježe se tijekom listopada i ožujka, a najmanje tijekom srpnja i kolovoza. Valovi za vrijeme juga na Pelješcu su najveći i visoki su između 1,5 i 4 metra. Udari juga često zimi znaju načiniti značajnu štetu u priobalnim područjima uzrokujući nanose po cestama i oštećujući ih. Bura zimi donosi najhladnije vrijeme, no većinom vedro i gotovo uvijek bez oborina. Prosjek sunčanih sati na Pelješcu iznosi i preko 2500 na pojedinim mjestima, što govori o velikom broju sunčanih dana koji je među najvećima u Hrvatskoj.

### 2.3.2. Biljni i životinjski svijet

Biljni pokrov Pelješca je mediteranski, bogat i raznolik. Sveprisutna su crnogorična stabla alepskog bora (*Pinus halepensis*), pinije (*pinus pinea*), dalmatinskog crnog bora (*pinus nigra Dalmatica*), čempresa (*cypressus*) i dr. Makija, koja prekriva dio Pelješca, uglavnom sadrži planiku, vries, smrčiku i grahorac. Postoje i šume česvine crnike (*quercus ilex*), raste rogač i lovorika. Kraška polja i obronci mnogih brda su u najvećoj mjeri obrađeni, a prekrivaju ih maslinici i vinogradi, a samo ponegdje i južno voće: šipak, mandarina, smokve, badem, naranača. Poviše Orebića raste šuma čempresa, najveća te vrste u Hrvatskoj. Klima i položaj uzrokovali su da na Pelješcu raste dosta ljekovitog i aromatičnog bilja: metvica, ružmarin, kadulja, lavanda, mažuran. Pored bogatog biljnog, Pelješac karakterizira i relativno bogat životinjski svijet. Osim čaglja (*canis aureus dalmaticus*), specifične vrste grabežljivca, na poluotoku obitava i prilično velik i raznolik broj divljači kao što su mufloni, divlje svinje, zečevi i fazani.

### 2.3.3. Poljoprivredne površine

U Općini Trpanj prema Prostornom planu planiraju se poljoprivredne površine osnovne namjene koje se Planom dalje razgraničuju na poljoprivredne i šumske površine i to za:

- *poljoprivredno tlo isključivo osnovne namjene:*

- osobito vrijedno obradivo tlo
- vrijedno obradivo tlo
- ostala obradiva tla

- *šume isključivo osnovne namjene:*

- *ostalo poljoprivredno tlo, šumu i šumsko zemljište*

*(s pojedinačnim gospodarskim objektima u funkciji obavljanja poljoprivredne i stočarske djelatnosti te pružanje ugostiteljskih i turističkih usluga u seljačkom domaćinstvu)*

### 2.3.4. Vodno bogatstvo

Na području Općine nema značajnijih stalnih vodotoka, ali zato ima značajnijih bujičnih tokova. Najznačajniji bujični tok teče dolinom Prosik i on se djelomično regulira. Rađeni su protu erozijski radovi: u donjem dijelu izgradnjom kinete, a u gornjem toku izgrađeno je nekoliko retencijskih pregrada. Uređenje će se nastaviti prema potrebi. Hidrografija Općine Trpanj je uglavnom siromašna bez stalnih površinskih vodnih tokova osim povremenog vodnog toka koji se napuni za vrijeme obilnih kiša, a to su povremeni potoci. Na području

Općine postoji i jedna depresija Blace zapadno od naselja Duba Pelješka. To je depresija u zemljištu gdje se formira lokva od oborinskih voda, a koju bi trebalo očistiti i urediti.

## 2.5. Infrastruktura

### 2.5.1. Promet

Potrebe međunarodne razmjene i ubrzani razvoj gospodarstva, posebno turizma kao jednog od oslonaca razvoja Dubrovačko-neretvanske županije, uvjetuju potrebu za kvalitetnom prometnom infrastrukturom. Stoga se veliki naponi ulažu u međuregionalno povezivanje unutar Hrvatske i uključivanju u širi europski prostor. U tom se smislu najviše razvija cestovni promet koji dobro pokriva unutarnje potrebe i doprinosi skladnijem razvoju priobalnog dijela i unutrašnjosti Dubrovačko-neretvanske županije. Posljednjih godina sve se više ulaže u održavanje i izgradnju lučke infrastrukture, što doprinosi povećanju pomorskog prometa i njegovoj sigurnosti. Zračni promet također ima sve preduvjete za značajniji udio u ukupnoj prometnoj bilanci, posebno u dijelu prijevoza putnika.

Izgradnji prometnog sustava kao dugoročnog procesa i sigurnosti prometa Dubrovačko-neretvanska županija posvećuje veliku pažnju, istovremeno vodeći brigu o zaštiti okoliša i primjeni načela održivog razvitka.

Današnje stanje prometne povezanosti prostora Općine, kako sa širim prostorom, županijskim središtem Dubrovnikom i državnim središtem Zagrebom, tako i u okviru samog poluotoka Pelješka i same Općine uopće ne zadovoljava. Promet je najvažniji ograničavajući čimbenik razvoja ovoga kraja, ne samo Općine već i cijele županije Dubrovačko-neretvanske.

Cestovne veze: Za cjelokupni gospodarski razvoj kraja najbitnije su cestovne veze.

Državna cesta D-415 (D-414-trajektno pristanište u Trpnju) preko Pelješke ceste D-414 glavna je cestovna komunikacija kojom se Općina veže s Jadranskom magistralom, odnosno državnom cestom D- 8. Isto je moguće trajektnom vezom od Trpnja do Ploča. Trajektnom vezom u Orebiću moguća je veza s Korčulom. Izgradnjom Pelješkog mosta povezanost će biti još bolja. Time će se glavna pelješka prometnica, državna cesta D414, spojiti na Jadransku turističku cestu D8, odnosno na autocestu Zagreb – Dubrovnik.

Županijskih cesta - nema.

Lokalna cesta L-69002 (D-415-Gornja Vručica-Donja Vručica-Duba) povezuje naselje Trpanj, a i državnu cestu D-415 s naseljima Gornja i Donja Vručica te Duba.

Nerazvrstana cesta D-415-lokalitet Mirce-uvala Praprstno-Crkvice (Općina Orebić)-Osobjava (Općina Janjina)-D-414.

Pomorske veze

Luka županijskog značaja je

- luka Trpanj iz koje vozi trajekt do luke Ploče.

Luka lokalnog značaja je.

- luka Duba
- luka Trpanj

U luci Trpanj dužina operativne obale iznosi 196 metara a moguć je gaz od 1,2 - 2,7 metara. U luci Duba moguć je privez samo manjih brodova. U okviru naselja Trpanj postoji veći broj mulića i privezišta za barke domicilnog stanovništva, čiju buduću izgradnju treba regulirati.

### 2.5.2. Vodoopskrba

U Općini samo naselje Trpanj ima izgrađenu vodoopskrbnu mrežu i opskrbu vodom. Ostala naselja Općine Gornja i Donja Vrućica te Duba snabdijevaju se iz gustirni i bunara. Vodovod u naselju Trpanj izgrađen je pedesetih godina kaptiranjem vlastitog izvora oskudnog kapaciteta „Orah“, tako da se u kritičnom sušnom razdoblju kada izvorište presušuje, voda dopremala vodonoscima. Kvalitetnija vodoopskrba ostvarila se tek izgradnjom regionalnog vodovoda NPKL i priključenjem naselja Trpanj na regionalni vodovod iz pravca Općine Orebić, odnosno vodospreme „Potomje“ s crpnom stanicom „Dingač“. Zbog više cijene vode sustava NPKL Općina kad god to može koristi vlastito izvorište vode. Dakle, vodoopskrbni sustav Općine, odnosno naselja Trpanj temelji se na:

- cjevovodu Ø 250 mm položenom duž državne ceste D-415 u dolini Prosik iz pravca Općine Orebić (Oskorušno)
- vodospremi „NPKL“ kapaciteta 500 m<sup>3</sup> smještenoj u dolini Prosik uz cestu D-415
- izvorištu „Orah“ smještenom također u dolini Prosik
- vodospremi „Orah“ kapaciteta 100 m<sup>3</sup> smještenoj u zoni izvorišta i pored ceste D-415
- vodoopskrbnom razvodu u naselju Trpanj s dva cjevovoda u dovodu od Ø 140 mm i Ø 200 mm
- mjesnom razvodu u naselju Gornja Vrućica.

Bolja opskrba vodom, kao i odvodnja otpadnih voda mora postati imperativ Općine Trpanj u realiziranju ta dva segmenta, ne samo za boljitak građana, već i za cjelokupnu infrastrukturu u službi turističke ponude destinacije.

### 2.5.3. Elektroopskrba

Poluotok Pelješac i Općina Trpanj na njegovom zapadnom dijelu uključeni su u državnu elektroenergetsku mrežu preko otočnog dalekovoda DV 110 kV HE „Zakučac“ – TS „Dugi Rat“ – TS „Nerežišće“ – TS „Starigrad“ – TS „Blato“ – TS „Ston“. Općina se električnom energijom napaja iz TS „Pijavičino“ zračnim kabelom 10 kV. Vod iz pravca naselja Oskorušno ide do trafostanice TS „Vrućica Gornja“ 10(20)/0,4 odakle se račva i

- jedan krak ide do naselja Trpanj, a
- drugi do naselja Donja Vrućica i Duba.

Naselje Donja Vrućica snabdijeva se iz trafostanice TS „Vrućica Donja“ 20/10/0,4, a naselje Duba iz trafostanice TS „Dubu Trpanjska“ 20/10/0,4. Naselje Trpanj snabdijeva se električnom energijom preko pet trafostanica TS „Trpanj 1“, „Trpanj 2“, „Faraon“, „Ville“, „Luka“.



#### 2.5.4. Telekomunikacijski promet

Poštanski ured u Trpnju prilagođen je suvremenom poslovanju i pružanju poštanskih usluga. Ugrađene telefonske kabine opremljene su brojačima impulsa, a cjelokupno poslovanje je kompjuterizirano. Važno je napomenuti da je poštanski ured Trpanj ujedno i dostavna pošta. Mjesna telekomunikacijska mreža povezuje Trpanj, Gornju i Donju Vrućicu te Dubu. Mreža je u cijelosti podzemna osim manjeg dijela samonosivih zračnih trasa koje povezuju udaljene grupe TK korisnika. Ukupno je ugrađeno 6,14 kilometara kabela od čega se 5,14 kilometara odnosi na podzemne, a 1 kilometar na zračne samonosive kabele. Ugrađeni podzemni kabeli su raznih tipova tj. TK 10 (kabel sa zračno-papirnom izolacijom), TK 59 (kabel s izolacijom od pjenastog poliestera), TK 53 (kabel s PVC izolacijom) Samonosivi zračni kabeli su tipa TK 33u s PVC izolacijom. Ukupni instalirani kapacitet mreže je 700 pari od čega 600 pari pokriva naselje Trpanj, a 100 pari Gornju i Donju vrućicu te Dubu. Kabelski izvodi u mreži su većinom stupni sa zračnim pojedinačnim priključcima, a manjim dijelom su izvodi na kućama odnosno podzemni.

Jedan od najvažnijih ciljeva u Općini Trpanj je poboljšanje telekomunikacijske infrastrukture.

## 2.6. Komunalna djelatnost

Sustav kanalizacije je veliki je problem većine Općina i Gradova Dubrovačko-neretvanske županije. Sustav organiziranog načina prikupljanja, odvoza i odlaganja otpada uspostavljen je na cjelokupnom području Općine Trpanj.

### 2.6.1. Odvodnja otpadnih voda

Naselje Trpanj nema riješenu odvodnju otpadnih voda niti odvodnju oborinskih voda u obliku javne kanalizacije, tj. današnje stanje može se svesti na svega nekoliko malih lokalnih podsustava, vezanih uz hotelsko-turističke objekte, s konačnom dispozicijom u obliku kratkih ispusta u more, i to direktno ili posredstvom palijativnih uređaja, koji su praktički izvan pogona (primjerice Putox kod hotela). Odvodnja otpadnih voda preostalog dijela naselja obavlja se putem septičkih ili crnih jama s dispozicijom tekuće faze u podzemlje ili s direktnim odvođenjem u priobalno more. U vezi s takvim stanjem dolazi tijekom sezone do nepoželjnih i neodrživih prilika u priobalnom moru, koje ne odgovaraju ni osnovnim humanim normama i koje s naslova zakonskih odrednica vezanih uz kakvoću obalnog mora zahtijevaju neodgodivu sanaciju. Prema tome, a uzimajući u obzir turizam kao primarnu granu gospodarske djelatnosti, a također i zahtjeve o kakvoći okoliša, rješavanje kanalizacije predstavlja se imperativom.

### 2.6.2. Gospodarenje otpadom

Otpad Općine Trpanj vrši tvrtka „Komunalno Trpanj“ d. o. o. koje organizirano sakuplja, odvozi i odlaže komunalni i ostali otpad. Otpad se odlaže na neusklađeno odlagalište „Vinošte“ u Trpnju. U Općini Trpanj za sada su postavljena 3 zelena otoka u naselju Trpanj te iste Općina planira dodatno nabaviti kao mjeru ostvarenja ciljeva prema Planu gospodarenja otpadom. Na području Općine Trpanj vidljivo je da postojeći sustav ne zadovoljava trenutne potrebe, ali se kontinuirano radi na unaprjeđenju postojećeg sustava. Postojeći sustav

gospodarenja otpadom na području Općine Trpanj može se ocijeniti dobrim budući je svim građanima Općine omogućeno da otpad mogu zbrinuti na zakonom predviđen način.

## 2.7. Društvene djelatnosti

### 2.7.1. Obrazovanje

Školsko područje Osnovne škole Trpanj obuhvaća područje Općine Trpanj, a to su naselja Trpanj, Gornja Vrućica, Donja Vrućica i Duba. Školska zgrada u kojoj se izvodi nastava građena je u kamenu 1881. godine, te ima prizemlje, dva kata i potkrovlje. Ukupni školski prostor iznosi 1550 m<sup>2</sup>.

Trenutačno osnovnu školu pohađa 38 đaka :

I. – IV. razred – 19 učenika

V. – VIII. razred – 19 učenika

U školi je organiziran prijevoz učenika koji žive u mjestima koja su udaljena od škole 3,5, 7 i 15 km. Srednje škole raznih smjerova postoje na Korčuli, u Pločama i u Dubrovniku.

U Općini Trpanj postoji i dječji vrtić, ispostava dječijeg vrtića iz Orebića.

Centar za socijalnu skrb Korčula je javna ustanova socijalne skrbi koja obavlja poslove za: Grad Korčulu te Općine Vela Luka, Blato, Smokvica, Lumbarda, Orebić, Trpanj i Lastovo. Centar teritorijalno pokriva područje otoka Korčule, otoka Lastova te poluotoka Pelješca od mjesta Lovišta do Janjine. Područje rada Centra obuhvaća 21 107 stanovnika. Grad Korčula 5634, Općina Lumbarda 1213, Općina Smokvica 921, Općina Blato 3586, Općina Vela Luka 4130, Općina Lastovo 798, Općina Orebić 4104, Općina Trpanj 721.

### 2.7.2. Kultura

Odredbe za uspostavu i provođenje mjera zaštite i obnove kulturne baštine proizlaze iz zakonskih propisa i standarda.

Propisanim mjerama utvrđuju se obvezatni upravni postupci, te načini i oblici graditeljskih i drugih zahvata na:

a) pojedinačnim spomeničkim građevinama,

b) građevinskim sklopovima,

c) arheološkim lokalitetima,

d) česticama na kojima se spomeničke građevine nalaze, te

e) zonama zaštite naselja i kultiviranog krajolika, ili drugim područjima s utvrđenim spomeničkim svojstvima.

Općina Trpanj sa svojim okolnim naseljima bogata je kulturološkom ponudom, kao kulturni prostor mikrokozmos sačinjen od raznolikih kulturnih izričaja koji su se, unatoč standardizacijama jezika i kulturnih izričaja uopće, sačuvali do danas. Raznolikost je vidljiva i površnom promatraču, u krajobrazu i arhitekturi, običajima, organizaciji suvremenog života.

Cjelokupno područje poluotoka Pelješca, pa tako i Općine Trpanj predstavlja izuzetnu, u značajnoj mjeri očuvanu ambijentalnu vrijednost koja se čuva i štiti sveukupnim planskim

rješenjem. Planom su određena područja kulturnih dobara upisanih u registar kulturnih dobara:

- arheološka baština
- arheološka područja, arheološki lokaliteti, hidroarheološke zone
- povijesne graditeljske cjeline,
- povijesni sklopovi i građevine,
- etnološka baština.

*Primarne atrakcije* iznimno su važne za destinaciju i bitne za stvaranje dojma i privlačenje turista. Sve primarne atrakcije nisu jednako važne za potrošače. Atrakcije koje su jedinstvene i neobične, mogu privući turiste iz dalekih zemalja. Oni će putovati iz velikih udaljenosti kako bi doživjeli novo iskustvo, ali neće uložiti napor, novac i vrijeme da vide nešto uobičajeno. *Sekundarne su atrakcije* lokalno značajne. Važne su za turiste i mogu biti vrlo popularne, ali ne utječu na odluku turista o posjetu destinaciji.

*Tercijarne atrakcije* imaju još manji utjecaj na odluku o putovanju – turisti ih slučajno posjećuju kad već borave u destinaciji. Ista atrakcija može biti primarna, sekundarna i tercijarna, ovisno o motivima putovanja.

Kulturnu baštinu čine pokretna i nepokretna kulturna dobra od umjetničkoga, povijesnoga, paleontološkoga, arheološkoga, antropološkoga i znanstvenoga značenja.

Arheološka nalazišta i arheološke zone, krajolici i njihovi dijelovi koji svjedoče o čovjekovoj prisutnosti u prostoru. Nematerijalni oblici kulturne baštine i pojave čovjekova duhovnog stvaralaštva u prošlosti kao i dokumentacija i bibliografska baština i zgrade, odnosno prostori u kojima se trajno čuvaju ili izlažu kulturna dobra i dokumentacija o njima. Vrijednosti kulturne baštine prepoznajemo kao starosne, povijesne, kulturne, umjetničke i autentične.

Kulturna baština na području DNŽ je rezultat bogate povijesti prožete brojnim kulturnim utjecajima i karakterističnog zemljopisnog položaja. Dokazi o počecima naseljenosti sežu još u mlađe kameno doba. U povijesnim razdobljima koja slijede očituju se kulturni utjecaji Ilirskih plemena, Helenske kulture te Rimskog carstva. U vrijeme početka opadanja moći Rimskog carstva te kasnije podjele na Istočno i Zapadno jača kršćanstvo kao bitan kulturni element. Dolaskom Slavena stvara se novi kulturni moment, a Hrvati s vremenom postaju dominantno stanovništvo koje je često pod utjecajem vanjskih sila - Bizantskog Carstva, Mletačke Republike i Osmanskog Carstva. U drugoj polovici srednjeg vijeka jača Dubrovačka Republika koju početkom 19. st. dokida Napoleon da bi nakon njegove propasti cijeli prostor sadašnje DNŽ pripao pod vlast Austro-Ugarske Monarhije. Kasniji povijesni tokovi, do današnjeg doba, uglavnom su vezali prostor DNŽ uz sudbinu ostatka primorja RH. Kulturna djelatnost posebno je važna za identitet DNŽ-a i važan je čimbenik njenog ukupnog društveno-gospodarskog razvoja. Programom javnih potreba u kulturi Županija stoga sufinancira programe kulture gradova i općina, akcije i manifestacije od županijskog značaja, izdavačku djelatnost, kulturno-umjetnički amaterizam, glazbenu, scensku, likovnu, dramsku umjetnost, film i kinematografiju te nove medijske kulture, međunarodnu kulturnu suradnju i europske integracije.

Kultura je važan dio turističke ponude, ali važna je i s aspekta poboljšanja i unapređenja kvalitete života u Županiji i unapređenje društvenog razvoja. Na području Županije djeluje 285 kulturnih udruga, 15 muzeja i galerija, 12 knjižnica, 13 domova kulture i 1 kazalište.

*Kulturna dobra Općine Trpanj*

1. Župna crkva Sv. Petra i Pavla Trpanj
2. Crkva Gospe od Karmela Trpanj



*Slika 6. Sakralna baština*



*Slika 7. Sakralna baština*

3. Kapelica Gospe od Milosrđa Trpanj
4. Crkva sv. Nikole Trpanjeva
5. Crkva sv. Roka (s grobljem) Trpanj
6. Crkva sv. Križa (s grobljem) Trpanj
7. Kapela sv. Antuna Trpanj
8. Crkva sv. Spasa G. Vručica
9. Crkvica sv. Paškala G. Vručica
10. Crkva sv. Jurja (s grobljem) G. Vručica
11. Župna crkva Gospe od Milosrđa G. Vručica
12. Crkva sv. Kuzme i Damjana D. Vručica
13. Crkva sv. Margarite s grobljem Duba Pelj.
14. Ostaci crkve Sv. Petra Trpanj
15. Bota, stranj Gundulića Trpanj
16. Magazin Gučetić G. Vručica
17. Ljetnikovac Dobroslavić Duba Pelj.
18. Ostaci ljetnikovca Ranjina s kapelom D. Vručica
19. Ostaci ljetnikovca Zamanja G. Vručica
20. Ljetnikovac Ranjina (ruševina) Trpanj
21. Špilja Duboki dolac Trpanj
22. Špilja Vilina Trpanj

23. Špilja Ferenčina Trpanj
24. Lokalitet Žalo – (*villa rustica*) Trpanj
25. Ostaci crkve sv. Petra ad Ripas Trpanj
26. Gomile na Muškatu G. Vrućica
27. Gradina G. Vrućica
28. Gomila D. Vrućica
29. Lokalitet - rimski castrum
30. Trpanjsko polje, Trpanj
31. sklop sv. Roka s grobljem Trpanj
32. sklop sv. Jurja s grobljem G. Vrućica
33. sklop sv. Paškala I zaselka Kračinići G. Vrućica
34. sklop Blažene Gospe od Milosrđa G. Vrućica
35. sklop sv. Kuzme i Damjana s grobljem

### 2.7.3. Sport

Na području Općine Trpanj djeluju sljedeći sportski klubovi:

- Boćarski klub „Gornja Vrućica“
- Boćarski klub „OGRC“ Trpanj
- Nogometni klub „Faraon“
- Lovačka udruga „Dubrava“ – Gornja Vrućica
- Boćarski klub „FARAON“ Trpanj
- Vaterpolo klub „Trpanj“

### 2.7.4. Udruge građana

- Kulturna udruga Trpanj Odma
- Udruga za promicanje kulturnih, umjetničkih, rekreativnih i slobodnih aktivnosti Vrućiški bali
- Udruga za prirodu, okoliš i održivi razvoj „GALEB“
- Udruga maslinara Vиноšte
- Ekološki pokret Pelješac
- Udruga mladih
- Udruga klapa Divna

### 2.7.5. Zdravstvo

U Trpnju postoji ambulanta obiteljske medicine kao i ambulanta dentalne medicine, te turistička ambulanta.

## 2.8. Gospodarstvo

Turizam je jedna od najznačajnijih gospodarskih grana na području Općine. Veoma pogodan položaj nudi raznovrsnu turističku ponudu, od one na priobalju uvale, do one u unutrašnjosti svog teritorija. Obala je najveći resurs u Općini, dužine od 36 kilometara. Do sada je bila minimalno iskorištena, no u budućnosti mora postati pokretač razvoja turizma i cjelokupnog gospodarstva. Primarna turistička sezona još uvijek je u ljetnim mjesecima.

### 2.8.1. Turizam i ugostiteljstvo

Izrazita sezonalnost (u nastavku ćemo o ovom problemu detaljnije) uzrokuje poteškoće na tržištu rada te općenito koncentraciju aktivnosti i događaja te dostupnosti određenih usluga u samo jednom razdoblju u godini. Za daljnje jačanje u smjeru razvoja destinacije, osim ulaganja u sadržaj, nužno je osigurati više obrazovane radne snage koja ima razvijene vještine za pružanje usluga visoke kvalitete te razvijati Županiju kao cjelovitu turističku destinaciju kako ne bi sve ostalo na ponudi visokokvalitetnog smještaja. Također, nužna je još snažnija destinacijska promocija.

Tablica 9. Smještajni objekti u Općini Trpanj

OBJEKT	BROJ SMJEŠTAJNIH JEDINICA	KREVETA
Apartman	127	498
Hotel	1	245
Izvorna stara obiteljska kuća (vikendica)	8	16
Kamp	3	90
Kuće stanovnika Općine	189	713
Kuće za odmor	10	56
Kuće za odmor (vikendice)	230	889
Objekti u domaćinstvu	0	
Sobe za iznajmljivanje	146	245
Stanovi stanovnika Općine	0	0
Stanovi za odmor (vikendice)	0	0
Studio apartmani	100	333
Objekti na OPG-u	0	0
<b>UKUPNO</b>		<b>3.085</b>

Izvor: TZ Trpanj

Na području Općine Trpanj postoji jedan hotel FARAON\*\*\* s 245 kreveta, 127 apartmana s 498 kreveta, tri autokampa (Autokamp VRILA \*\*\*, Autokamp LUKA \*\*\* i Autokamp DIVNA \*\*\*) itd.

### 2.8.2. Poljoprivreda

Otočno područje Županije, pa tako i općine Trpanj je pretežito maslinarsko-vinogradarsko, u kojem treba zadržati namjenu i posebno zaštititi kao vrlo vrijedne resurse od nacionalnog značaja i površine na kojima se uzgaja ili bi se mogla uzgajati vinova loza radi proizvodnje vrhunskih, ekoloških vina. Na otočnom području i Pelješcu treba ekonomskim i agrarnim mjerama poticati:

- proizvodnju maslinovog ulja visoke kakvoće, zaštićenog geografskog podrijetla, kao posebnog ekološkog proizvoda Županije te izgradnju postrojenja – uljara za preradu ploda masline (otok Mljet – Babino polje, Šipan, Orašac i dio poluotoka Pelješca – Janjina),
- uzgoj raznovrsnih južnih voćaka, posebno agruma, badema, trešanja i rogača (Trpanjsko polje, polje iznad sela Sresera, polje Brijesta, dio Stonskog polja, Orebička rivijera – Orebić – Viganj).

Poljoprivreda ovog područja uglavnom je vezana uz uzgoj vinove loze i maslina. Ista djelatnost predstavlja značajan izvor prihoda za veliki broj stanovnika i najzastupljenije je dopunsko zanimanje stanovnika. Stanovništvo Općine se osim glavnim uzgojem poljoprivrednih kultura, masline i vinove loze, bavi uzgojem ostalih poljoprivrednih kultura za vlastite potrebe. Razvoj poljoprivrede treba temeljiti na tržišnim načelima i obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, posebno u voćarstvu, vinogradarstvu i povrćarstvu. Uvjet za primjenu dugoročnih mjera razvoja poljoprivrede je poslovno povezivanje proizvođača i organizirani nastup na tržištu poljoprivrednih proizvoda.



Slika 8. Vinova loza, Gornja Vrućica, Općina Trpanj

### 2.8.3. Vinarstvo

Dubrovačko-neretvanska županija je 2012 god. izradila Strategiju razvoja vinarstva i vinogradarstva. Prema dostupnim, službenim podacima na području Dubrovačko-neretvanske županije nalazi se ukupno 2.127 ha pod vinovom lozom (stanje 31. 12. 2011.), a prosječna veličina vinograda je vrlo mala (u prosjeku svega 1.456 m<sup>2</sup>). Razlog tome je posebnost krajobraznih uvjeta (ograničenost obradivih površina), ali ponajviše usitnjenosti posjeda, kao rezultat tradicionalnog nasljeđivanja, odnosno diobe čestica. Dubrovačko-neretvanska županija je prema proizvodnji grožđa među vodećima u Hrvatskoj. Zajedno sa Splitsko-dalmatinskom županijom ima najveći broj prijavljenih proizvođača grožđa i najveći broj prijavljenih parcela. U vinogradarstvu, područje DNŽ ima zamjetno mjesto u Hrvatskoj. Vinogradarstvo karakterizira rasparceliranost vinogradarskih površina što pokazuje činjenica da se najveći dio vinograda nalazi se u vlasništvu obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava na više parcela, s prosječnom površinom manjom od 1 ha.

Osobito se ističe vinogorje Pelješca, s najvećom površinom pod vinogradima i najvećim ukupnim brojem trsova u DNŽ-u. Posljednjih desetak godina na Pelješcu se razvio niz uspješnih vinara koji su izrazito kvalitetnim vinima uspjeli osvojiti mnoga stručna priznanja i izgraditi vrhunsku reputaciju među ugostiteljima i trgovcima vinom. Vino autohtone sorte Plavac mali s položaja Dingača i drugih ubraja se u najpoznatija hrvatska vina. To je ujedno prvo hrvatsko vino kojem su zaštićeni način proizvodnje i podrijetlo. Prema podacima Agencije za plaćanje u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju za 2014. godinu, u Općini Trpanj evidentirano je 13 proizvođača vina sa ukupnom proizvodnjom od 20,7 hl od čega se 15,1 odnosilo na crno, odnosno rose vino, a 5,6 hl na bijelo vino.

Vinarije na Pelješcu najbolji su proizvođači crnih vina u Hrvatskoj. Pelješac je domovina sorte Plavac mali te vina Dingač i Postup s istoimenih pozicija. Grožđe zasađeno na tim lokalitetima dobiva velik postotak šećera zahvaljujući trostrukoj insolaciji, direktno od Sunca refleksijom od mora te odsjajem od stjenovitih brda. Poluotok Pelješac na svojih 70-tak kilometara dužine ima oko 250 registriranih proizvođača vina. Na području Općine Trpanj djeluju manji vinari, OPG vinarska područja Viter, Lozica itd.



Tablica 10. Površina korištenoga poljoprivrednog zemljišta privatnih kućanstava

Naziv županije		Naziv naselja	PRIVREMENO NEODRŽAVANA PARCELA		KRŠKI PAŠNJAK		VINOGRADI	
			Broj ARKOD parcela	Površina ARKOD parcela (ha)	Broj ARKOD parcela	Površina ARKOD parcela (ha)	Broj ARKOD parcela	Površina ARKOD parcela (ha)
Dubrovačko-neretvanska	TRPANJ	Trpanj			0	0,00	4	0,16
Dubrovačko-neretvanska	TRPANJ	Gornja Vrućica	1	0.44	0	0,00	136	17,33
Dubrovačko-neretvanska	TRPANJ	Donja Vrućica	-	-	0	0,00	40	7,73
Dubrovačko-neretvanska	TRPANJ	Duba Pelješka	-	-	14	21,05	0	0,00

Naziv županije	Naziv općine/grada	Naziv naselja	MASLINIK		VOĆNJAK		UKUPNO	
			Broj ARKOD parcela	Površina ARKOD parcela (ha)	Broj ARKOD parcela	Površina ARKOD parcela (ha)	Ukupan broj ARKOD parcela	Ukupna površina ARKOD parcela (ha)
Dubrovačko-neretvanska	TRPANJ	Trpanj	73	13.4	7	0.47	88	14.19
Dubrovačko-neretvanska	TRPANJ	Gornja Vrućica	44	6.98	2	0.14	195	25.92
Dubrovačko-neretvanska	TRPANJ	Donja Vrućica	40	7.39	1	0.55	83	15.89
Dubrovačko-neretvanska	TRPANJ	Duba Pelješka	35	3.54	7	0.47	49	24.59

Izvor: ARKOD, 31.12.2018

Iskazana poljoprivredna zemljišta su ona zemljišta kojima su se koristila privatna kućanstva koja žive na području Općine Trpanj, bez obzira na to nalazi li se zemljište na području Općine Trpanj ili bilo gdje drugdje u Republici Hrvatskoj (ne gleda se gdje se nalazi zemljište, nego gdje živi kućanstvo koje koristi zemlju). Pčelarstvo je također prisutno zanimanje na području Općine, ali ne kao u ostatku županije. Prema podacima Hrvatskog pčelarskog saveza postoji 9 registriranih pčelara na području Općine koji su ujedno članovi Pčelarske udruge *Vrijesak* Pelješac čije je sjedište u Stonu.

#### 2.8.4. Ribarstvo i marikultura

Na području DNŽ ribarska infrastruktura je nerazvijena i nedovoljna za uspješan i učinkovit razvoj ribarstva. Za sada ribarskih luka nema, u planu realizacije je izgradnja ribarske luke u Vela Luci i u Sustjepanu. Iskrajna mjesta, prostorno su oskudna, a prisutno je nerazumijevanje nadležnih lučkih uprava za ribare, što se ponajprije ogleda u davanju prednosti nautičkom turizmu. Također, pristupne prometnice nisu u dobrom stanju.

Infrastruktura vezana za uzgoj školjaka i riba također je vrlo slabo razvijena. Osim otpremnog centra za školjke u Stonu nema drugih iako za njima postoje potrebe. Sportski i rekreacijski ribolov na području DNŽ važan je kako za održavanje i poboljšanje kvalitete života lokalnog stanovništva, očuvanje društvenih običaja i identiteta lokalnih zajednica tako i za očuvanje i zaštitu prirodne baštine. Posebno je značajna njegova uloga i potencijal za podizanje kvalitete i inovacija u turizmu, uključivanje lokalnog stanovništva, naročito mladih. Jedan od ključnih problema za daljnji razvoj ribarstva i njegovu prilagodbu europskim kriterijima jest nedostatak ribarska infrastruktura. Nedostatak modernih ribarskih plovila, nedovoljno organiziran nadzor nad ribarenjem, loša provedba zakonskih mjera i nepostojanje praćenja ribljeg fonda za posljedice imaju nekontrolirano i neodgovorno iskorištavanje morskih resursa. Marikultura je još jedan važan gospodarski segment, posebice za područje Malostonskoga zaljeva, s potencijalom razvoja mnogo većim od iskorištenog. Na širem području Malostonskog zaljeva komercijalno se uzgajaju samo dvije vrste školjaka, kamenice i dagnje, te dvije vrste ribe, orada i brancin; postoji mogućnost za uvođenje u proizvodnju više autohtonih vrsta iz ovog područja kao što su brbavica, kunjka, prstac, bijela dagnja. Proizvodnja školjaka i riba varira prema izvorima od 1.000 tona dagnji godišnje do 2.500 tona, kamenica od 500.000 do 2,5 milijuna komada te 400 tona ribe (brancina i orade). Trenutačna proizvodnja predstavlja otprilike 30 % procijenjenih proizvodnih kapaciteta Malostonskog zaljeva i Malog mora.

Tablica 11. Podaci o ulovu (iskrcaju) ribe u općini Trpanj

Općina Trpanj					
Grupa morskog organizma	Vrsta morskog organizma	Iskrcaj (kg)			
		2015.	2016.	2017.	2018.
bijela riba	ARBUN	31,50	0,00	5,00	29,00
bijela riba	BUKVA	17,00	10,00	9,50	386,00
bijela riba	CIPLI	61,00	58,00	195,50	215,70
bijela riba	FRATAR	5,00	2,50	0,00	6,00
bijela riba	GAVUN OBIČNI	80,00	20,00	60,00	50,00
bijela riba	GRDOBINE	1,50	0,00	0,00	4,00
bijela riba	IVERCI	0,00	0,00	0,00	1,00
bijela riba	KANTAR	0,00	0,00	24,00	1,00
bijela riba	KANJAC	0,00	0,00	0,00	1,00
bijela riba	KAVALA	2,00	0,00	0,00	6,00
bijela riba	KOKOTI	7,00	0,00	63,95	5,00
bijela riba	KOMARČA	104,50	130,50	361,00	960,00
bijela riba	LAMPUGA	97,00	0,00	25,00	30,50
bijela riba	LIST, ŠVOJA	87,50	78,00	82,00	61,00
bijela riba	MIJEŠANA BIJELA RIBA	142,00	153,50	96,00	146,25
bijela riba	OSLIĆ	293,00	258,50	421,00	1.050,50
bijela riba	PAGAR	1,00	0,00	20,50	7,50
bijela riba	PATARAČE	11,00	0,00	0,00	3,00
bijela riba	PAUCI	1,00	0,00	10,00	2,00
bijela riba	PIC	0,00	1,00	0,00	2,50
bijela riba	SALPA	6,00	13,00	0,00	23,00
bijela riba	ŠARAG	8,00	0,00	0,00	6,00
bijela riba	ŠKRPINA	40,50	34,00	41,50	42,10
bijela riba	TABINJE	4,50	2,00	0,00	3,00
bijela riba	TRLJA BLATARICA	27,50	22,00	51,00	180,00
bijela riba	TRLJA KAMENJARKA	16,50	0,00	0,00	9,50
bijela riba	UGOR	31,00	17,00	59,00	81,00
bijela riba	UŠATA	0,00	21,00	159,00	315,50
bijela riba	ZUBATAC	60,10	24,00	27,50	24,50
bijela riba	ZUBATAC KRUNAŠ	40,00	40,50	5,00	26,50
glavonošci	HOBOTNICA	256,10	53,00	61,50	191,50
glavonošci	LIGNJA	31,00	3,00	13,50	63,95

glavonošci	MUZGAVAC	0,00	0,00	0,00	0,60
glavonošci	SIPA	77,00	129,00	109,60	79,60
hrskavična riba	GOLUB	49,00	19,50	52,00	90,00
hrskavična riba	MAČKE	31,00	8,00	18,00	23,00
hrskavična riba	PAS MEKUŠ	82,50	187,50	164,75	192,50
hrskavična riba	RAŽA MODROPJEGA, BARAKOKULA	0,00	0,00	0,00	4,50
hrskavična riba	RAŽE	3,00	26,00	8,00	8,00
mala plava riba	SKUŠA	10,00	4,00	26,00	81,00
mala plava riba	ŠARUNI	0,00	2,00	0,00	8,00
rakovi	KANOĆA	14,00	11,00	10,00	7,00
velika plava riba	GOF	196,60	55,00	65,00	156,00
velika plava riba	LICA	5,00	2,00	0,00	7,50
velika plava riba	LUC	55,50	63,00	54,50	190,50
velika plava riba	PALAMIDA	29,00	56,00	57,50	14,00
<b>UKUPNO</b>		<b>2.295,30</b>	<b>1.608,00</b>	<b>2.392,50</b>	<b>4.801,40</b>

Izvor: Ministarstvo poljoprivrede i ribarstva 2018.

### 2.8.5. Šumarstvo

Veliku većinu prostora Općine zauzimaju šumske površine, makija i garizi, a nešto manju poljoprivredna tla. Dio zauzimaju i kamenjari, strme i litice osobito u zapadnom brdovitom dijelu Općine gdje se padine Sv. Ilije s kota od preko 1000 mnv. strmo obrušavaju prema obali u potezu od uvale Divna prema Lovištu. Na područjima izrazitih reljefnih razlika prisutni su i tokovi bujica. Šume i šumske površine. U Općini Trpanj šume i šumska zemljišta zauzimaju 2384,33 ha od toga na šume osnovne namjene otpada 1292,6 ha. Šume osnovne namjene pripadaju dvjema gospodarskim jedinicama i to GJ „Nakovana“ koja zauzima zapadni dio Općine, a GJ „Kuna“ zauzima istočni dio Općine Trpanj. Gospodarskim šumama upravljaju Hrvatske šume – šumarija Dubrovnik.

Kategorije za razvoj i uređenje prostora/površina izvan naselja za poljoprivredne površine su sljedeće:

- šume – gospodarske i zaštitne Š1 i Š2
- šume – posebne i rekreativne Š3
- ostalo poljoprivredno tlo, šume i šumsko zemljište PŠ.

### 2.8.6. Malo i srednje poduzetništvo

Mikro, mala i srednja poduzeća važan su generator novog zapošljavanja i kreiranja dodane vrijednosti svakog nacionalnog gospodarstva. Gospodarsku okosnicu područja Općine Trpanj čine manje tvrtke privatnog sektora, kao posljedica lokalnih inicijativa, prvenstveno zastupljene u turizmu, ugostiteljstvu, manjoj proizvodnji i pružanju raznih usluga. Gospodarske djelatnosti s najviše potencijala za razvoj na području općine su u prvom redu turizam i poljoprivreda. Pored njih potencijal za razvoj svakako imaju trgovina te razne obrtničke usluge.

Tablica 12. Broj poljoprivrednih gospodarstava prema tipu i spolu nositelja/odgovorne osobe, obrta, trgovačkih društava, zadruga

	Natpisi stupaca															
	Obiteljsko gospodarstvo		obiteljsko gospodarstvo zbroj	obrt		obrt zbroj	ostali		ostali zbroj	Trgovačko društvo		Trgovačko društvo zbroj	Zadruga		zadruga Zbroj	Ukupni zbroj
Županija/Grad/Naselje	F	M		F	M		F	M		F	M		F	M		
Dubrovačko-neretvanska	1.917	6.100	8.017	22	77	99	1	4	5	19	63	82	2	15	17	8.220
Trpanj	15	45	60		1	1					2	2				63
Donja Vručica	2	2	4													4
Duba Pelješka	1	4	5													5
Gornja Vručica	2	11	13													13
Trpanj	10	28	38		1	1					2	2				41

Izvor: APPRRR Upisnik poljoprivrednika broj PG-a 2018, 31. 12. 2018.

Tablica 13. Indeks razvijenosti Općine Trpanj

Jedinica lokalne samouprave (JLS)	Žup.	Razvoj. skupina JLS	Indeks razvijeno sti JLS	Vrijednosti osnovnih pokazatelja za JLS						Vrijednosti standardiziranih pokazatelja za JLS					
				Prosječni dohodak po stanovniku	Prosječni izvorni prihodi po stanov.	Prosječna stopa nezaposlenosti	Opće kretanje stanovništva	Indeks starenja	Stupanj obrazovanja (VSS, 20-65)	Prosječni dohodak po stanov.	Prosječni izvorni prihodi po stanov.	Prosječna stopa nezaposlenosti	Opće kretanje stanovništva	Index starenja	Stupanj obrazovanja (VSS, 20-65)
				2014.-2016.	2014.-2016.	2014.-2016.	2016./2006.	2011.	2011.	2014.-2016.	2014.-2016.	2014.-2016.	2016./2006.	2011.	2011.
Trpanj	Dubr. neretvanska	6	104,143	22.786,87	3.026,78	0,1337	99,45	205,4	0,3588	97,54	103,29	104,55	105,25	90,73	133,72

Izvor: MRRFEU 2018.

### 3. RAZVOJNO-PLANSKA OPREDJELJENJA

Turizam je jedan od najvažnijih pokretača razvoja gospodarstva u Republici Hrvatskoj. Direktno i indirektno stvara oko 18 % domaćeg bruto proizvoda, te više od 40 % cjelokupnog izvoza, što ga bez sumnje stavlja među ključne komponente nacionalne ekonomije i vanjskotrgovinske razmjene. Hrvatska ima vrlo atraktivan turistički potencijal, prije svega jedinstvenu prirodnu i kulturno-povijesnu baštinu. U ovom poglavlju tretirani su najvažniji dokumenti s kojima strategija razvoja turizma Općine Trpanj mora korespondirati.

#### 3.1. Europski sustav

Turizam je važan sektor u gospodarstvu Europske unije koji podupire gospodarski rast i zapošljavanje. Međutim, jedan od najvećih izazova s kojim se suočavamo jest ojačati i unaprijediti održivi razvoj turizma u cilju osiguranja dugoročne konkurentnosti sektora. Održivim upravljanjem turizmom nastojimo osigurati prepoznavanje ograničenja i kapaciteta naših turističkih resursa i poticati razvoj turizma kojim se postiže ravnoteža između neposrednih gospodarskih, ekoloških i sociokulturnih koristi te osigurava dugoročna budućnost europskog turizma. Godine 2010. donesena je europska strategija turističkog razvoja „Europa – svjetska destinacija broj 1: Novi politički okvir za turizam u Europi“.

*Osnovni ciljevi ove strategije su:*

- *povećanje konkurentnost kroz poticanje inovacija i distribuciju*
- *promoviranje održivog, odgovornog i visoko-kvalitetnog turizma*
- *konsolidiranje europskog turističkog imidža i profila*
- *povećanje mogućnosti korištenja europskih financijskih instrumenata za turistički razvoj.*

Europa je broj jedan turističko odredište u svijetu, s najgušćom i najraznolikijom ponudom turističkih atrakcija. Upravo zbog toga, turistička industrija je postala ključni sektor gospodarstva EU, koji stvara preko 10 % BDP-a EU-a (direktno ili indirektno) te zapošljava 9,7 milijuna građana. Razvoj Europskog sustava pokazatelja za turizam za održivo upravljanje odredištima jedna je od glavnih inicijativa, čija se provedba u Komunikaciji traži od Komisije. Cilj je Europskog sustava pokazatelja doprinijeti unaprjeđenju održivog upravljanja odredištima na način da se dionicima u turizmu osigura jednostavan i koristan komplet alata. On će dionicima pomoći u mjerenju i praćenju upravljanja procesima održivosti i omogućiti im da razmjenjuju i uspoređuju ostvareni napredak i rezultate u budućnosti.

Turizam je ključan, jer stvara značajan udio BDP-a EU (preko 5 % u 2013.) te isto tako zapošljava preko 5 % radne snage. Turizam iznimno puno znači za lokalni razvoj te zapošljavanje, pogotovo za daleka područja planina i otoka. Prema preliminarnim podacima organizacije *World Tourism Organization*, u 2016. godini zabilježeno je 1,235 milijardi međunarodnih turističkih dolazaka u svijetu, što je 3,9 % više u odnosu na 2015. godinu i predstavlja novu (drugu godinu zaredom) rekordnu razinu tog pokazatelja. Prošla godina bila je sedma godina u uzlaznom nizu nakon što je 2009. godine zabilježen pad međunarodnih turističkih dolazaka. Od ukupnog broja međunarodnih turističkih dolazaka, već uobičajeno najveći dio (50,2 %) zabilježen je u Europi u kojoj je prošlogodišnje povećanje turističkih dolazaka iznosilo 12,2 milijuna dolazaka.

Nakon Europe, prema udjelu u dolascima, slijedi regija Azija i Pacifik (24,5 %) u kojoj je zabilježen gotovo dvostruko veći apsolutni skok dolazaka u odnosu na Europu, tj. zabilježeno je 23,6 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka više u odnosu na 2015. godinu. Pritom je najveći rast zabilježen u Sjeveroistočnoj Aziji (11,8 milijuna više).

### 3.2. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.

Strategija razvoja turizma RH do 2020. polazi od analize ključnih pokazatelja dostignutog razvoja, sagledava razvojna ograničenja i razvojne mogućnosti koje se očitavaju iz relevantnih razvojnih trendova u globalnom okruženju te prepoznaje ključne činitelje uspjeha na koje se hrvatska turistička politika mora usredotočiti u razdoblju do 2020. godine.

Promjene koje su se u međuvremenu dogodile na turističkom tržištu, kako na svjetskoj razini, tako i u relevantnom konkurentskom okružju, kao i niz drugih promjena koje obilježavaju život i rad ljudi na početku 21. stoljeća, nameću potrebu kritičkog propitivanja dobrih i manje dobrih učinaka dosadašnjeg razvoja turizma u nas, kako bi se, na tim osnovama, mogle utvrditi nove razvojne smjernice, strateški razvojni ciljevi, odnosno mjere turističke politike u nastupajućem desetogodišnjem razdoblju. Glavni razvojni cilj Strategije je ulazak Hrvatske u vodećih 20 turistički najkonkurentnijih zemalja svijeta, a naša bi zemlja 2020. godine trebala biti „globalno prepoznatljiva turistička destinacija, konkurentna i atraktivna za investicije, koja stvara radna mjesta i na održiv način upravlja razvojem na svom cjelokupnom prostoru, njeguje kulturu kvalitete, a svojim gostima tijekom cijele godine pruža gostoljubivost, sigurnost i jedinstvenu raznovrsnost autentičnih sadržaja i doživljaja“. Hrvatski turizam bi u 2020. godini trebalo obilježiti 7 milijardi eura novih investicija, 955 tisuća ležajeva u komercijalnim smještajnim kapacitetima (+7 %), oko 30 tisuća novozaposlenih u turizmu i pratećim djelatnostima, 86 milijuna turističkih noćenja (+43 %) i 14,3 milijarde eura turističke potrošnje.

*Strateški ciljevi i zadaci razvoja hrvatskog turizma:*

- Poboljšavanje strukture i kvalitete smještaja
- Novo zapošljavanje
- Investicije
- Povećanje turističke potrošnje

10 ključnih razvojnih usmjerenja Republike Hrvatske do 2020.

- Institucionalno dereguliranje
  - Turizam na cijelom prostoru
  - Partnerstvom do uspjeha
  - Hotelijerstvo – ključni pokretač investicijskog ciklusa
  - Kultura kvalitete
  - Inoviranje tržišnog nastupa
  - „Zeleno“ kao filozofija djelovanja
  - Autentičnost i kreativnost
  - Više od sunca i mora
  - Hrvatski proizvod za hrvatski turizam
- *Najvažniji ciljevi (strateške postavke)*
    - Dinamičan, kvalitetan i organiziran razvoj turizma (razvojno opredjeljenje)

- Turizam u funkciji razvoja ukupnog prostora (sinergijski efekti)
- Poboljšanje standarda života (individualno i društveno)
- Formiranje turističke ponude na osnovama održivog razvoja i ekologije
- Usklađeni razvoj turizma s poljoprivrednim i ostalim djelatnostima, te ukupnim društvenim razvojem
- Turistički proizvod će biti formiran na bazi autohtonosti i tradicije područja
- Definiranje razvojnog programa i ponude
- Poboljšanje postojeće ponude, kreiranje nove ponude
- Sustavno podizanje znanja (globalno) i pojedinačno (djelatnici)

#### *Razvoj turističke ponude*

##### *Razvoj turističkih proizvoda*

- Fokus i poticaji razvoju diferenciranih proizvoda s ciljem ublažavanja sezonalnosti

##### *Brza privatizacija i aktiviranje državne imovine*

- *Brownfield* i *greenfield*

##### *Unapređenje smještajne ponude*

- Novi kapaciteti većinom u hotelima i resortima 4-5\* te malim hotelima, povećanje kvalitete obiteljskog smještaja, podizanje kvalitete kampova

##### *Unapređenje ostale turističke ponude*

- Tematski parkovi, centri za posjetitelja, plaže, staze i šetnice, *shopping* ponuda, zabava

#### Strategija turizma Republike Hrvatske – Razvoj turističkih proizvoda:

- *Sunce i more* – repozicioniranje kroz jačanje svih karika lanca vrijednosti i produljenje sezone
- *Nautički turizam* – novih 15.000 vezova, nova regulativa, fokus na ekologiju
- *Zdravstveni turizam* – tržišna specijalizacija, umrežavanje, podizanje kvalitete smještaja
- *Kulturni turizam* – dalja turistifikacija kulturnih sadržaja, interpretacijski centri, manifestacije
- *Poslovni turizam* – infrastruktura (kongresni centri), upravljanje, zračne linije
- *Golf turizam* – infrastruktura (igrališta) uz najjače destinacije, golf resorti
- *Cikloturizam*
- *Eno i gastroturizam*
- *Ruralni i planinski turizam*
- *Pustolovni i sportski turizam*



### 3.3. Strategija razvoja turizama Dubrovačko- neretvanske županije 2012. – 2022.

Izradom Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske, Dubrovačko-neretvanska županija je izradila Strategiju razvoja turizma 2012. – 2022 g. Strategija Dubrovačko-neretvanske županije je ujedno i glavni strateški, razvojni dokument kojim se usmjerava turistički razvitak u Županiji, a time i gradova i općina u dužem razdoblju.

Sukladno Strategijskom planu, budući razvoj trebao bi se temeljiti prije svega na podizanju kvalitete postojećih objekata, odnosno na njihovom restrukturiranju, što ne znači da neće biti izgradnje novih objekata. Dubrovačko-neretvanska županija je krajem 2010. godine pokrenula niz projektnih aktivnosti vezanih za izradu sveobuhvatne županijske Strategije razvoja turizma koja je imala sljedeće temeljne ciljeve:

- Raščistiti dileme i kontroverze nastale u prethodnom razdoblju;
- Podijeliti ukupan prostor županije na turističke klasterne koji su posve konzistentni po iskustvenoj strukturi;
- Definirati model rasta turizma županije i njenih klastera;
- Postaviti upravljački model turizma.

U Strategiji razvoja turizma DNŽ, napravljena je Strategija razvoja turizma za 6 klastera i to:

- Klaster Dubrovnik
- Klaster Pelješac
- Klaster Neretva
- Klaster Korčula
- Klaster Lastovo
- Klaster Mljet

Svaki će se klaster opredijeliti za određene turističke sektore koji će biti dominantni u njegovoj turističkoj ponudi. Uz klasičnu ponudu „sunca i mora“, svaka destinacija odabrat će određeni broj sektora u kojima će se specijalizirati i natjecati sa sličnim destinacijama na Mediteranu. Ovaj model razvoja posebnu pozornost posvećuje zaštiti okoliša i podizanju kvalitete života stanovništva pojedine destinacije. Strategija razvoja turizma za pojedine klasterne ustvari je program razvoja turizma na tom području i kao takav poslužit će za definiranje osnovnih postavki za izradu prostornih planova jedinica lokalne samouprave. Budući da je turizam u većini gradova i općina Dubrovačko-neretvanske županije najznačajnija ili jedna od najznačajnijih djelatnosti, ovaj će dokument biti izuzetno značajan za izradu prostornih planova.

Klaster Pelješac, sa svojim prirodnim resursima, kulturološkom baštinom te kvalitetnom ponudom vrhunskih vina, kao i gastronomijom ima sve predispozicije još više poboljšati svoju ponudu, pogotovo izgradnjog mosta, te novom pristupnom prometnom infrastrukturom svoj „klaster“ svrstati u poželjniju destinaciju nego do sada.

Provedba Strategije razvoja donijet će kvalitetniji život stanovnicima Dubrovačko-neretvanske županije i u tom smislu da nije svejedno živi li se u regiji koja prati svoj razvoj ili u onoj koja se o tome ne brine, posebice kada je riječ o zaštiti okoliša. Strategija razvoja jasno kaže da je okoliš element koji se ni pod koju cijenu ne smije žrtvovati u budućem razvoju koji prema tome mora biti održiv i, što posebno naglašavamo, odgovoran. Dubrovačko-neretvanska županija je atraktivan, ali geografski heterogen i razmjerno nefunkcionalan prostor. Prostor je nedovoljno kvalitetno povezan s centrom županije.

Različiti dijelovi županije imali su i različitu povijest, koja je uvjetovala i dijelom različita kulturna obilježja te različite načine stvaranja ekonomskog blagostanja. Dio županije (Mljet, Lastovo, Pelješac, dijelovi Korčule i Dubrovačkog primorja) prate vrlo negativni demografski trendovi te se već sada nalaze u situaciji u kojoj je interno pokretanje bilo kakvog gospodarskog ili turističkog razvoja vrlo izazovno. S druge strane, depopulacija je dodatno povećala slobodan prostor u kojem su moguće i razvojne inicijative većih razmjera. Ambijentalno je riječ o jednom od najljepših dijelova Mediterana s nesumnjivim atrakcijskim potencijalom za bitno veći volumen turističke ekonomije. Heterogenost prostora i različiti karakter pojedinih dijelova koji su do sada predstavljali najveće barijere boljoj integraciji, predstavljaju najveću priliku i potencijal za uspostavljanje jedinstvenog turističkog lanca vrijednosti na Mediteranu.

„Dubrovnik rivijera“ je globalno prepoznata turistička destinacija i jedna od vodećih na Mediteranu. Svoje jedinstveno prirodno i kulturno naslijeđe strukturira i interpretira kao nezaboravno turističko iskustvo usmjereno gostima koji cijene autentične vrijednosti i kvalitetu doživljaja u izvornom jadransko mediteranskom okruženju. Grad Dubrovnik je centar regije koji živi cijelu godinu na temelju aktivnosti povezanih s kulturom, događanjima i kongresima. Arhipelag otoka i otočića je utočište i ladanje iskusnih i zahtjevnih poklonika uživanja u moru i nautici, a unutrašnjost otoka njeguje i interpretira osobitu agrikulturu i gastronomiju. Na prostorima obale, ali i unutrašnjosti, koji dosad nisu bili predmet turističkog ili opće gospodarskog razvoja, Dubrovnik Rivijera razvija nove, inovativne i visoko kvalitetne resorte koji maksimalno respektiraju krajolik i socio-kulturni supstrat ovog jedinstvenog prostora.

### 3.4. Plan razvoja turizma Pelješca

Dokument „Plan razvoja turizma Pelješca“ valja shvatiti i tumačiti kao osnovni regulatorni okvir za koordinaciju i upravljanje aktivnostima različitih gospodarskih entiteta, institucija javnog sektora i svih drugih dionika na bilo koji način uključenih u razvoj i podizanje kvalitete integralnog turističkog proizvoda Pelješca do 2020. godine. U tom smislu, posebno valja istaknuti sljedeća dva strateška cilja:

1. bolju valorizacija turističkih potencijala Pelješca na načelima održivog razvoja, odnosno
2. stvoriti preduvjete za kontinuirano povećanje blagostanja cjelokupnog stanovništva Pelješca, a osobito onog njegovog dijela koje već je ili će tek biti aktivno uključeno u turističko privređivanje

Polazeći od analize postojećeg stanja i rezultata SWOT analize, kao i evidentiranih strateških prednosti i nedostataka dostignutog stupnja razvoja turizma na cijelom prostoru Pelješca, a uvažavajući pritom kako globalne trendove u turističkoj potražnji, tako i odrednice razvojne vizije, prepoznata su četiri strateška cilja budućeg razvoja turizma poluotoka:

Cilj 1: Stvaranje poticajnog socijalnog okruženja koje će podržavati turistički razvoj na cijelom području Pelješca.

Cilj 2: Uspostava turističke infra i supra strukture koja će moći udovoljiti zahtjevima potražnje inducirane tržišnom komercijalizacijom novih turističkih doživljaja projektog područja.

Cilj 3: Diversifikacija turističkih proizvoda/atrakcija

Cilj 4: Uspostava (međunarodne) tržišne prepoznatljivosti i poželjnosti

### 3.5. Poželjan razvoj turizma na poluotoku Pelješcu u kontekstu izgradnje Pelješkog mosta

Regionalna razvojna agencija Dubrovačko-neretvanske županije – DUNEA u sklopu provedbe projekta COASTING – Integralno upravljanje obalnim područjem za održivi turizam, a koji se financira iz Transnacionalnog programa Mediteran, naručila je od Instituta za turizam, Zagreb, izradu dokumenta „Poželjan razvoj turizma na poluotoku Pelješcu u kontekstu izgradnje Pelješkog mosta“.

U studiji su obrađeni:

- kvalitativni trendovi na turističkom tržištu
- održivi razvoj
- poželjni atributi turističkog proizvoda Pelješca – stavovi lokalnih razvojnih dionika
- poželjno tržišno pozicioniranje Pelješca
- očekivane implikacije izgradnje pelješkog mosta na budućnost turizma na poluotoku – stavovi lokalnih razvojnih dionika
- ekspertna procjena učinaka izgradnje mosta na intenzitet prometa i rast turističke potražnje
- ekspertna procjena učinaka izgradnje mosta za razvojnu održivost pelješkog turizma
- akcijski plan – prioritetne mjere i aktivnosti
- zaključci i preporuke

### 3.6. Prostorni planovi Županije

Prostorni planovi su dokumenti prostornog uređenja kojima se, sukladno članku 53. Zakona o prostornom uređenju (u daljnjem tekstu Zakon, NN br. 153/13.), u svrhu ostvarivanja ciljeva prostornog uređenja, sukladno načelima prostornog uređenja uređuje svrhovita organizacija, korištenje i namjena prostora te uvjeti za uređenje, unaprjeđenje i zaštitu prostora Države, županija, gradova i općina. PPDNŽ sadrži prostornu i gospodarsku strukturu Županije, sustav središnjih naselja regionalnog značenja, sustav razvojne regionalne infrastrukture, osnove za uređenje i zaštitu prostora, mjerila i smjernice za gospodarski razvoj, za očuvanje i unaprjeđenje prirodnih, kulturno-povijesnih i krajobraznih vrijednosti, mjere za unaprjeđenje i zaštitu okoliša te druge elemente od važnosti za Županiju.

Područje Županije ovim je Planom prema korištenju i namjeni površina razgraničeno za razvoj i uređenje na sljedeći način:

Razvoj i uređenje prostora/površina naselja

- Naselja površine veće od 25,0 ha

- Naselja površine manje od 25,0 ha

Razvoj i uređenje prostora/površina izvan naselja

a) Građevinska područja izdvojene namjene:

- *Gospodarska namjena – proizvodna I*
  - pretežito industrijska I1
  - pretežito zanatska I2
  - pretežito prehrambeno-prerađivačka I3
  - pretežito građevinarska (asfaltna baza) I4
- *Gospodarska namjena – površine za iskorištavanje mineralnih sirovina E*
  - kamen E3
  - sol E5
- *Gospodarska namjena – površine uzgajališta (akvakultura) H*
  - uzgajalište školjkaša H1
  - kavezni uzgoj riba H2
  - kavezni uzgoj riba i školjkaša H3
  - otpremni centar H4
- *Gospodarska namjena – poslovna namjena K*
  - pretežito uslužna K1
  - pretežito trgovačka K2
  - komunalno-servisna K3
  - pretežito reciklažna K4
  - mješovite zone pretežito poslovne K5
- *Gospodarska namjena – ugostiteljsko-turistička T*
  - hotel T1
  - turističko naselje T2
  - autokamp T3
  - konačište i sl. T4
  - luka nautičkog turizma LN
  - golf R1
- *Športsko-rekreacijska namjena R*
  - golf R1
  - vodeni sportovi R2
  - športska dvorana R3
  - športska igrališta R4
  - rekreacijski park R5
- *Posebna namjena N*
- *Groblja*

*Prostori / površine izvan građevinskih područja*

*Poljoprivredne, šumske i vodene površine*

- Poljoprivredno tlo – osobito vrijedno obradivo tlo P1
  - Poljoprivredno tlo – vrijedno obradivo tlo P2
  - Poljoprivredno tlo – vrijedno obradivo tlo P2 (istražno područje melioracije)
  - Poljoprivredno tlo – ostalo obradivo tlo P3
  - Šume – gospodarske i zaštitne Š1 i Š2,
  - Šume – posebne i rekreativne Š3
  - Ostalo poljoprivredno tlo, šume i šumsko zemljište PŠ, te kamenjari i goleti
  - Vodene površine V – vodotoci, jezera i more
- *Površine infrastrukturnih sustava*
- Energetski sustavi
  - Prometni sustavi
  - Obrada, skladištenje i odlaganje otpada

Na području Dubrovačko-neretvanske županije donijeti su ili su u izradi sljedeće vrste prostornih planova:

- prostorni plan županije,
- prostorni plan područja posebnih obilježja,
- prostorni plan uređenja grada/općine,
- generalni urbanistički plan,
- urbanistički plan uređenja,

Prostor županije podijeljen je u skladu s prirodno-geografskim, društveno-gospodarskim i funkcionalno-gravitacijskim obilježjima na fizički gotovo odvojene tri veće geografske cjeline.

- Dubrovačko priobalje: Grad Dubrovnik i općine Konavle, Župa dubrovačka, Dubrovačko primorje

- otočno i poluotočno područje: Grad Korčula te općine Lastovo, Vela Luka, Blato, Smokvica, Lumbarda, Mljet, Orebić, Trpanj, Janjina i Ston

- Donjoneeretvanski kraj: gradovi Metković, Ploče i Opuzen te općine Pojezerje, Slivno, Kula Norinska i Zažablje

Dubrovačko-neretvanske županija je 2016. godine donijela Prostorni plan županije. Izmjena i dopuna Prostornog plana Dubrovačko-neretvanske županije, 2019 god. izrađuje se i provodi temeljem Zakona o prostornom uređenju i gradnji, a obuhvaća područje Dubrovačko-neretvanske županije u cjelini, u svojim administrativnim granicama temeljenim na podacima Državne geodetske uprave (DGU). Izmjenama i dopunama prostornog plana Dubrovačko-neretvanske županije pristupilo se radi niza izmjena zakona i podzakonskih propisa koji imaju neposredan utjecaj na sustav prostornog uređenja, zbog dostignutog višeg stupnja spoznaja o mogućnostima, ograničenjima i zaštiti prostora Dubrovačko-neretvanske županije, kao i iskazanih potreba gradova i općina za redefiniranjem pojedinih prostorno-planskih odrednica strateškog dokumenta prostornog uređenja. Time se ujedno Prostorni plan usklađuje s usvojenim razvojnim dokumentima na nacionalnoj i županijskoj razini.

Izdvojena građevinska područja izvan naselja ugostiteljsko-turističke namjene mogu se planirati na predjelima manje prirodne i krajobrazne vrijednosti tako da:

- smještajne građevine i prateći sadržaji (otvoreni športski, rekreacijski, ugostiteljski, uslužni, zabavni i sl.) budu, uz mjere poboljšanja komunalne infrastrukture i zaštite okoliša, više kategorije te položajem, veličinom, osobito visinom u skladu s obilježjem prirodnog krajolika

- smještajne građevine, organizirane kao turističko naselje budu oblikovanjem sukladne s izvornim urbanim i arhitektonskim obilježjima,

- smještajne jedinice u autokampu i kampu nisu povezane s tlom na čvrsti način,

- vrsta i kapacitet pratećih sadržaja i javnih površina budu određeni razmjerno svakoj fazi građenja smještajnih građevina,

- gustoća korištenja iznosi najviše 120 kreveta/ha

Radi što kvalitetnije pripreme projekta na razini UPU-a će se za izdvojena građevinska područja (izvan naselja) ugostiteljsko-turističke namjene i golf igrališta utvrditi potreba, način i smjernice rješenja rekonstrukcije, dogradnje, izgradnje, te ukidanje postojećih infrastrukturnih sustava koje se nalaze unutar ili utječu na projekt. Na razini UPU-a će se odrediti i stvarni iznosi za infrastrukturne standarde (kapaciteti) u pogledu elektroopskrbe, vodoopskrbe, odvodnje oborinskih i otpadnih voda i zbrinjavanja otpada za izdvojena građevinska područja (izvan naselja) ugostiteljsko-turističke namjene i golf igrališta.

Određuju se područja ugostiteljsko-turističke namjene izvan naselja (položaj, vrsta, te najveći kapacitet i veličina) i smjernice za utvrđivanje izdvojenih građevinskih područja te namjene i to:

1. (T1) – za hotele sa 70 % i vile s 30 % smještajnog kapaciteta,
2. (T2) – za turističko naselje u kojem će hoteli imati 30 % i vile 70 % smještajnog kapaciteta,
3. (T3) – autokamp i kamp
4. (T4) – konačište i sl. (pojedinačne ugostiteljsko-turističke građevine koje mogu formirati i zasebne cjeline)
5. (R1) – golf igrališta.

Turističko razvojno područje (TRP) je izdvojeno građevinsko područje izvan naselja namijenjeno razvoju ugostiteljsko-turističke djelatnosti, fizički i infrastrukturno izdvojeno iz građevinskih cjelina naselja. Unutar TRP-a se u prostornim planovima lokalne razine mogu odrediti zone izgradnje smještajnih građevina, zone izgradnje pratećih ugostiteljsko-turističkih sadržaja, zone izgradnje servisnih i opskrbnih sadržaja u funkciji turizma, kao i površine namijenjene infrastrukturnim građevinama.

Turističko područje (TP) je izdvojeno građevinsko područje izvan naselja ugostiteljsko-turističke namjene limitirano veličinom i smještajnim kapacitetom. Unutar TP-a može se planirati izgradnja pojedinačne zgrade ili kompleksa zgrada, koje čine zatvorene funkcionalne i tehnološke cjeline. TP-ovi se planiraju na lokacijama posebne vrijednosti i u ambijentu koji nije determiniran drugim vrstama izgradnje. TP-ovi prvenstveno trebaju poslužiti za valorizaciju izrazitih krajobraznih i drugih vrijednosti prostora. (Turistički punkt, određen osnovnim Prostornim planom Dubrovačko-neretvanske županije, kao i njegovim izmjenama i dopunama, ovim se Planom utvrđuje kao Turističko područje-TP).

Turistička zona (TZ) je dio građevinskog područja naselja ili dio građevinskog područja golf igrališta namijenjen ugostiteljsko-turističkoj djelatnosti. Unutar TZ-a se u prostornim planovima lokalne razine određuju površine za izgradnju smještajnih građevina, površine za izgradnju pratećih ugostiteljsko-turističkih sadržaja, površine za izgradnju servisnih i opskrbnih sadržaja u funkciji turizma, kao i površine namijenjene infrastrukturnim građevinama, a sve unutar jedinstvene prostorno-funkcionalne cjeline sa jedinstvenim upravljanjem

Kategorije za razvoj i uređenje prostora/površina izdvojene namjene izvan naselja za ugostiteljsko-turističku namjenu su sljedeće:

- hotel T1

- turističko naselje T2
- autokamp T3
- konačište i sl. (pojedinačne ugostiteljsko-turističke građevine (konačište i sl.) koje mogu formirati i zasebne cjeline) T4
- golf R1

Tablica 14. Izdvojena građevinska područja (izvan naselja) ugostiteljsko-turističke namjene su sljedeća:

Općina/Grad	Naselje	Lokalitet	Vrsta	Površina (ha)	Kapacitet	Postojeći plan	ZOP
Trpanj	Donja Vručica	Divna	T2	3,0	300	pl	da
Trpanj	Trpanj	Luka	T1 i T3	4,5	250	pl	da
Trpanj	Duba Pelješka	Javić-Zaglav	T2	3,0	360	pl	da

Izvor: Prostorni plan Dubrovačko-neretvanske županije

U gore navedene smještajne kapacitete zbrajaju se kapaciteti vrste smještaja iz:

- Pravilnika o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli,
- Pravilnika o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata kampova iz skupine „kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“, a ne zbrajaju se kapaciteti vrste smještaja iz:
  - Pravilnika o razvrstavanju i kategorizaciji drugih vrsta ugostiteljskih objekata za smještaj iz skupine „kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“,
  - Pravilnika o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu,
  - Pravilnika o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu, te
  - vezovi plovila u lukama nautičkog turizma

Tablica 15. Luke nautičkog turizma županijskog značaja

Općina/grad	naselje	naziv/lokalitet	Kapacitet (broj vezova)	Post/plan
Do 200 vezova				
Korčula	Korčula	Korčula (Dominče)	do 200	pl
Blato	Blato	Otočac	do 200	pl
Dubrovačko primorje	Slano	Slano	do 200	pl
Konavle	Cavtat	Prahivac	do 200	pl
Vitaljina	Prevlaka	do 200	pl	
Orebić	Orebić	Orebić	do 200	pl

Smokvica	Brna	Brna	do 200	pl
Ston	Žuljana	Žuljana	do 200	pl
Trpanj	Trpanj	Trpanj	do 200	pl
Vela Luka	Vela Luka	Vela Luka	do 200	pl

Izvor: Prostorni plan Dubrovačko-neretvanske županije

Tablica 16. Sportske luke županijskog značaja

OPĆINA/GRAD	naselje	naziv/lokalitet	Kapacitet (broj vezova)	Postojeće/ planirano
Dubrovnik	Dubrovnik	Orsan	do 200	pt
Solitudo (LS i centar za vodene sportove)	do 200	pl		
Korčula	Korčula	Korčula	do 200	pl
Pupnat	Kneža	do 100	pl	
Metković	Metković	Metković	do 200	pl
Orebić	Orebić	Orebić	do 200	pt
Trpanj	Trpanj	Trpanj	do 100	pl

Izvor: Prostorni plan Dubrovačko-neretvanske županije

### 3.6.1. Strategija razvoja ruralnog prostora Dubrovačko-neretvanske županije

Ruralni turizam, osobito turizam na seljačkim gospodarstvima, mora se sagledavati kao bitna sastavnica ukupnog, održivog razvitka. To je sukladno dokumentima Europske Unije. U prilog navedenom govori činjenica da Hrvatska posjeduje znatne gospodarske, kulturne i prirodne uvjete za razvoj ruralnog prostora. Uz tradicionalnu proizvodnju i pripremu hrane, naime, ravnopravno treba uključiti i seoski turizam kao dopunsku djelatnost, i to u sklopu obnove sela i cjelokupnog razvitka ruralnog prostora. Time se postiže povezivanje turizma i poljoprivrede kao hrvatskih komparativnih prednosti. Ruralni turizam skupni je naziv za različite oblike turizma koji se javljaju izvan područja gradova i područja na kojima se je razvio masovni turizam. On je uvjetovan i obilježen turističkim atrakcijama koje se nalaze u ruralnim prostorom, a sam zauzima nešto više od 90 % kopnene površine Hrvatske.

Bez obzira na prirodnu i kulturološku atraktivnost hrvatskog ruralnog prostora, ruralni turizam, osobito onaj na turističkim seljačkim gospodarstvima, razvija se vrlo sporo u odnosu na potražnju i ponudu u susjednim zemljama (Austrija, Slovenija, Italija)

#### Ciljevi razvitka ruralnog prostora Dubrovačko-neretvanske županije

Ciljevi s aspekta sela:

- revitalizacija ruralnog prostora
- osposobljavanje seoskog stanovništva za samostalni razvitak
- cjelovito rješavanje problema ruralnog prostora i sela
- aktivno uključivanje žena u ruralni razvitak
- zaštita, razvitak i očuvanje karakteristika ruralnih područja i sela, njihovih vrednota i identiteta



- razvoj poljodjelstva
- poticanje primarne seljačke proizvodnje i prerade poljoprivrednih proizvoda

### 3.7. Prostorni planovi Općine

Izrada prostornog plana užeg područja Općine – urbanističkih planova uređenja određuju se sve neuređeni dijelovi građevinskog područja naselja i za građevinska područja izdvojene namjene. Urbanističkim planovima uređenja obuhvaćeni su i izgrađeni, kao i neizgrađeni uređeni dijelovi građevinskih područja naselja, a obuhvaćeni su s ciljem omogućavanja kvalitetne prostorne organizacije i spajanja na postojeću osnovnu infrastrukturu. Izmjenama i dopunama prostornog plana uređenja donesenim 2016. utvrđuju se osnove i uređivanja prostora u skladu s potrebama društvenog i gospodarskog razvoja Općine Trpanj, a posebno:

1. Uvjeti određivanja namjene površina

Obuhvat plana; razgraničenje površina prema namjeni; namjena površina unutar građevinskih područja; građevinsko područje – izgrađeni i neizgrađeni dio

2. Građevine od važnosti za državu i županiju; Građevinska područja naselja; Izgrađene strukture izvan naselja

3. Uvjeti smještaja gospodarskih djelatnosti

*Površine gospodarske namjene – poslovne i proizvodne* ( površine gospodarske namjene – proizvodne i poslovne; uvjeti gradnje unutar izdvojenih građevinskih područja (izvan naselja); gospodarske namjene – proizvodne; područje ribolova i marikulture)

*Površine ugostiteljsko-turističke namjene* (površine ugostiteljsko-turističke namjene; uvjeti gradnje na površinama ugostiteljsko-turističke namjene; sportsko-rekreacijska namjena)

*Poljoprivredne i šumske površine* (šumske površine)

4. Uvjeti smještaja društvenih djelatnosti (društvene djelatnosti)

5. Uvjeti utvrđivanja koridora ili trasa i površina prometnih i drugih infrastrukturnih sustava.

Infrastrukturni sustavi – opće odredbe; cestovni promet i prometni uvjeti; promet u mirovanju; pomorski promet; pošta i telekomunikacije; elektroopskrba; korištenje plina; vodoopskrba; odvodnja; uređenje vodotoka i vodni režim; navodnjavanje; zone sanitarne zaštite; groblja

6. Mjere zaštite krajobraznih i prirodnih vrijednosti i kulturno-povijesnih cjelina

Opća načela zaštite;

*Mjere zaštite krajobraznih i prirodnih vrijednosti* ( krajobrazne i prirodne vrijednosti; mjere zaštite krajobraznih i prirodnih vrijednosti; zaštićeno obalno područje mora (zop))

*Mjere zaštite kulturno-povijesnih cjelina i građevina* (kulturno-povijesna baština; mjere zaštite kulturno-povijesne baštine)

7. Postupanje s otpadom – zbrinjavanje otpada

8. Mjere sprečavanja nepovoljna utjecaja na okoliš (mjere poboljšanja okoliša; Zaštita od požara i eksplozija; mjere i posebni uvjeti za zaštitu od požara i eksplozija)

*Zaštita od prirodnih i drugih nesreća* (opći uvjeti; mjere zaštite od elementarnih nepogoda i ratnih opasnosti – uvjeti gradnje; uzbunjivanje, zbrinjavanje stanovništva i materijalnih dobara te evakuacija; zaštitne sigurnosne zone)

9. Mjere provedbe plana – obveza izrade prostornih planova; Primjena posebnih razvojnih i drugih mjera, posebne razvojne mjere

U Prostornom planu Općine Trpanj poseban se naglasak stavlja na ugostiteljsko-turističku djelatnost i namjeru razvijanja turizma na području Općine, kao i razvoj nautičkog turizma.

U Općini Trpanj planiraju se sljedeće vrste područja ugostiteljsko-turističke namjene unutar obuhvata Plana površine ugostiteljsko-turističke namjene planirane su:

(a) unutar izdvojenih građevinskih površina (izvan naselja) ugostiteljsko-turističke namjene – „turističkih zona“ (TZ):

- Divna: tip T2 – turističko naselje, površine 3,0 ha i kapaciteta 300 kreveta
- Luka: tip T1 – hoteli i T3 – autokamp, , površine 2,7 ha i kapaciteta 250 kreveta

(b) unutar građevinskog područja naselja, kao razgraničene površine isključive ugostiteljsko-turističke namjene – „turističke lokacije“ (TL):

(c)

- Faraon, unutar naselja Trpanj: tip T1 – hoteli, površine 0,4 ha i kapaciteta 200 kreveta
- Blaca, unutar naselja Trpanj: tip T1 – hoteli, površine 0,37 ha i kapaciteta 120 kreveta
- Kamp Duba, unutar naselja Duba Pelješka: tip T3 – autokamp, površine 0,61 ha i kapaciteta 150 kreveta

(c) kao luke nautičkog turizma (LN):

- luka nautičkog turizma „Trpanj“, unutar naselja Trpanj, kapaciteta do 200 vezova

(d) površine u istraživanju T\*:

- Gornja Vručica, unutar naselja Gornja Vručica.

### *Pomorski promet*

(1) Na području obuhvata Plana planirane su sljedeće luke otvorene za javni promet:

(a) županijskog značaja:

- Luka Trpanj – putnička luka (trajektna i putnička luka)

(b) lokalnog značaja:

- Luka Trpanj (putnička luka)
- Luka Duba (Trpanjska) – putnička luka.

(2) Na području obuhvata Plana planirane su sljedeće luke posebne namjene:

(a) luka nautičkog turizma (LN) županijskog značaja:

- Trpanj (do 200 vezova)

(b) sportska luka (LS) županijskog značaja:

- Trpanj (do 100 vezova).

Tablica 17. Ukupno planirani turistički kapaciteti Općine

Vrste smještaja		Kapaciteti		Ukupno
		Postojeći	Planirani	
1	Hotelski smještaj (TZ i TL) (T1) (T2) (T3)	200	1260	1460
2	Obiteljski pansioni «privatni smještaj»	600	880	1480
3	Parahotelske vrste smještaja – kamp (T3)	280	170	450
4	Etnoturizam	0	Ovisi o mogućnostima prostora	-
UKUPNO		1080	2310	3390

Izvor: PPUO Općine Trpanj

### 3.8. Strateški razvojni program Općine Trpanj

U ovom Poglavlju izložena je Strategija razvoja Općine koja se sastoji od strateških ciljeva, prioriteta i mjera. Detaljnije, SR-a se sastoji od:

- *Strategije (strateški ciljevi):* će se provoditi kroz prioritete i mjere koje će voditi javni sektor. Ti zadaci omogućavat će rast *poslovnog sektora i civilnog društva*. Poslovni sektor stvara „blagostanje“ u Općini, dok civilno društvo vodi poboljšanoj participacijskoj demokraciji.
- *Prioriteta i mjera:* Prioriteti u skladu sa Strategijom, predstavljaju žarišta aktivnosti koja bi trebalo provoditi ostvarenjem mjera. Osim nabrojanog, SR će se baviti i važnim razvojnim temama Europske unije (tzv. horizontalne EU teme ili principi) koje Europska unija podržava i koji bi trebali biti uključeni u svim segmentima SR-a. Ključne razvojne teme uključuju promociju informacijske tehnologije, održivo upravljanje okolišem i brigu za osiguranjem jednakosti spolova, ljudskih prava i učinkovite demokracije.

#### Ciljevi Općine Trpanj:

Ciljevi razvoja turizma trebali bi biti usklađeni s globalnim gospodarskim, te društvenim ciljevima Općine. Dugoročni je cilj razvoja turizma na području Općine je prvenstveno blagostanje lokalnog stanovništva i ostvarenje gospodarskog prosperiteta. Potrebno je istaknuti da ne postoji subordinacija ciljeva te da su svi navedeni ciljevi jednako važni i da se međusobno uvjetuju. Značajno odstupanje od bilo kojeg cilja nedvojbeno bi bitno poremetilo ravnotežu odnosa.

Turistički proizvodi Općine uklapaju se u sustav turističke ponude Dubrovačko-neretvanske županije, koji samo objedinjenom ponudom mogu postići očekivanu razinu konkurentnosti na zahtjevnom turističkom tržištu. Turistički proizvodi se dakle, nadograđuju s turističkim proizvodima susjednih destinacija izazivajući sinergijski efekt, te zajedno tvoreći integralni turistički proizvod DNŽ-a.

Strateški ciljevi Općine Trpanj:

- CILJ 1: Unapređenje infrastrukturnog sustava općine na načelima održivog razvoja

*PRIORITET 1.1:*

-Unapređenje prometne infrastrukture

*MJERE:*

*1.1.1. Izgradnja, rekonstrukcija i održavanje prometne cestovne infrastrukture (lokalne ceste, nerazvrstane ceste, poljski putovi)*

*1.1.2. Izgradnja, rekonstrukcija i održavanje prometne pomorske infrastrukture (luke, iskrcajna mjesta itd.)*

*1.1.3. Razvoj i uređenje biciklističkih i pješačkih staza*

*1.1.4. Osmišljavanje, uređenje i označavanje tematskih putova, staza i plaža uz popratne sadržaje*

*1.1.5. Integracija i poboljšanje kvalitete kolnog, pješačkog i prometa u mirovanju te cestovne mreže kao i unaprjeđenje sustava za upravljanje i nadzor prometom*

*PRIORITET 1.2:*

-Izgradnja i unapređenje sustava vodoopskrbe, odvodnje te pročišćavanja otpadnih voda.

*MJERE:*

*1.2.1. Izgradnja i unapređenje vodoopskrbne infrastrukture*

*1.2.2. Sanacija, rekonstrukcija i izgradnja infrastrukture za odvodnju i pročišćavanje otpadnih voda*

*PRIORITET 1.3:*

-Unapređenje elektroopskrbnog sustava te promicanje korištenja i povećanje udjela alternativnih izvora energije

*MJERE:*

*1.3.1. Unapređenje osnovne infrastrukture elektroopskrbe*

*1.3.2. Izgradnja infrastrukture za obnovljive izvore energije*

*1.3.3. Promoviranje i poticanje korištenja obnovljivih izvora energije*

*1.3.4. Poticanje energetske učinkovite gradnje te uporabe energetske učinkovitih kućanskih aparata*

*1.3.5. Poticati korištenje energetske učinkovitih oblika prijevoza*

*PRIORITET 1.4:*

-Sustavno i održivo upravljanje otpadom

*MJERE:*

*1.4.1. Sanacija divljih deponija*

*1.4.2. Organizirano prikupljanje otpada*

*1.4.3. Porast iskorištavanja i prerade otpada*

*1.4.4. Poticanje aktivnosti čišćenja plaža i ostalih javnih površina*

*1.4.5. Provođenje edukativne kampanje u vrtićima, školama i prema građanima o primarnoj selekciji otpada i važnosti održivog upravljanja otpadom*

**PRIORITET 1.5:**

- Unapređenje IKT infrastrukture

**MJERE:**

*1.5.1. Rekonstrukcija, nadogradnja elektroničke komunikacijske infrastrukture skladu s potrebama i tehnološkim dostignućima.*

*1.5.2. Razvoj širokopojsnog Interneta u područjima bez dovoljno komercijalnog interesa*

**PRIORITET 1.6:**

Izgradnja sustava za upravljanje elementarnim nepogodama i prirodnim katastrofama

**MJERE:**

*1.6.1. Podizanje svijesti stanovništva i educiranje o upravljanju elementarnim nepogodama i prirodnim katastrofama*

*1.6.2. Rekonstrukcija i izgradnja infrastrukture za prevenciju i ublažavanje elementarnih nepogoda i prirodnih katastrofa*

- CILJ 2: Opći rast životnog standarda uz razvoj ljudskih potencijala i mjera socijalne politike.

**PRIORITET 2.1:**

-Izgradnja i unapređenje cjelokupne društvene infrastrukture

**MJERE:**

2.1.1 Izgradnja, dogradnja i renovacija objekata za obrazovanje, kulturu, sport i rekreaciju te ostale društvene aktivnosti

2.1.2. Opremanje objekata za odgoj i obrazovanje, kulturu, sport i rekreaciju

2.1.3. Izgradnja objekata za osobe u nepovoljnom položaju

2.1.4. Poticanje razvoja sportskih, kulturnih, rekreativnih i zabavnih programa

2.1.5. Integracija osoba u nepovoljnom položaju na tržište rada

2.1.6. Donošenje programa poticanja umjetničkog stvaralaštva

2.1.7. Donošenje programa koji će omogućiti korištenje kulturne baštine u funkciji razvoja lokalne zajednice

2.1.8. Izgradnja i uređenje ostalih javnih površina (trgova, parkova i sl.)

2.1.9. Poboljšanje stanja javnog, linijskog prijevoza

**PRIORITET 2.2:**

-Jačanje kapaciteta općine

**MJERE:**

2.2.1. Jačanje ljudskih potencijala Općine

2.2.2. Kontinuirano informiranje stanovnika Općine o provedbi i rezultatima rada Općine

2.2.3. Jačanje sudjelovanja i angažmana svih građana u pripremi i provedbi Strategije razvoja

2.2.4. Izrada relevantnih strateških dokumenata, studija i dokumentacije

2.2.5. Uređivanje imovinsko-pravnih odnosa nad nekretninama u posjedu /suvlasništvu Općine te podrška rješavanju imovinsko-pravnih odnosa na području cijele općine

*PRIORITET 2.3:*

Unapređenje poslovanja organizacija civilnog društva

*MJERE:*

2.3.1. Razvoj partnerstva između javnog, civilnog i gospodarskog sektora

2.3.2. Donošenje i provedba programa zaštite i društvene uključenosti marginaliziranih društvenih skupina

2.3.3. Omogućavanje i poticanje uključivanja OCD u izradu i provedbu razvojnih programa

2.3.4. Potpore djelovanju, osposobljavanju i transparentnosti rada lokalnih udruga

*PRIORITET 2.4:*

-Usklađivanje razvoja ljudskih potencijala s potrebama gospodarstva te omogućavanje kvalitetnog cjeloživotnog obrazovanja i osposobljavanja

*MJERE:*

2.4.1. Provedba programa obrazovanja za bolju zapošljivost i uključenost

2.4.2. Poticanje razvoja cjeloživotnog obrazovanja i osposobljavanja

2.4.3. Zaustavljanje odljeva radno aktivnog stanovništva provođenjem mjera aktive politike zapošljavanja

*PRIORITET 2.5:*

- Pronatalitetna politika i zadržavanja lokalnog stanovništva

*MJERE:*

2.5.1: Donošenje programa i aktivnost pronatalitetne i migracijske politike

2.5.2: Aktivnosti zadržavanja lokalnog stanovništva

- CILJ 3: Razvoj održivog i konkurentnog gospodarskog okruženja

*PRIORITET 3.1:*

Razvoj poduzetničke infrastrukture

*MJERE:*

3.1.1. Izgradnja poslovne zone sa pripadajući gospodarskim sadržajima

3.1.2. Potpora razvoju i djelovanju poduzetničkih centara i inkubatora.

3.1.3. Stavljanje u funkciju poduzetništva zemljišta i objekata u državnom vlasništvu

*PRIORITET 3.2:*

Razvoj poticajnog poduzetničkog okruženja

*MJERE:*

3.2.1. Sustavna edukacija i trening poduzetnika.

3.2.2. Provođenje edukacija o mogućnostima financiranja iz eksternih izvora (nacionalni i EU fondovi)

3.2.3. Poticanje primjene znanja, inovacija i novih tehnologija u gospodarstvu

*PRIORITET 3.3:*

-Razvoj selektivnih oblika turizma i unapređenje kvalitete i konkurentnosti turističke ponude

**MJERE:**

- 3.3.1. Cjelokupno formiranje turističke zone.
- 3.3.2. Postavljanje dodatne turističke signalizacije
- 3.3.3. Izgradnja/nadogradnja, prestrukturiranje te unaprjeđenje osnovne turističke infrastrukture.
- 3.3.4. Unapređenje i diversifikacija turističke ponude popratnim turističkim i ugostiteljskim sadržajima i događajima.
- 3.3.5. Poticanje aktivnosti s ciljem jačanja turističke ponude izvan sezone
- 3.3.6. Usvajanje plana razvoja turizma temeljenog na konceptu održivog razvoja
- 3.3.7. Stvaranje i promoviranje turističkog identiteta
- 3.3.8. Ulaganje u razvoj i unapređenje agro, nautičkog, gastro, ciklo, sportskog, zdravstvenog, avanturističkog, kulturnog i drugih selektivnih oblika turizma
- 3.3.9. Poticanje stvaranja i plasmana izvornih suvenira i ostalih tradicionalnih proizvoda

*PRIORITET 3.4:*

Razvoj poljoprivrednih djelatnosti, ribarstva i marikulture na načelima održivog razvoja

**MJERE:**

- 3.4.1. Unapređenje uvjeta za poljoprivrednu proizvodnju
- 3.4.2. Poticanje i uvođenje profitabilnijih načina proizvodnje i podizanje produktivnosti u poljoprivredi, ribarstvu i marikulturi
- 3.4.3. Razvoj i promocija ekološki i okolišno održive poljoprivrede (stočarstvo, voćarstvo, povrtlarstvo, ljekovito bilje, proizvodnja i prerada hrane i pića)
- 3.4.4. Edukacija skupina ruralnog područja o poljoprivredi te mogućnostima financiranja iz EU i nacionalnih fondova
- 3.4.5. Potpora certificiranju, zaštiti i standardizaciji autohtonih poljoprivrednih proizvoda
- 3.4.6. Poticanje proizvodnje, prerade, trženja i promocije poljoprivrednih i ribljih proizvoda
- 3.4.7. Omogućavanje i poticanje zajedničkog nastupa poljoprivrednika na tržištu te njihovo zajedničko povezivanje s akterima u turizmu radi stvaranja jedinstvene turističke ponude

*PRIORITET 3.5:*

-Povećanje konkurentnosti poduzetništva i obrtništva

**MJERE:**

- 3.5.1. Razvoj poduzetništva i obrtništva, s naglaskom na malo i srednje poduzetništvo
- 3.5.2. Razvoj start-up-ova
- 3.5.3. Razvoj inovativnog poduzetništva i obrtništva

- CILJ 4: Revitalizacija i valorizacija prirodne i kulturne baštine

*PRIORITET 4.1:*

-Očuvanje, promocija i kontinuirano unapređivanje stanja okoliša te valorizacija prirodnih vrednota.

**MJERE:**

- 4.1.1. Obnova, uređenje i zaštita prirodne baštine te bolje upravljanje zaštićenim područjima
- 4.1.2. Provedba mjera za zaštitu, povećanje kvalitete i unaprjeđenje sustava praćenja kakvoće okoliša (mora, vode, tlo, zrak)
- 4.1.3. Jačanje promocije prirodne baštine
- 4.1.4. Očuvanje i održivo korištenje prirodne baštine i biološke raznolikosti
- 4.1.5. Podizanje svijesti stanovništva o potrebi održivog korištenja prirodne baštine putem organiziranih edukacija

**PRIORITET 4.2.:**

-Zaštita, promocija te valorizacija materijalnih i nematerijalnih kulturnih dobara

**MJERE:**

- 4.2.1. Izgradnja i uređenje infrastrukture u kulturi , kulturnih programa i poboljšanje koordinacije između kulturnih institucija
- 4.2.2. Jačanje promocije kulturno povijesne baštine općine
- 4.2.3. Očuvanje i vrednovanje tradicijskih zanata, običaja
- 4.2.4. Jačanje svijesti stanovništva o potrebi održivog korištenja kulturne baštine putem organiziranih edukacija

Općina Trpanj mora primijeniti model razvoja turizma koji će joj osigurati konkurentske prednosti u tržišnoj utakmici s destinacijama sličnih obilježja, usmjerenih k istim ciljnim skupinama. Pored ekonomskih, razvoj turizma donosi brojne promjene i izazove za turističke destinacije. Posebice se navedeno odnosi na fizički utjecaj na okoliš. Turizam je, pored procesa industrijalizacije i urbanizacije, jedan od najznačajnijih izvora pritiska na okoliš. Pritisak ovisi o procijenjenom nosivom kapacitetu, vrsti selektivnog turizma, ekološke osviještenosti i pismenosti nositelja turističke ponude, broja turista koji istovremeno borave u destinaciji, njihovoj ekološkoj pismenosti, itd. Utjecaj se očituje u onečišćenju zraka, tla i vode, korištenju prirodnih resursa, stvaranju otpada, prometne zakrčenosti, prostornih devijacija, itd. Općina Trpanj svjesna je utjecaja i promjena koje donosi turizam, no planom održivog razvoja turizma u dogovoru sa svim relevantnim sudionicima, veliku pažnja poklanja otklanjanju nepovoljnih utjecaja na cjelokupni okoliš.

Kako bi se lokalne zajednice orijentirane turizmu osposobile, obično su potrebne društvene i institucionalne promjene kao preduvjet za raspodjelu moći koja će omogućiti promjene. Lokalno stanovništvo je vrlo važan dionik u razvoju turizma destinacije, a zainteresirano je za njen razvoj jer je svjesno da iskorištavanjem resursa i lošim odlukama menadžmenta može rezultirati uništavanjem postojećih vrijednosti u njihovoj životnoj sredini. Kvaliteta života stanovništva u destinaciji ne smije se narušavati jer njenim uništavanjem i narušavanjem gubi se domicilno stanovništvo, a koje bi trebalo biti jedan od nositelja gospodarskog razvoja. Rudan (2012.) ističe kako je zadovoljstvo životom u destinaciji sve veće i raste tijekom faze zrelosti razvoja turizma jer stanovnici materijalno osjete posljedice turističkog razvoja, ali kad turistički razvoj počinje opadati, opada i kvaliteta života u destinaciji.



Ključno je pitanje, pri tom, kako lokalna zajednica sudjeluje u razvoju turizma destinacije to u procesu planiranja i odlučivanja o razvoju, u predlaganju ideja i realizaciji projekata, o ulozi turizma u prostoru i razvoju i u preraspodjeli koristi i troškova razvoja turizma.



*Slika 9. Kampovi  
na području  
Općine Trpanj*

### *3.9. Studija razvoja područja Blace*

Prema rezultatima ispitivanja u zavodu za fizikalnu medicinu i rehabilitaciju Medicinskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu provedenom 1969. te ispitivanja provedenih tri godine ranije u Zavoda za fizijatriju u Sarajevu, ali i u nekim inozemnim institucijama, primjena ovog mulja pogodna je u liječenju različitih reumatskih oboljenja i ženskih bolesti i mnogo je efikasnija od liječenja muljem u nekim već poznatim lječilištima na Jadranu. Kako na svojim stranicama navodi Turistička zajednica Trpnja, trpanjski mulj posjeduje mehaničke i kemijske osobine koje ga svrstavaju u grupu ljekovitog mulja, tzv. peloida. Više od 22 tisuće tona tog mulja boje antracita koji miriše na sumporovodik, prema procjenama stručnjaka, moći će se koristiti stotinama godina. Uvala Blace ima prirodni potencijal te bi se gradnjom prikladnog objekta omogućio razvoj zdravstvenog turizma tijekom cijele godine. Uz peloid, uvalu Blace odlikuju i ostali prirodni faktori: prirodno lijepa i mirna uvala, more i povoljna klima čine splet prirodnih odlika koje mogu povoljno utjecati na ljudski organizam oblikom liječenja, rekreacije i rehabilitacije. Veliki interes koji za peloidoterapiju postoji u svijetu pruža goleme mogućnosti za razvoj zdravstvenog turizma u Trpnju. Uvala Blace obložena je ljekovitim muljem.

Prema rezultatima ispitivanja primjena ovog mulja efikasna je u liječenju različitih reumatskih oboljenja i oboljenja ženskih genitalnih organa. Blato posjeduje mehaničke i kemijske osobine koje ga svrstavaju u grupu ljekovitog mulja, tzv. peloida. Procjenjuje se da mulja boje antracita, koji miriše na sumporovodik, ima preko 22 000 tona.. Uvala Blace predstavlja prirodni potencijal koji bi izgradnjom prikladnog objekta omogućio razvoj zdravstvenog turizma kroz čitavu godinu.

## 4. POTICAJNE MJERE, KREDITNE LINIJE, OSTALI IZVORI FINANCIRANJA

Sagledavanje razvoja s aspekta izvora financiranja razvojnih projekata Općine pretpostavlja identifikaciju izvora, opsega, načina te uvjeta osiguranja potrebnih financijskih sredstava. Uzevši u obzir nedostatak financijskih sredstava u Općini, strategija financiranja povezana je s pristupom fondovima Europske unije (uključujući i druge izvore). Cilj je korištenje dostupnih fondova Europske unije za maksimaliziranje učinaka dostupnih fondova Vlade RH i drugih multilateralnih i bilateralnih fondova. Zbog brojnih ograničenja i barijera razina investicijske aktivnosti u hrvatskom turizmu u proteklom razdoblju nije bila zadovoljavajuća. Premalo je bilo *greenfield* investicija novih ulagača, a skromne su bile i investicije postojećih poduzeća. Istodobno, iako se radi o pojavi koja se u pravilu događala izvan turističkih zona, nedovoljno kontrolirana izgradnja stvorila je percepciju o prekomjernoj betonizaciji obale. Posebno valja naglasiti da je gotovo u cijelosti izostalo ulaganje u razvoj turističke infrastrukture i novostvorenih turističkih atrakcija.

### 4.1. Prikaz stanja

Mogući izvori financijskih sredstava često su jedini fokus planiranja razvoja. To predstavlja opasnost, budući da će Općina morati zadržati kontrolu nad razvojnim procesom i pitanjima, te privlačiti sredstva u projekte koji će podupirati razvojnu strategiju Općine. Za sredstva postoji natjecanje isto kao i natjecanje među donatorima i financijskim organizacijama za „dobrim projektima”. Dobri projekti su prioritetni projekti koji ostvaruju razvoj u pravcu koji je utvrđen strategijom. Prema tome, strategija određuje sredstva, a ne obrnuto.

*Kao mogući izvori financiranja razvojnih projekata koriste se:*

1. Proračunska sredstva Općine
2. Proračunska sredstva Županije;
3. Krediti, bilo da se radi o kreditnim linijama poslovnih banaka i mogućnosti korištenja sredstava po komercijalnim uvjetima ili nekom obliku poticajnog financiranja poduzetnika, putem Hrvatske banke za obnovu i razvitak i suradnje Ministarstva gospodarstva, Županije i poslovnih banaka temeljem trostranih ugovora o suradnji;
4. Bespovratna sredstva/donacije namijenjena financiranju razvoja;
5. Zajednička ulaganja, prije svega putem direktnih stranih ulaganja, ali i ulaganja u temeljni kapital Hrvatske banke za obnovu i razvitak (HBOR) te
6. Samofinanciranje, odnosno mogućnosti, prije svega gospodarskih subjekata, da vlastitim izvorima (sadržanim u neto dobiti i izdvojenim sredstvima amortizacije osnovnih sredstava) financiraju planirana ulaganja.
7. Ostali poticaji koji stimuliraju razvoj i poslovanje

Dubrovačko-neretvanska županija, a tako i Općina Trpanj prepoznala je turizam kao važan element jačanja ukupnog gospodarstva na svom području koji će, u raznim svojim pojavnim oblicima, doprinijeti značajnom i trajnom povećanju blagostanja. Nositelji razvoja turizma su fizičke i pravne osobe koji u procesu realizacije investicijskih projekata trebaju imati podršku i zaštitu javnog sektora kroz određene poticajne mjere kao što su porezne i izvan porezne povlastice, potpore za otvaranje novih radnih mjesta, potpore za usavršavanja i druge potpore materijalnog i nematerijalnog oblika.

## 4.2. Investicijsko okruženje

Operacionalizacija razvojnih ciljeva i nove vizije razvoja hrvatskog turizma podrazumijeva i pokretanje konkretnih razvojno-investicijskih projekata međunarodne prepoznatljivosti koji će svojim kvalitativnim značajkama biti u stanju autonomno privlačiti nove segmente turističke potražnje, podizati kvalitetu i/ili raznovrsnost destinacijske ponude, produljivati sezonu te dodatno pridonijeti unapređenju međunarodnog imidža. Uspostavljanje poticajnog poduzetničkog i investicijskog okruženja u današnjim uvjetima pretpostavlja snažan angažman nositelja javne vlasti, kako u pripremi institucionalnih i drugih uvjeta za pospešivanje konkurentne sposobnosti turizma, tako i u iniciranju velikih razvojno-investicijskih projekata. Strategijom razvoja turizma RH do 2020. pokreću se brojne mjere koje imaju za cilj stvoriti uvjete koji će osigurati dugoročno tržišno održivo poslovanje i investiranje. Uz aktivnosti vezane uz marketing i razvoj proizvoda te razvoj ljudskih potencijala i upravljanje turističkom politikom, stvaranje poticajnog poduzetničkog i investicijskog okruženja zasnovano je na uklanjanju ograničenja poduzetničke i investicijske aktivnosti, smanjenju fiskalne presije, realizaciji sustava poticaja te utvrđivanju novih pravila upravljanja.

## 4.3. Korištenje EU fondova

Ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju dionicima u javnom, privatnom i civilnom sektoru hrvatskog turizma otvaraju se velike mogućnosti za korištenje fondova Europske unije u sufinanciranju različitih razvojnih projekata. Na raspolaganju su prije svega strukturni fondovi (Europski fond za regionalni razvoj i Europski socijalni fond), Kohezijski fond te Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj. U tom smislu značenje Strategije razvoja turizma RH do 2020. od ključne je važnosti, budući da je strateška utemeljenost osnovno načelo za definiranje i izradu nacionalnih. Kohezijska politika jedan je od stupova zajedničkih politika EU-a koja odražava razmjer socioekonomskih razlika unutar EU-a, ali i politički značaj kohezije za projekt ujedinjene Europe. Pri tome se odrednice kohezijske politike pomiču s početnog naglaska na postizanje ujednačenog razvitka unutar EU-a prema jačanju globalne konkurentnosti i održivog rasta gospodarstva EU-a.

Nacionalni strateški referentni okvir Republike Hrvatske kao ključna područja razvoja određuje prometnu infrastrukturu, energetska infrastrukturu, infrastrukturu zaštite okoliša, poticanje konkurentnosti, poticanje ravnomjernog regionalnog razvoja, poticanje zapošljavanja i obrazovanja radne snage za potrebe na tržištu rada te jačanje učinkovitosti sustava državne uprave i pravosuđa. Operativnim programom ravnomjernog regionalnog razvoja u sferi turizma predviđeni su projekti javne i poslovne turističke infrastrukture kao pretpostavke razvoja turizma. Operativnim programom ljudskih potencijala u sklopu prioriteta podrške održivom zapošljavanju i unapređenju ljudskog kapitala aktivnosti u sferi turizma sredstva se usmjeravaju ponajprije na razvoj projekata podizanja kapaciteta obrazovnih institucija.

## 5. OBILJEŽJA POTRAŽNJE I PONUDE

Turističko tržište je skup odnosa ponude i potražnje u području usluga i dobara što služe za podmirenje turističkih potreba na određenom prostoru, odnosno odnosa ponude i potražnje koji nastaju pod utjecajem turističkih kretanja. U ovom poglavlju govorimo o obilježjima turističke destinacije, ponudom i obilježjima potražnje destinacije – Općine Trpanj.

### 5.1. Obilježja turističke ponude destinacije

Turistička ponuda predstavlja količinu roba i usluga koje se nude turistima na određenom turističkom tržištu, u određeno vrijeme i po određenoj cijeni.

Osim pokretačkih čimbenika u Općini Trpanj koji djeluju na dolazak turista u turističku destinaciju, za turističko gospodarstvo posebno su značajni čimbenici ponude. U čimbenike ponude ubrajaju se: prirodne karakteristike nekog turističkog mjesta, bogatstvo povijesnog i kulturnog naslijeđa, prometna infrastruktura, raspoloživi objekti za smještaj i prehranu turista, objekti za zabavu, rekreaciju i sport i drugi sadržaji zanimljivi turistima. Na temelju vlastite procjene atraktivnosti, zanimljivosti i podobnosti svakog od navedenih čimbenika, potencijalni se turist opredjeljuje za konkretnu zemlju i mjesto provođenja godišnjeg odmora. Destinacije danas nastoje razviti brojne turističke proizvode kako bi se prilagodile sve izbirljivijem turističkom tržištu. Proizvodi će, između ostaloga, biti uspješniji što više imaju komponenti posebitosti i što se više oslanjaju na specifičnosti destinacije. Upravo će ih ta komponenta izdvojiti od mnoštva sličnih proizvoda koje potrošači mogu jednostavno zamijeniti jedne s drugima. Proizvodi koji se razvijaju moraju biti u funkciji željenog pozicioniranja destinacije kao i u skladu s očekivanjima gostiju.

Da bi Općina Trpanj postala privlačna destinacija i van glavne sezone (cilj je produženje sezone) potrebno je uvesti promjene na području poboljšanja i proširenja turističke ponude. Proizvodi se trebaju mijenjati u svom sadržaju i dizajnu u različita godišnja doba. Odmorišni proizvod koji se nudi ljeti u druga godišnja doba treba se nadopuniti i mijenjati različitim sadržajima rekreacije i razgledavanja. Promjene koje se dešavaju u prirodi u tim godišnjim dobima (berba maslina, berba grožđa itd.) trebale bi se odražavati i u sadržajima boravka u destinaciji. Samim time Općina bi u svoj proizvod uvela mnoge turistima privlačne resurse okoline (poznata izletišta u centralnom dijelu Dubrovačko-neretvanske županije, seljačka gospodarstva, kulturna ponuda i drugo). Aktivnom ponudom različitih proizvoda u različitim sezonama moguće je smanjiti razliku između glavne i pred i posezone.

Atraktivnost destinacije značajno utječe na privlačenje ljudi u samu destinaciju. Ljudi željni odmora, zabave, raznovidne rekreacije, doživljaja i sl. dolaze u destinacije koje ih ponudom najviše privlače. U atraktivne se čimbenike ubrajaju: klima, reljef, hidrografski elementi (more, rijeke, jezera), šarolikost biljnog i životinjskog svijeta itd. U atraktivne čimbenike destinacije, osim navedenih prirodnih atraktivnosti, ubrajaju se i društvene atraktivnosti. U te atraktivnosti ubrajaju se: kulturna i povijesna baština, različite društvene manifestacije, folklor i sl. Ovi sadržaji upotpunjavaju samostalno, ali češće u kombinaciji s prirodnim atrakcijama, ukupnu privlačnost neke destinacije.

### 5.1.1. Obilježja ponude Općine Trpanj

Turistička destinacija Općine Trpanj mora biti tretirana integralno. Što znači da kod sagledavanja stanja turističke ponude treba sagledati i ocjenjivati sljedeće elemente:

*Opis elemenata stanja postojeće ponude – konkurentnosti:*

#### A/ Lokacija

- Općina je dobro zemljopisno pozicionirana
- Relativno dobar pristup (cestovni, morski).

#### B/ Ljudski resursi

- Ljudskim se resursima treba davati sve veće značenje, jer će oni u budućnosti biti odlučujuća konkurentna snaga u turističkoj djelatnosti, što pokazuju i noviji podaci o deficitu turističko ugostiteljske struke.
- Kako bi turistička ponuda mogla svojom kvalitetom odgovoriti na izazove razvoja turističkih djelatnosti, potrebno je mlađe stanovništvo animirati, stipendirati, usmjeravati jer trenutno ovaj prostor nema dovoljan broj školovanih turističko-ugostiteljskih i drugih profesionalnih kadrova za domenu turizma.

#### C/ Prirodni resursi

- Raznolikost prirodnih resursa kao i geografski položaj danas su veliki potencijal za razvoj turizma destinacije, kojeg općina u suradnji s DNŽ-om treba bolje prezentirati, te uključiti i druge lokalne zajednice na Pelješcu
- Bogatstvo flore i faune, ekološki čista destinacija, plodno su tlo za razvoj ekološkog turizma i mamac su za nove strukture turista.
- Održivi razvoj mora biti stalno nit vodilja razvoja.

#### D/ Kulturna i povijesna baština

- Veliki dio resursa kulturno-povijesne baštine danas su neiskorišteni u pravoj mjeri ili ih se uopće ne prezentira u turističkoj ponudi. Površine na kojima se spomenici i arheološki ostaci su relativno dobro uređeni, a putovi koji vode do njih bi trebali biti bolje označeni. (Poželjno postavljanje „informatora“ kod svakog kulturnog i povijesnog zdanja na više jezika)
- Izvorni ostaci (lokaliteti s povijesnom i kulturnom ostavštinom) premalo su do sada promovirani, potrebno je bolje određivanju važnosti baštine na odabranim lokalitetima u javnosti.

#### E/ Infrastruktura

- Posljednjih godina uočava se pomak u izgradnji infrastrukture i jednom dijelu modernizacije, međutim to je nedovoljno kvalitetno i dinamično, stoga treba osmisliti sustavni i organizirani pristup rješavanju ove problematike.

#### F/ Prometna infrastruktura

- Pristup destinaciji treba stalno poboljšavati, posebno u nekim dijelovima Općine
- Postojeća prometna infrastruktura mora biti kvalitetnije riješena s obzirom na potrebe stanovništva, a posebno turizma, pogotovo rješenje prometa u mirovanju (parkirališnih mjesta)
- Prometna i turistička signalizacija nije dobro riješena (bolje označavati smještajnu ponudu, te kulturološku, kao i eno i gastro ponude, te ostale ponude – sport, zabava, šetnice, biciklističke staze, itd.)

#### G/ Društvene djelatnosti

- Destinacija ima relativno dobru osnovu za razvoj društvenih djelatnosti
- Postoji osnovni sustav društvenih djelatnosti kao i mreža društvene infrastrukture koju treba više i brže razvijati
- Za kvalitetniji razvoj turizma treba stimulirati razvoj pojedinih segmenata, posebno obrazovanja, kulture, športa i zdravstva.

#### H/ Gospodarstvo

- Dosadašnji gospodarski razvoj bio je u stagnaciji ili tek s manjim pozitivnim pomacima.
- Gospodarstvo je najviše vezano uz turistička ponudu koja nije dostatno razvijena, te bi se više pažnje trebalo dati razvoju poljoprivrede, ribarstva i školjarstva kao i ostaloj turističkoj ponudi destinacije.
- Lokalni proizvođači ne nalaze u turističkom tržištu dovoljan poticaj za dinamičniji razvoj (malo tržište), no raznovrsnošću ponude te kvalitete, a sve pod „jednoj“ osnovnoj ponudi područja, isto, vremenom može postati važan dio integralne turističke ponude.
- Dinamičniji razvoj turizma neminovno će doprinijeti ukupnom gospodarskom razvoju s kojim treba biti u korelaciji.
- Ukoliko postoji neka gospodarska djelatnost koja nije u skladu s turističkim razvojem mora se pronaći adekvatna rješenja.

#### I/ Razvojno-planska dokumentacija

- Razvojno planska dokumentacija je često ograničavajući faktor razvoja turizma
- Mora postojati razumijevanje za brže promjene i usklađenje sa zahtjevima tržišta.

#### J/ Poticajne mjere

- Postojeći sustav poticaja (ukupan) nije bio dovoljan za turističku djelatnost, a posebno ne u odnosu na razvoj. Stoga ga je potrebno značajno mijenjati. Bilo bi neophodno poticaje za poslovanje i razvoj promatrati sustavno. Naime, poticaji mogu biti različiti (financijski, porezi i davanja, oslobođenje od nekih naknada i ostalo)
- Posvetiti veću pažnju na pripremi, poticanju, provođenju i praćenju programa i mjera razvitka turizma i ugostiteljstva u skladu sa Strateškim planom razvoja turizma i Marketinškim planom turizma Dubrovačko-neretvanske županije
- Veću pažnju posvetiti korištenju sredstava EU-a.

#### K/ Ugostiteljsko-turistička ponuda

- Ugostiteljska ponuda (gastronomija) nije zadovoljavajuća, jer se bazira na jednostavnijim ponudama od onih koje tradicionalno obilježavaju područje
- Kraće poslovanje ugostiteljskih objekata ne pridonosi namjeri destinacije o produženju turističke sezone
- Dosadašnji smještajni kapaciteti (hotel, apartmani, kampovi, kuće za odmor i sobe za iznajmljivanje) nisu u mogućnosti prihvatiti i ugostiti veći broj turista, no kvaliteta ponude nije uvijek zadovoljavajuća.
- Ugostiteljsko-turistička ponuda bi se trebala orijentirati na produljenje sezone
- Pomanjkanje inovativnih i kvalitetnijih sadržaja boravka gostiju.

#### L/ Urbano uređenje

- Odlučujuće je značajno za turistički doživljaj uređenje javnih površina i održavanje naselja. Dosad se ovom segmentu nije pridavala dovoljna važnost, što bi se u budućnosti moralo promijeniti.

#### M/ Suradnja

- Suradnja svih sudionika u turističkoj destinaciji neophodna je jer samo na taj način turistička destinacija formira zapravo jedinstveni turistički proizvod, te pogotovo jača suradnja svih gospodarstvenih dionika koji su vezani za turističko ugostiteljsku ponudu.
- Dobri mehanizmi komuniciranja ključni su za povezivanje različitih interesa kako bi se ostvarilo zajedničko djelovanje.

#### N/ Promocija i afirmacija novog koncepta razvoja

- Utjecaj je lokalne zajednice velik na području osvješćivanja o turističkoj kulturi, promociji i koncepciji razvoja destinacije.

### 5.1.2 Prikaz ponude (jedan dio)

#### Manifestacije

Tijekom ljetnog razdoblja u Općini Trpanj se organiziraju razne zabavne manifestacije, kulturno-zabavne, sportske, pučke fešte, kojima se svake godine pridaje veliki značaj i unapređuje se ponuda.

1. Lovačka večer
2. Okusi Pelješca
3. Ribarska večer
4. Velika Gospa
5. Animacija za djecu
6. Koncerti klasične glazbe
7. Zvuci Dalmacije
8. Folklor
9. Gunduličeve večeri
10. Kazališne predstave
11. Susreti klapa
12. Boćarski turnir
13. *Streetball* turnir
14. Utrke magaraca
15. *Cooking show*
16. Dani otvorenih vrata peljeških podruma
17. Vrućiško kulturno ljeto (kazališne predstave, koncerti klasične glazbe, književne večeri, izložbe, plesovi itd.)



Slika 10. Biciklistička utrka

## Smještajni kapaciteti

Tablica 18. Smještajni kapaciteti i broj postelja u Općini Trpanj

OBJEKT	BROJ SMJEŠTAJNIH JEDINICA	BROJ KREVETA
Apartman	127	498
Hotel	1	245
Izvorna stara obiteljska kuća (vikendica)	8	16
Kamp	3	90
Kuće stanovnika Općine	189	713
Kuće za odmor	10	56
Kuće za odmor (vikendice)	230	889
Objekti u domaćinstvu		
Sobe za iznajmljivanje	146	245
Stanovi stanovnika Općine	0	0
Stanovi za odmor (vikendice)	0	0
Studio apartmani	100	333
Objekti na OPG-u	0	0
<b>UKUPNO</b>		<b>3.085</b>

Izvor: TZ Trpanj, 2019.

Iz tablice 18. je vidljivo da je najveći broj smještajnih jedinica kao i broj kreveta naznačen u kućama za odmor, kućama stanovnika, sobama, apartmanima i studio apartmanima. Prema svim ocjenama sadašnjeg stanja, strukture smještaja, a posebno prognoze trendova potražnje, strukturu smještajnih kapaciteta treba postupno mijenjati.

### GASTRO PONUDA

Gastro ponudu čine morski specijaliteti (lignje, hobotnice, mušule, razna jela od tune, rižoti), jela s žara, jela ispod žara (peka), dalmatinski pršut i sir, marinirani i slani incuni. Nude se i slastice poput: rozate, raznih torti, palačinke, hrostule, štrudli i slično. U Općini postoje konobe, restorani, koji u svojoj ponudi imaju autohtona vrhunska vina, kao i vinarije i vinoteke gdje se mogu kušati i kupovati poznata pelješka vina, kao i kvalitetna maslinova ulja te slastičarne. Većina objekata radi isključivo tijekom ljetne sezone.

### PLAŽE

Dubrovačko-neretvanska županija je 2015. g. donijela je regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama prvenstveno u cilju bolje tržišne valorizacije plažnih prostora i povećanja atraktivnosti destinacijske ponude. Postojećeg stanja morskih plaža na području



Dubrovačko-neretvanske županije analiziralo se na temelju prikupljenih i obrađenih podataka sa terena, te na temelju podataka prikupljenih istraživanjem. Morske plaže promatrane su kao resursna osnova za razvoj turizma – analiziran je značaj plaža za razvoj turizma, dužina obalne crte, podjela plaža, postotak korištenja obalnog prostora.

S obzirom na kompleksnost problematike tematizacije plažnih resursa u nastavku se donose minimalni tehnički uvjeti koje svaka plaža po temi mora zadovoljiti te posebni elementi vezani za svaku pojedinačnu temu, uz poseban naglasak na info ploče koje spadaju u obvezujući element potreban za tematizaciju plaža. Općina Trpanj ima dosta lijepih, prirodnih plaža, no nažalost nisu baš sve lako dostupne. Ukupna dužina obalne crte Općine iznosi oko 20,13 km<sup>2</sup>.

Tablica 19. Prikaz podataka plažnih resursa u Dubrovačko-neretvanskoj županiji

	Jedinica lokalne samouprave	Broj prijavljenih plaža	Površina/m <sup>2</sup>	Dužina/m
1.	Grad Dubrovnik	36	87 405	2 112
2.	Grad Opuzen	1	44 800	1 100
3.	Grad Ploče	4	8 339	2 723
4.	Grad Korčula	29	15 682	2 496
5.	Općina Konavle	10	18 310	1 575
6.	Općina Župa dubrovačka	17	23 882	2 135
7.	Općina Dubrovačko primorje	14	9 694	2 460
8.	Općina Ston	35	35 030	2 925
9.	Općina Janjina	2	6 000	500
10.	Općina Orebić	30	56 748	-
11.	Općina Trpanj	7	39 704	3 005
12.	Općina Mljet	9	7 840	1 770
13.	Općina Smokvica	25	5 620	1 059
14.	Općina Lumbarda	27	83 000	8 730
15.	Općina Vela luka	13	124 980	8 800
16.	Općina Blato	6	3 150	690
17.	Općina Lastovo	12	14 415	2 800
18.	Općina Slivno	3	12 060	911

Izvor: Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama na području Dubrovačko-neretvanske županije

Općina Trpanj, uz sve nabrojano, nudi i posebno lijepe, najčešće šljunčane plaže na koje često na jednodnevne izlete dolaze i kupaci iz udaljenijih turističkih mjesta na poluotoku Pelješcu. To su:

*Pozora:* U neposrednoj blizini hotela „Faraon“, šljunkovita plaža.

*Luka:* Nalazi se na istočnom ulazu u Trpanj, u istoimenoj uvali. Također nudi šljunčanu podlogu, prirodni hlad i plićak, a uz plažu je smješten i *beach* bar.

*Divna:* Na 10 km od Trpnja u smjeru Dube, pješćano-šljunčana plaža.

*Duba:* Malo ribarsko mjesto Duba, 13 km od Trpnja, uz čiji se porat nalazi i lijepa šljunčana plaža.

**Jezero:** Uvala udaljena 1 km od mjesta Duba, s pješčano/šljunčanom plažom.

**Virila:** šljunčana plaža ukrašena redovima palminih stabala, te samim time je savršena za sunčanje i izležavanje u hladovini. Smještena je uz sami kamp, okružena divljom prirodom i bogatim zelenilom. U podmorju plaže miješaju se morska i slatka voda koja prodire iz podzemskih izvora.

**Dračevac:** plaža i kupalište uz samu šetnicu. Pogodna je za sve one koji vole sunčanje ili izležavanje u prirodnoj hladovini, skokove u more ili dječju igru u plićaku.

## IZLETI I PJEŠAČKE STAZE

S poluotoka Pelješca nude se raznolike kombinacije jednodnevnih i poludnevnih izleta:

Pelješki vinski puti, Ston i mali Ston (zidine), Orebić, Otok Mljet, Otok Korčula, Delta Neretve, Dubrovnik, Međugorje i još mnogi drugi. Otok Korčula je rodni otok velikog moreplovca Marka Pola, Nacionalni park na otoku Mljetu (Veliko i Malo jezero) samostan sv. Marije u središtu jezera iz 12 st. Vrlo zanimljiva je delta rijeke Neretve, protkana mrežom vijugavih kanala koju okružuju plantaže mandarina i prostrane močvare bogate raznolikim pticama (više od 250 vrsta).

### Pješačke staze

Okolica Trpnja je idealna za pješaćenje i vožnju biciklom. Posebno lijepe su šetnica oko mora koja u dužini od 2 km sa sjeverne strane obilazi Trpanj kroz pitoreskno okružje morske obale i mediteranske vegetacije. Za one željne nešto ozbiljnije rekreacije preporučamo cestu koja iz Trpnja 15 km vodi do uvala Divna i Duba, prolazeći pritom pitomim pejzažem vinograda Donje i Gornje Vručice, ponad posebno lijepe plaže Divna, do ribarskog naselja Duba.

### Trpanjski putevi maslinovog ulja

Trpanjski putevi maslinovog ulja počinju od kampa Vrila, od kojeg vodi 6 km pješačke i biciklističke staze do Velike Prapatne. Na svim križanjima puteva i proširenjima postavljeni su panoi s detaljnim prikazom puteva i kamene klupe za odmor.



Slika 11. Mapa puteva

### Šetalište „Oko mora“

Šetnji pokraj mora koja započinje s Trpanjskom rivom, a prati obalu, uvale i kupališta. Staza je betonirana, a uz stazu smještene su i klupe za odmor. Dužina pješačke staze iznosi 1 300 m. Šetnica završava iznad uvale Blace koja je poznata po ljekovitom blatu.

### Planinsko brdska staza Miloševica

Uspón po brdu Miloševica traje 60 minuta i stiže se do „Velikog vrha“ 321 m nadmorske visine koji je označen križem. S velikog vrha pruža se pogled na Neretvanski kanal i cijeli Trpanj.

### Viter – brdska staza

Od Trpnja istočno 1.5 km započinje brdska staza Viter. Uspón po asfaltiranoj cesti je 1.300 m dužine, a nakon toga makadamskim putem 2 km stiže se do sela Oskorušno.

### Paškalov put

Početna točka na stazi je crkva Gospe od Milosrđa. Penjući se 1 km kroz prirodu prošaranu autentičnim mediteranskim biljem dolazi se do arheološkog nalazišta Ilirske grobnice. Nakon 1 km uspona po brdu Paškal dolazi se do završne točke na stazi, a to je crkvica sv. Paškala. Otud se pruža pogled na Neretvanski kanal, vinograde i maslinike naših težaka. Također s tog mjesta pruža se pogled na selo Gornju Vrućicu.

### Lozica – brdska staza

Od Trpnja istočno 3 km na putu za Orebić započinje brdska staza Lozica. Dužina staze je 10 km. Staza završava u selu Donja Vrućica i 3 km udaljeno od poznate pelješke plaže Divna.

### Putevi ljekovitog bilja

Izlet započinje u Donjoj Vrućici, starim putem koji se odvaja od asfaltirane ceste za Dubu. Dužina staze je 2.5 km, a završna točka je crkva sv. Kuzme i Damjana u Donjoj Vrućici.

### Uvala Blace

Trpanjska uvala Blace obložena je ljekovitim muljem. Prema rezultatima ispitivanja Medicinskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, Zavoda za fizijatriju u Sarajevu i drugih inozemnih institucija, dokazano je da trpanjski mulj posjeduje mehaničke i kemijske osobine koje ga svrstavaju u grupu ljekovitoga mulja, tzv. peloide.

### Uspón na brdo Sv. Ilija

Vrh (961 m) je osobit po izvanrednom vidiku na dalmatinsko otočje i na orebičku rivijeru u dubini. U daljini se posebno lijepo vidi Biokovo, te otoci Korčula, Vis, Hvar, Lastovo

## 5.2. Obilježja potražnje

Turistička potražnja predstavlja određenu količinu roba i usluga koju su turisti u određenom vremenskom periodu i pod određenim uvjetima spremni kupiti. Sezonalnost turističke potražnje karakterizira ograničeno vrijeme koje stoji turistima na raspolaganju za turistička putovanja i boravke, a koje se svodi uglavnom na vrijeme godišnjeg odmora, dane vikenda i blagdana. Vremenska ograničenost turističke potražnje jedan je od glavnih uzroka sezonalnosti u turizmu. Potražnja za uslugama u turizmu vremenski je neravnomjerno raspoređena. Problem nastaje kod koncentriranog kretanja turista i odvijanja turističkog prometa u točno utvrđenim vremenskim intervalima koji se iz godine u godinu događaju na približno isti način i u približno istim vremenskim razmacima, pa tako govorimo o ljetnoj i zimskoj sezoni. Neke destinacije imaju vršnu sezonu u trajanju od samo nekoliko tjedana, dok u drugim destinacijama vršna sezona traje i nekoliko mjeseci. Sezonalnost turističke potražnje odražava se na iskorištenost kapaciteta turističke ponude, ali i na zaposlenost. Uslijed zasićenosti turista tradicionalnim kupališnim oblikom turizma, devedesetih godina 20. stoljeća dolazi do razvoja različitih selektivnih oblika turističke ponude, a naglasak se stavlja na autentičnost, ekologiju i privlačnost kraja. Broj turista koji traže mir, prirodu, slobodu i lijepe doživljaje svakim danom raste. Razvoj turizma na očuvanim područjima s bogatom i raznovrsnom florom i faunom, kulturnom i spomeničkom baštinom postaje veoma uočljiv. Tome pogoduju promjene koje se aktivno odvijaju u turizmu, i to:

- prelazak iz masovnog turizma u individualni;
- veća su očekivanja posjetitelja temeljena na iskustvu i znanju;
- jaki dokazi koji potkrepljuju zanimanje za održive vrijednosti u ruralnim sredinama (tradicionalno su izraženi: mir, lijep i očuvan okoliš i originalan karakter mjesta);
- od uživanja i suncu, moru i pijesku skreće se prema potrazi za sudjelovanjem, pronicljivošću i inspiracijom, a sve zbog izlaska iz svakodnevnog stresa.

### 5.2.1 Obilježja turističke potražnje u destinaciji

Iako kvantitativni trendovi ukazuju na stabilan rast, ono što se mijenja tijekom posljednja dva desetljeća je struktura putovanja. Promjena trendova na globalnom turističkom tržištu uzrokovana je prvenstveno evolucijom svijesti turističkih potrošača koja je rezultirala pojavom novih vrijednosnih stavova, odnosno promjenom odnosa turista, kako prema sebi samima, tako i prema svijetu koji ih okružuje. Nove turiste, s jedne strane, karakterizira želja za aktivnim sudjelovanjem u životu destinacije. Oni od turističkog putovanja ne očekuju samo odmor, zabavu i rekreaciju nego i stjecanje novih spoznaja, proširivanje horizonata, te duhovni rast i razvoj. S druge strane, novi turisti također pokazuju povećanu razinu brige za zaštitu okoliša i često, iz principijelnih razloga, ne žele putovati u destinacije koje degradiraju svoj okoliš dok su, istodobno, spremni platiti veću cijenu za boravak u onim destinacijama koje percipiraju kao ekološki osviještene.

Trendovi potražnje za turizmom posebnih interesa, osobito sve izraženiji interes za kulturni turizam, gastro-enološku ponudu, rekreacijsku ponudu i ostale ponude, kombinirani sa sve većim brojem turista koji preferiraju upoznavati turistički neotkrivena odredišta, stavljaju turistički razvoj Općine u relativno povoljan položaj.

Osnovni motiv dolaska, odmor i relaksacija na moru, upućuje na masovnost turizma. Ostali motivi, kao kulturne znamenitosti i sportske aktivnosti, su neiskorišteni potencijal, te ih valja na primjeren način razvijati i promovirati. Stupanj zadovoljstva pojedinim elementima ponude jedno je od temeljnih obilježja boravka turista u destinaciji. Motivacija turista pojavljuje se kada oni nastoje zadovoljiti svoje potrebe, a krucijalna je prilikom planiranja

marketinških i ostalih strateških aktivnosti. Svi koji su uključeni u proces planiranja i razvoja turističke ponude moraju znati što potiče ljude na dolazak u neku destinaciju.

### 5.3. Obilježje turističke potražnje destinacije Općine Trpanj

Tablica 20. Dolasci i noćenja u Općini Trpanj

OBJEKTI	DOLASCI	NOĆENJA
HOTEL	6.154	38.658
KAMPOVI	1.326	10.302
OBJEKTI U DOMAĆINSTVU (apartmani, sobe, kuće za odmor)	8.990	67.904
OBJEKTI U DOMAĆINSTVU (obrti, apartmani i sobe)	597	3.465
NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ (vikendice i stanovnici općine )	3.164	37.113
<b>UKUPNO</b>	<b>20.231</b>	<b>157.442</b>

Izvor: TZ Trpanj 2019.

Tablica 21. Turistički dolasci i noćenja po državama u Općini Trpanj

DRŽAVA	DOLASCI	NOĆENJA	Učešće noćenja
	2018.	2018.	2018.
BiH	5.946	45.527	27.3 %
POLJSKA	3.479	27.455	16.5 %
ČEŠKA	3.377	28.611	17.2 %
HRVATSKA	1.606	11.962	7.3 %
NJEMAČKA	1.215	16.607	9.9 %
SLOVENIJA	971	7.187	4.3 %
SLOVAČKA	463	4.013	2.4 %
OSTALE ZEMLJE	3.174	25.080	15.1 %
<b>U K U P N O</b>	<b>20.231</b>	<b>157.442</b>	<b>100 %</b>

Izvor: TZ Trpanj, 2019.

Iz tablice 21. vidljivo je da je najveći broj turističkih dolazaka i noćenja turista iz Bosne i Hercegovine, Poljske i Češke što znači da bi ponudu i marketing trebalo proširiti još više na zapadna inozemna tržišta.

Tablica 22. Dolasci i noćenja po mjesecima

Datum	Dolasci domaći	Dolasci strani	Dolasci ukupno	Noćenja domaći	Noćenja strani	Noćenja ukupno	Broj turista domaći	Broj turista strani	Broj turista ukupno
2019/01	17	13	30	125	160	285	16	16	32
2019/02	18	20	38	129	143	272	15	25	40

2019/03	17	57	74	71	288	359	19	67	86
2019/04	127	362	489	280	1.268	1.548	126	379	505
2019/05	381	777	1.158	1.090	4.474	5.564	384	1.036	1.420
2019/06	330	2.634	2.964	1.389	17.629	19.018	351	2.763	3.114
2019/07	289	5.909	6.198	2.266	49.221	51.487	313	6.723	7.036
2019/08	499	5.803	6.302	3.901	50.724	54.625	619	7.418	8.037
2019/09	277	1.751	2.028	1.702	14.912	16.614	367	2.414	2.781
2019/10	16	307	323	148	1.750	1.898	30	422	452
2019/11	17	18	35	77	202	279	17	26	43
2019/12	3	33	36	4	195	199	3	36	39
Ukupno	1.991	17.684	19.675	11.182	140.966	152.148			

Izvor: TZ Trpanj, rujan, 2020.

Prikazana tablica zorno pokazuje sezonsku izraženost turističkog prometa. Naime, u periodu same špice turističke sezone (srpanj i kolovoz) ostvari se 70 % turističkog prometa (dolasci i noćenja), dok se u lipnju i rujnu ostvari svega 23 %, a u svibnju i listopadu se ostvari minimalnih 2%.

Tomas istraživanja 2017. godine.

Institut za turizam za potrebe Turističke zajednice Dubrovačko-neretvanske županije napravilo je TOMAS Ljeto 2017 istraživanje o stavovima i potrošnji turista za cijelu županiju.

Istraživanje je provedeno u Dubrovniku, Cavtatu, Korčuli, Orebiću, Stonu i Mlini na 673 u periodu od srpnja do listopada 2017. Dobiveni podaci govore kako prosječna doba turista u Dubrovačko-neretvanskoj županiji 42,5 godina te je u prosjeku jednu godinu stariji od 2014. godine kada je zadnji put provedeno istraživanje. Tako je 51 posto turista u dobi od 30 do 49 godina, 31 % starijih od 50 godina, a jedna petina (18 %) su turisti do 30 godina. Podaci govore o porastu gostiju u skupini 50+.

S druge strane 18 % gostiju je s 2.000 eura mjesečnih primanja, 45 % između 2.000 i 3.000 eura te 37 % iznad 3.000 eura mjesečno primanja dolazi u Dubrovačko-neretvansku županiju. Također, zabilježen je porast dolazaka samo s partnerom (s 41 % na 54 %), manje dolazaka u krugu obitelji (s 44 % na 29 %). Kao glavne razloge dolaska u Dubrovačko-neretvansku županiju ističe se pasivni odmor i opuštanje, gastronomija te kulturne znamenitosti i događanja. Zrakoplov je logično glavno prijevozno sredstvo, a 45 % turista koristi usluge niskotarifnih zračnih prijevoznika.

Zanimljiv je podatak kako je zabilježen veliki rast korištenja usluga turističke agencije pri rezervaciji smještaja (s 48 % na 72 %). S druge strane 66 % gostiju odlazi na samostalno organizirane izlete, dok samo 19 % gostiju odlazi na izlete organizirane posredstvom turističke agencije. Ono najvažnije je turistička potrošnja, koje je u Dubrovačko-neretvanskoj županiji veća za oko 35 eura od prosjeka u Hrvatskoj te iznosi 113 eura. Od toga pola otpada na smještaj, pa na hranu i piće te kupnju. Najveću potrošnju generiraju turisti iz Sjedinjenih Američkih Država, Velike Britanije i Skandinavije.

U 2017. godini u Dubrovačko-neretvanskoj županiji registrirano je 1.915.890 dolazaka s ostvarenih 8.328.181 noćenja. U usporedbi s 2016. godinom dolasci su u porastu za 15 %, a noćenja su u porastu za 12 %. Od početka godine najveći broj noćenja ostvarili su turisti iz

Ujedinjenog Kraljevstva, Njemačke, Poljske, Hrvatske, Francuske, Bosne i Hercegovine, te Sjedinjenih Američkih Država.

*Prosječni dnevni izdaci po osobi u €*

Dnevni izdaci po osobi po istraživanjima u Dubrovačko-neretvanskoj županiji su sljedeći: gosti iz SAD-a troše 174 € po osobi, Velika Britanija 153 €, Skandinavija 126 €, Austrija 112 €, Njemačka 97 €, Francuska 94 €, Poljska 76 €, Češka 67 €. Najveća potrošnja je u hotelima 138 €, kampovi 55 €, privatni smještaj 92 €.

*Motivacija dolazaka*

	HR	DN
	%	%
1. Pasivni odmor, opuštanje	55	69
2. Nova iskustva i doživljaji	31	33
3. Gastronomija	29	35
4. Upoznavanje prirodnih ljepota	26	26
5. Zabava	24	19
6. Sport, rekreacija	20	8
7. Kulturne znamenitosti/događanja	12	15
8. VFR	10	6
9. Wellness	8	3
10. Zdravstveni razlozi	7	3

*Stupanj zadovoljstva  
gostiju*

Vrlo visok	Visok
Ljepota prirode i krajolika	Gostoljubivost lokalnog stanovništva
Ljubaznost osoblja u smještajnom objektu	Kvaliteta hrane u smještajnom objektu
Komfor smještaja	Pogodnost za kratki odmor
Slikovitost i uređenost mjesta	Prometna dostupnost destinacije
Atmosfera i ugođaj mjesta	UKUPNI BORAVAK
Osobna sigurnost	Opremljenost i uređenost plaža
Ekološka očuvanost	Raznolikost kulturnih manifestacija
Kvaliteta usluga u smještajnom objektu	Prezentacija kulturne baštine
Pogodnost za provođenje obiteljskog odmora	Čistoća plaža
Kvaliteta informacija u destinaciji	Kvaliteta označavanja znamenitosti
	Ponuda organiziranih izleta u okolicu
	Vrijednost za novac smještaja
	Vrijednost za novac gastronomske ponude

<b>Srednji</b>	<b>Nizak</b>
<b>Bogatstvo sadržaja za zabavu</b>	<b>Bogatstvo sportskih sadržaja</b>
Kvaliteta hrane u restoranima izvan smještajnog objekta	Mogućnost za kupnju
<b>Bogatstvo gastronomske ponude u mjestu</b>	<b>Organizacija prometa u mjestu</b>
Kvaliteta lokalnog prijevoza	Program za loše vrijeme
<b>Pješačke staze</b>	<b>Biciklističke staze</b>
	Prilagođenost destinacije osobama s posebnim potrebama



## 6. SWOT ANALIZA

Postojeće stanje resursa i djelatnosti na području Općine Trpanj može se za ovu priliku sagledati pomoću SWOT analize koja je provedena na temelju prethodne analize resursa. SWOT analiza je dakle kritički osvrt na postojeću situaciju destinacije, a predstavlja i prvi korak pri definiranju postojeće i poželjne pozicije na tržištu.

### SNAGE

- Pozitivan odnos stanovništva prema razvoju turizma
- Obilje raznolikih sadržaja kulturno-povijesne baštine
- Interes lokalne samouprave za razvoj turizma
- Kontinuirano podizanje razine kvalitete ponude
- Sustav turističkih zajednica uspješno obavlja svoj dio aktivnosti
- Ljepota i raznolikost krajolika
- Zelenilo i šumovitost prostora
- Gostoljubivost lokalnog stanovništva
- Bolji i kvalitetniji pristup destinaciji izgradnjom Pelješkog mosta
- Eno i gastro ponuda područja
- Kvaliteta mora
- Ugodna klima
- Poljoprivreda i marikultura (masline, grožđe, vino, ribe, školjke)
- Osobna sigurnost

### SLABOSTI

- Sezonalnost poslovanja
- Slaba mobilnost radne snage i niska razina motivacije zaposlenih
- Loše stanje/održavanje lokalnih prometnica
- Nedovoljna valorizacija prirodnih i kulturnih atrakcija
- Slaba institucionalna regulacija sustava zaštite kulturno povijesnih spomenika
- Niska svijest o zaštiti prirode

### MOGUĆNOSTI

- Privlačenje kvalitetnijih kadrova boljim uvjetima rada i napredovanja
- Veća dostupnost sredstava iz fondova EU-a
- Pобољшanje prometne dostupnosti
- Razvijanje turizma posebnih interesa (kultura, ruralni turizam, nautički turizam)
- Razvoj turizma na ruralnom području
- Bolja gastronomska ponuda (autohtona jela)
- Jača suradnja lokalnih zajednica i TZ-a na promociji cjelokupne ponude

### PRIJETNJE

- Nedovoljna suradnja javnog i privatnog sektora u razvojnim projektima u turizmu
- Kronični nedostatak specijaliziranih zanimanja zbog neprilagođenosti sustava obrazovanja
- Propadanje objekata kulturno-povijesne baštine zbog izostanka investicija i/ili lošeg održavanja
- Ponuda izrazito orijentirana na sunce i more
- Sezonalnost poslovanja

## 7. TRŽIŠNI ELEMENTI

U ovom poglavlju dajemo pregled tržišne pozicije turizma, tržišna kretanja, neusklađenost ponude i potražnje kao i mišljenja vezana u poboljšanje gore navedenih poglavlja. Turizam je iznimno složen gospodarski sustav sastavljen od niza fragmenata strukturno različitih gospodarskih grana i djelatnosti u svim sektorima nacionalnog gospodarstva, pa o svim tim elementima treba voditi računa.

### 7.1. Tržišna kretanja i trendovi

Turizam je jedan od najvažnijih pokretača razvoja gospodarstva u svijetu, pa tako i u Republici Hrvatskoj. Pravilno pozicioniranje na dinamičnom i konkurentnom turističkom tržištu uvjetovano je praćenjem suvremenih trendova kroz koje se identificiraju kretanja potražnje, nove tržišne prilike, područja mogućih ulaganja i infrastrukturne potrebe. Ova Strategija određuje značenje novih trendova u hrvatskom turizmu i razvoja po načelima održivosti. Novi trendovi moraju na temelju intelektualnog kapitala i informacija pretvoriti prirodne preduvjete u konkurentne prednosti temeljene na inovacijama radi multipliciranja profita. „Zeleni hoteli” kao dobri primjeri novih trendova u turizmu predstavljaju priliku kvalitativnog preoblikovanja hrvatske smještajne ponude radi očuvanja okoliša, privlačenja zahtjevnijih turista, produženja turističke sezone i turističke valorizacije cjelokupnog prostora RH. Imajući u vidu da prilagodba novim trendovima u turizmu „budućnosti” neće biti nimalo laka s obzirom na sve veću dinamiku promjena, u ovom se poglavlju navode neki od suvremenih i vjerojatnih budućih trendova:

- gospodarski aspekti,
- ekološki aspekti,
- promjene na tržištu ponude,
- promjene na tržištu potražnje,
- ciljni segmenti i pozicioniranje.

Iako turizam kao industrija na globalnoj razini bilježi veliki rast te je potkraj 2012. godine prvi put u povijesti zabilježena milijarda međunarodnih dolazaka turista u jednoj godini (oni koji su putovali izvan zemlje boravišta), europsko tržište još uvijek potresa gospodarska kriza, što utječe i na turistička kretanja. Promjenjivi gospodarski uvjeti, izmijenjeno ponašanje potrošača i nove tehnologije uzrokuju nastanak novih tržišta. Pravilno pozicioniranje na dinamičnom i konkurentnom turističkom tržištu uvjetovano je praćenjem suvremenih trendova kroz koje se identificiraju kretanja potražnje, nove tržišne prilike, područja mogućih ulaganja i infrastrukturne potrebe. Mijenja se sastav turističke populacije u kojoj raste udio starijih osoba.

Gospodarska perspektiva za tradicionalno industrijske zemlje danas uključuje znatno usporeni rast i stagnirajući raspoloživi dohodak po stanovniku. Nedvojbeno je da će na globalnoj razini konkurencija novih destinacija i novih objekata koji se razvijaju i dalje rasti. Turističko tržište pruža priliku hrvatskoj turističko-ugostiteljskoj ponudi ostvarenje konkurentnosti temeljenoj na inovativnim proizvodima i afirmaciji lokalnih vrijednosti u funkciji diversificiranja od univerzalne globalne ponude. Posljedica sve veće svijesti o tome da ljudski rod i prirodni okoliš dijele zajedničku sudbinu, promoviranje je očuvanja prirodnih bogatstava na mnogim razinama. Pitanje odnosa turizma i zaštite prirode postavlja se danas često u proturječnom značenju, no ipak priroda i njezine ljepote spadaju u red osnovnih turističkih vrednota.

Sve veća ekološka svijest javnosti očituje se u tendenciji izbjegavanja onih destinacija koja su već prešla razinu tolerancije, ne samo prema mišljenju stručnjaka, već i s gledišta potrošača. Stanovnici turističkih područja sve više usvajaju realne strategije za zadržavanje svoje neovisnosti i zaštitu svojeg okoliša. Ekološki održiva strategija primarna je pretpostavka uspjeha čak i najboljih hotela, restorana i drugih turističko-ugostiteljskih objekata. Održivost u sebi sadrži načelo trajnog opstanka prirodnog resursa, dok razvoj označava koncepciju u sklopu društvene znanosti koja se odnosi na poredak ljudskih resursa. Ako se analiziraju oba pojma zajedno, održivi razvoj se može definirati kao odnos između dinamičkih gospodarskih sustava koje osmišljava čovjek i većih dinamičkih ekoloških sustava koji se sporo mijenjaju i koji moraju biti u ekološkoj ravnoteži. Ako se analizira definiciju da je održivi razvoj „razvoj koji će zadovoljiti potrebe sadašnjeg naraštaja, a da se pritom ne dovedu u pitanje potrebe budućih naraštaja”, može se uočiti tri važna elementa u koncepciji održivog razvoja:

- koncept razvoja – u sebi uključuje kulturološki, društveni i gospodarski opseg razvoja,
- koncept potreba – pri čemu termine „osnovnih” potreba i „kvaliteta” života je potrebno preispitati i točno definirati,
- koncept budućih naraštaja – povezuje buduće generacije s današnjim razvojem uz pretpostavku razvijene ekološke i moralne svijesti današnjeg stanovništva.

Potrebno je, dakle, pomno paziti da se aktivnostima ne ugroze prirodni resursi pa je stoga danas, prijeko potrebno napraviti zaokret u eksploataciji resursa te je potrebno posvetiti veću pažnju učinkovitosti u raspodjeli resursa i preraspodjeli bogatstva.

Trendovi u turizmu:

- Novi motivi (aktivnost i boravak u prirodi, doživljaji, rekreacija, zdravlje)
- Sve veća očekivanja od cijele destinacije
- Promjena u potrebama (manje slobodnog vremena, više puta godišnje putovanja, veći zahtjevi)
- Potražnja za očuvanim ekološkim prostorima
- Osobna sigurnost
- Potražnja za manjim objektima (više individualnosti)
- Potražnja za složenim proizvodom (odmor u tišini, zabava, kupanje, rekreacija)
- Povećanje potražnje za ponudom koja održava elemente održivoga razvoja
- Povećanje putovanja turista treće dobi
- Održavanost, opremljenost, urednost destinacije je sve značajniji element potražnje.

### 7.1.1. Neusklađenost ponude i potražnje

Uslijed zasićenosti turista tradicionalnim kupališnim oblikom turizma, devedesetih godina 20. stoljeća dolazi do razvoja različitih selektivnih oblika turističke ponude, a naglasak se stavlja na autentičnost, ekologiju i privlačnost kraja. Turistima manje razvijena i ruralna područja postaju sve zanimljiva za provođenje slobodnog vremena. Broj turista koji traže mir, prirodu, slobodu i lijepe doživljaje svakim danom raste. Razvoj turizma na očuvanim područjima s bogatom i raznovrsnom florom i faunom postaje veoma zanimljiv. Razmatrajući sve relevantne čimbenike koji utječu na kvalitetu turističke ponude, a nisu u skladu s potražnjom (manjim ili većim dijelom), dolazimo do sljedećih ocjena.

<p>A/ Lokacija i površina          Prostorno-geografska komponenta          Pristup destinaciji</p>	<p>Površina Općine bi trebala biti bolje turistički organizirana. Pristup destinaciji uglavnom je zadovoljavajući, iako bi se lokalnim cestama trebala pružiti veća pažnja (uređenje).</p>
<p>B/ Ljudski resursi          Zaposlenost          Obrazovna struktura</p>	<p>Problem sezonalne zaposlenosti kadrova, u cjelokupnoj turističkoj „industriji“ bi morao osiguravati sigurnost i perspektivnost kadrova u budućnosti, s posebnim akcentom na obrazovnu strukturu kadrova u integralnoj turističkoj ponudi.</p>
<p>C/ Prirodni resursi          Flora          Fauna          Poljoprivredno i šumsko zemljište</p>	<p>Uzevši u obzir postojeće prirodne resurse općine, kao i šireg područja, ista predstavljaju veliki potencijal kojeg bi trebalo još bolje iskoristiti.</p>
<p>D/ Kulturno-povijesna baština          Arheološki lokaliteti          Povijesne civilne građevine          Povijesne sakralne građevine          Povijesno gradsko naselje          Povijesno seosko naselje          Tradicijska graditeljstvo          Tradicijska odjeća i obuća          Tradicijska prehrana          Tradicijski običaji          Smotra folklor          Edukacijske radionice za izradu suvenira          Likovne izložbe          Poticanje tradicijskih zanata          Muzeji</p>	<p>Ovi resursi nisu planski održavani i razvijani u turističke svrhe što je veliki hendikep. Ovaj segment zahtjeva interdisciplinarni i planski pristup. Svaki od navedenih elemenata zahtjeva posebnu obradu, što bi u konačnici, zajedno trebalo predstavljati razvoj općine, a time dati opresjek društveno kulturnog razvoja tijekom stoljeća.</p>
<p>E/ Komunalna infrastruktura          Odvodnja otpadnih voda          Sustav javne kanalizacije          Energetska infrastruktura          Pošta i telekomunikacije          Groblja</p>	<p>Razvijena infrastruktura je preduvjet razvoja turizma, budući na svim područjima i sadržajima stanje nije zadovoljavajuće što može biti ograničavajući faktor razvoja.</p>
<p>F/ Prometna infrastruktura          Cestovna infrastruktura          Parkirališne zone          Turistička signalizacija          Signalizacija uz prometnice</p>	<p>Djelomično je riješena, međutim za ozbiljan turistički razvoj nije dovoljno dobra (pristupne i lokalne ceste), a očekuju se i bolji povezivanjem poluotoka Pelješca mostom Komarna – Brijest. Signalizacija uz ceste, a time i turistička signalizacija mora biti jasna, jednostavna i služiti lakšem pristupu destinaciji, kao i kulturološkoj i gospodarskoj ponudi.</p>

<p>G/ Društvene djelatnosti          Obrazovanje          Kultura          Tehnička kulture          Šport          Socijalna skrb          Karitativne organizacije          Udruge          Zdravstvo</p>	<p>Ovo područje donekle udovoljava za potrebe stanovništva, međutim kada se promatra u odnosu na mogući razvoj turizma to nije dovoljno dobro.</p>
<p>H/ Gospodarstvo          Trgovine, servisi, mali proizvodni obrti i druge uslužne djelatnosti          Poslovna zona          Ugostiteljstvo i turizam          Ribarstvo          Poljoprivreda i šumarstvo          Poslovna namjena – komunalno-servisna</p>	<p>S obzirom na integralni pristup razvoja turističke destinacije ovom se području mora prići daleko organiziranije i planski. Svaki dio je problem za sebe i traži posebnu obradu, s jednim odabranim načinom da ujedini malo i srednje obrtništvo u jedan finalni proizvod, ponudu, koja s vremenom može postati brand destinacije.</p>
<p>I/ Razvojno-planska dokumentacija          Republika Hrvatska          Dubrovačko-neretvanska županija          Općina Trpanj</p>	<p>Dio planske dokumentacije još uvijek nije usklađen međusobno, a također s potrebama i željama razvoja.</p>
<p>J/ Poticajne mjere          Poticaji turističkoj djelatnosti          Kreditna sredstva          Sredstva EU fondova          Ostali poticaji</p>	<p>Za ozbiljan turistički razvoj mora biti razrađen i usklađen sustav poticaja, koji mora biti više vezan uz županiju sa zajedničkim planiranjem s lokalnom zajednicom i nosiocima razvoja gospodarstva te društveno kulturne ponude.</p>
<p>K/ Smještajni kapaciteti          Hoteli          Apartmani          Kuće za odmor          Sobe za iznajmljivanje          Gastronomska ponuda          Plaže          Poljoprivredni proizvodi u turističkoj ponudi          Suveniri i stari zanati          Zabava          Ribolov          Lov          Biciklizam, Pješačenje          Vodeni sportovi          Sportska ponuda          Zdravstveni turizam          Izletnički turizam</p>	<p>Svaki element ovog područja zahtjeva posebnu razradu, ocjenu i program poboljšanja.          Cilj svih navedenih elemenata u svojoj specifičnosti je jedan integralan pristup koji u svojoj osnovnoj ponudi nudi odabir za svakoga ponešto.</p>

Kulturni turizam Manifestacije Plasman poljoprivrednih proizvoda Izleti	
L/ Urbano uređenje Javne površine Održavanje naselja (zgrada i okućnica)	Nije u skladu s turističkom potražnjom i standardima u turizmu.
M/ Suradnja Lokalna zajednica Turistička zajednica Gospodarstvo Lokalne institucije	Suradnja svih dionika u turističkoj destinaciji mora biti bolja, s jedinim ciljem, promoviranja destinacije sa svim svojim resursima.
N/ Promocija i afirmacija novog koncepta razvoja Turistička edukacija stanovništva Promocija novog koncepta razvoja	Trpanj kao suvremena destinacija traži bolji i organiziraniji pristup.

Izvor: Obrada autora, 2018.

Prema tome dolazak turista u destinaciju u velikoj je mjeri određen razinom ukupne atraktivnosti destinacijskog proizvoda. Uz naslijeđene resurse i turističku infrastrukturu i suprastrukturu, na atraktivnost destinacijskog turističkog proizvoda izravno utječe i sustav upravljanja turizmom u destinaciji, a koji se odnosi na povezivanje različitih interesnih skupina (razvojnih dionika) u destinaciji i njihovo sudjelovanje u upravljanju. Privređivanje u turizmu podrazumijeva izgradnju tzv. turističkog lanca vrijednosti na destinacijskoj razini. U njemu, svojim neposrednim aktivnostima, mora sudjelovati velik broj sudionika privatnog (smještajni objekti, objekti hrane i pića, različiti uslužni servisi, institucije financijskog posredovanja, turistički posrednici, trgovine i sl.) i javnog sektora (javni prijevoz, komunalna infrastruktura, čistoća i uredenost mjesta, sigurnost, turističke informacije, kulturne institucije i sl.).

Cjelovit (dubok i širok) turistički lanac vrijednosti omogućava međusobno kombiniranje, variranje, grupiranje i/ili doziranje različitih pojedinačnih (uslužnih) proizvoda različitih proizvođača (ponuđača), s ciljem i na način koji će udovoljavati različitim (posve individualiziranim) osobnim preferencijama potencijalnih korisnika. Promjene na strani potražnje, naime, dovode do potrebe uključivanja sve većeg broja različitih ponuđača u stvaranje destinacijskog lanca vrijednosti, a oni mogu imati različite stavove, a koji puta i konfliktne vizije i ciljeve destinacijskog turističkog razvoja. U takvim je složenim uvjetima upravljanje razvojem turizma u većini turističkih destinacija bitno otežano, zbog nepostojanja svojevrsnog lidera koji bi takav razvoj usmjeravao i koordinirao.



*Slika 13., 14.,15. Prirodni resursi Općina Trpanj*

## 8. RAZVOJNE MOGUĆNOSTI

Razvoj turizma ovisi o ekonomskim i društvenim kretanjima u nacionalnim i međunarodnim okvirima. Stoga njegov razvoj treba biti usklađen s dugoročnom nacionalnom politikom, politikama srodnih područja i sektora, ali i politikama Europske unije. Novi trendovi u turističkoj potražnji i ponudi pokazuju da su nužne promjene prema kvalitetnom turizmu. Tržišni položaj Općine Trpanj moguće je poboljšati samo ako se ponuda i način njezina izlaska na tržište prilagode suvremenim zbivanjima na međunarodnom turističkom tržištu. Do punog izražaja moraju doći inovacije u turističkoj ponudi, novi programi i novi turistički sadržaji.

### 8.1. Razvojne mogućnosti

Analiza postojećeg stanja turizma Općine Trpanj ukazuje na čitav niz karakteristika, a za ovu priliku ističemo:

- Postojeća turistička ponuda sa svim svojim nedostacima, te poticajima, organiziranjem (upravljanjem destinacijom), marketingom itd., ne omogućava ozbiljniji razvoj turizma i njegov doprinos ukupnom razvoju.
- Nedvojbeno je da postoje značajni resursi, čine se određeni naponi, ulažu se određena sredstva, poticaji i želje za razvojem itd., što otvara značajne mogućnosti razvoju turizma.
- Također treba naglasiti da potražnja, a posebno trendovi u turizmu, daju priliku razvoju turizma na području Općine Trpanj.
- Prema tome, može se zaključiti da su, bez obzira na dosta loše postojeće stanje turizma Općine, mogućnosti razvoja velike

### 8.2. Mogući pravci razvoja

„Sunce i more” danas je dominantan turistički proizvod Općine, a to će ostati i u budućnosti pod uvjetom da se njegova konkurentna pozicija na tržištu kontinuirano unapređuje kroz sadržajno obogaćivanje i povećanje kvalitete smještajne i uslužne ponude, odnosno produbljivanje destinacijskog lanca vrijednosti. S druge strane, današnja dominantna pozicija proizvoda sunca i mora istodobno je i osnovni razlog izrazite sezonalnosti turističke potražnje i koncentracije turističkog prometa na uski priobalni pojas. Budući da oslanjanje na proizvod „sunce i more“ dugoročno neće pridonijeti znatnijem unapređenju konkurentne pozicije kao turističke destinacije, a time ni povećanju turističke potrošnje niti boljem korištenju razvojnih potencijala.

Općina se u razdoblju do 2025. godine mora pojačano okrenuti razvoju turističkih proizvoda koji će omogućiti ne samo veće korištenje raspoloživih kapaciteta izvan ljetnih mjeseci, nego i aktiviranje svih turističkih potencijala Općine. Polazeći od globalnih trendova na turističkom tržištu i kvalitete resursno atrakcijske osnove, odnosno razvojnih potencijala pojedinih proizvoda, za razvoj turizma do 2025. godine, uz sunce i more, posebno su važne sljedeće grupe proizvoda: nautički turizam (*yachting*) zdravstveni turizam, kulturni turizam, poslovni turizam, cikloturizam (*biking*), eno i gastroturizam, ruralni turizam te pustolovni i sportski turizam. Uz te grupe proizvoda, Općina svoju priliku vidi i u razvoju nekoliko specifičnih grupa proizvoda, pri čemu ponajviše ekoturizma.



Za razvoj pojedinih proizvoda od izuzetne je važnosti osigurati suvremenu i inovativnu komunikaciju s tržištem, što se prije svega odnosi na bitan iskorak u e-marketingu, odnosno unapređenje *online* informacijsko-prodajnih portala ponuđača usluga i destinacija (npr. kontinuirani rad na sadržaju, usmjerenje prema ciljnim potrošačkim segmentima, doživljajan prikaz ponude, optimizacija portala prema tražilicama), intenziviranje mogućnosti online kupnje i/ili rezervacije usluga (npr. smještaja, izleta, karata za događanja) na destinacijskim portalima .

U sljedećem prikazu nalaze se četiri varijante, odnosno mogući pravci razvoja turizma na području Općine Trpanj u periodu od sljedećih šest godina.

Tablica 23. Varijante razvoja – mogući scenarij

OPIS	SADAŠNJE STANJE 1. VARIJANTA	100 POSTELJA GODIŠNJE 2. VARIJANTA	200 POSTELJA GODIŠNJE 3. VARIJANTA	300 POSTELJA GODIŠNJE 4. VARIJANTA
Smještaj	Loša struktura	Usklađena s novom ponudom	Poboljšana struktura	Usklađena s novom ponudom
Ugostiteljska ponuda	Nije adekvatna	Povećana (više autohtona)	Poboljšanja	Poboljšanja autohtona
Turistička ponuda	Nije adekvatna	Poboljšana	Poboljšana	Poboljšana
Novi proizvodi (usluge)	Spori razvoj	Bolje	Poboljšani	Poboljšani
Poboljšanje postojećeg stanja ponude	Spori neusklađeni razvoj	Povećani	Bolje	Bolje
Okruženje	Spori razvoj	Poboljšana	Poboljšano	Poboljšani
Struktura gostiju	Stihija	Poboljšana	Poboljšana	Poboljšana
Popunjenost kapaciteta (dana)	51 dana	70 dana	70 dana	80 dana
Postelje	3.085	3.700	4.450	5.000
Noćenja	157.442	259.000	311.500	400.000

Izvor: Obrada autora, 2018.

#### Prva varijanta

Prva varijanta predstavlja zatečeno stanje u kojem ugostiteljsku ponudu čine već postojeći objekti, bez značajnijeg povećanja broja novih objekata. Turistička ponuda bi se zasnivala na postojećim smještajnim kapacitetima, već postojećoj ponudi izleta, kulture i sporta bez dodatnih poboljšanja, dakle ponuda bi se razvijala sistemom inercije. Prema navedenom modelu ne bi se razvijali novi proizvodi. Prateće bi se društvene i gospodarske djelatnosti

sporo razvijale. Struktura gostiju ne bi se bitno mijenjala, a popunjenost kapaciteta iznosila bi tek 51dan, bez povećanja smještajnih kapaciteta odnosno novih postelja. Broj noćenja u prvom modelu bio bi približno 157.442.

#### *Druga varijanta*

Druga varijanta pretpostavlja rast smještajnih kapaciteta od 600 postelja. Ugostiteljska ponuda ne bi dostupno mijenjala. Turistička bi se ponuda lagano razvijala u skladu sa zahtjevima tržišta. U destinaciji bi došlo do gradnje novih smještajnih kapaciteta više kategorije, turističkih naselja integriranih u okoliš (estetski i funkcionalno) i kampova. Društvene i gospodarske djelatnosti doživjele bi razvoj prateći pri tom razvoj turističke ponude. Struktura gostiju ostala bi ista, uz manje promjene uslijed provedbe segmentacije i odabira najzanimljivijih tržišta. Popunjenost kapaciteta iznosila bi 70 dana, a došlo bi i do povećanja smještajnih kapaciteta s novih 600 postelja pri čemu bi se ostvarilo 259.000 noćenja u 2025. godini.

#### *Treća varijanta*

Treća varijanta pretpostavlja rast smještajnih kapaciteta od 1.300 postelja uz naglašenu ponudu autohtonih specijaliteta u ugostiteljstvu. Ugostiteljski bi objekti bili potaknuti na uvrštavanje tradicionalnih jela u ponudu. S obzirom na nove tendencije u turizmu, gdje se izrazito cijeni autentičnost i potreba doživljaja sredine u koju turisti dolaze, autohtonost u ponudi bila bi izrazito naglašena. Otvorili bi se tako novi objekti prehrane koji bi ponudu bazirali prvenstveno na autohtonim jelima (pršut, kobasice, lokalna tjestenina, tartufi, riblja ponuda i sl.). Postojeće bi se ugostiteljske objekte nastojalo potaknuti na promjenu u ponudi, a to bi se činilo i organiziranjem tradicionalnih manifestacija posvećenih lokalnoj gastronomiji (pučke fešte, prikazi nekadašnjeg života i sl.). Turistička ponuda bila bi zasnovana na različitim novim proizvodima u skladu s tendencijama tržišta i obilježjima destinacije. Posebice bi se razvijao izletnički turizam, prirodi blizak turizam, agroturizam, gastroturizam, sportsko rekreativni i drugi oblici turizma. Postojeća bi ponuda bila dodatno osuvremenjena i nadopunjena novim sadržajima, a rasla bi i ukupna kvaliteta ponude. Okruženje bi se razvijalo dinamično, dakle društvene i gospodarske djelatnosti pratile bi razvoj turizma. Na taj način turizam bi ostvarivao multiplikativnu ulogu koja se od njega i očekuje. Ciljana bi se tržišta polako mijenjala sukladno potražnji. Popunjenost kapaciteta iznosila bi 70 dana godišnje, uz rast postelja od 1.300. Po trećem bi se modelu broj noćenja u 2025. godini popeo na 311.500

#### *Četvrta varijanta*

Četvrta varijanta pretpostavlja rast smještajnih kapaciteta od 2.000 postelja. Ugostiteljska bi ponuda bila usmjerena na kombiniranje više modela, i to upravo modela iz varijante 1., 2. i 3., dakle, uz već postojeću ponudu, razvijala bi se ponuda ugostiteljskih objekata europske kuhinje, visoko specijaliziranih objekata, te objekata s naglašenom ponudom autohtonih specijaliteta. Na takav bi se način zadovoljio veoma širok krug potrošača – turista. Turistička bi se ponuda razvijala u najvećem mogućem opsegu. Tijekom prvih godina došlo bi do sveukupnog razvoja čitave ponude, a tijekom kasnijih godina opadao bi intenzitet investiranja i došlo bi do oplemenjivanja destinacije novim proizvodima. Uz sveukupni razvoj, posebice bi se pažnja posvetila kvaliteti i raznolikosti ponude, atraktivnosti sadržaja te ispunjavanju očekivanja turista. Novi proizvodi, koji bi se po četvrtoj varijanti razvijali u destinaciji, kombinirali bi se s postojećom ponudom. Okruženje u kojem bi se turizam razvijao bilo bi

usklađeno s razvojem turizma, dakle, društvene i gospodarske djelatnosti paralelno bi se razvijale s turizmom te bi se međusobno u razvoju nadopunjavale. Četvrti model razvoja predviđa ozbiljniju promjenu strukture gostiju, no ta bi se promjena događala postupno, s razvojem destinacije i kreiranjem novih proizvoda. Posebice bi se razvijala ona tržišta koja bi omogućavala ostvarenje veće potrošnje, što je u skladu sa strategijom kvalitativnog razvoja destinacije. Popunjenost smještajnih kapaciteta u ovom modelu iznosila bi 80 dana u godšnje te bi se tako, uz porast broja novih postelja od 2.000, ostvarilo približno 400.000 noćenja.

### 8.3. Očekivani efekti

Na temelju podataka iz prethodnog poglavlja o mogućim pravcima razvoja turizma na području Općine Trpanj razrađeni su očekivani efekti koji proizlaze iz treće varijante, a prikazani su u donjoj tablici kroz strategiju rasta i razvoja do 2025. godine.

Tablica 24. Očekivani efekti

Objekt	2019.		2025.		Razlika 2025. – 2019.
	Postojeće 1.varijanta	% učešća	2.varijanta	% učešća	
Apartman	498	16.1	600	13.6	102
Hotel	245	7.9	400	8.9	155
Izborna stara obiteljska kuća (vikendica)	16	0.5	30	0.6	14
Kamp	90	2.9	250	5.7	160
Kuće stanovnika Općine	713	23.2	800	17.9	87
Kuće za odmor	56	1.9	70	1.6	14
Kuće za odmor (vikendice)	889	28.9	1.000	22.6	111
Objekti u domaćinstvu	0	0	100	2.2	100
Sobe za iznajmljivanje	245	7.9	400	8.9	155
Stanovi stanovnika Općine	0	0	100	2.5	100
Stanovi za odmor (vikendice)	0	0	50	1.1	50
Studio apartmani	333	10.8	400	8.9	67
Objekti na OPG-u	0	0	100	2.2	100
Turistička naselja	0	0	100	2.7	100
Hostel	0	0	50	2.2	50

Marina	0	0	-	-	-
<b>Ukupno</b>	<b>3.085</b>	<b>100</b>	<b>4.450</b>	<b>100</b>	<b>1.365</b>
Ugostiteljska ponuda (stolice)	1.000		2.000		1.000
Turistička ponuda	Nedovoljna		Adekvatna		Adekvatno
Novi proizvodi	Nedovoljni		Adekvatni		Adekvatno
Prateće okruženje	Srednje		Adekvatno		Adekvatno

Izvor: Obrada autora, 2019.

Trenutno stanje ponude smještajnih kapaciteta iznosi 3.085 postelja, od čega 245 postelja čine hoteli, kampovi 90 postelja, privatni smještaj (sve ukupno) s učešćem od 2.700 postelja. Planirani porast od 1.400 postelja do 2025. godine raspoređen je tako da hoteli imaju udio od 8.9 % ponude, kampovi 5.7 % privatni smještaj 85 % ponude. Iz gornje je tablice vidljivo da je postojeća ponuda obogaćena novim smještajnim kapacitetima koji su značajno promijenili strukturu istih.

Ugostiteljska ponuda je s trenutnih 1.000 stolica planirana na 2.000 stolica do 2025. godine, što predstavlja rast od 1.000 stolica.

Planirano je u narednih sedam godina razviti i ponuditi nove proizvode. Ukupno okruženje trenutno nije usklađeno s razvojem turizmom te ga do 2025. godine treba uskladiti, što znači da se društvene i gospodarske djelatnosti paralelno razvijaju s turizmom te se međusobno u razvoju nadopunjuju.

#### Opredjeljenje za varijantu

Treća je varijanta, s obzirom na karakteristike, najprihvatljivija za Općinu Trpanj kao destinaciju na kojoj će se razvijati vrlo naglašeno turizam. Navedenom bi se varijantom ostvarili najveći prihodi po postelji, čime bi se znatno povećala i zaposlenost te bi u tom slučaju multiplikativni efekti na okruženje bili najviši.

Prihodi od turizma na području Općine iskazani su u donjoj tablici u eurima.

Tablica 25. Planirani prihodi od turizma

Opis	2019.	2019. Prihod (eura)	2025.	2025. Prihod (eura)
Noćenja	157.442	6.297.680	311.500	18.000.000
Ugostiteljska ponuda (stolice)	1.000	1.000.000	2.000	4.000.000
Turistička ponuda (izleti, itd.)	2.000	40.000	5.000	150.000
Novi proizvodi (posjete, itd.)	100	5.000	500	25.000
<b>Ukupni prihodi</b>		<b>7.342.680</b>		<b>22.175.000</b>

Izvor: Obrada autora, 2019.

Iz tablice 24. je vidljivo da su prikazane samo dvije godine – 2018. godina kao početno stanje – i 2025. godina kao ciljna godina u kojoj bi trebalo ostvariti planske ciljeve. Zatim, u opisu su navedene pojedine vrste ponude koja je iskazana u financijskom iznosu.

Tako procjena za 2019. godinu iznosi 157.442 noćenja s prihodom od 6.297.680 eura, a plan za 2025. godinu predviđa 311.500 noćenja s prihodom od 18.000.000 eura. Nadalje, ugostiteljska ponuda sa sadašnjih 1.000 stolica i prihodom od 1.000.0000 eura penje se na 2.000 stolica s prihodom od 4.000.000 eura. Turistička ponuda koja se sastoji od posjeta i izleta procijenjena je na 2.000 turista s prihodom od 40.000 eura za 2019. godinu, a planirani broj je 5.000 turista s prihodom od 150.000 eura u 2025. godini. Razvoj novih proizvoda planiran je za narednih sedam godina, te bi na temelju tih proizvoda bilo moguće ostvariti ukupno 500 posjeta s prihodom od 25.000 eura.

Ukupni prihodi od turizma na području Općine procijenjeni su za 2019. godinu na razini od 7.342.680 eura, dok očekivani ukupni prihodi za 2025. godinu iznose 22.175.000 eura.

## 9. RAZVOJNA STRATEGIJA I CILJEVI (opredjeljenje)

Svaka turistička destinacija koja ima ozbiljnije ambicije na turističkom tržištu mora komunicirati bazični sustav iskustava kojeg je u stanju pružiti potencijalnim korisnicima, bilo da je riječ o krajnjim potrošačima (turistima i/ili posjetiteljima) ili je riječ o turističkim posrednicima (putničkim agencijama i turoperatorima). Sukladno tome, Općina Trpanj kao turistička destinacija može dugoročno uspjeti tek ako iza samog geografsko-političkog pojma stoji sustav dobro osmišljenih turističkih iskustava i/ili doživljaja upakiranih u profesionalno oblikovane turističke proizvode. U ovom poglavlju govorimo o viziji Općine – odabrane varijante, o odabranom modelu razvoja, najznačajnijim ciljevima razvoja te dajemo strategiju rasta i razvoja, kao i prognozu ulaganja u infrastrukturu.

### 9.1. Misija

Polazeći od ovih odrednica kao misiju turističkog razvoja Općine Trpanj moguće je definirati na sljedeći način

Turistički razvoj – za radna mjesta, kvalitetu života i ugled Općine. To se postiže kroz liderstvo općinske uprave i turističke zajednice uz konstruktivno i iskreno partnerstvo sa svim dionicima turističkog razvoja koji teže izvrsnosti u svim svojim aktivnostima.

### 9.2. Vizija – odabrana varijanta

Proces „destinacijskog vizioniranja“ u kojem sudjeluju različite interesne skupine u destinaciji vrlo je težak. Postizanje rezultata, odnosno zajedničko donošenje razvojne vizije turističke destinacije koju lokalna zajednica razumije i prihvaća, u koju vjeruje i koja ju inspirira, još je puno teže. Za brojne turističke destinacije u Hrvatskoj ovo su novi procesi. Dodatno, pod pritiskom gorućih egzistencijalnih problema (npr. generiranje novih radnih mjesta, povećanje životnog standarda, rješavanje komunalne infrastrukture i sl.) diskusije o „turističkoj viziji“ i proces njezina donošenja mogu se činiti nevažnima. Razgovori na ovu temu nerijetko su izloženi riziku nezainteresiranosti od strane donosioca odluka, odnosno postaju forumi za iznošenje raznih pritužbi.

Polazeći od značajki turizma na području Općine, provedenih istraživanja i posebice, rezultata tematskih prezentacija i radionica o viziji turističke destinacije, temeljne vrijednosti lokalne zajednice na kojima se bazira turistička vizija ovog područja u nastupajućem razdoblju do 2025. godine, na bazi četvrte varijante, moguće je sažeti na sljedeći način:

#### Vizija mogućeg razvoja

Vizija turističke destinacije predstavlja funkcionalnu i inspirativnu sliku turizma u destinaciji u određenom duljem vremenskom razdoblju (npr. za deset godina). Vizija je slika budućnosti kakva se želi. U tom kontekstu, vizija predstavlja ne samo osnovno polazište, već i najkritičniju komponentu turističke politike, s obzirom da se postavlja kao vodilja turističkog razvoja i, kasnije, turističkog upravljanja destinacijom.

- Prepoznatljiva turistička destinacija (autohtono – prirodno, održivo)
- Usklađeni razvoj turizma (proizvodi i usluge)
- Destinacija dinamičnog turističkog razvoja (smještaj, ostala ponuda, poljoprivredni proizvodi)

- Cjelogodišnje poslovanje (djelomično)
- Ponuda raznolikih sadržaja i događaja prilagođenim ciljanim skupinama (ljubitelji prirode, aktivni odmor, rekreativci, gurmani, vikendaši, lovci i drugi)
- Cijela Općina će „disati” turistički po uzoru na razvijene slične regije
- Održivi i uravnotežen razvoj
- Odgovorno društveno ponašanje (ljudi, prostor)
- Podizanje kvalitete (ukupne)
- Uključenje u razvoj JLS-a, mali i srednji poduzetnici
- Poboljšanje ponude postojećih i novih proizvoda

Vizija Općine Trpanj kao turističke destinacije nužno je, dakle, odraz temeljnih vrijednosti lokalne zajednice: potrebe za prepoznatljivošću destinacije, za dinamičnim turističkim razvojem i produženja sezone, ponudom raznolikih sadržaja i događaja te odgovornim društvenim ponašanjem. Ove vrijednosti već oblikuju i oblikovat će buduću turističku aktivnost u Općini, u smislu da će se priklanjati takvim oblicima turizma koji će omogućiti generiranje koristi za široki sloj domaćih ljudi, koji će koristiti prostorne, prirodne i kulturne resurse poštujući principe održivosti te koji će valorizirati tradicijsko i povijesno naslijeđe potičući integraciju ovog područja u širi europski kontekst. Viziju turističkog razvoja destinacije moguće je ostvariti ukoliko se poštuju osnovna načela razvoja i ukoliko se postave konkretni ciljevi tog razvoja. Vizija Općine polazi od primarne potrebe podizanja kvalitete života lokalne zajednice, očuvanje tradicije i naslijeđenih kulturno-povijesnih vrijednost te potrebu oblikovanja proizvoda koji će posjetiteljima pružiti ugodan i inspirativan doživljaj.

### 9.3. Odabrani model razvoja

Na temelju prethodnog poglavlja („Razvojne mogućnosti“) u kojem su navedene i opisane različite varijante razvoja turizma na prostoru Općine, u nastavku se navodi odabrani model.

Model razvoja turizma na području Općine podrazumijeva sljedeće aktivnosti koje proizlaze iz treće varijante:

- Smještajni kapaciteti – godišnji rast od 200 kreveta
- Ugostiteljska ponuda – specijalizacija i autohtonost
- Turistička ponuda – intenziviran razvoj (jako naglašena)
- Novi proizvodi – intenzivan razvoj
- Okruženje – usklađeni razvoj (to znači intenzivan)
- Struktura gostiju ciljanog tržišta (marketing)
- Popunjenost kapaciteta 70 dana godišnje.

*Odabrani model razvoja turizma na području Općine ima sljedeće karakteristike:*

- Rast popunjenosti kapaciteta od 15 % godišnje (cilj je ostvarenje godišnjeg popunjavanja kapaciteta 70 dana)
- Rast osobne potrošnje 8 – 10 % godišnje
- Rast turističkog prometa 15 % godišnje
- Zaposlenost (izravna i neizravna) na godišnjoj razini 10 – 15 novih radnih mjesta
- Naglašena uloga turizma u razvoju ruralnog prostora, posebno poljoprivrede.

## 9.4. Najznačajniji ciljevi razvoja

Polazeći od identificiranih strateških prednosti i nedostataka turističkog sektora Općine te postavljene vizije Općine kao turističke destinacije, potrebno je specificirati ključne ciljeve kojima se osigurava okvir za razvoj i za kontinuirano povećanje konkurentske sposobnosti turističkog sektora Općine te njezinih pojedinih dijelova.

Najznačajniji su ciljevi pri razvoju turizma na prostoru Općine:

- Dinamičan, kvalitetan i organiziran razvoj turizma na cijelom prostoru Općine (razvojno opredjeljenje)
- Turizam u funkciji razvoja cijelog prostora (sinergijski efekti)
- Poboljšanje standarda života (individualnog i društvenog)
- Formiranje turističke ponude na osnovama održivog razvoja i ekologije
- Usklađeni razvoj turizma s poljoprivrednim i ostalim djelatnostima te ukupnim društvenim razvojem
- Turistički će proizvod biti formiran na bazi autohtonosti i tradicije područja
- Definiranje razvojnog programa i ponude
- Poboljšanje postojeće ponude, kreiranje nove ponude
- Sustavno podizanje znanja (globalno) i pojedinačno (djelatnici).

U tablici 26. prikazana je strategija rasta i razvoja na prostoru Općine.

Tablica 26. Strategija rasta i razvoja (u eurima)

Objekt	Ukupna vrijednost ulaganja	Ulaganje u nove proizvode	Ulaganje u poboljšanje ponude
Apartman	1.800.000	1.500.000	300.000
Hoteli	27.500.000	25.000.000	2.500.000
Izvorna stara obiteljska kuća (vikendica)	150.000	100.000	50.000
Kamp	1.100.000	1.000.000	100.000
Kuće stanovnika Općine	2.500.000	1.500.000	1.000.000
Kuće za odmor	1.700.000	1.200.000	500.000
Kuće za odmor (vikendice)	1.700.000	1.200.000	500.000
Objekti u domaćinstvu	2.000.000	2.000.000	0
Sobe za iznajmljivanje	2.000.000	1.500.000	500.000
Stanovi stanovnika Općine	3.000.000	3.000.000	0
Stanovi za odmor (vikendice)	1.000.000	1.000.000	0
Studio apartmani	3.500.000	3.000.000	500.000
Objekti na OPG-u	3.000.000	3.000.000	0



Turističko naselje	2.500.000	2.500.000	0
Hostel	5.000.000	5.000.000	0
Marina	-	-	-
<b>Ukupno smještaj</b>	<b>58.450.000</b>	<b>52.500.000</b>	<b>5.950.000</b>
Ugostiteljska ponuda	5.500.000	5.000.000	500.000
Turistička ponuda	2.300.000	2.000.000	300.000
Novi proizvodi	3.000.000	3.000.000	0
Prateće okruženje	20.000.000	15.000.000	5.000.000
<b>Ukupno ostalo</b>	<b>30.880.000</b>	<b>25.000.000</b>	<b>5.800.000</b>
<b>Sveukupno</b>	<b>89.250.000</b>	<b>77.500.000</b>	<b>11.750.000</b>

*Izvor. Obrada autora, 2019.*

Ukupno planirano ulaganje u turističko-ugostiteljske sadržaje do 2025. godine iznosi 89.250.000 eura, uz napomenu da je ulaganje u nove proizvode 77.500.000 eura, te ulaganje u poboljšanje ponude 11.750.000 eura.

## 10. POBOLJŠANJE PONUDE I NOVI PROIZVODI (integralni pristup)

S obzirom na ocjenu turističke ponude koja ne udovoljava potražnji, potrebno je mijenjati postojeću, a isto tako treba intenzivno, sustavno i organizirano razvijati novu ponudu jer na taj način Općina Trpanj može postati prepoznatljiva turistička destinacija. Da bi proizvod u konačnici bio uspješan i da bi gosti bili zadovoljni svojim posjetom i boravkom različiti gospodarski subjekti, poduzetnici, javna poduzeća, stanovništvo i drugi dionici svojim djelovanjem utječu na njega. Stoga stvaranje konkurentnih i zanimljivih proizvoda s jedne strane počiva na resursima destinacija, a s druge strane na spremnosti i aktivnosti svih dionika u destinaciji da taj proizvod stvaraju, čine kvalitetnim i plasiraju na tržištu.

### 10.1. Poboljšanje postojećeg stanja

Sve čimbenike koji čine ili utječu na sadašnju turističku ponudu koja, smatra se, nije zadovoljavajuća, treba mijenjati tako da se stanje značajno poboljša. Da bi u tome bili uspješni potrebna je prije svega dobra suradnja i koordinacija kao i razumijevanje složenosti i slojevitosti turističkog proizvoda. Turistička zajednica može inicirati i poticati razvoj proizvoda, turističke agencije će ga nuditi na tržištu ali razumijevanje i prihvaćanje turizma kao razvojne opcije treba biti dio cjelokupne zajednice u Općini.

#### 1/ Lokacija i površina

- Bez obzira na relativno zadovoljavajuće stanje, potrebno je o ovim elementu stalno voditi računa i organizirano ga održavati i mijenjati.

#### 2/ Ljudski resursi

- Ljudskim se resursima treba davati sve veće značenje, jer će oni u budućnosti biti odlučujuća konkurentna snaga u turističkoj djelatnosti s obzirom na stanje neophodno je planski prići rješavanju nezadovoljavajućeg stanja.

#### 3/ Prirodni resursi

- Raznolikost prirodnih resursa kao i geografski položaj danas su veliki potencijal za razvoj turizma destinacije.
- Bogatstvo flore i faune, ekološki čista destinacija, plodno su tlo za razvoj turizma i mamac su za nove potrošače.
- Održivi razvoj mora biti stalno nit vodilja razvoja.

#### 4/ Kulturna i povijesna baština

- Veliki dio resursa kulturno-povijesne baštine danas su neiskorišteni u pravoj mjeri ili ih se uopće ne prezentira u turističkoj ponudi. Površine na kojima se spomenici i arheološki ostaci nalaze neuređene su, vlasnički odnosi zemljišta na kojima su spomenici ostali su neriješeni, a putovi koji vode do njih zapušteni su.

- Izvorni ostaci (lokaliteti s povijesnom i kulturnom ostavštinom) premalo su do sada promovirani, potrebno je bolje određivanju važnosti baštine na odabranim lokalitetima u javnosti.
- Promidžba tradicijskih elemenata (nošnje, gastronomije i običaja) događa se većinom na lokalnom tržištu.

#### 5/ Infrastruktura

- Pristup destinaciji treba stalno poboljšavati, posebno u nekim dijelovima Općine
- Postojeća prometna infrastruktura mora biti kvalitetnije riješena s obzirom na potrebe stanovništva, a posebno turizma, pogotovo rješenje prometa u mirovanju (parkirališnih mjesta)
- Suvremeni prometni sustavi u turistički razvijenim destinacijama temelji su gospodarskog i turističkog razvoja.

#### 6/ Društvene djelatnosti

- Destinacija ima dobru osnovu za razvoj društvenih djelatnosti na kojima treba surađivati sa svim dionicima društvenog života Općine
- Postoji osnovni sustav društvenih djelatnosti kao i mreža društvene infrastrukture koju treba bolje valorizirati
- Za kvalitetniji razvoj turizma treba više stimulirati razvoj pojedinih segmenata, posebno obrazovanja, kulture, športa i zdravstva.

#### 7/ Gospodarstvo

- Dosadašnji gospodarski razvoj bio je u stagnaciji ili tek s manjim pozitivnim pomacima.
- Gospodarstvo je najviše vezano uz turistička ponudu koja nije dostatno razvijena, te bi se više pažnje trebalo dati razvoju poljoprivrede, ribarstva i školjkarstva postojećoj turističkoj ponudi destinacije
- Lokalni proizvođači ne nalaze u turističkom tržištu dovoljan poticaj za dinamičniji razvoj (malo tržište)
- Dinamičniji razvoj turizma neminovno će doprinijeti ukupnom gospodarskom razvoju.

#### 8/ Razvojno-planska dokumentacija

- Razvojno planska dokumentacija – često je ograničavajući faktor razvoja turizma. Mora postojati razumijevanje za brže promjene i usklađenje sa zahtjevima tržišta

#### 9/ Poticajne mjere

- Postojeći sustav poticaja (ukupan) nije bio dovoljan za turističku djelatnost, a posebno ne u odnosu na razvoj. Stoga ga je potrebno značajno mijenjati. Bilo bi neophodno poticaje za poslovanje i razvoj promatrati sustavno. Naime, poticaji mogu biti različiti (financijski, porezi i davanja, oslobođenje od nekih naknada i ostalo).
- - Posvetiti veću pažnju na pripremi, poticanju, provođenju i praćenju programa i mjera razvitka turizma i ugostiteljstva u skladu s Strategijom razvoja turizma i Marketinškim planom turizma DNŽ županije.

#### 10/ Ugostiteljska ponuda

- Ugostiteljska ponuda (gastronomija) nije zadovoljavajuća, jer se bazira na jednostavnijim ponudama od onih koje tradicionalno obilježavaju područje.
- Kraće poslovanje ugostiteljskih objekata ne pridonosi namjeri destinacije o produženju turističke sezone.
- Dosadašnji smještajni kapaciteti (hotel, apartmani, kampovi, kuće za odmor i sobe za iznajmljivanje) nisu u mogućnosti prihvatiti i ugostiti veći broj turista, no kvaliteta ponude nije uvijek zadovoljavajuća.
- Ugostiteljsko-turistička ponuda bi se trebala orijentirati na produljenje sezone.
- Pomanjkanje inovativnih i kvalitetnijih sadržaja boravka gostiju.

#### 11/ Urbano uređenje

- Uređenje prostora naselja i opremljenost je temeljni element razvoja turizma

#### 12/ Suradnja – sustav

- Suradnja svih sudionika u turističkoj destinaciji neophodna je jer samo na taj način turistička destinacija formira zapravo jedinstveni turistički proizvod.
- Dobri mehanizmi komuniciranja ključni su za povezivanje različitih interesa kako bi se ostvarilo zajedničko djelovanje.

#### 13/ Promocija i afirmacija novog koncepta razvoja

- Utjecaj je lokalne zajednice velik na području osvješćivanja o turističkoj kulturi, promociji i koncepciji razvoja destinacije.

#### 14. Uređenje šetnica

- Staze bi trebale biti trasirane kroz atraktivni prostor i ambijent, uz prateću eno i gastro ponudu

#### 15. Umjetničke kolonije

- Umjetnost, kao oblik rekreacije ili profesionalizam, zahtjeva ambijent koji će motivirati na stvaranje, a područja u okolici (ruralni dijelovi Općine) pružaju uvjete za ovakav turizam.

#### 16. Cikloturizam

- Postojeće rute, staze i stazice trebalo bi urediti i izgraditi nove jer su idealan način za organiziranje bicikljada ili turističkih vožnja biciklom, npr. za obitelji.

#### 17. Trekking, trčanje u prirodi

- Konfiguracija terena nudi idealne uvjete za razvoj ove ponude.

#### 18. Lovni turizam

- Predjeli bogati divljim životinjama (zec, jarebica, fazan) oduvijek su privlačili lovce iz cijeloga svijeta, a u ovim dijelovima naglašeno je obilje flore i faune što je preduvjet razvoja lovnog turizma.

#### 19. Sportski turizam

- Sportski turizam predstavljaju svi oblici aktivnog ili pasivnog uključivanja u sportsku aktivnost, na individualnoj ili organiziranoj osnovi u komercijalne ili nekomercijalne svrhe. On podrazumijeva putovanje izvan uobičajenog mjesta boravka, oblik turističkih kretanja u kojima je sport glavni motiv.

#### 20. Izletička ponuda

- Treba napraviti program koji će tretirati mogućnosti na području Općine, ali i izvan područja Općine.

#### 21. Otvaranje suvenirnica, manjih butika kao i drugih trgovina, uslužnih djelatnosti

- Gost želi i voli potrošiti novce. Otvaranjem luksuznih butika, frizerskih salona, kozmetičkih salona, ponuda ne samo da se obogaćuje, već pruža osjećaj ekskluzivnosti i potpune usluge.

#### 22. Turistička ponuda i nekretnine

- U integralnom sagledavanju turističke ponude destinacije, nekretnine zauzimaju vrlo važan segment zaokružene ponude.

#### 23. Turističko informativni centar

- Lijepo osmišljeni i dobro opremljeni info-punktovi i paneli, postavljeni na adekvatna mjesta, mogu pomoći u promociji destinacije.

#### 24. Kulturni turizam

- Etnografske zbirke, prezentacija starih obrta, prikaz običaja kraja ima značajnu ulogu u ukupnoj turističkoj ponudi stoga je potrebno vrlo ozbiljno programirati i osmišljavati ovaj vid ponude.

#### 25. Preventivno zdravstveni turizam

- Najperspektivniji vid ponude kada se govori o zdravstvenom turizmu.

## 26. Događaji i manifestacije

- Nema dileme da su događaji i manifestacije jedan od najznačajnijih elemenata ponude. Županija nudi veliku i raznoliku ponudu događaja i manifestacija koje svakom godinom postaju sve popularnije a time povećavaju i dolazak i boravak gostiju na ovom području.

## 27. Autohtoni poljoprivredni proizvodi

- Plasman poljoprivredno-prehrambenih autohtonih proizvoda u posljednje vrijeme zauzima sve veći značaj turističke destinacije, koja autohtonom ponudom područja doprinosi cjelokupnoj ponudi turističko-ugostiteljske djelatnosti.

## 28. Tematski parkovi

- Tematski i zabavni parkovi izvrsna prilika za produživanje sezone, uspostavljanje imidža destinacije na domaćem i inozemnom tržištu te jačanje i očuvanje kulture pojedinih destinacija s dobro prezentiranim i uređenim parkovima.

## 29. Sustav upravljanja plažama

- Poboljšanje ukupnog stanja je dosta velik, ozbiljna i neophodan program.

## 30. Cesta sira, maslinova ulja i meda

- Očuvana priroda kojom područje raspolaže, specifičnost raslinja (šuma) i ljekovitog bilja prednost su koja bi se trebala bolje valorizirati.
- Ceste maslinova ulja i vinske ceste bolje popularizirati

## 31. Zabava (sustav)

- Otvaranje novih i uređenje postojećih kapaciteta.
- Mlađi i stariji gosti, da bi upotpunili svoj odmor, najčešće vole izvor zabave potražiti i u noćnom veselom životu, tako da su disko klubovi, kockarnice i sl. idealni punktovi gdje se svi mogu zabaviti i potrošiti novce.

## 32. Ruralni turizam

- Značajan je čimbenik aktivaciji i održivom razvoju ruralnih područja koji pomaže očuvanju lokalnog identiteta tradicije i običaja, štiti okoliš, jača autohtonu, tradicijsku i ekološku proizvodnju.

## 33. Otvaranje turističkih agencija

- Otvaranje agencije koja će biti izvor informacija gostu preduvjet je zdravog razvoja turizma, kao i otvaranje ureda koji će svojom aktivnošću pratiti druge razvojne trendove i destinacije te na temelju iskustva pronaći idealna rješenja za razvoj vlastitog turizma.



*Slika 16., 17., 18. Eno gastronomska ponuda*

## 11. DESTINACIJSKI MENADŽMENT I MARKETING

Destinacijski menadžment (u širem smislu) podrazumijeva uključivanja različitih sektora, grupa dionika i partnera – poput državnih agencija, lokalnih zajednica, poslovnih klubova i udruženja – koji zajedničkim radom, svaki iz svoje perspektive, realiziraju zajedničke ciljeve pojedine destinacije. Sveobuhvatni destinacijski menadžment podrazumijeva profesionalno planiranje, implementaciju, redovno revidiranje i ocjenjivanje provedenih aktivnosti.

Turizam mora omogućiti ostvarivanje pozitivnih efekata danas, ali i stvoriti perspektivno nasljeđe budućim generacijama (princip održivog razvoja). Efektivnost (raditi prave stvari) i efikasnost (raditi na pravi način) procesa planiranja, razvoja i marketinga određene destinacije zasniva se na istraživanjima i percipiranju potreba turista. Upravljanje turizmom (i turističkom destinacijom) na nivou mjesta, regije ili šire geografske cjeline podrazumijeva usredotočenost na više čimbenika, odgovarajuću sustavnost u redoslijedu poteza, s ciljem utvrđivanja odgovarajuće menadžerske strategije i politike, koje će pridonijeti ostvarenju postavljenih ciljeva svake konkretne turističke destinacije.

Kako bi se turistička destinacija ubrzano razvijala i postizala uspjeh u privlačenju turista u uvjetima jačanja konkurencije, promjena u navikama turista i stvaranja novih destinacija na globalnom turističkom tržištu, treba se prilagođavati zahtjevima potrošača te prema njima usmjeriti marketinške aktivnosti. Marketinške aktivnosti, uz jednostavan pristup destinaciji, financijsku pristupačnost, zanimljive aktivnosti, pejzaž, kulturu i klimu, predstavljaju ključan element koji stimulira dolazak turista u turističku destinaciju.

### 11.1. Destinacijski menadžment Općine

Destinacijski menadžment Općine Trpanj podrazumijeva uključivanje svih struktura koje formalno ili neformalno upravljaju destinacijom (lokalna uprava i samouprava, tijela turističke zajednice, hotelijeri, ugostitelji, turističko posredovanje, iznajmljivači, gospodarstvenici, interesne skupine i drugi – konkretno se predlaže formiranje odbora, koordinatora, TZ).

Prilikom upravljanja turističkom destinacijom, od temeljne je važnosti znati uvažavati i upravljati jedinstvenim prirodnim resursima, kulturnim atributima i interesima zajednice. Stoga, jedan od ciljeva efikasnog sustava destinacijskog menadžmenta je i postizanje održivog turizma visoke razine kvalitete i konkurentnosti na međunarodnom planu, što je ostvarivo uz uvažavanje prednosti tradicionalnih i autohtonih proizvoda i djelatnosti koji egzistiraju na prostoru turističke destinacije.

Za efikasan destinacijski menadžment najvažnije je :

- partnerstvo javnog i privatnog sektora
- fleksibilnost u upravljanju
- planiranje, organiziranje, kadrovanje, vođenje i kontroling

Aktivnom participacijom lokalne samouprave u sustavu upravljanja turističkom destinacijom, stvaraju se pretpostavke za postizanje održivog razvoja samog turističkog gospodarstva.

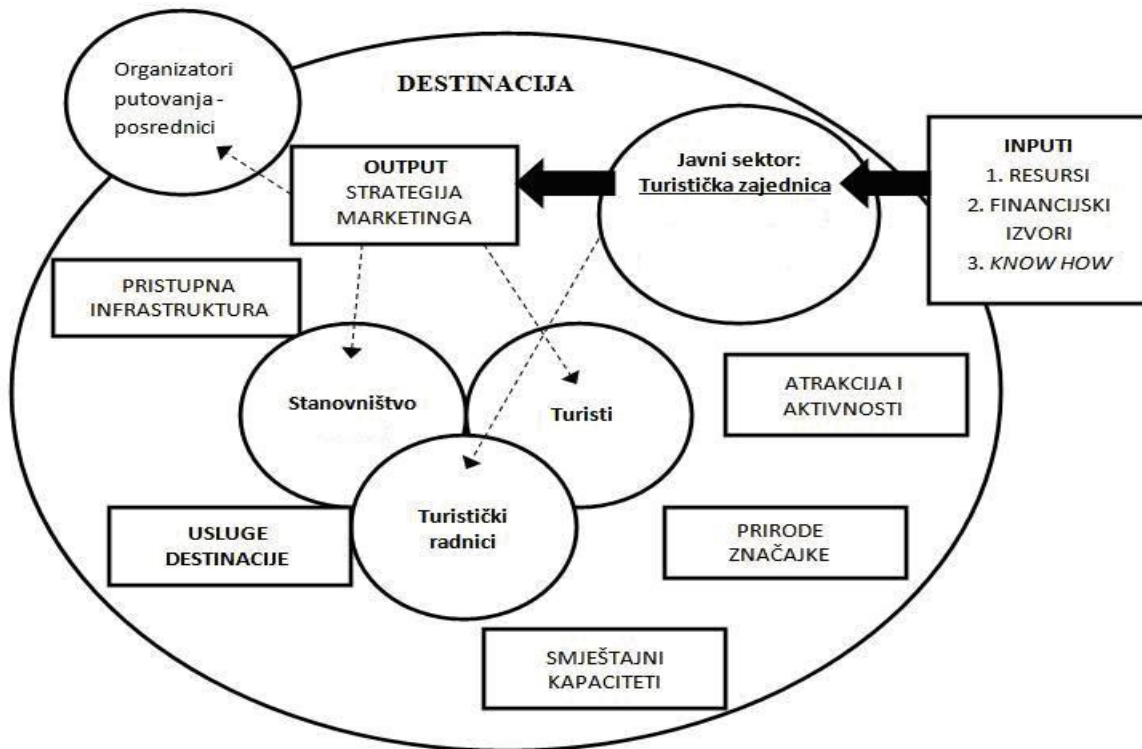


Konstantnom participacijom lokalne samouprave gradi se ukupna uspješnost poslovanja nositelja turističke ponude, što će rezultirati kvalitativnim i kvantitativnim poboljšanjima razine pružanja turističkih proizvoda i usluga iste.

## 11.2. Destinacijski marketing Općine

Marketinški u destinaciji treba pogotovo dobro „obraditi“ turističke zanimljivosti – atrakcije – na način da destinacijske specifične karakteristike dođu što više do izražaja potencijalnim turistima. Marketing, osim toga, mora učiniti destinaciju atraktivnijom od drugih sličnih destinacija. Marketingom, a posebice unutar marketinga promocijom potrebno je izgraditi imidž destinacije. Da bi se navedeno moglo postići, potrebno je sustavno odnosno cjelokupno usklađeno, što je prikazano u slici.

Slika 19. Marketing destinacije



Slika 4. prikazuje cjeloviti pregled turističke destinacije sa sudionicima koji su dužni razvijati samu destinaciju u smjeru zacrtanog cilja. Svaka destinacija, pa tako i ova, ima jedinstveni spoj karakteristika koje utječu na turiste, ali i lokalno stanovništvo. Destinacija raspolaže mnoštvom resursa koji su grupirani u više cjelina. Ukupni resursi obuhvaćaju prometnu infrastrukturu, usluge u destinaciji, smještajne kapacitete, prirodne značajke, turističke atrakcije i aktivnosti. Uz resurse, na raspolaganju menadžmentu destinacije moraju stajati i odgovarajuća financijska sredstva te potrebna suradnja sa stručnjacima iz područja turizma i marketinga.

#### Marketinški plan destinacije Trpanj:

- Izrada krovnog vizualnog identiteta destinacije
- Izrada promotivnih materijala destinacije i linije proizvoda destinacije
- Suvenirni s vizualnim identitetom: suvenira – majica, čaša, kapa, privjesaka, vrećica, kabanica
- Tradicionalni suvenirni
- Promotivni materijali: brošure, katalogi, *pocket guide*, tiskanje brošura, plakata, razglednica
- Organiziranje sponzoriranih posjeta destinaciji u partnerstvu s turističkim agencijama
- Poticanje javno-privatnih partnerstava u stvaranju pojedinih proizvoda destinacije
- Poboljšanje znanja u turizmu i uslužnim djelatnostima
- *E-mail* liste obavijesti potencijalnim dionicima destinacije
- Web oglašavanje – paketi aranžmana – prema broju posjete ili pak prema korisnicima
- kulturni odmor, avanturistički odmor,
- Internet korišten u marketinške svrhe: rezervacija smještaj preko Interneta, informacije o ponudi destinacije kao i ponudi okolnih destinacije, ponuda „krojena“ po željama različitih skupina dobne skupine i psihografičke (avanturizam, romantika, opuštanje itd. )
- Novo uređenje web stranice - treba odražavati teme destinacije, izgled, privlačnosti destinacije te prijedloge za odmor ili jednodnevni posjet temeljene na lokalnim specifičnostima – ugostiteljstva, lokalnog jela i pića, festivala, prirode – šetnja i biciklizma, kulturnih događanja, sportskih aktivnosti itd.
- Razviti bolju upotrebu novih tehnologija i interneta, *online* medija za promotivne svrhe;
- Predstavljanje destinacije na lokalnim, regionalnim, nacionalnim i međunarodnim turističkim sajmovima.

#### 11.2.1. Brendiranje destinacije

Kako lokaciju pretvoriti u destinaciju? Odgovor leži u brendiranju turističke destinacije, a to podrazumijeva shvaćanje da je važno baš sve što vidimo, čujemo, pročitamo, znamo ili osjećamo o nekoj turističkoj destinaciji.

Kako bi se postiglo stvarno uspješno brendiranje turističke destinacije, brend mora postati živ za sve posjetitelje i turiste koji dolaze na destinaciju. Bez obzira što neko mjesto, otok ili grad ima moderne hotele, kongresne kapacitete, jedinstvenu kulturnu baštinu, prirodne atrakcije, zabavne sadržaje ili neke druge oblike turističkih sadržaja kojima nastoje privući pozornost i povećati vlastitu vrijednost, budući uspjeh privlačnosti za turiste ovisi o njihovoj mogućnosti kreiranja jedinstvenog identiteta i diferencijacije u odnosu na konkurenciju. Na tržištu na kojem je potrebno uvjeriti turiste da posjete destinaciju, turistima treba ponuditi jedinstveno iskustvo, a oni će tada odluku o izboru destinacije donijeti temeljem osjećaja i stanja svijesti, a ne temeljem cijene.

Bez obzira koliko je destinacija poznata, koliko je bogata njena kultura i njene prirodne ljepote, najvažnije mjerilo destinacije je kako ju posjetitelji dožive, kako su tretirani i kako su se osjećali prilikom boravka na određenom mjestu. Važni su popularnost i prepoznatljivost, a Dalmacija, pa i Općina Trpanj to imaju. Ključ njihovog uspjeha je u spoju lokacije, aktivnosti, sadržaja, kao i emocija koje ljude vežu uz ta mjesta. Kontinuiranim radom na održavanju

kvalitete i autentičnosti, ove su destinacije postale posjećene, poznate i iznimno profitabilne. Proces izgradnje turističkog brenda je dugotrajan i zahtjevan, ali i višestruko isplativ. Svaki je brend potrebno pratiti i unaprjeđivati, a praćenje uspješnosti brenda na tržištu omogućuje donošenje ocjene o aktualizaciji i potencijalnoj potrebi za redizajnom. Za uspješno i jedinstveno brendiranje destinacije važno je znati tko su nositelji turističke ponude, koja je njihova uloga, koje su atraktivnosti destinacije i po čemu se destinacija može razlikovati od konkurencije.

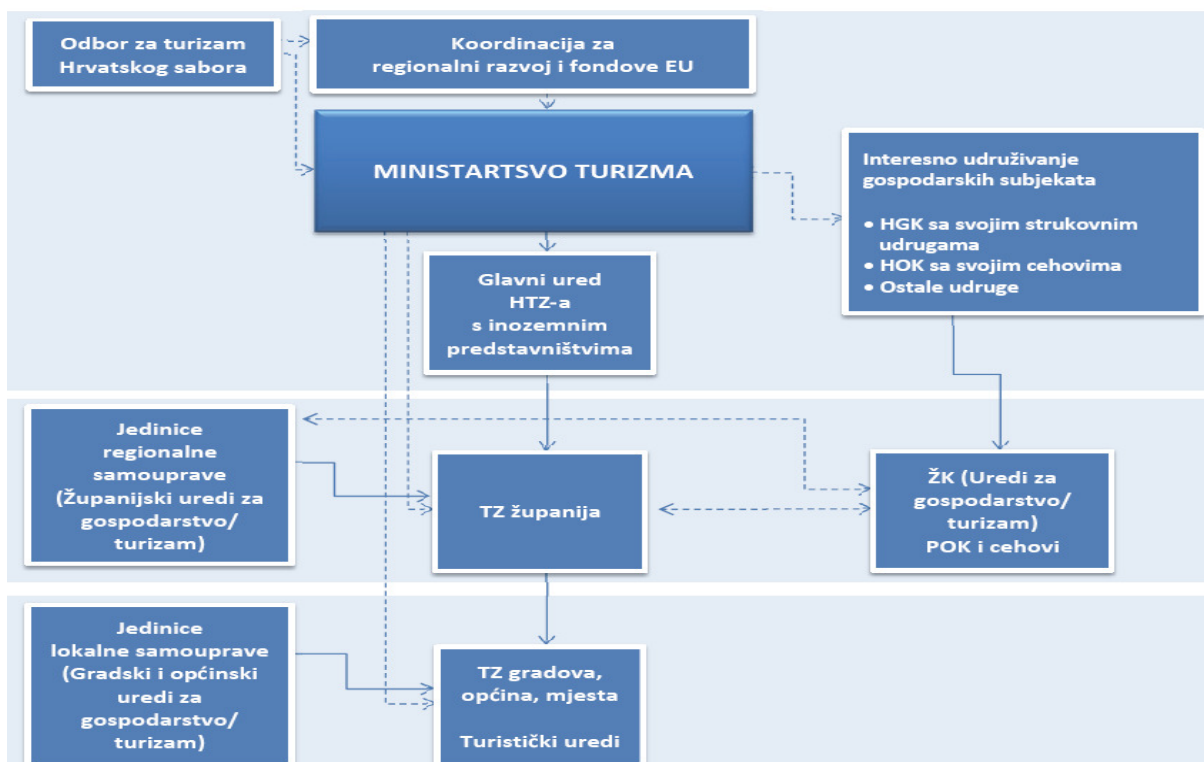
Što se tiče destinacijskog brendiranja, ne postoje dva jednaka pristupa i ne postoji jedinstvena formula uspjeha, ali u svakom je slučaju važna svjesna i planska aktivnost usmjeravanja razvoja na određenom prostoru i shvaćanje destinacije kao turističkog proizvoda, za koji je iznimno važna tržišna konkurentnost, a na čijem održavanju treba neprekidno raditi.

### 11.2.2 Sustav upravljanja turizmom

Polazeći od predloženih stavova u prethodnim poglavljima, a uzimajući u obzir sustav funkcioniranja regionalne i lokalne uprave i samouprave, predlaže se sustav upravljanja turizmom Općine Trpanj.

Slika 20. Organizacijska shema

#### ORGANIZACIJSKA SHEMA UPRAVLJAČKOG SUSTAVA U TURIZMU HRVATSKE



Izvor: Institut za turizam, Izvještaj 13, 2012.

1. Odbor za koordinaciju i praćenje razvoja turizma Općine Trpanj
  - Strateško planiranje
  - Koordinacija i praćenje strategije razvoja turizma
  - Koordinacija svih dionika destinacije
  - Suradnja s dionicima turističkog sustava na nivou Županije
  - Kontrola izvršenja zacrtanih razvojnih programa i projekata
  
2. Izvršioци na razini Općine Trpanj – koordinator
  - Plan realizacije strategije razvoja
  - Kontrola izvršenja realizacije strategije razvoja
  - Priprema i ažuriranje baze podataka razvojnih programa i projekata
  - Izvješća o realizaciji razvojnih projekata
  - Promocija i praćenje natječaja za EU fondove
  
3. Turistička zajednica Općine Trpanj
  - Suradnja sa Županijskom turističkom zajednicom
  - Razmatranje i predlaganje stava u vezi strateškog i operativnog planiranja
  - Marketing plan (strateški i operativni)
  - Upravljanje kvalitetom destinacije
  - Informiranje o destinaciji
  - Inovativne inicijative u vezi razvoja turizma
  - Program i događaji na razini destinacije
  - Javna turistička infrastruktura (predlaganje)

## 12. PLAN PROVEDBE

Cilj je plana provedbe što jasnije i jednostavnije odrediti koje to zadatke treba realizirati, način realizacije, rok i nositelje. Svaka od navedenih mjera stvarno mora biti detaljnije sagledana, ocijenjena i ukratko programirana. To nikako ne znači da se sugerira izrada velikih programa koji bi izazivali dodatne troškove već bi svaku od mjera trebalo ukratko razraditi s prijedlogom konkretnih aktivnosti

Tablica 27. Plan provedbe

RED. BR	MJERA , PROGRAM	Aktivnost (zadatak)	ROK	Inicijativa (Koordinacija)	OPIS
1	Lokacija i površina	Analiza program	2020.	Općina	Cijelo područje Općine nije dovoljno uređeno prema turističkim standardima.
2	Ljudski resursi	Analiza program	2020.	Općina	Mogli bi biti problem, međutim s obzirom na koncept razvoja ne očekuju se veći problemi.
3	Prirodni resursi	Analiza program	2020.	Općina	Treba ih planski valorizirati u turističke svrhe.
4	Kulturno – povijesna baština	Analiza program	2020.	Općina	Sad nije dovoljno u funkciji turističkog razvoja. Zahtjeva stručno razmatranje i organiziranje.
5	Komunalna infrastruktura	Analiza program	2020.	Općina	Ne udovoljava u potpunosti. Mora pratiti bolje razvoj turizma, (preteča razvoja turizma).
6	Društvene djelatnosti	Program	2020.	Općina	Mora biti u funkciji razvoja turizma. Osmisliti program.
7	Gospodarstvo	Kontinuirano		Općina	Mora osigurati kompatibilnost u razvoju.
8	Poticajne mjere	Kontinuirano		Općina	Novi koncept razvoja će zahtijevati izmjene nekih planskih dokumenata.
9	Razvojno-planska dokumentacija	Kontinuirano		Općina	Ukupni poticaji i u sadašnjem obliku nisu zadovoljavajući.

10	Ugostiteljska ponuda	Prema konceptu programa	2020.	Općina	Nije zadovoljavajuća niti po kvantiteti ni po kvaliteti. Zasluguje posebno sagledavanje i programiranje.
11	Urbano uređenje	Program	2020.	Općina	Uređenje prostora naselja i opremljenost je temeljni element razvoja turizma.
12	Suradnja – sustav	Sporazum	2020.	Općina	Uspostaviti suradnju na principu integralne turističke destinacije.
13	Promocija i afirmacija novog koncepta razvoja	Plan aktivnosti	2020.	Općina	Potrebna je kontinuirana afirmacija i promocija do god ne bude široko prihvaćena.
14	Uređenje šetnice	Program	2019.	Općina	Definirati trase i programirati opremanje i razvoj.
15	Umjetničke kolonije	Program	2020. – 2021.	Općina i TZ	Zahtjeva stručno sagledavanje, organizaciju i vođenje.
16	Cikloturizam	Program	2020.	Općina i TZ	Cikloturizam se mora tretirati puno ozbiljnije nego do sada.
17	Trčanje u prirodi	Program	2020. – 2021.	Općina i TZ	Planirati sa šetnicama možda biciklističkim stazama, a može se posebno.
18	Lovni i ribolovni turizam	Ocjena i programa	2020. – 2021.	Općina i TZ	Ocijeniti mogućnost.
19	Sportski turizam	Ocjena i program	2020. – 2021.	Općina i TZ	Osmisliti program u skladu s programom događanja.
20	Izletnička ponuda	Program	2020.	TZ	Program izleta je kompleksan posao. Treba programirati zajedno s agencijama.
21	Otvaranje suvenirnica, manjih butika kao i drugih trgovina uslužnih djelatnosti	Program	2020. – 2021.	Općina i TZ	Povezati program s izradom suvenira. Problem snabdjevanja turista i uslužnih djelatnosti zahtjeva detaljno tretiranje.

22	Turistička ponuda i nekretnine	Analiza i program	2020. – 2021.	Općina	Programirati u skladu s konceptom razvoja turizma.
23	Turistički uinformativni centar	Program	2020.	Općina i TZ	Podizanje ukupne turističke ponude.
24	Kulturni turizam	Program	2020.	TZ	Analizirati da li postoje resursi za ovakav vid turizma.
25	Preventivo-zdravstveni turizam	Program	2020. – 2021.	TZ	Zdravstveni turizam je veliki izazov, a preventivni je hit u razvoju.
26	Događaji i manifestacije	Program	2020.	TZ	Osmisliti sustav događaja i manifestacija.
27	Autohtoni poljoprivredni proizvodi	Program	2020.	Općina	Proizvodnja autohtonih proizvoda i njihov plasman i uloga u turističkoj ponudi.
28	Tematski parkovi	Program	2020.	Općina i TZ	Koncept razrade tematskih parkova.
29	Sustav upravljanja plažama	Prema konceptu razvoja	2020.	Općina i TZ	Razvoj plaža prema SRT-u.
30	Ceste vina, maslinovog ulja, meda	Program	2020.	TZ, OPG i poljoprivrednic i	Ponuda proizvoda u integralnom pristupu SRT.
31	Sustav zabave	Program	2020.	TZ, Općina	Osmisliti sustav zabave.
32	Ruralni turizam	Analiza i program	2020.	Općina, TZ, zainteresiranipo duzetnici	Potaknuti plan razvoja ruralnog turizma.
33	Otvaranje turističkih agencija	Analiza i program	2020.	Općina, TZ, poduzetnici	Misli se na receptivnu turističku agenciju.

Izvor: Obrada autora, 2019.

Cilj provedbe ovog plana, mora biti, promjena sadašnjeg stanja ponude (turističkog proizvoda) kako priobalnog turizma, ali i razvoj turizma u unutrašnjosti Općine (mali dio) te da taj razvoj postane kompatibilan te potiče i nadopunjuje jedan drugog.

U tom kontekstu neophodno je dinamično, usklađeno i organizirano realizirati ovaj plan provedbe. Isti će sigurno doživljavati i promjene s obzirom na nivo razvijenosti turizma, a isto tako vezano na turističku potražnju koja se brzo mijenja.

U daljnjem prikazu navedena je detaljnija razrada plana aktivnosti (Mjere i Programi).

**13. AKCIJSKI PLAN (projekti, mjere, aktivnosti, opis, očekivane koristi, nositelji, razdoblja realiziranja, aktivnosti/radnje, financiranje, dionici)**

<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<i>LOKACIJA I POVRŠINA (1)</i>
<i>OPIS</i>	Općina Trpanj je cijelom površinom turistička. Stoga je potrebno sustavno programirati i cijelu lokaciju-površinu dovesti u poziciju kompatibilnosti. Nadalje, uređenje cijele površine, zatim naselja, priobalja, mora biti podređeno turističkoj djelatnosti (čistoća, hortikultura, zgrade, ceste, okoliš i ostalo )
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Poboljšanje imidža destinacije Indirektno povećanje efekata turizma
<i>NOSITELJI</i>	Općina Trpanj
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	Programiranje (izrada više programa većinom uređenja naselja, čistoće, hortikulture, kultiviranje zapuštenih dijelova itd ).
<i>FINANCIRANJE</i>	Općina Trpanj Ugostiteljsko-turističko gospodarstvo EU fondovi Ostali izvori
<i>DIONICI</i>	Općina Trpanj Ugostiteljsko-turističko gospodarstvo Turistička zajednica



<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<i>LJUDSKI RESURSI (2)</i>
<i>OPIS</i>	Ljudski resursi, kapital je nedvojbeno najznačajniji faktor u razvoju turizma. Sadašnje stanje, a posebno razvojno i kvalitetno ne udovoljavaju potrebama. Ukoliko se ozbiljno i radikalno ne promijeni pristup (ukupan sustav) ljudski resursi će postati ograničavajući faktor razvoja. Od ovog problema nije izuzeta ni Općina Trpanj, mada nema dovoljno podataka koji zorno pokazuju ovaj problem. Pristup rješavanja mora biti stručan, sveobuhvatan i dugoročan.
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Povećanje nivoa usluga Povećanje ekonomskih koristi Povećanje imidža destinacije
<i>NOSITELJI</i>	Općina Trpanj
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	Faza analize stanja, dijagnosticiranje i programiranje 2019. godina. Faza realizacije 2020. – 2025. godine
<i>FINANCIRANJE</i>	Općina Trpanj Institucije sustava Dionici ugostiteljskog turističko-gospodarstva
<i>DIONICI</i>	Općina Trpanj Institucije sustava Dionici ugostiteljsko-turističkog gospodarstva

<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<i>PRIRODNI RESURSI (3)</i>
<i>OPIS</i>	Prirodni resursi kao polazište, a oplemenjeni i organizirano korišteni u funkciji razvoja turizma su vrlo važan faktor turističke destinacije Trpanj. U sadašnjem stanju i načinu valorizacije nemaju planski osmišljenu funkciju u tom smislu. Stoga je nužno osigurati trajno planiranje i korištenje te zaštitu onih resursa na adekvatan način. Zanemarivanje ovog područja može izazvati nesagledivu štetu i posljedice. Zbog toga je neophodno napraviti plan korištenja prirodnih resursa u smislu valorizacije trajne zaštite.
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Bolja valorizacija prirodnih resursa u funkciji razvoja turizma. Zaštita istih kako bi se osigurao održivi razvoj
<i>NOSITELJI</i>	Općina Trpanj
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	Analiza stanja i ocjena 2019. god. Izrada Programa korištenja prirodnih resursa u turističke svrhe
<i>FINANCIRANJE</i>	Općina Trpanj
<i>DIONICI</i>	Općina Trpanj TZ Trpanj

<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<i>KULTURNO POVIJESNA BAŠTINA (4)</i>
<i>OPIS</i>	Povod određenih teškoća i problema vezanih za ovo područje, najznačajniji nedostatak je niska valorizacija za turističke svrhe. Ovo područje je izrazito značajno za turističku ponudu destinacije. Nedostatak razumijevanja i aktivnosti, će rezultirati vrlo ozbiljno za smanjenje potražnje.
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Značajno povećanje potražnje Povećanje imidža destinacije Bolje održavanje kulturno povijesne baštine
<i>NOSITELJI</i>	Općina Trpanj Institucije RH i Županije
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	Identifikacija najznačajnijih objekata Definiranje koncepta ponude Sustav interpretacije
<i>FINANCIRANJE</i>	Razni izvori EU fondovi
<i>DIONICI</i>	Općina Trpanj Razne institucije (prema području struke) RH, Županija itd.

<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<i>INFRASTRUKTURA (5)</i>
<i>OPIS</i>	Infrastruktura je preduvjet razvoja i funkcioniranje turističke destinacije. Ona mora biti razvijena i kapacitirana tako da zadovolji potrebe turističkog razvoja, ali i Općine. Sadašnje stanje razvijenosti ne zadovoljava (neki infrastrukturni objekti) niti postojeće stanje razvijenosti turizma. S obzirom na široki dijapazon infrastrukturnih objekata, neophodno je potrebno za svaki objekt napraviti poseban plan razvoja i funkcioniranja.
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Dobro funkcioniranje objekata turističke ponude, zadovoljstvo turista i mještana Općine.
<i>NOSITELJI</i>	Općina Trpanj Institucije koje se brinu za razvoj i funkcioniranje
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	Analiza i ocjena stanja 2019. god Program razvoja i funkcioniranje 2020. god.
<i>FINANCIRANJE</i>	Općina Trpanj Institucije prema nadležnosti
<i>DIONICI</i>	Općina Trpanj Institucije prema nadležnosti

<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<i>DRUŠTVENE DJELATNOSTI (6)</i>
<i>OPIS</i>	Društvene djelatnosti su od iznimnog značenja za cjelokupni razvoj općinskog područja i njegova okruženja, utječu na razvoj gospodarstva i unapređuju odnose u zajednici. Poticati program - projekte da se uključi širi krug mještana, posebno volontera u turističku aktivnost. Riješiti problematiku zdravstva, obrazovanja, sporta.
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Zaokružena ponuda Općine u cilju poboljšanja turističke ponude.
<i>NOSITELJI</i>	Općina Trpanj Udruge
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	Formiranje i organizacija 2019. god.
<i>FINANCIRANJE</i>	Općina Trpanj
<i>DIONICI</i>	Općina Trpanj Udruge

<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<i>GOSPODARSTVO (7)</i>
<i>OPIS</i>	Da bi se mogli postaviti okviri ukupnog razvoja općine, nužno je ocijeniti dostignuti stupanj te mogućnosti daljnjeg razvoja gospodarstva, temeljenog na povijesnom nasljeđu, resursnoj osnovici i trendovima prisutnim na globalnom i nacionalnom planu. To je ujedno i okvir za definiranje dugoročnih ciljeva gospodarskog razvoja, uvažavajući strukturne promjene u društvu i europske integracijske procese. Potrebno je razviti poduzetnički duh kod svih slojeva gospodarstvenika, s posebnim naglaskom na malo i srednje poduzetništvo, a u tom kontekstu su potrebne poticajne mjere i promjene u poreznoj politici. Razlog što to do sada nije bolje iskorišteno može proizlaziti iz činjenice što do sada nije bila jasno definirana vizija i strategija gospodarskog razvoja, a i zbog činjenice izrazito visoke ovisnosti o turizmu.
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Stvaranje kvalitetnijih proizvoda, a time i proširenje ponude.
<i>NOSITELJI</i>	Općina Trpanj Poduzetnici Udruge
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	Organiziranje svih dionika (malih i srednjih poduzetnika, poljoprivrednika, iznajmljivača, i ostali)
<i>FINANCIRANJE</i>	Općina Trpanj i zainteresirani poduzetnici
<i>DIONICI</i>	Općina Trpanj Mali i srednji poduzetnici Poljoprivrednici i ostali

NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI	<i>POTICAJNE MJERE (8)</i>
OPIS	<p>Ministarstvo turizma objavilo je Program konkurentnosti turističkog gospodarstva kojim se dodjeljuju bespovratna sredstva za ulaganja u turističke djelatnosti.</p> <p>Bespovratna sredstva se dodjeljuju za podizanje konkurentnosti turističkog gospodarstva kroz potporu ulaganjima u povećanje kvalitete i dodatne ponude ugostiteljskih objekata, razvoj novih i inovativnih turističkih proizvoda u destinaciji, internacionalizaciju poslovanja, održivi razvoj, diversifikaciju ponude, korištenje novih tehnologija i druge aktivnosti u cilju produljenja sezone, očuvanja radnih mjesta, novog zapošljavanja, rasta i razvoja turističkog gospodarstva.</p> <p>Program je usmjeren na unapređenje ponude malih obiteljskih hotela, unapređenje obiteljskog smještaja, održivi razvoj, razvoj posebnih oblika turizma, te podizanje konkurentnosti hrvatskog turizma.</p>
OČEKIVANJE KORISTI	Povećanje turističke ponude, kvalitete koji pridonosi razvoju cjelokupne Općine
NOSITELJI	Općina Trpanj Turistička zajednica
RAZDOBLJE REALIZIRANJA	2019. – 2025.
AKTIVNOSTI – RADNJE	Programiranje i izrada planova sa suradnjom svih zainteresiranih dionika u realizacije planova poboljšanja turističke ponude
FINANCIRANJE	Općina Trpanj Ministarstvo turizma Županija
DIONICI	Općina Trpanj Turistička zajednica Mali i srednji poduzetnici

NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI	RAZVOJNO PLANSKA DOKUMENTACIJA (9)
OPIS	Povećanje učinkovitosti javnih institucija te jačanje kapaciteta za upravljanje razvojem. Prostorni plan i Urbanistički planovi uređenja općine dokumenti su prostornog uređenja, koji utvrđuje temeljnu organizaciju prostora, zaštitu prirodnih, kulturnih i povijesnih vrijednosti, korištenje i namjenu površina s prijedlogom prvenstva njihovog uređenja. U svim razvojnim projektima i programima naglasak staviti na primjenu načela održivog Razvoja.
OČEKIVANJE KORISTI	Poboljšanje turističke ponude i reguliranje zakonskih akata u sferi daljnjeg razvoja ( ponude ) turističkih kapaciteta.
NOSITELJI	Općina Trpanj
RAZDOBLJE REALIZIRANJA	2019. – 2025.
AKTIVNOSTI – RADNJE	Potrebna je detaljna analiza i ocjena utjecaja za razvoj te davanje inicijative za promjene
FINANCIRANJE	Općina Trpanj Županija
DIONICI	Općina Trpanj



NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI	<i>UGOSTITELJSKA PONUDA (10)</i>
OPIS	Konsumacija hrane i pića je jako značajan dio ponude. To postaje sve više odraz stila života i zdravlja. Potražnja za destinacijom jako ovisi ovom vidu ponude, posebno kvalitetom. Plasman poljoprivrednih proizvoda (autohtonih) hrana, piće i ostalo vrlo je značajan dio ruralnog razvoja. Realizaciju ovog segmenta treba poticati i programirati kroz restorane, konobe, slastičarnice, kušaonice, razne manifestacije itd.
OČEKIVANJE KORISTI	Povećanje interesa za destinaciju Povećanje ukupne potrošnje potražnje Veće zadovoljstvo gostiju Poticaj razvoju poljoprivredne proizvodnje
NOSITELJI	Općina Trpanj Udruženje ugostitelja OPG-ovi i individualni proizvođači
RAZDOBLJE REALIZIRANJA	2019. – 2025.
AKTIVNOSTI – RADNJE	Realna ocjena stanja ponude, edukacije stanovništva i stručnjaka Programiranje razvoja (usklađenje) ugostiteljstva i proizvodnje Izgradnja objekata ponude
FINANCIRANJE	Općina Trpanj – planiranje i programiranje Privatni kapital EU fondovi
DIONICI	Općina Trpanj Udruženje ugostitelja OPG domaćinstva

<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<i>URBANO UREĐENJE (11)</i>
<i>OPIS</i>	Općina Trpanj je cijelom površinom turistička. Stoga je potrebno sustavno programirati i cijelu lokaciju dovesti u poziciju kompatibilnosti. Nadalje, uređenje cijele površine, zatim naselja, priobalja, mora biti podređeno turističkoj djelatnosti (čistoća, hortikultura, zgrade, ceste, okoliš i ostalo )
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Poboljšanje imidža destinacije Indirektno povećanje efekata turizma
<i>NOSITELJI</i>	Općina Trpanj
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	Programiranje (izrada više programa većinom uređenja naselja, čistoće, hortikulture, kultiviranje zapuštenih dijelova itd ).
<i>FINANCIRANJE</i>	Općina Trpanj Ugostiteljsko-turističko gospodarstvo EU FONDOVI Ostali izvori
<i>DIONICI</i>	Ugostiteljsko-turističko gospodarstvo Turistička zajednica

NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI	<i>SURADNJA SUSTAV (12)</i>
OPIS	Polazna osnova, zapravo cijela koncepcija Strategije razvoja turizma Općine Trpanj počiva na integralnom i sustavnom pristupu. Mora se prihvatiti ovaj pristup inače u realizaciji Strategije razvoja turizma će biti neusuglašenosti i neorganiziranosti s puno problema. Postavlja se pitanje da li će Strategija biti ostvarena. Da bi se postavke integralnog i sustavnog pristupa realizirale predložen je način organizacije. Naime, postojeći sustav organizacije ne osigurava integralni pristup kao koncept upravljanja destinacijom.
OČEKIVANJE KORISTI	Usklađen i organizirani razvoj destinacije Značajno povećanje ukupnih ekonomskih efekata
NOSITELJI	Općina Trpanj
RAZDOBLJE REALIZIRANJA	2019. – 2025.
AKTIVNOSTI – RADNJE	Faza usvajanja koncepta i organizacija 2019. godina. Potpuna realizacija koncepta upravljanja destinacijom 2019. – 2025. god.
FINANCIRANJE	Općina Trpanj
DIONICI	Općina Trpanj

<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<i>PROMOCIJA I AFIRMACIJA NOVOG KONCEPTA RAZVOJA (13)</i>
<i>OPIS</i>	Prema Strategiji razvoja turizma neophodno je koncipirati promociju i afirmaciju koncepta razvoja turističke ponude, u suprotnom će ista ponuda biti nepotpuna. U ovom programu valja pristupiti integralnom konceptu razvoja destinacije, uključivši sve resurse kojima destinacija raspolaže te u skladu s time, pozicionirati destinaciju na ciljanu skupinu turista.
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Potpuno zadovoljenje turist Povećanje potrošnje turista Bolji imidž cijele destinacije
<i>NOSITELJI</i>	Općina Trpanj TZ
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	Faza programiranja 2019. Faza realizacije kontinuirano
<i>FINANCIRANJE</i>	Općina Trpanj
<i>DIONICI</i>	Općina Trpanj Poduzetnici Institucije koje obavljaju pojedinu djelatnost

NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI	ŠETNICE (14)
OPIS	Sustav pješačkih staza zasigurno je privlačan rekreativni i zabavni sadržaj. Bilo bi interesantno napraviti sustav tako da se pokrije što veći dio Općine. Staze bi trebale biti trasirane kroz atraktivni prostor i ambijent. Svakako ih treba planirati da se omogući određena ponuda (trgovačka, poljoprivredni proizvodi, ugostiteljska ponuda itd.)
OČEKIVANJE KORISTI	Bolja valorizacija potencijala i resursa Produljenje sezone Jačanje destinacijskog imidža
NOSITELJI	Općina Trpanj
RAZDOBLJE REALIZIRANJA	2019. – 2025.
AKTIVNOSTI – RADNJE	Programiranje i organizacija 2019. – 2025. Realizacija (kontinuirano)
FINANCIRANJE	Općina Trpanj EU fondovi
DIONICI	Turistička zajednica Općine Trpanj Zainteresirani dionici (trgovci, OPG-ov, ugostitelji)

NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI	<i>UMJETNIČKE KOLONIJE (kiparske, slikarske)(15)</i>
OPIS	Prostor Općine omogućava organiziranje umjetničkih kolonija koje mogu biti različitog sadržaja i na bazi različitih materijala, mogu biti na otvorenom i zatvorenom prostoru itd. Realizacijom kreativne ponude ove vrste podigla bi se jednim dijelom razina potražnje. Program, bolje rečeno programi moraju biti dobro organizirani i usaglašeni sa strukom.
OČEKIVANJE KORISTI	Obogaćivanje turističke ponude Produženje turističke sezone Obogaćivanje sadržaja u prostoru Podizanje imidža destinacije
NOSITELJI	Općina Trpanj
RAZDOBLJE REALIZIRANJA	2019. – 2025.
AKTIVNOSTI – RADNJE	Analiza stanja, potreba i interesa umjetnika 2019. – 2020. godine Programiranje, organiziranje, promocija 2020. – 2021. godine Realizacija programa 2021. – 2025. godine
FINANCIRANJE	Općina Trpanj EU fondovi
DIONICI	Općina Trpanj Pojedinci i Udruge zainteresirani Sponzori

<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<b>CIKLOTURIZAM (16)</b>
<i>OPIS</i>	<p>Potražnja za ovim proizvodom raste u Europi po godišnjoj stopi od 6-12 %.</p> <p>Motiv je zdrav život, boravak u prirodi, upoznavanje destinacije, rekreacija, bijeg od urbanizacije itd.</p> <p>Tržišni segmenti : biciklisti rekreativci, pasionirani biciklisti.</p> <p>Važni elementi ponude: atraktivnost i očuvanost prostora, sigurnost kretanja, dobra signalizacija, pristupačnost stazama, opremljenost staza, ugostiteljska ponuda, kupnja regionalnih proizvoda</p>
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	<p>Povećanje potražnje za destinacijom</p> <p>Razvoj ruralnog područja</p> <p>Povećanje plasmana proizvoda</p> <p>Veći imidž destinaciji</p>
<i>NOSITELJI</i>	<p>Općina – izvršna vlast</p> <p>Turistička zajednica</p> <p>Biciklistički klub, turistička agencija</p>
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	<p>Faza programiranja 2019. godina</p> <p>Razvoj i realizacija – kontinuirano</p>
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	<p>Analiza mogućnosti i programiranje za 2019. godinu</p> <p>Razvoj i realizacija</p>
<i>FINANCIRANJE</i>	<p>Izrada programa, Općina Trpanj</p> <p>Turistička zajednica, EU fondovi i privatni kapital</p>
<i>DIONICI</i>	<p>Općina Trpanj</p> <p>Turistička zajednica</p> <p>Privatne tvrtke</p> <p>Biciklistički klub</p> <p>Turističke agencije</p>

<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<i>TRČANJE U PRIRODI (TREKING)(17)</i>
<i>OPIS</i>	Projekt podrazumijeva uređenje postojećih i koncipiranje novih staza, dobro osmišljen u sustav ostale turističke ponude (smještaj, lokacija, potrošnja). Želja ovog vida ponude je boravak u prirodi i rekreacija (druženje). Potencijalno tržište su svi slojevi turista. I u ovom slučaju projekt mora biti dobro osmišljen u smislu ugođaja i povećane potrošnje.
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Valorizacija cijelog područja Općine Veće zadovoljstvo gostiju Podizanje imidža destinacije Produženje turističke sezone (posebno pred i pod sezona)
<i>NOSITELJI</i>	Općina Trpanj Turistička zajednica
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	Koncipiranje programa (projekti) sustavno Realizacija programa i razvoj održavanja i upravljanja
<i>FINANCIRANJE</i>	Općina Trpanj
<i>DIONICI</i>	Općina Trpanj Turistička zajednica



<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<b>LOVNI I RIBOLOVNI TURIZAM (18)</b>
<i>OPIS</i>	Na oko se radi o dva vida turizma sa zajedničkim karakteristikama. To su mogući segmenti turističke ponude koji nisu razvijeni, a koje mi ne potičemo. Potražnja je puno veća nego što se misli. Trendovi i stopa rasta su veći nego kod drugih segmenata turističke potražnje. Istovremeno postoji čitav niz zapreka i nerazumijevanja.
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Produženje turističke sezone Povećanje potražnje za destinacijom Razvoj priobalja i ruralnog prostora Bolja valorizacija cijelog prostora JLS (zapušteni dio, priobalni dio )
<i>NOSITELJI</i>	Lovačka društva Ribolovna društva
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	Izrada plana i programa 2019. godine Razvoj i realizacija prema fazama iz programa
<i>FINANCIRANJE</i>	Općina Trpanj (planiranje i programiranje) Lovačka društva Privatni kapital
<i>DIONICI</i>	Općina Trpanj i Turistička zajednica Lovačka društva Ribolovna društva Turističke agencije

<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<i>SPORTSKI TURIZAM (19)</i>
<i>OPIS</i>	Sport i rekreacija zauzima značajno mjesto u potrebama i aktivnostima suvremenog turista. Kako se radi o pojmu koji obuhvaća čitav niz sportskih aktivnosti (sportova na kopnu, u vodi, u zraku) neophodno je ovo područje ponude turizma) tretirati integralno. Moguće je u planiranju i programiranju prići na različite načine, na više lokaliteta, na više prostora itd. Međutim najvažnije je prihvatiti tezu o integralnom pristupu. To je u slučaju Općine Trpanj izrazito moguće zbog skromne razvijenosti ovog vida ponude i turizma.
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Produženje turističke sezone i bolje popunjenje turističkih kapaciteta Jačanje destinacijskog imidža
<i>NOSITELJI</i>	Općina Trpanj
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	2019. – 2025. definiranje koncepcije sportskog turizma Realizacija programa – kontinuirano
<i>FINANCIRANJE</i>	Općina Trpanj Sredstva poduzetnika EU sredstva
<i>DIONICI</i>	Općina Trpanj Sportska društva i udruge Poduzetnici

<b>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</b>	<b>IZLETNIČKA PONUDA (receptivna i emitivna)(20)</b>
<b>OPIS</b>	Dobro osmišljena ukupna izletnička ponuda ja važan faktor zadovoljstva gosta. U tom smislu treba programirati receptivni dio (područje Općine) i to tako da se valoriziraju svi resursi (postojeći), a isto tako osmisle i novi. Izletnička ponuda (emitivna) dakle van područja Općine je dosta dobro razvijena t e je treba uključiti u ponudu turista koji borave na području Općine. Ukupna izletnička ponuda mora također biti sustavno planirana i plasirana turistima koji borave na području Općine.
<b>OČEKIVANJE KORISTI</b>	Povećanje zadovoljstva gostiju i povećanje potrošnje Promocija cijele destinacije Općine i šire Razvoj cijelog područja Općine (ravnomjernije)
<b>NOSITELJI</b>	Općina Trpanj Turistička zajednica Turističke agencije
<b>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</b>	2019. – 2025.
<b>AKTIVNOSTI – RADNJE</b>	Faza programiranja i planiranja 2019. godine Realizacija 2019. – 2025. godine
<b>FINANCIRANJE</b>	Općina Trpanj Zainteresirani poduzetnici
<b>DIONICI</b>	Općina Trpanj Turistička zajednica Turističke agencije Zainteresirani poduzetnici

<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<i>OTVARANJE SUVENIRNICA, MANJIH BUTIKA KAO I DRUGIH TRGOVINA USLUŽNE DJELATNOSTI (21)</i>
<i>OPIS</i>	Prema Strategiji razvoja turizma neophodno je koncipirati razvoj prateće ponude, te u ovom programu valja sagledati ponuda suvenirnica, manjih butika, plažnih proizvoda, trgovina uslužne djelatnosti itd.
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Potpuno zadovoljenje turista Povećanje potrošnje turista Bolji imidž cijele destinacije
<i>NOSITELJI</i>	Općina Trpanj
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	Faza programiranja 2019. Faza realizacije kontinuirano
<i>FINANCIRANJE</i>	Općina Trpanj Svi dionici koji obavljaju ovu djelatnost
<i>DIONICI</i>	Općina Trpanj Poduzetnici Institucije koje obavljaju pojedinu djelatnost

<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<i>TURISTIČKA PONUDA I NEKRETNINE (22)</i>
<i>OPIS</i>	Ovo je nezaobilazna tema koja funkcionira po „neturističkim“ zakonitostima, te iz tog razloga ima i pozitivnu ali i negativnu ulogu promatrajući je s turističkog aspekta. Ona ne može ostati kao tabu tema i nju treba promatrati (tako tretirati) da postane pozitivna u turističkoj ponudi. Ona se mora uklopiti u Strategiju razvoja turizma.
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Postupno rješavanje negativnosti izazvane „neturističkim“ poslom Pozitivno djelovanje na ukupan turistički razvoj Povećanje prihoda i potražnje za destinacijom
<i>NOSITELJI</i>	Općina Trpanj
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	Prva faza: Analiza i ocjena stanja 2019. god. Druga faza: Donošenje programa i mjera 2019. god. Treća faza: Realizacija 2020. – 2025. god.
<i>FINANCIRANJE</i>	Općina Trpanj
<i>DIONICI</i>	Općina Trpanj

<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<i>TURISTIČKO-INFORMATIVNI CENTAR (23)</i>
<i>OPIS</i>	Formiranje ovog centra je bitan element destinacijske ponude. Treba ga tako koncipirati i locirati da se osigura: pružanje informacija, interpretacija ponude, izložbeni prostor, prodavaonica suvenira i autohtonih proizvoda itd. U njemu se mogu smjestiti; turistička zajednica, turistička agencija, razni prodajni punktovi.
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Povećanje promocije destinacije Povećanje prihoda dionika Povećanje posjećenosti ponude cijele destinacije
<i>NOSITELJI</i>	Općina Trpanj Turistička zajednica
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	Definiranje koncepta (lokacija, sadržaj, organizacija , 2019. – 2025. godine) Realizacija 2021. – 2022. godine
<i>FINANCIRANJE</i>	Udružena sredstva: privatno-javno partnerstvo
<i>DIONICI</i>	Općina Trpanj Turistička zajednica Turističke agencije Proizvođači (suveniri, poljoprivredni proizvodi)

<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<b>KULTURNI TURIZAM (24)</b>
<i>OPIS</i>	Vid turizma koji se sve više razvija kao poseban segment turizma, ali daleko više kao dio ponude destinacije. Putovanje je motivirano željom za raznim događajima, upoznavanje baštine i sl. Tržište je jako široko. Može se podijeliti na <u>turizam baštine</u> (kulturno povijesni spomenici i atrakcije, <u>kulturni turizam</u> (glazbena, scenska, likovna umjetnost) <u>turizam događaja</u> (festivali, eno-gastro događanja i sl). Programiranje ovog vida ponude mora biti stručno i kvalitetno osmišljeno.
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Bolja valorizacija potencijalnih resursa Privlačenje novih segmenata potrošača Jačanje imidža destinacije Produljenje turističke sezone Povećanje zadovoljstva gostiju
<i>NOSITELJI</i>	Općina Trpanj – izvršna vlast Turistička zajednica
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	Programiranje (sustavno, stručno) Faze realizacije (planira se 6 faza)
<i>FINANCIRANJE</i>	Programiranje (JLS i TZ) Realizacije raznih izvora (JLS, TZ, Privatni sektor, RH, Županija, udruge, EU fondovi) ostali izvori i poticaji
<i>DIONICI</i>	Općina Trpanj TZ Općine Trpanj Privatni sektor RH, Županija EU fondovi Ostali dionici Udruge

<b>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</b>	<b>PREVENTIVNI ZDRAVSTVENI TURIZAM (25)</b>
<b>OPIS</b>	Briga o zdravlju je imanentna svakom čovjeku. Porastom standarda povećano je područje za raznim vidovima zdravstvene brige. U principu se razlikuju dva područja (popularno rečeno), kurativni i preventivni. U turističkoj ponudi Općine Trpanj zagovaraju se dvije vrste turističkog proizvoda: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Wellnes</i> podrazumijeva razne postupke za postizanje tjelesne i duhovne dobrobiti</li> <li>- Preventivno-zdravstveni podrazumijevaju aktivnosti stručno kontrolirane i vođene od strane liječnika specijalista</li> </ul>
<b>OČEKIVANJE KORISTI</b>	Profiliranje objekata sa sadržajima i uslugama Produženje turističke sezone Povećani ekonomski efekti cijele destinacije
<b>NOSITELJI</b>	Općina Trpanj Stručne institucije i timovi
<b>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</b>	2019. – 2025.
<b>AKTIVNOSTI – RADNJE</b>	Programiranje i organiziranje 2019. – 2025. godine Realizacija 2020. – 2025. godine
<b>FINANCIRANJE</b>	EU fondovi Privatni kapital
<b>DIONICI</b>	Općina Trpanj Stručne institucije



<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<i>DOGAĐAJI I MANIFESTACIJE (26)</i>
<i>OPIS</i>	U Općini Trpanj se održavaju razne manifestacije i događaji koji uglavnom imaju lokalni značaj. Bez obzira na to pokazalo se da dobro osmišljen događaj ili manifestacija ima ozbiljan značaj u obogaćivanju turističke ponude. Potrebno je napraviti takav program događaja i manifestacija da bude pokrivena cijela turistička sezona (planski), a posebno pred i pod sezona.
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Produženje turističke sezone Bolje korištenje ugostiteljsko turističkih kapaciteta Povećanje imidža destinacije
<i>NOSITELJI</i>	TZ Općine Trpanj Općina Trpanj
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	Faza programiranja: 2018. – 2019. god. Faza realizacije: 2019. – 2025. god.
<i>FINANCIRANJE</i>	Turistička zajednica Općina Trpanj Sudionici u ugostiteljsko-turističkoj djelatnosti
<i>DIONICI</i>	Turistička zajednica Općina Trpanj Poduzetnici

<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<i>AUTOHTONI POLJOPRIVREDNI PROIZVODI (27)</i>
<i>OPIS</i>	Cilj je poticanje poljoprivredne proizvodnje autohtonih proizvoda posebno tzv. ekološke poljoprivrede u funkciji unaprjeđenja ruralnog prostora i ugostiteljske ponude. Interes turističkog tržišta stalno raste za ovim vidom ponude. Značajan iskorak mora biti zainteresiranost poljoprivrednih proizvođača.
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Povećanje kvalitete eno-gastronomske ponude destinacije Povećanje ukupnih efekata stanovništva i učinaka turizma Povećanje razine zadovoljstva gostiju koji borave u destinaciji
<i>NOSITELJI</i>	Općina Trpanj – izvršna vlast OPG domaćinstva
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	Izrada Programa koji bi imao visoku važnost Fazna realizacija 2019. – 2025. godine
<i>FINANCIRANJE</i>	Izvršna vlast – Općina Trpanj Poticaji svih razina EU fondovi
<i>DIONICI</i>	Općina Trpanj Privatni sektor OPG i individualni poljoprivredni proizvođači

<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<b>TEMATSKI PARKOVI (28)</b>
<i>OPIS</i>	Područje Općine, pored priobalnog dijela, zahvaća veliki prostor (ruralni), koji je nedovoljno turistički valoriziran. Slijedom navedenog ovo područje ima vrlo interesantnih naselja povezanih prometnicama. Područje je bogato ili potencijalno bogato autohtonim proizvodima koje treba poticati i razvijati. Sve to omogućava pored ostalog, organizacija raznih tematskih parkova kao: zabavni parkovi, vodeni parkovi, park skulptura, park poljoprivrednih proizvoda.
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Razvoj ruralnog prostora, i u samom priobalju Povećanje zadovoljstva turista i veća potrošnja -Povećanje imidža cijele destinacije
<i>NOSITELJI</i>	Općina Trpanj
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	Prva faza: Programiranje (analiza tržišta) 2019. – 2020. god. Druga faza realizacije: 2020. – 2025. god.
<i>FINANCIRANE</i>	Općina Trpanj Privatni investitori
<i>DIONICI</i>	Općina Trpanj Turistička zajednica Poduzetnici

<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<i>SUSTAV UPRAVLJANJA PLAŽAMA (29)</i>
<i>OPIS</i>	Plaže su jedno od najvažnijih atrakcijskih osnova kao sastavni dio turističkog proizvoda „sunca i mora“ i najvažniji motiv dolaska turista. U tom smislu projekt predviđa analizu stanja i izradu koncepta pozicioniranja određenih plaža (tematizacija obiteljske, nudističke, kombinirane, itd.) Koncipiranje programa treba vezati na Regionalni plan uređenja i upravljanja plažama.
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Povećanje kvalitete turističke ponude Pravilno korištenje i očuvanje resursa mora Jačanje destinacijskog imidža
<i>NOSITELJI</i>	Općina Trpanj Poduzetnici
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	Koncipiranje programa (sustava) plaža, organizacije i upravljanje 2019. godine Realizacija i održavanje 2019. – 2025. godine
<i>FINANCIRANJE</i>	Općina Trpanj Poduzetnici
<i>DIONICI</i>	Općina Trpanj Turistička zajednica Poduzetnici

<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<i>CESTE VINA, MASLINOVA ULJA, MEDA, i sl.(30)</i>
<i>OPIS</i>	Projekt ima za cilj poticanje proizvodnje i potrošnje autohtone poljoprivredne proizvodnje. Sustavnim pristupom ova ponuda treba povezati (omogućiti pristup) cestom, šetnicama, biciklističkim prijevozom. Interes turističke potražnje za ovim proizvodima kontinuirano raste pa se na taj način otvara mogućnost razvoja poljoprivrede.
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Revitalizacija poljoprivredne proizvodnje Obogaćivanje turističke ponude Povećanje kvalitete života na ruralnom prostoru
<i>NOSITELJI</i>	Općina Trpanj Turistička zajednica
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	Programiranje, organiziranje i poticanje Realizacija - kontinuirano
<i>FINANCIRANJE</i>	Općina Trpanj Poduzetnici
<i>DIONICI</i>	Općina Trpanj Turistička zajednica Poduzetnici OPG

<b>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</b>	<b>SUSTAV ZABAVE (glazbeni aspekt)(31)</b>
<b>OPIS</b>	Na zadovoljstvo gostiju značajno utječe muzički program. Cijelo područje Općine treba promatrati kao jedan prostor vezan na zabavu (glazbeni). Repertoar programa je različit s obzirom na dobnu strukturu turista i s obzirom na podrijetlo. Neophodno je planiranju i programiranju prići visoko stručno i sustavno.
<b>OČEKIVANJE KORISTI</b>	-Zadovoljstvo turista -Povećanje potrošnje i produžavanje sezone -Povećanje imidža destinacije
<b>NOSITELJI</b>	Općina Trpanj
<b>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</b>	2019. – 2025.
<b>AKTIVNOSTI – RADNJE</b>	Faza programiranja i planiranja 2019. godine Faza realizacije – kontinuirani
<b>FINANCIRANJE</b>	Programi moraju biti samoodrživi
<b>DIONICI</b>	Općina Trpanj Poduzetnici

<i>PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<i>RURALNI TURIZAM (32)</i>
<i>OPIS</i>	Ruralni turizam se odnosi na boravak turista na ruralnom prostoru koji žele koristiti karakteristike fizičke i kulturne ruralne sredine. Često puta se dijeli na agroturizam i turizam na seljačkim gospodarstvima. Manje poimanje ovog vida turizma su i drugi oblici vezani za sport, ugostiteljsko turističku ponudu. Po nama, nema razloga za knjiške definicije ovog vida turizma. Tržište je u porastu sa stopom rasta 6-10 % godišnje. U slučaju Trpnja se ne treba praviti velike razlike niti stroge podjele. Bilo bi logičnije cijelu destinaciju tretirati „ turistički“ s pažnjom da ruralni prostor ne izgubi svoje temeljne karakteristike.
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Oplemenjivanje cijelog prostora Općine Bolja eno-gastronomska ponuda Povećanje kvalitete života lokalnog stanovništva Povećanje razine zadovoljstva cijele destinacije
<i>NOSITELJI</i>	Općina Trpanj – izvršna vlast TZ Trpanj OPG domaćinstva
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	Kontinuirano programsko uklapanje u sve vidove turističke ponude destinacije (cijeli prostor)
<i>FINANCIRANJE</i>	Općina Trpanj Privatni sektor OPG domaćinstva Ostali dionici
<i>DIONICI</i>	Općina Trpanj TZ Trpanj Privatni sektor

<i>NAZIV PROJEKTA, MJERE, AKTIVNOSTI</i>	<i>TURISTIČKE AGENCIJE (receptivno)(33)</i>
<i>OPIS</i>	Prema Strategiji razvoja turizma RH do 2020. god. vrlo značajno mjesto zauzima formiranje ovakvih oblika (DMC). Na ovaj način bi se potpomogla razvoj destinacije i ujedno plasman ponude na receptivnom području. Formiranjem ovakve agencije nikako se ne ograničava djelovanje postojećih agencija.
<i>OČEKIVANJE KORISTI</i>	Stvaranje kvalitetnijeg turističkog proizvoda Povećanje potrošnje turista
<i>NOSITELJI</i>	Općina Trpanj Turistička zajednica
<i>RAZDOBLJE REALIZIRANJA</i>	2019. – 2025.
<i>AKTIVNOSTI – RADNJE</i>	1. faza: formiranje i organizacija turističke agencije (DMR) 2019. – 2025. 2. faza: Rad turističke agencije (DMR) na tržištu
<i>FINANCIRANJE</i>	Općina Trpanj i zainteresirani poduzetnici
<i>DIONICI</i>	Općina Trpanj Poduzetnici



## SAŽETAK

Strategija razvoja turizma Općine Trpanj do 2025. temeljni je dokument razvoja turizma koji u prvom redu kao dugoročni cilj razvoja turizma ističe blagostanje lokalnog stanovništva i ostvarenje gospodarskog prosperiteta uz maksimalno poštivanje načela održivog razvoja te valorizaciju kulturne baštine i tradicije ovoga područja. Turizam u Općini Trpanj i okolice je u početnoj fazi razvoja, turistički je proizvod potrebno izgraditi i repositionirati na turističkom tržištu. Nedovoljna razvijenost turizma na području Općine Trpanj zahtjeva primjenu dva razvojna modela: restrukturiranja i repositioniranja, te ubrzanog razvoja kao teorijski utemeljenog, praktično provedivog, jasnog i poticajnog razvojnog modela turizma Općine Trpanj. Realizacijom postavljenih strateških ciljeva i ostvarenjem ključnih razvojnih projekata unaprijedit će se i obogatiti turistička ponuda destinacije i povećati atraktivnost što će rezultirati stvaranjem konkurentne i prepoznatljive destinacije na turističkog tržištu.

Izrada i primjena ove Strategije usmjerena je na pružanje jasne i realne slike o mogućnostima rješavanja temeljnih otvorenih pitanja turističkog razvoja Općine Trpanj, pri čemu je poseban naglasak na partnerskom pristupu svih dionika koji sudjeluju u razvoju turizma (integralni pristup). Strategija treba postati osnovni strateški dokument na području turizma, kojim će se pokrenuti novi razvojni ciklus turizma na području Općine Trpanj, kao i stvoriti stabilne uvjete za nove investicije u turizmu te potaknuti involviranje lokalnog stanovništva za nove poduzetničke poduhvate direktno ili indirektno povezane s turizmom. Turistički sektor na području Općine Trpanj, danas je, u usporedbi s mogućnostima, nedovoljno razvijen te ostvaruje ekonomske učinke ispod objektivnih mogućnosti. Prisutna je i devastacija visokovrijednog prostora na području Općine. To je dodatni čimbenik koji uvjetuje stvaranje regulatornog okvira budućega turističkog razvoja Općine Trpanj.

Opće gospodarsko stanje na području Općine Trpanj nije zadovoljavajuće. Zbog toga bez odlaganja treba iskoristi šansu koju pruža razvoj turizma kao opći generator gospodarskog boljitka Općine. Upravo je Strategija turističkog razvoja poduzetnički okvir koji definira najprimjerenija strateška usmjerenja turističkog razvoja koja će potaknuti opći gospodarski prosperitet Općine, sinergijski efekt. Time se stvaraju osnova i uvjeti za poboljšanje kvalitete života lokalnog stanovništva. Strategija razvoja turizma Općine Trpanj čini uz uvod jedanaest poglavlja, kroz koje se analiziraju stanja resursa, posebno ponuda i potražnja, te se na kraju predlaže koncepcija razvoja turizma. Integralni pristup kao zakonitost i nit vodilja (konceptijska postavka), bez čega ne može biti ozbiljnog razvoja destinacije Trpanj. To najpraktičnije znači da se cijelo područje Općine treba tretirati kao turističku destinaciju koja mora djelovati usklađeno na svim područjima (prirodni resursi, povijesno-kulturna baština, infrastruktura, komunalna djelatnost, ukupno gospodarstvo, društvene djelatnosti). Praktično sve djelatnosti, resursi, usluge, cijeli prostor mora biti tretiran „turistički“. To do sada nije bilo tako. U tom kontekstu valja promatrati utjecaj i usklađenost razvojno-planske dokumentacije, također sustav poticaja. Stanje nije u svim elementima dovoljno dobro, treba ga mijenjati.

Postojeće stanje ponude nije zadovoljavajuće. Analiza stanja pokazuje, posebno je promatrajući integralno (usvojen koncept), da se zapravo mora napraviti vrlo ozbiljan iskorak na svim elementima ponude (ljudski resursi, kulturna i povijesna baština, infrastruktura, urbano uređenje, a posebno ugostiteljsko-turistička ponuda i čimbenici koji su dio te ponude kao što su plaže, zabava, događaji, izleti, selektivni vidovi turizma itd.). Postojeće stanje potražnje ukazuje na negativnosti u komparaciji s trendovima u turizmu, a u krajnjem slučaju rezultira niskom potrošnjom, kratkom turističkom sezonom itd. Polazeći od sagledavanja stanja, uzet je u obzir, kao podloga za koncipiranje strategije razvoja još i :

globalna procjena društveno-ekonomskih kretanja u užem i širem okruženju. Ovo područje sagledavanja ne daje puno nade za dinamičniju stopu rasta i razvoja, što inače ima utjecaj na turistički razvoj. Tržišno kretanje i brendovi u turizmu, te usklađenost ponude otkriva čitav

niz nedostataka skoro na svim područjima. Polazeći od rečenog, a posebno promatrajući potencijalne mogućnosti, moguće je konstatirati da prostor Općine Trpanj koji je turistički nerazvijen, nije devastiran (nepopravljivo), a s druge strane trendovi u turizmu pokazuju mogućnost ambiciozne postavke razvoja turizma koji bi ubuduće mogao polučiti pozitivne efekte na dobrobit mještana, Općine pa i šire,

*Stoga je predloženo sljedeće:*

1. Koncept dinamičnog razvoja s povećanjem postelja od 200 godišnje, značajno povećanje i poboljšanje ugostiteljske ponude. Također, turistička djelatnost mora pratiti ukupan razvoj (kvantitativno i kvalitativno). Sve rečeno je raščlanjeno i opisano kroz područja „poboljšanja postojeće ponude“ i kroz „nove proizvode“. Ukupno okruženje mora pratiti razvoj ove djelatnosti (integralni pristup). Sve to se treba reflektirati na promjenu strukture gostiju, popunjenost kapaciteta na prosječno 70 dana. U krajnjem bi destinacija Trpanj na kraju planskog perioda ostvarivala 311.000 noćenja, značajno povećanje potrošnje po noćenju sa sadašnjih 45 eura na 80 eura.

2. Povezati program *brendiranja* destinacije Trpanj koji mora imati sadržajno elemente uravnoteženog i održivog razvoja

- u skladu s prirodom (povratak prirodi)
- razvoj priobalja i ruralnog prostora Općine
- poštivanje ekoloških načela
- naglasak na autentičnost (prostor, objekti, hrana, piće, događaji itd.)

3. Upravljanje destinacijom i (operativan razvoj)

U tom je konkretno predložen model bez kojeg je vrlo izvjesno da će ova Strategija ostati mrtvo slovo na papiru. Ovo je možda najznačajniji dio Strategije razvoja turizma destinacije Trpanj.

4. I na kraju, s ciljem da se razvoj i funkcioniranje turističke destinacije Trpanj realizira prema zacrtanoj Strategiji, predložen je Plan provedbe u kojem je sublimirana konceptijska postavka, a također su date sve mjere koje treba realizirati. U Planu provedbe su predložene mjere i aktivnosti i dinamika realizacije. Skrećemo pažnju na pristup predloženog Plana aktivnosti u smislu da su date aktivnosti, zadaci s naznakom, sugestijom kako realizirati pojedine aktivnosti. Budući da autori, a i ostali učesnici u izradi ovog programa smatraju da svaku od aktivnosti treba detaljnije sagledati, u većini prijedloga dan je i stav da se napravi mini program. Ne bi se smjelo dogoditi da se troši puno vremena i novaca za ove zadatke, njih treba da realiziraju pojedine grupacije za svoje područje.

5. Akcijski plan

Daje razradu projekata, mjera, aktivnosti opise, očekivane koristi, nositelje, razdoblje realizacije, aktivnosti i radnje, te financiranje i dionike u ostvarivanju planova razvoja.

6. Vrijedno bi bilo razmotriti mogućnosti direktnog uključivanja Općine i šireg kruga mještana u realizaciji nekih konkretnih projekata (smještajni kapaciteti, imovina i sl.) po principu privatno-javnog partnerstva za što postoje konkretni pozitivni primjeri (Vrsar, Bale).

## IZVORI

DZS, Popis stanovništva 2011.  
HZZ Područni ured Dubrovnik  
HZMO  
Institut za turizam (Tomas istraživanje 2017.)  
Institut za turizam (Poželjni plan razvoja turizma poluotoka Pelješca u kontekstu izgradnje Pelješkog mosta 2019.)  
Izmjene i dopune prostornog plana Dubrovačko-neretvanske županije  
Izvješće o stanju u prostoru Općine Trpanj za razdoblje od 2010. do 2013. godine  
Konzervatorska podloga za područje obuhvata Prostornog plana uređenja Općine  
Master plan Dubrovačko-neretvanske županije Trpanj 2017., autor Goran Matošević  
Ministarstvo poljoprivrede uprava ribarstva  
MRRFEU RH  
Općina Trpanj – razni dokumenti  
Plan gospodarenja otpadom Općine Trpanj 2018. – 2023.  
Plan razvoja turizma Pelješca  
Prostorni plan Općine Trpanj  
Prostorni plan Dubrovačko-neretvanske županije  
Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama na području dubrovačko-neretvanske županije  
Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020.  
Strategija razvoja turizma RH do 2020.  
Strategija razvoja turizma Dubrovačko-neretvanske županije 2012. – 2022.  
Strategija razvoja vinogradarstva i vinarstva DNŽ  
Strateški razvojni program Općine Trpanj za razdoblje 2015. – 2020.  
Zavod za prostorno uređenje Dubrovačko-neretvanske županije Dubrovnik, srpanj 2016.  
Županijska razvojna strategija Dubrovačko-neretvanske županije 2016. –2020.

