

TURIZAM U SKLOPU LOKALNOG RAZVOJA GRADA ŠIBENIKA

Stančić, Ana

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:489894>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-08**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

ZAVRŠNI RAD

**TURIZAM U SKLOPU LOKALNOG
RAZVOJA GRADA ŠIBENIKA**

Mentor:

Doc. dr. sc. Blanka Šimundić

Studentica:

Ana Stančić

Split, rujan, 2019.

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
1.1. Problem rada	1
1.2. Predmet rada	1
1.3. Cilj rada	2
1.4. Metode rada	2
1.5. Struktura rada	3
2. ŠIBENIK U HRVATSKOJ	4
2.2. Zemljopisna i povijesna obilježja.....	6
2.3. Demografska obilježja.....	11
2.4. Gospodarstvo	12
3. TURIZAM U SKLOPU LOKALNOG RAZVOJA GRADA ŠIBENIKA.....	14
3.1. Uloga turizma u gospodarstvu Republike Hrvatske.....	15
3.2. Razvoj turizma u Republici Hrvatskoj	18
3.2.1. Hrvatski turizam u brojkama	20
3.3. Vrste turizma razvijene na području Šibensko- kninske županije	23
3.3.1. Kulturni turizam.....	25
3.3.2. Seoski turizam.....	28
3.3.3. Gastronomija.....	29
3.3.4. Nautički turizam.....	30
3.3.5. Sportski turizam	32
3.4. Strategija razvoja grada Šibenika.....	34
3.5. Investicije u turističku infrastrukturu	41
3.5.1. Obnova kulturnih spomenika.....	41
3.5.2. Ulaganja u infrastrukturu.....	48
3.6. Djelovanje lokalnih jedinica.....	52
4. ANALZA DOSADAŠNJEG RAZVOJA GRADA ŠIBENIKA I TURIZMA U GRADU S PERSPEKTIVOM BUDUĆEG RAZVOJA.....	54
5. ZAKLJUČAK.....	73
LITERATURA	74
POPIS SLIKA.....	79
POPIS TABLICA	79
SAŽETAK	80
SUMMARY	81

1. UVOD

1.1. Problem rada

Turizam je društveni, kulturni i ekonomski fenomen koji podrazumijeva kretanje ljudi u zemlje ili mjesta izvan njihovog uobičajenog okruženja 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.¹

Svoj procvat u Republici Hrvatskoj turizam doživljava u 20. stoljeću te je danas najunosnija djelatnost i jedna od glavnih gospodarskih grana. U primorskom dijelu ljeta predstavlja glavni dio sezone i vrijeme kada u turizmu sudjeluju i brojna kućanstva kao privatni iznajmljivači soba i apartmana što im predstavlja dodatnu zaradu.

Specifičnost turizma je njegova dinamična promjenjiva okolina. Upravo iz tog razloga i bitnosti turizma za hrvatsko gospodarstvo potrebno ga je pomno planirati i strateški se prilagođavati novim potrebama na tržištu.

Grad Šibenik u posljednjih desetak godina također se, kao i mnogi gradovi u priobalju, sve više okreće turizmu i radi na obogaćivanju i kvaliteti svoje ponude. Zahvaljujući svojoj bogatoj povijesti i geografskom položaju pogodan je za razvoj različitih vrsta turizma te je sve privlačnija destinacija kako domaćim tako i stranim turistima.

1.2. Predmet rada

Predmet istraživanja ovog rada je istražiti različite vrste turizma razvijene na području grada Šibenika. Istražit će se djelovanja i potpora lokalnih jedinica u razvoju različitih vrsta turizma te njihova uspješnost u povlačenju sredstava iz fondova Europske unije u svrhu brendiranja grada Šibenika kao turističke destinacije. Također, prikazat će se kretanja broja dolazaka i noćenja turista u različitim vrstama smještaja u posljednjih nekoliko godina te samo povećanje ili smanjenje smještajnih kapaciteta.

¹ Čavlek N., Bartoluci M., Prebežac D., Kesar O. i suradnici(2011) : Turizam - Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb

1.3. Cilj rada

Cilj rada je pokazati koliko je grad Šibenik napredovao kao turistička destinacija. Prikazat će se različiti specifični oblici turizma razvijeni na ovom području. Njihov razvoj uvelike je utjecao na želju ljudi šibenskog podneblja na bavljenje turizmom i ugostiteljstvom te ulaganje u različite vrste smještaja, gastronomsku ponudu i sl. Dokazat će se da je na taj način turizam imao velik utjecaj i na lokalni razvoj grada Šibenika.

1.4. Metode rada

Rad će se sastojati od dva dijela : teorijski dio i empirijski dio. U teorijskom dijelu rada predstaviti će se grad Šibenik, razvoj turizma u Republici Hrvatskoj, te specifične oblike turizma razvijene na području grada Šibenika. Za izradu ovog rada koristit će se dostupna stručna literatura i informacija dostupne putem interneta te ujedno i informacije omogućene od strane lokalnih jedinica i državnih institucija u Gradu Šibeniku.

Za teorijski dio rada koristit će se sljedeće metode:

- Metoda analize – predstavlja proces raščlanjivanja složenih informacija na jednostavnije zasebne elemente koji se kasnije dodatno izučavaju,
- Metoda dedukcije - predstavlja proces kojim se od općeg uda dolazi do pojedinačnog zaključka,
- Metoda deskripcije ,
- Metoda klasifikacije .

U drugom, empirijskom dijelu istražiti će se dosadašnji razvoj grada Šibenika, razvoj turizma i kretanje smještajnih kapaciteta. Metodom analize istražiti ćemo doprinos turizma gradu i građanima Šibenika , odnosno lokalnom razvoju. Nadalje koristit će se:

- Metoda komparacije – proces uspoređivanja srodnih pojava u određenom vremenskom intervalu,
- Metoda dokazivanja.

1.5. Struktura rada

Rad će se sastojati od 5 dijelova.

U prvom dijelu završnog rada će se definirati problemi i predmet istraživanja rada, cilj rada i korištene metode.

U drugom dijelu rada predstaviti će se grad Šibenik. Ovaj dio sadrži osnovne informacije o Gradu Šibeniku, njegova povijesna obilježja i razvoj. Isto tako, ukratko će se opisati zemljopisna, gospodarska i demografska obilježja grada.

U trećem dijelu rada definirat će se teorijske odrednice turizma, njegov razvoj u Republici Hrvatskoj i nadalje u Gradu Šibeniku. Istražit će se i predstaviti različiti specifični oblici turizma koji su se razvili na području Šibensko – kninske županije i samom gradu Šibeniku. Grad Šibenik u proteklim godinama u svom planiranju i investicijama u infrastrukturu oslonio se uvelike na fondove Europske unije, te će ovom dijelu biti predstavljeni projekti za koje su se sredstva koristila i , nadalje, predstaviti ćemo razvojnu strategiju Grada koja je vrijedi za trenutno razdoblje.

Četvrti dio rada predstavlja analizu dosadašnjeg razvoja grada i turizma. Istražit će se kretanje smještajnih kapaciteta, kao i kretanje dolazaka i noćenja turista na području grada Šibenika. Također, pokazati će se prihodi i rashodi poduzetnika koji djeluju u turizmu.

U zadnjem dijelu rada iznijeti će se zaključak na temelju informacija dostupnih iz prethodnih dijelova rada. Zaključak bi trebao pokazati koliko turizam uistinu doprinosi lokalnom razvoju grada Šibenika.

2. ŠIBENIK U HRVATSKOJ

Poglavlje o gradu Šibeniku pruža informacije u smislu osnovnih informacija, povijesna i zemljopisna obilježja, gospodarstvo te analiza trenutnog stanja.

2.1. Osnovne informacije

Šibenik je smješten u središnjem dijelu hrvatske obale Jadrana, u slikovitom, razvedenom zaljevu u koji utječe Krka, jedna od najljepših hrvatskih kraških rijeka. Danas je Šibenik administrativno - politički, gospodarski i društveno - kulturni centar Šibensko - kninske županije koja se prostire duž obale zadarskog i splitskog dijela primorja u dužini oko 100 km, dok njezino zaleđe dopire sve do podnožja Dinare, udaljenog 45 km.

Šibensko - kninska županija na površini od 1860 km² obuhvaća otočni i obalni dio te zaleđe. Otočni dio Šibensko - kninske županije čine 242 otoka, otočića i nadmorsko grebenje. Taj arhipelag je pretežno smješten u sjeverozapadnome dijelu šibenskog akvatorija, ističe se razvedenošću i slabom naseljenošću - na šibenskom području postoji svega 10 otočkih naselja. Najbrojnija otočna skupina Kornati poznata je po bizarnosti svojih oblika i raskošnim prirodnim ljepotama.

Kroz uski, krivudavi kanal se iz šibenskog zaljeva dugačkog 10 km i širokog 300 - 1200 metara, izlazi na otvoreno more i otočno područje. Obalno područje šibenskog kraja dopire samo nekoliko kilometara od mora, do brdskog niza Trtar, a na jugoistoku do podnožja Svilaje. Ovaj prostor na kojem živi veći dio stanovnika županije, doživio je snažnu urbanizaciju poslije 2.svjetskog rata. Ovdje su smješteni gotovo svi proizvodni kapaciteti i koncentrirana gotovo sva gospodarska djelatnost i snaga županije.²

Grad Šibenik predstavlja najstariji samorodni grad na Jadranu, te je kulturno, gospodarsko, obrazovno, uporno središte i glavni grad Šibensko- kninske županije. Gradsko naselje broji 34 302 stanovnika, dok općina Šibenik broji 46 332 stanovnika.

² Šibensko- kninska županija, službene stranice : Opći podaci, [Internet], raspoloživo na <http://sibensko-kninska-zupanija.hr/stranica/opi-podaci/70> (23.01.2019.)



Slika 1. Grb Grada Šibenika

Izvor: Wikipedija (2015) : Šibenik(grb) na dan 20. lipnja 2005., [Internet], raspoloživo na [https://hr.wikipedia.org/wiki/Datoteka:%C5%A0ibenik_\(grb\).gif](https://hr.wikipedia.org/wiki/Datoteka:%C5%A0ibenik_(grb).gif)

U povodu 20 godina Konvencije UN-a o pravima djeteta i 10 godina Akcije: Gradovi i općine prijatelji djece, 20. studenog 2009. Grad Šibenik stekao je željeni status Grada prijatelja djece. U svečanom dijelu programa, u zagrebačkoj starogradskoj vijećnici, gradonačelniku Grada Šibenika dr. Anti Županoviću dodijeljena je Povelja kojom je Šibenik stekao status grada - prijatelja djece. U posebnoj kategoriji -pohvala za Naj-akciju 2009.g. – Trka za moj grad Šibenik je također dobio posebno priznanje.³



Slika 2: Šibenik- Grad prijatelj djece

Izvor: Grad Šibenik : Grad Šibenik – prijatelj djece, [Internet], raspoloživo na <http://www.sibenik.hr/mai/grad-sibenik---prijatelj-djece> (23.01.2019.)

³ Grad Šibenik : Grad Šibenik – prijatelj djece, [Internet], raspoloživo na <http://www.sibenik.hr/mai/grad-sibenik---prijatelj-djece> (23.01.2019.)

Šibenik je potpisnik Energetske povelje gradonačelnika i župana Republike Hrvatske. Energetska povelja je deklaracija predstavnika lokalne i područne samouprave, kojom se iskazuje svjesnost i politička volja o potrebi gospodarenja energijom na lokalnoj razini, brizi o zaštiti okoliša te racionalnom gospodarenju resursima na dobrobit lokalne zajednice i svih građana.

2.2. Zemljopisna i povijesna obilježja

Grad Šibenik predstavlja administrativno središte Šibensko-kninske županije koja graniči sa Zadarskom i Splitsko-dalmatinskom županijom, morskom državnom granicom s Italijom te kopnenom s Bosnom i Hercegovinom. Površina Grada Šibenika iznosi 404,93 km².

Sa sjeverozapada graniči s gradom Vodice, sa sjevera s gradom Skradinom, s istoka s gradom Drnišem, s juga s gradom Primoštenom i općinom Marina, dok se grad sastoji od 31 naselja. Administrativno sjedište općine čini naselje Šibenik sa svim funkcijama regionalnog središta.

Područje Grada Šibenika predstavlja kontaktni prostor srednje i sjeverne Dalmacije, pretežno je niskog ili blago valovitog reljefa. Šibenik se razvio između Zadra na sjeverozapadu (72 kilometara udaljenosti) i Splita na jugoistoku (86 kilometra udaljenosti), na prostoru sjeverne Dalmacije. Otočno pročelje je među najrazvedenijima na hrvatskoj obali (Šibensko otočje), a sastoji se od šest većih otoka (Krapanj, Zlarin, Obonjan, Kaprije, Kakan i Žirje), te od 24 otočića. S obzirom na uski i dugi ulaz s otvorenog mora grad je relativno zatvoren te se bitno razlikuj izgledom od Zadra i Splita.⁴

⁴ Stažičić, N. (1989). Pomorska geografi ja Jugoslavije. Školska knjiga: Zagreb.



Slika 3: Položaj grada Šibenika i Šibensko- kninske županije

Izvor: Grad Šibenik (2011) : Analiza stanja – Strategija razvoja grada Šibenika , str. 17. (24.01.2019.)



Slika 4: Položaj Šibenika u Šibensko- kninskoj županiji

Izvor: Grad Šibenik (2011) : Analiza stanja – Strategija razvoja grada Šibenika , str. 17. (24.02.2019.)

Povoljan prometni položaj grada Šibenika obilježavaju:

- Cestovno čvorište budući se nalazi na sjecištu državnih cesta D8, D33, D58. Navedeni glavni prometni pravci povezuju ga sa Zadrom na sjeveru i Splitom na jugu, ali i preko Kninskih vrata prema kontinentalnom području. Nadalje, Šibenik ostvaruje direktni priključak na Jadransku autocestu - A1, čime je uključen u mrežu državnih autocesta, a samim time povezan i s mrežom europskih autocesta.
- Željeznička prometna veza - magistralna pomoćna željeznička pruga Šibenik - Perković sa spojem na glavni prometni pravac Split - Zagreb, odnosno preko Knina prema Zadru te Bosni i Hercegovini, čime se područje Šibenika uključuje u prometno željeznički sustav županije i države.
- Zračni se promet odvija preko zračne luke "Split" u Kaštelima (45 km) i zračne luke Zemunik (50 km) od Šibenika, što ukazuje da predmetno područje ima relativno jednostavan pristup i prema tim segmentima prometne infrastrukture, posebno značajnim za ostvarenje šire regionalne (državne, europske i globalne) povezanosti.

- Luka Šibenik otvorena je za javni promet od osobitog (međunarodnog) gospodarskog interesa za Republiku Hrvatsku. Prometno-prostorna organizacija luke omogućuje prihvat svih vidova pomorski orijentiranih djelatnosti: trajektni, putnički i teretni promet, nautički, rekreacijski, ribarski i ostale sadržaje, pa sve do remonta i brodogradnje. Preko lučke infrastrukture ostvaruje se teretni i putnički promet unutar županijskog i šireg područja, a ista ima posebnu ulogu u daljnjem razvitku nautičkog turizma⁵.



Slika 5: Povijesna slika Šibenika

Izvor: Šimundić, I.: POVIJESNE PIKANTERIJE O VELIKOJ KUGI U ŠIBENIKU: Zbog spaljivanja leševa gorjele su i kuće na rivi na dan 6. svibnja 2016., [Internet], raspoloživo na <https://sibenskiportal.rtl.hr/iz-grada/povijesne-pikanterije-o-velikoj-kugi-u-sibeniku-zbog-spaljivanja-leseva-gorjele-su-i-kuce-na-rivi/> (24.02.2019.)

Šibenik se prvi put u povijesti spominje 25. prosinca 1066. u darovnici kralja Petra Krešimira IV. (1058.- 1074.) koji je tada boravio i o državnim poslovima vijećao u njemu. Iako je još u 11. stoljeću Šibenik sjedište župe, utvrđeni grad sa stalnom vojnom posadom i administrativno središte, njegov status se mijenja tek dobivanjem vlastite biskupije 1298. godine, čime se izjednačava s drugim dalmatinskim gradovima.

⁵ Grad Šibenik (2011) : Analiza stanja – Strategija razvoja grada Šibenika, str. 18.

Pod vladavinom Venecije Šibeniku je priznat status autonomne gradske komune. Godine 1608. Šibenik tiska svoj statut koji je nastao početkom XIV st. Šibenik je i pod vlašću Austrije zadržao status općinskog i kotarskog središta. Porazom Austrije u ratu s Francuskom završena je njezina vlast u Dalmaciji koju je morala prepustiti Francuzima. Francuska vojska u Šibenik ulazi 18. veljače 1806. Osnivanjem tzv. Ilirske provincije Šibenik postaje jedan od distrikta u Dalmaciji. Pod austrijskom vladavinom, kao dio Kraljevine Dalmacije, Šibenik je kotarsko središte s općinskom upravom i načelnikom.

U razdoblju između dva rata (1921.-1941.) jača uloga Šibenika kao lučko - tranzitnog centra naročito nakon otvaranja ličke željezničke pruge prema Zagrebu 1925. Iza drugog svjetskog rata Šibenik je u hrvatskoj federalnoj političkoj jedinici koja je u sklopu jedinstvene države Jugoslavije komunističkog društvenog uređenja.

Sredinom 60-tih godina postaje jedno od središta industrijske proizvodnje i velika jadranska luka. Urbana aglomeracija Šibenika višestruko se povećava u odnosu na onu iz IX. st., a u gospodarskom kompleksu sve veću važnost dobiva turistička privreda, zahvaljujući ljepotama šibenskog akvatorija i rijeke Krke.⁶



Slika 6: Sveti Mihovil zaštitnik grada Šibenika

Izvor: Marotti, M.(2018) : Sveti Mihovil i Šibenik povezani su od začetaka grada, a štovalo ga se i ranije na dan 29. rujna 2018., [Internet], raspoloživo na <https://sibenskiportal.rtl.hr/y5/sveti-mihovil-i-sibenik-povezani-su-od-zacetaka-grada-a-stovalo-ga-se-i-ranije/> (24.01.2019.)

⁶ Grad Šibenik (2011) : Analiza stanja – Strategija razvoja grada Šibenika, str 19.

Grad Šibenik od najranijeg svog postanka časti sv. Mihovila, pa je i najstariji sakralni objekt sagrađen u jezgri grada, u tvrđavi, upravo bio posvećen nebeskom zaštitniku.

2.3. Demografska obilježja

Prema zadnjem popisu stanovništva iz 2011. godine županija je imala 109.375 stanovnika i po veličini je na 18. mjestu ili predstavlja 2,6% ukupnog stanovništva Hrvatske. Prosječna gustoća naseljenosti je 37 stanovnika/km², što u odnosu na prosjek Republike Hrvatske od 75,71 stanovnika/km² predstavlja slabo naseljeno područje.

Stanovništvo Grada Šibenika čini 45,67% ukupnog stanovništva županije. Prema popisu stanovništva 2001. godine Grad Šibenik ima 51.553 stanovnika od čega je 51,69% žena. Radni kontingent (žene 15-59, muškarci 15-64) iznosio je 33.025 ili 64,06% ukupnog broja stanovnika. Broj registriranih kućanstava iznosio je 17.357.⁷

Broj stanovnika se svakako mijenjao, pogotovo s obzirom na trend iseljavanje iz RH koji se vidi i na području grada Šibenika, kako je vidljivo u narednoj tablici.

Tablica 1. Doseljeno i odseljeno stanovništvo u razdoblju od 2013.-2017.godine

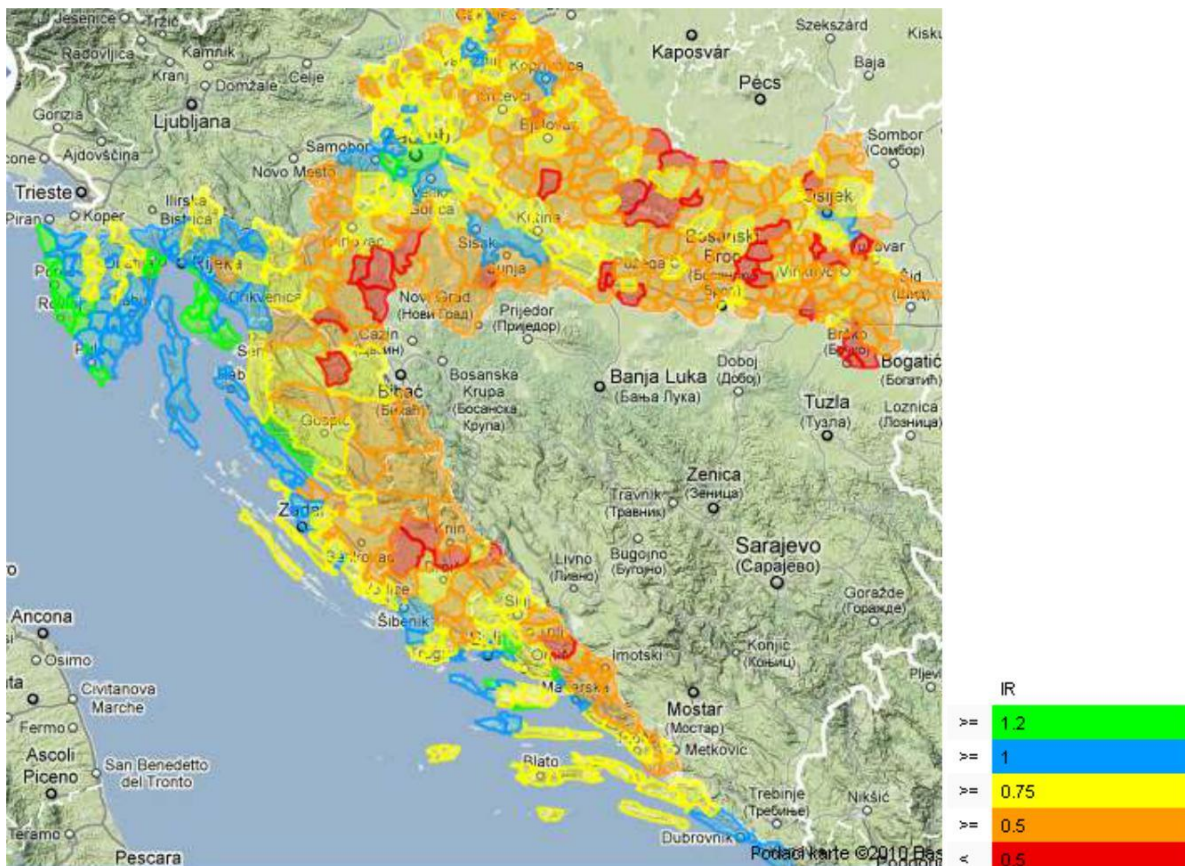
	2013		2014		2015		2016		2017	
	Dos.	Ods.	Dos.	Ods.	Dos.	Ods.	Dos.	Ods.	Dos.	Ods.
Šibenik	934	900	960	974	846	999	827	892	915	892

Izvor: Državni zavod za statistiku; Stanovništvo- pregled po gradovima i općinama

⁷ Jurić T., Poljičak I.(2015) : Demografsko starenje u Šibensko- kninskoj županiji

2.4. Gospodarstvo

Grad Šibenik se prema indeksu razvijenosti svrstava IV. skupinu jedinica lokalne samouprave čija je vrijednost indeksa razvijenosti između 100% i 125% (100,52%) prosjeka Republike Hrvatske, što znači da ne pripada niti jednoj kategoriji potpomognutih područja.



Slika 7: Indeks razvijenosti RH

Izvor: RR-standard

Izravne i neizravne ratne štete nastale tijekom Domovinskog rata te tranzicijske promjene uvjetovane politikom globalizacije i pokušaja restrukturiranja gospodarskih subjekata imale su snažan negativan utjecaj na gospodarski razvoj Šibenika. Industrijska proizvodnja i povezane djelatnosti koje su do 90-ih godina obilježavale gospodarsku strukturu tog grada gube

posljednjih dvadesetak godina gube razvojni potencijal. No, taj je proces posljednjih desetak godina popraćen i snažnim procesima promjene gospodarske strukture te oporavkom sekundarnog i tercijarnog sektora. Šibensko-kninska županija, sa Šibenikom kao razvojnim središtem, ostvarila je u razdoblju od 2000. do 2011. godine brži rast bruto domaćeg proizvoda i bruto domaćeg proizvoda po stanovniku i od Hrvatske i od jadranskih županija. Pri tome je, sukladno podacima Državnog zavoda za statistiku, udio bruto dodane vrijednosti prerađivačke industrije u 2011. godini u bruto dodanoj vrijednosti Županije više nego udvostručen, a snažan rast zabilježile su i tzv. ostale uslužne djelatnosti te građevinarstvo. Istodobno je smanjen udio djelatnosti informacija i komunikacija te financijskih djelatnosti i osiguranja, kao i poljoprivrede, šumarstva i ribarstva, dok trgovina stagnira.⁸

⁸ Državni zavod za statistiku RH, Priopćenja: BRUTO DOMAĆI PROIZVOD ZA REPUBLIKU HRVATSKU, NKPJS – 2. RAZINA I ŽUPANIJE U 2011. (14. veljače 2014., broj 12.1.2.) i BRUTO DOMAĆI PROIZVOD ZA REPUBLIKU HRVATSKU TE PROSTORNE JEDINICE ZA STATISTIKU 2. I 3. RAZINE ZA RAZDOBLJE 2000. – 2010. (14. veljače 2013., broj 12.1.2.)

3. TURIZAM U SKLOPU LOKALNOG RAZVOJA GRADA ŠIBENIKA

Turizam je društveni, kulturni i ekonomski fenomen koji podrazumijeva kretanje ljudi u zemlje ili mjesta izvan njihovog uobičajenog okruženja 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.⁹

Iz čega proizlazi pet temeljnih obilježja turizma:

- Turizma nema bez putovanja i kretanja ljudi te njihova boravka u turističkim odredištima
- Putovanje i boravak moraju se zbivati izvan uobičajene sredine u kojoj se osoba kreće, živi i radi
- Turizam se zasniva na dvosmjernom putovanju koje ima definiran vremenski interval
- Svrha turističkog putovanja nikad se ne veže uz stalni boravak u destinaciji i/ili zapošljavanje
- U turističkom odredištu turisti troše, ali ne privređuju .

Nadalje, turizam definiraju i kao skup pojava i odnosa proizašlih iz interakcije turista, davatelja usluga, država i lokalnih zajednica domaćina u procesu privlačenja i ugošćivanja tih turista i drugih posjetitelja (izletnika).

U ovoj se definiciji naglasak stavlja na 4 temeljna subjekta koja u turizmu dolaze u doticaj :

- **Privremeni posjetitelji** - osobe s različitim očekivanjima u ispunjenju svojih turističkih potreba
- **Poduzetnici i ostali pružatelji usluga** - oni koji privremenim posjetiteljima nude proizvode i usluge za zadovoljenje svojih potreba i želja
- **Javni sektor zemlje domaćina** - ostvaruju javne prihode
- **Lokalna zajednica kao domaćin turistima** - održava sve pozitivne i negativne strane kulturnog i gospodarskog utjecaja turizma .¹⁰

⁹ Čavlek N., Bartoluci M., Prebežac D., Kesar O. i suradnici(2011) : Turizam - Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb

¹⁰ Goeldner C. R. i sur. (2000.) : Turizam – načela, prakse, filozofije

Zbog niza koristi koje proizlaze iz njegova razvoja, turizam je stekao status iznimno važne komponente nacionalnih gospodarstava mnogih zemalja. Osnovne funkcije suvremenoga turizma dijele se na društvene (humanističke, neekonomske) i ekonomske. Društvene funkcije turizma pridonose humanističkim vrijednostima turizma (obogaćivanju čovjeka novim spoznajama, doživljajima i aktivnostima) i povezuju se s izvornim motivima turističkih kretanja, koji nisu u vezi s postizanjem gospodarskih ciljeva, a dijele se na one s neposrednim djelovanjem (zdravstvene, rekreacijske i kulturne funkcije) i s posrednim djelovanjem (socijalne, obrazovne i političke funkcije). Ekonomske funkcije turizma su aktivnosti usmjerene na postizanje konkretnih gospodarskih učinaka (turistička potrošnja, izvoz roba i usluga, izravne investicije, poboljšanje devizne bilance, aktiviranje turističkih potencijala, povećanje zaposlenosti, razvoj nedovoljno razvijenih područja i sl.) na razini poduzeća i organizacija izravno ili neizravno uključenih u kreiranje turističke ponude, ali i na području turističke destinacije (mjesto, regije ili države) gdje se odvijaju pojedine faze turističke potrošnje. Ekonomske funkcije turizma mogu se sistematizirati u deset temeljnih funkcija: multiplikativna, induktivna, konverzijska, apsorpcijska, integracijska i akceleracijska funkcija, funkcija zapošljavanja, poticanja međunarodne razmjene dobara, uravnoteženja platne bilance te razvoja gospodarski nedovoljno razvijenih područja.¹¹

3.1. Uloga turizma u gospodarstvu Republike Hrvatske

Utjecaj turizma na gospodarstvo ostvaruje se kroz ekonomske funkcije turizma i ostvarivanjem dobiti kroz turističku potrošnju.

Neke od najznačajnijih ekonomskih funkcija su:

1. Multiplikativna funkcija – kroz turističku potrošnju troše se dobra proizvedena izvan turističke gospodarske djelatnosti, te se pokreću novi gospodarski ciklusi različitih gospodarskih grana;
2. Induktivna funkcija - kroz turističku ponudu turizam inducira rast prihoda u nizu pratećih gospodarskih djelatnosti;
3. Akceleratorna funkcija - ona predstavlja ubrzan gospodarski rast i opći napredak;

¹¹ Leksikografski zavod Miroslav Krleža : Hrvatska enciklopedija; turizam, [Internet], raspoloživo na <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763> (24.02.2019.)

4. Konverzijska funkcija - preko turizma se prirodna i povijesna baština uključuje u gospodarske tokove kroz turističku rentu;
5. Funkcija poticanja razvoja nerazvijenih područja - preko ove ekonomske funkcije turizam ubrzava gospodarski razvoj turističke destinacije;
6. Funkcija povećanja zapošljavanja - osigurava rast zapošljavanja u gotovo svim djelatnostima gospodarskog sustava;
7. Funkcija usklađenja robno-novčanih odnosa - turizam utječe na rast nacionalnog dohotka kao posljedica ostvarenja dotoka deviza iz razvijenih u manje razvijene države;
8. Apsorpcijska funkcija turizma - doprinosi poboljšanju platne bilance države kroz „nevidljivi izvoz“. Ova ekonomska funkcija očitava se i kroz antiinflacijska kretanja. Uvoz za potrebe turističkih usluga kod razvijenih država često nije veći od 5%, uključujući i izgradnju i opremanje turističkih objekata, te na taj način turizam ostvaruje neto devizni prihod u vrlo visokom postotku.¹²

Hrvatsko gospodarstvo jedno je od najjačih u jugoistočnoj Europi. Godine 1990., uz Sloveniju i Češku, Republika Hrvatska bila je među najrazvijenijim tranzicijskim državama, osobito u području poljoprivrede, industrijske proizvodnje, građevinarstva, naftne industrije, brodogradnje i turizma. Njen razvoj tada je bio zaustavljen zbog pretrpljenih velikih ratnih šteta koje su joj nanesene tijekom Domovinskog rata, a koje su procijenjene na 37,1 milijardi USD. Završetkom rata hrvatsko socijalističko i polutržno gospodarstvo pretvara se u sustav temeljen na privatnom vlasništvu i otvorenoj tržišnoj ekonomiji.

Naredna tablica prikazuje glavne makroekonomske indikatore kroz tablični prikaz ključnih godišnjih makroekonomskih pokazatelja gospodarstva Republike Hrvatske u razdoblju od 2012. do 2016. godine. Iz tablice se može iščitati stanje BDP-a Republike Hrvatske, kao najvažnijeg indikatora, zatim prosječne stope inflacije, uvoz/izvoz robe i usluga, zaposlenost odnosno nezaposlenost, inozemni dug, te ostali indikatori. Oporavak je u 2016. godini dobio na zamahu. Neznatno povećanje BDP u 2015. označilo je kraj jedne od najdužih recesija u EU- u, pa i u Hrvatskoj. Ekonomski oporavak pridonosi smanjenju domaćeg i vanjskog duga. Budući da je domaća štednja i dalje veća od ulaganja, tekući račun i dalje bilježi suficit, vanjske se obveze smanjuju. Stopa nezaposlenosti također se vidljivo smanjuje zahvaljujući umjerenom

¹² Vidučić, V. (2007) : Pomorski turizam: prometne razvojne i ekološke dileme. Pomorski fakultet u Splitu. Split

otvaranju novih radnih mjesta. Nakon šest godina stalnog rasta, u 2016. udio duga u BDP-u opće države počeo se smanjivati.¹³

Tablica 2. Makroekonomski indikatori Republike Hrvatske

	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
Broj stanovnika (u mil.)	4,268	4,256	4,238	4,204	4,171
BDP (u mil. HRK, tekuće cijene)	330.456	329.571	328.109	335.521	345.166
BDP (u mil. EUR, tekuće cijene)	43.959	43.516	43.002	44.092	45.843
BDP po stanovniku (u EUR)	10.300	10.225	10.147	10.488	10.992
BDP – realna godišnja stopa promjene (u %)	-2,2	-1,1	-0,5	2,2	3,0
Prosječna godišnja stopa inflacije potrošačkih cijena	3,4	2,2	-0,2	-0,5	-1,1
Tekući račun platne bilance (u mil. EUR)	-15	446	891	2.102	1.198
Tekući račun platne bilance (u % BDP-a)	0,0	1,0	2,1	4,8	2,6
Izvoz robe i usluga (u % BDP-a)	41,7	43,1	45,8	48,8	49,7
Uvoz robe i usluga (u % BDP-a)	41,2	42,7	43,8	46,3	46,7
Inozemni dug (u mil. EUR, na kraju razdoblja)	45.297	45.803	46.416	45.384	41.668
Inozemni dug (u BDP-u)	103,0	105,3	107,9	102,9	90,9
Dug opće države (u % BDP-a)	70,7	82,2	86,6	86,3	83,7
Stopa nezaposlenosti (prema definiciji ILO-a, stanovništvo starije od 15 god.)	15,9	17,3	17,3	16,2	13,1
Stopa zaposlenosti (prema definiciji ILO-a, stanovništvo starije od 15 god.)	43,2	42,1	43,3	44,2	44,6

Izvor: Hrvatska Narodna Banka (2019): Statistika- Glavni makroekonomski indikatori , [Internet], dostupno na <https://www.hnb.hr/statistika/glavni-makroekonomski-indikatori> (28.09.2019)

Nadalje, turizam u mnogim državama ima iznimno veliku ulogu u gospodarstvu, a upravo za hrvatsko gospodarstvo turizam je glavni pokretač i strateški pravac razvoja. Hrvatski turizam predstavlja značajan izvor izvoznih prihoda. Inozemna potražnja ima izrazito dominantnu

¹³ Huzjak, B. (2018): ULOGA TURIZMA U GOSPODARSTVU HRVATSKE (Završni rad), Veleučilište u Čakovcu

ulogu u hrvatskom turizmu, što ćemo vidjeti kroz buduće tablice (broj stranih posjetitelja/noćenja), te se sukladno tome reflektira i u prihodima od turizma i u samom BDP-u Republike Hrvatske. Iz tablice možemo uočiti da po visini BDP-a dominiraju 2012. i 2016., ali zanimljivo je uočiti da prihodi od turizma i udio turizma u BDP-u ne prate kretanje ukupnog BDP-a, već imaju svoju putanju stalnog rasta.¹⁴

Tablica 3. BDP, Prihod od turizma i udio turizma u ukupnom BDP-u RH

	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
BDP u mil. € (u tekućim cijenama)	44.223	43.478	43.060	43.845	45.659
Turizam (prihod od putovanja u mil. €)	6.829,0	7.202,8	7.402,3	7.961,9	8.635,0
Udio turizma u ukupnom BDP-u (u %)	15,4	16,6	17,2	18,2	18,9

Izvor: Huzjak, B. (2018): ULOGA TURIZMA U GOSPODARSTVU HRVATSKE (Završni rad), Veleučilište u Čakovcu

Iz tablice je vidljiv rast udjela turizma u ukupnom BDP-u Republike Hrvatske koji se nastavlja i danas, što ćemo vidjeti u narednom dijelu rada.

3.2. Razvoj turizma u Republici Hrvatskoj

U Republici Hrvatskoj se turizam razvijao u nekoliko faza.

Prva faza obuhvaća razdoblje pojava sličnih turizmu (do druge polovine XIX. st.). Riječ je o posjetima Zadru kao postaji na hodočašćima u Svetu zemlju i osnivanjima prvih lječilišnih središta (Daruvarske Toplice, Stubičke Toplice, Varaždinske Toplice).

Drugu fazu (od druge polovine XIX. st. do I. svjetskoga rata) obilježava približavanje udaljenih mjesta izgradnjom prometnica (prije svega cesta i željeznice) i uvođenje parobrodskih linija na Jadranskom moru. Otvaraju se prvi hoteli, ponajprije u Opatiji (*Villa Angiolina* i *Kvarner*), ali i u Zagrebu, Samoboru, Zadru, Crikvenici, Dubrovniku i dr. Pišu se prvi turistički vodiči,

¹⁴ Huzjak, B. (2018): ULOGA TURIZMA U GOSPODARSTVU HRVATSKE (Završni rad), Veleučilište u Čakovcu

organiziraju istraživačka putovanja na Velebit i jadransku obalu, dok primorska mjesta (poglavito ona na Kvarneru) postaju središtima lječilišnoga turizma te se u njima osnivaju prvi turistički uredi (odnosno društva za poljepšavanje). U razdoblju između dvaju svjetskih ratova turizam je doživio snažan zamah s prosječno milijun turista godišnje (oko 1930), većinom domaćih, ali i onih iz Čehoslovačke, Austrije i Njemačke. Uvode se boravišne pristojbe, otvaraju mjenjačnice, izdaju turističke revije, uspostavljaju domaće i međunarodne zrakoplovne linije. Nakon II. svjetskoga rata došlo je do obnavljanja turističke infrastrukture uništene u ratnim razaranjima, te njezine nacionalizacije. Proglašavaju se nacionalni parkovi i parkovi prirode, utemeljuju dramski, filmski i glazbeni festivali (Dubrovačke ljetne igre, Splitsko ljeto, Pulski filmski festival, i dr.). Turistički savez Hrvatske utemeljen je 1953., a do danas je, osim u svim većim gradovima Republike Hrvatske, svoje urede otvorio i u nizu svjetskih metropola (Pariz, Berlin, New York, Tokyo).

Tijekom ekonomske ekspanzije 1960-ih počinju se graditi mnogi turistički objekti, hoteli, marine, kampovi, pa i cijela naselja, uglavnom na Jadranu, ali i u kontinentalnoj Hrvatskoj (toplice u Hrvatskome zagorju i Slavoniji, područja nacionalnih parkova u Lici i Gorskome kotaru). Početkom 1990-ih dolazi do pretvorbe i privatizacije turističkih poduzeća, a tijekom Domovinskoga rata, zbog ratne opasnosti i blokade prometnih veza prema primorskim krajevima, turizam je gotovo zamro, a turistički su se objekti koristili za smještaj mnogobrojnih prognanika iz svih krajeva Republike Hrvatske, kao i izbjeglica iz susjedne Bosne i Hercegovine, no do novoga zamaha došlo je nakon 1995., a poglavito nakon 2000.¹⁵

Posljednjih godina Hrvatska je nadmašila svoje konkurente u privlačenju stranih turista. Zapravo, tijekom protekloga desetljeća, Hrvatska je nadmašila prosjek zemalja sjevernog Mediterana (Cipar, Grčka, Italija, Malta i Španjolska) u povećanju i prihoda i noćenja i dolazaka stranih gostiju.¹⁶

Hrvatska turistička industrija, tj. proizvodni kapital u širem smislu, uz smještajne kapacitete uključuje i prirodna i kulturna dobra. Pogotovo se ističu antropogeni čimbenici, kao i vrijedan

¹⁵ Leksikografski zavod Miroslav Krleža : Hrvatska enciklopedija; turizam, [Internet], raspoloživo na <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763#poglavlje1395412> (24.02.2019.)

¹⁶ Brklajča, I.(2018) : Turizam u Hrvatskoj: usporedba s drugim mediteranskim destinacijama na dan 23. travnja 2018., [Internet], raspoloživo na <https://arhivanalitika.hr/blog/turizam-u-hrvatskoj-usporedba-s-drugim-mediteranskim-destinacijama/> (24.02.2019.)

ekološki prostor, parkovi prirode i nacionalni parkovi. Hrvatska broji jedanaest parkova prirode (PP Papuk, PP Učka, PP Biokovo, PP Lastovo otočje, PP Telašćica, PP Vransko jezero, PP Medvednica, PP Kopački rit, PP Velebit, PP Žumberak- samoborsko gorje, PP Lonjsko polje) te osam nacionalnih parkova (NP Plitvička jezera, NP Paklenica, NP Mljet, NP Sjeverni Velebit, NP Risnjak, NP Krka, NP Kornati, NP Brijuni). Pored parkova prirode i nacionalnih parkova, Hrvatska posjeduje čak sedam kulturno-povijesnih i prirodnih ljepota upisanih na UNESCO-ov popis svjetske spomeničke baštine:

- Dioklecijanova palača u Splitu
- Eufrazijeva bazilika u Poreču
- Plitvička jezera
- Romanički grad Trogir
- Stari grad Dubrovnik
- Šibenska katedrala
- Starigradsko polje,

te bogatom kulturno- povijesnom baštinom. Prirodna bogatstva i kulturna baština, te geografska pozicija čine Hrvatsku atraktivnom turističkom destinacijom.

3.2.1. Hrvatski turizam u brojkama

Važnost turizma za Republiku Hrvatsku jasno se očitava kroz pregled udjela turizma u BDP-u države.

Prema podacima Hrvatske narodne banke (HNB), tijekom 2017. godine, prihodi u turizmu od stranih gostiju, iznosili su 9 milijardi i 493 milijuna eura, što u odnosu na 2016. godinu (8 milijardi i 635 milijuna eura), predstavlja rast od 10 posto, odnosno 858 milijuna eura. Također, udio prihoda od putovanja – turizma u ukupnom BDP-u u 2017. godine iznosio je 19,6 posto što predstavlja rast od 0,7 postotnih poena u odnosu na 2016. godinu.¹⁷

¹⁷ Rihelj, G.(2018): PROŠLE GODINE OSTVAREN RAST PRIHODA OD TURIZMA OD 10 POSTO, ŠTO ČINI 19,6 POSTO BDP-A na dan 30. ožujka 2018., [Internet], raspoloživo na <http://hrturizam.hr/prosle-godine-ostvaren-rast-prihoda-od-turizma-od-10-posto-sto-cini-196-posto-bdp/> (25.02.2019)

Trend rasta se nastavlja i 2018. godini te Hrvatska bilježi rast u broju dolazaka domaćih i stranih turista i broju noćenja istih.

**TURISTIČKI PROMET SIJEČANJ-PROSINAC 2018. GODINE
(SLUŽBENI PODACI)**

TURISTI I NOĆENJA U REPUBLICI HRVATSKOJ SIJEČANJ-PROSINAC 2018. GODINE

	TURISTI		INDEX			NOĆENJA		INDEX		
	2017.	2018.	18./17.			2017.	2018.	18./17.		
DOMAĆI	1.837.681	2.021.709	110,01			5.978.264	6.476.646	108,34		
STRANI	15.592.899	16.644.871	106,75			80.221.997	83.175.143	103,68		
			INDEX	UDJEL U RH U %				INDEX	UDJEL U RH U %	
	2017.	2018.	18./17.	2017.	2018.	2017.	2018.	18./17.	2017.	2018.
INDIVIDUALNI	11.071.871	11.743.967	106,07	63,52	62,91	56.600.823	58.146.608	102,73	65,66	64,86
DOMAĆI	1.248.688	1.360.166	108,93	7,16	7,29	4.255.309	4.607.347	108,27	4,94	5,14
STRANI	9.823.184	10.383.801	105,71	56,36	55,63	52.345.514	53.539.261	102,28	60,73	59,72
ORGANIZIRANI	6.358.709	6.922.613	108,87	36,48	37,09	29.599.438	31.505.181	106,44	34,34	35,14
DOMAĆI	588.993	661.543	112,32	3,38	3,54	1.722.955	1.869.299	108,49	2,00	2,09
STRANI	5.769.716	6.261.070	108,52	33,10	33,54	27.868.851	29.635.882	106,34	32,33	33,06
UKUPNO HRVATSKA	17.430.580	18.666.580	107,09	100,00	100,00	86.200.261	89.651.789	104,00	100,00	100,00

Slika 8: Turistički promet 2018. godine

Izvor: Državni zavod za statistiku

Po informacijama dostupnim u prethodnoj tablici vidimo da u 2018. godini u turizmu se bilježi rast od 7,1% u ukupnom broju turista u usporedbi sa prethodnom 2017. godinom, dok se ukupan broj noćenja povećao za 4% i iznosi 89,6 miliona noćenja.

Isto tako raste i broj domaćih turista za 10% što znači da se Hrvati sve više odlučuju za ostanak unutar granica RH za vrijeme svojih godišnjih odmora, te također troše u RH što je od velike važnosti za gospodarstvo države.

Sukladno rastu broja turista u RH rasli su i smještajni kapaciteti.

Smještajni kapaciteti po vrstama objekata (stanje 31. kolovoza)					
	BROJ POSTELJA			STRUKTURA (u %)	
	2016.	2017.	INDEKS 2017./16.	2016.	2017.
Hoteli i aparthoteli	137.222	132.576	96,6	12,1	11,0
Turistička naselja	30.087	26.289	87,4	2,7	2,2
Turistički apartmani	14.753	11.854	80,3	1,3	1,0
Kampovi i kampirališta	227.559	241.819	106,3	20,1	20,0
Privatne sobe	668.830	741.509	110,9	59,0	61,4
Lječilišta	2.071	2.011	97,1	0,2	0,2
Odmarališta	1.849	1.968	106,4	0,2	0,2
Hosteli	15.176	16.398	108,1	1,3	1,4
Ostalo	31.927	28.566	89,5	2,8	2,4
Nekategorizirani objekti	4.277	4.437	103,7	0,4	0,4
UKUPNO	1.133.751	1.207.427	106,5	100,00	100,00

Slika 9: Smještajni kapacitet

Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske : Turizam u brojkama 2017.

Nadalje, rast u broju postelja rastao je i u 2018. godini te je ukupan broj postelja iznosio oko 1 267 000.¹⁸

Razvoj turizma ima izuzetno značenje i za gospodarstvo Šibensko-kninske županije. Turistička ponuda još uvijek je usredotočena na obalni pojas, gdje se ostvaruje godišnje preko 5 milijuna noćenja i boravi preko 800.00 turista, konkretno u prošloj 2018. godini boravilo je 965.203 turista. Ulaganja u turističke kapacitete u zaleđu koje ima veliki turistički potencijal zasigurno će omogućiti razvoj novih oblika ruralnog turizma. Izmjene i dopune prostornog plana Šibensko-kninske županije otvorile su mogućnost ulaganja u nove smještajne kapacitete. Smještajni kapaciteti na području Šibensko-kninske županije su preko 8 000 ležajeva u hotelima, preko 40 000 ležajeva u privatnom smještaju, preko 13 000 u kampovima i više od 3 000 vezova u 12 marinama.¹⁹

¹⁸ Državni zavod za statistiku

¹⁹Šibensko- kninska županija službene stranice: Opći podaci, [Internet], raspoloživo na <http://sibensko-kninska-zupanija.hr/stranica/opi-podaci/70> (25.02.2019.)

3.3. Vrste turizma razvijene na području Šibensko-kninske županije

Postoji mnogo različitih podjela turizma, no najčešća podjela je na masovni i alternativni. Masovni turizam se razvija sredinom 20. stoljeća, te je u svojim počecima imao pozitivne konotacije, jer se radilo na neki način o ekonomskom ispunjenju. No, početkom 1970.-ih godina 20. stoljeća dolazi do preokreta. Masovni turizam postaje nepoželjan. Njegov negativan utjecaj na okoliš i kulturno povijesno naslijeđe postaje sve izraženiji. Kao protuteža masovnom turizmu, pojavljuje se alternativni turizam (održivi turizam) koji ima za cilj pronaći alternativu sadržajima i ponašanju u turizmu sa svrhom da se turizam unaprijedi.²⁰

Vrste turizma koje razlikujemo su:

- Domaći - uključuje turistička putovanja (i boravak) domicilnog stanovništva (rezidenata) u različite destinacije unutar granica vlastite zemlje. Npr. putovanja državljana Hrvatske u turistička odredišta unutar Hrvatske.
- Receptivni ili ulazni - uključuje turiste nerezidente koji borave u promatranoj zemlji. Npr. turisti iz Austrije u Hrvatskoj.
- Emitivni ili izlazni - uključuje turistička putovanja rezidenata u druge zemlje. Npr. Turistička putovanja hrvatskih državljana u destinacije u drugim zemljama.
- Interni (unutrašnji) – to je kombinacija, ukupnost domaćeg i receptivnog turizma. Npr. prati se turistički promet svih hrvatskih i stranih državljana na području Hrvatske.
- Nacionalni - uključuje sva turistička putovanja domicilnog stanovništva (rezidenata) u zemlji i inozemstvu. Npr. putovanja građana Hrvatske u turistička odredišta unutar vlastite zemlje i sva turistička putovanja u turističke destinacije izvan zemlje.
- Međunarodni - uključuje kombinaciju, ukupnost receptivnog i emitivnog turizma. Na primjeru Hrvatske to bi značilo da se pod međunarodnim turizmom razumijevaju sva putovanja inozemnih turista u Hrvatsku te sva putovanja hrvatskih građana u inozemstvo.
- Intraregionalni - podrazumijeva sva turistička putovanja stanovnika jedne zemlje određene regije u drugu zemlju te iste regije. Npr. turistička putovanja stanovnika jedne

²⁰ Čavlek N., Bartoluci M., Prebežac D., Kesar O. i suradnici(2011) : Turizam - Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb

europske zemlje u drugu europsku zemlju - turistička putovanja Europljana unutar Europe.

- Interregionalni - podrazumijeva turistička putovanja stanovnika jedne zemlje određene regije u drugu zemlju, ali izvan te regije. Npr. turistička putovanja Europljana izvan Europe.²¹

Kada se u planiranju i razvoju turizma destinacija od strategije masovnosti (jednostavan i jeftin proizvod, velik fizički obujam prometa) okreće diversifikaciji ponude (fokus na motivima koji ljude pokreću na turistička putovanja, turizam usmjeren na zadovoljavanje specifičnih potreba užeg segmenta tržišta), riječ je o specifičnim oblicima turizma, tj. turističkim kretanjima uvjetovanim određenim motivom (dominantno turističkim) koji turiste pokreće na putovanje u destinaciju gdje je turistička ponuda prilagođena (sadržajima, proizvodima, cijenom) ostvarenju željenoga doživljaja (specifičan interes turista). Razlikujemo specifične oblike turizma zasnovane na prirodnim resursima (zdravstveni turizam, sportski turizam, nautički turizam, ekoturizam, seoski turizam, lovni i ribolovni turizam, naturizam, robinzonski turizam i dr.) i specifične oblike turizma zasnovane na društvenim resursima (kongresni turizam, kulturni turizam, gastronomski i enofilski turizam, turizam događanja, vjerski turizam, turizam na umjetno stvorenim atrakcijama, *casino*-turizam i dr.). Svakodnevno se susrećemo i s pojmovima (oblicima turizma) kojima se zadovoljavaju vrlo uske potrebe turista (tržišne niše) ili koji mogu biti dijelovi većeg broja drugih oblika turizma, npr. šoping-turizam, krstarenja, povijesni turizam, seks-turizam, dark-turizam (mračni turizam) i dr.²²

Šibensko- kninska županija privlači različite vrste posjetitelja te se svojom ponudom, manifestacijama i kulturnom baštinom razvila u prostor pogodan za razvoj više vrsta turizma. Iako su mnogi turisti na ovo područje uglavnom dolazili na opuštanje i odmor u ljetnim danima, osjetni je rast kulturnog turizma, seoskog turizma, nautičkog turizma, gastro turizma i, u posljednjih nekoliko godina, sportskog turizma.

²¹ Ibidem

²²Leksikografski zavod Miroslav Krleža : Hrvatska enciklopedija, turizam, [Internet], dostupno na <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763> (27.02.2019)

3.3.1. Kulturni turizam

Pojam kulturnog turizma sjedinjuje u sebi pojmove kulture i turizma. Ako se ta dva pojma pokušaju zamisliti u nekom kontekstu, na prvi se pogled čini da su vrlo blisko vezani i da se vrlo dobro upotpunjuju. Naime, jasno je da kultura i kulturna baština pridonose atraktivnosti određene turističke destinacije pa su prema tome često i preduvjet turističkog odabira.

Danas se u istraživačkim krugovima taj pojam često upotrebljava, no nije baš uvijek potpuno jasno na što se on odnosi. Interes za kulturni turizam vrlo je velik, ali su termini i područja koja ti termini pokrivaju vrlo izmiješana. Često se pod tim pojmom podrazumijeva takva vrsta turizma u kojem su meta turističkih posjeta muzeji, izložbe, koncerti, ili je pak takva vrsta turizma vezana uz materijalnu, tj. 'izgrađenu' baštinu – od velikih religijskih spomenika do svjetovne arhitekture. No, za mnogo tradicionalnih društava diljem svijeta, spomenički je lokalitet od manje važnosti. To je osobito vidljivo kod lovačkih i sakupljačkih naroda gdje usmena tradicija ima najveću snagu. Pripadnici takvog društva osjećaju svoju baštinu podjednako vrijednošću kao što stanovnik Pariza osjeća Louvre ili Eiffel-ov toranj, ili je pak niti ne osjećaju kao baštinu. Tako baštinu jednoga takvog tradicionalnog društva označuju priče, pjesme ili plesovi koji prelaze iz generacije u generaciju, a ne crkve sagrađene od cigle ili kamena.

Jedna od najprihvaćenijih definicija kulturnog turizma koju nalazimo u literaturi jest slijedeća: 'Kulturni turizam označava kretanje ljudi koje je uzrokovano kulturnim atrakcijama izvan njihovog uobičajenog mjesta stanovanja, s namjerom sakupljanja novih informacija i iskustava kako bi zadovoljili svoje kulturne potrebe'.²³

Područje grada Šibenika krasi bogata kulturna baština u kojoj spadaju fortifikacijski i sakralni spomenici, samostanski mediteranski vrt, arheološko nalazište Danilo, gradska straže, klape i ostale zanimljivosti.

Pod fortifikacijske spomenike spadaju tvrđave na području grada Šibenika.

Tvrđava sv. Mihovila kroz turbulentnu povijest služila je kao glavna točka gradskog obrambenog sustava. Najstariji sačuvani dijelovi su iz 13. stoljeća, ali većina današnjih zidina i struktura potječe iz 15. i 16. stoljeća. Kroz stoljeća je bila znatno oštećena, no Tvrđava je

²³ Richards, Greg (1999): 17. European Cultural Tourism: Patterns and Prospects

obnovljena 2014. godine, kada joj je pridodan novi sadržaj, jedinstvena ljetna pozornica na otvorenom. Obnovljena šetnica na bedemima tvrđave kao i spektakularna večernja događanja Tvrđavu su ponovno učinili centrom grada Šibenika i regije.

Tvrđava sv. Nikole je trokutastog oblika te se nalazi na ulazu u kanal sv. Ante, sagrađena tijekom 16. stoljeća služila je gradu za obranu od turskih napada s mora. Spada u najjače fortifikacijske spomenike na jadranskoj obali, te uskoro kreće u obnovu.

Tvrđave sv. Ivana i Barone nalaze se na brdu nadmorske visine od 115m, te su sagrađene tokom 1646. i 1647. godine u svrhu obrane od osmanskih napada. Na tvrđavi Barone dostupna je tehnologija proširene stvarnosti koja oživljava likove, zvukove i prizore grada iz 17. stoljeća.

Katedrala sv. Jakova najpoznatiji je sakralni spomenik na području grada Šibenika građena više od stotinu godina. Posebna je po mnogočemu, kako u hrvatskom tako i u europskom graditeljstvu jer je u cijelosti izgrađena od kamena. Jedinstvena je također po smionim konstrukcijskim montažama kamenih ploča i rebara i to bez korištenja ikakvog vezivnog materijala. Jedinstvena je i među renesansnim crkvama s pročeljem u obliku trolista, ali i po nizu od 71 realističnog portreta (71 ljudska glava za koje se pretpostavlja da su glave ljudi iz vremena gradnje, te 3 lavlje glave) na apsidama.

Nadalje šibenska gradska jezgra bogata sakralnim spomenicima. Grad ima 24 crkve, od čega je njih 12 u Službi Božjoj, a ostale u drugoj funkciji (muzeji, galerije i stambeni prostor), te također 6 samostana (tri muška i tri ženska).

U Šibeniku se održavaju i kulturne manifestacije od kojih je najpoznatiji Međunarodni dječji festival. Festival je prvi put održan 1958. godine, kao realizacija inicijative i angažmana nekolicine zaljubljenika u umjetnost za djecu, ali se ubrzo razvio u veliki festivalski mehanizam od međunarodnog značaja. Utemeljena na tri nerazdružive komponente: djetetu, festivalskim zbivanjima i gradu, ta je multimedijalna kulturna manifestacija svojevrsna smotra onog najboljeg u stvaralaštvu za djecu i dječjeg stvaralaštva. Šibenik je u vrijeme održavanja festivala mjesto uzbudljivog susreta pjesnika i djece, otvorena kinodvorana na starim goričkim skalinama, učionica novinarstva, kiparstva, stripa, filmskog i video snimanja, arhitekture i graditeljstva, pjesništva, slikarstva, dizajna, informatičkog oblikovanja, te lutkarstva, glazbe i pokreta. U brojnim umjetničkim i kreativnim oblicima susreće se tu, na gradskim ulicama i trgovima, skoro cijeli svijet, susreću se predstavnici kultura

sa svih kontinenata, koji godinama daju svoj stvaralački obol izgradnji plemenitijeg, kulturno osvještenijeg čovjeka današnje zajednice.²⁴

Nadalje tu je i Sajam u srednjovjekovnom Šibeniku koji se održava u rujnu, Orguljaška škola, Uskršnji doručak i Musica appasionata.

Šibensko- kninsku županiju također krasi i prirodne ljepote, te se na ovim prostorima nalaze dva nacionalna parka NP Krka i NP Kornati koja čine veliki doprinos kako kulturnom turizmu tako i turizmu općenito.

Nacionalni park "Krka" obuhvaća površinu od 109 km² najljepšeg toka rijeke Krke i donji tok rijeke Čikole. Nacionalni park je prostrano, pretežito neizmijenjeno područje iznimnih i višestrukih prirodnih vrijednosti, a obuhvaća jedan ili više sačuvanih ili neznatno izmijenjenih ekosustava. Namjena mu je prije svega znanstvena, kulturna, odgojno-obrazovna i rekreativna, a zbog posjetitelja postoje i turističke djelatnosti. S potopljenim dijelom ušća Krka je duga oko 72,5 km i po dužini je 22. rijeka u Hrvatskoj. Izvire u podnožju planine Dinare, 3,5 km sjeveroistočno od Knina. Sa sedam sedrenih slapova i ukupnim padom od 224 m, Krka je prirodni i krški fenomen. Sedreni slapovi rijeke Krke temeljni su fenomen ove rijeke.

Već je sredinom 20. stoljeća prepoznata potreba da se pravno zaštiti rijeka Krka i njezino zbog iznimnih prirodnih vrijednosti koje treba očuvati. Inicijativa za proglašenje rijeke Krke nacionalnim parkom pokrenuta je 1971., kada je izrađen prostorni plan koji je nosio naziv *Nacionalni park "Krka": razvojni prostorni plan*. Područje od starohrvatskih utvrda Trošenj i Nečven do Šibenskog mosta, uključujući i tri i pol kilometra toka rijeke Čikole, ukupne površine 142 km², Sabor SR Hrvatske 24. siječnja 1985. proglasio je nacionalnim parkom. Zbog četiriju urbanih mjesta (Skradin, Bilice, Raslina i Zaton), izgradnje autoceste Zagreb – Split te razvoja turizma i ostalih privrednih djelatnosti na tom području, Sabor Republike Hrvatske Zakonom o izmjenama Zakona o proglašenju Nacionalnog parka "Krka" 1997. godine revidira granice Parka. Južna granica Parka pomaknuta je uzvodno do Skradinskog mosta, a sjeverna gotovo do Knina. Granica Nacionalnog parka "Krka" proteže se 50 km uz gornji i srednji tok rijeke Krke (dva kilometra nizvodno od Knina pa do Skradina) i

²⁴ Hrvatsko narodno kazalište (2016): O festivalu, [Internet], dostupno na <http://www.mdf-sibenik.com/> (01.03.2019.)

donji tok Čikole (obuhvaćajući ušće i 3,5 km kanjona rijeke), na prostoru gradova Knina, Drniša, Skradina i Šibenika i općina Ervenika, Kistanja i Promine.²⁵

Nacionalni park godišnje posjeti preko 800 000 turista te broja sa svakom novom sezonom raste. Rastu ove brojke pridonosi i činjenica da je posjećenost parka izrazita i za vrijeme post i predsezone. Zbog velikog interesa domaćih i stranih turista ovaj nacionalni park je prvi u Hrvatskoj ograničio broj turista koji mogu biti u parku na 10 000.

Nacionalni park Kornati veći je dio Kornatskog akvatorija, koji je 1980. godine, zbog izuzetnih krajobraznih ljepota, zanimljive geomorfologije, velike razvedenosti obalne crte i naročito bogatih biocenoza morskog ekosustava, proglašen nacionalnim parkom. Kornatski arhipelag, kao posebna i zasebna otočna skupina smještena na sutoku šibenskih i zadarskih otoka, rasprostire se na površini od oko 320 km² i uključuje oko 150 kopnenih, stalno ili povremeno nadmorskih jedinica. Ovaj najrazvedeniji otočni ekosustav u Jadranskom moru, koji uključuje čak 12% svih otoka hrvatskog Jadrana (1264 otoka, od čega je 67 napučenih), a tek 1% ukupne hrvatske morske površine, odavno plijeni pozornost brojnih nautičara, ronilaca, planinara i drugih zaljubljenika u prirodu i ono što priroda nudi.²⁶

3.3.2. Seoski turizam

Seoski turizam obično predstavlja drugi ili treći odmor u toku godine (nakon ljetovanja i zimovanja). Glavne sezone su proljeće i jesen, dok se značajan promet ostvari i u ljetnim mjesecima. Primarni motivi zbog kojih turisti dolaze na selo su priroda i kulturno nasljeđe, kao i gastronomija, aktivnosti, specijalni interesi (branje ljekovitog bilja, branje maslina i vinove loze i sl.) .

Za seoski se turizam često vežu termini kao što su agroturizam i ekoturizam. Agroturizam podrazumijeva boravak na selu uz aktivno sudjelovanje u svim poljoprivrednim radovima ili radi edukacije (npr. uzgoj vinove loze, pripremanje zimnice). Ekoturizam predstavlja boravak u nenarušenoj i očuvanoj prirodi. Ekoturisti su

²⁵ Nacionalni park krka službene stranice: O nama, [Internet], raspoloživo na <http://www.npkrka.hr/stranice/nacionalni-park-krka/2.html> (01.03.2019.)

²⁶ Portal ponuda ruralne Hrvatska: Nacionalni park Kornati, [Internet], raspoloživo na <http://www.ruralna.hr/?page=client&id=60> (02.03.2019.)

ekološki osviješteni putnici koji za svoj boravak biraju isključivo prostore izuzetne prirodne ljepote, koji ne borave u velikim otmjenim i skupim hotelima, već upravo u malim seoskim turističkim domaćinstvima koja svojim poslovanjem i postojanjem ne narušavaju prirodno okruženje u kojem se nalaze.

Ruralni turizam se ne odlikuje masovnošću, tj. ne postoje seoske destinacije koje privlače više stotina tisuća ljudi. To se može desiti samo u rijetkim slučajevima kada se u selu održava neka manifestacija, ali tada je osnovni motiv turista upravo to dešavanje, a ne seoska sredina.²⁷

Na području šireg šibenskog područja postoje tri seoska domaćinstva, a to su Seosko domaćinstvo "Kalpić", Seosko domaćinstvo "Rupić" i Seosko domaćinstvo "Čogelja".

Sva tri seoska domaćinstva nalaze se u neposrednoj blizini Nacionalnog parka Krka što dodatno doprinosi ljepoti i specifičnosti lokacije. Seosko domaćinstvo "Kalpić" sa svojom 'bed & breakfast' ponudom najbolje posluje među ova tri te se može pohvaliti raznolikim sadržajem i prepoznatljivošću i van Šibensko- kninske županije.

3.3.3. Gastronomija

Gastronomija predstavlja kuharsko umijeće, odnosno vještinu priređivanja dobrih jela. Smatra se da je gastronomija sastavni dio turizma iz razloga što gastronomija utjelovljuje tradicionalne vrijednosti regije i igra veliku ulogu u oblikovanju turističke ponude.

Šibenik u svibnju postaje okupljalište međunarodnih profesionalaca, kuhara, proizvođača hrane, nutricionista, novinara, pisaca o hrani, gurmana i svih onih koji vole Mediteran . Okusi mediterana međunarodna je manifestacija koja putem znanstvenog skupa i niza drugih događanja promovira mediteransku prehranu. Festival ukazuje na to da mediteranska prehrana nije samo hrana već i način života. Hrvatska, zajedno sa Italijom, Španjolskom, Portugalom,

²⁷ Turizam i putovanja: Što je seoski turizam, [Internet], raspoloživo na <https://www.turizamiputovanja.com/sta-je-seoski-turizam/> (01.03.2019.)

Grčkom, Marokom i Ciprom, uvrštena je na UNESCO-ov reprezentativni popis zemalja čija se mediteranska prehrana priznaje kao nematerijalna kulturna baština čovječanstva.²⁸

Također, u Šibeniku se tokom ožujka održava CHEF'S Stage što je najveća regionalna gastronomska konferencija na koju dolazi čak 95 domaćih i internacionalnih chefova i profesionalaca, a oni 45 domaćih i stranih novinara te foodiejima iz cijelog svijeta kroz masterclassove, panel diskusije i šest spektakularnih gala večera demistificiraju fine dining gastronomiju, ukazuju na značaj održivosti lokalnih namirnica te time od Hrvatske napraviti poznatu gastro destinaciju.²⁹

3.3.4. Nautički turizam

Nautički turizam predstavlja takvu vrstu turizma gdje se turisti kreću plovilima po moru te po potrebi pristaju u marinama koji imaju svu potrebnu infrastrukturu. Za uživanje u nautičkom turizmu potreban je brod (jedrilica, jahta ili neka druga vrsta morskog plovila) i iz tog razloga smatra se pogodnim za turiste više platežne moći.

Razvedenost hrvatske obale (indeks razvedenosti hrvatske obale iznosi 11) je uz veliki broj otoka jedan od glavnih aduta za razvoj nautičkog turizma. Uz razvedenost obale i atraktivnost otočnoga prostora Hrvatska se ističe obilježjima reljefa. Naša obala je visoka, strma i stjenovita što prostoru daje posebnu čar. Odmah iza obale uzdižu se planinski lanci Učke, Velebita, Svilaje, Kozjaka, Mosora i Biokova.

Osim fizionomskih prednosti hrvatske obale zanimljivo je i važno sagledati kako su kapaciteti za prihvat plovila raspoređeni duž hrvatske obale. Od 363 luke, lučice, sidrišta i marina, kvarnerski, zadarski i dubrovački akvatorij ih sadrže 60%. Ipak, ponajviše zbog Nacionalnog Parka Kornati, najatraktivniji je šibenski akvatorij. Po posjećenosti slijedi istarsko (gdje je

²⁸ Croatian hot spots(2016) : Stiže nam treći međunarodni festival “Okusi Mediteran” Šibenik na dan 24. svibnja 2016., [Internet], raspoloživo na <http://hotspots.net.hr/2016/05/stize-nam-treci-medunarodni-festival-okusi-mediteran-sibenik/> (07.03.2019.)

²⁹ Baranović, V.(2019) : Šibenčani su tvrđavu Barone izgradili za 58 dana, ako se udružimo kao oni, hrvatsku gastronomiju ćemo smjestiti na svjetsku kartu na dan 18. ožujka 2019., [Internet], raspoloživo na <https://www.sibenik.in/gastronomija/sibencani-su-tvr-avu-barone-izgradili-za-58-dana-ako-se-udruzimo-kao-oni-hrvatsku-gastronomiju-cemo-smjestiti-na-svjetsku-kartu/104541.html> (20.03.2019.)

općenito veća posjećenost turista) i zadrsko područje (nautičkim turistima je ovo područje posebno zanimljivo zbog većeg broja otoka što pridonosi zanimljivosti arhipelaga).³⁰

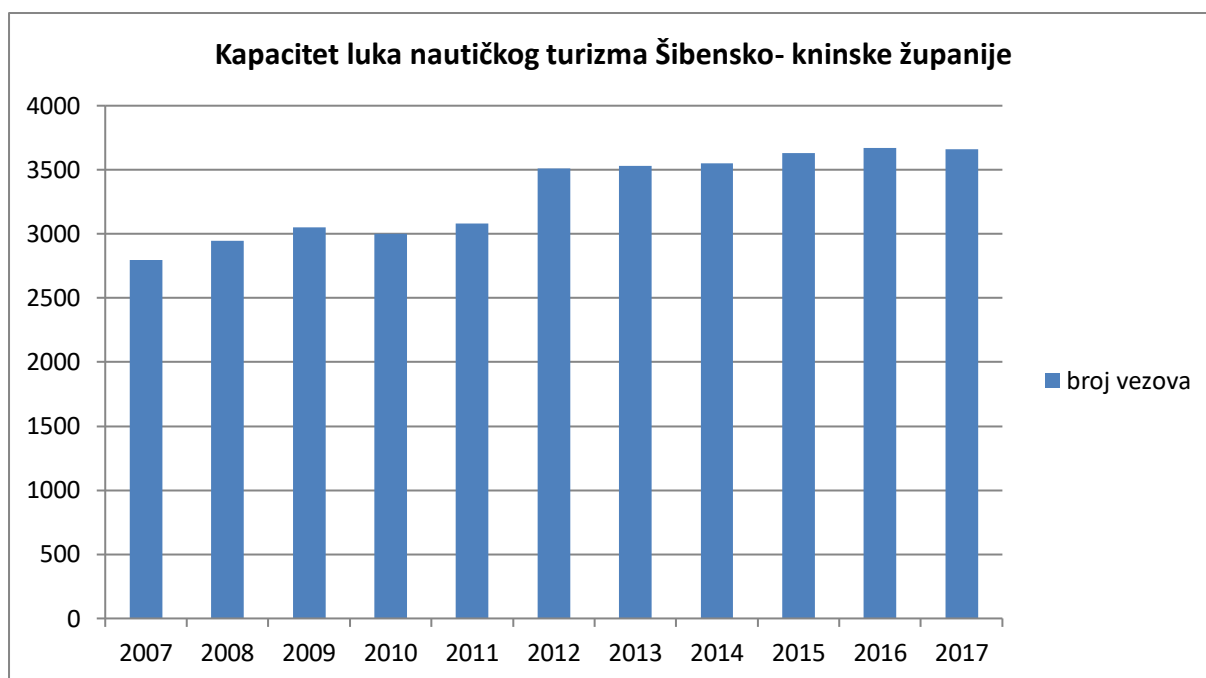
Najbitniju ulogu u razvoju nautičkog turizma imaju marine. One imaju višestruku društvenoekonomsku funkciju te su bitan poticajni čimbenik razvoja. Njihova prednost u odnosu na druge oblike sidrenja je prihvaćanje većeg broja plovila na istom prostoru. Uz to ostvaruju znatno veće prihode zbog dodatnih usluga koje pružaju nautičarima.

Na šibenskom području se nalaze četiri marine i to su D Marin Mandalina (s ukupno 479 vezova) , NCP- Nautički Centar Prgin Grupa (ukupno 450 vezova) , Marina Solaris (ukupno 246 vezova) i Marina Zaton (ukupno 30 vezova). Šibenske marine čine oko 26% broja vezova Šibensko- kninske županije koja ukupno ima 4492 vezova. ³¹Na području Šibensko- kninske županije nalazi se ukupno dvadeset i jedna marina od kojih je najviše prepoznata Marina Frapa kao jedna od najljepših marina prve kategorije na Jadranu.

Veliku ulogu u nautičkom turizmu imaju i charter agencije koje pružaju uslugu uzimanja jedrilice u zakup. Na šibenskom području nalzi se devet charter agencija (NCP&Mare Charter, Dream Yacht Charter, Ecos Yachting, Ankora, Veritas Yachting, Mare Yachting, Kaiser Yachts, Adriatic Cruising d.o.o., Yachts 2000- Lunga d.o.o.) .

³⁰ The Murter Inn: Jedrima po Jadranu, [Internet], raspoloživo na <http://www.murter.org/hr/murter-jedrenje/jedrima-po-jadranu.html> (07.03.2019.)

³¹ Državni zavod za statistiku(2018) : NAUTIČKI TURIZAM Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2017.



Tablica 4: Kapacitet luka nautičkog turizma Šibensko- kninske županije

Izvor: DZS, Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma

Marina D- Marin Mandalina ove godine, u suradnji s Gradom Šibenikom i Jedriličarskim klubom Val, postala je domaćin velike svjetske regate u trajanju od šest dana (od 01. do 08. lipnja). Tako će na samom početku lipnja u grad Šibenik pristići oko 1000 jedriličara odnosno 113 posada te dakako veliki broj novinara i stranih te domaćih gledaoca. Ovakav događaj svakako ima veliki značaj za grad Šibenik te njegovu prepoznatljivost u nautičkom i turističkom segmentu.

3.3.5. Sportski turizam

Sportski turizam predstavlja takvu vrstu turizma gdje je glavni motiv putovanja sudjelovanje u nekom sportu ili pak gledanje nekog sporta.

Sportski je turizam u Hrvatskoj došao do izražaja u proteklih nekoliko godina, no mnogi smatraju da je nedovoljno ili pak nije razvijen. Potencijali postoje, ali ne i strategija razvoja.

Hrvatska je uspješna sportska nacija, poznata smo turistička destinacija, imamo povoljnu klimu, prometno smo dobro povezani, ali nema strategije razvoja i tu staje cijela priča. Moramo investirati u infrastrukturu i napraviti zaokružen sportsko-turistički proizvod. Nemamo novac i infrastrukturu, ali imamo ono najvažnije - odličnu priču - a novac bez priče opet nema efekta. Kapital ne ide tamo gdje je lijepo, nego tamo gdje je povrat investicije najizgledniji. Trebamo ispričati priču. Važno je naglasiti kako se uz sportski turizam veže i zdravstveni turizam kroz rehabilitacije i liječenje, kao i wellness, kulturni i drugi turizam. Dakle, da bi unaprijedili sportski turizam moramo imati jasnu viziju i strategiju razvoja na svim razinama koje su sinergijski povezane, moramo prirediti sportsko-turističke proizvode, povezati turističke i sportske organizacije kao i javni s privatnim sektorom.³²

Grad Šibenik i županija nude različite sportske aktivnosti svojim posjetiteljima. Pored poznatog i jedinog bungee jumpinga u Hrvatskoj sa Šibenskog mosta, u Šibenskom akvatoriju svake godine održavaju se regate te postoje podvodne lokacije dostupne svim kategorijama ronilaca. Isto tako tu su aktivnosti penjanja i planinarenja, te dva konjička kluba (Pegasus i Kolan).

Osim navedenog grad Šibenik je prepoznat u biciklističkoj manifestaciji gdje je dio pet ruta Tour of Croatia : Makarska – Split, Šibenik – Zadar, NP Plitvice – Učka, Pula – Umag i Sveti Martin – Zagreb. Regija za biciklističke i pješačke rute ima *outdoor* brend Šibenik Bike & Hike i mrežnu stranicu www.bikeandhike.hr na kojoj je moguće pronaći oko 85 ruta po svim vrstama podloge i za sve tipove vožnje biciklom. Regija ima standardizirane oznake biciklističkih ruta prema kojima je podijeljena u pet biciklističkih zona, a svaka biciklistička ruta ima jedinstvenu brojčanu oznaku od 1 do 499. Zone su:

- 1) Šibenik, Brodarica, Grebaštica, Zlarin, Žirje, Bilice (oznake 1 – 99)
- 2) Primošten, Rogoznica (oznake 101 – 199)
- 3) Vodice, Tribunj, Pirovac, Tisno, Betina, Jezera, Murter, Skradin (201 – 299)
- 4) Drniš (301 – 399)

³² Rihelj, G. : Potencijale imamo, ali sportski turizam kod nas još ne postoji na dan 19. listopada 2016., <http://www.poslovni.hr/komentari/potencijale-imamo-ali-sportski-turizam-kod-nas-jos-ne-postoji-319462> (08.03.2019)

5) Knin (401 – 499).³³

3.4. Strategija razvoja grada Šibenika

Grad Šibenik potpisao je u studenome 2014. godine ugovor s Institutom za turizam za izradu “Strategije razvoja inovativnog turizma grada Šibenika”. Riječ je o dokumentu kojim se osigurava sustavan i koordiniran razvoj turizma u Šibeniku, temeljen na osnovnoj ideji bolje turističke valorizacije vrijednih resursa kojima Grad raspolaže.

Izrada ovog dokumenta odvijala se u nekoliko etapa. U prvom dijelu dokument sadrži analizu postojećeg stanja u kojem se daje pregled osnovnih prostornih i gospodarskih obilježja. Nadalje, analizirani su glavni dionici turističkog razvoja grada, te su analizirana obilježja turističke ponude i potražnje. Zatim, obrađena je atrakcijska osnova prema metodologiji dr. sc. Eduarda Kušena, a riječ je analizi turističke osnove prema 16 kategorija atrakcija. Istraženo je stanje postojećih marketinških aktivnosti te su analizirani tržišni trendovi koji su važni za daljnji razvoj turizma u ovome Gradu. Za sve podatke konzultirani su relevantni izvori kao što su Državni zavod za statistiku, FINA, postojeća planska dokumentacija, dokumenti Grada Šibenika i Turističke zajednice, internetski izvori relevantnih institucija, promocijski materijali i publikacije te drugi izvori. Iz postojećeg stanja u studiji se dalje izvodi SWOT matrica Šibenika kao turističke destinacije, te se potom razrađuje strategija razvoja koja se sastoji od vizije, odrednica upravljanja, prostorne i proizvode koncepcije te strategije razvoja proizvoda. Poseban je naglasak dan na izgradnju i uređenje okoliša budući da upravo prirodni i kulturni krajolik predstavlja ključnu osnovu za razvoj turizma u Šibeniku.³⁴

Unutar ovog dokumenta predstavljen je akcijski plan u kojem se definiraju i razrađuju programi koje grad Šibenik treba implementirati u određenom razdoblju radi ostvarenja određenih ciljeva

³³ Hrvatska turistička zajednica: Regija Dalmacija – Šibenik; Od kraljevskih gradova i moćnih utvrda, do najčudesnijeg igrališta prirode – krševite Dalmacije, [Internet], raspoloživo na <https://croatia.hr/hr-HR/dozivljaji/aktivni-odmor/biciklizam/regija-dalmacija-sibenik> (08.03.2019)

³⁴ Institut za turizam (2015) : Strategija razvoja inovativnog turizma grada Šibenika , Zagreb, str. 4.

i vizija. Ti programi su podijeljeni u četiri skupine : upravljanje razvojem turizma, turistička infrastruktura, turistička suprastruktura i poduzetništvo te promocija i prodaja.

Upravljanje razvojem turizma planira se ostvariti kroz pet programa, a to su:

- Edukacija u turizmu - čiji je cilj poboljšanje konkurentnosti grada Šibenik kroz osiguranje kvalitetnog cjeloživotnog podizanja stručnih znanja i vještina postojećim i potencijalnim zaposlenicima u turizmu.
- Izrada priručnika za gradnju u Šibenskom priobalju - cilj ovoga programa je izraditi priručnik koji bi pomogao privatnom sektoru u oblikovanju i gradnji objekata (novogradnja ili rekonstrukcija postojećih), kao i u oblikovanju njihovih okućnica.
- Tehnička pomoć poduzetnicima/investitorima – čime se planira poboljšati konkurentnost grada Šibenika.
- Mobilizacija kreativnih potencijala – čiji su ciljevi razvoj novih proizvoda, stvaranje diversifikacijskog sustava turističkih doživljaja, mogućnosti zapošljavanja i unaprjeđenje životnog standarda lokalnog stanovništva te povećanje turističke atraktivnosti.
- Razvoj i praćenje indikatora konkurentnosti/ kvalitete – čiji je cilj kontinuirano unaprjeđenje kvalitete i konkurentnosti turističke ponude i cjelokupne destinacije Šibenik, poticanje razvoja turizma kojim se postiže ravnoteža između gospodarskih, ekoloških i sociokulturnih koristi te osigurava dugoročna budućnost turizma u Šibeniku. Opis i provedbeni koraci.³⁵

Turistička infrastruktura je najzahtjevnije područje djelovanja te je istom posvećeno najviše programa, odnosno njih čak dvanaest :

- **UrbEco** - riječ je o projektu kojim se sveobuhvatno rješava pitanje javnog prijevoza u Gradu Šibeniku te će njegova realizacija imati veliki utjecaj i na turizam. Danas su problemi koji se tiču prijevoza višestruki, a odlikuju ih zastarjeli prometni modeli i loša organizacija prometa, zastarjela prometna sredstva te time i utjecaj na okoliš. Cilj projekta je uspostaviti intermodalni autobusni i brodski javni prijevoz koji će se temeljiti

³⁵ Institut za turizam (2015.) : Strategija razvoja inovativnog turizma grada Šibenika, Zagreb, str. 64-68.

na inovativnim i ekološkim rješenjima te koji će na kvalitetan način povezati stanovnike otoka i prigradskih naselja te pružiti kvalitetnu uslugu i stanovnicima Šibenika.

- **Turistička valorizacija Morinjskog zaljeva** – čiji je cilj turistički valorizirati područje Morinjskog zaljeva razvojem turističkih proizvoda zdravstvenog turizma, aktivnog odmora (biciklizam, pješačenje, šetnje), gastroponude.
- **Cestovna porta grada** – čiji je cilj osigurati da onim posjetiteljima koji u grad dolaze automobilom ili autobusom prvi susret s gradom Šibenikom bude turistički atraktivan. Skretanje u šibensku gradsku strukturu učiniti prometno razgovijetnim i nedvosmislenim te atraktivno oblikovanim. Na taj način osigurati jednu od bitnih turističkih sastavnica koje čine *slijed gostoprimstva grada*: najavni punkt, *cestovna porta*, zona okupljanja posjetitelja, ishodište i sustav njihova kretanja te, na kraju, interpretacija svake ključne turističke atrakcije.
- **Promet u mirovanju** – projekt kojim se planira zadovoljavajuće riješiti pitanje parkiranja automobila posjetitelja koji dolaze u obilazak Šibenika, i to poglavito u zoni njihova okupljanja, na ishodištu sustava za njihovo kretanje gradom. Napomena – ovaj program ne obuhvaća cjelovito rješavanje prometa u mirovanju u gradu.
- **Centar za posjetitelje i sustav kretanja turista** – čiji je cilj pružiti posjetiteljima što viši stupanj organizacije njihovog obilaska grada, na način da ih u zoni okupljanja dočekuje iscrpna, poglavito informacijska, ali i emotivna priprema za obilazak. To je nadgradnja pripreme koju su na dolasku pružili *najavni punkt Šibenika na odmorištu Krka i cestovna porta grada*.
- **Razvoj pješačkih i biciklističkih staza i ruta** - glavni cilj programa je trasiranje, označavanje, uređenje, interpretacija i tematiziranje pješačkih i biciklističkih staza. Uz to, ciljevi su: povezivanje već postojećih staza u jedinstvenu cjelinu, promocija i tržišna komercijalizacija biciklističkih staza, diversifikacija i podizanje kvalitete turističkog proizvoda, produženje turističke sezone, diferencijacija u odnosu na turističku konkurenciju te turistička revitalizacija zaleđa.
- **Najavni punkt Šibenika na odmorištu Krka** – čime se želim posjetitelje, koji ciljano dolaze u Šibenik, inicijalno pripremiti za posjet gradu, obavijestiti ih o ključnim turističkim lokacijama i načinu stizanja do njih. Brojnim putnicima, koji putuju ovim

dijelom autoceste A1, skrenuti pozornost na turističku atraktivnost Šibenika i okolice, animirati ih da siđu s autoceste i obiđu Šibenik ili da to planiraju ubuduće.

- **Obnova i revitalizacija tvrđave sv. Nikole** - cilj programa je tvrđavu sv. Nikole postaviti kao vrhunsku jedinstvenu atrakciju dostupnu turistima.
- **Obnova i revitalizacija tvrđave sv. Ivan** - obnova spomeničke vrijednosti te kreiranje novih turističkih sadržaja.
- **Plan upravljanja plažama grada Šibenika** - cilj programa je očuvati plaže, osigurati njihovu opremljenost i prilagoditi korištenje plaže interesima lokalne zajednice i turista.
- **Uređenje i tematiziranje plaže Jadrija** - cilj programa je stvoriti prepoznatljivu turističku atrakciju te podignuti zadovoljstvo gostiju i lokalnog stanovništva.
- **Ambijentalno uređenje Šibenika i gradskih jezgri** - cilj ovoga programa je očuvati i podignuti ambijentalnu vrijednost Šibenika i gradskih jezgri na način da se poštuju svi aspekti naslijeđene arhitekture i uređenja prostora.
- **Hrvatski centar koralja** - glavni cilj programa je podići prepoznatljivost Šibenika kao destinacije bogate kulture života i rada vezano uz koraljarstvo. Također je cilj podići prepoznatljivost Zlarina, stvoriti turističku atrakciju, zaposliti lokalnu zajednicu te stvoriti jedinstvene suvenire.
- **Spužve na Krapnju** – unutar ovog programa nalazi se više ciljeva, a to su : obnova i revitalizacija zapuštenih objekata na otoku Krapnju, očuvanje nematerijalne baštine, postizanje prepoznatljivosti Krapnja kroz identitet spužvarstva, stvaranje muzejskog prostora i interpretacijskog centra spužvarenja na otoku Krapnju, promocija ronjenja, diversifikacija turističke ponude te kreiranje autohtonih suvenira i njihova promocija.
- **Sustav interpretacija i signalizacija ključnih atrakcija** – program kojim se želi osigurati jasnoća informiranja posjetitelja, unificiranost informacija za turističke sadržaje, promocija pojedinačnih atrakcija i jasnoća kretanja unutar destinacije.³⁶

³⁶ Institut za turizam (2015.) : Strategija razvoja inovativnog turizma grada Šibenika, Zagreb, str. 69- 83.

Unutar područja turističke suprastrukture i poduzetništva planira se provesti slijedećih devet programa :

- Projekt TEF-a – čiji je cilj stvoriti novu turističku i stambenu zonu na načelima održivog razvoja.
- Integralni hotel Šibenik - cilj programa je umrežiti dionike ponuđača turističkih usluga u starogradskoj jezgri Šibenika u jedinstvenu i inovativnu ponudu smještaja. Pored toga, ciljevi su: potaknuti povjerenje i suradnju privatnih iznajmljivača i pružatelja usluga, smanjiti sezonalnost, povećati popunjenost, potaknuti kreiranje novih usluga, podignuti konkurentnost te potaknuti zapošljavanje.
- Kuća Mediteran – s ciljem da se stvori jedinstvena turistička atrakcija koja će objediniti gastronomsku i kulturnu ponudu.
- Komunalna galija sv. Juraj – čiji je cilj stvoriti jedinstvenu turističku atrakciju koja će prezentirati pomorsku kulturnu baštinu.
- Poticanje inovativnih poduzetničkih projekata u turizmu – s ciljem poticanja i promoviranja poduzetničkih projekata koji se temelje na jedinstvenim idejama i koji su u funkciji stvaranja identiteta i prepoznatljivosti Šibenika.
- "Lokalni proizvodi za lokalni turizam" - cilj programa je profiliranje šibenske regije kao ekodestinacije. Dalje, ciljevi su: optimalno korištenje postojećih resursa, multipliciranje pozitivnih efekata turizma na poljoprivrednu proizvodnju, očuvanje tradicije obrade zemljišta.
- Razvoj ruta za samostalni obilazak grada – program koji sadrži više ciljeva : povećati turističku dostupnost kulturnih turističkih atrakcija i sadržaja povećati stupanj zadovoljstva turista, povećati konkurentnost kulturno-turističkog proizvoda grada Šibenika te povećati promet šibenskim poduzetnicima.
- Portfelj kulturno- zabavno- sportskih sadržaja/ menadžment – s ciljevima : razvoj novih proizvoda, stvaranje diversifikacijskog sustava turističkih doživljaja, mogućnosti

zapošljavanja i unaprjeđenje životnog standarda lokalnog stanovništva te povećanje turističke atraktivnosti.

- Unaprjeđenje gastroponude – s ciljem obogaćivanja destinacijskog lanca vrijednosti.³⁷

Područje promocije i prodaja objedinjeno je kroz sljedeća tri programa :

- Razvoj brenda Grada Šibenika – s ciljem unaprjeđenja međunarodne prepoznatljivosti.
- Unaprjeđenje DMC³⁸ funkcija – s ciljem obogaćivanja destinacijskog lanca vrijednosti.
- Inovativna komunikacija s tržištem – čiji je cilj unaprjeđenje međunarodne prepoznatljivosti.³⁹

U narednoj fotografiji bit će predstavljen terminski plan aktivnosti svih programa u funkciji realizacije postavljene vizije i ciljeva razvoja grada Šibenika prema prethodno spomenutim područjima djelovanja, prioritetu te vremenskoj dinamici.

Nadalje, u dijelu rada koji slijedi neke od ovih programa/ projekata biti će detaljnije predstavljeni i obrađeni te će se uvidjeti koliko sam terminski plan jest ili nije ispoštovan za projekte koji su do sada trebali biti pokrenuti ili već izvršeni.

³⁷ Institut za turizam (2015.) : Strategija razvoja inovativnog turizma grada Šibenika, Zagreb (str. 84- 92)

³⁸ DMC – (Destination Management Company) predstavlja termin koji se koristi za poduzeća usko specijalizirana za organizaciju događanja u određenoj destinaciji

³⁹ Institut za turizam (2015.) : Strategija razvoja inovativnog turizma grada Šibenika, Zagreb (str. 93– 95)

Programi prema područjima	Prio-ritet	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.-2025.
Upravljanje održivim razvojem								
•Edukacija u turizmu	I							
•Izrada priručnika za gradnju u šibenskom priobalju	I							
•Tehnička pomoć poduzetnicima/ investitorima	I							
•Mobilizacija kreativnih potencijala	II							
•Razvoj i praćenje indikatora konkurentnosti/ kvalitete destinacije	II							
Turistička infrastruktura								
•Projekt UrbEco	I							
•Turistička valorizacija Morinjskog zaljeva	II							
•Cestovna porta grada	II							
•Promet u mirovanju	I							
•"Centar za posjetitelje" i sustav kretanja turista	III							
•Razvoj pješačkih i biciklističkih staza i ruta	II							
•Najavni punkt Šibenika na odmorištu Krka	II							
•Obnova i revitalizacija tvrđave Sv. Nikola	II							
•Obnova i revitalizacija tvrđave Sv. Ivan	II							
•Plan upravljanja plažama	III							
•Uređenje i tematiziranje plaže Jadrija	III							
•Ambijentalno uređenje Šibenika i gradskih jezgri	I							
•Hrvatski centar koralj	II							
•Spužve na Krapnju	III							
•Sustav interpretacije i signalizacija ključnih atrakcija	II							
Turistička suprastruktura i poduzetništvo								
•Projekt TEF-a – provedba natječaja te realizacija projekta na području TEF-a	I							
•Kuća Mediteran	II							
•Komunalna galija sv. Juraj	III							
•Poticanje inovativnih poduzetničkih projekata u turizmu	I							
•"Lokalni proizvodi za lokalni turizam"	I							
•Razvoj ruta za samostalni obilazak grada	I							
•Portfelj kulturno-zabavno-sportskih sadržaja/ menadžment manifestacija	I							
•Unaprjeđenje gastroponude	I							
Promocija i prodaja								
•Razvoj brenda grada Šibenika	II							
•Unaprjeđenje DMC funkcije	I							
•Inovativna komunikacija s tržištem	I							

LEGENDA:

Vremenski period provedbe programa



Slika 10: Terminski plan aktivnosti programa prema područjima, prioritetima i vremenskoj dinamici

Izvor: Institut za turizam (2015.) : Strategija razvoja inovativnog turizma grada Šibenika, Zagreb

3.5. Investicije u turističku infrastrukturu

3.5.1. Obnova kulturnih spomenika

Europski fondovi su financijski instrumenti za provedbu pojedine javne politike Europske unije u zemljama članicama.

Navedene javne politike Europske unije, država članica i država kandidatkinja temelj su za određivanje ciljeva čije ostvarenje će se poticati financiranjem kroz EU fondove. EU fondovi su novac europskih građana koji se, sukladno određenim pravilima i procedurama, dodjeljuju raznim korisnicima za provedbu projekata koji trebaju pridonijeti postizanju spomenutih ključnih javnih politika EU.

Ulaskom u punopravno članstvo Europske unije, Republika Hrvatska postala je korisnica sredstava iz europskih fondova. U financijskom razdoblju 2014.-2020. RH je iz Europskih strukturnih i investicijskih (ESI) fondova na raspolaganju ukupno 10,676 milijardi eura.

Od tog iznosa 8,397 milijardi eura predviđeno je za ciljeve kohezijske politike, 2,026 milijarde eura za poljoprivredu i ruralni razvoj te 253 milijuna eura za razvoj ribarstva.

Republika Hrvatska koristila je i još uvijek koristi i sredstva strukturnih instrumenata iz financijske perspektive 2007.-2013., Instrumenta prepristupne pomoći (IPA) i programa Unije.⁴⁰

Grad Šibenik jedan je od primjera uspješnog korištenja sredstava iz EU jer je zajedno sa Šibensko-kninskom županijom imao jedan od najboljih omjera prijavljenih i odobrenih projekata, a realizirano je ukupno 468,64 milijuna kuna.

Korištenjem sredstava Europske unije izvršeni su projekti obnove tvrđava sv. Mihovil i Barone, te se planiraju obnoviti i tvrđava sv. Ivana i tvrđava sv. Nikole koja se nalazi u šibenskom kanalu sv. Ante.

Projekt Revitalizacije tvrđave sv. Mihovila uključivao je infrastrukturne radove na površini 2600 m², koji su obuhvaćali izgradnju i uređenje ljetne pozornice sa 1077 mjesta, te uređenje

⁴⁰ Europski strukturni i investicijski fondovi: Što je Republici Hrvatskoj na raspolaganju od EU fondova?, [Internet], raspoloživo na <https://strukturnifondovi.hr/eu-fondovi/> (12.05.2019)

podzemnog dijela tvrđave. Tijekom projekta izrađeno je nekoliko studija i planova (među ostalima: Kulturni brand grada Šibenika, Plan upravljanja kulturnim dobrima i Plan razvoja programa tvrđave sv. Mihovil), a kulturna ponuda grada Šibenika prezentirana je na 3 međunarodna sajma.⁴¹ Obnova tvrđave trajala je skoro 2 godine, te je završena u travnju 2014. godine kada je uslijedilo veliko otvorenje ljetne pozornice. Cilj ovog projekta bio je nadogradnja turističke infrastrukture i širenje turističke ponude. Vrijednost ovog projekta ukupno iznosi 1.666.388,90 eura, od čega je 60% financirala Europska unija iz fonda IPA 2007-2009: Business Related Infrastructure Grant Scheme. Dakle to bi bio iznos od 999.999,98 eura, dok je preostalih 666.388,92 osigurano iz proračuna Grada Šibenika.



Slika 11: Tvrđava sv. Mihovil, Šibenik

Izvor: Tvrđava kulture Šibenik: Projekt revitalizacije tvrđave Sv. Mihovil, [Internet], raspoloživo na <https://www.tvrdjava-kulture.hr/hr/tvrđava-sv-mihovila/revitalizacija-tvrđave/> (12.05.2019.)

⁴¹ Tvrđava kulture Šibenik: Projekt revitalizacije tvrđave Sv. Mihovil, [Internet], raspoloživo na <https://www.tvrdjava-kulture.hr/hr/tvrđava-sv-mihovila/revitalizacija-tvrđave/> (12.05.2019.)

U narednom razdoblju nastavlja se obnova ove tvrđave. Cisterna na tvrđavi sv. Mihovila u Šibeniku obnovit će se europskim novcem budući da je projekt Fortress (Re)Invented jedan od pet projekata koji će se financirati iz Interrega IPA programa prekogranične suradnje Hrvatska – Bosna i Hercegovina – Crna Gora 2014. – 2020..⁴²

Projekt Barone uključivao je infrastrukturne radove na renovaciji same tvrđave, opremanje gastro-kulturnog centra i dječjeg igrališta i gradnju amfiteatra. U sklopu kreiranja visokotehnološkog sadržaja napravljen je povijesni dokumentarac, nabavljena je i opremljena platforma za proširenu stvarnost i drugi multimedijски sadržaji.

U okviru projekta organizirani su različiti edukativni programi na kojima su sudjelovali budući zaposlenici upravljačke strukture tvrđave Barone (Upravljanje kulturnim dobrima), potom MSP-ovi sa područja Šibensko-kninske županije (Nove mogućnosti za prezentaciju na revitaliziranoj tvrđavi Barone), te turistički vodiči (Kako stare priče postaju nove turističke atrakcije – umijeće storytellinga i proširene stvarnosti u turizmu novog doba). Napravljen je i Studija turističkih potreba, preferencija i trendova u Šibensko-kninskoj županiji s različitim turističkim paketima koji uključuju tvrđavu Barone. Tijekom projekta razvijen je ekskluzivni ekološki brand Barone, za prezentaciju tradicionalnih gastro kulturnih proizvoda na tvrđavi, te osmišljen poslovni i marketing plan, a Tvrđava Barone je promovirana na međunarodnom sajmu turizma u Beču.

Tvrđava Barone ovim projektom postaje:

- prepoznatljivi spomenik kulturne baštine u gradu Šibeniku, svakodnevno dostupan posjetiteljima, koji promovira revalorizaciju i revitalizaciju hrvatskih kulturnih dobara
- jedinstvena turistička atrakcija, koja kombinira prošlost, sadašnjost i budućnost prikazujući okolnosti presudnog povijesnog trenutka kroz visoku tehnologiju, ujedno promovirajući slavnu mediteransku prehranu i način života. Svim opisanim sadržajima Tvrđava Barone postaje top destinacija u regiji i time doprinosi imidžu RH, te posebice grada Šibenika, kao nezaobilaznih destinacija kulturno-povijesnog turizma.⁴³

⁴²Šibenik News : Nastavlja se obnova tvrđave sv. Mihovila zahvaljujući, ponovno, europskom novcu na dan 03. veljače 2017. , [Internet], raspoloživo na <http://mok.hr/vijesti/item/23351-nastavlja-se-obnova-tvrđave-sv-mihovila-zahvaljujući-ponovno-europskom-novcu> (13.05.2019.)

⁴³ Tvrđava kulture: Revitalizacija tvrđave Barone, [Internet], raspoloživo na <https://tvrđava-kulture.hr/hr/tvrđava-barone/revitalizacija-tvrđave> (25.09.2019.)

Projekt je započeo u lipnju 2014. godine, te je njegova ukupna vrijednost iznosila 1.377.165,38 €. Odobrena sredstva iz Europskog fonda za regionalni razvoj, IPA IIIC iznosila su 993.900,25 € dok je iznos nacionalnog sufinanciranja bio 383,265.13 €.



Slika 12: Tvrđava Barone, Šibenik

Izvor: Tvrđava kulture: Revitalizacija tvrđave Barone, [Internet], raspoloživo na <https://tvrđjava-kulture.hr/hr/tvrđava-barone/revitalizacija-tvrđave> (25.09.2019.)

Grad Šibenik planirao je i projekt revitalizacije tvrđave sv. Ivan. Rekonstrukcija tvrđave sv. Ivana, ukupne površine 13 009 metara četvornih, predviđa obnovu bedema, inovativne sadržaje, atrakcije... U podnožju sjevernih obrambenih bedema, poznatom kao „klijesta“, posjetitelji će moći uživati u gastro- vizualnom konceptu. Revolucionarna tehnika 3D video mappinga na zidinama tvrđave prikazivat će različite sadržaje, stvarajući dodatne dimenzije, optičke iluzije i dojam kretanja statičnih objekata, što će posjetiteljima pružiti nezaboravan doživljaj.

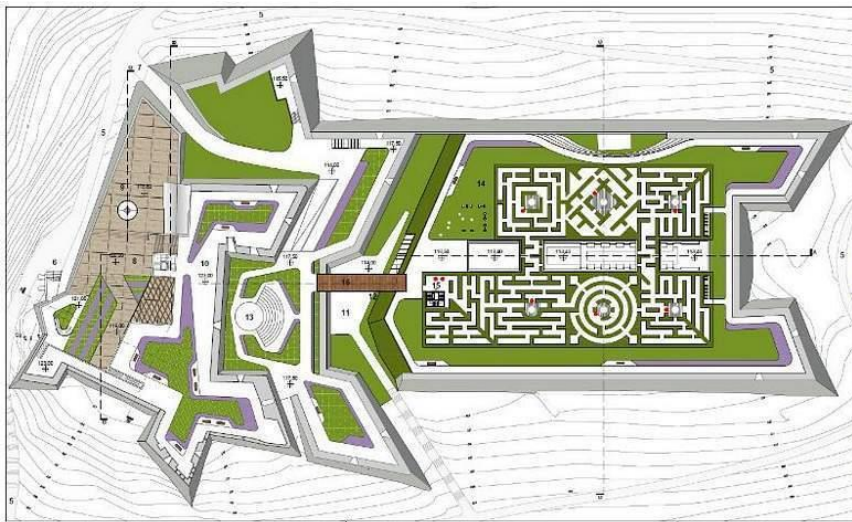
Na tvrđavi svetog Ivana smjestit će se i povijesni plato i Edukativni kampus opremljen pametnim interaktivnim učionicama i prezentacijskim prostorima unutar zidina tvrđave, koji će doprinijeti smanjenju sezonalnosti i produljenju boravka posjetitelja, osiguravajući kvalitetan smještaj s pratećim tematskim programima.

Obnovom tvrđave sv. Ivana razvit će se sadržaj visoke dodane vrijednosti i unaprijediti strateško upravljanje kulturnom baštinom što će pomoći pozicioniranju Šibenika kao kulturno-

turističke atrakcije temeljene na inovativnim rješenjima i uspješnom spajanju tradicije i najmodernije tehnologije, ističu iz gradske uprave.

Projekt Revitalizacije tvrđave sv. Ivana (Tanaje) ukupno je vrijedan 49.143.692, 95 kuna, a Europski fond za regionalni razvoj sufinancirat će ga s čak 41.486.646,05 kuna dok će ostatak sredstava osigurati Grad Šibenik.⁴⁴

No ovaj projekt kasni. Iako je po projektnom planu projekt već trebao biti završen krajem ove 2019. godine, on još nije ni započeo s radovima. Gradska uprava opravdava kašnjenje poskupljenjem građevinskih radova te je projektnu dokumentaciju trebalo uskladiti s novim cijenama.



Slika 13: Tlocrt projekta uređenja tvrđave sv. Ivan

Izvor: TrisComHr (2016): Šibeniku 41 milijun kuna za tvrđavu sv. Ivana na dan 25. srpnja 2016., [Internet], raspoloživo na <http://tris.com.hr/2016/07/sibeniku-41milijun-kuna-za-tvrđavu-sv-ivana/> (18.05.2019.)

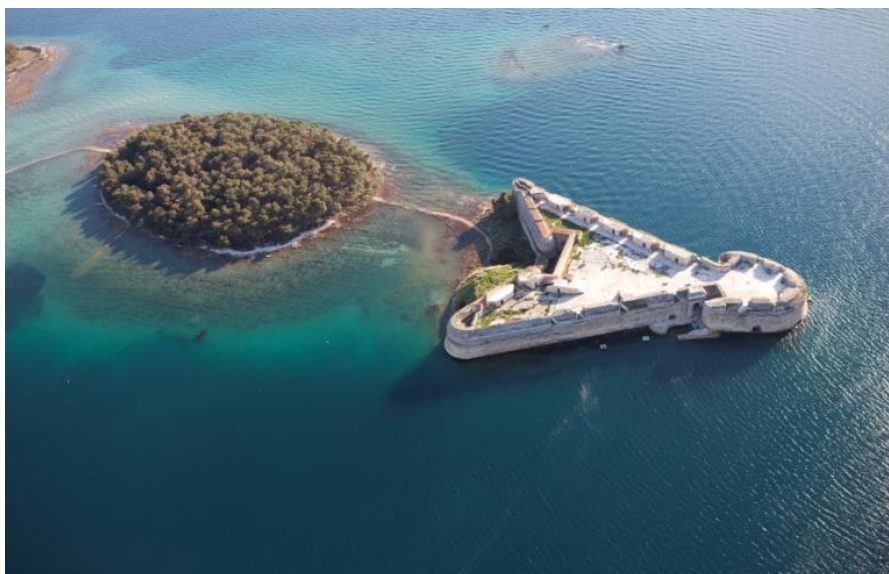
Tvrđava sv. Nikole predstavlja pomorsku obrambenu utvrdu smještenu n samom ulazu u kanal sv. Ante u Šibeniku. Utvrda sv. Nikole u srpnju 2017. godine upisana je u UNESCO-v Popis svjetske kulturne baštine zajedno s još nekoliko utvrda pod nazivom 'Mletačke utvrde od 15. do 17. stoljeća. Time se grad Šibenik svrstao među nekolicinu gradova na svijetu koji imaju čak dva spomenika na Popisu kulturne baštine (među tim gradovima su npr. London i Peking).

⁴⁴ TrisComHr(2016): Šibeniku 41 milijun kuna za tvrđavu sv. Ivana na dan 25. srpnja 2016., [Internet], raspoloživo na <http://tris.com.hr/2016/07/sibeniku-41milijun-kuna-za-tvrđavu-sv-ivana/> (18.05.2019.)

Obnova i revitalizacija tvrđave sv. Nikole u posljednje vrijeme odvija se u dva osnovna smjera: priprema tvrđave za posjetitelje i izrada detaljne konzervatorsko-restauratorske dokumentacije s dugoročnim planom obnove. Do sada se u tvrđavu moglo ulaziti morskim putem na glavna ulazna vrata ili s kopnene strane preko golemog nasipa uz jugoistočni polubastion, nastalog od izbačenog materijala i šute s dosadašnjih konzervatorskih istraživanja. Tako je samo s terase tvrđave izbačeno oko 1000 m³ građevinskog otpada. Kako je nasip krajem 2015. godine uklonjen, preostao je samo morski prilaz tvrđavi na glavna ulazna vrata preko prilično derutne drvene prilazne rampe. U isto vrijeme uklonjen je i recentni objekt bivše Jugoslavenske narodne armije koji se nalazio s vanjske strane kliješta tvrđave, kao i raslinje u kliještima. Stoga se pristupilo projektiranju rekonstrukcije prilazne rampe glavnih ulaznih vrata prema izgledu postojeće, ali i rješavanju zaštite budućih posjetitelja na terasi tvrđave. Svi metalni elementi ograda postavljeni u doba austrijske uprave nad ventilacijskim otvorima bit će ponovljeni po uzoru na postojeće, a na topovske otvore postaviti će se jednostavni metalni graničnici, kako posjetitelji ne bi mogli izlaziti kroz otvore.⁴⁵

Grad Šibenik je trenutno u procesu pribavljanja tri rješenja za ulaz s kopna te će jedno od tih biti izabrano kao finalno. Grad je od EU dobio na raspolaganje iznos od 2,6 milijuna za izradu projektne dokumentacije koja je potrebna za kompletnu obnovu utvrde sv. Nikole.

⁴⁵ Glavaš, I. (2017) : Tvrđava sv. Nikole – nova istraživanja, plan obnove i UNESCO



Slika 14: Tvrđava sv. Nikole

Izvor: M.M.(2019) : Strpite se još samo malo: Na tvrđavi svetog Nikole traju radovi i nije sigurna za posjetitelje na dan 23. ožujka 2019., [Internet], raspoloživo na <https://sibenskiportal.rtl.hr/aktualno/strpite-se-jos-samo-malo-na-tvrđavi-svetog-nikole-traju-radovi-i-nije-sigurna-za-posjetitelje/> (20.05.2019.)

Nadalje, u gradu Šibeniku se također provodi projekt pod nazivom Integrirani program „Civitas Sacra“ – unaprjeđenje turističke ponude Šibenika temeljene na valorizaciji kulturne baštine katedrale sv. Jakova i palače Galbiani čiji je prijavitelj Šibenska biskupija uz partnere Grad Šibenik, Turistička zajednica Grada Šibenika i Mihovil d.o.o.

Integrirani program Civitas Sacra temeljen je na kulturnoj baštini katedrale sv. Jakova i palače Galbiani u šibenskoj gradskoj jezgri – Projektom se rekonstruira i modernizira palača Galbiani te se unutar iste oprema interpretacijski centar posvećen UNESCO spomeniku katedrali sv. Jakova, multimedijalni centar i suvenirnica. Također, katedrala sv. Jakova oprema se prezentacijskom opremom, info pultom te klupama. Ugrađuje se u blizini katedrale internetsko prezentacijski centar sa Wi-Fi hotspotom. Nadalje, oprema se dječje igralište u neposrednoj blizini katedrale. Partner na projektu korištenjem De minimis potpora oprema restoran na gornje dvije etaže palače Galbiani⁴⁶

⁴⁶ Integrirani program „Civitas Sacra“ – unaprjeđenje turističke ponude Šibenika temeljene na valorizaciji kulturne baštine katedrale sv. Jakova i palače Galbiani ,[Internet], raspoloživo na <http://civitas.sacra.sibenska-biskupija.hr/> (20.05.2019)

Ukupna vrijednost ove investicije iznosi 36.380.859,94 kn, dok će Europski fond za regionalni razvoj sufinancirati projekt u iznosu od 30.911.970,68 kn. Projekt je završio koncem travnja 2019. godine sukladno rokovima, te je palača za sve posjetioce otvorena u svibnju iste godine.

3.5.2. Ulaganja u infrastrukturu

Grad Šibenik pokrenuo je i razne projekte investiranja u turističku infrastrukturu koji se odnose na upravljanje plažama, izgradnju šetnice i vidikovca te ulaganja u lučku infrastrukturu.

Ideja o plaži Banj rodila se tijekom 2010. godine, paralelno s intenziviranjem radova na čišćenju terena bivše Tvornice elektroda i ferolegura u čijoj neposrednoj blizini se nalazi plaža. Riječ je o prostoru koji je u šibenskoj povijesti imao funkciju kupališta, a izgradnjom kanalizacijskog kolektora i vodovoda te na osnovu rezultata studije Instituta Ruđer Bošković o idealnoj kakvoći mora na tom području, stvoreni su preduvjeti za izgradnju buduće plaže koja je Šibenik ponovno okrenula moru i dala značajan impuls revitalizaciji stare gradske jezgre i razvoju turizma. Idejnim projektom, koji je izradila šibenska tvrtka ARX d.o.o. prostor je podijeljen u sedam cjelina, a osim kupališnog dijela tu su obalna šetnica, sportska igrališta, ljetno kino, ugostiteljski objekti, sanitarni čvorovi i dječje igralište, te sadašnje parkiralište. Površina plaže je 12 000 četvornih metara Radovi na plaži odvijali su se u dvije faze. Prva faza je obuhvatila gotovo sve radove predviđene projektom, uređenje kupališta i sportsko – rekreacijske sadržaje, te je plaža otvorena 17. lipnja 2012. godine, dok je u srpnju 2013. godine u potpunosti dovršena s izgrađenim objektima. Projekt izgradnje gradske plaže Banj, bez šetnice, stoji 7,6 milijuna kuna, a projekt je sufinanciralo i Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije u iznosu od 2.370.000,00 kuna.⁴⁷

⁴⁷ Šibenik.hr : Plaža banj dostupno na dan 07.srpnja 2011., [Internet], raspoloživo na <http://www.sibenik.hr/projekti/plaza-banj> (20.05.2019.)



Slika 15: Plaža Banj

Izvor: Šibenik.hr : Plaža Banj dostupno na dan 07. srpnja 2011. , [Internet], raspoloživo na <http://www.sibenik.hr/projekti/plaza-banj> (20.05.2019)

Na gradsku plažu Banj nadovezuje se 'Šetnica Banj- Pekovac'. Projekt uređenja šetnice obuhvaća obalni pojas Pekovac – Banj s adekvatno uređenim pripadajućim okolišem. Budući da se radi o osjetljivoj zoni unutar gradskog tkiva, kao i složenom sklopu nekoliko cjelina, rješenje uređenja je maksimalno pratilo postojeću strukturu terena uz minimalne intervencije. Uređen je okoliša, sanirana i stabilizirana litica koja zatvara središnji dio obuhvata, kao i litica kontaktne zone prema platoima oko objekta sjeverno od obuhvata – litica unutar koje se zarezuje pješačka rampa s najviše točke šetnice: spoja na "vidikovac" na jugozapadu i već spomenutog spoja na platoe i okoliš objekta van obuhvata prema sjeveru; kraći nasuti dio rive što se nastavlja na postojeću na istočnom rubu obuhvata, u čijoj pozadini kreće glavna "gornja" šetnica, točno nakon sjedećih platoa tribina.⁴⁸ Šetnica je pratila izgradnju

⁴⁸ Šibenik.hr : Projekt „Šetnice Banj – Pekovac“ na dan 13. studenog 2012., [Internet], raspoloživo na <http://www.sibenik.hr/projekti/projekt-setnice-banj--pekovac> (20.05.2019.)

plaže Banj, te je ista otvorena 2013. godine kada je i sama gradska plaža bila u potpunosti dovršena.

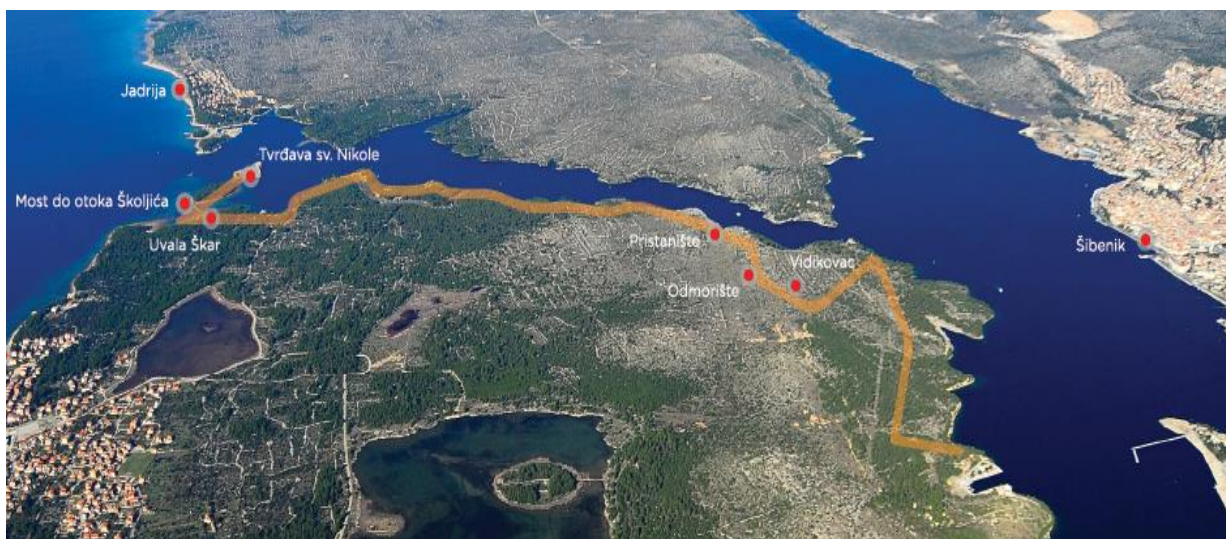
Nadalje, Grad Šibenik s partnerima trenutno radi na projektu izgradnje još jedne šetnice, šetnice u kanalu sv. Ante. Šibenski Kanal sv. Ante, smatra se jednim od najljepših dijelova Jadranske obale te je ujedno jedan od najbogatijih pomorskih ulaza u grad, te izgradnjom šetnice postaje dostupan kako građanima tako i turistima.

Tokom svibnja ove godine grad Šibenik objavio je javni natječaj kojim poziva na dostavu ponuda uređenja 11 plaža (Banj, Brodarica, Jadrija, Martinska, Zaton, Raslina, Zablaće, Žaborić, Grebaštica, Žirje i Kaprije). Plaže se nalaze u gradu Šibeniku ili njegovoj široj okolini. Specifičnost poziva jest što se od izvođača očekuje da posao uređenja plaže ispune u roku od sedam dana od početka radova.

Projekt „Turistička valorizacija Kanala sv. Ante u Šibeniku“ provodi Javna ustanova Zaštićene prirodne vrijednosti Šibensko-kninske županije u suradnji sa Šibensko-kninskom županijom i Državnim zavodom za zaštitu prirode. Partneri u projektu su Regionalna razvojna agencija Šibensko- kninske županije i Turistička zajednica Grada Šibenika. Kanal sv. Ante dio je značajnog krajobraza „Kanal – Luka u Šibeniku“. Obuhvaća prostor od Šibenskog mosta do kraja kanala, odnosno do Tvrđave sv. Nikole. Projektom je predviđeno uređenje šetnice duž jugoistočne obale kanala, od vile „Moj mir“ do Tvrđave svetog Nikole na ulazu u kanal. Uza šetnicu, predviđeno je uređenje pristaništa ispod špilje - kapelice sv. Ante, vidikovca, odmorišta i mostića do otočića Školjića na prilazu tvrđavi.

Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog fonda za regionalni razvoj. Projekt je vrijedan 1,443.485,54 eura, od toga je iz fondova Europske unije bespovratno dobiveno 999.999,51 eura (69,76 %), a ostatak, 433.486,03 eura, sufinancirat će se najvećim dijelom iz proračuna Šibensko- kninske županije (22,04 %). Projekt sufinanciraju i Javna ustanova Zaštićene prirodne vrijednosti Šibensko- kninske županije (5,19 %), Turistička zajednica Grada Šibenika (2,09 %) i Regionalna razvojna agencija (0,92 %).⁴⁹

⁴⁹ Javna ustanova PRIRODA Šibensko- kninske županije : Projekt "Turistička valorizacija Kanala sv. Ante" , [Internet], raspoloživo na <http://www.kanal-svetog-ante.com/stranica/1/zasticene-prirodne-vrijednosti.html> (21.05.2019.)



Slika 16: Šetnica u kanalu sv. Ante

Izvor : Javna ustanova PRIRODA Šibensko- kninske županije : Projekt "Turistička valorizacija Kanala sv. Ante" , [Internet], raspoloživo na <http://www.kanal-svetog-ante.com/stranica/1/zasticene-prirodne-vrijednosti.html>

Luka Šibenik jedna je od šest luka na jadranskoj obali koje su zbog svoje veličine i značenja uvrštene među luke od osobitog međunarodnog gospodarskog interesa za Republiku Hrvatsku.

Ulaganja u lučku infrastrukturu Šibenika sastoje se od dva dijela – izgradnje pomorsko-putničkog terminala i teretnog dijela luke. S prve dvije faze projekta gata Vrulje u dužini od 510 metara omogućili smo pristajanje brodova na kružnim putovanjima, putničkih brodova i brodova u javnom linijskom pomorskom prometu. Sada slijedi izgradnja zgrade pomorsko-putničkog terminala gdje bi se smjestile sve ustanove u funkciji same luke i prometnog procesa, Carina, Kapetanija, Lučka uprava i druge. U teretnom dijelu Luke Šibenik kreditom HBOR-a za koji je Ministarstvo osiguralo sredstva u trogodišnjem razdoblju krenut će se u izgradnju dijela operativne obale od Rogača do Dobrike i rekonstrukciju cestovne i željezničke obalne infrastrukture u dijelu Luke.⁵⁰

2014. dovršena je unutar projekta Pomorsko-putničkog terminala, rekonstrukcija gata Vrulje u Gradskoj luci Šibenik. Projektom je obuhvaćeno proširenje istočne obale zajedno sa izgradnjom

⁵⁰Marotti, M. (2019) : Pet godina od gata Vrulje: Najesen počinje izgradnja putničkog terminala na dan 31. siječnja 2019.,[Internet], raspoloživo na <https://sibenskiportal.rtl.hr/2019/01/31/pet-godina-od-gata-vrulje-najesen-pocinje-izgradnja-putnickog-terminala/> (21.05.2019.)

trajektne rampe, produljenje južne obale, izgradnja nove zapadne obale zajedno sa rampom, te uređenje zaobalnih površina sa pripadajućom infrastrukturom.



Slika 17: Terminal Vrulje

Izvor: Portal hrvatskih arhitekata (2009) : Terminal Vrulje [Internet], raspoloživo na <http://www.arhitekti.hr/terminal-vrulje.aspx>

Upravo zbog prethodno navedenih projekata grad Šibenik smatra se primjerom dobre prakse u uspješnosti povlačenja sredstava iz EU fondova, te je u proteklim godinama samo za obnovu tvrđava kao fortifikacijskih spomenika povukao nešto više od 56 milijuna kuna. S obzirom da su čelnici grada svjesni vrijednosti i dobrobiti koje donose sredstva EU fondova i njihovih doprinosa dosadašnjem razvoju grada, u narednim godinama Grad planira nastaviti povlačiti sredstva iz istih.

3.6. Djelovanje lokalnih jedinica

Kada se govori o djelovanju i doprinosu lokalnih jedinica u razvoju specifičnih oblika turizma na području Grada Šibenika, glavnu ulogu ima Turistička zajednica grada.

Turistička zajednica kroz poticanje i organiziranje različiti kulturnih, zabavnih i sportskih manifestacija doprinosi ponudi i image-u grada kao turističke destinacije. Neke od manifestacija su različiti koncerti (u sklopu kojih su i 'Večeri šibenske pjesme'), ribarske fešte, te srednjovjekovni sajam i Uskršnji doručak koje uvelike doprinosi lokalnom razvoju i kvaliteti života stanovnika grada Šibenika. Osim organiziranja manifestacija, TZGŠ odgovorna je za analizu i procjenu budućih kretanja turista te njihovih želja i potreba što će predstavljeno u sljedećem dijelu rada.

Svake godine Turistička zajednica Grada Šibenika svojim sredstvima sudjeluje u uređenju grada Šibenika i njemu pripadajućih jedinica. U protekloj godini predviđeno je planom 430.000,00 kn za uređenje mjesta koje se nalaze na području djelovanja TZGŠ , te se daje prijedlog o rasporedu sredstava, a u skladu s udjelom u noćenjima kao i sa potrebom za dodatnim ulaganjem u razvoj mjesta .

• Žaborić	130.000,00
• Zabláće	65.000,00
• Jadrija	55.000,00
• Raslina	40.000,00
• Zaton	30.000,00
• Kaprije	35.000,00
• Lozovac	20.000,00
• Žirje	20.000,00
• Jadrtovac	15.000,00
• Dubrava	10.000,00
• Vrpolje/Danilo	10.000,00. ⁵¹

Nadalje, turistička zajednica sudjeluje u iniciranju zaprašivanje komaraca u svim mjestima kako bi se doprinijelo ugodnosti života kako žiteljima grada tako i turistima. Izuzetno bitno je naglasiti sudjelovanje u ulaganju u izgradnju komunalne infrastrukture za većinu mjesta koja istu nemaju.

⁵¹ Turistička zajednica Grada Šibenika (2017) : PRIJEDLOG GODIŠNJEG PROGRAMA RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA ŠIBENIKA S FINANCIJSKIM PLANOM ZA 2018. GODINU

4. ANALZA DOSADAŠNJEG RAZVOJA GRADA ŠIBENIKA I TURIZMA U GRADU S PERSPEKTIVOM BUDUĆEG RAZVOJA

Prije nego se pokažu podaci o broju turista u Šibeniku unazad zadnjih nekoliko godina prikazat će se povijest razvoja turizma u Šibeniku koja je do nedavno bila nepoznanica. Naime prvotno mišljenje je bilo kako se počeci modernog turizma u Hrvatskoj vežu uz Dubrovnik, ali se pokazalo kako tome ipak nije tako te da se on povezuje uz Šibenik i Skradin.

Prema Gulinu⁵², kroničaru i istraživaču šibenske povijesti, parobrod tršćanskog Llyoda Imperatore kojim je upravljao kapetan Tomo Gelchich (Gelčić), uplovio je 29. lipnja 1844. godine u Šibenik. Na brodu je bilo 160 putnika, koji su se otisnuli na turističko krstarenje duž istočne obale Jadranskog mora, prvih putnika koji su putujući isključivo zbog doživljaja, odmora, znatiželje i čari putovanja došli u Šibenik, Skradin i slapove Krke da bi ih vidjeli, upoznali i doživjeli. Da su putnici na Imperatoreu bili turisti, svjedoči i zapis u kojem se navodi da su na brodu bili *passagieri della gita di piacere* (putnici koji putuju iz razonode). Stoga se ove godine može smatrati 175 godina postojanja turizma na području Šibenika, Skradina, ali i Dalmacije.

"Nakon iskrcavanja s Imperatoreu putnici iz Šibenika do Skradina i Skradinskog buka nastavili plovidbu parobrodom *Melania Principesa Metternich*. Taj parobrod izgrađen u Trstu 1842. godine, bio je prvi hrvatski parobrod."⁵³

Tako se Dubrovnik ne može više smatrati prvom turističkom destinacijom kako je to smatrao Bruno Moravac koji je kao datum modernog turizma u Dubrovniku naveo 10. kolovoza 1884. kada je u Dubrovnik uplovio parobrod *Baron Strumer* s velikim brojem putnika i to čak 153. Prije Šibenika navode se podaci i o posjetu Puli u travnju 1884. godine. Glavni ciljevi turističkog putovanja iz Trsta u Šibenik bila je proslava poznate šibenske fešte sv. Petra i Pavla kada se obilježava njihov blagdan. Bez obzira na to je li Šibenik uistinu prvi grad kojega su turisti posjetili zbog ugone i zadovoljstva, s pravom se može tvrditi da je Šibenik na karti turističkih odredišta Jadranskoga mora od početka razvoja modernog turizma Hrvatske.

⁵² Volim Šibenik, časopis za kulturu sjećanja (2019) : godina 8.: broj 33: str 6., raspoloživo na https://issuu.com/volimsibenik/docs/volim_ibenik_no33 (31.8.2019.)

⁵³ Volim Šibenik, časopis za kulturu sjećanja (2019) : godina 8.: broj 33: str 7., raspoloživo na https://issuu.com/volimsibenik/docs/volim_ibenik_no33 (31.8.2019.)



Slika 18: Oglas austrijskog Lloyd-a iz 1846.

Izvor: Volim Šibenik, časopis za kulturu sjećanja (2019) : godina 8.: broj 33: str 8., raspoloživo na https://issuu.com/volimsibenik/docs/volim_ibenik_no33 (31.8.2019.)

„Turizam je najosjetljivija grana gospodarstva na koji veliki utjecaj imaju promjene na tržištu, a osobito gospodarska kriza, sociodemografska kretanja koja utječu na turističku potražnju, vrijeme, klima, sigurnost, politička kretanja, nove tehnologije i dr.“⁵⁴

⁵⁴ Turistička zajednica Grada Šibenika (2017): Prijedlog godišnjeg programa rada Turističke zajednice grada Šibenika s financijskim planom za 2018. godinu , str. 3

Na rast i razvoja turizma u nekome mjestu može ovisiti puno čimbenika na koje je nekad teško utjecati, ali se oni svakako mogu predvidjeti te se za njih kvalitetno pripremiti. Posjet određenom mjestu ovisi prije svega i o trendovima koji su aktualni, pa mnoge lokacije i turistička odredišta moraju ići u korak s njima kako bi privukla nove posjetitelje.

„U posljednje vrijeme prisutno je sve više novih trendova u turizmu poput:

- priroda i ekologija - sadržaji koji su važni za image u turizmu (čisti okoliš, boravak u prirodi),
- zatim avanturistički sadržaji koji su sve privlačniji turistima, a zahtijevaju složene mjere sigurnosti
- zdravstveni sadržaji – ljudi treće životne dobi su u stalnom porastu, način života i rada te socijalno okruženje otvara nove trendove u popularizaciji zdravog načina života,
- kongresni sadržaji i incentive ponuda je sve traženija a obuhvaćaju i posebne atraktivne sadržaje i doživljaje
- vezana ili kružna putovanja posebno su atraktivna, obuhvaćaju paket aranžmane, kao i posjeti gradovima i događajima.“⁵⁵ Također danas su sve popularniji kraći izleti te iako se životni standard mladih osoba povećao nemaju puno slobodnog vremena pa preferiraju nova iskustva, puno aktivnosti, ali se češće odlučuju za kraće odmore nekoliko puta godišnje nego jedan duži godišnji odmor. Na odabir lokacije utječe svakako kvaliteta sadržaja, smještaja, sigurnost, društveno i gospodarsko okruženje. Nastavak rada donijet će prikaze i usporedbe broja dolazaka odnosno turista u gradu Šibeniku što će se povezati s dostupnim smještajnim kapacitetima te pokušati prikazati koji izazovi očekuju Šibenik. Osim toga prikazat će se koje vrste turista najviše privlači Šibenik i na temelju čega bi Grad mogao graditi svoj budući plan razvoja turizma.

Tako će se za početak prikazati dostupni podaci o broju noćenja u hotelima u Šibeniku.

Prema podacima Turističke zajednice grada Šibenika do kraja rujna 2018. godine ostvareno je ukupno 1.208.887 turističkih noćenja, što predstavlja pad od 0,45% u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Hotelski smještaj ostvario je 504.631 noćenja što je povećanje od 3%. Što se tiče kampova ostvareno je 290.154 noćenja i to je čak 15% manje od prošle godine. Vidljivo je iz

⁵⁵ Turistička zajednica Grada Šibenika (2017): Prijedlog godišnjeg programa rada Turističke zajednice grada Šibenika s financijskim planom za 2018. godinu, str. 3

dolje prikazane tablice kako hotel Solaris prednjači u broju noćenja tijekom 2017. kao i 2018. godine, a potom ide D-Resort Šibenik, a treći je hotel Vrata Krke. Upravo su porast zabilježili hoteli Mihovil, D – Resort Šibenik i Admiral Zaton.

Hosteli su tijekom 2018. godine ostvarili 9.058 noćenja što je 3% manje u odnosu na isto razdoblje 2017. godine kada je broj noćenja iznosio 9.342. Najveći broj noćenja ostvarili su hosteli Globo i Mare. Potom ide hostel Splendigo koji bilježi smanjenje broja noćenja u odnosu na 2017. godinu.

Tijekom 2018. godine zabilježeno je 290.154 noćenja u kampovima što je manje ako se uspoređi podatak iz 2017. godine kada je ono iznosilo 342.967 noćenja. Najposjećeniji je kamp Solaris koji je smanjio smještajne kapacitete, a jedino su kamp Jasenovo i Lozovac zabilježili porast noćenja. Što se tiče privatnog smještaja ostvareno je 404.087 noćenja i to predstavlja povećanje od 8%.

Prema podacima od strane Turističke zajednice grada Šibenika stranih gostiju je bilo 228.529 s udjelom u ukupnom broju od 86,19 % . Njihov boravak trajao je prosječno 4,73 dana te su ostvarili 1.080.772 noćenja što je 89,40% od ukupnog broja noćenja. Domaćih gostiju je bilo znatno manje, samo 36.664 što u ukupnome udjelu dolazaka čini 13,81%. Naši gosti boravili su u prosjeku tri i pol dana te su ostvarili 128.115 noćenja što je 10,60 % od ukupnog broja noćenja.

Potrebno je također spomenuti i naselja na području i okolici grada Šibenika, a koja imaju samostalne zajednice. Prije svega to su Grebaštica, Brodarica-Krapanj i Zlarin. U promatranom razdoblju ostvarili su 355.781 noćenja te je stoga Grad Šibenik ukupno ostvario 1.564.668 noćenja.

Nastavak donosi prikaz broja noćenja po hotelima, kampovima i hostelima u razdoblju od siječnja do rujna tijekom 2017. i 2018. godine.

Tablica 3: Turistički promet u Šibeniku 2017/2018

KAPACITETI	Noćenja 2017.	Noćenja 2018.
Hoteli "Solaris"	421561	434529
Hotel "Jadran"	11637	10708
Hotel "Panorama"	10884	10999
Hotel "Vrata Krke"	14882	14695
Motel Interpetrol	588	638
Mihovil doo	3025	4010
D-Resort Šibenik	18406	19124
Heritage hotel King Krešimir	0	829
Heritage hotel Life Palace	4774	4311
Hotel Bellevue	0	1756
Admiral Zaton	2316	3032
HOTELI UKUPNO	488.073	504.631
KAMP SOLARIS	328364	272420
KAMP ZABLAĆE	507	465
KAMP JASENOVO	6267	7347
Kampovi ŽABORIĆ	2060	2669
Kampovi LOZOVAC	5769	7253
KAMPOVI UKUPNO	342.967	290.154
INDIGO	788	574
SPLENDIDO	1934	1622
MARE	1983	1972
SCALA	1527	629
STUDENTSKI DOM	311	463
GLOBO	2799	3000
SV.LOVRE	0	798
HOSTELI UKUPNO	9.342	9.058
Danilo	396	516
Donje Polje	1731	2796
Dubrava kod Šibenika	5487	7741
Goriš	572	843
Gradina	1881	2433
Jadrija	37464	40715
Jadrtovac	4157	3766
Kaprije	9924	10899
Konjevrate	1070	1390
Lozovac	11259	10698
Perković	224	152
Radonić	368	609
Raslina	12084	11895
Šibenik	109427	136140
Vrpolje	1030	1516

Zablaće	40858	41411
Zaton	10380	12847
Žabarić	105417	105691
Žirje	8921	8875
ostalo	11315	3145
PRIVATNI SMJEŠTAJ	373.965	404.078
UKUPNO		
SVEUKUPNO	1.214.347	1.208.887
DOLASCI	257.525	265.135

Izvor: Prijedlog godišnjeg programa rada Turističke zajednice grada Šibenika s financijskim planom za 2018. godinu; 2019, 5

Što se tiče segmentacije emitivnih tržišta za grad Šibenik potrebno je naglasiti kako postoji velika dinamika u promjeni trendova u turizmu općenito, zbog raznih vanjskih, ali i unutarnjih faktora zbog čega je ponuda kao i tržište fleksibilno zahtjevima turista. Emitivna tržišta za područje grada Šibenika mogu se podijeliti na tri osnovne skupine, a to su;

- Primarna turistička tržišta,
- Sekundarna turistička tržišta,
- Tercijarna turistička tržišta.

Turistička zajednica grada Šibenika navodi kako su primarna emitivna tržišta za područje Šibenika tijekom 2018. sljedeća:

- „Njemačka 17,85%
- Poljska 8,51%
- Nizozemska 6,13%
- Austrija 5,41%
- Velika Britanija 4,41%
- Francuska 4,41%
- Mađarska 4,07%
- Češka 4,05%
- Slovenija 3,85%

- Slovačka 3,36
- Italija 3,12%⁵⁶

Navedenih 11 tržišta predstavlja najveći doprinos ukupnom broju posjeta odnosno noćenja tijekom 2018. godine te ono iznosi 65%. Što se sekundarnih emitivnih tržišta tiče u njih se ubraja; Švicarska, Belgija, Bosna i Hercegovina, Izrael, Švedska, Danska, Španjolska i Sjedinjene Američke Države. Tako je na tim tržištima ostvareno otprilike 13% noćenja inozemnih gostiju navodi Turistička zajednica grada Šibenika.

Što se tiče posljednje skupine, a to su tercijarna emitivna tržišta, u njih se ubrajaju Rusija, Australija, Kanada, Kina, Japan i Korea. Može se zaključiti kako na prva dva tržišta otpada najveći broj posjetitelja.

„Šibenik kao grad sa bogatom povijesnom i prirodnom baštinom tj. dva UNESCO-va spomenika i dva NP se definitivno nalazi u zoni interesa većine gostiju iz prekomorskih zemalja te ćemo i naše aktivnosti sve više usmjeravati ka tim tržištima.“⁵⁷

Nakon prikaza i usporedbe podataka od siječnja do rujna 2018. godine s podacima istog razdoblja iz 2017. godine, u nastavku će se napraviti usporedba broja noćenja od siječnja do listopada 2017. godine s istim razdobljem 2016. godine.

Kao što je bio slučaj u 2018. godini, tako je i u 2017. u usporedbi s 2016. godinom zabilježen pad u ostvarenom broju noćenja. Ukupan broj tijekom deset mjeseci u 2017. godini iznosio je 503.381 noćenja što je 10% manje u odnosu na 2016. kada je broj noćenja iznosio 556.583. Turistička zajednica Grada Šibenika kao glavni razlog toga navodi promjenu poslovne politike najvećeg subjekta hotela Solaris. Naime zbog planiranih smanjivanja smještajnih kapaciteta zabilježili su i manji broj noćenja što se odrazilo na cjelokupnu sliku posjećenosti. Bez obzira na to navedeni hotel i dalje prednjači u broju noćenja te čini čak 86% od ukupnog broja noćenja u navedenom razdoblju tijekom 2017. godine. Sljedeći po broju noćenja je D-Resort Šibenik, nakon njega hotel Vrata Krke, a na četvrtome mjestu smjestio se hotel Jadran, a nešto manje noćenja od njega ima hotel Panorama. Što se hostela tiče zabilježen je blagi rast broja noćenja

⁵⁶ Prijedlog godišnjeg programa rada Turističke zajednice grada Šibenika s financijskim planom za 2018. godinu; 2019, 6-7

⁵⁷ Prijedlog godišnjeg programa rada Turističke zajednice grada Šibenika s financijskim planom za 2018. godinu; 2017, 7 (<https://www.sibenik-tourism.hr/stranice/dokumenti/95.html>)

ako se promatra razdoblje 2016. s 2017. godinom. Najposjećeniji hosteli u 2017. godini bili su hosteli Globo, Mare, Splendido i Scala koji je svoja vrata otvorio 2017. godine. Do listopada 2017. bilježi se rast broja noćenja od ukupno 1.256.392 što je povećanje od manje od 10.000 noćenja što ne predstavlja veliki pomak.

U kampovima je ostvareno 359.191 noćenja što je ista razina kao i u prošlogodišnjem razdoblju. Solaris kao najveći subjekt smanjio je planski kapacitete kampa te je stoga utjecao na ukupan ostvareni broj noćenja. Od ostalih kampova mogu se još jedino izdvojiti kamp Jasenovo i Lozovac.

Promatrajući privatni smještaj u 2017. godini ostvareno 367.149 noćenja što je znatno povećanje od čak 16% posto u odnosu na razdoblje 2016. Godine. Prema prijedlogu godišnjeg programa rada Turističke zajednice grada Šibenika s financijskim planom za 2018. godinu (2017) stranih gostiju je bilo 235.207 s udjelom u ukupnom broju od 85,89%, prosječno su boravili 4,80 dana i ostvarili su 1.129.892 noćenja odnosno 89,93% od ukupnog broja gostiju.

Domaćih gostiju je bilo 38.637 s udjelom u ukupnom broju od 14,11%, prosječno su boravili 3,27 dana i ostvarili su 126.500 noćenja tj. 10,07 % od ukupnog broja gostiju navodi Turistička zajednica (2017).

Tablica 4: Prikaz broja noćenja po smještajnim objektima 2016/2017

KAPACITETI	Noćenja 2016.	Noćenja 2017.	INDEX 17/16
Hoteli "Solaris"	486.321	432.185	89
Hotel "Jadran"	13.142	12.147	92
Hotel "Panorama"	12.111	11.897	98
Hotel "Vrata Krke"	19.305	15.437	80
Interpetrol	749	601	80
Mihovil doo	1.862	3.041	163
D-Resort Šibenik	16.980	20.574	121
Heritage hotel Life Palace	4.745	5.201	110
ADMIRAL ZATON	1.368	2.298	168
Hoteli ukupno	556.583	503.381	90
INDIGO	1.238	764	62
SPLENDIDO	1.946	1.795	92

MARE	2.245	2.262	101
SCALA	0	1.562	-
STUDENTSKI	1.315	585	44
GLOBO	2.985	2.845	95
Hosteli ukupno	9.729	9.813	101
KAMP SOLARIS	344.777	345.013	100
KAMP ZABLAČE	2.170	507	23
KAMP JASENOVO	4.903	6.231	127
Kampovi ŽABORIĆ	2.580	1.949	76
Kampovi LOZOVAC	5.047	5.491	109
Kampovi ukupno	359.477	359.191	100
ŽABORIĆ	95.173	103.069	108
ZABLAČE	32.911	36.946	112
JADRIJA	31.951	41.505	130
GRAD	97.030	116.268	120
RASLINA	10.550	11.915	113
ZATON	7.917	10.389	131
KAPRIJE	8.631	9.675	112
LOZOVAC	7.552	11.456	152
ŽIRJE	6.999	8.264	118
JADRTOVAC	9.013	4.195	47
DUBRAVA	4.663	5.679	122
DONJE POLJE	1.247	1.474	118
OSTALO	3.674	6.314	172
Privatni ukupno	317.311	367.149	116
Ukupno smještaj	1.247.139	1.256.392	101
Dolasci	248.402	273.844	110

Izvor: Prijedlog godišnjeg programa rada Turističke zajednice grada Šibenika s financijskim planom za 2018. godinu; 2017, 5

Tablica 5: Noćenja i dolasci na razini županije za 2017. i 2018.

Šibensko- kninska županija	2017	2018	INDEKS 17/18
DOLASCI	923 233	965 203	104,5
NOĆENJA	5 455 289	5 512 226	101,0

Izvor: DZS

Na temelju prethodnih podataka vidljivo je da grad Šibenik sudjeluje s udjelom od 21% u ukupnom broju noćenja Šibensko- kninske županije, dok udio u broju dolazaka iznosi 27% u 2018. godini.

Nakon prikaza broja noćenja po smještajnim kapacitetima prikazat će se i podaci broja smještajnih kapaciteta. Tako je tijekom 2017. godine ukupno bilo 12.941 smještajnih kapaciteta od čega je privatni smještaj vodeći s 6.188, nakon toga slijede kampovi s 3.591 smještajnim kapacitetom, a tek potom hotelski smještaj s 3.162 kapaciteta.

Tablica 6: Smještajni kapaciteti u Šibeniku 2016

KAPACITETI	OBJEKATA	PRIVATNI SMJEŠTAJ	HOTELSKI SMJEŠTAJ	KAMP	UKUPNO
Hotel PANORAMA	1		72		
Hotel JADRAN	1		54		
STUDENTSKI CENTAR	1		90		
Hosteli	7		231		
Hotel Admiral Zaton	1		28		
Atrium	1		10		
D-Resort	1		140		
D-Resort ville	3		18		
Hotel Life Palace	1		34		
Motel INTERPETROL	1		26		
Hotel VRATA KRKE	1		56		
Hotel IVAN	1		756		
Hotel JURE	1		445		
Hotel NIKO	1		394		
Hotel JAKOV	1		336		
Hotel ANDRIJA	1		290		
SOLARIS VILE KORNATI	50		182		
KAMP SOLARIS	997			2991	
ŽABORIĆ	267	1741			
ŽABORIĆ - KAMP	3			396	
ZABLAĆE	84	616			
ZABLAĆE - KAMP	1			36	
JADRIJA	111	557			
ŠIBENIK	535	2053			
RASLINA	41	210			
RASLINA - KAMP	1			18	
KAPRIJE	37	202			
ZATON	34	172			
LOZOVAC	28	174			
LOZOVAC - KAMP	3			150	
JADRTOVAC	10	61			
ŽIRJE	29	145			

DUBRAVA	16	85			
BORAJA, BRNJICA, ČVRLJEVO, GORIŠ	3	14			
DANILO B, K, DONJE POLJE, VRPOLJE	13	68			
GRADINA, KONJEVRATE, RADONIĆ	14	80			
OSTALI	2	10			
UKUPNO	2.303	6.188	3.162	3.591	12.941

Izvor: Prijedlog godišnjeg programa rada Turističke zajednice grada Šibenika s financijskim planom za 2018. godinu; 2017, 11

Povećanje je vidljivo u 2018. godini kada ukupan broj smještajnih kapaciteta iznosio 14.014. U kampovima je bilo 3.591 smještajnih kapaciteta, u hotelima 3.270, dok privatni smještaj ponovno predvodi s ukupno 7.153 smještaja kapaciteta. Kampovi nisu proširivali svoje kapacitete, dok se broj kreveta u hotelskom smještaju malo povećao, a najveće povećanje bilježi privatni smještaj.

Upravo privatni smještaj najčešći je izbor turista gdje se mnogi odlučuju na izdavanje vlastitih nekretnina odnosno njihovu prenamjenu u smještajne objekte najčešće s tri zvjezdice. Problem koji ovdje može nastati je manjak visoko luksuznih smještajnih kapaciteta s četiri ili pet zvjezdica, a zasićenja objekata s tri zvjezdice. Naravno to prije svega ovisi i o rastu broja dolazaka i noćenja turista u gradu Šibeniku koji se polako povećava, a ne doživljava veliki rast. Zato rast broja turista mora biti usklađen s rastom broja smještajnih objekata jer ako ta dva pokazatelja nisu usklađena iznajmljivači će poslovati u gubitku, ali manjak smještajnih kapaciteta te manjak kvalitete s druge strane i povećanje turista moglo bi značiti negativnu reputaciju Šibenika kao turističkog odredišta. Stoga je bitno napraviti kvaliteta plan razvoja smještajnih kapaciteta i znati prepoznati kretanja turista za sljedeću godinu.

Tablica 7. Smještajni kapaciteti na području grada Šibenika za 2018. godinu

KAPACITETI	OBJEKTA	PRIVATNI SMJEŠTAJ	HOTELSKI SMJEŠTAJ	KAMP	UKUPNO
Hotel PANORAMA	1		72		
Hotel JADRAN	1		54		
STUDENTSKI CENTAR	1		90		
Hosteli	7		231		
Hotel Admiral Zaton	1		28		
Atrium	1		10		
D-Resort	1		140		
D-Resort ville	3		18		
Hotel Life Palace	1		34		
Hotel King Krešimir	1		14		
Hotel Bellvue	1		94		
Motel INTERPETROL	1		26		
Hotel VRATA KRKE	1		56		
Hotel IVAN	1		756		
Hotel JURE	1		445		
Hotel NIKO	1		394		
Hotel JAKOV	1		336		
Hotel ANDRIJA	1		290		
SOLARIS VILE KORNATI	50		182		
KAMP SOLARIS	997			2991	
ŽABORIĆ	278	1790			
ŽABORIĆ - KAMP	3			396	
ZABLAĆE	97	670			
ZABLAĆE - KAMP	1			36	

JADRIJA	129	569			
ŠIBENIK	778	2748			
RASLINA	39	164			
RASLINA - KAMP	1			18	
KAPRIJE	42	222			
ZATON	44	207			
LOZOVAC	33	192			
LOZOVAC - KAMP	3			150	
JADRTOVAC	14	76			
ŽIRJE	35	147			
DUBRAVA	26	129			
BORAJA, BRNJICA, ČV RLJEVO, GORIŠ	5	22			
DANILO B, K, DONJE POLJE, VRPOLJE	21	95			
GRADINA, KONJEVRA TE, RADONIĆ	18	100			
OSTALI	7	22			
UKUPNO	2.647	7.153	3.270	3.591	14.014

Izvor: Program rada Turističke zajednice grada Šibenika s financijskim planom za 2019. godinu

Kako na području Šibenika, tako su smještajni kapaciteti rasli i na području Šibensko- kninske županije. U godini 2016. smještajni kapacitet Šibensko- kninska županije iznosio je ukupno 79 215 ležajeva, dok u godini 2018. ta brojka raste na 101 874 ležaja.⁵⁸ Ukoliko usporedimo smještajne kapacitete vidljivo je da grad Šibenik čini otprilike 13% ukupnih smještajnih kapaciteta na razini županije. Uspoređujući postotak udjela broja ležajeva s udjelom broj noćenja i dolazaka u 2018. godini zaključujemo da, iako grad Šibenik sudjeluje s nešto manjim postotkom ležajeva, uvelike doprinosi posjećenosti županije. Naime, grad Šibenik bilježi skoro trećinu ukupnog broja noćenja u Šibensko- kninskoj županiji.

⁵⁸ Ministarstvo turizma Republike Hrvatska (2019) : Turizam u brojkama 2018.

Povećanje smještajnih kapaciteta dovodi nas do zaključka da je rastao i broj poduzetnika koji se bave turističkom djelatnošću, te će tok tog rasta biti prikazan na sljedećoj tablici.

Tablica 8. Kretanje broja poduzetnika u Šibeniku po djelatnostima

DJELATNOSTI NKD-a	BROJ PODUZETNIKA										INDEX 2018./2017.
	2014.	%	2015.	%	2016.	%	2017.	%	2018.	%	
Subjekti bez dj.	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,1	#DIV/0!
A)	12	1,2	15	1,5	13	1,2	11	1,0	14	1,1	127,3
B)	0	0,0	0	0,0	1	0,1	2	0,2	3	0,2	150,0
C)	106	10,8	107	10,5	106	10,1	108	9,9	124	10,1	114,8
D)	13	1,3	12	1,2	14	1,3	15	1,4	14	1,1	93,3
E)	10	1,0	11	1,1	12	1,1	11	1,0	13	1,1	118,2
F)	100	10,1	100	9,8	100	9,5	102	9,4	121	9,8	118,6
G)	265	26,9	259	25,5	246	23,4	233	21,4	253	20,5	108,6
H)	49	5,0	52	5,1	55	5,2	54	5,0	64	5,2	118,5
I)	96	9,7	105	10,3	115	10,9	132	12,1	159	12,9	120,5
J)	23	2,3	26	2,6	29	2,8	32	2,9	36	2,9	112,5
K)	0	0,0	1	0,1	2	0,2	2	0,2	1	0,1	50,0
L)	42	4,3	49	4,8	58	5,5	61	5,6	63	5,1	103,3
M)	133	13,5	130	12,8	143	13,6	151	13,9	168	13,6	111,3
N)	69	7,0	72	7,1	78	7,4	93	8,5	110	8,9	118,3
P)	13	1,3	16	1,6	17	1,6	16	1,5	17	1,4	106,3
Q)	14	1,4	14	1,4	15	1,4	17	1,6	22	1,8	129,4
R)	14	1,4	17	1,7	16	1,5	18	1,7	19	1,5	105,6
S) ⁵⁹	27	2,7	31	3,0	32	3,0	30	2,8	30	2,4	100,0
UDIO Ukupno grad Šibenik u Ukupno ŠKŽ	51,3	*	51,4	*	50,9	*	51,3	*	49,2	*	*

Izvor: FINA (Obrada: HGK- ŽK Šibenik)

⁵⁹ U ovoj i narednim tablicama oznake predstavljaju sljedeće djelatnosti: A) Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo, B) Rudarstvo i vađenje, C) Prerađivačka industrija, D) Opskrba elek. energijom, plinom, parom i klimatizacija, E) Opskrba vodom, uklanjanje otpadnih voda, gospodarenje otpadom te djelatnosti sanacije okoliša, F) Građevinarstvo, G) Trgovina na veliko i malo; popravak motornih vozila i motocikala H) Prijevoz i skladištenje, I) Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, J) Informacije i komunikacije, K) Financijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja, L) Poslovanje nekretninama, M) Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti, N) Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti, P) Obrazovanje, Q) Djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi, R) Umjetnost, zabava i rekreacija, S) Ostale uslužne djelatnosti

U tablici se vidi da je u protekle četiri godine broj poduzetnika koji se bavi djelatnošću pružanja smještaja te pripreme i posluživanja hrane rastao za nešto više od 60%. Isto tako, vidljivo je da se 12,9% svih poslovnih subjekata prijavljenih na području grada Šibenika bavi navedenom djelatnošću.

Tablica 9. Ukupno ostvareni prihodi poduzetnika grada Šibenika po djelatnostima

DJELATNO STI NKD-a	UKUPNI PRIHODI										
	2014.	%	2015.	%	2016.	%	2017.	%	2018.	%	INDEX 2018./20 17.
Subjekti bez djelatnosti	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	272.994	0,0	#DIV/0!
A)	5.114.756	0,1	5.228.225	0,2	5.117.691	0,2	5.619.822	0,1	6.924.158	0,2	123,2
B)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	8	0,0	280.001	0,0	3500012, 5
C)	1.622.396.8 66	42,8	855.413.88 2	30,1	795.523.01 7	24,7	1.147.593.3 99	29,2	1.143.637.8 94	25,3	99,7
D)	255.782.91 0	6,8	68.482.598	2,4	70.243.400	2,2	100.204.84 6	2,5	97.945.229	2,2	97,7
E)	168.704.75 4	4,5	160.518.44 7	5,7	157.009.91 8	4,9	176.239.73 4	4,5	273.449.97 0	6,0	155,2
F)	205.749.02 5	5,4	178.435.28 1	6,3	241.810.55 7	7,5	374.196.40 4	9,5	366.334.82 5	8,1	97,9
G)	626.999.81 9	16,6	612.400.64 2	21,6	726.622.56 3	22,6	818.507.20 9	20,8	1.229.787.2 80	27,2	150,2
H)	139.911.99 3	3,7	139.481.70 4	4,9	182.404.19 3	5,7	229.513.38 3	5,8	172.150.21 8	3,8	75,0
I)	405.135.28 1	10,7	479.520.20 8	16,9	540.854.45 7	16,8	592.537.52 6	15,1	665.038.55 9	14,7	112,2
J)	21.365.957	0,6	23.654.661	0,8	31.502.061	1,0	36.359.045	0,9	43.468.728	1,0	119,6
K)	0	0,0	3.720	0,0	174.301	0,0	406.515	0,0	313.671	0,0	77,2
L)	123.585.88 2	3,3	90.828.487	3,2	156.805.29 3	4,9	114.925.96 9	2,9	116.009.41 7	2,6	100,9
M)	81.239.348	2,1	88.660.635	3,1	148.727.12 2	4,6	126.415.75 2	3,2	143.712.19 8	3,2	113,7
N)	45.746.050	1,2	50.422.173	1,8	65.173.670	2,0	108.294.29 6	2,8	145.477.16 4	3,2	134,3
P)	20.830.940	0,6	23.885.901	0,8	26.284.046	0,8	25.345.230	0,6	24.065.288	0,5	94,9
Q)	12.684.004	0,3	10.359.696	0,4	11.708.224	0,4	18.772.045	0,5	23.941.131	0,5	127,5
R)	28.516.016	0,8	31.871.851	1,1	36.340.754	1,1	38.482.191	1,0	49.437.953	1,1	128,5
S)	23.361.827	0,6	21.746.484	0,8	18.713.797	0,6	19.973.884	0,5	21.696.010	0,5	108,6
UKUPNO GRAD ŠIBENIK	3.787.125.4 28	100, 0	2.840.914.5 95	100, 0	3.215.015.0 64	100, 0	3.933.387.2 58	100, 0	4.523.942.6 88	100, 0	115,0

UKUPNO ŠIBENSKO-KNINSKA ŽUPANIJA	5.765.824.047	100,0	4.890.101.726	100,0	5.409.437.529	100,0	6.291.663.667	100,0	7.438.055.622	100,0	118,2
UDIO Ukupno grad Šibenik u Ukupno ŠKŽ	65,7	*	58,1	*	59,4	*	62,5	*	60,8	*	

Izvor: FINA (Obrada : HGK- ŽK Šibenik)

Tablica 10. Ukupni rashodi poduzetnika grada Šibenika po djelatnostima

DJELATNOSTI NKD-a	UKUPNI RASHODI										
	2014.	%	2015.	%	2016.	%	2017.	%	2018.	%	INDEX 2018./2017.
Subjekti bez djelatnosti	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	218.163	0,0	#DIV/0!
A)	4.867.403	0,1	6.380.222	0,2	8.489.463	0,3	7.749.338	0,2	16.311.961	0,3	210,5
B)	0	0,0	1	0,0	143	0,0	36.995	0,0	6.030.344	0,1	16300,4
C)	1.817.880.210	46,0	1.059.798.450	33,7	942.615.402	28,0	1.315.941.477	32,7	1.633.621.146	33,6	124,1
D)	236.829.352	6,0	54.907.401	1,7	64.575.717	1,9	93.044.089	2,3	73.912.926	1,5	79,4
E)	166.466.399	4,2	159.815.920	5,1	154.987.674	4,6	171.670.509	4,3	224.579.350	4,6	130,8
F)	216.072.510	5,5	210.893.103	6,7	229.715.978	6,8	311.178.662	7,7	341.534.800	7,0	109,8
G)	633.643.404	16,0	636.109.024	20,2	721.065.653	21,4	816.768.317	20,3	1.189.794.926	24,5	145,7
H)	139.213.037	3,5	136.746.471	4,3	149.870.515	4,4	221.144.510	5,5	168.726.510	3,5	76,3
I)	411.006.265	10,4	508.066.886	16,1	566.255.110	16,8	607.554.576	15,1	713.350.084	14,7	117,4
J)	21.804.676	0,6	22.500.566	0,7	30.780.977	0,9	34.566.002	0,9	42.300.000	0,9	122,4
K)	0	0,0	6.721	0,0	173753	0,0	314390	0,0	258.543	0,0	82,2
L)	96.380.425	2,4	133.225.143	4,2	209.781.539	6,2	139.071.588	3,5	88.235.022	1,8	63,4
M)	72.534.889	1,8	73.810.673	2,3	128.053.133	3,8	101.949.744	2,5	114.670.908	2,4	112,5
N)	44.404.729	1,1	55.764.089	1,8	73.710.746	2,2	111.289.076	2,8	144.295.146	3,0	129,7
P)	19.939.046	0,5	23.241.180	0,7	24.891.007	0,7	24.531.654	0,6	24.829.377	0,5	101,2
Q)	11.346.343	0,3	9.776.723	0,3	10.353.040	0,3	15.925.984	0,4	19.581.625	0,4	123,0
R)	38.062.046	1,0	37.502.944	1,2	38.258.615	1,1	34.979.008	0,9	41.904.291	0,9	119,8
S)	19.596.001	0,5	18.044.902	0,6	17.899.947	0,5	19.779.798	0,5	21.812.292	0,4	110,3
UKUPNO GRAD ŠIBENIK	3.950.046.735	100,0	3.146.590.419	100,0	3.371.478.412	100,0	4.027.495.717	100,0	4.865.967.414	100,0	120,8
UKUPNO ŠIBENSKO-KNINSKA ŽUPANIJA	5.863.815.705	100,0	5.104.335.580	100,0	5.521.874.952	100,0	6.250.431.875	100,0	7.649.544.778	100,0	122,4
UDIO Ukupno grad Šibenik u Ukupno ŠKŽ	67,4	*	61,6	*	61,1	*	64,4	*	63,6	*	

Izvor: FINA (Obrada: HGK - ŽK Šibenik)

Nadalje, prema informacijama dostupnim na prethodnim tablicama vidimo rast prihoda i rashoda poduzetnika na području grada Šibenika. Djelatnost pružanja smještaja te priprema i usluživanja hrane je treća prema visini ostvarene dobiti te čini otprilike 15% ukupnih prihoda poduzetnika na području grada Šibenika. Isto tako vidljivo je da navedena djelatnost u proteklih pet godina ima visok rast rashoda. Dijelom je to zbog toga što upravo ova djelatnost ima najvišu ukupnu ostvarenu vrijednost investicija u proteklim godinama, te je ista u 2018. godini iznosila 361.652.861 kn što je 16,2% više nego u 2017.

Udio Grada Šibenika u ukupnim investicijama poduzetnika u promatranom petogodišnjem razdoblju iznosi 75%.⁶⁰

Tablica 11: Broj zaposlenih kod poduzetnika u 'Djelatnosti pružanja smještaja te pripremanja i usluživanja hrane' u razdoblju od 2015.-2018.godine

Broj zaposlenih	2015.	%	2016.	%	2017.	%	2018.	%
Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	1.167	18,0	1.320	19,1	1.391	19,2	1.663	21,1

Izvor: Izradio autor po informacijama iz HGK – ŽK Šibenik

U prethodnoj tablici prikazan je rast zaposlenih kod poduzetnika u 'Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane'. Osim rasta broja zaposlenih, vidimo i da postotak od ukupno zaposlenih u posljednjoj 2018.godini iznosi 21,1% što je iznimno velik udio.

Osim što je rastao broj zaposlenih u navedenoj djelatnosti, rasla je i njihova plaća. Tako je prosječna plaća zaposlenih kod poduzetnika u ovoj djelatnosti u 2015. godini iznosila 4.614kn dok je u prethodnoj 2018.godini iznosila 5.505kn, te se smatra da je prosječna plaća u ovom sektoru rasla i u 2019. godini.

Što se tiče najnovijih dostupnih podataka iz 2019. godine podaci o broju posjećenosti i noćenja su izuzetno dobri. Tako je u Šibeniku tijekom srpnja boravilo šest posto više gostiju u odnosu

⁶⁰ HGK – ŽK Šibenik

na isto razdoblje prošle 2018. godine. Prikazano u brojkama ostvareno je 65.475 dolazaka te 348.298 noćenja, što je povećanje od 2 posto navodi portal šibenik.hr (2019).

Osim toga portal Šibenik.hr (2019) navodi da se prema podacima Hrvatske turističke zajednice, grad Šibenik našao na sedmom mjestu ljestvice „Top 10“ hrvatskih destinacija koje su većinom birali domaći turisti odnosno gosti, ali da je isto tako u prvih deset gradova u Hrvatskoj s najvećim hotelskim turističkim prometom u srpnju, što je dobiveno iz podataka zabilježenih noćenja.

Povećanje broja noćenja zabilježeno je u hotelskom smještaju i taj rast je od devet posto, odnosno ukupan broj noćenja iznosio je 118.695. ovaj rast vidljiv je i kroz tablicu prethodno napravljenu na temelju podataka Državnog zavoda za statistiku. Kod privatnog smještaja zabilježen je manji pad u broju noćenja koji iznosi svega jedan posto, dok je kod kampova on malo manji te iznosi četiri posto u odnosu na srpanj prošle godine. Najviše gostiju bilo iz Njemačke, Poljske i Nizozemske, a domaćih gostiju tijekom srpnja ove godine bilo je 5.793⁶¹. Iz navedenog se može zaključiti kako se podaci podudaraju s emitivnim tržištima predstavljenim na temelju istraživanja Turističke zajednice Grada Šibenika.

"Pozitivan trend u broju dolazaka i noćenja Šibenik bilježi i u razdoblju od siječnja do kraja srpnja ove godine. U dolascima je tako bilo 175.967 turista, što je čak 9 posto više u odnosu na lanjsko razdoblje te 2 posto više noćenja. U istom razdoblju u odnosu na prošlu godinu, hoteli su ostvarili 306.141 noćenje, što je povećanje od 3 posto. I za prvih sedam mjeseci ove godine Šibenik je među top deset destinacija prema turističkom prometu."⁶²

Povećanje su zabilježili privatni, obiteljski smještaj dok su kampovi zabilježili manji broj dolazaka. Tako se broj posjeta u kampovima nastavio smanjivati, iako to nisu veliki brojevi pad u broju dolazaka svakako je vidljiv, što može značiti smanjenje popularnosti kampova, ali svakako ne kao glavni uzrok. Ono što je sigurno s obzirom na prikazane podatke srpnja ove

⁶¹ Šarić, F.(2019) : Najviše gostiju u prvih sedam mjeseci u Šibenik je došlo iz Njemačke, Nizozemske i Poljske na dan 23. kolovoza 2019., [Internet], raspoloživo na <https://lokalni.vecernji.hr/zupanije/najvise-gostiju-u-prvih-sedam-mjeseci-u-sibenik-je-doslo-iz-njemacke-nizozemske-i-poljske-16056> (26.09.2019.)

⁶² Š. I. (2019) : Šibenik dosad posjetilo 65.475 gostiju, devet posto više nego lani: U srpnju rast od šest posto, najbolje ide hotelima na dan 09. kolovoza 2019., [Internet], raspoloživo na <https://m.sibenik.in/sibenik/sibenik-dosad-posjetilo-65-475-ljudu-devet-posto-vise-nego-lani-u-srpnju-biljezimo-rast-od-sest-posto-a-najbolje-ide-hotelima/110910.html> (30.8.2019.)

godine je da broj posjeta raste i to najviše na području samoga grada Šibenika u privatnom smještaju.

Što se budućeg razvoja turizma u Šibeniku tiče bitno je prepoznati koje skupine turista najčešće posjećuju grad i okolicu te iz kojih razloga. Tako je Grad Šibenik u okviru europskog projekta SHARE, koji za cilj ima održavanje kulturne baštine, proveo anketu kako bi saznao iz kojih razloga turisti najviše posjećuju Šibenik.

"Najzanimljivije da je većina turista Šibenik odabrala na preporuku prijatelja i rodbine, a zatim slijede društvene mreže"⁶³, govori Mišura.

Rezultati su pokazali kako najviše turiste privlači kultura i kulturna baština. Stoga je bitno i kvalitetno upravljanje kulturom.

Vidljivo je da Grad Šibenik radi na unapređenju turizma i turističke ponude, te sukladno tome radi na izradi različitih razvojnih dokumenta. U izradu strateških dokumenta uključio je i lokalne jedinice, prije svega Turističku zajednicu Grada. TZ Grada Šibenika radi na Strategiji održivog razvoja turizma vezano za staru gradsku jezgru, dok djelatnici Instituta za turizam provode istraživanje za izradu Strategije koja bi trebala biti gotova u proljeće 2020. godine.⁶⁴

Prednost Šibenika je što još uvijek nije masovno posjećen od strane turista pa nije izgubio autohtoni karakter, odnosno nije komercijaliziran kao što je slučaj s nekim drugim turističkim odredištima u Dalmaciji kao što je Split, Zadar ili recimo južnije Dubrovnik. Važno je očuvati staru jezgru grada kao i kulturnu baštinu grada posebno UNESCO-ve spomenike kulture koji će biti još jedan motiv više za posjet. Grad Šibenik svakako bilježi dobre rezultate tijekom godine, a osobito u ljetnim mjesecima, ali je to važno održati na takvoj razini i postepeno raditi na povećanju kvalitete usluge i ponude.

⁶³ P.Š. (2017): Sustavan razvoj turizma: U Šibenik dolaze mladi i visokoobrazovani turisti, a motiv im je kulturna baština na dan 06. prosinca 2017, [Internet], raspoloživo na <https://www.sibenik.in/sibenik/sustavan-razvoj-turizma-u-sibenik-dolaze-mladi-i-visokoobrazovani-turisti-a-motiv-im-je-kulturna-bastina/85089.html> (30.8.2019.)

⁶⁴ P.Š. (2019) : Šibenik će dobiti Strategiju održivog razvoja turizma u staroj jezgri: 'Turistima se sviđa što grad nije komercijaliziran kao Split i Zadar' na dan 30. kolovoza 2019, [Internet], dostupno na <https://m.sibenik.in/sibenik/sibenik-ce-dobiti-strategiju-odrzivog-razvoja-turizma-u-staroj-jezgri-turistima-se-svi-a-sto-grad-nije-komercijaliziran-kao-split-i-zadar/111728.html> (30.8.2019.)

5. ZAKLJUČAK

Grad Šibenik prošao je kroz različite faze tokom svoje povijesti. Nakon što je bio lučko – tranzitni centar i jedan od industrijskih središta, konačno biva prepoznat kao turistička destinacija. Sa svojom povijesnom znamenitošću, kulturnom baštinom, Nacionalnim parkovima i spomenicima pod zaštitom UNESCO-a sve više se zaslužno ističe kao turistički brend.

S rastom posjećenosti domaćih i stranih turista sve više se počinje ulagati u infrastrukturu grada. Lokalne jedinice prepoznale su važnost turizma kao gospodarske djelatnosti te smatram da su ulaganje koja su vršena kao poboljšanje turističke ponude uvelike doprinijela i poboljšanju kvalitete života domaćeg stanovništva. Mnogobrojna kućanstva su se okrenula bavljenju turizmom kao dodatnom zaradom na način da su prijavljeni kao privatni iznajmljivači, što je vidljivo i po rastu broja ležajeva, ali i noćenja u privatnim smještajima.

Iako je bilo oscilacija u dolascima i noćenju gostiju na ovom području, turizam u Šibeniku svakako raste. Broj poduzetnika koji se žele baviti turizmom raste te rastu i ulaganje istih. Prednost toga je i činjenica da se otvara sve više radnih mjesta u ovoj grani te ujedno rastu i plaće zaposlenih u djelatnosti. Potrebno je kvalitetno promišljati željezni tok budućih turističkih sezona kako bi se omogućilo produljenje iste.

Produljenje turističke sezone pomoglo bi i privatnim iznajmljivačima i poduzetnicima koji se bave ovom djelatnošću, a ponajviše bi produljilo radni vijek unutar godine zaposlenih u djelatnosti te im omogućilo stalne i veće prihode.

Grad Šibenik je prije svega mali grad. Njegova gradska jezgra bilježi sve veću posjećenost i potrebno je pripaziti kako ne bi došlo do prenapučenosti u visokoj sezoni. Smatram da specifični oblici turizma koji su se razvili na ovom području mogu doprinijeti preraspodjeli turista u određenom dijelu sezone. Isto tako, ukoliko se budu poštovali rokovi i projekti planirani po akcijskom planu budu ostvareni, građani i turisti svakako mogu očekivati uređeniji i razvijeniji Šibenik.

LITERATURA

1. Baranović, V.(2019): Šibenčani su tvrđavu Barone izgradili za 58 dana, ako se udružimo kao oni, hrvatsku gastronomiju ćemo smjestiti na svjetsku kartu na dan 18. ožujka 2019., [Internet], raspoloživo na <https://www.sibenik.in/gastronomija/sibencani-su-tvr-avu-barone-izgradili-za-58-dana-ako-se-udruzimo-kao-oni-hrvatsku-gastronomiju-cemo-smjestiti-na-svjetsku-kartu/104541.html> (20.03.2019.)
2. Brkljača, I. (2018) : Turizam u Hrvatskoj: usporedba s drugim mediteranskim destinacijama na dan 23. travnja 2018., [Internet], raspoloživo na <https://arhivalitika.hr/blog/turizam-u-hrvatskoj-usporedba-s-drugim-mediteranskim-destinacijama/> (24.02.2019.)
3. Croatian hot spots (2016) : Stiže nam treći međunarodni festival “Okusi Mediteran” Šibenik na dan 24. svibnja 2016.,[Internet], raspoloživo na <http://hotspots.net.hr/2016/05/stize-nam-treci-medunarodni-festival-okusi-mediteran-sibenik/> (07.03.2019.)
4. Čavlek N., Bartoluci M., Prebežac D., Kesar O. i suradnici(2011) : Turizam - Ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb
5. DMC – (Destination Management Company) predstavlja termin koji se koristi za poduzeća usko specijalizirana za organizaciju događanja u određenoj destinaciji
6. Državni zavod za statistiku
7. Državni zavod za statistiku RH, Priopćenja: BRUTO DOMAĆI PROIZVOD ZA REPUBLIKU HRVATSKU, NKPS – 2. RAZINA I ŽUPANIJE U 2011. (14. veljače 2014., broj 12.1.2.) i BRUTO DOMAĆI PROIZVOD ZA REPUBLIKU HRVATSKU TE PROSTORNE JEDINICE ZA STATISTIKU 2. I 3. RAZINE ZA RAZDOBLJE 2000. – 2010. (14. veljače 2013., broj 12.1.2.)
8. Europski strukturni i investicijski fondovi: Što je Republici Hrvatskoj na raspolaganju od EU fondova?,[Internet], raspoloživo na <https://strukturnifondovi.hr/eu-fondovi/> (12.05.2019)
9. FINA
10. Glavaš, I. (2017) : Tvrđava sv. Nikole – nova istraživanja, plan obnove i UNESCO
11. Goeldner C. R. i sur. (2000.) : Turizam – načela, prakse, filozofije
12. Grad Šibenik : Grad Šibenik – prijatelj djece, [Internet], raspoloživo na <http://www.sibenik.hr/mai/grad-sibenik---prijatelj-djece> (23.01.2019.)
13. Hrvatska gospodarska komora – ŽK Šibenik

14. Hrvatska turistička zajednica: Regija Dalmacija – Šibenik; Od kraljevskih gradova i moćnih utvrda, do najčudesnijeg igrališta prirode – krševite Dalmacije, [Internet], raspoloživo na <https://croatia.hr/hr-HR/dozivljaji/aktivni-odmor/biciklizam/regija-dalmacija-sibenik> (08.03.2019)
15. Izvor: Hrvatska Narodna Banka (2019): Statistika- Glavni makroekonomski indikatori ,[Internet], dostupno na <https://www.hnb.hr/statistika/glavni-makroekonomski-indikatori> (28.09.2019)
16. Hrvatsko narodno kazalište (2016): O festivalu, .[Internet], raspoloživo na <http://www.mdf-sibenik.com/> (01.03.2019.)
17. Institut za turizam (2015.) : Strategija razvoja inovativnog turizma grada Šibenika, Zagreb
18. Integrirani program „Civitas Sacra“ – unaprjeđenje turističke ponude Šibenika temeljene na valorizaciji kulturne baštine katedrale sv. Jakova i palače Galbiani, [Internet], raspoloživo na <http://civitas.sacra.sibenska-biskupija.hr/> (20.05.2019)
19. Javna ustanova PRIRODA Šibensko- kninske županije : Projekt "Turistička valorizacija Kanala sv. Ante", [Internet], raspoloživo na <http://www.kanal-svetog-ante.com/stranica/1/zasticene-prirodne-vrijednosti.html> (21.05.2019.)
20. Jurić T., Poljičak I.(2015) : Demografsko starenje u Šibensko- kninskoj županiji
21. Leksikografski zavod Miroslav Krleža : Hrvatska enciklopedija; turizam, [Internet], raspoloživo na <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763> (24.02.2019.)
22. M.M.(2019) : Strpite se još samo malo: Na tvrđavi svetog Nikole traju radovi i nije sigurna za posjetitelje na dan 23. ožujka 2019., [Internet], raspoloživo na <https://sibenskiportal.rtl.hr/aktualno/strpite-se-jos-samo-malo-na-tvrdavi-svetog-nikole-traju-radovi-i-nije-sigurna-za-posjetitelje/> (20.05.2019.)
23. Marotti, M. (2019) : Pet godina od gata Vrulje: Najesen počinje izgradnja putničkog terminala na dan 31. siječnja 2019., [Internet], raspoloživo na <https://sibenskiportal.rtl.hr/2019/01/31/pet-godina-od-gata-vrulje-najesen-pocinje-izgradnja-putnickog-terminala/> (21.05.2019.)
24. Marotti, M.(2018) : Sveti Mihovil i Šibenik povezani su od začetaka grada, a štovalo ga se i ranije na dan 29. rujna 2018.,[Internet], raspoloživo na <https://sibenskiportal.rtl.hr/y5/sveti-mihovil-i-sibenik-povezani-su-od-zacetaka-grada-a-stovalo-ga-se-i-ranije/> (24.01.2019.)
25. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske : Turizam u brojkama 2017.

26. Nacionalni park krka službene stranice: O nama , [Internet], raspoloživo na <http://www.npkrka.hr/stranice/nacionalni-park-krka/2.html> (01.03.2019.)
27. P.Š. (2017): Sustavan razvoj turizma: U Šibenik dolaze mladi i visokoobrazovani turisti, a motiv im je kulturna baština na dan 06. prosinca 2017, [Internet], raspoloživo na <https://www.sibenik.in/sibenik/sustavan-razvoj-turizma-u-sibenik-dolaze-mladi-i-visokoobrazovani-turisti-a-motiv-im-je-kulturna-bastina/85089.html> (30.8.2019.)
28. P.Š. (2019) : Šibenik će dobiti Strategiju održivog razvoja turizma u staroj jezgri: 'Turistima se sviđa što grad nije komercijaliziran kao Split i Zadar' na dan 30. kolovoza 2019, [Internet], raspoloživo na <https://m.sibenik.in/sibenik/sibenik-ce-dobiti-strategiju-odrzivog-razvoja-turizma-u-staroj-jezgri-turistima-se-svi-a-sto-grad-nije-komercijaliziran-kao-split-i-zadar/111728.html> (30.8.2019.)
29. Portal ponuda ruralne Hrvatska: Nacionalni park Kornati, [Internet], raspoloživo na <http://www.ruralna.hr/?page=client&id=60> (02.03.2019.)
30. Prijedlog godišnjeg programa rada Turističke zajednice grada Šibenika s financijskim planom za 2018. godinu; (2017)
31. Program rada Turističke zajednice grada Šibenika s financijskim planom za 2019. Godinu (2018)
32. Richards, Greg (1999): 17. European Cultural Tourism: Patterns and Prospects
33. Rihelj, G.(2016) : Potencijale imamo, ali sportski turizam kod nas još ne postoji na dan 19. listopada 2016., [Internet], raspoloživo na <http://www.poslovni.hr/komentari/potencijale-imamo-ali-sportski-turizam-kod-nas-jos-ne-postoji-319462> (08.03.2019)
34. Rihelj, G.(2018): PROŠLE GODINE OSTVAREN RAST PRIHODA OD TURIZMA OD 10 POSTO, ŠTO ČINI 19,6 POSTO BDP-A na dan 30. ožujka 2018., [Internet], raspoloživo na <http://hrturizam.hr/prosle-godine-ostvaren-rast-prihoda-od-turizma-od-10-posto-sto-cini-196-posto-bdp/> (25.02.2019)
35. RR-standard
36. Stažičić, N. (1989). Pomorska geografija Jugoslavije. Školska knjiga: Zagreb.
37. Šarić, F.(2019) : Najviše gostiju u prvih sedam mjeseci u Šibenik je došlo iz Njemačke, Nizozemske i Poljske na dan 23. kolovoza 2019., [Internet], raspoloživo na <https://lokalni.vecernji.hr/zupanije/najvise-gostiju-u-prvih-sedam-mjeseci-u-sibenik-je-doslo-iz-njemacke-nizozemske-i-poljske-16056> (26.09.2019.)

38. Š. I. (2019) : Šibenik dosad posjetilo 65.475 gostiju, devet posto više nego lani: U srpnju rast od šest posto, najbolje ide hotelima na dan 09. kolovoza 2019., [Internet], raspoloživo na <https://m.sibenik.in/sibenik/sibenik-dosad-posjetilo-65-475-ljudu-devet-posto-vise-nego-lani-u-srpnju-biljezimo-rast-od-sest-posto-a-najbolje-ide-hotelima/110910.html> (30.8.2019.)
39. Šibenik News(2017) : Nastavlja se obnova tvrđave sv. Mihovila zahvaljujući, ponovno, europskom novcu na dan 03. veljače 2017., [Internet], raspoloživo na <http://mok.hr/vijesti/item/23351-nastavlja-se-obnova-tvrdave-sv-mihovila-zahvaljujuci-ponovno-europskom-novcu> (13.05.2019.)
40. Šibenik.hr(2011): Plaža banj dostupno na dan 07.srpnja 2011., [Internet], raspoloživo na <http://www.sibenik.hr/projekti/plaza-banj> (20.05.2019.)
41. Šibenik.hr(2012) : Projekt „Šetnice Banj – Pekovac“ na dan 13. studenog 2012., [Internet], raspoloživo na <http://www.sibenik.hr/projekti/projekt-setnice-banj--pekovac> (20.05.2019.)
42. Šibensko- kninska županija, službene stranice : Opći podaci, [Internet], raspoloživo na <http://sibensko-kninska-zupanija.hr/stranica/opi-podaci/70> (23.01.2019)
43. Šimundić, I.(2016): POVIJESNE PIKANTERIJE O VELIKOJ KUGI U ŠIBENIKU: Zbog spaljivanja leševa gorjele su i kuće na rivi na dan 6. svibnja 2016., [Internet], raspoloživo na <https://sibenskiportal.rtl.hr/iz-grada/povijesne-pikanterije-o-velikoj-kugi-u-sibeniku-zbog-spaljivanja-leseva-gorjele-su-i-kuce-na-rivi/> (24.02.2019.)
44. The Murter Inn: Jedrima po Jadranu, [Internet], raspoloživo na <http://www.murter.org/hr/murter-jedrenje/jedrima-po-jadranu.html> (07.03.2019.)
45. TrisComHr(2016): Šibeniku 41 milijun kuna za tvrđavu sv. Ivana na dan 25. srpnja 2016.,[Internet], raspoloživo na <http://tris.com.hr/2016/07/sibeniku-41milijun-kuna-za-tvrdavu-sv-ivana/> (18.05.2019.)
46. Turizam i putovanja: Što je seoski turizam, [Internet], raspoloživo na <https://www.turizamiputovanja.com/sta-je-seoski-turizam/> (01.03.2019.)
47. Tvrđava kulture Šibenik: Projekt revitalizacije tvrđave Sv. Mihovil, [Internet], raspoloživo na <https://www.tvrdjava-kulture.hr/hr/tvrdava-sv-mihovila/revitalizacija-tvrdave/> (12.05.2019.)
48. Tvrđava kulture: Revitalizacija tvrđave Barone, [Internet], raspoloživo na <https://tvrdjava-kulture.hr/hr/tvrdava-barone/revitalizacija-tvrdave> (25.09.2019.)
49. Vidučić, V. (2007): Pomorski turizam: prometne razvojne i ekološke dileme. Pomorski fakultet u Splitu. Split

50. Volim Šibenik, časopis za kulturu sjećanja: godina 8.: broj 33, 2019.
https://issuu.com/volimsibenik/docs/volim_ibenik_no33 (31.8.2019.)
51. Wikipedija : Šibenik(grb) na dan 20. lipnja 2005.
[https://hr.wikipedia.org/wiki/Datoteka:%C5%A0ibenik_\(grb\).gif](https://hr.wikipedia.org/wiki/Datoteka:%C5%A0ibenik_(grb).gif) (23.01.2019.)

POPIS SLIKA

Slika 1. Grb Grada Šibenika	5
Slika 2: Šibenik- Grad prijatelj djece	5
Slika 3: Položaj grada Šibenika i Šibensko- kninske županije	7
Slika 4: Položaj Šibenika u Šibensko- kninskoj županiji	8
Slika 5: Povijesna slika Šibenika	9
Slika 6: Sveti Mihovil zaštitnik grada Šibenika	10
Slika 7: Indeks razvijenosti RH.....	12
Slika 8: Turistički promet 2018.godine	21
Slika 9: Smještajni kapacitet	22
Slika 10: Terminski plan aktivnosti programa prema područjima, prioritetima i vremenskoj dinamici	40
Slika 11: Tvrđava sv. Mihovil, Šibenik	42
Slika 12: Tvrđava Barone, Šibenik.....	44
Slika 13: Tlocrt projekta uređenja tvrđave sv. Ivan	45
Slika 14: Tvrđava sv. Nikole.....	47
Slika 15: Plaža Banj.....	49
Slika 16: Šetnica u kanalu sv. Ante	51
Slika 17: Terminal Vrulje	52
Slika 18: Oglas austrijskog Lloyda iz 1846.	55

POPIS TABLICA

Tablica 1. Doseljeno i odseljeno stanovništvo u razdoblju od 2013.-2017.godine.....	11
Tablica 2 Makroekonomski indikatori Republike Hrvatske	17
Tablica 3. BDP, Prihod od turizma i udio turizma u ukupnom BDP-u RH	18
Tablica 4: Kapacitet luka nautičkog turizma Šibensko- kninske županije	32
Tablica 5: Noćenja i dolasci na razini županije za 2017. i 2018.....	62
Tablica 6: Smještajni kapaciteti u Šibeniku 2016	63
Tablica 7. Smještajni kapaciteti na području grada Šibenika za 2018. godinu.....	65
Tablica 8. Kretanje broja poduzetnika u Šibeniku po djelatnostima.....	67
Tablica 9. Ukupno ostvareni prihodi poduzetnika grada Šibenika po djelatnostima.....	68
Tablica 10. Ukupni rashodi poduzetnika grada Šibenika po djelatnostima.....	69
Tablica 11: Broj zaposlenih kod poduzetnika u 'Djelatnosti pružanja smještaja te pripremanja i usluživanja hrane' u razdoblju od 2015.-2018.godine	70

SAŽETAK

Tema ovog rada je turizam u sklopu lokalnog razvoja grada Šibenika. U radu je definiran turizam i predstavljeni specifični oblici turizma razvijeni na ovom području. Grad Šibenik stari je hrvatski grad na čijem podneblju turizam sve više cvate. Lokalne vlasti prepoznale su značaj turizma i u svom razvoju iskoristile pomoć koju pruža Europska unija kroz svoje Fondove. Predstavljena su ulaganja u infrastrukturu u posljednjim godinama te buduća kretanja. Također, predstavljena su i kretanja turista po smještajnim kapacitetima. Razvoj turizma utjecao je na lokalni razvoj samog grada Šibenika i okolnih mjesta koji mu pripadaju.

KLJUČNE RIJEČI: Šibenik, turizam, razvoj

SUMMARY

The topic of this paper is tourism within the local development of the city of Šibenik. The paper defines tourism and presents specific forms of tourism developed in this area. The city of Šibenik is an old Croatian city whose tourism is booming. Local authorities have recognized the importance of tourism and in their development have used the assistance provided by the European Union through their Funds. Investments in infrastructure in recent years and future developments are presented. Also, movements of tourists by accommodation capacities were presented. The development of tourism has influenced the local development of the city of Šibenik and the surrounding small towns.

KEY WORDS: Šibenik, tourism, development