

UTJECAJ TURIZMA NA KVALITETU ŽIVOTA STANOVNIKA GRADA ŠIBENIKA

Kocur, Jelena

Master's thesis / Diplomski rad

2022

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:124:556234>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-30**

Repository / Repozitorij:

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



UNIVERSITY OF SPLIT



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

DIPLOMSKI RAD

**UTJECAJ TURIZMA NA KVALITETU ŽIVOTA
STANOVNIKA GRADA ŠIBENIKA**

Mentor:

prof.dr.sc. Lidija Petrić

Student:

Jelena Kocur, 2190591

Split, rujan, 2022.

Sadržaj

1. UVOD	3
1.1. Problem istraživanja	3
1.2. Predmet istraživanja	7
1.3. Istraživačke hipoteze	9
1.4. Ciljevi istraživanja	9
1.5. Metode istraživanja	10
1.6. Doprinos istraživanja	11
1.7. Struktura diplomskog rada	11
2. UTJECAJ TURIZMA NA LOKALNU ZAJEDNICU	13
2.1. Lokalna zajednica – definicija i uloga	13
2.2. Teorija društvene razmjene i praćenje učinaka kroz stavove lokalne zajednice	14
2.3. Pojam i vrste učinaka turizma	16
2.3.1. Ekonomski učinci	17
2.3.2. Socio-kulturni učinci	19
2.3.3. Okolišni učinci	22
2.4. Definicija i kategorije pojma kvalitete života	23
3. RAZVOJ TURIZMA U ŠIBENIKU	26
3.1. Osnovni podaci o gradu Šibeniku	26
3.2. Povijest razvoja turizma	27
3.3. Analiza turističke ponude	29
3.4. Analiza turističke potražnje	32
3.5. Pregled projekata u službi razvoja turizma	36
4. ISPITIVANJE STAVOVA LOKALNE ZAJEDNICE U ŠIBENIKU O UČINCIMA TURIZMA – EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE	40
4.1. Metodologija istraživanja i uzorkovanje	40
4.2. Analiza rezultata	40
4.3. Testiranje istraživačkih hipoteza	49
4.4. Verifikacija hipoteza	60
4.5. Nedostaci istraživanja	62
5. PREPORUKE ZA BUDUĆI RAZVOJ TURIZMA U ŠIBENIKU	63
6. ZAKLJUČAK	65
LITERATURA	66
POPIS TABLICA	72
POPIS SLIKA	72
POPIS GRAFIKONA	73
SAŽETAK	74
SUMMARY	75

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Turizam je posljednjih desetljeća doživio pravi uzlet te tako postao jedan od najbrže rastućih svjetskih ekonomskih sustava koji snažno potiče rast i razvoj brojnih zemalja.¹ Razvijajući se brže od globalne ekonomije, dobio je važnu ulogu u smanjenju siromaštva, unaprjeđenju zdravstva, obrazovanja i generiranju novih radnih mjesta.² Dakle, osim što utječe na atraktivnost i prosperitet mjesta, ne misleći pritom samo na pojam turističke destinacije, sudjeluje u kreiranju adekvatnog mjesta za život.³

Da je turizam od velike važnosti za Republiku Hrvatsku govori podatak kako je 2019. godine njegov udjel u BDP-u iznosio gotovo 20%⁴, a generirao je 383.000 radnih mjesta, što je 25.1% ukupne zaposlenosti.⁵ Turizam tako predstavlja jednu od najvažnijih gospodarskih grana Republike Hrvatske te kao takva ima utjecaj na društveni, kulturni, ekonomski i obrazovni sektor unutar države te međunarodne odnose.⁶

Utjecaji na destinaciju mogu biti pozitivni i negativni, a mogu se promatrati s nekoliko ključnih aspekata - ekonomskog, društveno-kulturnog te okolišnog. Osim što smanjuje negativni saldo platne bilance, turizam generira i nova radna mjesta. Pritom, važan pojam jest inducirana zaposlenost, koja se definira kao dodatno zapošljavanje koje je direktna posljedica multiplikativnih efekata turizma. Međutim, nepovoljna strana toga je što je nerijetko riječ o radnim mjestima niske kvalitete, sezonskog karaktera i nižih plaća što dovodi do nezadovoljstva lokalne zajednice, ali ujedno utječe i na kvalitetu samog turizma koji se razvija na određenom području. Sa socio-kulturnog aspekta, važno je istaknuti kako turizam revitalizira tradiciju i običaje mjesta te djeluje na izgradnju javne infrastrukture, ali s druge strane utječe na porast cijena u turističkim područjima

¹ UNWTO, raspoloživo na: <https://www.unwto.org/> [12.2.2021.]

² WTTC (2021): Travel & Tourism as a Catalyst For Social Impact, raspoloživo na: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Travel%20and%20Tourism%20as%20a%20Catalyst%20for%20Social%20Impact.pdf?ver=2021-02-25-183248-583> [12.2.2021.]

³ OECD: Tourism Trends and Policies, raspoloživo na: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/2020-Tourism-Brochure.pdf> [12.2.2021.]

⁴ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2020.): Turizam u brojkama 2019., raspoloživo na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf [12.2.2021.]

⁵ WTTC (2020): Annual research: Key highlights

⁶ MANILA DECLARATION ON WORLD TOURISM, raspoloživo na: <https://www.univeur.org/cuebc/downloads/PDF%20carte/65.%20Manila.PDF> [15.2.2021.]

i porezne pritiske. Pozitivni učinci na okoliš su brojni, primjerice zaštita i konzervacija spomenika te proglašavanje posebnih zaštićenih područja. Negativni učinci su često izraženiji, a odnose se na onečišćenja vode, tla i zraka, degradaciju prostora, povećanje umjetno izgrađene površine i sl.⁷ Razvoj turizma može doprinijeti procesu urbane regeneracije, imajući tako utjecaj na poboljšanje percepcije grada, povećanje mogućnosti za kvalitetan život i rad te brojne druge koristi za lokalnu zajednicu i poslovni sektor.⁸

Koristi od turizma često se uočavaju i na regionalnim i lokalnim razinama u vidu brojnih poduzetničkih pothvata kojima se utječe i na pozitivan imidž mjesta i život lokalne zajednice. Stanovnici mjesta u kojem se turizam razvija susreću se s ljudima različitih pozadina i životnih stilova na koje se počnu ugledati i poprimati njihove obrasce ponašanja. Dolazi i do unaprjeđenja života lokalne zajednice kroz ustanove i infrastrukturu, primarno razvijenu kao podršku za turizam, a koja dovodi do boljeg obrazovanja, zdravstva, mogućnosti zapošljavanja i prihoda. Također, više kulturnih i društvenih događaja je dostupno lokalnoj zajednici, a unaprijeđene ustanove za sport i razonodu kreirane za turiste može koristiti i zajednica, posebice izvan turističke sezone. Ono što je jako važno, a turizam na to uvelike utječe, jest očuvanje lokalne kulturne baštine nekog područja te revitalizacija zanata i graditeljske tradicije. Proces kretanja ljudi iz ruralnih u urbana područja zbog zapošljavanja može se preokrenuti jer se u turističkoj industriji povećavaju mogućnosti kreiranja novih radnih mjesta i izvora prihoda. Ukoliko je lokalna zajednica uključena u proces razvoja turizma destinacije, negativni učinci bi trebali biti manji. Međutim, može se javiti problem u situaciji kada lokalna zajednica uočava koristi razvoja turizma bez razmišljanja o negativnim učincima koji se odražavaju na zajednicu.⁹

Za brojne zemlje, pogotovo one nerazvijene, „industrija“ turizma je prepoznata kao važan izvor prihoda, zaposlenja i jednostavniji put razvoja. Međutim, osim pozitivnih utjecaja industrije postoji mnogo negativnih i skrivenih ekonomskih, društvenih, kulturnih i okolišnih troškova

⁷ Petrić, L. (2013): Uvod u turizam, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split, str. 117-140

⁸ Petrić, L., Mikulić, D. (2009): Uloga kulturnog turizma u procesu urbane regeneracije, *Acta turistica nova*, 3(1), str. 8

⁹ Esmaeil Zaei, M., Esmaeil Zaei, M. (2013): The impacts of tourism industry on host community, *European Journal of Tourism Hospitality and Research*, 1(2), str.12-21

razvoja turizma za lokalne zajednice. Stoga je važno pomno pratiti sve utjecaje koje turizam kao brzorastuća industrija nosi sa sobom i kako se oni odražavaju na lokalnu zajednicu.¹⁰

Istraživanja pokazuju kako se više pažnje pridaje potrebama turista nego lokalne zajednice. Jedan od modela kojim se proučava utjecaj turizma na lokalnu zajednicu je Doxey-ev indeks iritacije, koji kroz četiri faze opisuje odnos turista i rezidenata. U situaciji gdje se razvojem turizma ne upravlja planirano nego je razvoj stihijski, Doxey-ev model iritacije jasno naglašava negativne učinke razvoja turizma.¹¹ Pozitivan stav lokalnog stanovništva ključan je za osiguranje dugoročno održivog razvoja turizma destinacije. Ukoliko su rezidenti prijateljski raspoloženi i ljubazni, turistička destinacija će svoju razinu popularnosti moći dugoročno održavati. Stoga, praćenje učinaka turizma na lokalnu zajednicu od velike je važnosti.¹²

Kako bi se adekvatnije istražio utjecaj turizma na lokalnu zajednicu, brojni autori koriste se teorijom društvene razmjene (*Social Exchange Theory* - SET), za koju smatraju da je prikladna za istraživanje percepcije stanovnika o troškovima i koristima povezanih s turizmom.¹³ Teorija društvene razmjene bazira se na pretpostavci da ljudi ocjenjuju proces razmjene na temelju uključenih troškova ili koristi. Sukladno tome, rezidenti su voljni podržati razvoj turizma na određenom području ukoliko to za njih znači veću korist od troška.¹⁴ Dakle, ukoliko se percepcija rezidenata temelji na koristima razmjene, oni pomažu u promicanju i razvoju turizma. Vrijedi i obrnuto, ako se percepcija temelji na troškovima, rezidenti će razvoj turizma okarakterizirati negativno. Lokalno stanovništvo će zauzeti stav prema turizmu na temelju procjene stvarnih i opaženih ishoda koje turističke aktivnosti generiraju u zajednici.¹⁵

¹⁰ Boz, M. (2017): Impact of Tourism Industry on Host Communities: Antalya and Canakkale Cases, Researcher: Social Science Studies, str. 153-170

¹¹ Citirano u: Slavov S.: Impacts of Tourism on the Local Community, Scientific Review of Physical Culture, 5(3), str. 60

¹² Choi S.H.: The impacts of tourism and local residents' support on tourism development: a case study of the rural community of Jeongseon, Gangwon Province, South Korea, raspoloživo na: <https://core.ac.uk/download/pdf/233620364.pdf> [12.2.2021.]

¹³ Petrić, L., Pivčević, S. (2016): Community based tourism development - insights from Split, Croatia, raspoloživo na: https://www.researchgate.net/publication/330161967_Community_based_tourism_development_-_insights_from_Split_Croatia [6.3.2021.]

¹⁴ Ling, L. P., Shaharudin, J., Johari, A., Myint, K. T. (2011): An Evaluation on the Attitudes of Residents in Georgetown towards the Impacts of Tourism Development, International Journal of Business and Social Science, 2(1), str. 266

¹⁵ Sharareh, A.D., Badaruddin, M. (2013): Local Perception of Tourism Development: A Conceptual Framework for the Sustainable Cultural Tourism, Journal of Management and Sustainability; 3(2), str. 35

U procesu razmjene postoje tri glavna skupa percipiranih učinaka: ekonomski, socio-kulturni i okolišni učinci, a njihovim analiziranjem lokalna zajednica odlučuje hoće li podržati razvoj mjesta kao turističke destinacije.¹⁶ Da bi se proces razmjene smatrao uspješnim, on mora obuhvatiti četiri kategorije, a to su zadovoljavanje potreba, odnos razmjene, posljedice razmjene i ishod bez razmjene.¹⁷

Kako navode Ling i sur.¹⁸, teoriju društvene razmjene koristili su znanstvenici Perdue, Long i Allen kako bi dokazali tezu o tome da će pojedinac koji dobiva koristi od turizma podržati njegov razvoj. Na temelju toga, zaključili su kako turizam treba razvijati uzimajući u obzir potrebe i želje lokalne zajednice te kako ocjenjivanje percepcije razvoja turizma igra ključnu ulogu za uspjeh turističke destinacije. Brojna druga istraživanja potvrđuju kako rezidenti koji imaju koristi od turizma aktivno potiču njegov razvoj, dok oni koji imaju malo ili nimalo koristi se suprotstavljaju tome. Remoaldo i sur.¹⁹ navode kako su Sharma i Dyer identificirali nekoliko okolnosti koje imaju značajan utjecaj na ponašanje rezidenata: ovisnost o turizmu, udaljenost domova od glavnih turističkih atrakcija, vrsta turizma ili turista, duljina boravka na određenom području i određena demografska i socio-ekonomska obilježja poput spola, zaposlenosti, visine prihoda i razine obrazovanja. Duljina boravka u zajednici je najutjecajniji faktor koji utječe na percepciju o razvoju turizma.²⁰ Također, Remoaldo i sur.²¹ ističu kako Besculides sa suradnicima u svom istraživanju navodi da je jedan od čimbenika koji objašnjavaju ponašanje rezidenata njihova individualna povezanost sa zajednicom. Rezidenti koji su posvećeniji svojoj zajednici izražavaju određenu razinu zabrinutosti prema utjecajima turizma na područje.

Andereck i suradnici²² tvrde kako razvoj turizma može unaprijediti kvalitetu života za neke dionike u zajednici, dok ostali ne moraju osjetiti iste koristi. Također, pokazalo se kako ekonomska ovisnost o turizmu predstavlja važnu varijablu prilikom istraživanja stavova lokalne zajednice i

¹⁶ Nkemngu, A-A. (2015): Quality of life and tourism impacts: a community perspective, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(1), str. 2

¹⁷ Ling, L. P., Shaharudin, J., Johari, A., Myint, K. T. (2011), op. cit., str. 266

¹⁸ Citirano u: Ling, L. P., Shaharudin, J., Johari, A., Myint, K. T. (2011), op. cit., str. 266

¹⁹ Citirano u: Remoaldo, P. C., Cruz Vareiro, L. M., Cadima Ribeiro, J. A. (2012): Residents' perceptions of tourism impacts in Guimarães (Portugal): a cluster analysis, *Current Issues in Tourism*, 16(6), str. 538

²⁰ Ling, L. P., Shaharudin, J., Johari, A., Myint, K. T. (2011), op. cit., str. 265

²¹ Citirano u: Remoaldo, P. C., Cruz Vareiro, L. M., Cadima Ribeiro, J. A. (2012), op. cit., str. 538

²² Andereck, K.L., Valentine, K.M., Vogt, C.A., Knopf, R.C. (2007): A Cross-cultural Analysis of Tourism and Quality of Life Perceptions, *Journal of Sustainable Tourism*, 15(5), str. 498

pomaže u oblikovanju pozitivne percepcije turizma i njegovih utjecaja te podizanju razine potpore turističkom razvoju.

Prema Perezu i Nadalu²³, održivost turizma temelji se na volji lokalne zajednice stoga je razumijevanje stavova rezidenata važno za dobivanje njihove potpore i budućnost turizma u destinaciji. Ukoliko rezidenti strahuju ili ne podržavaju razvoj turizma, njihov otpor i netrpeljivost dovode do uništenja turističkog potencijala kojeg lokalna zajednica ima.

Znanstvenici Andriotis i Vaughan²⁴ su u sklopu vlastitog istraživanja spoznali kako rezidenti s nižim stupnjem obrazovanja pretežito zauzimaju negativan stav prema ekonomskim učincima razvoja turizma. S druge strane, oni s višom razinom obrazovanja izražavaju zabrinutost prema okolišnim i društvenim troškovima razvoja turizma. McGehee i Andereck²⁵ su u svom radu uspjele povezati varijablu dobi s percepcijom i ponašanjem rezidenata te zaključile kako je kod mlađih osoba percepcija negativnih učinaka veća, a prilike za korist od turizma povećavaju se s godinama. Kako navode Ling i sur.²⁶, Pizam i Pokela su istraživali ulogu spola te ustanovili kako muškarci i žene različito percipiraju utjecaje razvoja turizma. Naime, pokazalo se kako su žene češće primjećivale negativne učinke razvoja turizma u svojoj zajednici u usporedbi s muškarcima.

1.2. Predmet istraživanja

Slijedom prethodnog, predmet ovog istraživanja su stavovi lokalne zajednice grada Šibenika o učincima rastućeg turizma na kvalitetu života i okoliša. Šibenik je mediteranski grad koji je u prošlosti živio od industrija, a u posljednjem desetljeću počeo ostvarivati velike stope rasta turističke potražnje. Dok su se ostale turističke destinacije na obali razvijale, Šibenik je ostao po strani, čime je izbjegao veliku razinu masovnosti, kakva se može vidjeti u Dubrovniku, te su se

²³ Citirano u: Ayazlar, R. A., Ayazlar, G. (2016): Residents' tourism support behaviour: the role of sustainable tourism attitude, *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*, 6(2), str. 125

²⁴ Andriotis, K., Vaughan, D.R. (2003): Urban Residents' Attitudes Towards Tourism Development: The Case of Crete, *Journal of Travel Research*, 42(2), str. 183

²⁵ Andereck, K.L., McGehee, N.G. (2004): Factors Predicting Rural Residents' Support of Tourism, *Journal of travel research*, 43(2), str. 136

²⁶ Citirano u: Ling, L. P., Shaharudin, J., Johari, A., Myint, K. T. (2011), op. cit., str. 265

turisti sve češće odlučivali na posjet upravo ovom dalmatinskom gradiću koji je uspio sačuvati svoje resurse od pretjerane turističke eksploatacije.²⁷

Valorizacija i revitalizacija šibenskih tvrđava značajno je doprinijela razvoju ponude kulturnog turizma. Upotrebom sredstava iz EU fondova, tvrđave su postale jedinstven i prepoznatljiv spomenik kulturne baštine koji kombinira prošlost, sadašnjost i budućnost koristeći inovativna tehnološka rješenja poput virtualne i proširene stvarnosti za potrebe *storytellinga*.²⁸ Od ostalih projekata koji obogaćuju turističku ponudu grada Šibenika važno je spomenuti izgradnju interpretacijskog centra Katedrale sv. Jakova i uređenje plaže Banj koja se nalazi na nekoliko minuta od stare gradske jezgre.²⁹

Broj turista koji posjećuju Šibenik raste iz godine u godinu, te je uočen porast dolazaka od preko 50% između 2014. i 2019. godine.³⁰ Porast broja turista pratio je i broj smještajnih kapaciteta, nešto više od 30%.³¹ Uslijedilo je otvaranje nekoliko luksuznih hotela, kao što su Hotel King Krešimir, Bellevue Superior City Hotel, Hotel Life Palace i D-Resort, a privatni smještaj bilježio je još veći porast čime se stvorila mogućnost privlačenja turista različitih profila.³²

Sve navedeno pretvorilo je Šibenik u poznato hrvatsko turističko odredište i tako ga obilježilo kao nezaobilaznu lokaciju u Dalmaciji, a investicije u turizmu preobrazile su Šibenik u pravi turistički grad te potaknule rast poduzetništva i brojnih drugih projekata koji koriste lokalnoj zajednici, primjerice, projekt uređenja luke Vrmaža i prometnog čvora na Meterizama, Sportski rekreacijski centar u Ražinama Donjim te ulaganje u poduzetničku zonu Podi, koja je postala najveća i najperspektivnija poduzetnička zona u Hrvatskoj.³³ S druge strane, s razvojem turizma pojavili su

²⁷ DW (2017): Treba li hrvatski turizam obraniti od – turista?, raspoloživo na: <https://www.dw.com/hr/treba-li-hrvatski-turizam-obraniti-od-turista/a-39767170> [15.2.2021.]

²⁸ Tvrđava kulture Šibenik, raspoloživo na: <https://www.tvrdjava-kulture.hr/hr/naslovnica/> [4.3.2021.]

²⁹ Gradonačelnik.hr (2020): Šibenik se u sedam godina etablirao kao turistički hit, grad novih tehnologija i poduzetništva, uspješnog korištenja EU fondova i ulaganja u demografiju i obrazovanje, raspoloživo na: <https://gradonacelnik.hr/aktualno/sibenik-se-u-sedam-godina-etablirao-kao-turisticki-hit-grad-novih-tehnologija-i-poduzetnistva-uspjesnog-koristenja-eu-fondova-i-ulaganja-u-demografiju-i-obrazovanje/> [5.3.2021.]

³⁰ DZS, raspoloživo na: <https://www.dzs.hr/> [4.3.2021.]

³¹ Ibidem

³² Večernji list (2015): Kako je ružno pače Dalmacije postalo turistički hit, raspoloživo na: <https://www.vecernji.hr/vijesti/sibenik-kako-je-ruzno-pace-dalmacije-postalo-turisticki-hit-1020920> [5.3.2021.]

³³ Gradonačelnik.hr (2020): Šibenik se u sedam godina etablirao kao turistički hit, grad novih tehnologija i poduzetništva, uspješnog korištenja EU fondova i ulaganja u demografiju i obrazovanje, raspoloživo na: <https://gradonacelnik.hr/aktualno/sibenik-se-u-sedam-godina-etablirao-kao-turisticki-hit-grad-novih-tehnologija-i-poduzetnistva-uspjesnog-koristenja-eu-fondova-i-ulaganja-u-demografiju-i-obrazovanje/> [5.3.2021.]

se brojni problemi, kao što su gužve, odlazak stanovništva iz gradske jezgre, porast količine otpada, preopterećenost vodoopskrbe i slično.³⁴

S obzirom da razvoj turizma na nekom području drastično mijenja život lokalne zajednice, cilj ovog rada je ukazati kako se taj proces odražava na Šibenik i njegove stanovnike. Postoje brojne pozitivne i negativne strane te će se ispitivanjem stavova lokalne zajednice približiti kako je, i na koji način, brzi razvoj turizma promijenio standard i kvalitetu života rezidenata.

1.3. Istraživačke hipoteze

Za potrebe ovog rada definirane su iduće hipoteze:

H1: Percepcija stanovnika Šibenika o učincima turizma varira s obzirom na njihova sociodemografska obilježja

H2: Percepcija stanovnika Šibenika o učincima turizma varira s obzirom na dio grada u kojem obitavaju

H3: Postoji veza između percipiranih učinaka turizma i podrške razvoju turizma

1.4. Ciljevi istraživanja

Glavni cilj istraživanja je istražiti na koji način razvoj turizma na nekom području utječe na stupanj kvalitete života lokalne zajednice.

Osim glavnog cilja istraživanja, moguće je definirati i pomoćne ciljeve:

- Istražiti teorijske postavke teorije društvene razmjene
- Analizirati pozitivne i negativne učinke turizma u lokalnoj zajednici
- Istražiti opće podatke vezane za razvoj grada Šibenika
- Uočiti razvojna obilježja turističke ponude i potražnje u gradu Šibeniku

³⁴ Šibenski (2018): Je li turizam ugušio jezgre ili bi one umrle i bez turista, raspoloživo na: <https://sibenski.slobodnadalmacija.hr/sibenik/vijesti/hrvatska-i-svijet/je-li-turizam-ugusio-jezgre-ili-bi-one-umrle-bez-turista-571582> [5.3.2021.]

- Empirijski istražiti stavove lokalne zajednice grada Šibenika o ekonomskim, socio-kulturnim i okolišnim učincima turizma na kvalitetu života

1.5. Metode istraživanja

U teorijskom dijelu rada razrađena je materija prikupljena iz sekundarnih izvora podataka, kao što su internetski članci, knjige, časopisi i sl. Korištene su sljedeće metode³⁵:

- Induktivna metoda; induktivnim načinom zaključivanja stvara se zaključak o općem sudu, odnosno formira se opći zaključak promatranjem pojedinačnih slučajeva.
- Deduktivna metoda; deduktivnim načinom zaključivanja formiraju se pojedinačni sudovi iz općih zaključaka.
- Metoda analize; znanstveno istraživanje koje podrazumijeva raščlanjivanje složenih pojmova na jednostavnije sastavne elemente i dijelove.
- Metoda sinteze; znanstveno istraživanje koje podrazumijeva objašnjavanje stvarnih pojava sintezom jednostavnijih sudova u kompleksnije.
- Metoda deskripcije; jednostavno opisivanje činjenica, predmeta i procesa u okolini te empirijsko potvrđivanje odnosa i veza, uz odsustvo znanstvenog tumačenja.

U empirijskom dijelu rada korištena je metoda anketiranja kako bi se istražili stavovi stanovnika grada Šibenika o pojedinim aspektima kvalitete života. Spomenuta metoda podrazumijeva kreiranje anketnog upitnika na osnovu kojeg se prikupljaju i istražuju informacije, podaci te mišljenja i stavovi ispitanika o predmetu istraživanja.³⁶ Razlog odabira ove metode leži u tome što omogućava istraživaču pristup velikom uzorku, koji je potreban za provođenje istraživanja, u relativno kratkom vremenu.

³⁵ Metode znanstvenih istraživanja, internet nastavni materijali, kolegij “Metodologija”, Sveučilište u Zadru, raspoloživo na:

http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/metodologija/metode_znanstvenih_istrazivanja.pdf [17.2.2021.]

³⁶ Metoda ankete, upitnika i intervjua u istraživačkom procesu u saobraćaju, raspoloživo na:

<https://www.scribd.com/doc/23397592/Metoda-ankete-upitnika-i-intervjua-u-istra%C5%BEiva%C4%8Dkom-procesu-u-saobra%C4%87aju> [17.2.2021.]

Anketa je provedena kroz lipanj 2022. godine i sastojala se od pet dijelova; u prvom dijelu postavljena su pitanja u svezi sociodemografskog profila ispitanika, u drugom, trećem i četvrtom dijelu su bile ponuđene tvrdnje vezane uz učinke turizma za koje je trebalo ocijeniti stupanj slaganja od 1 do 5 na Likertovoj ljestvici. U posljednjem dijelu ispitivala se podrška ispitanika za daljnji razvoj turizma. Anketni upitnik sastavljen je koristeći Google Forms softversko rješenje te distribuiran putem interneta, a u uzorku su obuhvaćeni stanovnici grada Šibenika, pri čemu se upitnik distribuirao korištenjem „snowball“ metode, tj. zamolbom da ispitanici šire informaciju i zamolbu za ispunjavanjem. Analiza podataka i testiranje istraživačkih hipoteza izvršeno je u statističkom programu SPSS koristeći neparametrijske statističke testove.

1.6. Doprinos istraživanja

Provedbom ovog istraživanja žele se istražiti vrste i intenzitet utjecaja koje turizam generira na nekom području, konkretno u ovom slučaju na području grada Šibenika. Poznato je kako razvoj turizma sa sobom nosi mnogo prilika za povećanje kvalitete života lokalne zajednice, a ovim istraživanjem želi se procijeniti jesu li prepoznate i u kojoj mjeri doprinose blagostanju društva. Rezultati provedenog empirijskog istraživanja sadrže stavove lokalne zajednice o utjecaju turizma na kvalitetu života u područjima zapošljavanja, stanovanja, sigurnosti, infrastrukture, okoliša i dr., te se na temelju njih iznose preporuke za razvoj turizma u budućnosti. Također, istraženo je u kojoj mjeri pojedinci sudjeluju u procesu kreiranja strateških naputaka usmjerenih na razvoj i upravljanje turizmom te koliko su osviješteni o važnosti planiranja razvoja turizma kako bi se lokalnoj zajednici omogućio bolji život.

1.7. Struktura diplomskog rada

Prvo poglavlje predstavlja uvod u problem i predmet istraživanja, te postavljene istraživačke hipoteze koje se testiraju u narednim poglavljima. Nadalje, predstavljen je cilj istraživanja te navedene metode korištene u procesu izrade rada. Na kraju poglavlja, izneseni su zaključci o mogućem doprinosu ovog istraživanja. U drugom poglavlju dat je pregled literature s ključnim pojmovima kao što su kvaliteta života i teorija društvene razmjene. Definiran je pojam lokalne

zajednice te pojašnjen utjecaj turizma na nju. U trećem poglavlju naglasak je na gradu Šibeniku kao turističkoj destinaciji, ali i mjestu življenja. Prikazani su osnovni podaci o gradu Šibeniku te turističkoj ponudi i potražnji, kao i pojedini projekti koji omogućuju daljnji razvoj turizma. Četvrto poglavlje prikazuje rezultate empirijskog istraživanja koje je provedeno uz pomoć anketnog upitnika. Na osnovu dobivenih rezultata, obrazloženo je (ne)prihvatanje hipoteza. U petom poglavlju iznesene su preporuke za budući razvoj turizma u Šibeniku. Posljednje poglavlje daje zaključak, gdje su objedinjena sva prethodna poglavlja rada te iznesen sveukupan osvrt na temu istraživanja. Popis korištene literature te tablica, grafikona i slika, prikazan je na kraju rada.

2. UTJECAJ TURIZMA NA LOKALNU ZAJEDNICU

2.1. Lokalna zajednica – definicija i uloga

Pojam lokalne zajednice može se definirati s nekoliko stajališta, a najčešće se radi o geografskoj blizini koja povezuje pojedince na određenom području.³⁷ Prema Jamesu³⁸, lokalna zajednica može se definirati s 3 stajališta. Prvo je „zajednica mjesta“, koja varira od susjedstva do planeta kao cjeline. Drugo stajalište obuhvaća „zajednice temeljene na identitetu“ koje čine individualci na osnovu etniciteta, religije ili kulture. Treće je vezano uz „zajednice temeljene na organizaciji“, a obuhvaća različite oblike neformalnih ili formalnih udruženja i mreža.

Prema Pacioneu³⁹, lokalna zajednica definira se kao grupa pojedinaca koji se nalaze na istom geografskom području i povezani su zajedničkom kulturom, vrijednostima, rasom ili društvenom klasom. MacQueen i suradnici⁴⁰ pojam lokalne zajednice objašnjavaju kao grupu ljudi različitih karakteristika koji dijele zajedničke perspektive i zajedno djeluju na istom zemljopisnom području.

Lokalna zajednica označava i fizički prostor na kojem se odvijaju turistički procesi i predstavlja resurs na kojem se turizam razvija, a može se promatrati i kao proizvod ponuđen na turističkom tržištu. Zbog toga, svaka lokalna zajednica jedinstven je turistički proizvod, a pojedinci svojom kulturom, vještinama i gostoljubivošću daju destinaciji identitet.⁴¹ Uloga lokalne zajednice u turizmu je iskoristiti sve ekonomske mogućnosti uz istovremenu posvećenost očuvanju i održivom razvoju turizma. Odgovorna turistička praksa i sudjelovanje lokalne zajednice su ključni za osiguravanje održivosti turističke destinacije. Kako bi se to omogućilo, lokalna zajednica se sve više uključuje u proces kreiranja turističkih strategija i donošenja odluka te na taj način usmjerava turizam na svom području.⁴² Uključenost lokalne zajednice u pojedine sfere turizma utječe na

³⁷ Citirano u: Petrić, L., Pivčević, S. (2016) : Community Based Tourism Development – Insights From Split, Croatia, raspoloživo na:

https://www.researchgate.net/publication/330161967_Community_based_tourism_development_-_insights_from_Split_Croatia [5.6.2021.]

³⁸ Ibidem

³⁹ Citirano u: Jimura, T. (2019): World Heritage Sites Tourism, Local Communities and Conservation Activities, CABI, Wallingford, str. 66

⁴⁰ Ibidem

⁴¹ Petrić, L. (2011): Upravljanje turističkom destinacijom, Ekonomski fakultet, Split, str. 48

⁴² Chan, J.K.L., Marzuki, K.M., Mohtar, T.M: Local Community Participation and Responsible Tourism Practices in Ecotourism Destination: A Case of Lower Kinabatangan, Sabah, Sustainability, 13(23), str. 2

kvalitetu turističkog iskustva. Često brojni projekti koji su inicirani van lokalne zajednice nadmašuju lokalne uvjete i resurse te dovode do neprihvatljivih ekoloških, društvenih i kulturnih troškova. Sukladno tome, dugoročna održivost turizma ovisi o potpori i uključenosti lokalne zajednice u turističkim projektima.⁴³

2.2. Teorija društvene razmjene i praćenje učinaka kroz stavove lokalne zajednice

Teorija društvene razmjene (engl. Social Exchange Theory) predstavlja koncept kojim se definira kako ljudi ili zajednice daju svoju podršku za projekte u zamjenu za koristi koje mogu dobiti od tih inicijativa. Drugim riječima, podrška lokalnog stanovništva ovisi o koristima koje dobiva od turizma. Rezidenti analiziraju gospodarske, društvene, kulturne i okolišne aspekte te odlučuju hoće li kao zajednica podržati turistički pothvat ili ne.⁴⁴ Odlučuju hoće li sudjelovati u društvenim interakcijama i razmjenjivati resurse s obzirom na stupanj maksimiziranja koristi i minimiziranja troškova.⁴⁵ Ova teorija smatra se prikladnim alatom za istraživanje pozitivnih i negativnih stavova članova zajednice.⁴⁶

Teorija društvene razmjene predstavlja okvir za razumijevanje ljudskog društvenog ponašanja. Desetljećima su ovu teoriju istraživali antropolozi, sociolozi i socijalni psiholozi, a intenzivno se primjenjivala i u sferi menadžmenta.⁴⁷ Teorija društvene razmjene je tijekom vremena znatno evoluirala i više ne predstavlja jedinstvenu teoriju, nego skup konceptualnih modela koji nisu uvijek blisko usklađeni. Suvremena teorija društvene razmjene proširila se na brojna područja istraživanja i predmet je znanstvenih radova stručnjaka koji analiziraju iz različitih perspektiva.⁴⁸

Iz perspektive turizma, brojni znanstvenici argumentiraju kako odnos lokalne zajednice s turistima može stvoriti priliku za uzajamno nagrađivanje i zadovoljstvo razmjene. Ekonomski, okolišni i društveni elementi podupiru proces razmjene između rezidenata i turista, a vrijednost koja je

⁴³ Kilipiris, F. (2005): SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT AND LOCAL COMMUNITY INVOLVEMENT, *Tourism and Hospitality Management*, 11(2), str. 32

⁴⁴ Nkemngu, A. A. (2015): Quality of life and tourism impacts: a community perspective, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(1), str. 2

⁴⁵ Homans, G. C. (1961): *Social Behavior: Its Elementary Forms*, Harcourt Brace Jovanovich, New York, str. 405

⁴⁶ Citirano u: Rashid, I. (2020): Resident attitudes towards support for future tourism: Utilising the Social Exchange Theory (SET), *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 12(3), str. 110

⁴⁷ Cropanzano, R., Mitchell, M. (2013): *Social Exchange Theory*, SAGE, New York, str. 723

⁴⁸ Ibidem, str. 724

povezana s procesom razmjene određuje percepciju stanovnika i njihovu uključenost u turističkim aktivnostima.⁴⁹ Prema Leppu⁵⁰, stav stanovnika prema turizmu jedan je od pokazatelja uspješne primjene ove paradigme kao alata za razvoj destinacije. To dokazuje činjenica da je stav povezan s ponašanjem, dakle pozitivan odnos prema turizmu značilo bi pro-turističko ponašanje, a očituje se sudjelovanjem u turističkim tijekovima.

Prema Apu⁵¹, teorija društvene razmjene bavi se istraživanjem načina razmjene resursa između pojedinaca i grupe za vrijeme njihove interakcije. Andereck i suradnici⁵² ističu kako su stavovi stanovnika prema turizmu unutar zajednice pod utjecajem subjektivnih procjena stvarnih i očekivanih ishoda koje turističke aktivnosti generiraju.

Načela teorije društvene razmjene objašnjavaju prirodu društvenih interakcija i pomažu opisati motivaciju članova zajednice. Iako su se u literaturi pojavili različiti modeli društvene razmjene, uočava se poveznica među njima, a to su obrasci ponašanja prikazani u odnosima razmjene koji mogu poprimiti recipročnu prirodu korisnih i štetnih doprinosa koji se razmjenjuju.⁵³

Prema mišljenju brojnih autora, mnoge definicije društvene razmjene su neprecizne zbog kompleksnosti definiranja, mjerenja i analize subjektivnih elemenata.⁵⁴ U literaturi su definirane četiri glavne teme kojima se teorija društvene razmjene bavi, a to su: međuovisne interakcije, vlastiti interes, pravila razmjene i formiranje međuljudskih odnosa. Međuovisne interakcije prikazuju koliko posljedice svakog pojedinca utječu na njihov izbor. Moć koju netko u određenoj vrsti veze posjeduje može se ograničiti kontrolom koju druga osoba ima na resurse. Obrnuto, snaga se može povećati dostupnošću alternativnih opcija. Aspekt vlastitog interesa bavi se individualnim razmjenama kojima je cilj postići osobne ciljeve, a novija istraživanja uzimaju u obzir širi pogled na ljudsku motivaciju. Kako je teorija društvene razmjene dobivala na važnosti i istraživanja postala sve učestalija, stručnjaci su formirali pravila razmjene, a ona su vezana uz reciprocitet,

⁴⁹ Citirano u: Rashid, I. (2020): Resident attitudes towards support for future tourism: Utilising the Social Exchange Theory (SET), *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 12(3), str. 109

⁵⁰ Citirano u: Nkemngu, A. A. (2015), op. cit., str. 2

⁵¹ Citirano u: Petrić, L., Pivčević, S. (2016) : Community Based Tourism Development – Insights From Split, Croatia, raspoloživo na:

https://www.researchgate.net/publication/330161967_Community_based_tourism_development_-_insights_from_Split_Croatia [5.5.2022.]

⁵² Ibidem

⁵³ Cropanzano, R., Mitchell, M. (2013): *Social Exchange Theory*, SAGE, New York, str. 726

⁵⁴ Janković, J., Pandža-Ferenčak, M. (1993): Dinamika zadovoljavanja obiteljskih potreba u uvjetima masovne migracije stanovništva i svjetlu triju temeljnih teorija, raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/file/46660> [22.4.2022.]

racionalnost, altruizam, grupni doprinos, dosljednost i konkurenciju. Stručnjaci su istraživali odnose u ekonomskim i društvenim razmjenama te zaključili kako su međuljudski odnosi u društvenoj razmjeni bliskiji i dugoročniji.⁵⁵

Važan aspekt teorije društvene razmjene čini koncept recipročnosti, koji objašnjava da prilikom razmjene resursa postoji uzajamnost, a razmjenjuju se po uobičajenim načelima. Prema autorima Foa i Fra⁵⁶, postoji šest klasa resursa unutar teorije društvene razmjene, a to su ljubav, status, informacije, novac, valuta i usluge. Ova podjela bila je veoma važna znanstvenicima s područja ekonomije jer se bavi konceptom razmjene novca za dobra i usluge te analiziranjem njihovog međuodnosa.

2.3. Pojam i vrste učinaka turizma

Turizam je proteklih desetljeća bilježio snažan rast što je potaknulo znanstvenike na istraživanje njegovih učinaka. Razlog tome je praćenje zadovoljstva lokalne zajednice i usmjeravanje nadležnih institucija pri izradi strateških dokumenata kojima se organizirano upravlja razvojem turizma. Intenzitet kojim turizam utječe na okolinu uvelike ovisi o broju turista i obilježjima destinacije. Učinke možemo promatrati kao fizičke, ekonomske ili društvene, a lokalna zajednica im pritom pridaje pozitivan ili negativan značaj.⁵⁷

Učinke koje turizam stvara može se opisati kao korisne ili štetne za okolinu. Najčešće se može vidjeti njihova podjela na ekonomske, socio-kulturne i okolišne, međutim važno je naglasiti kako su utjecaji raznovrsni i često teško razlučivi te se ove tri kategorije često isprepliću.⁵⁸

⁵⁵ Cropanzano, R., Mitchell, M. (2013), op. cit., str. 723-724

⁵⁶ Citirano u: Janković, J., Pandža-Ferenčak, M. (1993): Dinamika zadovoljavanja obiteljskih potreba u uvjetima masovne migracije stanovništva i svjetlu triju temeljnih teorija, raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/file/46660> [22.4.2022.]

⁵⁷ Anuar, A., Ridzuan, F., Jaini, N., Sulaiman, F., Hashim, N. (2019): The Impact of Overtourism Towards Local Community in Heritage City, *Journal of Tourism & Hospitality*, 8 (3), str. 2

⁵⁸ Mason, P. (2003): *Tourism Impacts, Planning and Management*, Elsevier, Oxford, str. 28

2.3.1. Ekonomski učinci

Ekonomski učinci turizma najčešće su istraživani aspekti utjecaja turizma na turističku destinaciju. U literaturi se mogu pronaći brojni *pozitivni* ekonomski učinci. Najveća korist koju lokalna zajednica ima od turističke industrije je generiranje novih radnih mjesta.⁵⁹ S obzirom na to da je rad ključni faktor u procesu proizvodnje turističkih dobara, turizam predstavlja jedan od glavnih izvora zapošljavanja.⁶⁰ Uslijed povećanja turističke potražnje za proizvodima i uslugama u destinaciji, poduzeća koja ih nude zaposlit će više ljudi kako bi osigurali adekvatnu isporuku traženih dobara.⁶¹ Generiranjem novih radnih mjesta i povećanjem stope zaposlenosti, turizam lokalnoj zajednici omogućuje porast osobnog dohotka te samim time i životnog standarda. Radna mjesta koja se kreiraju u turističkoj industriji prepoznata su kao novi, ili dodatni, izvor prihoda za lokalno stanovništvo čime se povećava njihova aktivnost u turističkim tijekovima, ali i osobna potrošnja, koja u konačnici predstavlja pozitivan utjecaj na lokalno gospodarstvo.⁶²

Turistička destinacija ima ekonomsku korist od turizma i u vidu lokalnih poreza koji su sve veći zbog rastuće turističke potražnje za proizvodima i uslugama destinacije.⁶³ Na taj način, turizam pomaže lokalnom i gospodarskom razvoju destinacije.⁶⁴

Prema Kumar i Husain⁶⁵, razvoj turizma na nekom prostoru vodi ka jačanju infrastrukture. Dolazi do unaprjeđenja mreže cestovnog, željezničkog i zračnog prometa te telekomunikacijskih i komunalnih usluga kao što su opskrba vodom i strujom. Na ovaj način, lokalna zajednica ima koristi od sadržaja koji su zahvaljujući povećanju broja turista i njihove turističke potrošnje unaprijeđeni.

⁵⁹ Das, A. (2011): Economic Impacts of Tourism, raspoloživo na: https://www.researchgate.net/publication/256011092_Economic_Impacts_of_Tourism [29.5.2022.]

⁶⁰ Petrić, L. (2013), op. cit., str. 122

⁶¹ Desi, I., Ilona Zaitul, Z., Novianti, N. (2022): Investigating the Village-based Tourism Economic Impact, Journal of Business and Economics, 7(1), str. 14

⁶² Mason, P. (2003), op. cit., str. 36

⁶³ Desi, I., Ilona Zaitul, Z., Novianti, N. (2022), op. cit., str. 14

⁶⁴ Das, A. (2011): Economic Impacts of Tourism, raspoloživo na: https://www.researchgate.net/publication/256011092_Economic_Impacts_of_Tourism [29.5.2022.]

⁶⁵ Citirano u: Voinea, A. (2015): Positive Vs Negative Economic Impacts Of Tourism Development: A Review Of Economic Impact Studies, raspoloživo na: https://t.ly/HF_o [1.6.2022.]

Razvoj turizma u turističkoj destinaciji omogućuje malim poduzetnicima i obrtnicima veću vidljivost. To potencijalno dovodi do povećanja potražnje za lokalnim proizvodom i povećanja osobnog dohotka lokalne zajednice.⁶⁶

S druge strane, postoje i neki *negativni* ekonomski učinci. Tu se ističe inflacija, koja se odnosi na rast cijena nekretnina, zemljišta i potrošne robe koja se javlja kao rezultat turizma. Do ove situacije dolazi kada je prisutna povećana potražnja turista za lokalnim uslugama.⁶⁷ Razloga za povećanje cijena tijekom turističke sezone ima mnogo, a stručnjaci često ističu želju za dodatnom zaradom kao glavni motiv. Intenzivni razvoj turizma u destinaciji doveo je do potrebe za povećanjem broja i vrsta turističkih kapaciteta, što je direktno utjecalo na porast cijena nekretnina.⁶⁸

Sezonalna zaposlenost javlja se kao problem u turističkim destinacijama koje nisu aktivne kroz cijelu godinu, čime se stvara dodatan pritisak na lokalne i nacionalne resurse.⁶⁹ U cilju smanjenja negativnih posljedica sezonske koncentracije, brojne turističke zemlje pokušavaju raznim mjerama djelovati na produžetak turističke sezone.⁷⁰

Oportunitetni troškovi javljaju se kao troškovi bavljenja turizmom umjesto nekom drugom djelatnošću. Primjerice, kada se lokalna zajednica obalnog mjesta odluči baviti turizmom umjesto poljoprivredom iako ima plodno tlo.⁷¹

Jedan od problema s kojima se lokalna zajednica susreće je i odljev profita. Kretanje novca izvan destinacije za kupnju sirovina i državno oporezivanje umanjuju ekonomske koristi koje lokalna zajednica ima od turizma. S obzirom na to, razina turističke potrošnje precjenjuje financijske koristi za lokalno stanovništvo.⁷²

⁶⁶ Desi, I., Ilona Zaitul, Z., Novianti, N. (2022), op. cit., str. 15

⁶⁷ Mason, P. (2003), op. cit., str. 35

⁶⁸ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici (2011): Turizam- ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 261-285

⁶⁹ Citirano u: Voinea, A. (2015): Positive Vs Negativeeconomic Impacts Of Tourism Development: A Review Of Economic Impact Studies, raspoloživo na: https://t.ly/HF_o [1.6.2022.]

⁷⁰ Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici (2011), op. cit., str. 261-285

⁷¹ Mason, P. (2003), op. cit., str. 35

⁷² Duffield, B. S. (1982): Tourism: the measurement of economic and social impact, Butterworth & Co Ltd, str. 249

2.3.2. Socio-kulturni učinci

Kod socio-kulturnih učinaka turizma javlja se problem u procjeni jer se teško razlikuju od ostalih te ih je teško mjeriti. Iz tog razloga, ova vrsta učinaka je puno manje zastupljena u istraživanjima u usporedbi s ekonomskim učincima.⁷³

Pozitivnih socio-kulturnih učinaka ima mnogo. Turizam omogućuje lokalnim zajednicama upoznavanje ljudi različitih kultura, pozadina i životnih stilova. Hau⁷⁴ objašnjava kako izmjenjivanje kulturnih obrazaca dovodi do većeg životnog zadovoljstva.

Prema Smithu⁷⁵, turizam daje lokalnoj zajednici potporu potrebnu za zaštitu kulturne baštine koja uključuje i očuvanje tradicionalnih vrijednosti i običaja. Wang i suradnici⁷⁶ ističu kako turizam služi kao važan faktor revitalizacije umiruće tradicije zbog pomlađivanja kulturnih vrijednosti koje polako izumiru za potrebe turističkih atrakcija.

Pozitivni socio-kulturni utjecaji turizma vidljivi su u unaprjeđenju javnih usluga, prijevoza i kvalitete života.⁷⁷ Nillahut⁷⁸ u svom istraživanju ističe kako turizam utječe na poboljšanje kvalitete života, stvara pozitivne promjene u vrijednostima i običajima, potiče promociju kulturalne razmjene s ostalim kulturama te naglašava važnost tolerancije društvenih razlika. Prema Kim i suradnicima⁷⁹, razvoj turizma u destinaciji pozitivno utječe na zadovoljstvo lokalne zajednice. Sudjelovanje u turističkim aktivnostima ima izravan i neizravan utjecaj na povećanje kvalitete života, uključujući sretniji i zdraviji život, duži životni vijek i povećanje samopouzdanja.

Prema Jimuri⁸⁰, jedan od najvažnijih socio-kulturnih učinaka turizma je rast populacije, ili barem smanjenje depopulacije, koja je izrazito prisutna u ruralnim područjima. Također, jedan od

⁷³ Ibidem

⁷⁴ Citirano u: Amoiradis, C., Stankova, M., Velissariou, E. (2021): Tourism as a Socio-Cultural Phenomenon: A Critical Analysis, *Journal of Social and Political Sciences*, 4(2), str. 16

⁷⁵ Citirano u: Adedoyin, O. B.: Social and Cultural Impacts of Tourism, raspoloživo na: https://www.researchgate.net/publication/340594738_Social_and_Cultural_Impacts_of_Tourism [12.6.2022.]

⁷⁶ Ibidem

⁷⁷ Kim, K., Uysal, M., Sirgy, M. J. (2013): How does tourism in a community impact the quality of life of community residents?, *Tourism Management*, 36, str. 528

⁷⁸ Citirano u: Jaafar, M., Ismail, S., Rasoolimanesh, S. M. (2015): Perceived social effects of tourism development: a case study of Kinabalu National Park, *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, 10(2), str. 10

⁷⁹ Citirano u: Alaeddinoglu, F., Turker, N., Can, A. (2016): The Impact of Tourism on Residents' Quality of Life: The Case of Van, Turkey, raspoloživo na: https://pure.port.ac.uk/ws/portalfiles/portal/15074373/Alaeddinoglu_Turker_Can_2016.pdf [1.6.2022.]

⁸⁰ Jimura, T. (2019), op. cit., str. 98

pozitivnih učinaka je i angažiranje u očuvanju i zaštiti povijesnih građevina i osmišljavanje nove namjene napuštenih zgrada.

Turizam ima ulogu u podizanju lokalne svijesti o vrijednostima prirodnih i kulturnih znamenitosti te potiče osjećaj ponosa lokalne zajednice. Pozitivan stav lokalnog stanovništva uvelike pomaže turističkim dionicima u usmjeravanju razvoja turizma na određenom prostoru.⁸¹

S druge strane, postoji i velik broj *negativnih* socio-kulturnih učinaka koji imaju utjecaja na destinaciju i lokalnu zajednicu koja djeluje kao domaćin.

Gentrifikacija je proces koji predstavlja stambeno raseljavanje uzrokovano politikama revitalizacije orijentirane na turiste, odnosno transformacijom stanova za najam u apartmane za odmor. Ova pojava predstavlja izrazito velik problem za stanovnike gradskih jezgri koje se sve više prilagođavaju potrebama turista, a ne lokalne zajednice.⁸²

Nadalje, cijene nekretnina su s razvojem turizma značajno porasle zbog jakih učinaka sezonalnog turizma. Vanjski čimbenici, kao što su fluktuacije stope zaposlenosti, nestabilnost prihoda i prenaseljenost predstavljaju izazove za lokalno stanovništvo da si priušte nekretninu. Na hrvatskoj obali, gdje se najbolje ogleda slika hrvatskog turizma, velik je broj slučajeva prenamjene domova u vikendice i kuće za odmor, što predstavlja problem za lokalno stanovništvo jer se značajno smanjuje dostupnost stambenog prostora. Turistička sezona uzrok je smanjenja dostupnosti, čime se stanovnike istiskuje s tržišta nekretnina i prisiljava da odaberu pristupačnije lokacije koje se nalaze dalje od središta turističke destinacije.⁸³

U brojnim istraživanjima dokazano je kako s rastom urbanizacije i masovnog turizma, raste i stopa kriminala. Wall i Mathieson⁸⁴ su uočili rast varijable kriminala u turističkim destinacijama zbog razvoja turizma. Prisutnost velikog broja turista koji imaju malo znanja o lokalnom području i mnogo dragocjenih stvari, povećava privlačnost za kriminalce. Ova posljedica razvoja turizma ima

⁸¹ Bogahawatte, C.: Socio-Cultural Impacts Of Tourism, raspoloživo na: https://www.academia.edu/28673334/SOCIO_CULTURAL_IMPACTS_OF_TOURISM_SOCIO_CULTURAL_IM_PACTS_OF_TOURISM [3.6.2022.]

⁸² Cocola Gant, A. (2015): Tourism and commercial gentrification, raspoloživo na: <https://www.rc21.org/en/wp-content/uploads/2014/12/E4-C%3%B3cola-Gant.pdf> [3.6.2022.]

⁸³ Mikulić, J., Vizek, M., Stojčić, N., Payne, J. E., Čeh Časni, A., Barbić, T. (2021): The Effect Of Tourism Activity On Housing Affordability, *Annals of Tourism Research*, 90, str. 4

⁸⁴ Citirano u: Jaafar, M., Ismail, S., Rasoolimanesh, S. M. (2015), op. cit., str. 11

velik utjecaj na lokalnu zajednicu zbog osjećaja manjka sigurnosti u vlastitom gradu.⁸⁵ Kriminalne aktivnosti u destinaciji rezultiraju lošim publicitetom i stvaraju negativnu sliku koja može potencijalne posjetitelje odvratiti od putovanja.⁸⁶

Negativni socio-kulturni učinak turizma je narušavanje društvenog integriteta lokalnih zajednica.⁸⁷ Nillahut⁸⁸ naglašava kako razvoj turizma može utjecati na sustav vrijednosti i ponašanje mijenjajući tako identitet rezidenata. Turizam pretvara lokalnu kulturu u turističko dobro kako bi bili u skladu s očekivanjima turista, što rezultira nerealno prikazanom tradicijom lokalne zajednice destinacije.⁸⁹ Drugim riječima, dolazi do standardizacije turističke ponude i gubitka autentičnosti i kulturne posebnosti.⁹⁰

Također, može doći do naglašavanja različitosti u načinu života različitih zajednica, razine ekonomskog razvoja i jezičnih razlika te dovesti do konflikata. Velik broj turista uzrokuje gužve i zastoj u turističkim destinacijama i često rezultira zastojima u prometu i poteškoćama s pronalaskom parkirnih mjesta⁹¹, a Akama i Kieti zabilježili su kako razvoj turizma može utjecati na rast prostitucije i pojave raznih epidemioloških ugroza.⁹²

Teorija o socio-kulturnim učincima ima mnogo, a najraširenija je ona o Doxeyevom indeksu iritacije (Irridex), koji ukazuje na djelovanje turističkog razvoja na odnos lokalne zajednice i turista i opisuje ga u četiri faze. Prva faza, euforija, odnosi se na sami početak razvoja turizma, kada rezidenti dočekuju turiste i investitore s uzbuđenjem budući da se brojne pozitivne eksternalije nadovezuju na njihov boravak u destinaciji. Slijedi faza apatije, kada, zbog povećane turističke potražnje, lokalna zajednica gubi interes za kontakt s turistima te njihov odnos postaje formalan.

⁸⁵ Bogahawatte, C.: Socio-Cultural Impacts Of Tourism, raspoloživo na: https://www.academia.edu/28673334/SOCIO_CULTURAL_IMPACTS_OF_TOURISM_SOCIO_CULTURAL_IMPACTS_OF_TOURISM [3.6.2022.]

⁸⁶ Sharma, R. (2008): Tourism and the Value System: An Impact Assessment from Socio-Cultural Perspective, *Himalayan Journal of Sociology & Anthropology*, 3, str. 114

⁸⁷ Jovičić, D. (2011): Socio-Cultural Impacts Of Contemporary Tourism, *Collegium Antropologicum*, 35(2), str. 604

⁸⁸ Citirano u: Jaafar, M., Ismail, S., Rasoolimanesh, S. M. (2015), op. cit., str. 11

⁸⁹ Bogahawatte, C.: Socio-Cultural Impacts Of Tourism, raspoloživo na: https://www.academia.edu/28673334/SOCIO_CULTURAL_IMPACTS_OF_TOURISM_SOCIO_CULTURAL_IMPACTS_OF_TOURISM [3.6.2022.]

⁹⁰ Petrić, L. (2013), op. cit., str. 135

⁹¹ Kim, K. (2002): The Effects Of Tourism Impacts Upon Quality Of Life Of Residents In The Community, raspoloživo na: https://vtechworks.lib.vt.edu/bitstream/handle/10919/29954/Title_and_Text.pdf?sequence=1 [10.6.2021.]

⁹² Akama, J.S., Kieti, D.M. (2007): Tourism and Socio-economic Development in Developing Countries: A Case Study of Mombasa Resort in Kenya, *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6), str. 737

S daljnjim povećanjem broja posjetitelja, prepoznaje se i faza iritacije. Dosegnuta je točka saturacije i lokalno stanovništvo počinje sumnjati u turističku industriju, a posebice oni koji ne sudjeluju u turističkoj razmjeni i podjeli profita. I posljednja faza, faza antagonizma, označava stagnaciju turističkog rasta i pad broja posjetitelja. Dolazi do otvorenog pokazivanja iritacije, a posjetitelji se smatraju uzročnicima svih problema.⁹³

2.3.3. Okolišni učinci

Okoliš se zadnjih nekoliko desetljeća nameće kao sve važniji faktor u razvoju turizma na nekom prostoru. Znanstvenici koji su se bavili istraživanjem njegova utjecaja zaključili su kako turizam u potpunosti ovisi o okolišu, koji može biti atrakcija sam po sebi ili mjesto odvijanja neke druge turističke aktivnosti. Ipak, odnos okoliša i turizma jako je kompleksan jer postoji uzajamna ovisnost jednoga o drugom.⁹⁴

Pozitivni učinci turizma na okoliš najuočljiviji su u domeni zaštite i obnove prirodnih i kulturnih spomenika te industrijske i graditeljske baštine, u formiranju posebno zaštićenih teritorija, poput nacionalnih parkova i parkova prirode, očuvanju plaža, šuma i ostalih atraktivnih prirodnih područja te ulaganja u infrastrukturu.⁹⁵ Jačanje ekološke svijesti jedan je od mnogih pozitivnih učinaka razvoja turizma. Lokalna zajednica percipira koristi od turizma i počinje dobrovoljno štiti okoliš i djeluje zajedno s lokalnim vlastima u cilju umanjivanja utjecaja na prirodne resurse.⁹⁶

Negativni učinci turizma na okoliš su ipak uočljiviji. Eksploatacija prirodnih resursa, vizualno narušavanje prostora kao posljedica pretjerane izgradnje objekata turističke namjene, zagađenje vodnih resursa kao rezultat ispuštanja otpadnih voda iz smještajnih i plovnih objekata namijenjenih turizmu, nepropisno odlaganje komunalnog i drugog otpada.⁹⁷ U destinacijama na obali, velik problem stvara pogrešna praksa odlaganja otpada i ispuštanje otpadnih voda u more, što narušava ekosustav i smanjuje vrijednost prirodnog resursa. Uslijed naglog razvoja turizma, javlja se i problem snažnog opterećenja komunalne infrastrukture i povećane potrošnje resursa poput vode i

⁹³ Citirano u: Mason, P. (2003), op. cit., str. 47

⁹⁴ Mason, P. (2003), op. cit., str. 53

⁹⁵ Petrić, L. (2013), op. cit., str. 139

⁹⁶ Jing, Z., Shu-Min, L. (2018): The Impact Of Tourism Development On The Environment In China, Acta Scientifica Malaysia, 2(1), str. 2

⁹⁷ Petrić, L. (2013), op. cit., str. 140

energije.⁹⁸ Jako velik problem predstavlja onečišćenje zraka, koje nastaje zbog prijevoznih sredstava i građevinskih radova, kao i emisije plinova u atmosferu.⁹⁹

Vrsta turističke aktivnosti koja se odvija na nekom području uvelike određuje jačinu utjecaja. Primjerice, lovni i ribolovni turizam koji aktivno troši prirodne resurse, dok turističko razgledavanje iz autobusa ima minimalan učinak na okolinu i ne troši resurse.¹⁰⁰

2.4. Definicija i kategorije pojma kvalitete života

Koncept kvalitete života zadnjih je desetljeća dobio na važnosti, a njegovi začeci vezani su uz poznate starogrčke filozofe. Primjerice, Aristotel se u svom radu često osvrtao na „kvalitetan život“ i „dobrobit“, potpomognutih javnom politikom. Brojna istraživanja počela su 1930-ih, kada su ekonomisti pokušali definirati, istražiti i izmjeriti kvalitetu života, a ubrzo je koncept postao alat i političke scene. Konceptu kvalitete života pristupilo se i analiziralo sa sociološkog stajališta. Tijekom Velike depresije, američki novinar iz Baltimorea prvi je u lokalnim novinama objavio niz članaka u kojima je predstavio ocjene kvalitete života u gradovima i državama SAD-a. Ocjenjivali su se objektivni čimbenici kao što su prihodi, obrazovanje, stopa kriminala, cijene stanova i smrtnost dojenčadi, ali i subjektivni kao što su stavovi ljudi o svom susjedstvu i okolišu.¹⁰¹

Brojni znanstvenici su pokušavali preciznije definirati ovaj pojam. Prema autorima Delibasic, Karlsson, Lorusso i Rodriguez¹⁰², kvaliteta života predstavlja stupanj dobrobiti koju osjeća osoba ili skupina ljudi. Prema Crasku¹⁰³, definicija ovisi o disciplini istraživanja. On definira kvalitetu života kao ukupnost značajki i karakteristika različitih okolina i promjenjivih uvjeta koji imaju

⁹⁸ Zahedi, S. (2008): Tourism impact on coastal environment, WIT Transactions on The Built Environment, 99, str. 45-57

⁹⁹ Kapur, R. (2018): Environmental Impacts of Tourism, raspoloživo na: https://www.researchgate.net/publication/323733792_Environmental_Impacts_of_Tourism [11.6.2022.]

¹⁰⁰ Mason, P. (2003), op. cit., str. 54

¹⁰¹ Citirano u: Risser, R., Steg, L., Sonja, F., Schmeidler, K. R., (2006): Assessment of the quality of life in cities. Environmental conditions and mobility, Urbani Izziv, 17(1), str. 187

¹⁰² Citirano u: Liberato, P., Silva, A. (2020): The Tourism Impact on The Residents' Life Quality - Case Study, raspoloživo na: https://www.researchgate.net/publication/347937373_The_Tourism_Impact_on_The_Residents%27_Life_Quality_-_Case_Study [12.6.2022.]

¹⁰³ Citirano u: Gusti, B. R., Anak, A. B. W. (2021): The New Model of Relationship Leisure and Tourism Development on Quality of Life, International Journal of Social Science and Education Research Studies, 1(3), str. 50

sposobnost zadovoljiti ljudske potrebe za aktualizacijom na četiri razine: fizičkoj, emocionalnoj, mentalnoj i duhovnoj. Nadalje, Sirgy¹⁰⁴ sa suradnicima objašnjava kako je kvaliteta ljudskog života općenita dobrobit koju doživljavaju članovi društva, a Morris¹⁰⁵ navodi kako se općenita dobrobit društva sastoji od objektivnih komponenata, kao što su materijalni životni uvjeti, i subjektivnih, poput osobne percepcije i evaluacije.

Svjetska zdravstvena organizacija¹⁰⁶ je 1995. godine formirala grupu stručnjaka s ciljem kreiranja alata kojima će se mjeriti kvaliteta života. Tom prilikom definirali su pojam kao stav pojedinca o vlastitom životu u vezi s kulturom i sustavom vrijednosti kojem pripada i u odnosu na njegova očekivanja i ciljeve.

U literaturi je moguće pronaći mnogo definicija pojma kvalitete života, a najpotpunije dali su sociolozi koji su se bavili tim konceptom. Istraživanje kvalitete života posljednjih nekoliko desetljeća predstavlja novo područje proučavanja u društvenim, bihevioralnim, okolišnim i političkim znanostima. Međutim, smatra se izdankom društvenih pokazatelja proučavanih u ekonomiji i sociologiji.¹⁰⁷

Definirati kvalitetu života je izazovno s obzirom da podrazumijeva subjektivna iskustva koja ovise o osjećajima i percepcijama individualaca. Pojam kvalitete života obuhvaća individualno zadovoljstvo životom i ispunjenjem vlastitih ciljeva, što je uvjetovano načinom na koji ljudi razmišljaju o životu, a mjerenje je izrazito kompleksno jer različiti ljudi različito doživljavaju svoju okolinu.¹⁰⁸

U turističkoj literaturi mogu se pronaći istraživanja koja podupiru tezu kako postoje dva načina za učinkovito mjerenje kvalitete života, *stvarni* i *percipirani* QOL (engl. Quality of Life). Stvarni QOL se mjeri objektivnim komponentama kao što su prihod, fizičko zdravlje, standard života i stopa kriminala, dok je percipirani QOL subjektivna ocjena pokazatelja kao što su zadovoljstvo

¹⁰⁴ Citirano u: Gusti, B. R., Anak, A. B. W. (2021), op. cit., str. 50

¹⁰⁵ Ibidem

¹⁰⁶ Citirano u: Lopes, M. C., Alen, E., Liberato, D., Liberato, P. (2020): Tourism and Quality of Life, Vision 2020: Sustainable Economic Development and Application of Innovation Management, str. 8354

¹⁰⁷ Uysal, M., Sirgy, J., Woo, E., Kim, H. (2015): Quality of life (QOL) and well-being research in tourism, Progress in Tourism Management, 18(1), str. 2

¹⁰⁸ Andereck, K. L., Nyaupane, G. P., (2010): Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents. Journal of Travel Research, str. 1-13

obitelji, poslom, društvenim životom, zajednicom i životom u cjelini.¹⁰⁹ Prema Kim, Woo i Uysal¹¹⁰ postoji nekoliko teorija kojima se može mjeriti kvaliteta života, a to su teličke teorije, teorije zadovoljstva i boli, teorije aktivnosti, teorije asocijacija, teorija prosudbe, teorija prelijevanja odozdo prema gore i teorija horizontalnog prelijevanja. Budući da u ovom istraživanju cilj nije detaljnija analiza koncepta kvalitete života, već dobivanje slike o tome na koji način stanovnici Šibenika percipiraju doprinos turizma kvaliteti življenja u njihovom Gradu, spomenute teorije neće biti pobliže opisane.

Iz prethodno prikazanih definicija može se sažeti kako je koncept kvalitete života kompleksan, a opisuje mogućnosti koje pojedinac ima te svrhu koju dodjeljuje vlastitom životu, kao i način na koji vrednuje ono što posjeduje.¹¹¹

U nastavku rada bit će dat osvrt i na percipiranu kvalitetu života stanovnika lokalne zajednice grada Šibenika, prije svega kroz prizmu doprinosa turizma istoj. Osim što se o tome može procijeniti i temeljem prethodnih odgovora povezanih s percepcijom pozitivnih i negativnih učinaka turizma na različite komponente održivosti, nastojat će se dobiti i generalizirani stav o kvaliteti življenja u gradu Šibeniku općenito te o percepciji u kojoj mjeri turizam pridonosi istoj.

¹⁰⁹ Modica, P., Uysal, M. (2016): Sustainable Island Tourism: Competitiveness and Quality of Life, CABI, Wallingford, str. 95

¹¹⁰ Uysal, M., Sirgy, J., Woo, E., Kim, H. (2015), op. cit., str. 4

¹¹¹ Kaliterna, L.J., Burušić, J., Tadić, M. (2012): Indikatori kvalitete življenja, Psihologija u zaštiti mentalnog zdravlja, Zavod za javno zdravstvo „Sveti Rok“ Virovitičko-podravske županije, Virovitica, str. 438

3. RAZVOJ TURIZMA U ŠIBENIKU

3.1. Osnovni podaci o gradu Šibeniku

Grad Šibenik smješten je u središnjem dijelu hrvatske obale Jadrana. U povelji kralja Petra Krešimira IV. iz 1066. godine, prvi put se spominje pod današnjim imenom, a danas se zbog toga često za Šibenik koristi naziv Krešimirov grad. Prije više od tisuću godina Hrvati su utemeljili grad kao starohrvatsku utvrdu podno tvrđave sv. Mihovila, što ga čini najstarijim samorodnim hrvatskim gradom na istočnoj obali Jadrana, a status grada dobiva 1290. godine kada se uspostavlja šibenska biskupija.¹¹²

Zavičaj šibenskog kraja karakterizira razvedena obala, primorsko-dinarsko zaleđe krša Zagore, brdsko-planinsko područje s plodnim kršnim poljima, Petrovo, Kosovo i Kninsko polje te ravnice Bukovica i Promina s kanjonima rijeka Čikole i Krke. Krajolik prostora je raznolik, a more predstavlja najvažniji resurs koji određuje gospodarsku osnovu.¹¹³

Šibenik predstavlja važan grad i luku u sjevernoj Dalmaciji te je ujedno i važno administrativno, političko i gospodarsko središte Šibensko-kninske županije. Grad se prostire amfiteatralno oko Šibenskog zaljeva, nedaleko od mjesta gdje se rijeka Krka ulijeva u Jadransko more. Trajektnim linijama povezan je s otocima šibenskog arhipelaga (Prvić, Zlarin, Žirje, Kaprije i Obonjan).¹¹⁴ Ima iznimno povoljan prometni položaj, koji je rezultat blizine Jadranske magistrale, s cestama do Knina i Drniša te prema unutrašnjosti Hrvatske. Željeznički promet odvija se prugom koja vodi do Zagreba i Splita, a zadarska i splitska zračna luka okosnica su zračnog prometa. Autocesta A1, poznata i kao Dalmatina, povezala je Šibenik s ostatkom Hrvatske i Europom.¹¹⁵

¹¹² Šibensko-kninska županija, Opći podaci, raspoloživo na: <https://www.sibensko-kninska-zupanija.hr/stranica/opi-podaci/70> [15.2.2022.]

¹¹³ Discover Dalmatia: Šibenik, raspoloživo na: <https://www.discover-dalmatia.hr/hr/regija-dalmacija/sibenik> [7.4.2022.]

¹¹⁴ Šibensko-kninska županija, Opći podaci, raspoloživo na: <https://www.sibensko-kninska-zupanija.hr/stranica/opi-podaci/70> [15.2.2022.]

¹¹⁵ Poslovni turizam, Šibenik, raspoloživo na: <https://www.poslovniturizam.com/destinacije/sibenik/33/> [23.2.2022.]

Što se tiče demografske slike Grada Šibenika, veoma je nepovoljna. U zadnja 3 popisa bilježio se pad od 9%, a u zadnjih 20 godina grad je napustilo gotovo 20% Šibenčana. U idućoj tablici prikazani su podaci popisa stanovništva od 2001. godine do 2021. godine.¹¹⁶

Tablica 1: Popis stanovništva 2001.-2021.

Godina popisa	Broj stanovnika
2001.	51.553
2011.	46.332
2021.	42.589

Izvor: Izradila autorica prema podacima DZS-a

Klima je mediteranska s mnogo sunčanih sati. Temperature ljeti su vrlo visoke, a ublažuje ih vjetar maestral koji puše s mora ka kopnu, a zime su blage ili umjerene, dok su oborine najčešće zimi, a ljeta pretežno suha.¹¹⁷ Vjetrovi koji prevladavaju u većini šibenske regije su bura i jugo. Na obali se bilježi visok stupanj osunčanosti (2710 sati) koji se postupno smanjuje prema unutrašnjosti. Ukupna godišnja količina oborina iznosi 803 mm.¹¹⁸

3.2. Povijest razvoja turizma

Počeci turizma na prostoru Šibenika datiraju u 19. stoljeće, točnije 1844. godina uzima se kao početak modernog turizma u Dalmaciji. Prema poznatom šibenskom istraživaču i čuvaru zavičajne baštine, Darku Gulinu, 29. lipnja 1844. godine u Šibenik je uplovio parobrod „Imperatore“ brodskog društva Austrijski Lloyd, koji je dovezao prvu grupu putnika na šibensku proslavu sv. Petra i Pavla. To je bio prvi kruzer koji je plovio istočnom obalom Jadranskog mora.¹¹⁹ Šibenik, Skradin i Skradinski buk bili su glavne atrakcije i destinacije organiziranog turističkog putovanja.

¹¹⁶ DZS, Popis stanovništva 2001., 2011., 2021.

¹¹⁷ Discover Dalmatia: Šibenik, raspoloživo na: <https://www.discover-dalmatia.hr/hr/regija-dalmacija/sibenik> [7.4.2022.]

¹¹⁸ Poslovni turizam, Šibenik, raspoloživo na: <https://www.poslovniturizam.com/destinacije/sibenik/33/> [23.2.2022.]

¹¹⁹ Šibenik News, Moderni turizam Dalmacije počeo je u Šibeniku i Skradinu 29. 6. 1844. godine, raspoloživo na: <https://mok.hr/vijesti/item/28704-otkrice-moderni-turizam-dalmacije-poceo-je-u-sibeniku-i-skradinu-29-6-1844-godine> [7.4.2022.]

Za potrebe tog turističkog pothvata, organizator je dao izraditi turističke brošure, u kojima se našao i dalmatinski krajolik Šibenika.¹²⁰

Što se tiče turističke infrastrukture, u periodu između dva svjetska rata, Šibenik je raspolagao viškom smještajnih kapaciteta. Najpoznatiji hotel bio je hotel Krka, koji je obnovljen 1926. godine, a imao je 50 suvremeno uređenih soba. Nadalje, hotel De La Ville, koji je otvoren 1905. godine, imao je 45 ležajeva i bio je vrlo dobro opremljen te je bio poznat kao jedan od najprestižnijih hotela, a srušen je u bombardiranju 1943. godine. Još su bili poznati hoteli Dinara i Kosovo. Hotel Kosovo je mogao primiti tisuću ljudi, te je ugošćivao razne kazališne i glazbene grupe, a prikazivao je i kino predstave. Kao popularna odredišta posjetitelja spominju se kavane Astoria, Istra, Cetina, Medulić i Narodna kavana.¹²¹

Šibenik svoj prvi turistički vodič dobiva 1925. godine, a izradio ga je don Krsto Stošić. Istaknuo je kako je Šibenik zdravo mjesto za život i zaštićen od epidemičnih bolesti. Osim toga, spominje se i gradsko kupalište Jadrija, kao mjesto s pregršt sunca, borove šume i čistog morskog zraka. Društvo za promet putnika Šibenik je izdalo brošuru pod nazivom „Šibenik – morsko kupalište i klimatsko lječilište“.¹²²

Tijekom 1970-ih godina uočio se snažan razvoj turizma u Šibeniku, što se može pripisati sve većoj prepoznatosti prirodnih vrijednosti šibenske razvedene obale, bogatog otočnog arhipelaga, fenomena rijeke Krke, i starog dijela grada koji predstavlja važan dio hrvatske povijesno-umjetničke baštine. Istovremeno je krenula izgradnja infrastrukturnih objekata i niknuli su brojni turistički kapaciteti, a najglasovitiji je hotelski kompleks Solaris, s tri tisuće ležajeva.¹²³

Početak devedesetih godina prošlog stoljeća, Šibenik se počeo ubrzano razvijati. U tom periodu započela je pretvorba iz industrijskog grada u turistički biser, a povodom toga simbolično su srušeni dimnjaci tvornice u naselju Crnica. Osim spomenute industrije, Šibenik je bio okružen

¹²⁰ Volim Šibenik, broj 33, raspoloživo na: https://issuu.com/volimsibenik/docs/volim_ibenik_no33 [7.4.2022.]

¹²¹ Maštrović, A. (1972): Šibenik, Grafički zavod Hrvatske, Zagreb, str. 132

¹²² Ibidem, str. 133

¹²³ Ibidem, str. 140

vojnarnama, vojnim poligonima, hangarima i ratnim brodovima, koji su prenamijenjeni u turistički korisne sadržaje.¹²⁴

3.3. Analiza turističke ponude

U ovom dijelu bit će riječi o atraktivnim i receptivnim elementima turističke ponude grada Šibenika.

Atraktivni elementi turističke ponude

U atraktivne elemente ubrajaju se prirodne i društvene atrakcije, a u nastavku će biti izdvojene neke od najpoznatijih turističkih atrakcija u gradu Šibeniku.

- Katedrala sv. Jakova izgrađena je prije više od stotinu godina i djelo je arhitekata Jurja Dalmatinca i Nikole Firentinca. U potpunosti je izgrađena od kamena, bez korištenja drugih materijala, a na svojim apsidama sadrži više od 70 portreta. Zbog svog arhitektonskog značaja, upisana je na UNESCO-vu listu svjetske baštine.¹²⁵
- Kneževa palača koja je bila dio obalnog obrambenog sustava iz srednjeg vijeka, a danas je u njoj smješten Muzej grada u kojem se mogu vidjeti lokalni arheološki artefakti iz neolitika pa sve do rimskog doba, zbirka novčića, skulpture i ostali povijesni predmeti. U blizini se nalaze Biskupska palača i Trg četiri bunara, koji datira iz 15. stoljeća i predstavlja kompleks spremnika za vodu, a na njemu se održavaju brojne izložbe.¹²⁶
- Šibenik su kroz povijest prisvajali brojni vladari te se tako u gradu može vidjeti impresivna fortifikacijska arhitektura, čiju okosnicu čine četiri utvrde. Tvrđava sv. Ivana izgrađena je 1646. godine pred početak Kandijskog rata prema nacrtima Antonija Lenija, mletačkog vojnog inženjera, te ima zvjezdasti oblik tlocrta. Tvrđava Barone izgrađena je tijekom Kandijskog rata, na zapovijed baruna Christopha Martina von Degenfelda po kojem nosi ime. Tvrđava sv. Mihovila sagrađena je na strmoj uzvisini i služila je kao središte

¹²⁴ Šibenik News, Moderni turizam Dalmacije počeo je u Šibeniku i Skradinu 29. 6. 1844. godine, raspoloživo na: <https://mok.hr/vijesti/item/28704-otkrice-moderni-turizam-dalmacije-pocao-je-u-sibeniku-i-skradinu-29-6-1844-godine> [11.4.2022.]

¹²⁵ Turistička zajednica grada Šibenika: Katedrala sv. Jakova, raspoloživo na: <https://www.sibenik-tourism.hr/lokacije/katedrala-sv-jakova/1.html> [14.4.2022.]

¹²⁶ Turistička zajednica grada Šibenika: Stara gradska jezgra, raspoloživo na: <https://www.sibenik-tourism.hr/lokacije/stara-gradska-jezgra/3.html> [14.4.2022.]

obrambenog sustava grada Šibenika. Obnovljena je 2014. godine i sada ima namjenu jedinstvene ljetne pozornice na otvorenom. Na ulazu u Kanal sv. Ante nalazi se tvrđava sv. Nikole i jedinstvena je renesansna građevina venecijanskog fortifikacijskog graditeljstva iz 16.stoljeća te je upisana na listu UNESCO-ve svjetske baštine.¹²⁷

- Renesansna Gradska vijećnica nalazi se na današnjem Trgu Republike Hrvatske i slovi za jednu od najljepših građevina u Šibeniku, u čijim se obližnjim ulicama mogu vidjeti brojne kamene gradske palače.¹²⁸
- Na području Šibenika postoje 24 crkve i 6 samostana. Najpoznatije su crkva sv. Ivana, na kojoj se nalazi turski sat s jednom kazaljkom, crkva sv. Krševana pokraj kojeg se nalazi najstarije zvono u Hrvatskoj pronađeno u moru, te crkva sv. Barbare. U samostanu sv. Frane nalazi se knjižnica koja sadrži više od 150 inkunabula.
- Samostanski mediteranski vrt sv. Lovre otvoren je 2007. godine i sastavni je dio istoimenog samostana. Jedini je vrt takve vrste u Hrvatskoj i u njegovom središtu nalazi se zdenac oko kojeg raste ljekovito i začinsko mediteransko bilje.¹²⁹ Perivoj Roberta Visianija uređen je 1895. godine i nalazi se u centru grada između Poljane i rive, a u njemu se može vidjeti bogatstvo i raznolikost mediteranskog bilja.¹³⁰
- Od prirodnih turističkih resursa najvažnije je spomenuti dva Nacionalna parka – Kornati i Krka. NP Kornati su najrazvedeniji otočki sustav na Jadranu koji obuhvaća 12% svih otoka, od kojih je šest većih od jednog četvornog kilometra. NP Krka najpoznatiji je po svojim sedrenim barijerama i slapovima Skradinski buk i Roški slap.¹³¹
- Otoci šibenskoga arhipelaga imaju zanimljivu povijest i tradiciju. Na otoku Murteru poznata je tradicija gradnje brodova, Krapanj je poznat po spužarstvu, otok Zlarin po

¹²⁷ Turistička zajednica grada Šibenika, raspoloživo na: <https://www.sibenik-tourism.hr/stranice/gradski-vodic/1.html> [14.4.2022.]

¹²⁸ Turistička zajednica grada Šibenika: Stara gradska jezgra, raspoloživo na: <https://www.sibenik-tourism.hr/lokacije/stara-gradska-jezgra/3.html> [14.4.2022.]

¹²⁹ Turistička zajednica grada Šibenika: Samostanski mediteranski vrt, raspoloživo na: <https://www.sibenik-tourism.hr/lokacije/samostanski-mediteranski-vrt-sv-lovre/9.html> [29.4.2022.]

¹³⁰ Turistička zajednica grada Šibenika: Perivoj, raspoloživo na: <https://www.sibenik-tourism.hr/lokacije/perivoj-roberta-visianija/10.html> [29.4.2022.]

¹³¹ Putovnica.net: Šibenik, raspoloživo na: <https://www.putovnica.net/odredista/hrvatska/sibenik> [11.4.2022.]

koralarstvu, a otok Prvić je mjesto gdje je Faust Vrančić proveo djetinjstvo i gdje se nalazi njegov memorijalni centar.¹³²

Receptivni elementi turističke ponude

Kada je riječ o smještajnim kapacitetima na području Šibenika, njihov broj je svake godine sve veći. Grade se hoteli, kategorizira privatni smještaj i ulaže u kampove. U idućoj tablici prikazan je broj ležajeva za razdoblje od 2017. do 2021. godine.¹³³

Tablica 2: Broj ležajeva 2017.-2021.

Godina	Broj ležajeva
2017.	12.941
2018.	14.014
2019.	15.167
2020.	13.469
2021.	17.572

Izvor: Izradila autorica prema podacima TZ Šibenik

Iz tablice je vidljiv porast u broju ležajeva u posljednjih 5 godina. Naravno, prilikom analiziranja ovih podataka treba uzeti u obzir 2020. godinu kao posebnu zbog brojnih epidemioloških mjera donesenih uslijed pandemije koronavirusa i koje su znatno ograničile turističke dionike u njihovom poslovanju. Ublažavanjem mjera i otvaranjem državnih granica, 2021. godine dogodio se značajan skok u broju ležajeva, od preko 30%, što ukazuje na oporavak turističkog poduzetništva u Šibeniku.

U godinama koje su prethodile pandemiji, uočen je pozitivan trend koji je vodio ka jačanju industrije u Šibeniku. Godišnji porast broja ležajeva iznosio je oko 8%, što je rezultat porasta turističke potražnje.

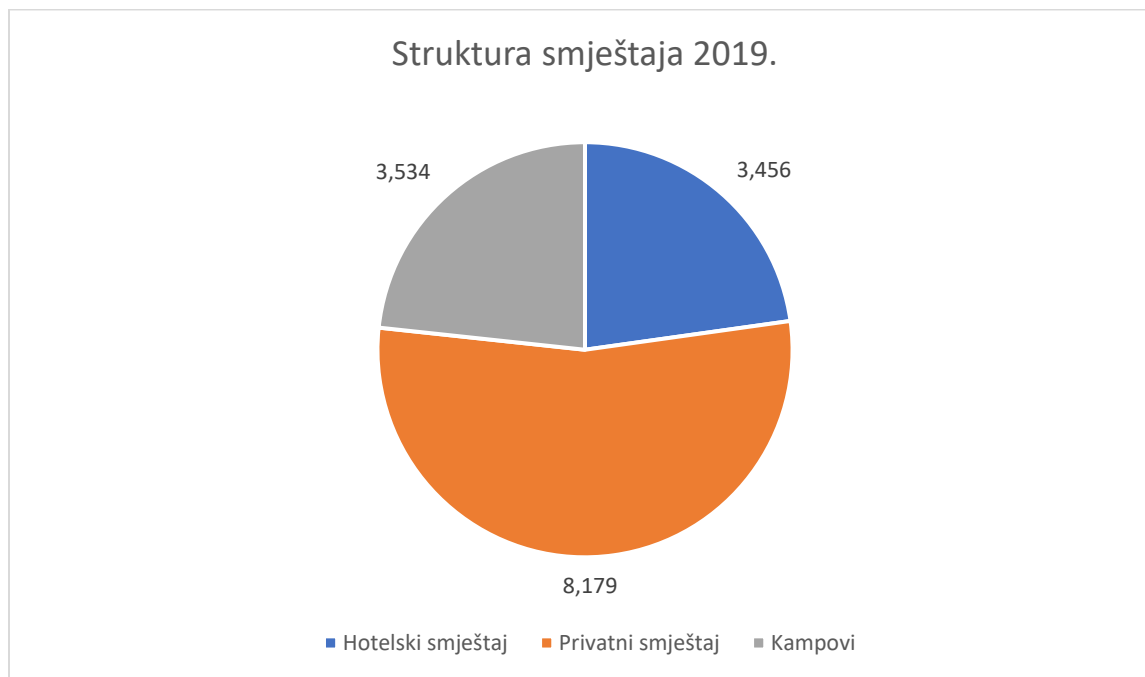
Prema podacima koje je ustupila Turistička zajednica grada Šibenika, uočeno je kako privatni smještaj čini najveći udio u ukupnom smještaju, potom slijede hotelski smještaj i kampovi.

Na idućem grafikonu vizualno je prikazana struktura smještaja za 2019. godinu koja se uzima kao reprezentativna.

¹³² HTZ: Dalmacija – Šibenik, raspoloživo na: <https://croatia.hr/hr-HR/dozivljaji/poslovni-turizam/Dalmacija-Sibenik> [11.4.2022.]

¹³³ Podatke ustupila Turistička zajednica Šibenik

Grafikon 1: Struktura smještaja 2019.



Izvor: Prikaz autorice

3.4. Analiza turističke potražnje

Sav trud koji se ulaže u razvoj grada Šibenika generira pozitivne rezultate. Što se tiče razvoja turizma u gradu i povećanja prepoznatljivosti Šibenika kao poželjne turističke destinacije, podatak o broju dolazaka i noćenja unatrag nekoliko godina potvrđuje viziju brojnih provedenih projekata.

U idućoj tablici nalaze se podaci o broju dolazaka i noćenja u gradu Šibeniku od 2017. do 2021. godine.¹³⁴

Tablica 3: Statistika dolazaka i noćenja 2017.-2021.

Godina	Broj dolazaka	Broj noćenja
2017	282.846	1.355.686
2018	297.186	1.364.014
2019	324.699	1.397.860
2020	85.384	504.898
2021	189.682	945.562

Izvor: Izradila autorica prema podacima TZ Šibenik

¹³⁴ Podatke ustupila Turistička zajednica grada Šibenika

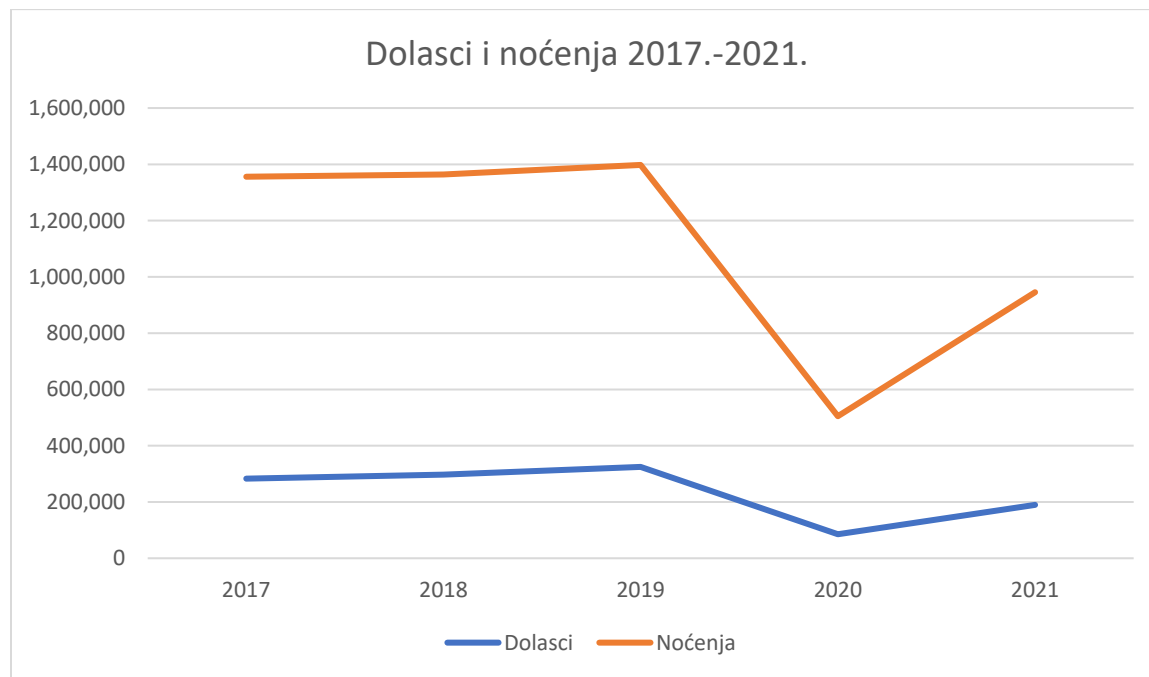
Iz prethodne tablice vidljiv je pozitivan trend u broju dolazaka i noćenja za razdoblje prije pandemije koronavirusa (2017.-2019.). Taj podatak ohrabruje dionike koji su posljednjih nekoliko godina aktivno ulagali u razvoj turizma i komplementarnih sektora.

Broj dolazaka u 2018. godini narastao je za 5% u usporedbi s 2017. godinom, a 2019. uspoređena s 2018. prikazuje rast od gotovo 10%. Takve brojke najavljivale su sve uspješniji turistički promet koji je Šibeniku trebao osigurati velike prihode i privlačiti nove investitore kako bi se nastavilo s daljnjim ulaganjem i provedbom projekata.

Nažalost, taj dobar niz prekinula je globalna pandemija izazvana novim koronavirusom te se Šibenik, kao i cijeli svijet, mora iznova probijati na tržištu, sada uz naglasak na sigurnost destinacije. Podaci za 2021. godinu koji prikazuju velik porast dolazaka i noćenja potvrđuju kako se šibenski turizam oporavlja i ulijeva nadu za razdoblje koje dolazi.

Na idućem grafikonu vizualno je prikazan trend dolazaka i noćenja.

Grafikon 2: Dolasci i noćenja 2017.-2021.



Izvor: Prikaz autorice

Zanimljiva je i statistika vezana uz domovinu turista. U idućoj tablici prikazani su udjeli dolazaka prema državama turista.

Tablica 4: Dolasci turista prema državama 2017.-2021.

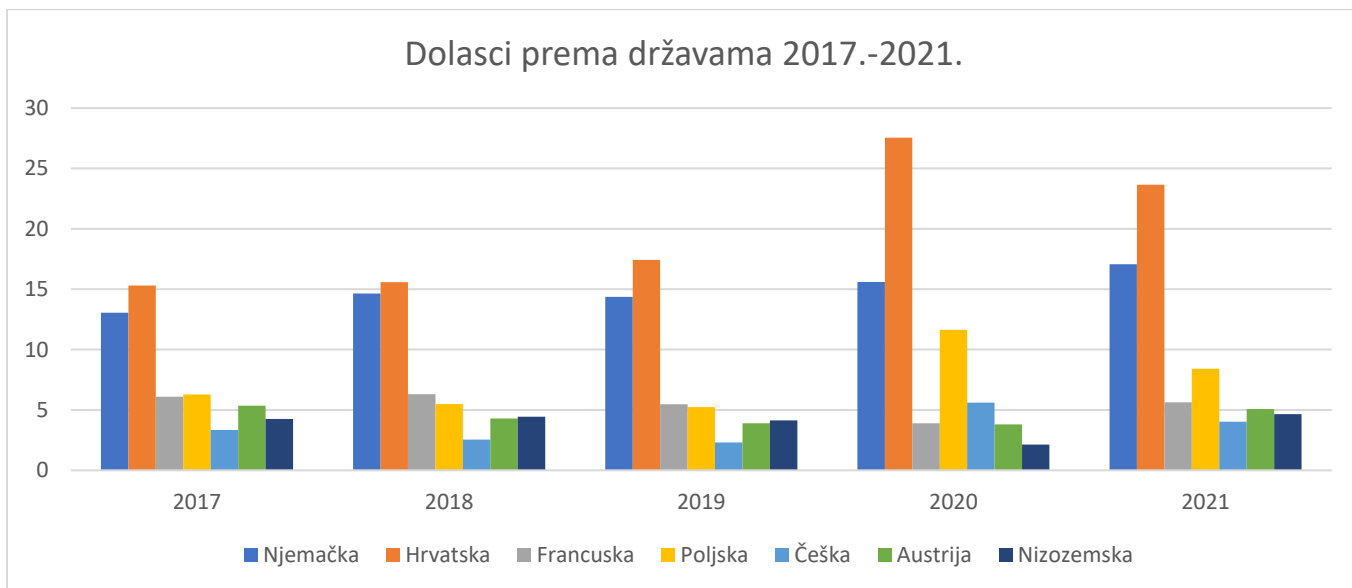
Država	Godina				
	2017	2018	2019	2020	2021
Njemačka	13,05	14,64	14,37	15,60	17,07
Hrvatska	15,30	15,59	17,42	27,55	23,66
Francuska	6,09	6,31	5,47	3,90	5,63
Poljska	6,28	5,49	5,23	11,63	8,41
Češka	3,34	2,55	2,30	5,61	4,03
Austrija	5,35	4,30	3,89	3,81	5,07
Nizozemska	4,25	4,44	4,14	2,13	4,65

Izvor: Izradila autorica prema podacima TZ Šibenik

Iz prethodne tablice vidljivo je kako Hrvati čine najveći udio u ukupnim dolascima, što je izvrsna vijest za domaći turizam. Što se tiče stranih posjetitelja, najveći broj dolazi iz Njemačke, potom iz Poljske, Francuske, Austrije, Češke i Nizozemske.

Na idućem grafikonu vizualno su prikazani podaci iz prethodne tablice.

Grafikon 3: Dolasci prema državama 2017.-2021.



Izvor: Prikaz autorice

Intenzitet turističke potražnje u destinaciji može se prikazati uz pomoć turističkih indikatora¹³⁵. U nastavku su izračunati neki od indikatora koristeći prošlogodišnje brojke.

- Indikator turističke funkcionalnosti = $\frac{\text{broj turističkih postelja}}{\text{broj stanovnika}} * 100 = 41,26$

Ovaj podatak prikazuje kako broj turističkih postelja po stanovniku iznosi 41,26. Sukladno ovom koeficijentu, može se izračunati Defertov indikator turističke aktivnosti koji Šibenik smješta u kategoriju *pretežne turističke aktivnosti*.

- Stopa turističkog intenziteta = $\frac{\text{broj dolazaka turista}}{\text{broj stanovnika}} * 100 = 445,38$

Ovaj podatak prikazuje kako broj turista na 100 stanovnika iznosi 445,38. Granica održivosti procijenjena je na 100, što bi značilo kako postoji velika opterećenost prostora tijekom turističke sezone.

- Stopa turističke penetracije = $\frac{\frac{\text{broj turističkih noćenja}}{365/2}}{\text{broj stanovnika}} * 100 = 12,13$

Ovaj indikator prikazuje kako, u turističkoj sezoni, broj turističkih noćenja na dnevnoj bazi na 100 stanovnika iznosi 12,13. Granica sociokulturne i ekonomske održivosti procijenjena je na 25, što bi značilo kako Šibenik ispunjava ovaj kriterij održivog razvoja turizma.

- Stopa turističke gustoće = $\frac{\frac{\text{broj turističkih dolazaka ili noćenja}}{365/2}}{\text{površina}} = 11,93$

Ovaj indikator prikazuje kako, u turističkoj sezoni, broj turističkih dolazaka po jedinici površine (km²) iznosi 11,93. Relativno niska stopa turističke gustoće proizlazi iz velike površine područja, te se preporučuje u budućnosti koristiti granice urbanog dijela grada u kojem se odvija većina turističkih aktivnosti.

¹³⁵ Vojnović, N.(2018): Intenzitet turizma u vodećim hrvatskim turističkim gradovima i općinama, Geoadria, 23(1), str. 35-42

3.5. Pregled projekata u službi razvoja turizma

Grad Šibenik odabrao je put razvoja i građenja budućnosti na osnovu poznate prošlosti i revitalizacije bogate kulturne i povijesne baštine, a danas su takve inicijative vidljive na gotovo svakom koraku. Posljednjih godina Šibenik je za projekte osigurao više od 115 milijuna kuna EU sredstava te kontinuirano radi na unaprjeđenju životnog standarda i poduzetništva. Zbog toga, često se prikazuje kao jedan od najboljih primjera kako adekvatno strateško planiranje, dobro upravljanje i efikasno korištenje EU fondova mogu dovesti do značajnog napretka. Gradska uprava prepoznala je ulogu dostupnih EU sredstava za financiranje velikih projekata te je njima započela proces oporavka grada od ratnih šteta i propasti industrije. Rezultat toga je imidž Šibenika kao svjetskog turističkog bisera, grada koji aktivno ulaže u znanost i obrazovanje, modernu tehnologiju i poduzetništvo.¹³⁶

Preokret u šibenskom turizmu napravljen je kada se započeo proces revitalizacije gradskih tvrđava, koje su kulturnim i turističkim sadržajem postale svjetske atrakcije i privlače velik broj posjetitelja. Do sada su obnovljene tvrđave sv. Mihovila, sv. Nikole i tvrđava Barone, a aktualnim projektom obuhvaćena je tvrđava sv. Ivana.¹³⁷ Najznačajnije projekte usko vezane uz tvrđave provodi Tvrđava kulture, koja slovi za jednu od vodećih institucija u Hrvatskoj kada je riječ o korištenju najmodernijih digitalnih alata. Neprekidno radi na poboljšanju interpretacije kulturnih resursa, a u fokus stavlja edukaciju i doživljaj posjetitelja koristeći razne interpretacijske alate: signalizacija, izložbeni postavi i audio vodiči, interpretacijski alati kao što su virtualna i proširena stvarnost te 3D projekcijska mapiranja.¹³⁸ Obnove tvrđava su povećale turističku potražnju za Šibenikom i postavile temelj za njegov daljnji razvoj. Predstavljaju sastavni dio turističke i kulturne ponude grada Šibenika i svake godine privlače velik broj posjetitelja zahvaljujući edukativnom i zabavnom programu.

¹³⁶ Gradonačelnik.hr, raspoloživo na: <https://gradonacelnik.hr/aktualno/sibenik-se-u-sedam-godina-etablirao-kao-turisticki-hit-grad-novih-tehnologija-i-poduzetnistva-uspjesnog-koristenja-eu-fondova-i-ulaganja-u-demografiju-i-obrazovanje/> [3.4.2022.]

¹³⁷ Tvrđava kulture, raspoloživo na: <https://www.tvrdjava-kulture.hr/hr/tvrđava-svetog-ivana/projekt-revitalizacije/> [3.4.2022.]

¹³⁸ Tvrđava kulture Šibenik kreativni pokretač grada: Strategija i plan rada za razdoblje 2021.-2025., raspoloživo na: https://www.sibenik.hr/upload/najavesjednica/2020/12/2020-12-06/20/024_prilog_Gorana%20Bari%C5%A1i%C4%87%20Ba%C4%8Deli%C4%87-%20Strategija%20i%20plan%20rada%20za%20razdoblje%202021.-2025..pdf [3.4.2022.]

Još jedan od projekata u službi turizma je izgradnja žičare, koja bi povezivala ranije spomenute tvrđave. Ovim projektom se Šibenik pozicionira kao atraktivna turistička destinacija koja inovativno gradi svoju priču i osigurava svoje mjesto na svjetskom tržištu. Brojni projekti odnose se i na vraćanje života u staru gradsku jezgru. Zaboravljeni i neiskorišteni dijelovi grada, postali su novo središte šibenskog turističkog, poduzetničkog i društvenog života.¹³⁹ Tako je 2019. godine katedrala sv. Jakova dobila vlastiti interpretacijski centar, a nalazi se u obnovljenoj palači Galbiani. Taj projekt potvrđuje arhitektonsku važnost, kao i odnos Šibenčana s objektom kroz povijest, u njegovoj duhovnoj i fizičkoj dimenziji. Spomenuti interpretacijski centar osmišljen je kao spoj klasične i moderne prezentacije kulturnog i povijesnog nasljeđa katedrale sv. Jakova koristeći multimedijalne alate.¹⁴⁰

U nastavku će biti izdvojeni neki od europskih projekata koji su imali značajan doprinos jačanju šibenske turističke ponude i razvoja turizma.

- Projekt KREŠIMIR (Kreativna Šibenska Mreža Integriranog Kulturnog Razvoja), koji se provodio tijekom 2018. godine, imao je cilj ojačati suradnju i umrežavanje civilnog i javnog kulturnog sektora i razvitak ljudskih kapaciteta lokalnih dionika u kulturi koji bi se angažirali po pitanju sudioničkog upravljanja. Za vrijeme provedbe ovog projekta radilo se na uspostavljanju mreže lokalnih dionika koji bi kroz zajedničko planiranje i organizaciju kulturnih događaja povećali promociju javno-civilnog partnerstva. Ovim projektom povećao se pristup građana kulturno-umjetničkim sadržajima.¹⁴¹
- Projekt FORTITUDE (Historic Fortresses Intensyfing Cross-Border Tourism Development) provodio se od ožujka 2020. do veljače 2022. godine. Primarni cilj projekta bio je jačanje i diverzifikacija kulturno-turističke ponude te održivije i kvalitetnije upravljanje kulturnim dobrima. Zahvaljujući ovom projektu, tvrđava sv. Mihovila dobila je skup prostornih rješenja i sadržaja u unutrašnjosti, kao što su stalni postav koji predstavlja prikaz fortifikacijske baštine te multimedijalna izložba glazbene baštine grada

¹³⁹ Gradonačelnik.hr, raspoloživo na: <https://gradonacelnik.hr/aktualno/sibenik-se-u-sedam-godina-etablirao-kao-turisticki-hit-grad-novih-tehnologija-i-poduzetnistva-uspjesnog-koristenja-eu-fondova-i-ulaganja-u-demografiju-i-obrazovanje/> [3.4.2022.]

¹⁴⁰ Mjesec hrvatskog turizma, Interpretacijski centar katedrale sv. Jakova, raspoloživo na: <https://mjesechrvatskogturizma.hr/ponuda/1207> [3.4.2022.]

¹⁴¹ Tvrđava kulture, Projekt KREŠIMIR, raspoloživo na: <https://www.tvrdjava-kulture.hr/hr/novosti/projekt-kreativna-sibenska-mreza-integriranog-kulturnog-razvoja-kresimir/> [5.4.2022.]

Šibenika. Također, preuredio se informativni centar City Point, koji je posvećen šibenskim tvrđavama u staroj jezgri.¹⁴²

- Projektom EMOUNDERGROUNDS (EMOtional technologies for the cultural heritage valorization within cross border), čiji je predviđeni završetak 30. lipnja 2022., želi se povećati stupanj atraktivnosti i konkurentnosti uključenih područja kako bi se ojačao društveni i ekonomski razvoj te osigurao održivi i pametni rast cijele makro-jadranske regije. To se želi postići promidžbom novog integriranog kulturnog turističkog proizvoda uz podršku naprednih emocionalnih tehnologija i inovativnih marketinških alata kroz nekoliko faza: akcijskim planom pametnog upravljanja odabranim turističkim destinacijama u regiji, nabavom informatičke opreme za virtualnu stvarnost, znanstvenim istraživanjima i analizama identificiranih kulturnih dobara, te produkcijom digitalnih i virtualnih sadržaja.¹⁴³

Važan aspekt investicija koji uvelike potpomaže razvoju turizma u Šibeniku su ulaganja u hotelijerstvo. Primjer je luksuzni hotel u naselju Mandalina čiju je izgradnju inicirao turski investitor, a investitori iz Milana su započeli proces izgradnje luksuznog hotela u centru grada. Osim izgradnje novih, obnavljaju se postojeći, primjerice Life Palace koji izvrsno radi kroz cijelu godinu, hotel Panorama koji je svake godine sve veći i širi ponudu sadržajima poput sportskih terena i bazena. Hotelsko naselje Solaris kontinuirano radi na unaprjeđenju svoje ponude i danas slovi za jedno od najmodernijih u svijetu. U strogom centru Šibenika planira se preuređenje građevina koje trebaju dobiti hotelsku i apartmansku namjenu i dodatno pojačati turističke rezultate.¹⁴⁴

Važno je spomenuti i projekt Šibenik – zero waste city iz 2021. godine, kojim se željelo smanjiti odlaganje plastičnog otpada u okoliš i osvijestiti građane o važnosti zaštite okoliša. Time se

¹⁴² Tvrđava kulture Šibenik kreativni pokretač grada: Strategija i plan rada za razdoblje 2021.-2025., raspoloživo na: https://www.sibenik.hr/upload/najavesjednica/2020/12/2020-12-06/20/024_prilog_Gorana%20Bari%C5%A1i%C4%87%20Ba%C4%8Deli%C4%87-%20Strategija%20i%20plan%20rada%20za%20razdoblje%202021.-2025..pdf [3.4.2022.]

¹⁴³ Ibidem

¹⁴⁴ Podatke ustupila Turistička zajednica grada Šibenika

smanjuje razina onečišćenja zraka i okoliša te štede resursi. Ovaj projekt bio je važan iz razloga što su ekološki motivi današnjih turista sve naglašeniji.¹⁴⁵

Brojni projekti pokrenuti su i na otocima šibenskog arhipelaga. Najbolji primjer toga je Hrvatski centar koralja na otoku Zlarinu, a cilj ovog projekta je doprinos daljnjem razvoju otoka.¹⁴⁶ Važno je naglasiti i kako su uređene plaže Banj, koja je udaljena nekoliko minuta hoda od stare gradske jezgre, i plaža u Brodarici, a trenutno se radi na uređenju plaže Raslina.¹⁴⁷

Osim prethodno navedenih projekata koji su u izravnoj vezi s turizmom, važno je spomenuti i ostale gradske projekte koji podupiru sektor turizma. Primjerice, projekt uređenja luke Vrnaža i prometnog čvora na Meterizama, Sportski rekreacijski centar u Ražinama Donjim te ulaganje u poduzetničku zonu Podi, koja je postala najveća i najperspektivnija poduzetnička zona u Hrvatskoj.¹⁴⁸

¹⁴⁵ Tvrđava kulture Šibenik kreativni pokretač grada: Strategija i plan rada za razdoblje 2021.-2025., raspoloživo na: https://www.sibenik.hr/upload/najavesjednica/2020/12/2020-12-06/20/024_prilog_Gorana%20Bari%C5%A1i%C4%87%20Ba%C4%8Deli%C4%87-%20Strategija%20i%20plan%20rada%20za%20razdoblje%202021.-2025..pdf [3.4.2022.]

¹⁴⁶ Šibenik.hr, Osnivanje hrvatskog centra koralja, raspoloživo na: <https://www.sibenik.hr/projekti/osnivanje-hrvatskog-centra-koralja-zlarin/44.html> [4.4.2022.]

¹⁴⁷ Gradonačelnik.hr, raspoloživo na: <https://gradonacelnik.hr/aktualno/sibenik-se-u-sedam-godina-etablirao-kao-turisticki-hit-grad-novih-tehnologija-i-poduzetnistva-uspjesnog-koristenja-eu-fondova-i-ulaganja-u-demografiju-i-obrazovanje/> [3.4.2022.]

¹⁴⁸ Gradonačelnik.hr (2020): Šibenik se u sedam godina etablirao kao turistički hit, grad novih tehnologija i poduzetništva, uspješnog korištenja EU fondova i ulaganja u demografiju i obrazovanje, raspoloživo na: <https://gradonacelnik.hr/aktualno/sibenik-se-u-sedam-godina-etablirao-kao-turisticki-hit-grad-novih-tehnologija-i-poduzetnistva-uspjesnog-koristenja-eu-fondova-i-ulaganja-u-demografiju-i-obrazovanje/> [5.3.2021.]

4. ISPITIVANJE STAVOVA LOKALNE ZAJEDNICE U ŠIBENIKU O UČINCIMA TURIZMA – EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

4.1. Metodologija istraživanja i uzorkovanje

U svrhu provođenja pilot istraživanja, kreiran je *online* anketni upitnik o učincima razvoja turizma na kvalitetu života u gradu Šibeniku. Ciljana populacija bili su stanovnici grada Šibenika te su ispitivani njihovi stavovi o ključnim ekonomskim, socio-kulturnim i okolišnim učincima koje je ubrzani razvoj turizma imao na grad Šibenik i lokalnu zajednicu.

Upitnik je distribuiran putem društvenih mreža tijekom lipnja 2022. godine i prikupljena su 122 odgovora. Anketni upitnik kreiran je uz pomoć alata Google Forms i sadržavao je ukupno 42 pitanja, koja su bila podijeljena u 5 dijelova. U prvom dijelu bila su pitanja vezana za socio-demografska obilježja ispitanika. U drugom, trećem i četvrtom dijelu bila su pitanja vezana za njihovu percepciju o ekonomskim, socio-kulturnim i okolišnim učincima turizma, a u petom se ispitivao stupanj zadovoljstva života u Šibeniku i podrška lokalne zajednice za daljnji razvoj turizma u Šibeniku. Sva pitanja bila su zatvorenog tipa, sastavljena na način jednostrukog odabira kod socio-demografskih pitanja i primjena Likertove skale za ispitivanje percepcije učinaka turizma.

Za obradu rezultata istraživanja korištena je metoda deskriptivne statistike te grafičko prikazivanje, a testiranje istraživačkih hipoteza izvršeno je uz pomoć SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) programa koristeći prikladne statističke testove.

4.2. Analiza rezultata

Od ukupno 122 ispitanika obuhvaćena ovim istraživanjem, njih 65, odnosno 53,3%, bilo je ženskog spola. Ispitanika muškog spola bilo je 57, odnosno 46,7%.

		Spol			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muško	57	46,7	46,7	46,7
	Žensko	65	53,3	53,3	100,0
	Total	122	100,0	100,0	

Slika 1: Struktura ispitanika prema spolu

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

Istraživanjem je obuhvaćeno najviše ispitanika u dobi od 18 do 25 godina, njih 37, odnosno 30,3% od ukupnog broja ispitanika. Slijede ispitanici u dobi od 26 do 35 godina, kojih je bilo 33, odnosno 27% od ukupnog broja ispitanika. Zatim slijedi dobna skupina od 46 do 55 godina s 23 ispitanika (18,9%), 16 ispitanika u dobi od 36 do 45 godina (13,1%), 6 ispitanika u dobi od 56 do 65 godina (4,9%) te 7 ispitanika starijih od 66 godina (5,7%).

		Dob			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-25	37	30,3	30,3	30,3
	26-35	33	27,0	27,0	57,4
	36-45	16	13,1	13,1	70,5
	46-55	23	18,9	18,9	89,3
	56-65	6	4,9	4,9	94,3
	66+	7	5,7	5,7	100,0
	Total	122	100,0	100,0	

Slika 2: Struktura ispitanika prema dobi

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

Analizom je utvrđeno kako je najveći dio ispitanika visokoobrazovan, odnosno stupanj završenog obrazovanja je preddiplomska ili diplomatska razina. Takvih ispitanika bilo je 62, odnosno 50,8% od ukupnog broja ispitanika. Slijede ispitanici sa završenom srednjom školom kojih je bilo 52, odnosno 42,6%. Udio ispitanika sa završenom osnovnom školom kao najvišim stupnjem

obrazovanja čini 4,9% ukupnog broja ispitanika. Poslijediplomski studij, kao najviši stupanj obrazovanja, navelo je 2 ispitanika (1,6%).

Stupanj_završenog_obrazovanja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Osnovna škola	6	4,9	4,9	4,9
	Poslijediplomski studij	2	1,6	1,6	6,6
	Preddiplomska / Diplomska razina	62	50,8	50,8	57,4
	Srednja škola	52	42,6	42,6	100,0
	Total	122	100,0	100,0	

Slika 3: Struktura ispitanika prema stupnju završenog obrazovanja

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

Što se tiče radnog statusa ispitanika, najveći udio čine zaposleni (69 ispitanika, tj. 56,6%), slijede studenti (29 ispitanika, tj. 23,8%), nezaposleni (14 ispitanika, tj. 11,5%) te umirovljenici (10 ispitanika, tj. 8,2%).

Radni_status

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nezaposlen/a	14	11,5	11,5	11,5
	Student/ica	29	23,8	23,8	35,2
	Umirovljen/a	10	8,2	8,2	43,4
	Zaposlen/a	69	56,6	56,6	100,0
	Total	122	100,0	100,0	

Slika 4: Radni status ispitanika

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

Od 122 ispitanika, njih 44 u cijelosti ostvaruje prihode po osnovi rada u turizmu, a to je 36,1% od ukupnog broja ispitanika. 33 ispitanika, tj. 27% od ukupnog broja, izjasnilo se kako djelomično zarađuju od turističke aktivnosti, a 45 ispitanika (36,9%) uopće ne ostvaruje prihode po osnovi rada u turizmu.

Ostvarujete li prihod radom u turizmu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da, djelomicno	33	27,0	27,0	27,0
	Da, u cijelosti	44	36,1	36,1	63,1
	Ne, ne ostvarujem prihode po osnovi rada u turizmu	45	36,9	36,9	100,0
Total		122	100,0	100,0	

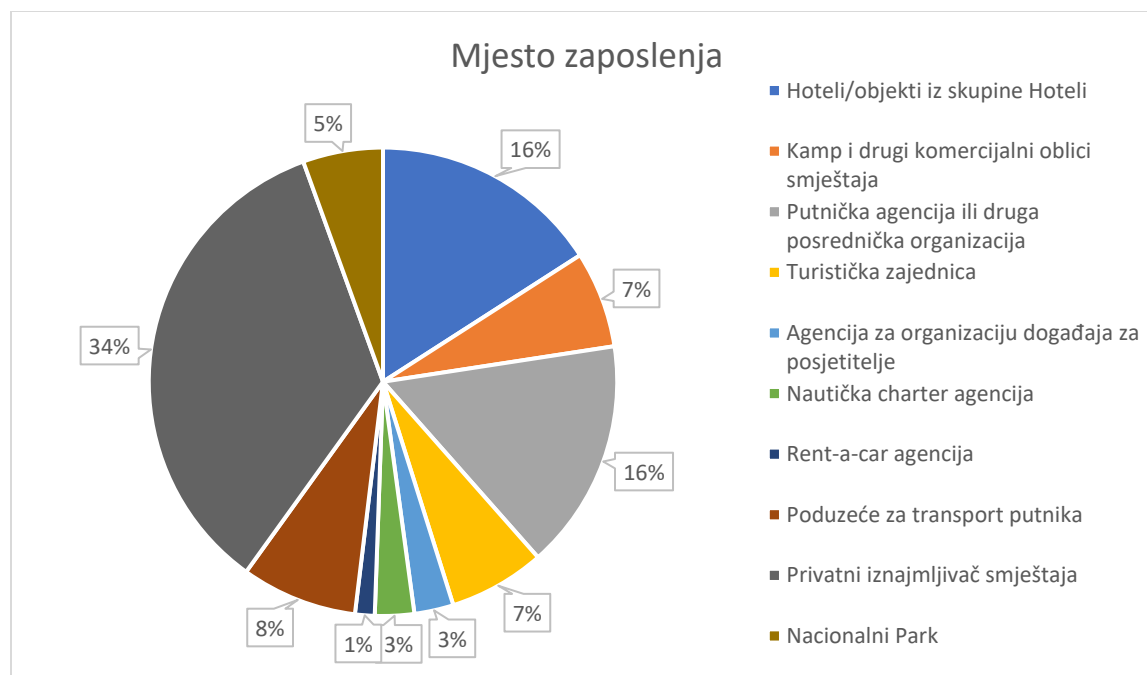
Slika 5: Distribucija ispitanika prema ostvarivanju prihoda radom u turizmu

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

Najveći broj ispitanika koji prihod ostvaruju na osnovu turizma su iznajmljivači privatnog smještaja (30,6%), a slijede zaposleni u kategorijama *Hoteli/objekti iz skupine Hoteli* (14,1%) i *Putnička agencija ili druga posrednička organizacija* (14,1%).

Na idućem grafikonu vizualno su prikazani odgovori o mjestu zaposlenja.

Grafikon 4: Distribucija ispitanika prema mjestu zaposlenja



Izvor: Prikaz autorice

Ispitanici koji ne ostvaruju prihod radom u turizmu, na pitanje o tome jesu li razmišljali o uključivanju u turistički sektor većinom su odgovorili potvrdno (25,4%). O uključivanju nije razmišljalo 18,9% ispitanika, a 6,6% se izjasnilo kako se ne želi baviti turističkim aktivnostima.

Uključivanje_u_turistički_sektor

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	60	49,2	49,2	49,2
Da	31	25,4	25,4	74,6
Ne	8	6,6	6,6	81,1
Nisam o tome razmišljao/la	23	18,9	18,9	100,0
Total	122	100,0	100,0	

Slika 6: Distribucija ispitanika prema namjeri uključivanja u turistički sektor

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

Na pitanje o duljini stanovanja u gradu Šibeniku, najveći broj ispitanika (63,9%) izjasnio se kako preko 10 godina živi na tom području. Po brojnosti slijede ispitanici koji u Šibeniku žive 8-10 godina (11,5%), zatim 1-3 godine (9,8%) te 4-7 godina (9%), a najmanje je ispitanika koji manje od godine dana žive na području grada Šibenika (5,7%).

Koliko_dugo_živite_u_Šibeniku

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 1 godine	7	5,7	5,7	5,7
> 10 godina	78	63,9	63,9	69,7
1-3 godine	12	9,8	9,8	79,5
4-7 godina	11	9,0	9,0	88,5
8-10 godina	14	11,5	11,5	100,0
Total	122	100,0	100,0	

Slika 7: Duljina boravka u Šibeniku

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

Obradom podataka ustanovljeno je kako većina ispitanika stanuje izvan gradske jezgre, točnije njih 79, što čini udio od 64,8%. Ispitanika koji žive u užoj jezgri grada Šibenika bilo je 43, odnosno 35,2% od ukupnog broja ispitanika.

U_kojem_dijelu_grada_Šibenika_stanujete

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Izvan gradske jezgre	79	64,8	64,8	64,8
	Uža gradska jezgra	43	35,2	35,2	100,0
	Total	122	100,0	100,0	

Slika 8: Distribucija ispitanika prema mjestu stanovanja

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

Na idućem prikazu vidljivi su stupnjevi slaganja ispitanika s pojedinim tvrdnjama o ekonomskim učincima turizma na destinaciju grada Šibenika. Može se uočiti kako najveći stupanj slaganja ispitanici imaju s tvrdnjom „Turizam je dobar za lokalno gospodarstvo“ s prosječnom ocjenom 4,64. Visok stupanj slaganja imaju i za tvrdnje „Razvoj turizma u Šibeniku utjecao je na porast zaposlenosti“ s prosječnom ocjenom 4,26 i „Razvoj turizma u Šibeniku stvara mogućnosti za kreiranje novih izvora prihoda“ s prosječnom ocjenom 4,58. Veoma visok stupanj slaganja primijećen je i kod tvrdnje „Razvoj turizma u Šibeniku utjecao je na porast cijena nekretnina“ s prosječnom ocjenom 4,61. Ispitanici se najmanje slažu s tvrdnjom „Radna snaga u turizmu je uglavnom niskoobrazovana“ s prosječnom ocjenom 3,00. Još jedna nisko ocijenjena tvrdnja je „Razvoj turizma u Šibeniku unaprijedio je javni prijevoz“ koja je ocijenjena s 3,07.

Statistics

	N		Mean	Median	Std. Deviation	Variance
	Valid	Missing				
Razvoj_turizma_utjecao_je_na_porast_zaposlenosti	122	0	4,26	4,00	,889	,790
Turizam_je_dobar_za_lokalno_gospodarstvo	122	0	4,64	5,00	,669	,447
Turizam_stvara_mogućnosti_za_kreiranje_novih_izvora_prihoda	122	0	4,58	5,00	,641	,411
Razvoj_turizma_povećao_je_kupovnu_moć_građana	122	0	3,93	4,00	,977	,954
Razvoj_turizma_osigurao_je_porast_investicija	122	0	4,32	5,00	,865	,748
Razvoj_turizma_utjecao_je_na_porast_cijena_i_troškova	122	0	4,20	4,00	,823	,677
Razvoj_turizma_utjecao_je_na_porast_cijena_nekretnina	122	0	4,61	5,00	,611	,373
Plaće_i_radni_uvjeti_u_turizmu_su_zadovoljavajući	122	0	3,48	4,00	,911	,830
Radna_snaga_u_turizmu_je_uglavnom_niskoobrazovana	122	0	3,00	3,00	1,068	1,140
Razvoj_turizma_je_unaprijedio_javnu_infrastrukturu	122	0	3,80	4,00	,899	,809
Razvoj_turizma_unaprijedio_je_javni_prijevoz	122	0	3,07	3,00	1,144	1,309
Turizam_je_istisnuo_druge_djelatnosti_u_Šibeniku	122	0	3,57	4,00	,862	,744

Slika 9: Prosječna ocjena, medijalna ocjena, prosječno odstupanje od prosječne ocjene i prosječno kvadratno odstupanje od prosječne ocjene stupnja slaganja ispitanika s tvrdnjama o ekonomskim učincima

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

Govoreći o socio-kulturnim učincima, najveću ocjenu slaganja ispitanici imaju s tvrdnjom „Razvoj turizma u Šibeniku potaknuo je brojne kulturne aktivnosti“ koja ima prosječnu ocjenu 4,54. Također, visok stupanj slaganja zabilježen je i kod tvrdnje „Razvoj turizma u Šibeniku potaknuo je revitalizaciju zapuštene kulturno-povijesne baštine“ s prosječnom ocjenom 4,45. Glede negativnih učinaka, najveću ocjenu dobile su tvrdnje „Razvojem turizma u Šibeniku jača rentijerstvo, tj. oslanjanje na prihode od najma privatnog smještaja“ s ocjenom 4,35 i „Razvoj turizma u Šibeniku je smanjio dostupnost stambenog prostora“ s ocjenom 4,20. Najniži stupanj slaganja primijećen je kod tvrdnje „Razvoj turizma u Šibeniku utjecao je na povećanje stope kriminala“ koja ima prosječnu ocjenu 2,94.

Statistics

	N		Mean	Median	Std. Deviation	Variance
	Valid	Missing				
Razvoj_turizma_je_povećao_kvalitetu_života_stanovnika	122	0	3,92	4,00	,839	,704
Razvoj_turizma_povećao_je_osjećaj_ponosa_stanovnika	122	0	3,83	4,00	1,042	1,086
Razvoj_turizma_potaknuo_je_revitalizaciju_kulturne_baštine	122	0	4,45	5,00	,772	,597
Razvoj_turizma_potaknuo_je_brojne_kulturne_aktivnosti	122	0	4,54	5,00	,729	,531
Turizam_je_podigao_svijest_građana_o_vrijednosti_baštine	122	0	3,95	4,00	1,003	1,006
Turizam_je_povećao_razumijevanje_i_zanimanje_za_druge_kulture	122	0	3,66	4,00	1,111	1,233
Razvoj_turizma_je_smanjio_dostupnost_stambenog_prostora	122	0	4,20	4,00	,909	,825
Razvoj_turizma_je_utjecao_na_proces_gentrifikacije	122	0	3,86	4,00	,956	,914
Razvojem_turizma_u_Šibeniku_jača_rentijerstvo	122	0	4,35	4,00	,703	,495
Razvoj_turizma_utjecao_je_na_povećanje_stope_kriminala	122	0	2,94	3,00	1,063	1,129

Slika 10: Prosječna ocjena, medijalna ocjena, prosječno odstupanje od prosječne ocjene i prosječno kvadratno odstupanje od prosječne ocjene stupnja slaganja ispitanika s tvrdnjama o socio-kulturnim učincima

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

Kada je riječ o okolišnim učincima turizma, najveći stupanj slaganja ispitanici imaju s tvrdnjom „Razvoj turizma u Šibeniku potaknuo je uređenje javnih površina“ koja ima prosječnu ocjenu 4,34, a odmah iza nje s ocjenom 4,32 nalazi se tvrdnja „Razvoj turizma u Šibeniku doveo je do povećanja prometnih gužvi“. Najmanji stupanj slaganja ispitanici imaju s tvrdnjom „Razvoj turizma u Šibeniku je zbog brojnosti posjetitelja ugrozio baštinu“ koja ima prosječnu ocjenu 3,15.

Statistics

	N		Mean	Median	Std. Deviation	Variance
	Valid	Missing				
Razvoj_turizma_doveo_je_do_povećanja_buke	122	0	4,02	4,00	,922	,851
Razvoj_turizma_doveo_je_do_povećanja_prometnih_gužvi	122	0	4,32	4,00	,671	,451
Razvoj_turizma_potaknuo_je_uređenje_javnih_površina	122	0	4,34	5,00	,849	,721
Razvoj_turizma_snažno_je_opteretio_komunalnu_infrastrukturu	122	0	3,57	3,50	,926	,858
Povećanje_broja_posjetitelja_negativno_je_utjecalo_na_čistoću	122	0	3,51	4,00	1,014	1,029
Razvoj_turizma_doveo_je_do_pretjerane_izgradnje	122	0	3,57	4,00	1,067	1,139
Zbog_brojnosti_posjetitelja_ugrožena_je_kulturna_baština	122	0	3,15	3,00	1,096	1,201

Slika 11: Prosječna ocjena, medijalna ocjena, prosječno odstupanje od prosječne ocjene i prosječno kvadratno odstupanje od prosječne ocjene stupnja slaganja ispitanika s tvrdnjama o okolišnim učincima

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

Na idućem prikazu vidljive su ocjene stupnja slaganja s tvrdnjom o trenutnoj kvaliteti života u gradu Šibeniku. Najčešća ocjena bila je 4, odnosno 60,7% ispitanika je zadovoljno životom u Šibeniku.

Ocijenite trenutnu kvalitetu života u gradu Šibeniku

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	3,3	3,3	3,3
	3	27	22,1	22,1	25,4
	4	74	60,7	60,7	86,1
	5	17	13,9	13,9	100,0
	Total	122	100,0	100,0	

Slika 12: Ocjena trenutne kvalitete života u gradu Šibeniku

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

U dijelu koji se odnosi na pružanje podrške razvoju turizma, ispitanici su zadovoljstvo načinom razvoja turizma ocijenili prosječnom ocjenom 3,87. To bi značilo kako su uglavnom zadovoljni upravljanjem razvojem turizma u gradu, međutim postoji još puno mjesta za napredak. Uključenost lokalne zajednice u procese donošenja odluka vezanih za projekte u turizmu ocijenili su prosječnom ocjenom 3,42. Volju za sudjelovanjem u procesu donošenja odluka vezanih za razvoj turizma ocijenili su s prosječnom ocjenom 3,84.

Statistics

	N		Mean	Median	Std. Deviation	Variance
	Valid	Missing				
Zadovoljan sam načinom na koji se turizam u razvija	122	0	3,87	4,00	,862	,743
Lokalna zajednica uključena je u procese donošenja odluka	122	0	3,42	3,00	,898	,807
Želim sudjelovati u procesu donošenja odluka	122	0	3,84	4,00	1,192	1,422

Slika 13: Prosječna ocjena, medijalna ocjena, prosječno odstupanje od prosječne ocjene, prosječno kvadratno odstupanje od prosječne ocjene stupnja slaganja ispitanika s tvrdnjama o podršci razvoju turizma

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

4.3. Testiranje istraživačkih hipoteza

Za potrebe provođenja istraživanja definirane su 3 istraživačke hipoteze:

- a) H1: Percepcija stanovnika Šibenika o učincima turizma varira s obzirom na njihova socio-demografska obilježja
- b) H2: Percepcija stanovnika Šibenika o učincima turizma varira s obzirom na dio grada u kojem obitavaju
- c) H3: Postoji veza između percipiranih učinaka turizma i podrške razvoju turizma

U nastavku će biti prikazana analiza podataka u programu SPSS i rezultati statističkih testova na temelju kojih su se prihvaćale i odbacivale postavljene hipoteze. Kako bi se došlo do statistički važnih rezultata, korišteni su Mann-Whitney U test za dva nezavisna uzorka, Kruskal-Wallis test za više od dva nezavisna uzorka i Spearmanov koeficijent korelacije ranga.

a) H1: Percepcija stanovnika Šibenika o učincima turizma varira s obzirom na njihova socio-demografska obilježja

Kako bi se lakše testirala ova hipoteza, definirane su tri pomoćne hipoteze. Prva pomoćna hipoteza (H1a) ispituje razliku u percepciji stanovnika Šibenika o *ekonomskim* učincima s obzirom na sociodemografska obilježja, druga pomoćna hipoteza (H1b) ispituje razliku u percepciji stanovnika Šibenika o *socio-kulturnim* učincima s obzirom na sociodemografska obilježja, a treća pomoćna hipoteza (H1c) ispituje razliku u percepciji stanovnika Šibenika o *okolišnim* učincima s obzirom na sociodemografska obilježja.

H1a: Postoje statistički značajne razlike u percepciji stanovnika Šibenika o ekonomskim učincima turizma s obzirom na socio-demografska obilježja (spol, dob, duljina boravka, obrazovanje, angažman u turizmu).

Na idućoj slici prikazani su rezultati Mann-Whitney U testa za zadani uzorak prema varijabli spola. Empirijska signifikantnost iznosi 8% ($\alpha^* > 0,5\%$) i na temelju toga se zaključuje kako ne postoji statistički značajna razlika između testiranih varijabli, odnosno postavljena hipoteza se odbija.

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig. ^{a,b}	Decision
1	The distribution of Percepcija_ekonomskih_učinaka is the same across categories of Spol.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,080	Retain the null hypothesis.

a. The significance level is ,050.

b. Asymptotic significance is displayed.

Slika 14: Rezultati Mann-Whitney U testa za uzorak ispitanika prema spolu

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

U nastavku su prikazani rezultati Kruskal-Wallis testa za zadani uzorak prema varijablama dobi, duljine boravka, obrazovanja i angažmana u turizmu. Zaključuje se kako se odbija hipoteza o postojanju statistički značajne razlike u percepciji stanovnika Šibenika o ekonomskim učincima turizma s obzirom na duljinu boravka u Šibeniku ($\alpha^* > 5\%$), dok se ostale hipoteze prihvataju ($\alpha^* < 5\%$), tj. postoji statistički značajna razlika.

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig. ^{a,b}	Decision
1	The distribution of Percepcija_ekonomskih_učinaka is the same across categories of Dob.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,018	Reject the null hypothesis.

a. The significance level is ,050.

b. Asymptotic significance is displayed.

Slika 15: Rezultati Mann-Whitney U testa za uzorak ispitanika prema dobi

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig. ^{a,b}	Decision
1	The distribution of Percepcija_ekonomskih_učinaka is the same across categories of Koliko_dugo_živite_u_Šibeniku.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,288	Retain the null hypothesis.

a. The significance level is ,050.

b. Asymptotic significance is displayed.

Slika 16: Rezultati Mann-Whitney U testa za uzorak ispitanika prema duljini boravka

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig. ^{a,b}	Decision
1	The distribution of Percepcija_ekonomskih_učinaka is the same across categories of Stupanj_završenog_obrazovanja.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,004	Reject the null hypothesis.

a. The significance level is ,050.

b. Asymptotic significance is displayed.

Slika 17: Rezultati Mann-Whitney U testa za uzorak ispitanika prema obrazovanju

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig. ^{a,b}	Decision
1	The distribution of Percepcija_ekonomskih_učinaka is the same across categories of Ostvarujete_li_prihod_radom_u_turizmu.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	<,001	Reject the null hypothesis.

a. The significance level is ,050.

b. Asymptotic significance is displayed.

Slika 18: Rezultati Mann-Whitney U testa za uzorak ispitanika prema angažmanu u turizmu

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

H1b: Postoje statistički značajne razlike u percepciji stanovnika Šibenika o socio-kulturnim učincima turizma s obzirom na socio-demografska obilježja (spol, dob, duljina boravka, obrazovanje, angažman u turizmu).

Na idućoj slici prikazani su rezultati Mann-Whitney U testa za zadani uzorak prema varijabli spola. Empirijska signifikantnost iznosi 38,5% ($\alpha^* > 0,5\%$) i na temelju toga se zaključuje kako ne postoji statistički značajna razlika između testiranih varijabli, odnosno odbija se postavljena hipoteza.

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig. ^{a,b}	Decision
1	The distribution of Percepcija_sociokulturnih_učinak a is the same across categories of Spol.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,385	Retain the null hypothesis.

a. The significance level is ,050.

b. Asymptotic significance is displayed.

Slika 19: Rezultati Mann-Whitney U testa za uzorak ispitanika prema spolu

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

U nastavku su prikazani rezultati Kruskal-Wallis testa za zadani uzorak prema varijablama dobi, duljine boravka, obrazovanja i angažmana u turizmu. Zaključuje se kako se odbacuju postavljene hipoteze o postojanju statistički značajne razlike u percepciji stanovnika Šibenika o socio-kulturnim učincima turizma s obzirom na dob i duljinu boravka u Šibeniku ($\alpha^* > 5\%$), dok se ostale hipoteze prihvataju ($\alpha^* < 5\%$).

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig. ^{a,b}	Decision
1	The distribution of Percepcija_sociokulturnih_učinak a is the same across categories of Dob.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,225	Retain the null hypothesis.

a. The significance level is ,050.

b. Asymptotic significance is displayed.

Slika 20: Rezultati Kruskal-Wallis testa za uzorak ispitanika prema dobi

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig. ^{a,b}	Decision
1	The distribution of Percepcija_sociokulturnih_učinak a is the same across categories of Koliko_dugo_živite_u_Šibeniku.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,106	Retain the null hypothesis.

a. The significance level is ,050.

b. Asymptotic significance is displayed.

Slika 21: Rezultati Kruskal-Wallis testa za uzorak ispitanika prema duljini boravka

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig. ^{a,b}	Decision
1	The distribution of Percepcija_sociokulturnih_učinak a is the same across categories of Stupanj_završenog_obrazovanja.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,009	Reject the null hypothesis.

a. The significance level is ,050.

b. Asymptotic significance is displayed.

Slika 22: Rezultati Kruskal-Wallis testa za uzorak ispitanika prema obrazovanju

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig. ^{a,b}	Decision
1	The distribution of Percepcija_sociokulturnih_učinak a is the same across categories of Ostvarujete_li_prihod_radom_u_turizmu.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	<,001	Reject the null hypothesis.

a. The significance level is ,050.

b. Asymptotic significance is displayed.

Slika 23: Rezultati Kruskal-Wallis testa za uzorak ispitanika prema angažmanu u turizmu

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

H1c: Postoje statistički značajne razlike u percepciji stanovnika Šibenika o okolišnim učincima turizma s obzirom na socio-demografska obilježja (spol, dob, duljina boravka, obrazovanje, angažman u turizmu).

Na idućoj slici prikazani su rezultati Mann-Whitney U testa za zadani uzorak prema varijabli spola. Empirijska signifikantnost iznosi 55,3% ($\alpha^* > 0,5\%$) i na temelju toga se zaključuje kako ne postoji statistički značajna razlika između testiranih varijabli, odnosno odbija se postavljena hipoteza.

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig. ^{a,b}	Decision
1	The distribution of Percepcija_okolišnih_učinaka is the same across categories of Spol.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,553	Retain the null hypothesis.

a. The significance level is ,050.
b. Asymptotic significance is displayed.

Slika 24: Rezultati Mann-Whitney U testa za uzorak ispitanika prema spolu

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

U nastavku su prikazani rezultati Kruskal-Wallis testa za zadani uzorak prema varijablama dobi, duljine boravka, obrazovanja i angažmana u turizmu. Zaključuje se kako se odbijaju sve postavljene hipoteze o postojanju statistički značajne razlike u percepciji stanovnika Šibenika o okolišnim učincima turizma s obzirom na dob, duljinu boravka, obrazovanju i angažmanu u turizmu ($\alpha^* > 5\%$).

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig. ^{a,b}	Decision
1	The distribution of Percepcija_okolišnih_učinaka is the same across categories of Dob.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,341	Retain the null hypothesis.

a. The significance level is ,050.
b. Asymptotic significance is displayed.

Slika 25: Rezultati Kruskal-Wallis testa za uzorak ispitanika prema dobi

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig. ^{a,b}	Decision
1	The distribution of Percepcija_okolišnih_učinaka is the same across categories of Koliko_dugo_živite_u_Šibeniku.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,898	Retain the null hypothesis.

a. The significance level is ,050.

b. Asymptotic significance is displayed.

Slika 26: Rezultati Kruskal-Wallis testa za uzorak ispitanika prema duljini boravka

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig. ^{a,b}	Decision
1	The distribution of Percepcija_okolišnih_učinaka is the same across categories of Stupanj_završenog_obrazovanja.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,187	Retain the null hypothesis.

a. The significance level is ,050.

b. Asymptotic significance is displayed.

Slika 27: Rezultati Kruskal-Wallis testa za uzorak ispitanika prema obrazovanju

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig. ^{a,b}	Decision
1	The distribution of Percepcija_okolišnih_učinaka is the same across categories of Ostvarujete_li_prihod_radom_u_turizmu.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,061	Retain the null hypothesis.

a. The significance level is ,050.

b. Asymptotic significance is displayed.

Slika 28: Rezultati Kruskal-Wallis testa za uzorak ispitanika prema angažmanu u turizmu

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

b) H2: Percepcija stanovnika Šibenika o učincima turizma varira s obzirom na dio grada u kojem obitavaju

Za potrebe testiranja ove hipoteze, postavljene su tri pomoćne hipoteze za lakšu analizu. Prva pomoćna hipoteza (H2a) ispituje razlike u percepciji stanovnika Šibenika o *ekonomskim* učincima s obzirom na dio grada u kojem obitavaju, druga pomoćna hipoteza (H2b) ispituje razlike u percepciji stanovnika Šibenika o *socio-kulturnim* učincima s obzirom na dio grada u kojem obitavaju, i treća pomoćna hipoteza (H2c) ispituje razlike u percepciji stanovnika Šibenika o *okolišnim* učincima s obzirom na dio grada u kojem obitavaju.

H2a: Postoje statistički značajne razlike u percepciji stanovnika Šibenika o ekonomskim učincima turizma s obzirom na dio grada u kojem obitavaju

Testiranjem prve pomoćne hipoteze može se zaključiti kako se hipoteza o postojanju statistički značajne razlike u percepciji stanovnika Šibenika o ekonomskim učincima s obzirom na dio grada u kojem obitavaju *prihvća*. Empirijska signifikantnost iznosi 4,1% ($\alpha^* < 5\%$) i na temelju toga se zaključuje kako postoji statistički značajna razlika.

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig. ^{a,b}	Decision
1	The distribution of Percepcija_ekonomskih_učinaka is the same across categories of U_kojem_dijelu_grada_Šibenika _stanujete.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,041	Reject the null hypothesis.

a. The significance level is ,050.

b. Asymptotic significance is displayed.

Slika 29: Rezultati Mann-Whitney U testa za percepciju ekonomskih učinaka s obzirom na dio grada u kojem obitavaju

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

H2b: Postoje statistički značajne razlike u percepciji stanovnika Šibenika o socio-kulturnim učincima turizma s obzirom na dio grada u kojem obitavaju.

Testiranjem druge pomoćne hipoteze može se zaključiti kako se hipoteza o postojanju statistički značajne razlike u percepciji stanovnika Šibenika o socio-kulturnim učincima s obzirom na dio grada u kojem obitavaju *odbija*. Empirijska signifikantnost iznosi 60,2% ($\alpha^* > 5\%$) i na temelju toga se zaključuje kako ne postoji statistički značajna razlika između testiranih varijabli.

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig. ^{a,b}	Decision
1	The distribution of Percepcija_sociokulturnih_učinak a is the same across categories of U_kojem_dijelu_grada_Šibenika _stanujete.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,602	Retain the null hypothesis.

a. The significance level is ,050.

b. Asymptotic significance is displayed.

Slika 30: Rezultati Mann-Whitney U testa za percepciju socio-kulturnih učinaka s obzirom na dio grada u kojem obitavaju

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

H2c: Postoje statistički značajne razlike u percepciji stanovnika Šibenika o okolišnim učincima turizma s obzirom na dio grada u kojem obitavaju.

Testiranjem treće pomoćne hipoteze može se zaključiti kako se hipoteza o postojanju statistički značajne razlike u percepciji stanovnika Šibenika o okolišnim učincima s obzirom na dio grada u kojem obitavaju *odbija*. Empirijska signifikantnost iznosi 15% ($\alpha^* > 5\%$) i na temelju toga se zaključuje kako ne postoji statistički značajna razlika.

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig. ^{a,b}	Decision
1	The distribution of Percepcija_okolišnih_učinaka is the same across categories of U_kojem_dijelu_grada_Šibenika _stanujete.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,150	Retain the null hypothesis.

a. The significance level is ,050.

b. Asymptotic significance is displayed.

Slika 31: Rezultati Mann-Whitney U testa za percepciju okolišnih učinaka s obzirom na dio grada u kojem obitavaju

c) H3: Postoji veza između percipiranih učinaka turizma i podrške razvoju turizma

Za lakše testiranje ove hipoteze postavljene su dvije pomoćne hipoteze. Prva pomoćna hipoteza (H3a) ispituje vezu između percipiranih *pozitivnih* učinaka turizma i podrške razvoju turizma, a druga pomoćna hipoteza (H3b) ispituje vezu između percipiranih *negativnih* učinaka turizma i podrške razvoju turizma. Za ispitivanje validnosti ove hipoteze koristio se Spearmanov koeficijent korelacije.

H3a: Postoji direktna pozitivna veza između percipiranih pozitivnih učinaka turizma i podrške razvoju turizma

Testiranjem prve pomoćne hipoteze došlo se do zaključka kako Spearmanov koeficijent korelacije iznosi $r^{\wedge}=0,235$, što upućuje na slabu pozitivnu korelaciju među varijablama. Dakle, za očekivati je kako će ispitanici koji su percipirali pozitivne učinke turizma biti voljni dati podršku za daljnji razvoj turizma. Empirijska signifikantnost iznosi 0,9% ($\alpha^* < 5\%$) i može se reći kako postoji statistički značajna pozitivna veza između percepcije pozitivnih učinaka i podrške razvoju turizma te se *prihvća* postavljena hipoteza.

Correlations

		Percepcija_pozitivnih_učinaka	Želim_sudjelovati_u_procesu_donošenja_odluka
Spearman's rho	Percepcija_pozitivnih_učinaka	Correlation Coefficient	1,000
		Sig. (2-tailed)	,235**
		N	122
	Želim_sudjelovati_u_procesu_donošenja_odluka	Correlation Coefficient	,235**
		Sig. (2-tailed)	1,000
		N	122

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Slika 32: Spearmanov koeficijent korelacije ranga između percepcije pozitivnih učinaka turizma i podrške razvoju turizma

H3b: Postoji direktna negativna veza između percipiranih negativnih učinaka turizma i podrške razvoju turizma

Testiranjem druge pomoćne hipoteze došlo se do zaključka kako Spearmanov koeficijent korelacije iznosi $r^{\wedge}=0,303$, što upućuje da je korelacija između percepcije negativnih učinaka turizma i podrške razvoju turizma jako slaba, ali postoji (pozitivna je). Drugim riječima, iako se uočavaju negativni učinci turizma, stanovnici su i dalje spremni podržat njegov razvoj.

Empirijska signifikantnost je $<0,1\%$ ($\alpha^* < 5\%$) i može se reći kako postoji statistički značajna pozitivna veza između percipiranih negativnih učinaka turizma i podrške razvoju turizmu.

Sukladno tome, postavljena hipoteza o postojanju direktne negativne veze između percipiranih negativnih učinaka turizma i podrške razvoju turizma se odbija.

Correlations

		Želim_sudjelovati_u_procesu_donošenja_odluka	Percepcija_negativnih_učinaka
Spearman's rho	Želim_sudjelovati_u_procesu_donošenja_odluka	Correlation Coefficient	1,000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	122
	Percepcija_negativnih_učinaka	Correlation Coefficient	,303**
		Sig. (2-tailed)	<,001
		N	122

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Slika 33: Spearmanov koeficijent korelacije ranga između percepcije negativnih učinaka turizma i podrške razvoju turizma

Izvor: Obrada podataka u programu SPSS

4.4. Verifikacija hipoteza

U srodnim istraživanjima¹⁴⁹ primijećeno je kako percepcija učinaka turizma varira s obzirom na spol i da su žene češće primjećivale negativne učinke turizma, što u ovom istraživanju nije slučaj jer ne postoji statistički značajna razlika u percepciji učinaka turizma između muškog i ženskog spola. Nadalje, Andereck i McGehee¹⁵⁰ te Long i Kayat¹⁵¹ prikazali su u svojim istraživanjima kako varijabla dobi ima utjecaj na percepciju učinaka turizma, što je u ovom istraživanju potvrđeno u slučaju ekonomskih učinaka gdje postoji statistički značajna razlika u percepciji ispitanika s obzirom na dob. U radu Lankforda i Howarda¹⁵² uočeno je kako ispitanici koji su zaposleni u turizmu i imaju direktne koristi od njega više percipiraju pozitivne učinke. Ta činjenica podudara se s rezultatima ovog istraživanja, u kojem se prihvaća hipoteza o postojanju statistički značajne razlike u percepciji ekonomskih i socio-kulturnih učinaka s obzirom na angažman u turizmu. Duljina boravka u zajednici se brojnim istraživačima pokazala važnom u percepciji učinaka turizma. Lee i Kim¹⁵³ te Lankford i Howard¹⁵⁴ su u svojim radovima ustanovili kako percepcija ispitanika varira s obzirom na duljinu boravka u istraživanoj destinaciji, a što je duže pojedinac boravio u destinaciji, više je primjećivao negativne učinke turizma. Ti rezultati ne podudaraju se s ovim istraživanjem jer percepcija ispitanika o učincima turizma nije varirala ovisno o varijabli duljine boravka u Šibeniku. Kada je riječ o obrazovanju ispitanika, u literaturi¹⁵⁵ je dokazano kako oni s nižim stupnjem obrazovanja najčešće percipiraju isključivo negativne ekonomske učinke, dok oni s višim stupnjem obrazovanja izražavaju zabrinutost prema društvenim i okolišnim troškovima. U ovom istraživanju, to je djelomično potvrđeno jer postoji statistički značajna razlika u percepciji ekonomskih i socio-kulturnih učinaka s obzirom na stupanj završenog obrazovanja, dok kod okolišnih stupanj obrazovanja nema nikakvu ulogu u percepciji učinaka.

¹⁴⁹ Ling, L. P., Shahrudin, J., Johari, A., Myint, K. T. (2011), op. cit., str. 264-277

¹⁵⁰ Andereck, K.L., McGehee, N.G. (2004), op. cit., str. 131-140

¹⁵¹ Long, P. H., Kayat, K. (2011): Residents' perceptions of tourism impact and their support for tourism development: the case study of Cuc Phuong National Park, Ninh Binh province, Vietnam, *European Journal of Tourism Research*, 4(2), str. 141

¹⁵² Citirano u: Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., Vogt, C. A. (2005): RESIDENTS' PERCEPTIONS OF COMMUNITY TOURISM IMPACTS, *Annals of Tourism Research*, 32(4), str. 1069

¹⁵³ Lee, T. J., Li, J. i Kim, H. (2007): Community Residents' Perceptions and Attitudes Towards Heritage Tourism in a Historic City, *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 4(2), str. 102

¹⁵⁴ Citirano u: Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., Vogt, C. A. (2005), op. cit., str. 1071

¹⁵⁵ Andriotis, K., Vaughan, D.R. (2003), op. cit., str. 172-185

Rezultati testiranja druge hipoteze djelomično se slažu sa sličnim istraživanjima u literaturi. Xiaoming i Lun¹⁵⁶ su u svom radu istaknuli kako stanovnici uže gradske jezgre intenzivnije percipiraju učinke turizma u odnosu na one izvan gradske jezgre. Također, Belisle i Hoy¹⁵⁷ su u svom istraživanju zaključili kako stanovnici uže gradske jezgre češće percipiraju pozitivne učinke turizma. U ovom istraživanju, ta hipoteza potvrđena je samo u slučaju percepcije ekonomskih učinaka. Kod socio-kulturnih i okolišnih učinaka ne postoji statistički značajna razlika u percepciji između stanovnika uže i šire gradske jezgre. To se možda može objasniti i činjenicom da je riječ o malom gradu i da su njegovi građani uglavnom orijentirani na užu jezgru u podmirenju svojih društvenih i ostalih potreba zbog čega se percepcije bitno ne razlikuju.

Dobiveni rezultati testiranja treće hipoteze djelomično se slažu s ostalim istraživanjima koja su provedena od strane ekonomskih stručnjaka. Ling i suradnici¹⁵⁸ u svojim istraživanjima dolaze do zaključka kako postoji statistički značajna pozitivna veza između percepcije pozitivnih učinaka turizma i podrške za razvoj turizma, što je potvrđeno i ovim istraživanjem. Međutim, postoji statistički značajna pozitivna korelacija i kod hipoteze o percepciji negativnih učinaka i podršci razvoju turizma. Dakle, stanovnici Šibenika su voljni podržati razvoj turizma u gradu i u slučaju povećanja njegovih negativnih učinaka. U istraživanjima Andriotisa i Vaughana¹⁵⁹ primijećen je takav slučaj, gdje je lokalna zajednica destinacije odlučila pružati jaku potporu daljnjem razvoju turizma iako je već nastupila faza zrelosti i prenapučenosti turistima. Istraživanje Longa i Kayata¹⁶⁰ dalo je iste rezultate, odnosno lokalna zajednica podržala je razvoj turizma i u slučaju percepcije pozitivnih i negativnih učinaka na okolinu.

¹⁵⁶ Xiaoming, L., Jun, L. (2018): Host Perceptions of Tourism Impact and Stage of Destination Development in a Developing Country, raspoloživo na:

https://www.researchgate.net/publication/326167150_Host_Perceptions_of_Tourism_Impact_and_Stage_of_Destination_Development_in_a_Developing_Country [30.06.2022.]

¹⁵⁷ Citirano u: Almeida, F., Balbuena A., Cortés, R. (2015): RESIDENTS' ATTITUDES TOWARDS THE IMPACTS OF TOURISM, *Tourism Management Perspectives*, 13(1), str. 6

¹⁵⁸ Ling, L. P., Shaharudin, J., Johari, A., Myint, K. T. (2011), op. cit., str. 272

¹⁵⁹ Andriotis, K., Vaughan, D.R. (2003), op. cit., str. 184

¹⁶⁰ Long, P. H., Kayat, K. (2011), op. cit., str. 141

4.5. Nedostaci istraživanja

Najveći nedostatak provedenog istraživanja je niska stopa odaziva i problem s reprezentativnošću uzorka. Anketni upitnik sastavljen je u online formi te distribuiran preko poznanika putem društvenih mreža. Uzorak od 122 ispitanika nikako nije reprezentativan jer predstavlja tek 0,28% populacije Šibenika, zbog čega se ovo istraživanje može nazvati pilot istraživanjem.

Nedostatak ovog istraživanja bio je i slabiji odaziv populacije starije životne dobi. Uzme li se u obzir činjenica kako je anketni upitnik bio dostupan isključivo u *online* obliku, razumljivo je zašto je takva struktura ispitanika obuhvaćena istraživanjem. Općenito govoreći, starija populacija nije informatički pismena i nema pristup tehnološkim pomagalima za ispunjavanje ankete. Zbog toga, udio starije populacije obuhvaćen istraživanjem nije proporcionalan realnom stanju.

Nadalje, javlja se i nedostatak kontrole ispitivača zbog fizičke odvojenosti s ispitanikom jer ispitivač ne može kontrolirati usredotočenost ispitanika i vjerodostojnost odgovora. Također, u slučaju bilo kakvih nejasnoća, ispitanik ne može zatražiti dodatno objašnjenje.

5. PREPORUKE ZA BUDUĆI RAZVOJ TURIZMA U ŠIBENIKU

Primarni cilj istraživanja bio je ispitati stavove stanovnika Šibenika o percepciji učinaka turizma na stupanj kvalitete života i zadovoljstva razvojem turizma u gradu. Ispunjavanjem anketnog upitnika, lokalna zajednica izrazila je svoje mišljenje i dala uvid u trenutno stanje o ključnim temama koje turističkim dionicima i lokalnim vlastima mogu pomoći prilikom donošenja strategije o budućem djelovanju.

Najvažnija predispozicija za dugoročno održiv razvoj turizma na nekom području je integracija lokalne zajednice u procese donošenja odluka vezanih za razvoj turizma, a ovo istraživanje je pokazalo kako 68% ispitanika ima želju za sudjelovanjem u takvim procesima. Ovaj podatak trebao bi dionicima u turizmu ukazati na proaktivnost lokalne zajednice po pitanju turističkog djelovanja i osigurati njenim predstavnicima „mjesto za stolom“. Inertnost lokalne zajednice pogubna je za uspjeh destinacije te se ovakva situacija u kojoj su građani zainteresirani za promjene u budućnosti mora iskoristiti na najbolji mogući način.

Tvrdnja s kojom se većina ispitanika složila jest tvrdnja o pojavi gentrifikacije. U Šibeniku je prisutan problem iseljavanja građana iz uže gradske jezgre zbog jakih utjecaja turističkih tijekova, na koji se veže i problem manjka stambenog prostora. Lokalnim vlastima ovo može biti smjernica za kreiranje strategije razvoja turizma, gdje će se voditi računa o potrebama lokalne zajednice. Trenutna vizija turizma je maksimalno prilagođavanje destinacije turistima, ugrožavajući tako identitet mjesta. U većini hrvatskih destinacija stare gradske jezgre postaju puste te gube svoju autentičnost i duh tradicije zbog čega postaju „muzeji“. Ovo je problem koji nije lako i brzo rješiv, međutim određeni koraci svakako se mogu poduzeti, a stavovi ispitanika ukazuju kako je sada najbolje vrijeme djelovanja. Poboľšanjem komunalne infrastrukture te smještanjem trgovačkih i drugih esencijalnih sadržaja u centar grada, samo su neki od koraka koji se mogu poduzeti.

Ispitanici su zabrinuti da je zbog brojnosti posjetitelja ugroženo stanje prirodnih i kulturnih spomenika te je preporuka u strategije budućeg razvoja uvrstiti studije koje će pomoći u njihovoj zaštiti i odrediti smjernice optimalnog korištenja tih resursa. Također, važno je donijeti upute o recikliranju i odvajanju otpada kako bi se na adekvatan način očuvao okoliš na kojem turizam i počiva. Još jedan problem koji je uočen je pretjerana izgradnja koja narušava vizuru grada. Lokalne vlasti u budućnosti bi trebale poduzeti adekvatne mjere za ograničavanje ovakvih aktivnosti.

Čak 60% ispitanika navelo je kako je razvoj turizma negativno utjecao na čistoću grada, a 50% smatra kako je komunalna infrastruktura preopterećena. Sukladno tome, u budućnosti je potrebno donijeti odluke vezane za održavanje javnog prostora čistim i osigurati održivu potrošnju najvažnijih resursa.

Na pitanje o zadovoljstvu plaćama i radnim uvjetima, većina ispitanika nije se znala opredijeliti za odgovor te je odabrala „zlatnu sredinu“. S obzirom da se Šibenik, kao i ostatak Hrvatske, bori sa sezonalnošću destinacije, radna mjesta u turizmu su uglavnom namijenjena niskoobrazovanom kadru. Takvi sezonski poslovi su fizički veoma zahtjevni, a neadekvatno plaćeni, što stanovnicima znatno narušava kvalitetu života. S ovim problemom se teško nositi jer ovisi o mnoštvu čimbenika, međutim poticaji za zapošljavanje i razni poticaji za zaposlenike zasigurno bi pozitivno djelovali na ovu situaciju, kao i unaprjeđenje turističke ponude i jača marketinška aktivnost koja bi djelovala u cilju produljenja sezone.

Ovim istraživanjem gotovo svi ispitanici su pokazali kako je zamijećen porast cijena i troškova života. Cijene proizvoda i usluga su se uslijed razvoja turizma povećale te tako direktno djelovale na smanjenje kvalitete života stanovnika Šibenika. Preporuka za daljnje djelovanje bila bi primjena nižih cijena i tarifa za lokalnu zajednicu, no upitno je bi li se takva mjera kosila s propisima Europske Unije koji se zalažu za jednaka prava svih građana EU-a.

Lokalna zajednica prepoznala je projekte koji su potaknuli revitalizaciju kulturne baštine i brojne kulturne aktivnosti u gradu, s čime svakako treba nastaviti i u budućnosti. Važno je spomenuti kako je 69% ispitanika zadovoljno načinom na koji se turizam u Šibeniku razvija. Ova činjenica pohvala je svim dionicima uključenim u razvoj turizma za posao koji rade te vjetar u leđa koji ih gura dalje u pravom smjeru jer prostora za napredak uvijek ima.

Kako bi se postavio temelj održivog razvoja turizma, važno je uključiti lokalnu zajednicu u procese odlučivanja o upravljanju i planiranju turizma na njenom prostoru. Ispitanici provedenog istraživanja ocijenili su uključenost lokalne zajednice s 3,42. Ovaj podatak upućuje na nedostatak njene kontrole što dugoročno ne ide u prilog Šibeniku kao ugodnog mjesta za život te je preporuka za budućnost organiziranje raznih radionica kojima će se potaknuti iskazivanje mišljenja lokalne zajednice o važnim temama i povećati njihov angažman.

6. ZAKLJUČAK

Šibenik unatrag nekoliko godina kontinuirano gradi i nadopunjuje svoju turističku ponudu i podiže standarde kvalitete, a to nije ostalo nezapaženo jer se svake godine bilježi sve veći broj posjetitelja koji su očarani ovom destinacijom. Povećanje broja posjetitelja imalo je utjecaja na rezidente, koji su počeli primjećivati različite ekonomske, socio-kulturne i okolišne učinke. Lokalna zajednica destinacije predstavlja specifičan i jedinstven turistički proizvod koji destinaciji daje identitet pa je stoga važno promatrati učinke koje turizam na nju ima. U sklopu ovog rada prikazani su rezultati istraživanja koje je ispitalo stavove Šibenčana o utjecaju razvoja turizma na kvalitetu života.

Rezultati istraživanja prikazuju kako su stanovnici grada Šibenika zadovoljni intenzitetom i načinom razvoja turizma i većinom žele biti uključeni u daljnje procese odlučivanja. Što se tiče učinaka turizma, stanovnici ih različito percipiraju ovisno o tome ostvaruju li prihod u turizmu ili ne. Ispitanici koji ostvaruju cjelokupan ili djelomičan prihod od turističke aktivnosti su zadovoljniji kvalitetom života u Šibeniku i načinom razvoja turizma, dok oni koji ne ostvaruju prihod na temelju obavljanja djelatnosti u turizmu više primjećuju negativne učinke koje je razvoj turizma generirao. Istraživanjem je dokazano kako ispitanici, neovisno o percepciji učinaka, pružaju podršku za daljnji razvoj turizma, a stanovnici uže gradske jezgre intenzivnije percipiraju ekonomske učinke turizma u odnosu na one izvan gradske jezgre. Poseban naglasak stavlja se na stambeno pitanje i proces gentrifikacije, što je u Hrvatskoj danas čest problem i tema o kojoj se sve više priča. Ipak, istraživanjem je utvrđeno kako je 74% ispitanika zadovoljno ili veoma zadovoljno trenutnom razinom kvalitete života u Šibeniku, što je pozitivan trend koji treba slijediti i dalje.

Ovakva istraživanja efikasan su alat turističkim dionicima u ostvarivanju uspješne i održive turističke destinacije, koja u obzir uzima potrebe turista i lokalne zajednice, kreirajući tako pozitivnu okolinu koja podiže stupanj zadovoljstva obiju strana. Ovakva i slična istraživanja trebaju se provoditi kontinuirano, optimalno na kraju svake turističke sezone, kako bi se mogla pratiti uspješnost implementirane strategije za razvoj turizma.

LITERATURA

Knjige i članci

1. Akama, J.S., Kieti, D.M. (2007): Tourism and Socio-economic Development in Developing Countries: A Case Study of Mombasa Resort in Kenya, *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6), str. 735-748
2. Almeida, F., Balbuena A., Cortés, R. (2015): RESIDENTS' ATTITUDES TOWARDS THE IMPACTS OF TOURISM, *Tourism Management Perspectives*, 13(1), str. 1-15
3. Amoiradis, C., Stankova, M., Velissariou, E. (2021): Tourism as a Socio-Cultural Phenomenon: A Critical Analysis, *Journal of Social and Political Sciences*, 4(2), str. 10-21
4. Andereck, K. L., Nyaupane, G. P., (2011): Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents, *Journal of Travel Research*, 50 (3), str. 248-260
5. Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., Vogt, C. A. (2005): RESIDENTS' PERCEPTIONS OF COMMUNITY TOURISM IMPACTS, *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056–1076
6. Andereck, K.L., McGehee, N.G. (2004): Factors Predicting Rural Residents' Support of Tourism, *Journal of Travel Research*, 43 (2), str. 131-140
7. Andereck, K.L., Valentine, K.M., Vogt, C.A., Knopf, R.C. (2007): A Cross-cultural Analysis of Tourism and Quality of Life Perceptions, *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (5) str. 483-502
8. Andriotis, K., Vaughan, D.R. (2003): Urban Residents' Attitudes Towards Tourism Development: The Case of Crete, *Journal of Travel Research*, 42(2), str. 172-185
9. Anuar, A., Ridzuan, F., Jaini, N., Sulaiman, F., Hashim, N. (2019): The Impact of Overtourism Towards Local Community in Heritage City, *Journal of Tourism & Hospitality*, 8 (3), str. 1-5
10. Ayazlar, R. A., Ayazlar, G. (2016): Residents' tourism support behaviour: the role of sustainable tourism attitude, *Enlightening Tourism, A Pathmaking Journal*, 6 (2), str. 124-149
11. Boz, M. (2017): Impact of Tourism Industry on Host Communities: Antalya and Canakkale Cases, *Researcher: Social Science Studies*, 5 (8), str. 153-170

12. Chan, J.K.L., Marzuki, K.M., Mohtar, T.M: Local Community Participation and Responsible Tourism Practices in Ecotourism Destination: A Case of Lower Kinabatangan, Sabah, Sustainability, 13(23), str. 1-18
13. Cropanzano, R., Mitchell, M. (2013): Social Exchange Theory, SAGE, New York
14. Desi, I., Ilona Zaitul, Z., Novianti, N. (2022): Investigating the Village-based Tourism Economic Impact, Journal of Business and Economics, 7(1), str. 14-18
15. Esmail Zaei, M., Esmail Zaei, M. (2013): The impacts of tourism industry on host community, European Journal of Tourism Hospitality and Research, 1 (2), str. 12-21
16. Gusti, B. R., Anak, A. B. W. (2021): The New Model of Relationship Leisure and Tourism Development on Quality of Life, International Journal of Social Science and Education Research Studies, 1 (3), str. 50-56
17. Homans, G. C. (1961): Social Behavior: Its Elementary Forms, Harcourt Brace Jovanovich, New York
18. Jaafar, M., Ismail, S., Rasoolimanesh, S. M. (2015): Perceived social effects of tourism development: a case study of Kinabalu National Park, Theoretical and Empirical Researches in Urban Management, 10(2), str. 5-20
19. Jimura, T. (2019): World Heritage Sites Tourism, Local Communities and Conservation Activities, CABI, Wallingford
20. Jing, Z., Shu-Min, L. (2018): The Impact Of Tourism Development On The Environment In China, Acta Scientifica Malaysia, 2(1), str. 1-4
21. Jovičić, D. (2011): Socio-cultural impacts of contemporary tourism, Collegium Antropologicum, 35(2), str. 599–605
22. Kaliterna, L.J., Burušić, J., Tadić, M. (2012): Indikatori kvalitete življenja, Psihologija u zaštiti mentalnog zdravlja, Zavod za javno zdravstvo „Sveti Rok“ Virovitičko-podravske županije, Virovitica
23. Kilipiris, F. (2005): SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT AND LOCAL COMMUNITY INVOLVEMENT, Tourism and Hospitality Management, 11(2), str. 27-39
24. Kim, K., Uysal, M., Sirgy, M. J. (2013): How does tourism in a community impact the quality of life of community residents?, Tourism Management, 36, str. 527-540

25. Lee, T. J., Li, J. i Kim, H. (2007): Community Residents' Perceptions and Attitudes Towards Heritage Tourism in a Historic City, *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 4(2), str. 91-109
26. Ling, L. P., Shaharudin, J., Johari, A., Myint, K. T. (2011): An Evaluation on the Attitudes of Residents in Georgetown towards the Impacts of Tourism Development, *International Journal of Business and Social Science*, 2(1), str. 264-277
27. Long, P. H., Kayat, K. (2011): Residents' perceptions of tourism impact and their support for tourism development: the case study of Cuc Phuong National Park, Ninh Binh province, Vietnam, *European Journal of Tourism Research*, 4(2), str. 123-146
28. Lopes, M. C., Alen, E., Liberato, D., Liberato, P. (2020): Tourism and Quality of Life, Vision 2020: Sustainable Economic Development and Application of Innovation Management, str. 8354
29. Mason, P. (2003): *Tourism Impacts, Planning and Management*, Elsevier, Oxford
30. Maštrović, A. (1972): Šibenik, Grafički zavod Hrvatske, Zagreb
31. Mikulić, J., Vizek, M., Stojčić, N., Payne, J. E., Čeh Časni, A., Barbić, T. (2021): The Effect Of Tourism Activity On Housing Affordability, *Annals of Tourism Research*, 90, str. 1-12
32. Modica, P., Uysal, M. (2016): *Sustainable Island Tourism: Competitiveness and Quality of Life*, CABI, Wallingford
33. Nkemngu, A. A. (2015): Quality of life and tourism impacts: a community perspective, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(1), str. 1-13
34. Petrić, L. (2011): *Upravljanje turističkom destinacijom*, Ekonomski fakultet, Split
35. Petrić, L. (2013): *Uvod u turizam*, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split
36. Petrić, L., Mikulić, D. (2009): Uloga kulturnog turizma u procesu urbane regeneracije, *Acta turistica nova*, 3(1), str. 5-26
37. Rashid, I. (2020): Resident attitudes towards support for future tourism: Utilising the Social Exchange Theory (SET), *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 12(3), str. 106-119
38. Remoaldo, P. C., Cruz Vareiro, L. M., Cadima Ribeiro, J. A. (2012): Residents' perceptions of tourism impacts in Guimarães (Portugal): a cluster analysis, *Current Issues in Tourism*, 16(6), str. 535-551

39. Risser, R., Steg, L., Sonja, F., Schmeidler, K. R., (2006): Assessment of the quality of life in cities. Environmental conditions and mobility, Urbani Izziv, 17(1), str. 187-193
40. Sharareh, A.D., Badaruddin, M. (2013): Local Perception of Tourism Development: A Conceptual Framework for the Sustainable Cultural Tourism, Journal of Management and Sustainability; 3(2), str. 31-39
41. Sharma, R. (2008): Tourism and the Value System: An Impact Assessment from Socio-Cultural Perspective, Himalayan Journal of Sociology & Anthropology, 3, str. 106-125
42. Slavov S.: Impacts of Tourism on the Local Community, Scientific Review of Physical Culture, 5(3), str. 57-62
43. Uysal, M., Sirgy, J., Woo, E., Kim, H. (2015): Quality of life (QOL) and well-being research in tourism, Progress in Tourism Management, 18(1), str. 1-18
44. Vojnović, N.(2018): intenzitet turizma u vodećim hrvatskim turističkim gradovima i općinama, Geoadria, 23(1), str. 29-50
45. Zahedi, S. (2008): Tourism impact on coastal environment, WIT Transactions on The Built Environment, 99, str. 45-57

Internetski i novinski izvori i statistike

1. Bogahawatte, C.: Socio-Cultural Impacts Of Tourism, raspoloživo na: https://www.academia.edu/28673334/SOCIO_CULTURAL_IMPACTS_OF_TOURISM_SO_CIO_CULTURAL_IMPACTS_OF_TOURISM [3.6.2022.]
2. Choi SH.: The impacts of tourism and local residents' support on tourism development: a case study of the rural community of Jeongseon, Gangwon Province, South Korea, raspoloživo na: (<https://core.ac.uk/download/pdf/233620364.pdf> [12.2.2021.]
3. Das, A. (2011): Economic Impacts of Tourism, raspoloživo na: https://www.researchgate.net/publication/256011092_Economic_Impacts_of_Tourism [29.5.2022.]
4. Discover Dalmatia: Šibenik, raspoloživo na: <https://www.discover-dalmatia.hr/hr/regija-dalmacija/sibenik> [7.4.2022.]
5. DW: Treba li hrvatski turizam obraniti od – turista?, raspoloživo na: <https://www.dw.com/hr/treba-li-hrvatski-turizam-obraniti-od-turista/a-39767170> [15.2.2021.]
6. DZS, raspoloživo na: <https://www.dzs.hr/> [15.2.2021.]

7. Gradonačelnik.hr, raspoloživo na: <https://gradonacelnik.hr/aktualno/sibenik-se-u-sedam-godina-etablirao-kao-turisticki-hit-grad-novih-tehnologija-i-poduzetnistva-uspjesnog-koristenja-eu-fondova-i-ulaganja-u-demografiju-i-obrazovanje/> [3.4.2022.]
8. Green Tumble, Environmental impacts of tourism, raspoloživo na: <https://greentumble.com/environmental-impacts-of-tourism/>
9. HTZ: Dalmacija – Šibenik, raspoloživo na: <https://croatia.hr/hr-HR/dozivljaji/poslovni-turizam/Dalmacija-Sibenik> [14.4.2022.]
10. Janković, J., Pandža-Ferenčak, M. (1993): Dinamika zadovoljavanja obiteljskih potreba u uvjetima masovne migracije stanovništva i svjetlu triju temeljnih teorija, raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/file/46660> [22.4.2022.]
11. Je li turizam ugušio jezgre ili bi one umrle i bez turista, Šibenski, raspoloživo na: <https://sibenski.slobodnadalmacija.hr/sibenik/vijesti/hrvatska-i-svijet/je-li-turizam-ugusio-jezgre-ili-bi-one-umrle-bez-turista-571582> [5.3.2021.]
12. Kako je ružno pače Dalmacije postalo turistički hit, Večernji list, raspoloživo na: <https://www.vecernji.hr/vijesti/sibenik-kako-je-ruzno-pace-dalmacije-postalo-turisticki-hit-1020920> [5.3.2021.]
13. Kim, K. (2002): The Effects Of Tourism Impacts Upon Quality Of Life Of Residents In The Community, raspoloživo na: https://vtechworks.lib.vt.edu/bitstream/handle/10919/29954/Title_and_Text.pdf?sequence=1 [10.6.2022.]
14. Liberato, P., Silva, A. (2020): The Tourism Impact on The Residents' Life Quality - Case Study, raspoloživo na: https://www.researchgate.net/publication/347937373_The_Tourism_Impact_on_The_Residents%27_Life_Quality_-_Case_Study [12.6.2022.]
15. MANILA DECLARATION ON WORLD TOURISM, raspoloživo na: <https://www.univeur.org/cuebc/downloads/PDF%20carte/65.%20Manila.PDF> [15.2.2021.]
16. Metoda ankete, upitnika i intervjuja u istraživačkom procesu u saobraćaju, raspoloživo na: <https://www.scribd.com/doc/23397592/Metoda-ankete-upitnika-i-intervjuja-u-istra%C5%BEiva%C4%8Dkom-procesu-u-saobra%C4%87aju> [17.2.2021.]
17. Metode znanstvenih istraživanja, internet nastavni materijali, kolegij “Metodologija”, Sveučilište u Zadru, raspoloživo na:

- http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/metodologija/metode_znanstvenih_istrazivanja.pdf [17.2.2021.]
18. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2020.): Turizam u brojkama 2019., raspoloživo na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf [12.2.2021.]
 19. Mjesec hrvatskog turizma, Interpretacijski centar katedrale sv. Jakova, raspoloživo na: <https://mjesechrvatskogturizma.hr/ponuda/1207> [3.4.2022.]
 20. OECD: Tourism Trends and Policies, raspoloživo na: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/2020-Tourism-Brochure.pdf> [12.2.2021.]
 21. Petrić, L., Pivčević, S. (2016): Community based tourism development - insights from Split, Croatia, Conference: Tourism & Hospitality Industry, raspoloživo na: https://www.researchgate.net/publication/330161967_Community_based_tourism_development_-_insights_from_Split_Croatia [6.3.2021.]
 22. Šibenik se u sedam godina etablirao kao turistički hit, grad novih tehnologija i poduzetništva, uspješnog korištenja EU fondova i ulaganja u demografiju i obrazovanje, Gradonačelnik.hr, raspoloživo na: <https://gradonacelnik.hr/aktualno/sibenik-se-u-sedam-godina-etablirao-kao-turisticki-hit-grad-novih-tehnologija-i-poduzetnistva-uspjesnog-koristenja-eu-fondova-i-ulaganja-u-demografiju-i-obrazovanje/> [5.3.2021.]
 23. Šibensko-kninska županija, Opći podaci, raspoloživo na: <https://www.sibensko-kninska-zupanija.hr/stranica/opi-podaci/70> [15.2.2022.]
 24. Turistička zajednica grada Šibenika, raspoloživo na: <https://www.sibenik-tourism.hr/stranice/gradski-vodic/1.html> [14.4.2022.]
 25. Tvrđava kulture Šibenik, raspoloživo na: <https://www.tvrdjava-kulture.hr/hr/naslovnica/> [4.3.2021.]
 26. Tvrđava kulture, raspoloživo na: <https://www.tvrdjava-kulture.hr/hr/tvrđava-svetog-ivana/projekt-revitalizacije/> [3.4.2022.]
 27. UNWTO, raspoloživo na: <https://www.unwto.org/> [12.2.2021.]
 28. WTTC (2020): Annual research: Key highlights, raspoloživo na: <https://wtcc.org/> [15.2.2021.]

29. WTTC (2021): Travel & Tourism as a Catalyst For Social Impact, raspoloživo na: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Travel%20and%20Tourism%20as%20a%20Catalyst%20for%20Social%20Impact.pdf?ver=2021-02-25-183248-583> [12.2.2021.]
30. WWF Adria, Turizam, raspoloživo na: https://www.wwfadria.org/hr/sto_radimo/turizam/
31. Voinea, A. (2015): Positive Vs Negative Economic Impacts Of Tourism Development: A Review Of Economic Impact Studies, raspoloživo na: https://t.ly/HF_o [1.6.2022.]

POPIS TABLICA

Tablica 1: Popis stanovništva 2001.-2021.	27
Tablica 2: Broj ležajeva 2017.-2021.	31
Tablica 3: Statistika dolazaka i noćenja 2017.-2021.	32
Tablica 4: Dolasci turista prema državama 2017.-2021.	34

POPIS SLIKA

Slika 1: Struktura ispitanika prema spolu	41
Slika 2: Struktura ispitanika prema dobi	41
Slika 3: Struktura ispitanika prema stupnju završenog obrazovanja	42
Slika 4: Radni status ispitanika	42
Slika 5: Distribucija ispitanika prema ostvarivanju prihoda radom u turizmu	43
Slika 6: Distribucija ispitanika prema namjeri uključivanja u turistički sektor	44
Slika 7: Duljina boravka u Šibeniku	44
Slika 8: Distribucija ispitanika prema mjestu stanovanja	45
Slika 9: Prosječna ocjena, medijalna ocjena, prosječno odstupanje od prosječne ocjene i prosječno kvadratno odstupanje od prosječne ocjene stupnja slaganja ispitanika s tvrdnjama o ekonomskim učincima	46
Slika 10: Prosječna ocjena, medijalna ocjena, prosječno odstupanje od prosječne ocjene i prosječno kvadratno odstupanje od prosječne ocjene stupnja slaganja ispitanika s tvrdnjama o socio-kulturnim učincima	47
Slika 11: Prosječna ocjena, medijalna ocjena, prosječno odstupanje od prosječne ocjene i prosječno kvadratno odstupanje od prosječne ocjene stupnja slaganja ispitanika s tvrdnjama o okolišnim učincima	47
Slika 12: Ocjena trenutne kvalitete života u gradu Šibeniku	48
Slika 13: Prosječna ocjena, medijalna ocjena, prosječno odstupanje od prosječne ocjene, prosječno kvadratno odstupanje od prosječne ocjene stupnja slaganja ispitanika s tvrdnjama o podršci razvoju turizma	48
Slika 14: Rezultati Mann-Whitney U testa za uzorak ispitanika prema spolu	50
Slika 15: Rezultati Mann-Whitney U testa za uzorak ispitanika prema dobi	50
Slika 16: Rezultati Mann-Whitney U testa za uzorak ispitanika prema duljini boravka	51
Slika 17: Rezultati Mann-Whitney U testa za uzorak ispitanika prema obrazovanju	51

Slika 18: Rezultati Mann-Whitney U testa za uzorak ispitanika prema angažmanu u turizmu.....	51
Slika 19: Rezultati Mann-Whitney U testa za uzorak ispitanika prema spolu	52
Slika 20: Rezultati Kruskal-Wallis testa za uzorak ispitanika prema dobi.....	52
Slika 21: Rezultati Kruskal-Wallis testa za uzorak ispitanika prema duljini boravka	53
Slika 22: Rezultati Kruskal-Wallis testa za uzorak ispitanika prema obrazovanju	53
Slika 23: Rezultati Kruskal-Wallis testa za uzorak ispitanika prema angažmanu u turizmu	53
Slika 24: Rezultati Mann-Whitney U testa za uzorak ispitanika prema spolu	54
Slika 25: Rezultati Kruskal-Wallis testa za uzorak ispitanika prema dobi.....	54
Slika 26: Rezultati Kruskal-Wallis testa za uzorak ispitanika prema duljini boravka	55
Slika 27: Rezultati Kruskal-Wallis testa za uzorak ispitanika prema obrazovanju	55
Slika 28: Rezultati Kruskal-Wallis testa za uzorak ispitanika prema angažmanu u turizmu.....	55
Slika 29: Rezultati Mann-Whitney U testa za percepciju ekonomskih učinaka s obzirom na dio grada u kojem obitavaju	56
Slika 30: Rezultati Mann-Whitney U testa za percepciju socio-kulturnih učinaka s obzirom na dio grada u kojem obitavaju	57
Slika 31: Rezultati Mann-Whitney U testa za percepciju okolišnih učinaka s obzirom na dio grada u kojem obitavaju.....	57
Slika 32: Spearmanov koeficijent korelacije ranga između percepcije pozitivnih učinaka turizma i podrške razvoju turizma	58
Slika 33: Spearmanov koeficijent korelacije ranga između percepcije negativnih učinaka turizma i podrške razvoju turizma	59

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1: Struktura smještaja 2019.	32
Grafikon 2: Dolasci i noćenja 2017.-2021.	33
Grafikon 3: Dolasci prema državama 2017.-2021.....	34
Grafikon 4: Distribucija ispitanika prema mjestu zaposlenja.....	43

SAŽETAK

Turizam je jedna od najbrže rastućih aktivnosti i ima enorman utjecaj na svjetske tokove, a turističke destinacije i lokalne zajednice koje igraju ulogu domaćina suočavaju se s brojnim izazovima koji se javljaju razvojem turizma. Primarni cilj ovog rada je istraživanje utjecaja koje razvoj turizma ima na kvalitetu života lokalne zajednice određene destinacije, u ovom slučaju grada Šibenika. U pregledu literature prikazana je pozadina istraživanja, odnosno objašnjeni su ključni pojmovi važni za razumijevanje daljnje diskusije koja se fokusira na stavove lokalne zajednice o pojedinim ekonomskim, socio-kulturnim i okolišnim učincima turizma te komponentama kvalitete života i teorije društvene razmjene.

U poglavlju vezanom uz empirijsko istraživanje, prikazani su rezultati anketnog upitnika koji ukazuju na različite percepcije građana Šibenika o učincima turizma u ovisnosti o socio-demografskim obilježjima ispitanika. Testirane su istraživačke hipoteze te se došlo do određenih zaključaka koji drugim istraživačima i relevantnim turističkim dionicima mogu ukazati na željeni smjer budućeg razvoja turizma i stupanj uključenost lokalne zajednice u pripremi i provedbi turističkih projekata. Ovim radom želi se naglasiti važnost ispitivanja stavova lokalne zajednice kao važnog alata za integralni razvoj turizma i dugoročnu održivost turističke destinacije.

Ključne riječi: Učinci turizma, stavovi lokalne zajednice, kvaliteta života

SUMMARY

Tourism is one of the fastest growing industries and has an enormous influence on world trends, and tourist destinations and local communities that play the role of hosts, face numerous challenges arising from the development of tourism. The primary goal of this paper is to investigate the impact that tourism development has on the quality of life of the local community of a certain destination, in this case the city of Šibenik. The background of the research is presented in the literature review, i.e. key terms important for understanding the further discussion are explained, focusing on the attitudes of the Šibenik community about certain economic, socio-cultural and environmental impacts of tourism, as well as components of quality of life according to the Theory of Social Exchange.

In the chapter related to empirical research, the results of the questionnaire are presented, indicating different perceptions of the impacts of tourism depending on the socio-demographic characteristics of the respondents. Research hypotheses were tested and certain conclusions were reached that can indicate other researchers and relevant tourism stakeholders the desired direction of the future tourism development and the degree of involvement of the local community in the preparation and implementation of tourism projects. This work aims to emphasize the importance of examining the attitudes of the local community as an important tool for the integral development of tourism and the long-term sustainability of the tourist destination.

Keywords: Effects of tourism, attitudes of the local community, quality of life