

# Turistička ponuda Šibensko-kninske županije

---

Škugor, Marta Anđela

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:875325>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-17**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke  
studije  
Preddiplomski interdisciplinarni studij  
Kultura i turizam

**MARTA ANĐELA ŠKUGOR**

**TURISTIČKA PONUDA ŠIBENSKO-KNINSKE  
ŽUPANIJE**

Završni rad

Pula, 2019.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke  
studije  
Preddiplomski interdisciplinarni studij  
Kultura i turizam

**MARTA ANĐELA ŠKUGOR**

**TURISTIČKA PONUDA ŠIBENSKO-KNINSKE  
ŽUPANIJE**

Završni rad

**JMBAG: 0303064327, redoviti student / redovita studentica**

**Studijski smjer: Kultura i turizam**

**Kolegij: Selektivni oblici turizma**

**Znanstveno područje: društvene znanosti**

**Znanstveno polje: ekonomija**

**Znanstvena grana: trgovina i turizam**

**Mentor / Mentorica: Aljoša Vitasović**

Pula, lipanj 2019.

## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

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

Student

\_\_\_\_\_

U Puli, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ godine

## IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, \_\_\_\_\_ dajem odobrenje Sveučilištu  
Jurja Dobrile

u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

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

U Puli, \_\_\_\_\_ (datum)

Potpis \_\_\_\_\_

## Sadržaj:

|   |    |
|---|----|
| <b>1. Uvod</b> .....                                  | 6  |
| <b>2. Općenito o turizmu</b> .....                    | 7  |
| <b>2.1. Definicija turizma</b> .....                  | 7  |
| <b>2.2. Motivi turističkih putovanja</b> .....        | 8  |
| <b>2.3. Vrste i oblici turizma</b> .....              | 9  |
| <b>3. Općenito o Šibensko-kninskoj županiji</b> ..... | 11 |
| <b>2.1 Povijesni razvoj županije</b> .....            | 11 |
| <b>2.2 Razvoj turizma u županiji</b> .....            | 12 |
| <b>4. Selektivni oblici turizma</b> .....             | 15 |
| <b>4.1. Ruralni i ekoturizam</b> .....                | 15 |
| 4.1.1. Posjet prirodnim znamenitostima.....           | 16 |
| 4.1.2. Nautički turizam.....                          | 16 |
| 4.1.3. Ciklo turizam.....                             | 17 |
| 4.1.4. Ruralno iskustvo.....                          | 18 |
| 4.1.5. Avanturistički turizam.....                    | 18 |
| 4.1.6. Kamping turizam.....                           | 19 |
| 4.1.7. Planinski turizam.....                         | 19 |
| 4.1.8. Zimski turizam.....                            | 20 |
| 4.1.9. Drugi oblici turizma u prirodi.....            | 20 |
| <b>4.2. Kulturni i gradski turizam</b> .....          | 21 |
| 4.2.1. Arheološki turizam.....                        | 22 |
| 4.2.2. Etno turizam.....                              | 22 |
| 4.2.3. Eno gastronomski i gastronomski turizam.....   | 23 |
| <b>4.3. Ostali selektivni oblici turizma</b> .....    | 23 |
| <b>5. Turistička ponuda županije</b> .....            | 25 |
| <b>5.1. Ugostiteljska ponuda</b> .....                | 25 |
| <b>5.2. Ponuda smještaja</b> .....                    | 25 |
| <b>5.3. Ponuda atrakcija</b> .....                    | 26 |
| <b>6. Zaključak</b> .....                             | 28 |
| <b>Literatura</b> .....                               | 29 |
| <b>Prilozi:</b> .....                                 | 30 |
| <b>Sažetak:</b> .....                                 | 31 |

## 1. Uvod

Predmet ovog rada je analiza turističke ponude u Šibensko-kninskoj županiji, te daljnja mogućnost razvoja selektivnih oblika turizma. Prilikom pisanja i pripremanja rad koristila se dostupna literatura i internetski izvori, odnosno sekundarni podaci. Tijekom pisanja rada koristile su se metode prikupljanja podataka, metoda deskripcije te metoda analize i sinteze. S ciljem što preglednijeg prikaza odabrane teme, rad se dijeli na poglavlja i pod poglavlja.

Prvo poglavlje pruža uvid u koncept ovog rada. Drugim poglavljem definiran je pojam turizma, motivi turističkih putovanja te vrste i oblici turizma. U trećem poglavlju navedeni su opći podatci o Šibensko-kninskoj županiji, povijest tog prostora i razvoj turizma. Četvrto poglavlje zasebno definira svaki od oblika selektivnog turizma zastupljen na teritoriju Šibensko-kninske županije, njegove podvrste i potencijal za daljnji razvoj u budućnosti turizma županije. U petom poglavlju detaljnije se objašnjava turistička ponuda županije od ugostiteljske ponude, ponude smještaja do ponude atrakcija. Posljednjim poglavljem sažimaju se glavne misli i pronalasci ovog rada.

## 2. Općenito o turizmu

Turizam je u suvremeno doba stekao status jedne od najmasovnijih, najdinamičnijih i najsloženijih društveno-ekonomskih pojava. On istodobno međusobno djeluje kompleksno i komplementarno, utječe na skoro sve dijelove gospodarskog i društvenog razvoja te je sastavni dio svakodnevnice. Ozbiljna znanstvena istraživanja turizma započinju tek polovicom 20. st kada je započeo njegov ubrzan rast i razvoj. Samu važnost turizma moguće je uvidjeti samo interdisciplinarnim proučavanjem pozitivnih i negativnih utjecaja kroz društvene i ekonomske učinke. U ovom poglavlju definirat će se turizam, motivi turističkih putovanja te vrste i oblici turizma.

### 2.1. Definicija turizma

Danas postoji mnoštvo definicija turizma. Dvije su glavne odrednice kojima se definira turizam, a to su: prostor izvan stalnog mjesta boravka (domicila) i potrošnja unaprijed stečenih novčanih sredstava (ali ne u mjestu gdje se turistički boravi). Prostor unutar kojeg turist boravi 24 sata ili duže naziva se turističkom destinacijom ili odredištem.

Danas najšire prihvaćena definicija turizma glasi: *“Turizam uključuje aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju”* (World Conference on the Measurement of the Economic Impact of Tourism, Nice, 1999.). Tu definiciju predložio je UNWTO.

Temeljem te definicije mogu se izvući osnovnih pet obilježja turizma:

1. turizma čine putovanje i kretanja turista i njihov boravak u turističkim destinacijama
2. putovanje i boravak kako bi bilo turističko mora se odvijati izvan domicilne sredine u kojoj pojedinac radi i živi
3. Turizam je određen vremenskim periodom u kojem se odvija te se temelji na kružnom tj. dvosmjernom putovanju
4. Cilj turističkog kretanja nikada nije stalni boravak u turističkoj destinaciji u koju se putuje
5. Turist u turističkoj destinaciji ne privređuje novac, već troši.



Turizam se proučava kroz turiste. Turist je svaka osoba (putnik) koja izvan mjesta svog stalnog boravka provede 24 sata ili više (ali kraće od 12 mjeseci) s ciljem odmora, relaksacije, razonode i rekreacije, zdravstvenih, obiteljskih, poslovnih i sličnih razloga (Čavlek i dr., 2011).

Zbog brojnih koristi koje proizlaze iz razvoja turizma on je postao veoma važan dio za gospodarstvo mnogim zemljama.

## **2.2. Motivi turističkih putovanja**

Općenito motiv je poticaj u postizanju nekog cilja ili ciljeva. Što se tiče motiva u turizmu, važnu ulogu pri donošenju uloge imaju unutarnji poticaji čovjeka na turističko kretanje, ali i motivi koji su nastali utjecajem okoline tj. društva u kojem pojedinac živi. Određeni stupanj društvenog razvoja kao posljedicu ima turistički motiv. Postoje mnogi različiti turistički motivi, oni ne djeluju samostalno već u kombinaciji te je stoga potrebno promatrati njihovo zajedničko djelovanje.

Sve do 19. st. putovanja u svrhu dokolice, posjeta i potrošnje bilo je privilegirano samo za gornje slojeve društva. Najčešći motivi za putovanja nekad su prvenstveno bili zdravstveni, rekreacijski i religijski. Polovicom 19. st. Pod utjecajem industrijalizacije, urbanizacije i uspona srednje klase dolazi do promjena u opsegu putovanja. Suvremeni turizam i njegov ubrzani razvoj počinje od 20-ih godina 20. st. Nakon Drugog svjetskog rata razvija se masovni turizam. Danas su taj masovni turizam zamijenili različiti oblici selektivnog turizma.

Motivi koji potiču pojedinca na putovanje su različiti. Oni se oslanjaju na psihološke i subjektivne faktore tj. racionalne i iracionalne; mogućnosti pojedinca, socijalnu sredinu, položaj u društvu, političko stanje, količinu slobodnog vremena i raspoloživih sredstava potrebnih za osobnu i turističku potrošnju i sl. Neki od najčešćih motiva od samih začetaka turizma su: bijeg od svakodnevnice, zabava, razonoda, odmor, upoznavanje prirodnih ljepota i kulturno- povijesnih znamenitosti odredišta koje se posjećuje, religijski motivi, zdravstveni razlozi i sl. Danas su se razvili i suvremeni poticaji za sudjelovanje u turizmu a to su: prestiž, moda, snobizam, individualna ostvarenja itd. Isto kako se u turizam mijenjao kroz povijest tako su se i motivi za turizam mijenjali (Brunsko, 2002).

Prema novijim istraživanjima percepcija odmora i rekreacije izvan mjesta boravka veže se uz niz sporednih i jednu glavnu aktivnost. Tako uz izdvojene glavne motive najčešći sporedni motivi su kultura, sport, zabava i ekološki motivi. Prema Pirjevcu na sveukupnu odluku kod turista utječe: *“splet motiva koji manjim ili većim intenzitetom djeluju na ponašanje turista, odnosno na način zadovoljavanja njihovih turističkih potreba”* (Pirjevec, 1998). S obzirom da motivi mogu nastati iz iracionalnih i racionalni razloga, oni se isto tako i mijenjaju promjenama stila života, rada i prioriteta pojedinca. Za sve pružatelje usluga u turizmu od velike je važnosti poznavanje motiva koje ljude potiču na putovanje jer im to olakšava oblikovanje, prodaju i pružanje proizvoda i usluga koje nude na tržištu (Čavlek i dr., 2011).

Primarni motivi dolazaka gostiju u Hrvatsku su opuštanje i odmor, zabava, novi doživljaji i iskustva, upoznavanje gastronomije i prirodnih ljepota. Sunce i more nisu više dovoljni za privlačenje gostiju, te je potrebno unaprijediti ponudu.

### **2.3. Vrste i oblici turizma**

Proučavajući literaturu mogu se pronaći mnogi različiti kriteriji na temelju kojih se pobliže određuje, analizira i razvrstava pojedine vrste turizma tj. turističkih kretanja. Stoga vrste turizma možemo razlikovati prema: stupnju mobilnosti turista (mobilni, tranzitni, stacionarni), trajanju boravka turista (boravišni, vikend, izletnički), dobnoj strukturi turista (obiteljski, omladinski, dječji i “treće dobi”), načinu organizacije putovanja (organizirani, individualni, mješoviti), nacionalnoj pripadnosti (inozemni, domaći), tržištu na kojem se odvija organizacija putovanja (receptivni, emitivni), godišnjem dobu (zimski, ljetni), prostornom obuhvatu (intraregionalni, interregionalni, međunarodni, nacionalni, regionalni, lokalni), broju sudionika (grupni, individualni), vremenu kada je određen resurs najatraktivniji (izvansezonski, posezonski, sezonski, predsezonski) utjecaju na platnu bilancu (pasivni, aktivni), prostoru na kojem se odvija turističko putovanje (gradski, seoski, jezerski, termalno-kupališni, planinski, primorski), te ostale vrste turizma (sindikalni, socijalni, radnički, elitni, poticajni).

Unatoč tome u teoriji i u praksu turizam se ipak često dijeli na masovni (velik broj turista, niske cijene, organizirano putovanje, paket-aranžmani turoperatora i agencija) i održivi ili alternativni turizam (ponuda u ravnoteži s okruženjem, motivi turista u fokusu, alternativa sadržajima i ponašanju turista). Osim toga kada se u planiranju i

razvoju turizma okreće od masovnosti prema diversifikaciji ponude ( turizam usmjeren na zadovoljavanje specifičnih potreba užeg segmenta tržišta, fokus na motivima koji ljude potiču na turističko putovanje) riječ je o selektivnim oblicima turizma, tj. turistička kretanja uvjetovana su određenim motivom (prvenstveno turističkim) koji turiste pokreće na turističko putovanje u određenoj destinaciji gdje je turistička ponuda odgovara (cijenom, proizvodima, sadržajima) ostvarenju željenog doživljaja (specifičan interes turista). Razlikuju se selektivni oblici turizma zasnovani na prirodnim resursima (zdravstveni turizam, nautički turizam, sportski turizam, ekoturizam, robinzonski turizam, seoski turizam, naturizam, lovni i ribolovni turizam i dr.) i selektivne oblike turizma zasnovane na društvenim resursima (kulturni turizam, kongresni turizam, enofilski i gastronomski turizam, turizam događanja, turizam na umjetno stvorenim atrakcijama, vjerski turizam, casino-turizam i dr.). Također postoje i ostali selektivni oblici turizma kojima se zadovoljavaju potrebe turista (tržišne niše) poput šoping-turizma, povijesnog turizma, krstarenja, seks-turizam, dark (mračni) turizam itd. (<http://www.enciklopedija.hr>).

### 3. Općenito o Šibensko-kninskoj županiji

U ovom poglavlju opisat će se povijesni razvoj županije i razvoj turizma u županiji

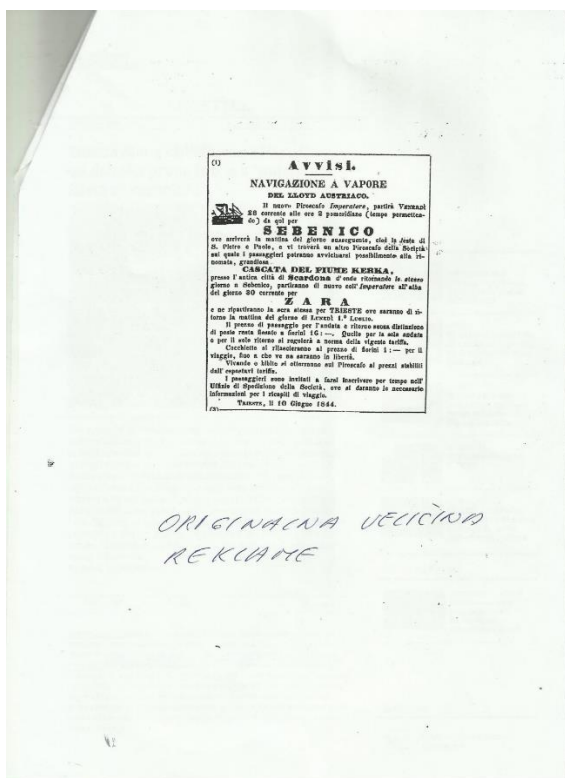
#### 2.1 Povijesni razvoj županije

Još od prapovijesti prostor Šibensko-kninske županije je nastanjen. To potvrđuju brojni arheološki lokaliteti iz tog razdoblja, a najviše se ističu oko prostora rijeke Krke. Na području Donjeg polja i Skradina još su Rimljani gradili ceste, luke i vile u blizini mora, a ilirsko pleme Dalmati gradilo je u Donjem polju gradinske utvrde. Donje polje sa glavnim središtem u današnjem Jadrtovcu također su nastanila Hrvatska plemena koja su u Šibenskom zaljevu izgradila kastrum. Od 10.st. u zaleđu se počinje razvijat grad Knin. Sve do dolaska Osmanlija Knin je bio kraljevski i kneževski grad. U 11. st. prvi put se spominje ime grada Šibenika, a krajem 13.st. Šibenik je središte Šibenske biskupije. Mletačku vlast grad prihvaća u 15.st., ta vladavina potrajala je tri i pol stoljeća. Novovjekovna povijest obilježavaju osmanski prodori i razaranja zbog kojih domicilno stanovništvo bježi i preseljava se na otoke i u priobalju. Migrirajući pred turskim vojnim snagama te opustošene prostore naseljavaju stanovnici istočnih krajeva. Mlečani zbog važnog vojnog i strateškog položaja u Šibeniku grade fortifikacije koje su danas od iznimne važnosti kao kulturno-povijesno bogatstvo grada iznimnog potencijala za turističku valorizaciju.

Krajem 16. st. Šibenik postaje najveći Dalmatinski grad te je važan trgovački centar sve do sredine 17. st. kad se pojavljuje kuga te time važnost Šibenika drastično opada. Kratko razdoblje u povijesti Šibenik je bio pod vladavinom Francuza, a zatim 1813. godine pada pod vlast Habsburgovaca. Nakon razvoja željeznice Šibenik je tranzitna izvozna luka, a 1893.g. na Krki je izgrađena prva hidrocentrala, u svijetu poznata kao druga izgrađena hidrocentrala. Razvoj moderne industrije utjecao je na socioekonomske i demografske promjene u Šibeniku (širenje grada i sve veći broj stanovnika zbog imigracije) i zaobalju koje postaje emigracijsko područje. U obje Jugoslavije Šibenik se razvijao kao važno industrijsko središte, a nakon završetka Drugog svjetskog rata počinje se razvijat i turizam kao jedna od najvažnijih grana gospodarstva (<http://sibensko-kninska-zupanija.hr>). Zahvaljujući bogatoj povijest županije danas je kulturno-povijesna baština važni turistički resurs Šibensko-kninske županije.

## 2.2 Razvoj turizma u županiji

Brodsko tvrtka Austrijski Lloyd iz Trsta 20. Kolovoza 1838. Počinje održavati redovitu brodsku liniju Trst-Kotor. Godine 1844. Pored redovitih brodskih linija tvrtka Austrijski Lloyd počinje i s organiziranjem izletničkih tura na kojima su putnici isključivo turisti. Tijekom svibnja 1844. tvrtka priređuje izlet u Veneciju (na regatu gondola), Anconu (posjetu svetišta Loreto) i Puli (obilazak arene). Dana 28. lipnja iste godine priređuju novim parobrodom Imperatore izlet u Dalmaciju tj. Šibenik (na feštu sv. Petra i Pavla – 29.06.), obilazak Skradinskog Buka (manjim parobrodom – 29.06.), a na povratku obilazak Zadra (30.06). Bio je to prvi dolazak broda u Dalmaciju na kojem su putnici bili isključivo turisti. Za izlet u Dalmaciju postojala je novinska reklama (sl.1). Kako je lučki kapetan u Dubrovniku 10. Kolovoza 1844. zabilježio da je redovitom brodom prugom (p/b Baron Sturmer) u grad stiglo 153 putnika koje je on opisao kao “passagieri della gita di piacere” (putnici koji putuju iz razonode), možemo slobodno zaključiti da turizam u Dalmaciji počinje 1844., jer je redovita linija pristajala još u Zadru, Šibeniku, Splitu, Hvaru, Korčuli i Kotoru. Također, Hrvatska turistička zajednica 1844. službeno smatra kao godinu kad je počeo turizam u Hrvatskoj jer je te godine u Opatiji otvorena villa Angelina”; objasnio je Darko Gulin za Hrvatsku turističku zajednicu.



Slika 1.: Novinska reklama za izlet u Dalmaciji

Turizam u Hrvatskoj procvjetao je u razdoblju između dva svjetska rata, prosječni broj turističkih dolazaka godišnje iznosio je oko milijun u razdoblju oko 1930. godine. Tada se uvode obvezne boravišne pristojbe, počinju se izdavati turističke publikacije, otvaraju se poslovnice za razmjenu valuta te se uspostavljaju zrakoplovne linije za domaće i međunarodne letove (<http://croatia.eu/>).

Šibenik je između dva svjetska rata raspolagao sa smještajnim kapacitetima više nego dovoljnim za ondašnje potrebe grada s obzirom na broj stanovnika (Tambača, 1987). Sadašnja zgrada hotela Krka, koji nije u funkciji, početkom 20. st. zvala se hotel Velebit. 1926. godine hotel je obnovljen i izgrađena je terasa. Hotel je imao 50 suvremeno opremljenih soba, te je preimenovan u Grand hotel Krka. Hotel de la ville otvoren je 1905. godine, te je za tadašnje prilike bio vrlo dobro opremljen. Imao je 30 soba sa 45 kreveta, a u prizemlju restoran. Hotel je srušen u Savezničkom bombardiranju 1943. godine. Nadalje, hotel Dinara, sa skromnim kapacitetima se nalazio s druge strane puta kazališta. 1910. godine mijenja ime u hotel Šibenik. Hotel Kosovo je otvoren 1921. u gradskoj četvrti Vanjski. 1922. godine je izgrađena je dvorišna vrtna restauracija s pozornicom, na kojoj su nastupale razne glazbene i kazališne grupe, a prikazivale su se i kino-predstave. Vrtna restauracija je mogla primiti 1000 ljudi. Također, spominju se kavane: „Istra“, „Medulić“, „Narodna kavana“, „Astoria“ i „Cetina“ kao popularna sastajališta domaćih, kao i turista. 1925. godine Šibenik dobiva svoj prvi turistički vodič, autora don Krste Stošića, u kojem se uz već spomenute kavane, ističe, da je Šibenik vrlo zdravo prebivalište, zaštićen od epidemičnih bolesti. Nadalje, navodi gradsko kupalište Jadriju kao mjesto puno sunca, čistog zraka i borove šumice za šetnju. Društvo za promet putnika Šibenik, također izdaje prospekt pod nazivom Šibenik – morsko kupalište i klimatsko lječilište. Navode da je cijena hrane, vina i spavanja u Šibeniku jeftinija nego u drugim krajevima obale (Červar, 2014).

Šezdesetak godina unazad u Hrvatskoj se počinje razvijati masovni turizam. Poslije završetka Drugog svjetskog rata počinje se obavljati i nacionalizirati razorena turistička infrastruktura koja je stradala u ratnim razaranjima, a u isto vrijeme uspostavljaju se i prvi nacionalni parkovi i parkovi prirode te razni filmski, glazbeni i dramski festivali. 1960-ih, za vrijeme gospodarske ekspanzije, počinje se podizati mnoštvo objekata namijenjenih turizmu poput hotela, kampova, marina, čitavih turističkih naselja, pretežito lociranih na Jadranu, ali također i u kontinentalnoj Hrvatskoj (na područjima

NP Plitvička jezera i NP Risnjak, te kod toplica u Slavoniji i Hrvatskom zagorju). Izraziti značaj za hrvatski turizam ima 1979. godina kada su Dioklecijanova palača u Splitu, nacionalni park Plitvička jezera i stari grad Dubrovnik postali dio UNESCO-ove liste svjetske baštine. To su bila prva tri uvrštena lokaliteta od danas ukupno deset na području Hrvatske (<http://croatia.eu>).

Prirodne vrijednosti izrađene u razvedenoj obali, bogatom otočnom arhipelagu, prirodnom fenomenom rijeke Krke, kao i činjenica da stari dio grada Šibenika predstavlja riznicu hrvatske povijesno-umjetničke baštine imperativno su 1970.-ih godina postavile turističku privredu u prioritetan pravac razvoja Šibenika. Istovremeno s izgradnjom infrastrukturnih objekata, podizani su turistički kapaciteti u cijeloj općini, dok je pokraj Šibenika izgrađen hotelski kompleks „Solaris“ koji je u to vrijeme raspolagao s 3000 postelja, a u samom centru grada, izgrađen hotel „Jadran“ (Maštrović, 1972, 40).

Denacionalizacijom i pretvorbom turističkih poduzeća 1990-ih mijenja se dominantan oblik vlasništva. Za vrijeme Domovinskog rata turizma skoro više niti nema zbog nesigurnosti u zemlji i prometnih blokada u smjeru primorja. Dotad turistički objekti tada služe za prihvata i smještaj izbjeglica iz BiH i prognanicima iz različitih predjela Hrvatske. Poslije 1995-e te posebice poslije 2000-e dolazi do novog uzleta hrvatskog turizma. Brojna turistička mjesta tada postižu intenzivno povećanje inozemnih turista te se Hrvatska afirmira kao značajna destinacija za svjetski turizam (<http://croatia.eu>).

Danas, osim Šibenika važno turističko središte u županiji su Vodice. Turizam je najbitnija grana za gospodarstvo grada Vodica. Zamjećuje se sve veći uzlet turizma u gradu posebice u recentnije vrijeme. 2010. godina grad broji gotovo 371 tisuću noćenja, a u samom vrhuncu sezone u gradu je bilo i do čak 60 tisuća turista. U gradu su otvoreni mnogobrojni hoteli od kojih su najpoznatiji Olimpija (4\*) i Olympija Sky (4\*), hotel Punta (\*4) i hotel Imperial (3\*). Na plaži „Hangar“ koja je povezana sa obližnjim naseljem Srma naredani su mnogobrojni disko-klubovi (neki od poznatijih su „Hacienda“ i „Exit club“), kafići i ostali zabavni sadržaji (bungie-jumping, lunapark, igraonice). Uz vodičku rivu pretežito su smješteni razni ugostiteljski objekti (<http://www.grad-vodice.hr/>).

## **4. Selektivni oblici turizma**

Očuvani prirodni i ruralni turistički resursi Šibensko-kninske županije omogućuju enormne razvojne mogućnosti za uspostavu širokog spektra ponude selektivnih oblika turizma.

### **4.1. Ruralni i ekoturizam**

Ekoturizam se najčešće na svjetskom turističkom tržištu povezuje uz nacionalne parkove kao najprivlačnije dijelove prirode koji se vrednuju prema održivosti. U ekoturizmu se prema UNWTO-u svrstaju svi oblici turizma temeljeni na prirodnoj baštini u kojima je glavna aktivnost kojom se bavi turist uživanje u ljepoti prirode i tradicionalnog stila života u prirodnim područjima, a često uključuje edukacijske i interpretativne sadržaje. Ekoturizam je jedna od najbrže rastućih vrsta turizma te se predviđa da će se rast nastaviti i u budućnosti. Pozitivna strana ekoturizma je i mogućnost produživanja sezone jer je u njemu moguće sudjelovati tijekom čitave godine. Značajan je i po tome što privlači turiste velike kupovne moći koji su spremni odvojiti više kako bi zadovoljili svoje potrebe. Ulaganja u infrastrukturu nisu visoka zbog važnosti netaknute prirode te se samo u manjoj mjeri utvrđuje krajobrazni prostor. Potrebna infrastruktura za razvoj ekoturizma trebala bi se sastojati od edukativnih, biciklističkih i pješačkih staza, adaptacije i renovacije spomenika i tradicionalnih ruralnih kuća te općenito prilagođavanju već postojećih, ali zanemarenih prostora čijom bi se renovacijom postigla dodatna vrijednost u prostoru. Što se tiče intervencija u ruralnim sredinama na Mediteranu tu do izražaja dolaze mjesta iz obalnog zaleđa te tako ekoturizam potiče njihov razvoj. To bi u budućnosti mogao biti glavni pokretač u sveukupnom napretku zaleđa Šibensko-kninske županije. Mogućnost povezivanja ekoturizma s drugim vrstama selektivno turizma vrlo je izražena (Geić, 2011).

Najznačajniji lokaliteti Šibensko-kninske županije na kojima se temelji njena ekoturistička ponuda su: dva nacionalna parka (NP Krka i NP Kornati), dva parka prirode (Velebit i Vransko jezero), osobiti krajolici (gornji i donji tok rijeke Krke, rijeka Krčić, Žutsko-sitska otočna skupina, kanjon rijeke Čikole, Kanal-luka u Šibeniku i Gvozdenuvo-Kamenaru), prostorima ekološke mreže Nature 2000, spomenicima prirode (vrelo Cetine i Stara straža).



#### *4.1.1. Posjet prirodnim znamenitostima*

Nacionalni park Krka obuhvaća 7 sedrenih slapova te bogatu floru i faunu s preko 800 biljnih i 20 životinjskih endemskih vrsta. Moguće je vidjeti vidikovce, staze te razne programe, rafting i sl., a u park je moguće ući brodom, pješice, busom, biciklom ili jahanjem. Po broju posjeta NP Krka je među najposjećenijim nacionalnim parkovima u Hrvatskoj i široj regiji. U sezoni cijena karte je 200kn, izvan sezone 30kn, a za pripadnike Šibensko-kninske županije je besplatno.

Kornati su 89 otoka, otočića i hridi.  $\frac{3}{4}$  površine parka čini morski ekosustav. Pošto se u park može ući samo morskim putem, teško je utvrditi posjećenost parka. NP Kornati u svojoj turističkoj ponudi pruža brodske izlete, te ograničen seoski turizam temeljen na kornatskom ambijentu i poljoprivredno-ribarskom načinu života. U ponudi nema klasičnih rekreativnih aktivnosti već samo uživanje u netaknutoj prirodi. Međuotočni prostor veoma je atraktivan za razvoj kajakaškog turizma. Osim na Kornatima razvoj takvog turizma moguć je i kod Žužsko-sitskih otoka.

Vransko jezero je najveće Hrvatsko prirodno jezero koje se nalazi djelomično u Zadarskoj, a djelomično i u Šibensko-kninskoj županiji. Park u ponudi ima različite programe: tajne vranskog jezera, jezero na dlanu, mali istraživači riba i vode, mali istraživači biljaka, mali istraživači ptica i močvare, tragom prošlosti i kulturne baštine, otkrivanje bio raznolikosti, „team building“ program, radionice, putevima vranskog (k)raja i birdwatching. Cijena ulaznice je 20kn, a programi imaju drugačije određene cijene (<http://www.pp-vransko-jezero.hr/hr/>).

Unutar parka prirode Velebit se nalaze zaštićena područja: uvala Zavratnica, Velnačka glavica, Hajdučki kukovi, Rožanski kukovi, Cerovačke pećine, Posebni rezervat šumske vegetacije Štirovača, Botanički rezervat Zavižan-Balinovac-Velika kosa. Na tim područjima organiziraju se izletničke grupe, turistička vođenja te se naplaćuju naknade za aktivnosti koje se mogu odvijati na području parka: komercijalno fotografiranje, snimanje reklama/filmova, promotivne vožnje motornim vozilima i sl.

#### *4.1.2. Nautički turizam*

Nautički turizam – Predstavlja spoj turističke i pomorske djelatnosti, čija je definicija kompleksna zbog intenzivne povezanosti sa pomorstvom i plovidbenom djelatnošću. U svakom slučaju, nautička komponenta ne definira nautički turizam u

potpunosti, iako se tako može činiti ako se analizira površno. Samo uzimajući u obzir sve elemente koji ga određuju, moguće je izvesti definiciju nautičkog turizma. Nautički turizam se svrstava na: luke nautičkog turizma, charter, krstarenja (Luković, 2007).

U Šibensko-kninskoj županiji postoji već razvijena ponuda za nautički turizam u usporedbi sa ostalim županijama u primorju. Ta ponuda ima potencijala za daljnji razvoj s obzirom na razvedenost obale i bogatstvo prirodnim uvalama, lukama i obalnim stijenskim strmcima te atraktivan obalni krajolik. Svake godine nautički turizam bilježi povećanje u broju dolazaka što sugerira na važnost daljnjeg ulaganja u tu vrstu turizma. Potrebno je uložiti u višu kvalitetu usluga te proširiti sveukupnu ponudu. Trenutna ponuda se sastoji od 11 marina koji zajedno posjeduju 3001 vez, od toga se 930 vezova nalazi na kopnu. Marine koje imaju dodijeljenu plavu zastavu su : Marina „Frapa“ – Rogoznica, ACI marina „Vodice“, ACI marina „Jezera“, Marina „Danuvius“ – Tribunj i Marina „Kremik“ – Primošten. Osim marina na području Šibensko-kninske županije postoje 82 charter tvrtke i 8 sidrišta sa 163 veza(Šamanović, 2002).

Za razvoj nautičkog turizma bitno je i ulaganje u plave zastave koje označuju ekološku očuvanost i kvalitetu luka te ulaganje u infrastrukturu. Šibensko-kninsko podmorje izuzetne je vrijednosti zbog svoje očuvanosti, visoke kakvoće i prozirnosti mora, velikog broja zaštićenih morskih područja, podvodnih grebena i morskih špilja.

#### *4.1.3. Ciklo turizam*

Ciklo turizam je oblik aktivnog turizma koji se pretežito organizira u ekološki očuvanim i atraktivnim prirodnim krajolicima čime se uklapa u razvoju ekoturizma. Popularnost ciklo turizma raste iz godine u godinu stoga je potrebno ulagati u njegov razvoj. Njegova važnost je i u produljenju sezone. Trenutno u Šibensko-kninskoj županiji postoji 89 staza ukupne dužine 2 500 km. Staze se nalaze na šetnici u kanalu sv. Ante, zatim staze u Mrzloj vali, na Kljepac i sjeverna staza na otoku Zlarinu, te staze na Lozovcu, Orlicama, u Zatonu, Krtolinu, Donjem Polju i Žaboriću (<http://sibensko-kninska-zupanija.hr/>). Postoji daljnja mogućnost sa proširenje biciklističkih mreža ali bi tome trebalo prilagoditi i smještajne i ugostiteljske usluge ponajviše na ruralnim predjelima (području Jadrtovca, Žaborića, Krtolina i Vrsnog).

#### *4.1.4. Ruralno iskustvo*

Ekoturizam se također može povezati sa ruralnim jer oba valoriziraju ruralne predjele. Ruralni turizam obuhvaća sve oblike turizma koji se odvijaju u ruralnim područjima. U Šibensko-kninskoj županiji najviše se ruralnih krajeva može pronaći u kninskoj regiji i drugim zaobalnim dijelovima što uvelike pripomaže njihovom turističkom valoriziranju. U ruralnim krajevima seosko turistička imanja bitan su dio ponude, a najviše ih se može pronaći u drniškoj regiji. Uglavnom ta imanja imaju u svojoj ponudi ugostiteljske objekte te pružaju i druge različite usluge poput sportskih i rekreacijskih. Turisti na imanjima imaju priliku iz prve ruke iskusiti lokalnu kulturu, običaje, hranu pa čak i iskušati se u poljoprivrednim djelatnostima. Na otocima se gosti mogu iskušati u lovu i pripremi ribe. Najčešće kako bi privukli turiste surađuju s turističkim zajednicama (Demonija i Ružić, 2010).

#### *4.1.5. Avanturistički turizam*

Avanturistički turizam čini skup sportsko-rekreacijskih aktivnosti poput kanjoninga, kajakinga, trekkinga, planinarenja, raftinga, surfanja, slobodnog penjanja, penjanje iz mora (deep water soloinga) i sl. Zajednička karakteristika im je valorizacija dijelova prirode koje su atraktivne, ali posebnu atraktivnost imaju lokacije s netaknutom prirodom gdje se posjetitelj prepušta doživljaju dalmatinske autentične prirode. U skladu sa svojim specifičnostima i valorizaciji prirodne osnove, avanturistički turizam predstavlja oblik turizma koji bi trebao poticati turiste na kretanje unutar destinacije te turističku valorizaciju zaobalja i otočja županije. Avanturistički turizam ima ogroman potencijal za turistički razvoj u ovoj županiji te je u potpunosti usklađen s načelima održivog razvoja i ekoturizma koje su glavne stavke budućeg razvoja Šibensko-kninske županije. Trenutno, robinzonski turizam može se pronaći samo na području NP Kornatima, ali s obzirom na prostornu promociju i distribuciju gotovo netaknutih dijelova prirode moguće ga je poboljšati i stvoriti poseban turistički proizvod na području čitave Šibensko-kninske županije. Osim toga dostupno je i slobodno penjanje i trekking u kanalu Sv. Ante, Rafting i River kayaking na Krki, Paint ball na više lokacija u zaleđu, surfanja na Jadriji i u Vodicama, spuštanje Zip-Lineom na Čikoli, te se u ljetnim mjesecima u ponudi može pronaći i vožnje jet-skiom, padobranom, helikopterom i bungee jumping (<http://sibensko-kninska-zupanija.hr>).

#### *4.1.6. Kamping turizam*

Turisti koji odsjedaju u kampiralištima, kamp-odmaralištima i kampovima su izuzetne ekološke osviještenosti te stoga više od svih ostalih turista više od svega cijene i valoriziraju očuvan prirodni okoliš. Osim toga za takve turiste karakteristična je povećana uključenost u razne aktivnosti u odabranoj destinaciji, iz čega proizlazi da bi unaprjeđenje kamping turizma potpomoglo i ekološkim i ruralnim oblicima turizma (Hendija, 2006). Položaji trenutnih kampova u blizini Nacionalnog parka Krke omogućuju turističku valorizaciju Parka te je zbog održivosti destinacije potrebno daljnje povećavati kvalitetu usluge u njima. Treba imati na umu da pretjerana orijentacija na kampove može destabilizirati prirodnu osnovu zbog potencijalnog pritiska na ruralne i zaštićene prostore pa je uvažavanje maksimalnog utvrđenog kapaciteta prostora od krucijalnog značaja. U novije vrijeme javljaju se specifični oblici kamping turizma, kako na nacionalnoj, tako i na razini Šibensko-kninske županije. Trenutno Šibensko-kninska županija ima u ponudi kamping smještaj na svim plažnim rezortima i u blizini Nacionalnih parkova. U ponudi je preko 30 kampova visoke kategorije po cijene od 15 eura (Jadrija) do 70 eura (Solaris). Na otoku Obonjanu Island Festival kombinira glazbenu umjetnost i smještaj u kampu visoke kvalitete. Ta vrsta odmora spada pod tzv. glamping turizma koji označava glamurozno kampiranje, odnosno kampiranje uz zadržavanje luksuza u pogledu smještaja i usluga. Takav primjer diversifikacije i unaprjeđenja kamp smještaja moguće je pretočiti i u određenim dijelovima Šibensko-kninske županije, naravno u skladu s karakteristikama pojedinih prostora i turističke ponude u njima (<http://sibensko-kninska-zupanija.hr/>). Modernizacijom postojećih kampova svakako bi pridonijelo osvježenju u smještajnoj ponudi županije, a ujedno bi se proširila turistička ponuda i unaprijedila kvaliteta smještaja u već postojećim kampovima, kampiralištima i kamp-odmorištima.

#### *4.1.7. Planinski turizam*

Specifičnost Šibensko-kninske županije se očituje u geomorfološkoj raščlanjenosti krajolika i georaznolikosti koja se povećava prema unutrašnjosti županije. Osim što su planinski i brdski predjeli sa svrhom panoramskog resursa, oni mogu biti resurs i za planinarski turizam. Šibensko-kninska županija ima kvalitetne i velike predispozicije za

razvoj takve vrste turizma koja predstavlja aktivan boravak u prirodi kroz svladavanje različitih planinskih i brdskih nagiba. Takav vid turizma bi omogućio cjelogodišnju turističku ponudu, a odnosi se na planinarski turizam i u ljetnom i zimskom periodu čime mogu doprinijeti proširenju turističke sezone (Vrdoljak-Šalamon, 2006). Međutim, trenutna infrastruktura nije dovoljna za značajniji razvoj ovog oblika selektivnog turizma, nego je potrebno uložiti dosta sredstva u uređenje staza, razvoj mreže vidikovaca, razvoj planinarskih domova i dodatnih opskrbnih centara za turiste-planinare. Najbolje potencijale za razvoj planinarskog turizma imaju prostori drniške i kninske regije, odnosno prostori uz planine Velebit, Dinaru, Svilaju i Prominu. Dodatne mogućnosti se očituju u potencijalnoj integraciji s ostalim oblicima turizma kao što su na primjer eno gastronomski turizam, agroturizam, kamping turizam i sl.

#### *4.1.8. Zimski turizam*

Bogatstvo planinskih predjela u županiji je opisano u prethodnom poglavlju i time vidimo da to u kombinaciji s njihovim klimatskim karakteristikama predstavlja resurs i za razvoj zimskog turizma, a najveći potencijal evidentiran je na prostoru kninske regije odnosno specifičnije – planina Dinara. Dinara nije samo najviši hrvatski vrh, nego je i jedna od osobito lijepih planina na našim područjima. Danas je ona jedan od najvećih neiskorištenih turističkih potencijala Hrvatske. Tijekom zimskih mjeseci su viši dijelovi Dinare pokriveni snijegom što predstavlja osnovnu za razvoj sanjkačkog i skijaškog turizma. Turizam na planinama obuhvaća veliku ponudu različitih aktivnosti prilagođenu različitim profilima gostiju. Kategorije posjetioca koji su uključeni u zimski turizam su: alpinisti, speolozi, planinari, orijentalisti itd. Na žalost, trenutna smještajna infrastruktura planinarskih domova i prikladnih smještajno-ugostiteljskih objekata je iznimno skromna, gotovo nikakva. Također, na Dinari nije izgrađeno niti jedno skijalište zbog čega bi razvoj zimskog turizma zahtijevao značajna financijska ulaganja i sredstva, ali kada bi se to ostvarilo, značajno bi doprinijelo jačanju turističke ponude u zimskom mjesecima godine kada je ponuda najmanja (<https://www.hgk.hr/>).

#### *4.1.9. Drugi oblici turizma u prirodi*

*Birdwatching* uključuje boravak u prirodi i promatranje ptica primjenjujući praksu konzervacije i minimalnog utjecaja na prirodna staništa. Trenutna ponuda birdwatching

tura svodi se na svega dvije ture koje uključuju posjete Nacionalnom parku Krki i Parku prirode Vranskom jezeru, mada postoje značajne predispozicije za razvoj ove vrste turizma na većini Natura 2000 područja. U razdoblju gniježđenja na području Vranskog jezera obitava čak 102 vrste raznih ptica, preko zime obitava 80-ak vrsta ptica zimovalica, a za vrijeme jesenske i proljetne seobe odmara se i hrani 140-ak vrsta ptica preletnica. Program birdwatchinga se vrši od izlaska sunca nadalje, a najpogodnija razdoblja su proljeće i jesen. Program se izvodi uz pomoć stručnog vodiča i adekvatnu opremu za promatranje ptica tj. dalekozor i durbina. Te traje pet sati. Osim toga, postoji i sokolarski centar u Dubravi, zaleđu Šibenika čiji posjet košta 45kn a u cijenu ulaznice je uključen edukativni program u trajanju od 45 min (<http://www.pp-vransko-jezero.hr>).

*Lovni turizam* bi makar u kombinaciji s ostalim oblicima turizma mogao doseći značajnu ulogu u razvoju turizma unutrašnjosti. Najveći potencijal ima kninska regija s najvećim lovištem u županiji. Jeleni, srne, mufloni, divlje svinje, divokoze i ostala krupna, sitna i pernata divljač, poput fazana, jarebica, šljuka i prepelica od velike su važnosti za županiju te se o njima u svojim lovištima brinu članovi čak dvadesetak županijskih lovačkih društava, osim u Šibensko-kninskoj županiji koja je u potpunosti ignorirala ovaj oblik turizma.

S druge strane, *ribolovni turizam* već je donekle razvijen na obali i integriran u postojeće turističke aranžmane, no potrebno je turističku ponudu proširiti i na unutrašnjost (rijeke i jezera) koja ima povoljne predispozicije. U Šibeniku su za sada znani sportski ribolovni klub Arbut Šibenik preko koje se moguće učlaniti i dobiti dozvolu za ribolov te Pangea ribolovni centar koji radi na području Šibenika i Splita te imaju vlastiti web shop za prodaju opreme.

#### **4.2. Kulturni i gradski turizam**

Kultura je sama jezgra turizma kao fenomena, koji se pojavio na određenoj razini kulturnog razvoja društva. Svako turističko kretanje sa sobom nosi neki element kulture zbog samog premještanja pojedinca iz jedne u drugu kulturnu sredinu. Većina atrakcija u svijetu koje se valoriziraju kroz turizam odražava na neki način lokalnu kulturu (Rabotić, 2013). Kulturni turizam vrsta je selektivnog oblika turizma u kojem prvo mjesto imaju interesi turista za lokalitetima i sadržajima kulturno-povijesnog karaktera tj., materijalnom ili opipljivom (kulturno-povijesne građevine i spomenici, artefakti, umjetničke galerije i muzeji) i nematerijalnom ili neopipljivom (aspekti

pojedine kulture, duhovna vjerovanja, kulturne priredbe i manifestacije, društvene vrijednosti i tradicije) kulturnom baštinom (Geić, 2011).

Iznimni kulturni resursi Šibensko-kninske županije dopunjuju i diversificiraju turističku ponudu prostora te su od velikog značaja za daljnji napredak turizma. Najveći se potencijal nalazi u urbanim sredinama Šibeniku, Kninu, Drnišu i Skradinu gdje je moguć razvoj kroz urbanu obnovu, izgradnju novih kulturnih atrakcija te razvoj kulturnih manifestacija i stvaranje tematskih cjelina. Iako kulturne manifestacije potpomažu u valorizaciji statičkih kulturnih resursa glavni proizvod kulturnog turizma su kulturne ture. Kulturne ture sjedinjuju sve kulturno-povijesne, vjerske, arheološke i etno turističke aspekte pojedine destinacije te se na taj način valorizira velik obujam urbanih i ruralnih resursa.

#### *4.2.1. Arheološki turizam*

Jedan od selektivnih oblika kulturnog turizma je arheološki turizam, njegov cilj je promicati arheološku baštinu uzimajući u obzir aspekt zaštite arheoloških lokaliteta (Jelinčić, 2009). Koncentracija arheoloških lokaliteta najveća je u unutrašnjosti Šibensko-kninske županije te takva prostorna distribucija arheološke baštine čini je glavnim turističkim potencijalom zaobalja uz prirodne resurse. Loša smještajna i prometna infrastruktura te manjak interpretacijske ponude glavni su nedostaci koji sprječavaju daljnji razvoj takvog oblika turizma. Glavni potencijal za početak razvoja arheološkog turizma imaju Burnum i arheološki park Arauzona koji su trenutno jedina dva uređena lokaliteta, ali niti oni nemaju potpuno uređenu turističku infrastrukturu (<http://sibensko-kninska-zupanija.hr/>). Treba napomenuti kako ovakav oblik turizma privlači turiste koje zanimaju svi aspekti kulturnih događanja, lokalna gastronomija i luksurniji hoteli te se to treba uzeti u obzir pri kreiranju turističke ponude.

#### *4.2.2. Etno turizam*

Etno turizam jedan je od oblika kulturnog turizma, koji u nekim dijelovima Šibensko-kninske županije ima potencijala da postane primarni oblik turizma. Najveća koncentracija lokaliteta etnološke baštine nalazi se u Primoštensko-rogozničkoj regiji gdje je i najbolje integriran u postojeću turističku ponudu uz eno gastronomski i agroturizam. Velik broj napuštenih naselja na otocima i u zaobalju također ima potencijala za razvoj ovog oblika turizma transformirajući se u etnosela koja bi

prikazivala povijesti i načina života lokalnog stanovništva u autohtonoj dalmatinskoj arhitekturi. Dobar primjer prakse je tematski park Etnoland Dalmati u Pakovom Selu koji je nakon NP Krke najposjećenija destinacija u zaobalju županije. Etnoland Dalmati pretvorio je etnološku baštinu u poseban i atraktivan turistički proizvod koji uz specifičan prirodni krajolik NP Krke upotpunjava uređenje mlinice koje se mogu turistički valorizirati i na ostalim lokalitetima u županiji (<http://sibensko-kninska-zupanija.hr/>). Ovaj oblik turizma bilo bi poželjno integrirati i sa agroturističkom i eno gastronomskom ponudom.

#### *4.2.3. Eno gastronomski i gastronomski turizam*

Eno gastronomski ili vinski i gastronomski turizam podrazumijevaju posjet destinaciji s primarnim ciljem da se zadovolji interes za lokalnu nacionalnu ili regionalnu gastronomiju, a uključuje konzumiranje hrane i pića, učenje o pripremi jela, kupovinu proizvoda povezanih s hranom i pohađanje tečaja za kuhanje (Rabotić, 2013).

Gastronomska i enološka ponuda najadekvatnija je za integraciju sa svim drugim selektivnim oblicima turizma. U Šibensko-kninskoj županiji dostupna je autohtona mediteranska hrana u kombinaciji s onom iz kontinentalnog zaleđa. Kuća Mediterana pruža poticaj za razvoj eno gastronomskog turizma koja bi prezentirala i promovirala ukupnu ponudu županije na jednom mjestu. Bitno je pružiti kvalitetnu i raznovrsnu ponudu hrane i vina u kojoj će se očitavati specifičnosti tradicionalne kuhinje. Ponuda također mora biti prilagođena različitim skupinama potrošača npr. biološki uzgojena hrana, veganska hrana, hrana prilagođena ukusima pojedinih vrsta skupina turista itd. (Demonja i Ružić, 2010). Turističku valorizaciju ovog oblika turizma omogućuju i eno gastronomske manifestacije koje je potrebno više promovirati.

#### **4.3. Ostali selektivni oblici turizma**

Ostali selektivni oblici turizma s visokim potencijalom za razvoj na području Šibensko-kninske županije su ljetni odmorišni turizam zasnovan na suncu i moru (s naglaskom na kupališni), zdravstveni turizam, vjerski turizam, kongresni turizam, luksuzni, izletnički i tranzitni turizam. Sunce i more kao tradicionalan turistički proizvod županije čini odmor u obalnim destinacijama u ljetnom razdoblju i rekreativne aktivnosti na moru. Najuređenije plaže trenutno se nalaze u pirovačko-murterskoj i primoštensko-



rogozničkoj regiji. Tisućljetna katolička povijest te bogata sakralna baština županije predispozicija je za razvoj vjerskog turizma. Trenutno je vjerski turizam zastupljen kao dio kulturnog turizma kroz posjećivanje sakralnih objekata uz druge kulturne objekte u destinacijama. „Vjerski turizam može se definirati kao oblik turističkih kretanja kojima turisti nastoje zadovoljiti potrebe religijskog i duhovnog karaktera. Ovaj oblik se često naziva i hodočasnički turizam. U centru zbivanja je posjet hodočasnika sakralnim objektima (crkvama, hramovima i dr.) koji na taj način putem turističke potrošnje izravno potpomažu očuvanju kulturne i povijesne baštine (Pirjevec i Kesar, 2002).“ Od hodočasničkih ruta postoji jedna duga 1500km te povezuje vjerske lokalitete u Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini (Gunja – Aljmaš – Požega – Križevci – Karlovac – Trsar – Gospić/Škabrnja/Udbina – Knin – Sinj – Međugorje – Dubrovnik, Srđ).

Hrvatski zdravstveni turizam ima bogatu tradiciju još od rimskog doba zbog povoljnih uvjeta za razvoj, a to su povoljna klima, morski i slatkovodni peloidi, morska i slatka voda, pijesak i nafta bogata naftenima (<https://zdravlje.gov.hr/>). Posebnost Šibensko-kninske županije iz aspekta zdravstvenog turizma ogleda se u nalazištima peloida tj. ljekovitog blata. Predviđena je izgradnje jedne zone u funkciji zdravstvenog turizma, a kao potencijalno vodeće odredište ističe se Jadrtovac.

Postoji niz atrakcija na području Šibensko-kninske županije koje su postale iznimno popularne za izletnički turizam. Izlet se definira kao kraće putovanje u svrhu odmora ili rekreacije te se odvija unutar 24 sata (<http://hjp.znanje.hr/>). Najpoznatiji primjer atrakcija županije koje turisti ciljano posjećuju na izletima su sponici kao katedrala sv. Jakova, tvrđava u Kninu i NP Krka. Kratkotrajnim zaustavljanjem na atrakcijama turisti troše kroz plaćanje parkinga, suvenira, ulaznica i sl.

## **5. Turistička ponuda županije**

Analiza postojeće turističke ponude županije temelji se na analizi ugostiteljskih i smještajnih kapaciteta te analizi ponude atrakcija u turističkim destinacijama.

### **5.1. Ugostiteljska ponuda**

Ugostiteljski sadržaji mogu se podijeliti u tri kategorije:

1. restorani, konobe i pizzerije,
2. noćni klubovi te
3. seosko-turistička imanja koja nude ugostiteljske usluge.

Ugostiteljska ponuda na području Šibensko-kninske županije pretežito je koncentrirana na obalnom i priobalnom dijelu županije, dok su otoci i zaobalje gotovo marginalizirani (samo 1/10 ugostiteljskih objekata). Uvjerljivu većinu u strukturi ugostiteljske ponude čine objekti iz kategorije restorana, konoba i pizzerija većinom smješteni u pirovačko-murterskoj, vodičko-tribunjskoj i šibenskoj regiji. Noćni klubovi koncentrirani su u većim urbanim središta poput Šibenik, Vodice, Primošten te otoka Murter, dok zaobalje ima tek dva noćna kluba čime taj prostor postaje neatraktan za mlađe turiste.

### **5.2. Ponuda smještaja**

Prema podacima preuzetim sa eVizitora provedena je analiza smještajne ponude. eVizitor je jedinstveni informacijski sustava za prijavu i odjavu turista te ostalih podataka o smještajnim objektima. Na taj način evidentirano je 14.878 smještajnih objekata s ukupno 100.992 ležaja na prostoru Šibensko-kninske županije. Od toga najviše je smještajnih objekata i ležajeva evidentirano u pirovačko-murterskoj regiji, a slijede ju vodičko-tribunjska i primoštensko-rogoznička regija. Kao i kod većine drugih podataka, prostorna distribucija smještajnih kapaciteta ukazuje na izraženu koncentraciju u priobalnim regijama.

Prema podacima po kategorijama kvalitete smještaja, zaključeno je kako je zapadni dio priobalja županije orijentiran na smještajne objekte i kapacitete manje kategorije što privlači masovni turizam i veći broj turista, dok središnji i istočni dio priobalja nudi nešto veću ponudu smještajnih kapaciteta različite kategorije kvalitete.

Prema strukturi objekata po vrsti smještaja, najveći udio smještajnih objekata čine objekti u domaćinstvu s 43,9 %.

U tradicionalnim turističkim mjestima poput Murtera, Šibenika i Vodica hotelski smještaj je najzastupljeniji dok su kampovi uvelike orijentirani u poznatim kamping destinacijama poput pirovačko-murterska i brodaričko-grebaštička regije te prostora uz Prokljansko jezero. Zaobalje županije još uvijek nema razvijenu kamping infrastrukturu.

### **5.3. Ponuda atrakcija**

Ponuda atrakcija predstavlja različite elemente kulturne, zabavne, eno gastronomske, ekoturističke i različite druge turističke ponude koji su prilagođeni za turističke posjete i sukladno tome se turistički valoriziraju i promoviraju. U okviru poglavlja izdvojene su ponajbolje atrakcije koje mogu biti primjerima za razvoj turističke ponude.

#### **1. Kupališne atrakcije**

Uz Nacionalni park Krku, plaže su najuređenije i turistički najiskorištenije atrakcije u Šibensko-kninskoj županiji što je posljedica najduljeg turističkog korištenja. 2016. g. šibenska plaža Banj osvojila priznanje za najbolju plažu na Jadranu. Od kupališnog turizma, istaknuta atrakcija je i vodeni park u hotelskom kompleksu Solaris.

#### **2. Kulturno-turističke atrakcije**

U Šibensko-kninskoj županiji još uvijek velik dio kulturno-povijesne baštine nije turistički valoriziran. Najveći stupanj turističke valorizacije imaju vrijedne kulturno-povijesne jezgre u priobalju. Od kulturnih atrakcija turistički se ističe etnološki tematski park Etnoland Dalmati u Pakovu Selu (drniška regija) čija je etnografska zbirka uvrštena na popis kulturne baštine Republike Hrvatske. Osim toga ističu se tvrđave u Šibeniku, Drnišu i Kninu koje su u novije vrijeme postale važnim segmentom turističke ponude Šibensko-kninske županije. Posebnu atraktivnosti ima tvrđava sv. Nikole koja je kandidirana za ulazak na UNESCO-ov Popis svjetske baštine. Od sakralne je baštine turistički valorizirano četrnaest samostana i crkava od čega je najveći broj u šibenskoj regiji (čak 12). Posebno se ističe Katedrala sv. Jakova koja je uvrštena na UNESCO-ov Popis svjetske baštine.

### **3. Eno-gastronomska ponuda**

Eno-gastronomska baština Šibensko-kninske županija temelji se na mediteranskoj i kontinentalnoj kuhinji koja je prepoznatljivijom na svjetskoj eno-gastronomskoj sceni. Tradicionalni lokalni proizvodi kao što su pršut (posebice drniški), vina i drugi prehrambeni proizvodi čine osnovu za turističku distinkciju Šibensko-kninske županije u nacionalnim okvirima. Od važnih gastronomskih lokaliteta ponajviše se ističu restoran Pelegrini (jedan od najpoznatijih hrvatskih restorana i dobitnik nagrada „Dobri restorani“ za najbolji restoran Hrvatske) i kušaonica vina Bibich (međunarodno prepoznatljiva vina koja se služe u ponajboljim svjetskim restoranima).

### **4. Manifestacijske atrakcije**

Šibensko-kninska županija poznata je po iznimno velikom broju različitih kulturnih i zabavnih manifestacija. Međunarodni festival djeteta (koji će 2020. obilježiti svoju 60. godinu održavanja), OFF festival (festival Jazz & Blues glazbe), SUPERTOON (festival animiranog filma) i Deboto festival (festival glazbe uz lokalnu hranu i vino) u Šibeniku te glazbeni festivali SuperUho (koji se održavao u Šibeniku i Primoštenu) i Sajam agroturizma u Skradinu. Grad Drniš ističe se eno-gastronomskim manifestacijama koje upotpunjavaju ponudu poznatih i cijenjenih restorana u županiji te prezentiraju lokalne proizvođače s lokalnim prehrambenim proizvodima.

### **5. Avanturističke atrakcije**

Od ponude avanturističkih atrakcija tu su: bungee jumping sa Šibenskog mosta visine 40m, freeclimbing (sportsko penjanje po stijenama) i paintball tereni. Najpoznatija avanturistička staza u Šibensko-kninskoj županiji nalazi se u kanjonu Čikole čime su ostvareni preduvjeti za njegovu turističku valorizaciju, a u blizini se nalazi i vrlo atraktivni zip-line dug oko 1400m te rute za kanue. Na području županije ističu se dvije lokacije na kojima je organizirano sportsko penjanje – na vježbalištu Marunuši u Kninu te na rijeci Čikoli u Pakovom Selu.

Uz nabrojene atrakcije izrazitu vrijednost imaju i pješačke, planinarske i biciklističke staze i putovi, podmorske atrakcije, nacionalni parkovi, seosko-turistička ponuda i ponuda birdwatchinga o kojima je detaljnije pisano u poglavlju 4.1.

## **6. Zaključak**

Usprkos velikom resursnom bogatstvu, turistička ponuda Šibensko-kninske županije u proteklom se razdoblju prvenstveno oslanjala na proizvod sunca i mora tek dopunjen nešto izraženijim posjetima Nacionalnom parku Krki dok su se ostali turistički proizvodi tek počeli razvijati pri čemu su neki i dalje na samom začetku.

Proširenje ponude trebalo bi zahvatiti ne samo one vrste turizma koje su vezane uz sunce i more, već i selektivne oblike turizma koji bi nadopunjavali postojeću ponudu što bi u konačnici doprinijelo povećanju prihoda od turizma i ulaganja u infrastrukturu, odnosno povećalo mogućnosti za kvalitetniji ukupni gospodarski rast i povećanje kvalitete života.

U županiji se mogu naći lokaliteti od iznimne vrijednosti s aspekta historiologije, arheologije, etnologije, povijesti umjetnosti i drugih znanosti. Značajne napore potrebno je uložiti kako bi se napravio zaokret prema održivom turističkom razvoju sa selektivnim oblicima turizma i snažnijom valorizacijom prirodne i kulturne baštine. Analiza stanja dala je indikativne podatke o resursnoj osnovi i povoljnim i ograničavajućim lokalnim uvjetima koji ukazuju na potrebu za progresivnim djelovanjem u svim dijelovima županije.

## Literatura

### Knjige:

1. Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O., 2011: *Turizam - ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb
2. Demonja, D., Ružić, P., 2010: *Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima*, Meridijani, Zagreb
3. Geić S., 2011: *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilišni studijski centar za stručne studije Split, Split
4. Hendija Z., 2006: Kamping turizam, u: *Hrvatski turizam : plavo, bijelo, zeleno* (ur. Čorak, S., Mikačić, V.), Institut za turizma, Zagreb, 65-92
5. Jelinčić, D.,A., 2009: Kulturni i arheološki turizam, u: *Arheologija i turizam u Hrvatskoj* (ur. Mihelič, S.), Arheološki muzej u Zagrebu, Zagreb, 16-32
6. Maštrović, A.,1972: *Šibenik*, Grafički zavod Hrvatske, Zagreb
7. Pirjevec, B., 1998: *Ekonomska obilježja turizma*, Golden marketing, Zagreb
8. Pirjevac, B., Kesar, O., 2002: *Počela turizma*, Mikrorad, Zagreb
9. Rabić, B., 2013: *Selektivni oblici turizma*, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd
10. Šamanović, J., 2002: *Nautički turizam i management marina*, Ekonomski fakultet Split, Split
11. Vrdoljak-Šalomon, B. 2006: Planinski turizam, u: *Hrvatski turizam : plavo, bijelo, zeleno*. (ur. Čorak, S., Mikačić, V.),Institut za turizam, Zagrebstr. 239-267.

### Časopisi:

1. Brunsko, Z. (2002). 'TURISTIČKA MOTIVACIJA', *NAŠE MORE*, 49(1-2), str. 70-75. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/209280> (Datum pristupa: 07.08.2019.)
2. Červar, G. (2014). IVICA POLJIČAK: ŠIBENIK NA KVADRAT. *Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku*, (1-2/2014), 179-182. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/124982>
3. Luković, T. (2007). 'NAUTIČKI TURIZAM, DEFINIRANJE I RAZVRSTAVANJE', *Ekonomski pregled*, 58(11), str. 689-708. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/18087> (Datum pristupa: 07.08.2019.)
4. Tambača, A.,1987: *Šibensko iverje*, Štampa Šibenik, Šibenik

Internetske stranice:

1. <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763#poglavlje293714>
1. <https://www.sibenik-tourism.hr/>
2. <http://croatia.eu/article.php?id=34&lang=1>
3. <http://www.grad-vodice.hr/>
4. <https://www.hgk.hr/documents/plan-razvoja-turizma-grad-knina>
5. <http://www.pp-vransko-jezero.hr>
6. <http://sibenskiportal.rtl.hr>
7. <https://mojtv.hr/kanal/tv-program/409/lov-i-ribolov.aspx>
8. <https://zdravlje.gov.hr/o-ministarstvu/djelokrug-1297/zdravstveni-turizam/1343>
9. <http://hjp.znanje.hr/>
10. <http://sibensko-kninska-zupanija.hr/upload/stranice/2016/07/2016-07-19/214/dokumenti/MPTSKZ.pdf>
11. <http://sibensko-kninska-zupanija.hr/stranica/opi-podaci/70>

## **Prilozi:**

Slika 1.: Novinska reklama za izlet u Dalmaciji

## **Sažetak:**

Tema ovog završnog rada je turistička ponuda Šibensko-kninske županije. U ovom radu se istražila ponuda selektivnih oblika turizma i mogućnost njihovog daljnjeg razvoja na području Šibensko-kninske županije. Šibensko-kninska županija sa svojom bogatom povijesno, kulturnom i prirodnom baštinom ima sve predispozicije za daljnji razvoj ruralnog i ekoturizma, kulturnog i gradskog turizma i drugih selektivnih oblika turizma kao što su ljetni odmorišni turizam zasnovan na suncu i moru (s naglaskom na kupališni turizam), zdravstveni turizam, vjerski turizam, kongresni turizam, luksuzni, izletnički i tranzitni turizam. Općenito, razvojem selektivnih oblika turizma omogućit će se valorizacija prirodnih, kulturnih i ostalih resursa koji će ponuditi nov i drugačiji turistički doživljaj koji će smanjiti tradicionalnu ovisnost o turističkoj ponudi sunca i mora. Velik udio trenutno postojećih turističkih atrakcija nastao je nekontroliranim transformacijom i valorizacijom turističkih resursa koji su međusobno nepovezani, nedostaje im turistička infrastruktura kao i program njihove valorizacije i interpretacije, a najčešće i budući planovi korištenja. U većini turističkih regija turistička infrastruktura je nepotpuna, a komunalna i prometna infrastruktura nužna za ostvarivanje turističke djelatnosti ograničavajući je faktor u unutrašnjosti i na otocima.

## **Abstract:**

The topic of this final paper is the tourist offer of the Šibenik-Knin County. This paper explores the offer of selective forms of tourism and the possibility of their further development in the Šibenik-Knin County. The Šibenik-Knin County, with its rich historical, cultural and natural heritage, has all the prerequisites for the further development of rural and ecotourism, cultural and urban tourism and other selective forms of tourism such as sun and sea-based summer holiday tourism (with an emphasis on beach tourism), health tourism, religious tourism, congress tourism, luxury, excursion and transit tourism. In general, the development of selective forms of tourism will enable the valorisation of natural, cultural and other resources, which will offer a new and different tourist experience that will reduce the traditional dependence on turistic offer of sun and sea. Existing tourist attractions are for the most part uncontrollably transformed and valorized tourist resources that are mutually unrelated, there is a lack of tourism infrastructure as well as a program for their valorisation and interpretation, and most often future use plans. In most tourist regions, tourist



infrastructure is incomplete, and the communal and transport infrastructure necessary for the pursuit of tourist activity is a limiting factor in land and islands.