



## Strategija turizma Šibensko-kninske županije do 2034. godine

---

Zagreb, lipanj 2024.

**Naručitelj:**

Turistička zajednica Šibensko-kninske županije

**Autori:**

Dr. sc. Snježana Boranić Živoder

Dr. sc. Ivo Beroš

Dr.sc. Ivo Kunst

Dr. sc. Zoran Klarić

Dr. sc. Izidora Marković Vukadin

Dr. sc. Ivan Kožić

Dr. sc. Damir Krešić

**Vanjska suradnja:**

Mr.sc. Neda Telišman-Košuta, STHS d.o.o.

Sanja Turk, dipl.ing.arh., PLANOPOLIS d.o.o.

## Sadržaj

1.	UVOD .....	4
2.	OBILJEŽJA ŠIBENSKO-KNINSKE ŽUPANIJE .....	6
2.1.	Značajke prostora i klime .....	6
2.2.	Demografska kretanja .....	9
2.3.	Prometna i komunalna infrastruktura.....	11
2.4.	Obilježja gospodarstva .....	17
3.	OBILJEŽJA TURISTIČKOG SEKTORA U ŠIBENSKO-KNINSKOJ ŽUPANIJI .....	20
3.1.	Turistički resursi i atrakcije .....	20
3.2.	Turistička kretanja – ponuda i potražnja .....	35
3.3.	Relevantni dionici i planska dokumentacija .....	46
3.4.	Analiza izgrađenosti prostora: pritisak turističkih smještajnih kapaciteta na prostor .....	54
3.5.	Destinacijski marketing i menadžment .....	58
4.	ANALIZA TURISTIČKOG TRŽIŠTA .....	60
4.1.	Kvantitativna kretanja i prognoze .....	60
4.2.	Kvalitativna obilježja tržišta.....	60
4.3.	Primjeri dobre prakse .....	63
5.	SWOT analiza .....	69
6.	STRATEGIJA TURISTIČKOG RAZVOJA .....	73
6.1	Načela razvoja turizma .....	73
6.2.	Vizija razvoja turizma.....	77
6.3.	Strateški ciljevi.....	79
7.	KONCEPCIJA TURISTIČKOG RAZVOJA .....	84
7.1.	Koncept brenda .....	84
7.2.	Turistički proizvodi .....	86
7.3.	Prostorna i programska koncepcija.....	95
8.	PLAN AKTIVNOSTI ZA OPERACIONALIZACIJU STRATEGIJE.....	107
8.1.	Unapređenje javne komunalne infrastrukture i standarda.....	108
8.2.	Povećanje turističke potrošnje i prihoda od turizma .....	116
8.3.	Unapređenje tržišne komunikacije i prodaje .....	128
8.4.	Unapređenje upravljanja turističkim razvojem .....	133
9.	PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM I PRAĆENJE PROVEDBE.....	142
	PRILOZI .....	144
I.	Tablični prilog uz poglavlje 2. ....	144
II.	Tablični prilog uz poglavlje 3. ....	146

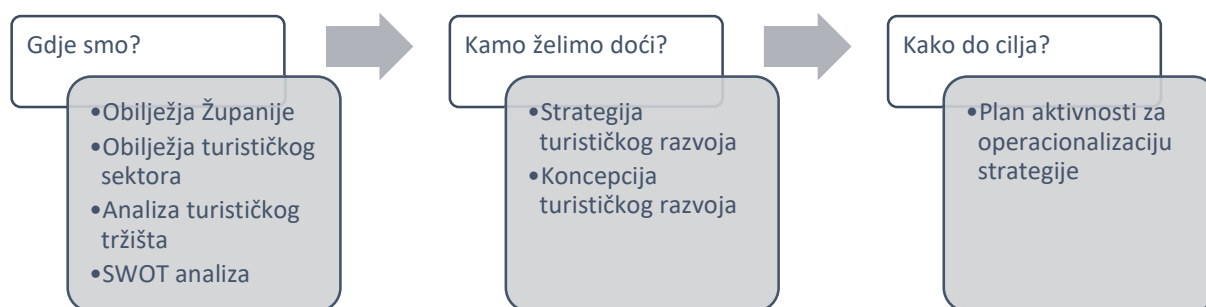
## 1. UVOD

Dinamične promjene u društvu, politici, gospodarstvu, klimi i drugim područjima koja utječu na turističko tržište stavljaju pred kreatore turističkih politika brojne izazove. Te promjene je važno pratiti i ugraditi ih u aktivnosti razvoja i upravljanja turističkim destinacijama kako bi se osigurala njihova održivost i kako bi se prirodno i kulturno nasljeđe očuvalo u najvećoj mogućoj mjeri za buduće generacije.

Osigurati takav razvoj znači pažljivo planirati aktivnosti i promišljati ih na cjeloviti način koji uzima u obzir trenutnu situaciju, trendove iz okruženja te prepoznaje vlastite mogućnosti i ograničenja. Zbog atraktivnih prirodnih i kulturnih atrakcija kojima Županija obiluje, važno je odrediti pravce razvoja koji će joj dugoročno osigurati poziciju na tržištu i na optimalan način valorizirati resurse. Ciljevi ove strategije su stvoriti okvir i dati smjernice za djelovanje svih dionika u turizmu i onih povezanih s turizmom te stvoriti preduvjete za daljnji razvoj koji će slijediti nakon isteka razdoblja za koji je strategija namijenjena.

U strategiji se polazi od detaljne analize postojećeg stanja turizma u Šibensko-kninskoj županiji u kojoj se analiziraju obilježja prostora, gospodarstva, resursa i atrakcija, dosadašnja turistička kretanja na strani ponude i potražnje, dionici i relevantna planska dokumentacija te se daje pregled primjera dobrih praksi destinacija koje dijele slična obilježja. Rezultati analize stanja i aktualnih trendova sažimaju se u SWOT matrici u kojoj se, prema područjima, izvode prednosti i nedostaci Županije te prilike i prijetnje koje dolaze iz okruženja. Slijedi razrada načela razvoja koja bi trebala predstavljati temelj na kojima će se promišljati i graditi turistička budućnost Šibensko-kninske županije te vizija i strateški ciljevi. Zadnji dio ove studije obuhvaća plan aktivnosti za operacionalizaciju strategije, a uključuje četiri područja djelovanja: projekte u domeni unapređenja javne komunalne infrastrukture i standarda, projekte u domeni povećanja turističke potrošnje i prihoda od turizma, projekte usmjerene na unapređenje tržišne komunikacije i prodaje te projekte kojima će se unaprijediti upravljanje turističkim razvojem.

Slika 1.1. Struktura dokumenta



Pristup izradi strategije temeljio se na načelima otvorenosti, multidisciplinarnosti i uključenosti razvojnih dionika. Obuhvatio je:

- obilazak terena: organizirani su višekratni boravci tima Instituta za turizam s ciljem upoznavanja resursno-atraksijske osnove te stanja turističke i opće infrastrukture
- intervju s dionicima: proveden je niz individualnih intervju s ključnim dionicima turističkog razvoja kako bi se dobio uvid u njihove stavove i promišljanja o izazovima i potencijalima turističkog razvoja Šibensko-kninske županije
- fazne prezentacije i strateške radionice s dionicima: za svaku od pojedinih faza projekta održane su prezentacije i radionice s dionicima kako bi ih se upoznalo s pojedinim dijelovima projekta, osiguralo njihovo sudjelovanje te verificirali dotadašnji rezultati
- kabinetska istraživanja: za izradu strategije koristili su se svi dostupni i relevantni sekundarni izvori podataka za različita obilježja turističkih aktivnosti, za analizu tržišnih trendova, za istraživanje primjera dobre prakse, obilježja pojedinih turističkih proizvoda i druge dijelove studije.

## 2. OBILJEŽJA ŠIBENSKO-KNINSKE ŽUPANIJE

### 2.1. Značajke prostora i klime

**PROSTOR:** područje Šibensko-kninske županije zauzima središnji dio obale hrvatskog Jadrana u Dalmaciji, a čini je 5 gradova i 15 općina. Površinom od 2.984 km<sup>2</sup> zauzima deveto mjesto među hrvatskim županijama, a prema broju stanovnika iz 2021. godine od 99.633 stanovnika i gustoći naseljenosti od 33,4 stanovnika po jednom km<sup>2</sup>, osamnaesto mjesto. Među sedam obalnih županija manje stanovnika od Šibensko-kninske ima samo Ličko-senjska županija, a manju površinu imaju Istarska županija i Dubrovačko-neretvanska županija.

Slika 2.1.1. Gradovi i općine u Šibensko-kninskoj županiji



Šibensko-kninska županija na zapadu graniči sa Zadarskom županijom, na istoku sa Splitsko-dalmatinskom županijom, na sjeveru se pruža državna granica s Bosnom i Hercegovinom, a s južne strane otvoreno more prema Italiji. Ističe se izuzetno velikom razvedenošću obale, koja je duga 806 kilometara i obuhvaća 285 otoka. Uzme li se u obzir morska granica na 12 nautičkih milja od kopna, proizlazi da akvatorij Šibensko-kninske županije zauzima površinu od 2.686 km<sup>2</sup>, što je gotovo jednako njenoj kopnenoj površini. Obala se pruža smjerom sjeverozapad-jugoistok slijedeći smjer pružanja reljefa, a njena zračna udaljenost obale,

od najzapadnije točke u uvali Lučica kod Prosike u općini Tisno do uvale Sićenica kod Kanice u općini Rogoznica, iznosi 55 kilometara, a od najzapadnije otočne točke na otoku Aba Vela u Kornatima do uvale Sićenica iznosi 77 kilometara. Širina prostora Županije uglavnom se kreće oko 40 kilometara, dok od obale do najudaljenijih dijelova unutrašnjosti na obroncima Dinare ima nešto više od 70 kilometara.

Tablica 2.1.1. Površina i stanovništvo Šibensko-kninske županije po gradovima i općinama 2001., 2011. i 2021. godine

Općine / gradovi	Površina km <sup>2</sup>	Broj stanovnika			Gustoća nase- ljenosti	Promjena broja	
		2001.	2011.	2021.		2001. - 2011.	2011. - 2021.
Općina Pirovac	39,1	1.846	1.930	1.606	41,0	4,6	-16,8
Općina Tisno	66,2	3.239	3.094	2.908	43,9	-4,5	-6,0
Općina Murter-Kornati	80,5	2.075	2.044	1.934	24,0	-1,5	-5,4
Općina Tribunj	15,4	1.390	1.536	1.594	103,4	10,5	3,8
Grad Vodice	93,8	8.017	8.875	8.649	92,2	10,7	-2,5
Grad Šibenik	407,4	49.374	46.332	42.599	104,6	-6,2	-8,1
Općina Bilice	25,6	2.179	2.307	2.546	99,3	5,9	10,4
Grad Skradin	187,0	3.986	3.825	3.349	17,9	-4,0	-12,4
Općina Primošten	57,3	2.992	2.828	2.627	45,9	-5,5	-7,1
Općina Rogoznica	70,4	2.391	2.345	2.106	29,9	-1,9	-10,2
OBALA UKUPNO	1.042,9	77.489	75.116	69.918	67,0	-3,1	-6,9
Općina Unešić	187,4	2.160	1.686	1.269	6,8	-21,9	-24,7
Općina Ružić	160,2	1.775	1.591	1.283	8,0	-10,4	-19,4
Grad Drniš	355,3	8.595	7.498	6.276	17,7	-12,8	-16,3
Općina Promina	139,5	1.317	1.136	943	6,8	-13,7	-17,0
Općina Kistanje	242,1	3.038	3.481	2.650	10,9	14,6	-23,9
Općina Ervenik	210,1	988	1.105	789	3,8	11,8	-28,6
Grad Knin	355,9	15.190	15.407	11.633	32,7	1,4	-24,5
Općina Biskupija	133,5	1.669	1.699	1.177	8,8	1,8	-30,7
Općina Kijevo	74,3	533	417	272	3,7	-21,8	-34,8
Općina Cijljane	82,7	137	239	171	2,1	74,5	-28,5
ZALEĐE UKUPNO	1.941,1	35.402	34.259	26.463	13,6	-3,2	-22,8
ŠIBENSKO-KNINSKA	2.984,0	112.891	109.375	96.381	32,3	-3,1	-11,9
HRVATSKA	56.594,0	4.437.460	4.284.889	3.871.833	68,4	-3,4	-9,6

Izvori: DZS i GIS baza Instituta za turizam (podaci o površinama)

Na obalni dio Županije odnosi se 35 % površine i 74 % stanovništva, a na prostor zaleđa 65 % površine i svega 26 % stanovništva, što govori o velikoj razlici u naseljenosti između obale i zaleđa. Obalni prostor predstavlja gospodarski razvijeniji dio Županije, dok je zaleđe znatno slabije razvijeno i izloženo snažnoj depopulaciji.

U Šibensko-kninskoj županiji nalaze se dva nacionalna parka i dijelovi triju parkova prirode, što je najviše u Hrvatskoj. Osnovna značajka obalnog dijela je visoka razvedenost s mnoštvom otoka, u unutrašnjosti se nalazi mnoštvo krških fenomena te najviši vrh cijele Hrvatske Sinjal na Dinari, visok 1.831 m/nm.<sup>1</sup> Rijeka Krka pruža se središnjim dijelom Županije i povezuje dva najveća grada Šibenik i

<sup>1</sup> Planinarski savez Hrvatske u svojim dokumentima za najviši vrh Hrvatske umjesto Dinara koristi naziv Sinjal, kako ne bi dolazilo do brkanja s nazivom planinskog masiva Dinara, čiji se najviši vrh Troglav nalazi u susjednoj Bosni i Hercegovini. No, u mnogim dokumentima i dalje se koristi naziv Dinara i za najviši vrh ove planine na teritoriju Republike Hrvatske.

Knin. Poznata je po mnoštvu atraktivnih slapova, dubokih kanjona i ujezerenih površina i jedinstvenom rijaskom ušću u more.<sup>2</sup>

Osim planine Dinare, po kojoj je naziv dobilo i cijelo Dinarsko gorje, u najvišem sjevernom dijelu Županije pružaju se i južni obronci planine Poštak na visini od 1.251 metar te krajnji istočni obronci Velebita malo ispod 1.000 m/nm. U središnjem dijelu Županije nalaze se još dvije planine - Svilaja, visoka 1.507 metara i Promina, visoka 1.147 metara, a brdovite značajke ima i dio Županije bliži moru s nešto nižim gorama Moseć, Boraja i Trtar. Brdovita je i većina šibenskih otoka, a najviši je Kornat visok 237 metara nad morem. U Županiji ima i ravnijih prostora, a ističu se plodno Petrovo polje kod Drniša i Kosovo polje kod Knina te Miljevačka zaravan kod Drniša, poznata po proizvodnji pršuta.

Osim 73 kilometra duge rijeke Krke, u važne rijeke ubrajaju se i njezina najdulja pritoka Čikola duga 46 kilometara, 39 km dugi izvorišni tok Krke Butižnica, a više od deset kilometara imaju i Krčić i Guduča. Na području općine Cijljanje pruža se i pet kilometara dugi izvorišni dio Cetine, koja je sa 105 kilometara ukupnog toka najduža rijeka koja prolazi Županijom i najduža u Jadranskom slijevu, a kroz općinu Ervenik prolazi i 24 km toka rijeke Zrmanje, duge ukupno 69 kilometara. Osim najvećeg Vranskog jezera na zapadu Županije ukupne površine 30,7 km<sup>2</sup>, u porječju Krke nalazi se i Prokljansko jezero, veličinom drugo hrvatsko prirodno jezero površine 11,7 km<sup>2</sup> te Visovačko jezero površine 7,9 km<sup>2</sup>.<sup>3</sup>

Među brojnim otocima najveći su Kornat s površinom od 32,3 km<sup>2</sup>, Murter 18,6 km<sup>2</sup>, Žirje 15,1 km<sup>2</sup>, Žut 14,8 km<sup>2</sup>, Zlarin 8,2 km<sup>2</sup> i Kaprije 7,0 km<sup>2</sup>. Površinu veću od 1 km<sup>2</sup> od naseljenih otoka ima i Prvić, a od nenaseljenih Kakan i Zmajan kod Kaprija, Tijat kod Prvića, Arta Vela kod Murtera te Piškera, Levrnaka, Lavsa, Sit, Kurba Vela i Smokvica Vela u Kornatima. Najveću važnost ima otok Murter, mostom povezan s kopnom, na kojeg se odnosi 4.628 od ukupno 5.834 stanovnika svih šibenskih otoka. Naseljeni otoci još su i Prvić sa 400, Zlarin s 293, Kaprije sa 186, Krapanj sa 166, Žirje sa 147 te Kornat sa 14 stanovnika, na kojima nema prometa motornim vozilima ili je on posve neznatan.<sup>4</sup> Otok Krapanj posebno je zanimljiv jer se radi o najmanjem (0,4 km<sup>2</sup>) i najnižem (manje od 2 metra) naseljenom otoku na Jadranu.

**KLIMA:** na području Šibensko-kninske županije s iznimkom najviših gorskih vrhova prevladava topla sredozemna klima s prosječnom godišnjom temperaturom od 15° C i s oko 110 vedrih dana u godini. Prosječna temperatura ni u jednom mjesecu osim siječnja ne pada ispod 5 °C, dok u najtoplijim mjesecima srpnju i kolovozu u prosjeku iznosi oko 26 °C. Godišnja količina oborina iznosi oko 700-800 milimetara, od čega se većina odnosi na jesen i zimu, osobito mjesec studeni. Tijekom ljetnih mjeseci oborina je malo, dok se vrlo male količine snijega odnose isključivo na unutrašnjost. Za razliku od mnogih drugih dijelova priobalja, šibensko područje nije izloženo izrazito jakim vjetrovima, a i oni se odnose uglavnom isključivo na zimski dio godine.

Ipak, postoje određene razlike u klimi između priobalnog područja i unutrašnjosti, posebice u kopno najdublje uvučene kninske kotline. Tako su za obalno područje znakovite za stupanj više prosječne godišnje temperature i nešto manje oborina, a za unutrašnjost niže prosječne godišnje temperature s nešto više oborina. Za razliku od obalnog područja, u unutrašnjosti mogu zimske temperature iznimno pasti i ispod 0 °C, a Knin je, usprkos nešto nižim prosječnim ljetnim temperaturama, poznat i po

<sup>2</sup> Ušće rijeke Krke tipičan je primjer rijaskog ušća, (španj. *rias* - riječno ušće), odnosno morskog zaljeva nastalog potapanjem ušća i donjih dijelova riječne doline zbog izdizanja obalne linije. Nažalost, često se u literaturi umjesto toga pogrešno koristi naziv estuarij, koji se odnosi na ljevkasta ušća rijeka nastala radom plime i oseke, što kod Krke nije slučaj.

<sup>3</sup> Iako se na području Šibensko-kninske županije pruža 11 kilometara obale Vranskog jezera, njegova cijela vodena površina administrativno pripada naselju Vrana u općini Pakoštane u Zadarskoj županiji. Na taj je način u Šibensko-kninskoj županiji zapravo najveće jezero Prokljansko jezero, od kojeg su u Hrvatskoj, osim Vranskog jezera, veća još samo umjetna jezera Dubravsko na rijeci Dravi i Peručko na rijeci Cetini.

<sup>4</sup> U slučaju otoka Murtera u stanovništvo je uračunat i dio naselja Tisno koji se nalazi na kopnu, dok među naseljene otoke nisu ubrojani dijelovi naselja Rogoznica i Tribunj, koji se nalaze na otocima povezanim mostom.

povremenim ekstremnim ljetnim vrućinama, kada temperatura zna prijeći i 40 °C. Najviši dijelovi gora iznad 1000 metara imaju još niže prosječne i pogotovo zimske temperature te više oborina, uključivo i snijega, dok su najudaljeniji otoci, osobito Kornati, u prosjeku suši i topliji od priobalnog dijela.

## 2.2. Demografska kretanja

Osnovna demografska obilježja Šibensko-kninske županije po pitanju kretanja broja stanovnika te dobne i obrazovne strukture uglavnom su nepovoljna, a uz to su i lošija od prosjeka Hrvatske i Dalmacije u cjelini. Tako je u razdoblju od 2011. do 2021. godine stanovništvo Šibensko-kninske županije smanjeno za 11,9 %, u Hrvatskoj u cjelini za 9,6 %, dok je u preostale tri dalmatinske županije pad bio manji od 7 %. Nepovoljna demografska kretanja osobito su se povećala u zadnjih deset godina, tako da sve jedinice lokalne samouprave osim općina Bilice i Tribunj bilježe pad broja stanovnika, dok je u razdoblju između 2001. i 2011. godine pad broja stanovnika u prosjeku iznosio svega 3,1 % i većim dijelom se odnosio na zaleđe.

Pad broja stanovnika između 2011. i 2021. godine veći od 10 %, osim svih gradova i općina u zaleđu, bilježi i grad Skradin i općine Pirovac i Rogoznica u obalnom dijelu, ali i područje grada Šibenika bilježi konstantan pad broja stanovnika veći od 5 % u cijelom razdoblju od 2001. do 2021. godine. U većini općina u zaleđu, uključujući i grad Knin, stanovništvo se između 2011. i 2021. godine smanjilo za više od 20 %, a u općinama Biskupija i Kijevo za više od 30 %, i to nakon razdoblja povećanja u gradu Kninu i nekim okolnim općinama između 2001. i 2011. godine na temelju povratka iseljenih osoba i razmjerno visokog nataliteta (Tablica 2.1.1.).

Gustoća naseljenosti obalnog dijela Županije je 2021. godine iznosila 67 stanovnika po km<sup>2</sup>, a zaleđa 14 stanovnika po km<sup>2</sup>. Najnižu naseljenost s manje od 5 stanovnika po km<sup>2</sup> iskazuju krajnji sjeverni dijelovi Županije koji uključuju masive Dinare i Velebita u općinama Civiljane, Kijevo i Ervenik, dok je više od 20 stanovnika po km<sup>2</sup> u zaleđu imalo samo područje grada Knina (33 stanovnika po km<sup>2</sup>). U obalnom dijelu gustoću naseljenosti manju od 20 stanovnika po km<sup>2</sup> bilježi samo područje grada Skradina, koje se znatnim dijelom također odnosi na zaleđe, dok područja gradova Šibenika i Vodica te općina Bilice imaju gustoću naseljenosti od oko 100 stanovnika po km<sup>2</sup>. Ukupno 60.165 stanovnika ili 62 % odnosi se na uže obalno područje, uključujući otok Murter, dok je naseljenost slaba u zaleđu i na vanjskim otocima, posebice Kornatima na kojima živi tek 14 stanovnika. Broj naselja na području Šibensko-kninske županije je prema Popisu stanovništva iz 2021. godine iznosio 199, od čega se njih 106 odnosi na gradove i općine u zaleđu, a 93 na obalne gradove i općine. Najveće je naselje sjedište Županije Šibenik s 31.115 stanovnika 2021. godine, slijedi najveće naselje u zaleđu Knin sa 8.262 stanovnika te Vodice sa 6.592 stanovnika. Više od 2.000 stanovnika imali su još i grad Drniš (2.752), prigradsko naselje Brodarica kod Šibenika (2.611) i općinsko sjedište Bilice (2.546). Između 1.000 i 2.000 stanovnika imala su i priobalna općinska sjedišta Murter, Tribunj, Primošten, Pirovac, Tisno i Rogoznica, prigradsko naselje Dubrava kod Šibenika te Kistanje kao jedino veće općinsko sjedište u zaleđu. Još 14 naselja imalo je između 500 i 999 stanovnika, između 200 i 499 stanovnika 30 naselja, a između 100 i 199 stanovnika 59 naselja. Preostalih 82 naselja imalo je manje od 100 stanovnika i uglavnom su se odnosila na unutrašnjost Županije (Tablica 2.2.1.)

Tablica 2.2.1. Naselja Šibensko-kninske županije s više od 500 stanovnika 2011. i 2021. godine

Naselje	Grad / općina	Stanovništvo 2011. godine	Stanovništvo 2021. godine	Promjena broja stanovnika 2001. - 2011.%
Šibenik	Grad Šibenik	34.302	31.115	-9,29
Knin	Grad Knin	10.633	8.262	-22,30
Vodice	Grad Vodice	6.755	6.592	-2,41
Drniš	Grad Drniš	3.144	2.752	-12,47
Brodarica	Grad Šibenik	2.534	2.611	3,04
Bilice	Općina Bilice	2.307	2.546	10,36
Murter	Općina Murter-Kornati	2.025	1.920	-5,19
Kistanje	Općina Kistanje	1.909	1.638	-14,20
Tribunj	Općina Tribunj	1.536	1.594	3,78
Primošten	Općina Primošten	1.631	1.555	-4,66
Pirovac	Općina Pirovac	1.704	1.434	-15,85
Tisno	Općina Tisno	1.287	1.192	-7,38
Dubrava kod Šibenika	Grad Šibenik	1.185	1.117	-5,74

Izvor: DZS

Među naseljima s više od 500 stanovnika između 2011. i 2021. godine rasli su samo šibenska prigradska naselja Brodarica i Žaborić, općinska sjedišta Bilice i Tribunj, naselje Srima na području grada Vodica i Betina u općini Tisno. Među naseljima s više od 100 stanovnika rast iskazuju i mjesta Žirje, Prvić Šepurine i Zlarin na malim šibenskim otocima, Zečevo Rogozničko i Podglavica u općini Rogoznica, Čista Mala u zaleđu Vodica, Konjevrate kod Šibenika te naselja Karalić i Parčić kod Drniša. Na temelju malog broja novootvorenih radnih mjesta i visokog udjela starijih osoba može se pretpostaviti da rast broja stanovnika na malim šibenskim otocima i mnogim naseljima uz obalu nije posljedica rasta gospodarstva i doseljavanja radno aktivnih osoba, već izgradnja velikog broj kuća za odmor u kojima su njihovi vlasnici i članovi njihovih obitelji prijavili stalni boravak, osobito osobe u mirovini.<sup>5</sup> No, većina naselja u Županiji bilježi pad veći od 15 %, a više od 20 naselja, uglavnom u zaleđu, i preko 40 %. O zabrinjavajućoj demografskoj situaciji svjedoči i vrlo nepovoljna dobna struktura stanovništva Šibensko-kninske županije s natprosječno visokim udjelom stanovnika starijih od 64 godine od čak 27,4 %, što je znatno iznad hrvatskog prosjeka od 22,5 %. Istodobno je udio stanovništva mlađeg od 15 godina iznosio svega 12,7 %, što je manje od prosjeka Hrvatske od 14,3 %. Osobito je nepovoljna situacija u zaleđu, gdje je u većini općina udio stanovnika starijih od 64 godine 2021. godine bio veći od 40 %, a udio mlađeg stanovništva od 15 godina manji od 10 %. Veći udio mlađeg stanovništva od prosjeka Hrvatske iskazivala je jedino općina Bilice, a neznatno manji udio starijeg stanovništva samo grad Knin, nekoć poznat po visokom udjelu mladog stanovništva (vidi Prilog I, Tablica 1.).

I obrazovna struktura stanovništva Šibensko-kninske županije 2021. godine znatno je lošija od prosjeka Hrvatske, na što ukazuje udio stanovništva starijeg od 15 godina s nezavršenom osnovnom školom ili bez naobrazbe od 5,5 %, za razliku od svega 3,0 % u Hrvatskoj u cjelini. Osobito je nepovoljna situacija u zaleđu, gdje je taj udio iznosio čak 7,6 %, iako je i u obalnom dijelu bio viši od hrvatskog prosjeka. Zbog velikog broja stanovnika bez naobrazbe ili s nezavršenom osnovnom školom udio stanovništva

<sup>5</sup> U svim naseljima na malim šibenskim otocima, osim Krapnja, udio stanovnika starijih od 60 godina bio je veći od 60 %

starijeg od 15 godina samo sa završenom osnovnom školom u Šibensko-kninskoj županiji od 15 % nešto je niži od prosjeka Hrvatske (17,4 %), dok je udio stanovnika sa srednjoškolskim obrazovanjem (58,9 %) nešto viši (55,5 %) (vidi Prilog I, Tablica 2.).

Na nepovoljnu obrazovnu strukturu ukazuje i podatak o udjelu stanovnika starijih od 15 godina s visokim obrazovanjem, koji je s 20,6 % u cijeloj Županiji i svega 14,3 % u zaleđu znatno ispod hrvatskog prosjeka od 24,1 %. Promatrano po jedinicama lokalne samouprave, povoljnu obrazovnu strukturu imao je samo grad Šibenik s 25,7 % visokoobrazovanih osoba starijih od 15 godina, ali je i u Šibeniku udio osoba bez naobrazbe ili s nezavršenom osnovnom bio viši od hrvatskog prosjeka. Istodobno se većina općina u zaleđu s obzirom na udio visokoobrazovanih osoba manji od 10 %, kao i onih samo s osnovnom školom ili manje od 30 %, ubraja u dijelove Hrvatske s najlošijom obrazovnom strukturom stanovništva.

### 2.3. Prometna i komunalna infrastruktura

**CESTOVNI PROMET:** Šibensko-kninska županija je nakon Zadarske županije dio Dalmacije najbliži Zagrebu i glavnim europskim turističkim tržištima. Kroz središnji dio Županije prolazi autocesta A-1 Dalmatina, do koje od središta Županije, Šibenika, ima svega 9 kilometara, što je najpovoljnije od svih velikih gradova u Dalmaciji. Prijevozni put od Šibenika do Zagreba iznosi 340 kilometara, odnosno tri sata i dvadeset minuta, ili samo pola sata više nego od Zadra do Zagreba.<sup>6</sup>

Razmjerno dobre veze s autocestom Dalmatinom imaju i ostali gradovi u Županiji: od čvora Skradin do središta Skradina ima svega 4 km, od čvora Vodice do Vodica 20 km, od čvora Šibenik do Drniša 27 km, a samo do najudaljenijeg grada Knina 50 km i 44 minuta vožnje. Manje od 20 km do najbližeg čvorišta na Dalmatini ima i od središta Pirovca, Tisnog, Tribunja i Bilica, oko 30 km od Murtera i Primoštena, dok je najudaljenije obalno općinsko sjedište Rogoznica od čvorišta Šibenik udaljeno nešto manje od 40 km i oko 36 minuta vožnje.

U zaleđu su autocesti Dalmatini najbliža općinska sjedišta Unešić i Kistanje, do kojih od čvorišta Vrpolje odnosno Vodice ima oko 20 km. Od čvora Šibenik do sjedišta općine Ružić u mjestu Gradac ima nešto manje od 40 km, malo više od 40 km i do sjedišta općine Promina u Oklaju i općine Biskupija u Orliću, a toliko ima i od čvora Vodice do Ervenika. Najizoliranije su općine Kijevo i Civljane u podnožju Dinare, do kojih od čvora Šibenik ima 60 km i oko sat vožnje. Kako je glavni grad Županije Šibenik smješten sasvim blizu čvora 'Šibenik-Podi', udaljenosti od svih ovih naselja do središta Šibenika tek su neznatno veće, iz čega proizlazi i dobra unutarnja prometna povezanost, što nije slučaj s drugim primorskim županijama.<sup>7</sup>

Najvažnija prometnica u Županiji je autocesta A-1 'Dalmatina', koja je povezuje s drugim dijelovima Hrvatske i Europe. Područjem Županije prolazi smjerom sjeverozapad - jugoistok paralelno s pružanjem obale i reljefa, uglavnom na 5 do 10 kilometara od mora. Prema sjeverozapadu autocesta A-1 Županiju povezuje sa Zadrom, Rijekom, Zagrebom i državama na zapadu Europe, a prema jugoistoku sa Splitom,

<sup>6</sup> Izvor za podatke o udaljenosti i vremenu vožnje je [www.map-hak.hr](http://www.map-hak.hr). Od čvorišta Zadar 2 do središta Zadra ima 21 km i 20 minuta vožnje, od čvorišta Dugopolje do središta Splita 18 km i također 20 minuta vožnje, dok od Dubrovnika kao jedinog većeg grada u priobalju koji nije povezan autocestom do čvora Ploče ima više od 100 km i oko sat i pol vožnje.

<sup>7</sup> Od Splita do najudaljenijih dijelova Makarske rivijere i od Dubrovnika do zapadnih dijelova poluotoka Pelješca ima više od 100 km i više od sat i pol vožnje. Još su dulji prijevozni putovi od Splita do otoka Hvara i Brača, od Dubrovnika do otoka Korčule i Lastova ili od Rijeke do otoka Raba i Lošinja.

Dubrovnikom i dalje prema Crnoj Gori i jugoistoku Europe. Ukupna duljina autoceste A-1 iznosi 480 kilometara, od čega se na Šibensko-kninsku županiju odnosi 43 kilometra (Tablica 2.3.1.).

Tablica 2.3.1. Autoceste i državne ceste na području Šibensko-kninske županije

Broj ceste	Opis ceste	Duljina u km	
		Ukupno	ŠKŽ
A-1	Zagreb (čvorište Lučko - A3) - Karlovac - Bosiljevo - Split - Ploče - Dubrovnik <sup>*)</sup>	480,1	42,8
D-1	Gornji Macelj (A2) - Krapina - Zagreb - Karlovac - Gračac - Knin - Split (D8)	419,2	47,6
D-8	G.P. Pasjak (granica Slovenije) - Rijeka - Zadar - Split - Pelješac - Dubrovnik - G.P. Karasovići (granica Crne Gore)	657,7	73,5
D-27	Gračac (D1) - Obrovac - Benkovac - Stankovci - Zaton (D8)	96,9	14,3
D-33	G.P. Strmica (granica BiH) - Knin - Drniš - Šibenik (D8)	72,1	72,1
D-56	Zemunik Donji (D424) - Benkovac - Skradin - Drniš - Muć - Klis (D1)**)	119,7	50,2
D-58	Šibenik (luka) - Vrpolje - Boraja - Trogir (D8)	45,2	22,7
D-59	Knin (D1) - Kistanje - Bribirske Mostine - Putičanje - Kapela (D8)	53,9	50,8
D-121	Murter - Tisno - Kapela (D8)	14,0	14,0
D-128	Uvala Mikavica - Trajektno pristanište Žirje	5,3	5,3
D-531	Čvorište Vrpolje (A1) - Vrpolje (D58)	1,6	1,6
UKUPNO DRŽAVNE CESTE		1.485,6	352,1

\*) U Odluci o razvrstavanju javnih cesta iz Narodnih Novina br. 59 iz 2023. godine navodi se ukupna duljina autoceste A-1 od 558,1 km, ali je izgrađeni dio do Ploča dug 480,1 km

\*\*\*) Nije uračunat 21 kilometar ceste od Lozovca do Drniša koji se preklapa sa cestom D-33

Izvori: NN 59/2023 i baza podataka Instituta za turizam

Autocesta 'Dalmatina' u Šibensko-kninskoj županiji prolazi kroz područja gradova Vodica, Skradina i Šibenika te ima pet čvorišta: Vodice kod naselja Čista Mala na području grada Vodica, Skradin kod naselja Gračac na području grada Skradina, Šibenik kod naselja Dubrava kod Šibenika, Vrpolje kod istoimenog naselja na području grada Šibenika te zona Podi. Najvažniji čvor je Šibenik, jer se na njega primarno vezuju gradovi Šibenik i Drniš i općina Bilice, ali i primorske općine Primošten i Rogoznica te većina općina u zaleđu. Drugi najvažniji čvor je Pirovac, preko kojega najpovoljniju vezu s autocestom A-1 ostvaruju grad Vodice i općine Pirovac, Tisno, Murter, Tribunj, Kistanje i Ervenik, a u smjeru zapada i grad Knin i ostali dijelovi zaleđa. Čvor Skradin važan je primarno za grad Skradin i Nacionalni park Krka, a čvor Vrpolje za istočni dio područja grada Šibenika i dio općine Unešić.

Od državnih cesta najveću važnost ima državna cesta D-8 Pasjak (granica Slovenije) - Rijeka - Zadar - Šibenik - Split - Ploče - Dubrovnik - Karasovići (granica Crne Gore), poznata kao 'Jadranska magistrala'. Kao i autocesta 'Dalmatina' i cesta D-8 prolazi Županijom smjerom sjeverozapad-jugoistok, ali uglavnom prolazi blizu mora. Stoga ima ključnu važnost s turističkog motrišta, zbog čega je i dosta opterećena prometom. Cesta D-8 važna je i kao osnovna poveznica grada Šibenika s ostalim gradovima i općinama u priobalnom dijelu Županije i susjednim primorskim dijelovima Zadarske županije. Ukupna duljina ceste D-8 iznosi 658 kilometra, od čega se na Šibensko-kninsku županiju odnosi 74 kilometra.

Slika 2.3.1. Prometna infrastruktura Šibensko-kninske županije



Autor karte: Zoran Klarić

Veliku važnost ima i državna cesta D-1 Gornji Macelj - Krapina - Zagreb - Karlovac - Gračac - Knin - Brnaze - Split, koja se također pruža smjerom sjeverozapad-jugoistok, ali na krajnjem sjeveru Županije u podnožju Velebita i Dinare. Uglavnom služi kao alternativna veza Zagreba i Dalmacije za vozače koji se ne žele koristiti autocestom A-1, a prije njene izgradnje cestom D-1 prolazio je i veliki dio ukupnog prometa od Zagreba prema Dalmaciji. No, zbog pozicije na rubu Županije, ova prometnica ima veći značaj samo za grad Knin i okolne općine, u prvom redu Kijevo i Cijljane, a njome se odvija i većina prometa iz Knina i okolice prema Zagrebu i Splitu. Ukupna duljina ceste D-1 iznosi 419 kilometra, od čega se na Šibensko-kninsku županiju odnosi 48 kilometara.

Za Šibensko-kninsku županiju veću važnost od ceste D-1 ima državna cesta D-33 Strmica (granica BiH) - Knin - Drniš - Šibenik duga 72 kilometra. Pruža se poprečno na smjer pružanja autoceste A-1 i cesta D-8 i D-1 smjerom sjeveroistok-jugozapad kroz središnji dio Županije te tako čini okosnicu cjelokupnoga prometnog sustava. Radi se ujedno i o najduljoj državnoj cesti koja cijela prolazi Šibensko-kninskom županijom te izravno povezuje Šibenik s oba grada u zaleđu s Drnišom i Kninom te s većinom okolnih općina. Cesta D-33 ujedno je i jedina prometnica u Županiji koja izlazi na državnu granicu pa tako služi i kao veza Županije sa susjednom Bosnom i Hercegovinom, osobito njezinim zapadnim dijelom.

Ostale državne ceste u Županiji imaju manji značaj, a uglavnom su i prometno slabije opterećene. Među njima je najdulja cesta D-56 Zemunik Gornji - Benkovac - Skradin - Drniš - Muć - Klis, koja se pruža paralelno s autocestom A-1 s njene sjeverne strane. Stoga služi kao alternativa za autocestu A-1, a važna je i za lokalno povezivanje Skradina sa zapadnim dijelovima Drniške i Kninske zagore te Drniša i općine Ružić sa Splitom. Na Šibensko-kninsku županiju odnosi se 50 od ukupno 120 kilometara ove ceste, pri čemu nije uračunat dio između Lozovca i Drniša koji se preklapa sa cestom D-33.

Cesta D-27 Gračac - Obrovac - Benkovac - Stankovci - Zaton kod Šibenika također ima funkciju alternativne veze na pravcu autoceste A-1, a zbog pružanja južno od autoceste bliže moru služi i kao alternativa Jadranskoj magistrali u vrijeme većih prometnih opterećenja. Funkcija alternative Jadranskoj magistrali još je izraženija u slučaju državne ceste D-58 Šibenik - Boraja - Trogir, budući da je prijevozni put od Šibenika do Trogira po cesti D-58 preko Vrpolja i Boraje za desetak kilometara kraći nego po cesti D-8 preko Primoštena i Rogoznice.

Cesta D-59 Knin - Kistanje - Bribirske Mostine - Kapela kod Pirovca služi kao poveznica zapadnog dijela Kninske zagore i zapadnog dijela priobalja Šibensko-kninske županije sa čvorom Pirovac na autocesti A-1, a njen produžetak prema jugu cesta D-121 kao osnovna prometnica na otoku Murteru i poveznica općinskih sjedišta Murter i Tisno s ostalim dijelovima Županije i Hrvatske. Preostale razmjerno kratke državne ceste odnose se na 5 km dugu cestu D-128 Mikavica - trajektno pristanište Žirje kao jedinu državnu cestu na malim šibenskim otocima te na 1,7 km dugu cestu D-531, koja spaja autocestu A-1 sa cestom D-58 kod čvora Vrpolje.

U Županiji postoji i 47 županijskih cesta dugih ukupno 409 kilometara i 61 lokalna cesta ukupne duljine 316 kilometara, kojima upravlja Županijska uprava za ceste na području Šibensko-kninske županije te mnoštvo nerazvrstanih cesta i prometnica kojima izravno upravlja grad Šibenik. Među županijskim cestama se važnošću i duljinom izdvajaju dvadesetak kilometara duge ceste Ž-6055 Ivoševci - Oklaj - Drniš i Ž-6092 Šibenik - Unešić - Čvrljevo kao osnovne poveznice s prometnom mrežom općina Promina i Unešić, a po intenzitetu prometa ceste Ž-6286 i Ž-6086 i Ž-6126 kao spojevi grada Vodica i općina Tribunj i Rogoznica s mrežom državnih cesta.

Iz navedenog je razvidno da je cestovni promet razmjerno dobro riješen, zbog čega zadnjih godina nije bilo ozbiljnijih pritisaka za novim intervencijama uslijed ekscenčnih gužvi, kao u mnogim drugim dijelovima Dalmacije, posebice u širem području Splita i Dubrovnika. Jedini veći problem je veza Šibenik - Drniš - Knin cestom D-33, koja zbog male širine i nepovoljnih tehničkih uvjeta iziskuje dizanje na razinu brze ceste, što je i predviđeno aktualnim planovima, u prvom redu Prostornim planom Šibensko-kninske županije. Zbog veće prometne opterećenosti kao prioritarna prometna intervencija ističe se i nastavak izgradnje obilaznice Šibenika na koridoru ceste D-8, uključujući i obilaznicu Brodarice, a zbog zaštite okoliša i izgradnja nove ceste preko kanjona Krke kod Roškog slapa.

Znatno veći problem predstavlja javni promet, posebice zbog razmjerno rijetkih veza od Šibenika prema ostalim gradovima i općinama u Županiji i još manjeg broja javnih autobusnih veza od Knina i Drniša prema okolnim mjestima, a do mnogih od njih autobusi više ne voze. I veze javnoga gradskog i prigradskog prometa u Šibeniku su nedovoljno česte da bi bile zanimljive za turiste, osim donekle radnim danom na relaciji Šibenik - Vodice - Tribunj, gdje dnevno prometuje petnaestak autobusa.

**BICIKLISTIČKI PROMET:** Biciklistički promet ne može niti djelomično kompenzirati nedostatak veza u javnom prometu zbog brdovite konfiguracije terena i nedostatka prostora za uređenje posebnih biciklističkih staza uz glavne cestovne prometnice. U tom bi kontekstu veliki značaj imalo osiguranje

kvalitetne biciklističke veze barem na trasi međunarodne EuroVelo 8 Mediteranske biciklističke rute kao najvažnije u Županiji. To se osobito odnosi na relaciju od Šibenika prema Vodicama kao turistički najzanimljiviju, gdje se za prometovanje bicikala mora dijelom koristiti vrlo prometna i opasna Jadranska magistrala.

**ŽELJEZNIČKI PROMET:** Željezničke veze nemaju veću važnost zbog vrlo sporih i rijetkih veza, iako se u Šibensko-kninskoj županiji nalaze dva jedina željeznička čvorišta u Dalmaciji, Knin i Perković, a Šibenik je od svih gradova u Dalmaciji željezničkim putem najbliži Zagrebu. Prijevozni put željeznicom od Šibenika do Perkovića traje pola sata, a do Knina sat i 40 minuta, što s obzirom na prijevozni put autobusom od Šibenika do Knina, od oko sat, znači da željeznica nije konkurentna autobusima niti na lokalnoj razini. Ipak, u doglednoj budućnosti željeznica bi mogla imati i veću ulogu s obzirom na trend vraćanja željeznici kao ekološki povoljnijem obliku prijevoza od cestovnog.

**BRODSKI PROMET:** Ni brodske veze nemaju veći značaj, jer se jedine javne pomorske veze odnose na lokalno povezivanje Šibenika i Vodica s otocima Zlarinom, Kaprijem, Žirjem i Prvićem brodskim i povremenim trajektnim vezama te na kratku brodsku vezu Brodarica - otok Krapanj. Uslijed uvučenosti u kopno Kanalom sv. Ante kojim ne mogu prolaziti veća plovila, Šibenik nije pogodan niti za promet kruzera, iako u njemu povremeno pristaju manji kruzeri. No, u Županiji je dobro razvijen izletnički promet brodovima, osobito u Kanalu sv. Ante (veza Šibenik - Mandalina - Šibenik - Banj - Martinska) i na relaciji od Skradina do Skradinskog buka u Nacionalnom parku Krka. Mnogo izletničkih brodova vozi i prema Kornatima iz Murtera, Vodica, Šibenika i drugih obalnih mjesta, a promet brodova odvija se i na Visovačkom jezeru i u kanjonu rijeke Krke u NP Krka.

**ZRAČNI PROMET:** Iako Šibenik nema vlastitu zračnu luku, njegova zračna povezanost sa svijetom razmjerno je dobra, zahvaljujući blizini zračnih luka Split i Zadar. Od Šibenika do zračne luke Split ima svega šezdesetak kilometara i četrdesetak minuta vožnje, a do zračne luke Zadar oko 75 kilometara i pedesetak minuta vožnje. Zahvaljujući poziciji između Zadra i Splita i ostali dijelovi šibenskog priobalja i veći dio zaleđa su od zračnih luka u Splitu i Zadru udaljeni manje od sat vožnje. No, veće korištenje zračnog prometa za Šibensko područje otežava nepostojanje izravnih veza javnog prometa od splitske i pogotovo zadarske zračne luke prema Šibeniku, Vodicama i ostalim mjestima u Županiji. Hrvatska vlada donijela je 2023. godine odluku o davanju suglasnosti za osnivanje društva s ograničenom odgovornošću za usluge u zračnom prometu za Zračnu luku Šibenik na lokaciji Pokrovnik. Realizacijom ovog projekta Šibenik bi dobio zračnu luku udaljenu od središta grada svega dvadeset kilometara, a još povoljniju vezu dobio bi Nacionalni park Krka smješten u njenoj neposrednoj blizini.

Kvalitetna komunalna infrastruktura osnova je kvalitete života lokalnog stanovništva, ali i uvjet za kvalitetu turističke ponude. Na njoj se dalje grade svi turistički sadržaji koji boravak u destinaciji čine cjelovitim. Budući da turistički dolasci u određenim dijelovima godine rade veliki pritisak na komunalnu infrastrukturu pitanje je kako osigurati njene dovoljne kapacitete i održavati je na način da pridonosi cjelokupnom razvoju. Pri tome je potrebno pratiti i implementirati nova tehnološka dostignuća, što je često financijski zahtjevno.

**ELEKTROENERGETSKA INFRASTRUKTURA:** Glavne točke napajanja električnom energijom u Županiji su lokacije u Bilicama, Drnišu i Kninu i na električnu mrežu priključena su gotovo sva kućanstva. Energija se dobiva iz pet hidroelektrana, šest vjetroelektrana i 18 solarnih elektrana. Električna mreža je, za sada, zadovoljavajuća, ali se zbog pritiska tijekom ljetne sezone predviđa povećanje učinkovitosti i to posebno

kroz energetska obnovu zgrada. U skladu s kretanjima u automobilskoj industriji previđa se i povećanje broja punionica za električne automobile.

**VODOOPSKRBA I ODVODNJA:** Sustav vodoopskrbe u Županiji čini više vodoopskrbnih sustava. Najveći je Vodovod i odvodnja d.o.o. iz Šibenika, a posebna komunalna poduzeća djeluju u Drnišu, Kninu, Biskupiji i Kijevu. Na sustav javne vodoopskrbe priključeno je 95 % stanovništva. Dok je u priobalju nešto bolja situacija lošija je u unutrašnjosti, odnosno, općinama u zaleđu. Osim toga, otoci Kaprije i Žirje još uvijek ne dobivaju vodu iz podvodnih cjevovoda. Međutim, u tijeku je projekt kojim će se Obonjan, Kaprije i Žirje spojiti na vodovodnu mrežu i kojim će se obnoviti cjevovod za otok Prvić. Županija je bogata vodama, ali problem u sušnim ljetnim mjesecima može nastati zbog zastarjele infrastrukture zbog koje dolazi do gubitka vode.

Stanje odvodnje u Županiji razmjerno je loše jer je tek dio stanovništva priključen na sustav javne odvodnje. Nešto je bolja situacija u gradu Šibeniku (oko 60 %) u odnosu na druge dijelove priobalja gdje je to tek oko trećine stanovnika. Otpadne vode iz kućanstva još se u trinaest jedinica lokalne samouprave tretiraju na neprimjeren način, odnosno, ispuštaju se izravno u prirodu. Za sada, postoji pet uređaja za pročišćavanje otpadnih voda i to u Šibeniku, Skradinu, Drnišu, Rogoznici i Golubiću kod Knina.

**GOSPODARENJE OTPADOM:** u Županiji sve jedinice lokalne samouprave imaju organizirano skupljanje otpada koji se zbrinjava u deset odlagališta komunalnog otpada. Međutim, još uvijek postoje i nelegalna odlagališta, a najveći dio njih zabilježen je na području gradova Šibenika, Knina i Skradina te općinama Promina i Unešić. U tijeku je izgradnja Županijskog centra za gospodarenje otpadom Bikarac pokraj Šibenika na koji bi se trebao odlagati otpad iz svih jedinica lokalnih samouprava u Županiji.

Gospodarenje otpadom svakako će zahtijevati značajna ulaganja jer se još uvijek mali dio otpada reciklira i zbrinjava na zadovoljavajući način. Dodatno je potrebno istaknuti kako je to važno i zbog činjenice da lijepi prostor i zaštićena priroda čine jednu od glavnih konkurentskih prednosti ove Županije.

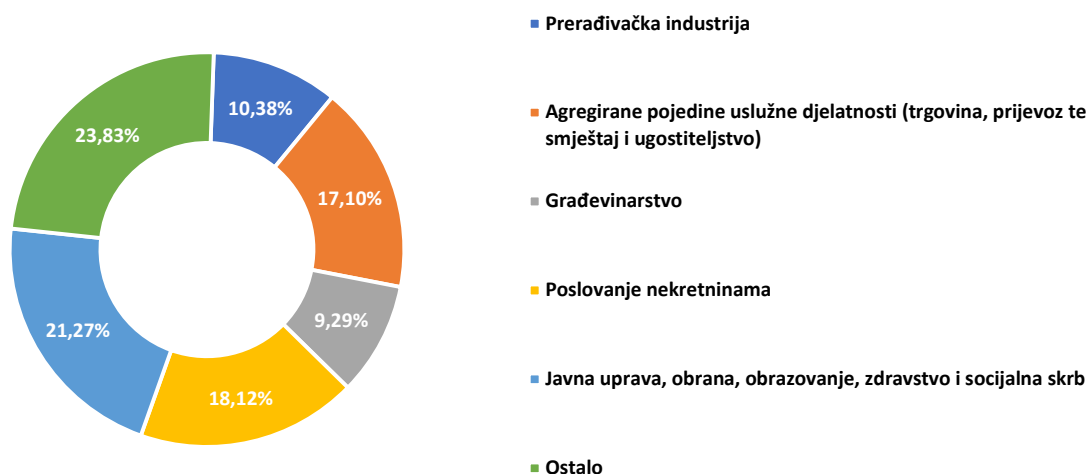
## 2.4. Obilježja gospodarstva

Sukladno izvještaju Financijske agencije FINA-e o poslovanju poduzetnika u 2023. godini, u Šibensko-kninskoj županiji je u 2023. godini poslovalo 3045 trgovačkih društava i obrtnika u sustavu poreza na dobit koji su zajedno ostvarili ukupnu dobit od 88,4 milijuna eura, što je povećanje za približno 18 % u slučaju njihovog broja i čak 228 % u slučaju njihove ostvarene dobiti u odnosu na 2019. godinu, tj. razdoblje prije pandemije bolesti COVID-19.

Po broju ljudi koje zapošljavaju i ukupno ostvarenim prihodima, Šibensko-kninska županija se nalazi na 18. mjestu među svim hrvatskim županijama uključujući i Grad Zagreb. Bolje je rangirana (9. mjesto) sukladno prosječnoj isplaćenju mjesečnoj neto plaći koja je u 2023. godini iznosila 939 eura.

Od najznačajnijih poduzetnika valja spomenuti tvrtku KNAUF iz Uzdolja, koja predstavlja regionalni centar multinacionalne kompanije za proizvodnju građevinskog materijala i građevinskih sustava, zatim tvrtku IMPOL-TLM iz Šibenika, koja se bavi preradom aluminijskih tvrtku JOLLY AUTO LINE iz Šibenika, koja se bavi trgovinom automobilima i motornim vozilima, tvrtku DJELO iz Ljubostina, čija je dominantna djelatnost trgovina te tvrtku SOLARIS iz Šibenika, koja se bavi ugostiteljstvom, odnosno hotelskim poslovanjem. Temeljem prikazanih činjenica, može se zaključiti da gospodarstvom Šibensko-kninske županije dominiraju prerađivačka industrija, trgovina i turizam te građevinarstvo u kombinaciji s poslovanjem nekretninama što potvrđuju i podaci Državnog zavoda za statistiku o ukupnoj ostvarenoj bruto dodanoj vrijednosti<sup>8</sup> svih poslovnih subjekata na području Šibensko-kninske županije. Struktura ukupno ostvarene bruto dodane vrijednosti Šibensko-kninske županije prikazana je na Slici 2.4.1.

Slika 2.4.1. Struktura bruto dodane vrijednosti Šibensko-kninske županije



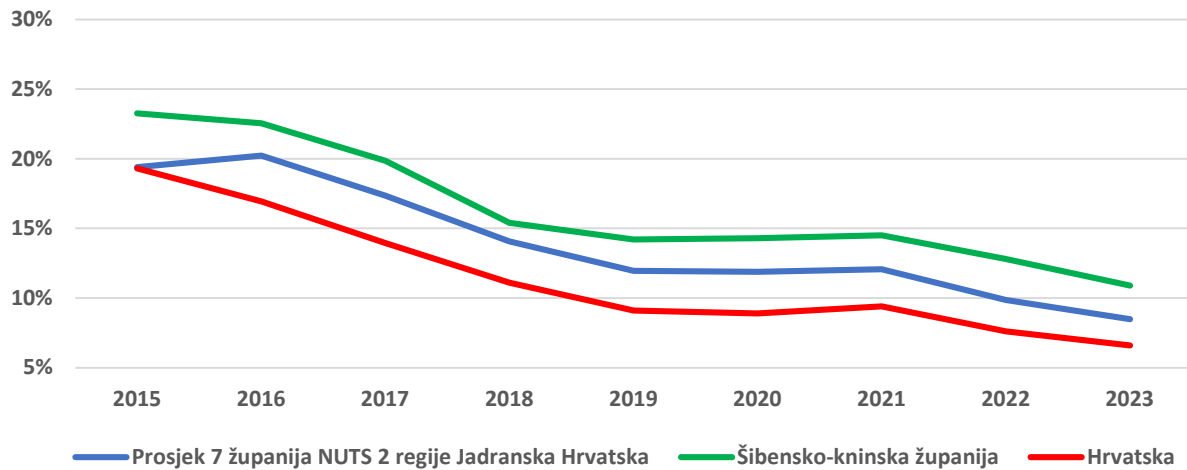
Izvor: Državni zavod za statistiku, obrada Institut za turizam, Zagreb

Sukladno podacima Državnog zavoda za statistiku, stopa registrirane nezaposlenosti u Šibensko-kninskoj županiji zadnjih je godina u padu te je u 2023. godini iznosila 10,9 % (Slika 2.4.2.). Valja međutim dodati da je s tom vrijednošću stopa registrirane nezaposlenosti u Šibensko-kninskoj županiji još uvijek veća, kako od prosječne stope registrirane nezaposlenosti sedam županija NUTS 2 regije

<sup>8</sup> Bruto dodana vrijednost je pokazatelj novonastale vrijednosti poslovanja, a predstavlja ukupnu proizvodnju umanjenu za međufaznu potrošnju.

Jadranska Hrvatska, tako i od stope registrirane nezaposlenosti u cijeloj Hrvatskoj koja konvergira razini od 6,5 %.

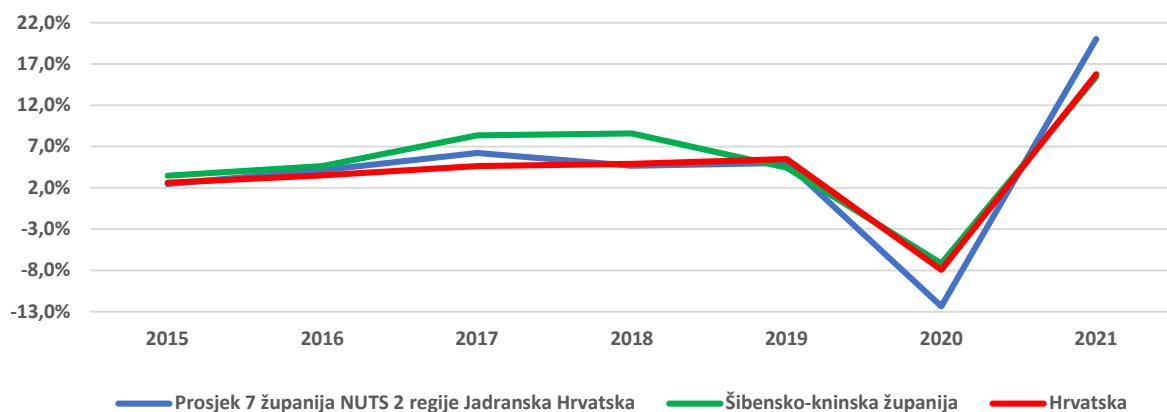
Slika 2.4.2. Kretanje stope registrirane nezaposlenosti u Šibensko-kninskoj i komparabilnim županijama te Hrvatskoj



Izvor: Državni zavod za statistiku, obrada Institut za turizam, Zagreb

Bruto domaći proizvod (BDP) Šibensko-kninske županije je u nekoliko zadnjih godina prije pandemije bolesti COVID-19 rastao po većoj stopi od prosječne stope rasta BDP-a sedam županija NUTS 2 regije Jadranska Hrvatska te je rastao brže i od nacionalnog BDP-a, odnosno BDP-a Republike Hrvatske (Slika 2.4.3.). U 2019. godini su se stope rasta gotovo izjednačile, dok se u prvoj godini pandemije dogodio značajan pad, kako nacionalnog, tako i županijskih bruto domaćih proizvoda. Valja međutim istaknuti da je pad BDP-a u Šibensko-kninskoj županiji bio značajno manji u odnosu na prosjek sedam županija NUTS 2 regije Jadranska Hrvatska, što se svakako može pripisati i relativno manjoj ovisnosti o ugostiteljstvu, odnosno, turizmu koji je u pandemijskom razdoblju zabilježio izuzetno značajan pad aktivnosti. U drugoj godini pandemije je vrlo snažan gospodarski rast u Šibensko-kninskoj županiji kao i u ostatku Hrvatske premašio stopu od 15 %.

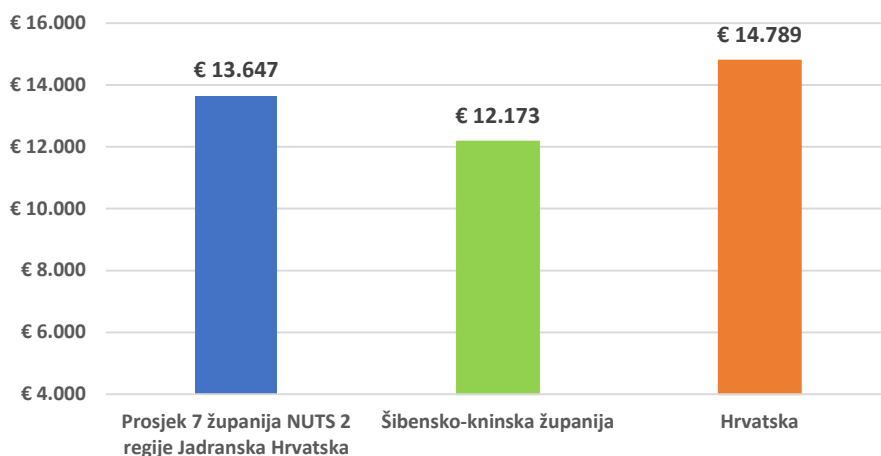
Slika 2.4.3. Kretanje stope rasta BDP-a Šibensko-kninske i komparabilnih županija te Hrvatske



Izvor: Državni zavod za statistiku, obrada Institut za turizam, Zagreb

Što se tiče temeljnog pokazatelja standarda života i razvitka, odnosno BDP-a po stanovniku, u Šibensko-kninskoj županiji je u 2021. godini iznosio 12.173 eura, što je niže od nacionalnog BDP-a po stanovniku, ali također i nešto niže od prosjeka sedam županija NUTS 2 regije Jadranska Hrvatska (Slika 2.4.4.).

Slika 2.4.4. BDP po stanovniku u Šibensko-kninskoj i komparabilnim županijama te Hrvatskoj



Izvor: Državni zavod za statistiku, obrada Institut za turizam, Zagreb

Prema pokazatelju društveno-gospodarskog razvitka koji objavljuje Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije, Šibensko-kninska županija se 2018. godine, odnosno u zadnjoj godini za koju su podaci službeno javno dostupni, nalazila na 12. mjestu među svim hrvatskim županijama, uključujući i Grad Zagreb, što je još uvijek svrstava u drugu razvojnu skupinu, odnosno u skupinu potpomognutih područja. Sukladno metodologiji tog pokazatelja, Šibensko-kninska županija se nalazi ipak blizu prosjeka Hrvatske po gotovo svim sastavnicama indeksa. Rezultat blago niži od prosjeka bilježi tek u kategoriji općeg kretanja stanovništva, ali znatnije viši od prosjeka, u kategoriji stupnja obrazovanja stanovništva.

Prema Indeksu gospodarske snage županija koji objavljuje Hrvatska gospodarska komora, Šibensko-kninska županija je u vrijeme prije pandemije bolesti COVID-19, odnosno u zadnjem razdoblju za koji su podaci javno dostupni, zauzimala 13. mjesto među svim hrvatskim županijama, uključujući i Grad Zagreb. Slabijem rezultatu su ponajviše pridonijele sastavnice indeksa koje se odnose na poslovne rezultate poduzetnika Šibensko-kninske županije, dok su nešto bolji rezultati zabilježeni u okviru tržišta rada. Unatoč trenutno srednjem stupnju društveno-gospodarske razvijenosti, Šibensko-kninska županija svakako posjeduje dostatne predispozicije za značajan gospodarski razvoj.

### 3. OBILJEŽJA TURISTIČKOG SEKTORA U ŠIBENSKO-KNINSKOJ ŽUPANIJI

#### 3.1. Turistički resursi i atrakcije

Turistička resursno-atraksijska osnova temelj je za formiranje turističkih proizvoda i motiviranje posjete mjesta. Šibensko-kninska županija raspolaže izuzetno bogatom resursno-atraksijskom osnovom, bilo da je riječ o prirodnoj baštini, spomenicima kulture ili i drugim antropogenim sadržajima. U ovom trenutku, uključuje više vrhunskih međunarodnih atrakcija dobro opremljenih za prihvat posjetitelja, kao i značajan broj onih koje su tek djelomično uređene, odnosno, obuhvaća i resurse koji usprkos svom potencijalu nisu u punoj turističkoj funkciji. U nastavku se daje sažeti prikaz turističke resursno-atraksijske osnove Županije:

Prirodna baština			
Domena	Resursi/Atrakcije	Privlačni potencijal	Turistička valorizacija
<b>Krajolik</b>	- <b>Obalni prostor</b> – 35 % površine Županije; izuzetno visoka razvedenost s mnoštvom otoka; ukupna duljina obalne crte je oko 970 km	- Vrlo visok	- Prostor Županije neravnomjerno je turistički valoriziran, od djelomično vrlo visoko, odnosno visoko saturirane obale do sporadično, čak, rijetko korištenog zaleđa
	- <b>Prostor zaleđa</b> – 65 % površine Županije; planinski i brdoviti predjeli; mnoštvo krških fenomena; velika polja (Petrovo polje i Miljevačka zaravan kod Drniša, Kosovo polje kod Knina) i značajne poljoprivredne površine (vino, masline, smokve, povrće, pršut, sir)	- Visok	
<b>Klima</b>	- Topla sredozemna klima, ljeti u prosjeku 26 °C, 100 vedrih dana u godini; na obali za stupanj viša temperatura, manje oborina i 120 vedrih dana godišnje; u unutrašnjosti niže temperature, nešto više oborina, manje od 100 vedrih dana u godini; najviši dijelovi gora, iznad 1.000 m imaju snijega - Područje nije izloženo jakim vjetrovima (za razliku od mnogih dijelova priobalja na Jadranu) - Kninska kotlina specifična po povremenim ekstremnim ljetnim vrućinama	- Vrlo visok	- Vrlo visoka valorizacija tople morske klime u ljetnoj ponudi kupanja i sunčanja - Vrlo niska valorizacija ljekovitih svojstava morske klime za ponudu <i>wellnessa</i> , talasoterapije i sl. - Niska valorizacija svježeg klime u zaleđu, posebice tijekom vrućih ljetnih mjeseci
<b>Obala i otoci</b>	- <b>Obala</b> – visoko razvedena, krškog karaktera, uglavnom kamenita, s brojnim šljunčanim i rijetkim pješčanim plažama; specifičnost je rijasko ušće rijeke Krke u more, odnosno duboko u kopno uvučen morski zaljev nastao potapanjem ušća zbog izdizanja obalne linije; obalna linija visoko je urbanizirana - <b>Otoci</b> – otočno područje uključuje 285 otoka, otočića i hridi, s Kornatima kao najgušćom otočnom skupinom europskog Sredozemlja; naseljeni otoci su Murter, Prvić, Zlarin, Kaprije, Krapanj, Žirje, Kornat; otok Krapanj je specifičan kao najmanji (0,4 km <sup>2</sup> ) i najniži (manje od 2 m) naseljeni otok na Jadranu; otok Obnjan s očuvanom prirodom; specifičnost je i koraljni greben između Prvića i Zlarina	- Vrlo visok	- Visoka turistička valorizacija naročito obale i bližih otoka u funkciji ljetnoga odmorišnog turizma - Visoka razina turističke izgrađenosti prostora mjestimično umanjuje njegove prirodne vrijednosti i ljepotu - Vrlo visoka sezonska koncentracija turističke aktivnosti mjestimično je u nesrazmjeru s kapacitetima komunalnog sustava
<b>Planine i gorja</b>	- Sjeverni dio Županije – <b>Dinara</b> (najviši planinski vrh u Hrvatskoj, Sinjal, 1.831 m/nm); <b>Poštak</b> (južni obronci planine, 1.251 m/nm); <b>Velebit</b> (krajnji istočni obronci planine, do 1.000 m/nm) - Središnji dio Županije – <b>Svilaja</b> (1.507 m/nm); <b>Promina</b> (1.147 m/nm) - Dio Županije bliži moru – brdovite značajke imaju <b>Mosec</b> (838 m/nm), <b>Boraja</b> (675 m/nm), <b>Trtar</b> (503 m/nm)	- Visok	- Srednja razina turističke valorizacije planinskog prostora za ponudu cijelog spektra sadržaja avanturističkog i aktivnog odmora
<b>Rijeke i jezera</b>	- <b>Krka</b> – teče središnjim dijelom Županije u smjeru sjever-jug (poput kraljevnice) povezujući njena dva najveća grada, od izvora kod Knina do ušća u Jadran kod Šibenika (73 km); ističe se kanjonima, slapovima (Bilušića buk, Brljan, Rošnjak, Manojlovac, Miljacka, Roški slap, Skradinski buk) i jezerima (Prokljansko, Visovačko); voda se iskorištava za hidroenergiju - <b>Čikola, Butižnica, Krčić, Guduča</b> – pritoke rijeke Krke; najdulja među njima je Čikola (46 km)	- Visok	- Visoka turistička valorizacija srednjeg toka rijeke Krke kroz, prije svega, ponudu NP Krka, kanjona rijeke Čikole te Vranskog jezera - Srednja razina turističke valorizacije gornjeg i donjeg toka Krke, uključujući Prokljansko jezero

Domena	Resursi/Atrakcije	Privlačni potencijal	Turistička valorizacija
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Cetina</b> – izvorišni dio (5 km) najdulje dalmatinske rijeke (općina Civoljane)</li> <li>- <b>Zrmanja</b> – dio toka (24 km), prolazi kroz općinu Ervenik</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Niska razina turističke valorizacije ostalih rijeka i jezera</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Vransko jezero</b> – neposredno uz obalu, najveće prirodno jezero u Hrvatskoj (30,7 km<sup>2</sup>), manjim dijelom (11 km obale) smješteno i na području ŠKŽ</li> <li>- <b>Prokljansko jezero</b> – u porječju Krke, drugo najveće jezero u Hrvatskoj (11,7 km<sup>2</sup>)</li> <li>- <b>Visovačko jezero</b> – u porječju Krke (7,9 km<sup>2</sup>), s otočićem Visovac, jedno od najljepših jezera u Hrvatskoj</li> <li>- <b>Brljansko jezero</b> – na gornjem toku Krke</li> <li>- <b>Šarena jezera</b> – okolica Knina, mijenjaju boju ovisno o poziciji Sunca</li> </ul>		
<b>Zaštićena prirodna baština</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Nacionalni park Krka</b> – nalazi se u središnjem dijelu Županije, obuhvaća gornji i srednji tok rijeke Krke (50 km) sa sedrenim slapovima (Bilušića buk, Brljan, Rošnjak, Manojlovac, Miljacka, Roški slap, Skradinski buk) i jezerima (Brljansko, Visovačko) te donji tok rijeke Čikole (3,5 km) s kanjonom i ušćem (109 m<sup>2</sup>); u sklopu NP-a vrijedna arheološka (Burnum, tvrđave Trošenj i Nečvem, Ključica, Ozidana pećina) i sakralna baština (Franjevački samostan Visovac, Pravoslavni manastir Krka), zanimljivi etnografski (mlinice) i tradicijski gospodarski objekti (hidroelektrana Jaruga); temeljni fenomen rijeke Krke su sedreni slapovi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vrlo visok</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visoka turistička valorizacija srednjeg toka rijeke Krke</li> <li>- Srednja razina turističke valorizacije gornjeg toka Krke i rijeke Čikole</li> <li>- Posjetiteljski centri (Laškovića, Visovačka kuća Kuželj i Eko kampus Puljani)</li> <li>- Rekreacija: biciklističke rute (388 km), pješačke staze (22), vidikovci (5), izleti brodom (3 rute), edukacijske radionice za djecu</li> <li>- Broj prodanih ulaznica: 1.008.842 (2023.), rast oko 37 % u odnosu na 2021.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Nacionalni park Kornati</b> – dio najgušće otočne skupine na europskom Sredozemlju, 89 otoka, otočića i hridi (217 km<sup>2</sup>); kopnom dominiraju krške tvorevine poput škrapa, jama i spilja, većinu vanjskih otoka karakteriziraju kornatske 'krune' (litice), dok se more i podmorje posebno ističu značajnim staništima morske cvjetnice, koralja i dobrih dupina; otoci nisu danas stalno naseljeni, prostor je najvećim dijelom u privatnom vlasništvu te se i dalje koristi pretežito u maslinarstvu i ovčarstvu, premrežen suhozidima</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vrlo visok</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visoka turistička valorizacija</li> <li>- Rekreacija: ACI marina Piškera, sidrišta na oko 80 bovi, jedrenje, ponuda izleta brodom, ronjenja, pješačkih i poučnih staza</li> <li>- Ugostiteljstvo: 20-ak restorana</li> <li>- Smještaj: 9 iznajmljivača obiteljskog smještaja</li> <li>- Kontrola sidrenja, zbrinjavanje otpadnih voda predstavljaju izazove</li> <li>- Broj posjetitelja: 193.665 (2023.), rast 20 % u odnosu na 2021.; procjenjuje se da je broj posjetitelja veći (oko 300.000 u 2023.)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Park prirode Velebit</b> – najveće zaštićeno područje u Hrvatskoj (2.200 km<sup>2</sup>) i UNESCO-ov rezervat Biosfere; mali dio u ŠKŽ, uključujući kanjon Zrmanje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visok (Dio u ŠKŽ)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Niska turistička valorizacija (dio u ŠKŽ)</li> </ul>

Domena	Resursi/Atrakcije	Privlačni potencijal	Turistička valorizacija
	– <b>Park prirode Dinara</b> – drugo najveće zaštićeno područje u Hrvatskoj (630 km <sup>2</sup> ), oko trećina se nalazi na području ŠKŽ, uključujući najviši planinski vrh u Hrvatskoj, Sinjal (1.831 m/nm), izvor rijeke Krke i vrela rijeke Cetine; Dinarski krš je najvrjednija prirodna cjelina krša na svijetu debljine do 8 km	– Visok (Dio u ŠKŽ)	– Niska turistička valorizacija (dio u ŠKŽ) – Rekreacija: ferata i penjalište, planinarenje, dio 'Plave staze' u sklopu međunarodnog planinarsko-pješačkog puta Via Dinarica
	– <b>Park prirode Vransko jezero</b> – najveće prirodno jezero u Hrvatskoj (57 km <sup>2</sup> ), jedinstveno močvarno područje u priobalju s prostranim tršćacima, važno stanište ptica i dijelom posebni ornitološki rezervat; manjim dijelom u ŠKŽ, uključujući važno močvarno područje i spoj jezera s morem	– Visok (Dio u ŠKŽ)	– Visoka turistička valorizacija (dio u ŠKŽ) – Infocentar Prosika – Rekreacija: poučne staze s interpretacijskim tablama, najam kajaka, ribolov, biciklističke staze (50 km) i najam bicikla, vođeni programi za posjetitelje
	– <b>Značajni krajobraz 'Rijeka Krka – gornji tok'</b> – obuhvaća tok rijeke Krke od izvora u podnožju Dinare do granica NP-a; stanište (ugrožene) vidre	– Visok	– Srednja turistička valorizacija – Rekreacija: pješačenje, brdski i cestovni biciklizam, kajaking
	– <b>Značajni krajobraz 'Vodeni tok i kanjon Čikole'</b> – obuhvaća 13 km kanjona, dubine i do 130 m, kao iznimnog krškog fenomena;	– Visok	– Visoka turistička valorizacija – Rekreacija: <i>zipline</i> poligon, tri zasebne linije povezuju suprotne strane kanjona, dužine 1,4 km; pješačenje, planinarenje, ferata <i>Čikola</i> , penjanje, kanjonig, brdski biciklizam
	– <b>Značajni krajobraz 'Rijeka Krka – donji tok'</b> – obuhvaća Prokljansko jezero i Kanal sv. Josipa, ušće Guduče i Skradin; iako Prokljan vizualno izgleda kao jezero, po fizikalno-kemijskim i biološkim karakteristikama to je more	– Visok	– Srednja turistička valorizacija – Rekreacija: pješačenje, plivanje, kajaking, <i>wind-surfing</i> , brdski i cestovni biciklizam
	– <b>Značajni krajobraz 'Gvozdеноvo – Kamenar'</b> – brda u neposrednom zaleđu Šibenika, nekada vinogradi i suhozidi, danas pretežito šuma alepskog bora	– Vrlo visok	– Srednja turistička valorizacija – Rekreacija: poučne staze, pješačenje, biciklizam; brojni vidikovci
	– <b>Značajni krajobraz 'Kanal – Luka'</b> – obuhvaća Šibenski zaljev i Kanal sv. Ante; kanal je prirodni fenomen, s brojnim rtovima i uvalama, dug oko 2,5 km i dubok do 42 m; najveća vrijednost prostora je klisurasta obala i šuma alepskog bora	– Vrlo visok	– Visoka turistička valorizacija – Posjetiteljski centar Kanal sv. Ante – Rekreacija: šetnica duž kanala; pješačenje, trčanje, biciklizam, <i>deep water soloing</i> , kajaking
	– <b>Značajni krajobraz 'Žuško-sitska otočna skupina'</b> – otočna skupina sjeverno od NP Kornata, 43 otoka, otočića i hridi; raskoš krškog reljefa	– Vrlo visok	– Srednja turistička valorizacija – Rekreacija: ACI marina Žut, jedrenje, plivanje, hodanje – Kontrola sidrenja, zbrinjavanje otpadnih voda predstavljaju izazove
	– <b>Spomenik prirode 'Stara straža'</b> – geološki spomenik prirode (dužina oko 30 i visina oko 5 m), s izraženim slojevima Zemljine kore; okolica Knina	– Srednji	– Niska turistička valorizacija

Izvori: www.dalmatiasibenik.hr; www.nprka.hr; www.np-kornati.hr; www.pp-velebit.hr; www.pp-vransko-jezero.hr; www.priroda-skz.hr; www.parkovihrvatske.hr;

Kulturna baština			
Domena	Resursi/Atrakcije	Privlačni potencijal	Turistička valorizacija
UNESCO-ova baština	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Katedrala sv. Jakova, Šibenik</b> – trobrodna bazilika (38x14 m), građena tijekom 105 godina (15. i 16. st.) obuhvaćajući gotički, gotičko-renesansni i renesansni stil; cijela građena od kamena prema principu utorenih ploča, s ikonografskim inovacijama poput friza od 74 glave što je sve čini jedinstvenom u europskim razmjerima; graditelji uključivali Jurja Dalmatinca i Nikolu Firentinca</li> </ul>	- Vrlo visok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visoka turistička valorizacija</li> <li>- Interpretacijski centar 'Civitas Sacra'; vođene ture</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Tvrđava sv. Nikole, Šibenik</b> – izgrađena u 16. stoljeću, jedna od najvećih pomorskih utvrda na istočnoj obali Jadrana i jedina na moru; dio UNESCO-ove nominacije 'Obrambeni sustavi Republike Venecije 16. i 17. stoljeća'</li> </ul>	- Visok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Srednja turistička valorizacija (u tijeku uređenje/obnova posjetiteljskih i ugostiteljskih sadržaja ispred tvrđave)</li> <li>- Organizirani posjet brodom, razgledavanje uz višejezični mobilni vodič</li> </ul>
Zaštićena arheološka baština	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oko 50 zaštićenih arheoloških spomenika, uključujući ostatke pretpovijesnih gradina, antičkih naselja, luka, građevina, ranosrednjovjekovnih crkava, lokacije brodoloma, itd. Od toga se ističu: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Bribirska glavica</b> – lokalitet nastanjen od pretpovijesti, preko liburnskog doba, rane i kasne antike, starohrvatske povijesti do srednjeg vijeka; u doba Šubića (13. i 14. st.) egzistira kao središte hrvatske države; okolica Skradina</li> <li>- <b>Danilo</b> – ostaci danilske kulture, iz doba neolitika (5. tisućljeće pr. K.), proširene na istočnoj obali Jadrana i poznate po umijeću oblikovanja glinenih posuda, kao i nalazi iz ilirskog i rimskog doba; okolica Šibenika</li> <li>- <b>Burnum</b> – ostaci rimskog vojnog logora, uključujući jedini očuvani vojni amfiteatar u Hrvatskoj; okolica Knina</li> </ul> </li> </ul>	- Srednji	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Niska razina turističke valorizacije na/uz lokalitete</li> <li>- Otkriveni predmeti čuvaju se u muzejima i zbirkama</li> </ul>
Važnija naselja i zaštićene kulturno-povijesne cjeline: Zaleđe	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Knin</b> – smješten u izuzetnom prirodnom okruženju planina i rijeka (uključujući Dinaru i izvore Krke i Cetine), na sjecištu povijesnih putova prema Dalmaciji; jedan od najstarijih gradova u Hrvatskoj, u srednjem vijeku prijestolnica hrvatskih kraljeva i hrvatskog biskupa; simbol oslobođenja Hrvatske u Domovinskom ratu <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Kninska tvrđava</b> – jedna od najvećih vojnih fortifikacija u Europi, s oko 2 km obrambenih zidova, visine do 20 m; podijeljena u pet dijelova: najstariji Kaštel Knin (9. st.), sjedište starohrvatske države i kraljeva, zatim Kaštel Lab, Garišta, Belveder i Donji grad</li> </ul> </li> </ul>	- Visok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Srednja razina turističke valorizacije</li> <li>- Kninska tvrđava uređena za posjećivanje, uključujući Kninski muzej, Interpretacijski centar s vinotekom, restoran</li> <li>- Rekreacija: cestovni i brdski biciklizam, zipline, planinarenje, ribolov, kanuing, jahanje</li> <li>- Kvaliteta smještaja i ugostiteljstva, opća uređenost mjesta predstavljaju izazov</li> </ul>

Domena	Resursi/Atrakcije	Privlačni potencijal	Turistička valorizacija
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Drniš</b> – smješten na rijeci Čikoli, između planina Promine i Moseća, nastao kao utvrda u 14. ili 15. st.; poznat kao kraj od kuda potječe kipar Ivan Meštrović dio čije ostavštine prezentiran u Gradu; područje također poznato po proizvodnji drniškog pršuta</li> <li>- <b>Otavice</b> – obiteljska kuća Meštrović</li> <li>- <b>Ružić</b> – crkva Presvetog Otkupitelja / mauzolej obitelji Meštrović; izgrađen prema projektu Ivana Meštrovića, masivan kvadratni kubus građen od autohtone vrste kamena, dominira u vizurama područja</li> </ul>	- Visok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Srednja razina turističke valorizacije</li> <li>- Rekreacija: cestovni i brdski biciklizam, planinarenje, slobodno penjanje, <i>zipline</i> (kanjon Čikole), jahanje</li> <li>- Ponuda drniške gastronomije (pršut, ovčji sir 'iz mišine', arambašiči, jela ispod peke) dostupna u 10-ak restorana, seoskih domaćinstava i izletišta u Drnišu i okolici</li> <li>- Ograničena ponuda smještaja</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Skradin</b> – smješten na obali rijeke Krke, na samom ulazu u NP Krka; jedno od središta rimske provincije Dalmacije; među najstarijim hrvatskim gradovima; posebno obilježen bibrskim knezovima Šubićima; današnji izgled s uskim, kamenim ulicama s prolazima i voltama te šarenim fasadama duguje tipičnome srednjovjekovnom graditeljstvu u dalmatinskim urbanim cjelinama, odnosno utjecajima venecijanskog stila</li> </ul>	- Vrlo visok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visoka turistička valorizacija</li> <li>- Jedan od dva najvažnija ulaza u Nacionalni park Krka</li> <li>- Rekreacija: ACI marina Skradin; cestovni i brdski biciklizam, pješačenje, kanuing i kajaking, ronjenje, plivanje</li> <li>- Ponuda skradinske gastronomije (skradinski rižot, brudet od jegulja, pržene čokalice, skradinska torta, rakije) u 20-ak restorana i konoba u Skradinu i okolici</li> <li>- Smještaj: hoteli (3), manji kampovi (2), pretežito smještaj u domaćinstvu</li> </ul>
<b>Važnija naselja i zaštićene kulturno-povijesne cjeline: Obala</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Pirovac</b> – smješten nadomak PP Vransko jezero, u Pirovačkom zaljevu (unutar kojeg je more toplije od prosjeka Jadrana); povijesna jezgra mjesta nastala na umjetnom otočiću nasutom radi obrane od Turaka u srednjem vijeku; posebnost mjesta je dugi niz šljunčanih i pješčanih plaža, također kvalitetan ljekoviti peloid u južnom dijelu zaljeva</li> </ul>	- Visok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visoka turistička valorizacija</li> <li>- Rekreacija: biciklizam, pješačenje, kupanje, sportovi na vodi, <i>big game fishing</i></li> <li>- Ugostiteljstvo: 15-ak restorana, konoba, seljačko domaćinstvo; također kušaonica maslinovog ulja, vina</li> <li>- Smještaj: hotel (1), pansioni (2), kampovi (9), pretežito smještaj u domaćinstvu</li> <li>- Visoka turistička izgrađenost obalnog prostora uz depopulaciju povijesne jezgre</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Tisno</b> – smješteno dijelom na otoku Murteru, dijelom na kopnu, s time da je originalno naselje nastalo u srednjem vijeku na otoku kao prebježište od Turaka, a tek se u 18. st. širi na kopno i gradi se most koji spaja dva dijela; povijesna jezgra ima karakteristike ruralnog otočkog naselja, uz nekoliko građanskih vila koje su sagradili doseljenici iz Italije; posebnost mjesta su cjeloljetni festivali u Garden Resortu</li> </ul>	- Visok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visoka turistička valorizacija</li> <li>- Rekreacija: biciklizam, pješačenje, kupanje, ronjenje (uključujući edukativnu pomorsku stazu za ronjenje na dah), jedrenje</li> <li>- Ugostiteljstvo: 12-ak restorana</li> <li>- Smještaj: hoteli (3), kampovi (3), pretežito smještaj u domaćinstvu</li> </ul>

Domena	Resursi/Atrakcije	Privlačni potencijal	Turistička valorizacija
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Tribunj</b> – mjesto se u srednjem vijeku, u vrijeme napada Turaka, proširilo s kopna na otočić s kaštelom opasanim zidinama, a koji danas čini slikovitu povijesnu jezgru zbitih kamenih kuća i uskih ulica; zadnjih desetljeća okrenut turizmu, Tribunj je i dalje prepoznatljiv po ribarstvu i maslinarstvu; specifičnost mjesta je godišnja utrka magaraca te projekt 'Edukacijski centar dalmatinskog magarca' na obližnjem otoku Logorunu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vrlo visok</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visoka turistička izgrađenost obalnog prostora uz depopulaciju povijesne jezgre</li> <li>- Visoka turistička valorizacija</li> <li>- Rekreacija: Marina D-Marin Tribunj, jedrenje, kupanje, biciklizam, pješačenje (u zaleđu staza 'Maslini puti' kroz maslinike i vinograde, sa suhozidima i bunjama)</li> <li>- Ugostiteljstvo: 15-ak restorana, konoba, <i>pizzerija</i></li> <li>- Smještaj: hoteli (3), kampovi (1), pretežito smještaj u domaćinstvu</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Vodice</b> – smještene u širokom zaljevu, s povijesnom jezgrom vrlo uskih ulica kako bi se lakše branilo od turskih napada te sa zaleđem plodnih polja prirodno dobro opskrbljenih vodom (Vodice su do kraja 19. st. izvozile vodu) gdje su se uzgajale višnje maraske, masline i vinova loza; danas najveće turističko središte Županije i jedno od najpopularnijih ljetovališta u Hrvatskoj; posebno prepoznatljivi po plesnoj klupskoj sceni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vrlo visok</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vrlo visoka razina turističke valorizacije</li> <li>- Rekreacija: ACI marina Vodice, jedrenje, kajaking, ronjenje, kupanje, biciklizam, pješačenje</li> <li>- Zdravstveni turizam: dental (3), <i>wellness-centri</i> (2), zanimljiv besplatan program za '<i>Outdoor spa by Vodice</i>'</li> <li>- Kongresni turizam: kongresi, seminari (4 lokacije), <i>team building</i></li> <li>- Ugostiteljstvo i klubovi: konoba Tri piruna, Michelin preporuka; 60-ak restorana, konoba, bistroa i <i>pizzerija</i>; kušaonice maslinovog ulja, vina, pršuta, proizvoda lokalnih OPG-ova (med, bademi); gastrodogađanja; klubovi (4)</li> <li>- Smještaj: hoteli (13), kampovi (10), pretežito smještaj u domaćinstvu</li> <li>- Vrlo zanimljiv program podizanja kvalitete ponude: '<i>Inspirirano Faustom</i>'</li> <li>- Visoka turistička izgrađenost obalnog prostora uz depopulaciju povijesne jezgre</li> </ul>

<p>- <b>Šibenik</b> – smješten na ušću rijeke Krke u Jadransko more, u izuzetnom prirodnom okruženju što ga tvore Kanal sv. Ante i Šibenski zaljev (zaštićeni kao značajni krajobrazi); najstariji samorodni hrvatski grad na Jadranskoj obali, vezan uz dolazak Hrvata na Jadran u 9. ili 10. st., prvi put se spominje 1066. u ispravi kralja Petra Krešimira; povijesna jezgra ističe se kao primjer srednjovjekovne urbanizacije, tvrđavama (sv. Ivan, sv. Mihovil, Barone) i dvostrukim gradskim bedemom u funkciji obrane od turskih napada, palačama (Biskupska, Kneževa, Velika loža) i plemićkim kućama te brojnim sakralnim objektima, ponajprije katedralom sv. Jakova (UNESCO-ova baština); grad je među rijetkima u svjetskim razmjerima kao baštinik dva UNESCO-ova spomenika (katedrala i tvrđava sv. Nikole)</p>	<p>- Vrlo visok</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visoka razina turističke valorizacije</li> <li>- Stanovitu atrakciju čine i mjesta koja se nalaze u području grada: Grebaštica, Žaborići, Brodarica, Zablaće, Zaton i Raslina</li> <li>- U smislu razvoja aktivnog turizma i gastronomije značajnu ulogu imaju: Dubrava sa Sokolarskim centrom, Lozovac s ulazom u Nacionalni park Krka, Konjevrate, Danilo i ostala naselja u zaleđu koja administrativno pripadaju Šibeniku, kao i ona na otocima</li> <li>- Ponuda kulture: vođeni obilasci znamenitosti, Interpretacijski centar 'Civitas Sacra', pozornice na tvrđavama sv. Mihovila i Barone, Kuća umjetnosti Arsen</li> <li>- Rekreacija: Marina D-Marin, Mandalina i Marina Solaris, jedrenje, kupanje, ronjenje, kajaking, biciklizam, <i>bungee jumping</i></li> <li>- Zdravstveni turizam: <i>wellness</i>-centri (2)</li> <li>- Kongresni turizam: Više lokacija</li> <li>- Edukacijski turizam: Kampus u tvrđavi sv. Ivana (kreativna industrija); Trokut NEET (IT)</li> <li>- Ugostiteljstvo: Restoran Pelegrini, Michelin zvjezdica; oko 35 restorana, konoba i <i>pizzerija</i>; 'Alternativni gastrovodič'; Projekt/brend 'Marenda'</li> <li>- Smještaj: hoteli (16), hosteli (10), kampovi (6), pretežito smještaj u domaćinstvu</li> <li>- Proces depopulacije povijesne jezgre</li> </ul>
<p>- <b>Primošten</b> – mjesto osnovano krajem 15. st. na otočiću neposredno uz obalu kao sklonište stanovništva obalnih naselja od napada Turaka; do sredine 20. st. poljoprivredna i stočarska zajednica, vinogradarstvo održano, specifično nasadi 'babića' uz more; od 1960-tih počinje nagli razvoj turizma, gradnjom kampa, hotela i marine; s povijesnom jezgrom tradicijskih kamenih kuća i okolnim šljunčanim plažama, jedno je od najslikovitijih turističkih odredišta na Jadranu</p>	<p>- Vrlo visok</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visoka razina turističke valorizacije</li> <li>- Rekreacija: Marina Kremik, jedrenje, ronjenje, kupanje, biciklizam</li> <li>- Ugostiteljstvo: 40-ak restorana, konoba i <i>pizzerija</i></li> <li>- Smještaj: hoteli (3), kampovi (3), pretežito smještaj u domaćinstvu (dva glavna hotela su godinama zatvorena i u</li> </ul>

		<p>ruševnom stanju, a trećem snižena kategorija)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Visoka turistička izgrađenost obalnog prostora uz depopulaciju povijesne jezgre</li> <li>- Visoka turistička valorizacija</li> <li>- Rekreacija: Marina Frapa (15 puta nagrađivana kao najbolja na Jadranu), jedrenje, ronjenje, plivanje, biciklizam</li> <li>- Ugostiteljstvo: 15-ak restorana i konoba, sushi-bar</li> <li>- Smještaj: hoteli (4), kamp (1), pretežito smještaj u domaćinstvu</li> <li>- Vrlo visoka izgrađenost obalnog prostora uz depopulaciju povijesne jezgre</li> </ul>
	- <b>Rogoznica</b> – mjesto smješteno na sredini Jadrana, u dubokoj uvali i prirodno zaštićenoj luci, uz 50-ak km izuzetno razvedene obale; nastalo u srednjem vijeku spajanjem obalnog naselja i otočića na kojem je stanovništvo tražilo zaklon od turskih napada; do danas su se u središtu, na poluotoku zadržale stare kamene kuće i duga riva tipični za mediteranska mjesta; stanovništvo se uglavnom bavi turizmom, ribarstvom i obradom zemlje; specifičnost mjesta je jezero Zmajevo oko, duboko usječeno u krške stijene, ispunjeno morskom vodom i povezano s morem	- Visok
<b>Otoci/otočka naselja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Otok Murter</b> – najveći i najnapučeniji otok šibenskog arhipelaga; mostom spojen s kopnom</li> <li>- <b>Murter</b> – najveće od naselja na otoku, razvilo se na antičkim temeljima, danas prezentiranim u sklopu arheološkog parka; povijesna jezgra organizirana duž središnje ulice, s kamenim kućama orijentiranim prema ulici i s vrtovima u pozadini te oko trga i rive; na brežuljku iznad mjesta crkva sv. Roka i lijep vidikovac</li> <li>- <b>Betina</b> – srednjovjekovno naselje, intenzivnije ga naseljava u 15. i 16. st. stanovništvo Vrane sklanjajući se pred turskim napadima; slikovita i očuvana povijesna jezgra sa zbijenim kućama i mrežom kamenih uličica koje se zrakasto šire s vrha brda kojim dominira crkva sv. Franje Asiškog; mjesto specifično po tradiciji brodogradnje održanoj do danas, posebno po 'Betinskoj gajeti' (čvrsti težački brod s latinskim jedrom) koja je još uvijek u upotrebi</li> <li>- <b>Jezera</b> – mjesto uvučeno u zaljev i zaštićeno od vjetrova, nastanjeno od doba Ilira, tradicionalno mjesto pomoraca, ronioaca i ribara, danas ponajviše okrenuto turizmu</li> </ul>	- Vrlo visok
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Otok Prvić</b> – naziva se ga se 'Faustovim otokom' (ovdje živio i pokopan Faust Vrančić); dva naselja: Prvić Šepurine i Prvić Luka; značajnije naseljavan u srednjem vijeku bijegom stanovnika s obale (iz obližnjih Vodica i Srime) u strahu od Turaka, da bi u 16. st. postalo pomodno odredište imućnih šibenskih obitelji koje ovdje grade ljetnikovce; tipična dalmatinska mjesta, kamene ulice i kamene kuće</li> </ul>	- Vrlo visok
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Srednja turistička valorizacija</li> <li>- Memorijalni centar Faust Vrančić (Prvić Luka)</li> <li>- Rekreacija: kupanje, kajaking, biciklizam, pješačenje</li> <li>- Ugostiteljstvo: 10-ak restorana, konoba i <i>pizzerija</i></li> <li>- Smještaj: hotel (1), kamp (1), pretežito smještaj u domaćinstvu</li> </ul>

<p>– <b>Otok Zlarin</b> – 'otok koralja', koraljarstvo je specifično kulturno nasljeđe otoka; smješten 'ispred' Šibenika, kroz povijest je imao ulogu čuvara ulaza u Kanal sv. Ante i čuvara Šibenika; poznat i kao 'zeleni otok' zbog obilja vegetacije i maslina te zbog zabrane motornih vozila na otoku; otok bez plastike</p>	<p>– Vrlo visok</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Srednja turistička valorizacija</li> <li>– Hrvatski centar koralja</li> <li>– Rekreacija: jedrenje, kupanje, kajaking, slobodno penjanje, pješačenje, biciklizam</li> <li>– Ugostiteljstvo: 4 konobe, restorana i <i>pizzerija</i></li> <li>– Smještaj: isključivo smještaj u domaćinstvu</li> </ul>
<p>– <b>Otok Kaprije</b> – 'otok kapara, maslina i vinove loze' (dobio ime po kaparima); smješten u središtu šibenskog arhipelaga, kroz povijest bio u vlasništvu šibenskih plemenitaških obitelji, značajnije naseljavanje potiču izbjeglice s kopna uslijed turskih napada; danas samo jedno naselje; na otoku nema motornih vozila; popularno nautičko odredište</p>	<p>– Visok</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Niska turistička valorizacija</li> <li>– Rekreacija: jedrenje, kupanje, pješačenje</li> <li>– Ugostiteljstvo: nekoliko restorana (u uvalama, do nekih pristup samo brodom)</li> <li>– Smještaj: isključivo smještaj u domaćinstvu</li> </ul>
<p>– <b>Otok Žirje</b> – jedini trajno naseljen među pučinskim otocima šibenskog arhipelaga; zbog položaja imao je kroz povijest ulogu predstraže, od Bizanta (tvrđave Gradina i Gušterna, 6. st.), preko mletačke i austro-ugarske vlasti, kroz 2. svjetski rat i u Domovinskom ratu (tri napuštene i devastirane vojane); uzgajaju se masline, smokva, vinova loza, ali i šljive i bademi; razvedeni suhozidi istaknuti su pejzažni motiv</p>	<p>– Visok</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Niska turistička valorizacija</li> <li>– Rekreacija: jedrenje, kupanje, pješačenje</li> <li>– Ugostiteljstvo: nekoliko restorana (neki u uvalama, pristup samo brodom)</li> <li>– Smještaj: isključivo smještaj u domaćinstvu</li> </ul>
<p>– <b>Otok Obonjan</b> – nenastanjeni otok kojeg su 1970.-ih izviđači u omladinskim radnim akcijama pretvorili u otok za ljetovanje; otok na kojem se nalazi <i>glamping</i>-kamp 'Obonjan island resort'</p>	<p>– Visok</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Visoka turistička valorizacija</li> <li>– Rekreacija: kupanje, sportovi na vodi, <i>wellness</i>, dječji klub</li> <li>– Ugostiteljstvo: nekoliko restorana i barova</li> <li>– Smještaj: <i>glamping</i> šatori i mobilne kućice</li> </ul>
<p>– <b>Krapanj</b> – 'otok spužvi', najniži (do 1,25 m) i najmanji (oko 0,5 km<sup>2</sup>) naseljeni otok na Jadranu; kroz povijest pripadao je šibenskom Kaptolu, plemićkim obiteljima, franjevcima, dalmatinskoj provinciji sv. Jeronima; veća doseljavanja počinju u srednjem vijeku potaknuta turskim prodorima na kopnu; središte čini naselje pretežiti kamenih kuća i uskih kamenih ulica tipičnih za Dalmaciju, a izdvaja se samostan i crkva sv. Križa okružena stoljetnom borovom šumom; tradicija ronilaštva, spužarstva (pogon za preradu spužve), ribarstva i maslinarstva; na otoku nema motornih vozila</p>	<p>– Visok</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Visoka turistička valorizacija</li> <li>– Muzej i uljara sv. Lovre iz 1584.</li> <li>– Muzej ronilaštva (privatna zbirka)</li> <li>– Galerija spužava i suvenirnica (privatna zbirka)</li> <li>– Rekreacija: kupanje, ronjenje, pješačenje, biciklizam</li> <li>– Ugostiteljstvo: nekoliko restorana, konoba, <i>pizzerija</i></li> <li>– Smještaj: hotel (1), pretežito smještaj u domaćinstvu</li> </ul>

**Kultura života i rada**

<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Gastronomska tradicija</b></li> <li>- <b>Dvije karakteristične kuhinje</b> - u kontinentalnom dijelu dominiraju jela od mesa (npr. ispod peke, drniški pršut, kobasice, janjetina s ražnja), poznat je sir iz mišine, prepoznatljiva je 'skradinska kuhinja' (npr. skradinski rižot, brudet od jegulja, pržene čokalice, skradinska torta, rakije), lokalna vina su debit i maraština (bijela) i lasina i plavina (crna); na obali i otocima tipična je mediteranska kuhinja temeljena na ribi, školjkama, maslinovom ulju i povrću (npr. riba na gradele, dagnje na buzaru, brudet, rižota s plodovima mora, lokalna vina su pošip (bijelo), babić (crno))</li> <li>- <b>Značajan broj vinara</b> – 30-ak vinarija; posebice područja Šibenika, Promine, Skradina i Primoštena; primjetan iskorak u kvaliteti vina i prezentacije</li> <li>- <b>Značajan broj OPG-ova</b> – 30-ak proizvođača maslina, povrća, voća, sira i meda; posebice područja Šibenika, Vodica i Drniša; Osnovan 'Ruralni poduzetnički inkubator' (Kistanje), proizvodna oprema za OPG-ove (prerada, hladnjača, pakiranje, kuhinja)</li> <li>- <b>Uzgoj školjki i ribe</b> - 15-ak uzgajivača pretežito dagnji, kamenica, brancina, orada; posebice u Šibenskom kanalu / ušće rijeke Krke</li> </ul>	<p>- Vrlo visok</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Srednja razina turističke valorizacije</li> <li>- Visoko razvijena ugostiteljska ponuda na obali (kao 'gastropunktove' moguće izdvojiti Skradin, Šibenik, Murter-Korante), srednje razvijena do nisko razvijena na otocima, u ostalim ruralnim i brdsko/planinskim predjelima</li> <li>- Razina zadovoljstva gostiju s gastroponudom u mjestu: 'vrlo visoka'</li> <li>- Michelin: Pelegrini, Šibenik (1*); Boba, Murter, Tri piruna, Vodice, Konoba Vinko, Konjevrti (preporuka)</li> <li>- Pokrenuti projekti (TZŠKŽ): <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tematske turističke rute: Vinska ruta, Ruta maslinovog ulja, Ruta pršuta i sira</li> <li>- <i>Labelling</i> restorana: <i>Dalmatia Šibenik Gourmet</i> i <i>Dalmatia Šibenik Food</i></li> </ul> </li> <li>- Manifestacije: 'Dani otvorenih kušaonica' (vino); 'Marenda'; 'Pidoća i debit se vole' – ponuda marende i vina, radionice, gastroture, 6 puta godišnje</li> <li>- Mogućnost kupnje lokalnih proizvoda je relativno ograničena</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Umijeće suhozidne gradnje</b> – umijeće izrade konstrukcija (ograda, zidova, bunja) od nimalo ili minimalno obrađenog kamena bez upotrebe vezivnog materijala; UNESCO-ova baština; posebno se ističe otočić Bavljenac kod Kaprija s jednom od najvećih koncentracija suhozida u krajoliku na Jadranu</li> </ul>	<p>- Visok</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Niska turistička valorizacija</li> <li>- Nedostatak turističke interpretacije</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Umijeće gradnje betinske gajete</b> – čvrsti drveni brod, 5 – 8 m dug i 2 - 2,6 m širok, na latinska jedra; služio za prijevoz tereta na obalu i druge otoke; Udruga betinska gajeta 1740.; tradicija se i dalje prenosi u sklopu srednjoškolskog obrazovanja</li> </ul>	<p>- Visok</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vrlo visoka turistička valorizacija</li> <li>- Muzej betinske drvene brodogradnje, Betina: redovno radno vrijeme (prilagođeno turističkoj sezoni), audiovodič, stručno vodstvo, radionice, plovidba gajetom; dio muzeja na otvorenom</li> <li>- Regata 'Za dušu i tilo' – godišnja regata drvenih brodova; regata 'Latinsko idro' u Murteru</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Umijeće koraljarstva</b> – kulturno nasljeđe i posebnost otoka Zlarina; RH danas ograničava eksploataciju crvenog koralja (uz koncesiju, vrijeme lova), no, vrsta je ugrožena radi ilegalnog izlova</li> </ul>	<p>- Vrlo visok</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visoka turistička valorizacija</li> <li>- Hrvatski centar koralja, Zlarin: redovno radno vrijeme, stručno vodstvo, radionice</li> <li>- Mogućnost kupnje suvenira ili nakita vezanih uz tradiciju koraljarstva (izvan Centra) vrlo je ograničena</li> </ul>

- <b>Umijeće sokolarenja</b> – drevna vještina lova sa sokolom	- Visok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visoka turistička valorizacija</li> <li>- Sokolarski centar, Dubrava pored Šibenika: redovno radno vrijeme, vođeni obilasci za grupe i individualne posjetitelje</li> </ul>
- <b>Umijeće spužarstva</b> – kulturno nasljeđe i posebnost otoka Krapnja; tradicija održana do danas, podrazumijeva izvrsne ronilačke vještine	- Srednji	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Srednja turistička valorizacija</li> <li>- Muzej ronilaštva: u sklopu hotela izložena stara ronilačka oprema</li> <li>- Galerija spužvi s trgovinom</li> <li>- Mogućnost kupnje spužvi izvan Krapnja je ograničena</li> </ul>
- <b>Drniški susak</b> – izrada tradicionalne posude od aromatičnog smrekova drva iz kojeg se nekada pilo vino	- Srednji	- Niska turistička valorizacija
- <b>Vodičke žudije – posebnost obilježavanja Uskrsa</b> – momci odjeveni u odore rimskih vojnika uprizoruju njihovu ulogu u Isusovoj mudri tijekom Velikog tjedna	- Srednji	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Srednja turistička valorizacija</li> <li>- Tradicija održavanja više od 100 godina</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Umijeće tradicijskog ručnog rada</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Šibenska kapa</b> – zaštitni znak Šibenika, uz manje promjene izrađuje se od prapovijesnog ilirsko-japodskog razdoblja do danas</li> <li>- <b>Ukrasni vez građa/četverokuka</b> – vezeni ukras ženske i muške nošnje, rasprostranjen na zapadnim Dinaridima, tradicija se čuva kroz radionice muzeja i udruga</li> <li>- <b>Čipka</b> – na području Primoštena i Rogoznice, izrada održana kroz tečajeve 'Udruga primoštenskih čipkarica Pekljica'</li> <li>- <b>Jezerske ogrice</b> – tipično za Jezera (otok Murter), aplikacija od šarenih staklenih perlica kojom se ukrašava ženska košulja, izrada očuvana kroz radionice KUD-a Koledišće u Jezerima</li> <li>- <b>Šibenski botun</b> – nakit koji se izrađuje u tehnici filigrana; jedan od najoriginalnijih hrvatskih suvenira</li> </ul> </li> </ul>	- Srednji	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Niska turistička valorizacija</li> <li>- S izuzetkom šibenske kape, artefakti uglavnom slabo javno prezentirani, s ograničenom mogućnosti kupnje</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Tradicija glazbe/pjevanja</b></li> <li>- <b>Tradicijski glazbeni izričaji</b> – klapsko pjevanje (tradicijsko višeglasno pjevanje bez pratnje instrumenata duž Jadrana, UNESCO-ova baština); ojkanje (posebni način pjevanja 'iz grla', tradicija Dalmatinskog zaleđa, UNESCO-ova baština); starinsko pjevanje šibenskih otoka i primorja (više varijacija jednoglasnog i dvoglasnog pjevanja)</li> <li>- <b>Zabavna glazba</b> – ikone hrvatske zabavne glazbe rođene u Šibeniku: Vice Vukov, Arsen Dedić i Mišo Kovač</li> <li>- <b>Glazbena produkcija 'u duhu tradicije'</b> – Tjedne klapske večeri (Šibenik), Večeri dalmatinske šansone (Šibenik)</li> <li>- <b>Moderna glazbena produkcija</b> – Seasplash Festival (Šibenik), Seasound Festival (Šibenik), SHIP (Šibenik), Regius Festival (Šibenik), Membrain Festival (Šibenik), Ljetni festivali u Garden Resortu (Tisno), Program Tvrđave kulture, Vodice Jazz &amp; Blues Festival</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visok</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visoka turistička valorizacija</li> <li>- Niz glazbenih događanja pretežito tijekom ljeta i na obali, velikim dijelom u Šibeniku i to na 'posebnim' lokacijama poput: tvrđava sv. Mihovila, Azimut, Kuća umjetnosti Arsen, Tunel, Jadrija</li> </ul>
<p><b>Važnije manifestacije</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Međunarodni dječji festival (Šibenik)</b> – jedna od najvećih svjetskih manifestacija namijenjenih djeci; sadrži cijeli niz programa (npr. drama, lutkarstvo, ples, glazba, film) i radionica</li> <li>- <b>Tribunjske magareće trke (Tribunj)</b> – priredba folklornog karaktera, zadatak je oprčati gradsku povijesnu jezgru na magarcu</li> <li>- <b>Festival Papandopulijane (Tribunj)</b> – festival glazbe, kazališta, plesa i filma</li> <li>- <b>Primoštenske užance (Primošten)</b> – kulturna etnomanifestacija</li> <li>- <b>Murterski pir (Murter)</b> – stari svadbeni običaj</li> <li>- <b>Bakanalije (Vodice)</b> – održavaju se dva puta godišnje na arheološkom lokalitetu Velika Mrdakovica</li> <li>- <b>Burnumbske ide (NP Krka)</b> – predstava uprizorenja vladavine rimskim careva</li> <li>- <b>Adventura (Šibenik)</b> – kulturno-zabavni program s brojnim događanjima u vrijeme Adventa</li> <li>- <b>Regata Kornati kup (Murter)</b> – međunarodna jedriličarska regata</li> <li>- <b>Regata Latinsko idro (Murter)</b> – regata u Murteru s ciljem promicanja vrijednosti drvenog broda i tradicionalnih načina plovidbe</li> <li>- <b>Regata Vodice – Jabuka – Vodice</b> – poznata po noćnom startu i dugotrajnom jedrenju</li> <li>- <b>Regata Burtiž (Prvić Šepurine)</b> – posvećena vještini jedrenja latinskim jedrom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Srednji</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visoka turistička valorizacija</li> <li>- MDF – 64. (2024.)</li> <li>- Tribunjske magareće trke – 57. (2024.)</li> <li>- Festival Papandopulijane – 12. (2024.)</li> <li>- Regata Kornati kup – tradicija preko 30 godina</li> <li>- Regata Latinsko idro – 27. (2024.)</li> <li>- Razina zadovoljstva gostiju s događanjima i manifestacijama: 'visoka'</li> </ul>

Izvori: Internetske stranice sustava turističkih zajednica; Internetske stranice gradova i općina; [www.registar.kulturnadobra.hr](http://www.registar.kulturnadobra.hr); [www.fortressofknin.hr](http://www.fortressofknin.hr); [www.kucaarsen.hr](http://www.kucaarsen.hr); [www.mc-faustvrancic.com](http://www.mc-faustvrancic.com); [www.hckz.hr](http://www.hckz.hr); [www.mbdb.hr](http://www.mbdb.hr); [www.betinskagajeta1740.hr](http://www.betinskagajeta1740.hr); [www.aquasub.net](http://www.aquasub.net); [www.mdf-sibenik.com](http://www.mdf-sibenik.com); Institut za turizam (2023), *TOMAS Hrvatska 2022/23*, Zagreb

Domena	Resursi/Atrakcije	Privlačni potencijal	Turistička valorizacija
<b>Plaže</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Izuzetno razvedena obala; oko 100 plaža, s površinom oko 1,3 milijuna m<sup>2</sup></li> <li>- Visoka raznolikost uređenih i prirodnih plaža: kamene, šljunčane, pješčane, betonirane / gradske, uz hotele i kampove, udaljene</li> <li>- Najveća koncentracija plaža na području grada Šibenika, općina Rogoznica i Murter-Kornati, Vodica i Primoštena</li> </ul>	- Vrlo visok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Srednja razina turističke valorizacije</li> <li>- Razina zadovoljstva gostiju s opremljenosti/ uređenosti i čistoćom plaža: 'vrlo visoka'</li> <li>- Prosječno raspoloživ prostor po kupacu na razini Županije: 1m<sup>2</sup>/kupač (poželjni min. standard za javne plaže: 5m<sup>2</sup>/kupač)</li> <li>- Plaža s 'Plavom zastavom': manje od 10</li> <li>- Slabe strane: raspoloživost sadržaja za djecu i sportsko-rekreacijskih sadržaja; mogućnost pristupa za invalide; većina pod kratkoročnim koncesijskim odobrenjima te izostanak značajnijih ulaganja</li> </ul>
<b>Marine</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Izuzetan morski krajolik s visoko razvedenom obalom, oko 285 otoka, otočića i hridi</li> <li>- NP Kornati s oko 150 otoka, najgušća otočka skupina europskog Sredozemlja</li> </ul>	- Vrlo visok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visoka razina turističke valorizacije</li> <li>- 12 marina duž obale: ACI Marine (Piškera, Žut, Jezera, Vodice, Skradin), D-Marin (Tribunj, Mandalina-Šibenik), Hramina (Murter), Betina, Solaris (Šibenik), Kremik (Primošten), Frapa (Rogoznica)</li> <li>- Uz marine, oko 80 charter ponuđača/tvrtki</li> </ul>
<b>Tematske ceste, rute, staze</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Sportsko-rekreacijske rute i staze:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>40-ak županijskih pješačkih i planinarskih ruta</b> – pokrivena cijela Županija; linearne i kružne rute; različita razina težine</li> <li>- <b>Krka Bike</b> – 388 km biciklističkih ruta kroz NP Krka</li> <li>- <b>Krka Hike</b> – više od 20-ak staza kroz NP Krka</li> <li>- <b>Međunarodna planinarska staza Via Dinarica, 'Bijela staza' i Plava staza'</b> – obuhvaća jadransku obalu i otoke, prolazi kroz ŠKŽ</li> <li>- <b>80-ak županijskih biciklističkih staza</b> - pokrivena cijela Županija; linearne i kružne staze; makadam (MTB) i cestovne staze; različite težine</li> <li>- <b>Europska biciklistička ruta EuroVelo 8, 'Meditranska'</b> – jedna od najpopularnijih transeuropskih biciklističkih ruta, prolazi kroz ŠKŽ</li> <li>- <b>Državna biciklistička ruta 3, 'Dinarska ruta'</b> – atraktivna duga biciklistička ruta koja dijelom prolazi kroz ŠKŽ</li> </ul> </li> <li>- <b>Enogastro rute</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Vinska ruta, Ruta maslinovog ulja, Ruta pršuta i sira</b> – tematske enogastro rute u pripremi (nositelj TZŠKŽ)</li> </ul> </li> </ul>	- Vrlo visok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sportsko-rekreacijske rute i staze: Visoka turistička valorizacija</li> <li>- Enogastro rute: Niska turistička valorizacija</li> <li>- Županijske pješačke/planinarske rute grupirane prema lokaciji i težini; internetska stranica (<a href="http://www.bikeandhike.hr">www.bikeandhike.hr</a>), dobro organizirana, informativan opis svake staze, GPS pozicija; rute uglavnom nisu markirane</li> <li>- Županijske biciklističke staze grupirane prema lokaciji i težini; zasebna web stranica (<a href="http://www.bikeandhike.hr">www.bikeandhike.hr</a>), dobro organizirana, informativan opis svake staze, GPS pozicija</li> <li>- Razina zadovoljstva gostiju biciklističkim rutama: 'srednja'</li> </ul>

Domena	Resursi/Atrakcije	Privlačni potencijal	Turistička valorizacija
<b>Avanturistički sportsko-rekreacijski sadržaji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ronjenje</b> – zanimljiv akvatorij s brojnim jamama, procijepima, špiljama, bogata flora i fauna</li> <li>- <b>Kajaking/kanuing, windsurfing</b> – dinamičan tok rijeka, jezera, more</li> <li>- <b>Slobodno penjanje, deep water soloing, zipline</b> – kanjoni, klifovi</li> <li>- <b>Ribolov/Big game fishing</b></li> <li>- <b>Jahanje</b> – očuvana priroda unutrašnjeg dijela ŠKŽ</li> </ul>	- Vrlo visok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Enogastro rute su projekt u tijeku; Odvija se povezana manifestacija 'Dani otvorenih kušaonica' (vino)</li> <li>- Visoka razina turističke valorizacije</li> <li>- 17 ronilačkih centara/klubova, duž obale: otok Murter, NP Kornati, Pirovac, Tisno, Tribunj, Vodice, Šibenik, Primošten, Rogoznica; ronjenje s bocama i na dah</li> <li>- Oko 10 organizatora kajaking/kanuing izleta: Šibenik, Zlarin, Vodice, Skradin; 2 windsurfing škole: Šibenik</li> <li>- Penjališta u Kanalu sv. Ante, kanjon Čikole; zipline u kanjonu Čikole</li> <li>- 6 organizatora/čarter brodova s ponudom big game ribolova: Pirovac, Tisno, Jezera, Šibenik, Primošten, Rogoznica</li> <li>- 3 udruge/kluba s ponudom jahanja (rekreacijsko, terapijsko, višednevni izleti): Knin, Drniš, Šibenik</li> </ul>
<b>Zdravstveno-turistički sadržaji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ljekovita svojstva morske klime</li> <li>- Topla sredozemna klima</li> <li>- Razvijene (obalne) turističke destinacije</li> </ul>	- Vrlo visok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Niska razina turističke valorizacije</li> <li>- 4 hotelska wellness-centra: Vodice, Šibenik</li> <li>- Nekoliko ordinacija dentalne medicine: Vodice</li> <li>- Centar za fizikalnu rehabilitaciju: Murter</li> <li>- Program 'Outdoor spa by Vodice'</li> </ul>
<b>Kongresni sadržaji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prirodne i kulturne znamenitosti Županije (NP, UNESCO-ova baština)</li> </ul>	- Visok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visoka razina turističke valorizacije</li> <li>- 7 hotelskih kongresnih centara: Šibenik, Vodice; Konvencijski centar Amadria Park najveći je u Hrvatskoj</li> <li>- Nekoliko multimedijjskih dvorana: Šibenik, Puljani</li> </ul>

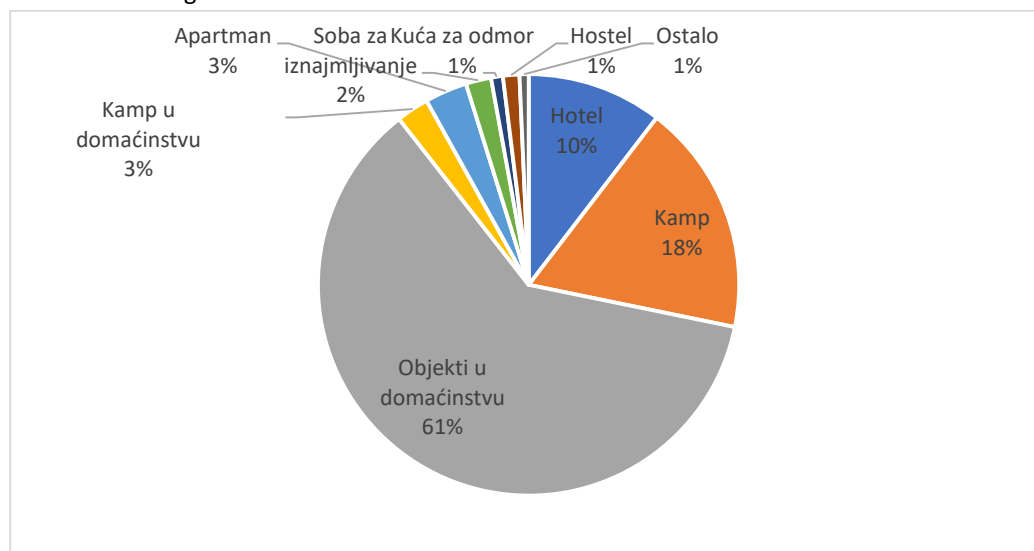
Izvori: Internetske stranice sustava turističkih zajednica; www.bikeandhike.hr; FMTU (2014), *Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama na području Šibensko-kninske županije*, Opatija; Institut za turizam (2023), *TOMAS Hrvatska 2022/23*, Zagreb

## 3.2. Turistička kretanja – ponuda i potražnja

### TURISTIČKA PONUDA

**Smještajni kapaciteti:** u posljednjih pet godina u Šibensko-kninskoj županiji nisu se dogodile velike promjene u broju i strukturi smještajnih kapaciteta. Broj kreveta ostao je na skoro istoj razini uz istovremeno smanjenje broja objekata za 3,5 %. Kad je riječ o strukturi smještajnih kapaciteta u 2023. godini dominiraju objekti u domaćinstvu sa 61,2 %, slijede kampovi sa 17,8 % te hoteli s 10,4 %. Zastupljenost svih ostalih oblika smještajnih kapaciteta manja od 3 %. Istovremeno, iako se u istom razdoblju gotovo udvostručio broj kampova u domaćinstvu i kuća za odmor, to nije značajnije utjecalo na kapacitete jer je njihov udio mali (kampovi u domaćinstvu 3,2 %, a kuće za odmor 0,9 %). Istovremeno se smanjio, iako ne opet značajno, broj objekata u domaćinstvu (4,7 %).

Slika 3.2.1. Smještajni kapaciteti u Šibensko-kninskoj županiji prema vrstama kapaciteta, udio u ukupnom broju kreveta u 2023. godina



Izvor: baza eVisitor, obrada Institut za turizam

Tablica 3.2.1. Smještajni kapaciteti u Šibensko-kninskoj županiji, 2019. i 2023. godina

Vrste smještaja	Kreveti		Objekti		Iskorištenost	
	2019.	2023.	2019.	2023.	2019.	2023.
Hotel	8.311	8.682	57	51	142,9	96,6
Kamp	14.415	14.829	39	33	59,2	55,2
Objekti na OPG-u	131	283	17	23	58,6	32,9
Objekti u domaćinstvu	53.552	51.030	8.565	8.212	59,0	56,3
Kamp u domaćinstvu	1.325	2.088	64	103	45,2	41,4
Apartman	2.770	2.690	276	252	60,9	55,8
Sobe za iznajmljivanje	1.632	1.614	58	47	52,3	51,6
Kuća za odmor	427	767	55	94	52,8	41,4
Hostel	734	1.055	17	16	31,9	22,0
Ostalo	347	294	9	8	47,5	48,3
<b>UKUPNO</b>	<b>83.644</b>	<b>83.332</b>	<b>9.157</b>	<b>8.839</b>	<b>66,8</b>	<b>59,1</b>

Izvor: baza eVisitor, obrada Instituta za turizam

Kad je riječ o iskorištenosti kapaciteta ona je najveća u hotelima (96,6 dana), a najmanja u hostelima (22 dana). Međutim, 2023. godine ostvarena iskorištenost od 96,6 dana u hotelima znatno je manja od ostvarene 2019. godine kada je to iznosilo 142,9 dana. Sve vrste smještajnih kapaciteta 2023. godine ostvarile su lošiju iskorištenost u danima u usporedbi s 2019. godinom.

Tablica 3.2.2. Smještajni kapaciteti (kreveti) prema kategorijama u 2023. godini

Vrste smještaja	5*	4*	3*	2*	1*	Komfor	Nema	Standard	UKUPNO
Hotel		5.322	2.479	292		492	97		8.682
Kamp		3.837	6.813	2.070			2.079	30	14.829
Objekti na OPG-u		83	86	108	2		4		283
Objekti u domaćinstvu	295	6.523	42.007	1.618	292		295		51.030
Kamp u domaćinstvu			374	1.369	261		84		2.088
Apartman	34	577	2.023	56					2.690
Sobe za iznajmljivanje		332	821	151	270	30	10		1.614
Kuća za odmor	170	420	169				8		767
Hostel			65				990		1.055
Ostalo							290	4	294

Izvor: baza eVisitor, obrada Institut za turizam

Gledajući sve smještajne kapacitete glavnina kreveta (65,8 %) kategorizirana je s 3\*, a oko petine (20,5 %) kreveta je u kategoriji od 4\*. Smještajnih kapaciteta visoke kategorije (5\*) ima manje od 1 %, i, za sada, je to tek nešto malo objekata u domaćinstvu, kuća za odmor i apartmana (sveukupno 499 kreveta).

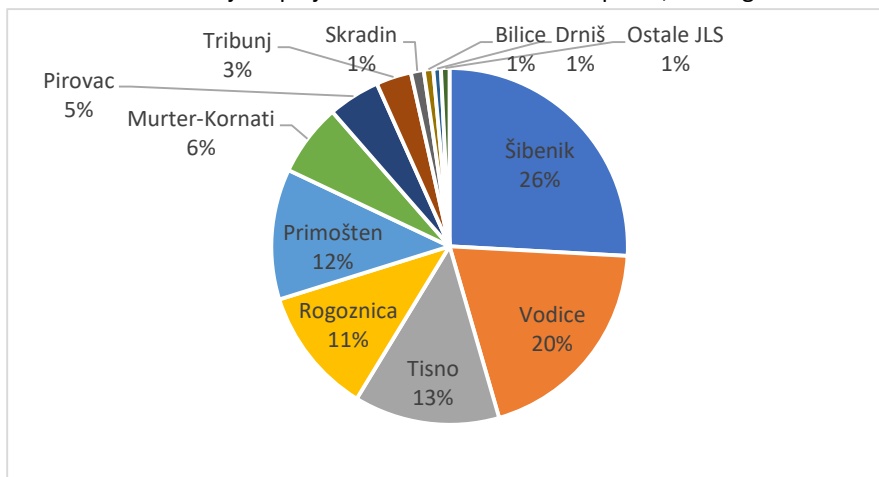
Tablica 3.2.3. Iskorištenost smještajnih kapaciteta prema kategoriji, 2023. godina

Vrsta smještaja	5*	4*	3*	2*	1*	Komfor	Nema
Hotel	0	81,2	83,3			43,7	161,1
Kamp		58,0	58,6	46,7			12,3
Objekti na OPG-u		29,6	57,0				
Objekti u domaćinstvu	68,6	57,4	53,1	49,0	48,6		97,4
Kamp u domaćinstvu			41,4	25,2	72,5		52,8
Apartman		50,3	51,6	99,3			
Soba za iznajmljivanje			79,8	24,0			
Kuća za odmor	24,4	45,8	35,5				
Hostel							24,5

Izvor: baza eVisitor, obrada Institut za turizam

Iskorištenost po danima i prema vrstama smještajnih kapaciteta ne ukazuje na značajne razlike s obzirom na kvalitetu. Nešto je ona vidljiva kod objekata u domaćinstvu gdje najbolje posluju objekti u kategoriji od 5\*. Također, veću iskorištenost ostvaruju kuće za odmor sa 4\* u odnosu na one s 3\*.

Slika 3.2.2. Udio ležajeva po jedinicama lokalnih samouprava, 2023. godine



Izvor: baza eVisitor, obrada Institut za turizam

Napomena: u ostale JLS uključene su destinacije koje pojedinačno imaju udio u smještajnim kapacitetima manji od 1 %.

Dosadašnji razvoj turizma Šibensko-kninske županije najvećim je dijelom bio usmjeren na uski obalni pojas o čemu govori podatak da se tek 2,3 % od ukupnih kapaciteta nalazi u općinama u unutrašnjosti Županije. U Šibeniku i Vodicama koncentrirano je skoro polovica (46 %) od ukupnog broja kreveta u Županiji. S nešto više od 10 % u ukupnim kapacitetima slijede: Tisno, Primošten i Rogoznica te Murter-Kornati sa 6 %, Pirovac s 5 % i Tribunj s 3 %.

Kad je riječ o vrstama kapaciteta prema jedinicama lokalnih samouprava (vidi Prilog II., Tablica 1.), glavnina hotelskog smještaja (76,8 %) nalazi se u dvije destinacije, Šibeniku i Vodicama. Značajnije kapacitete u kampovima imaju Tisno (31,5 %), Šibenik (27,2 %) i Primošten (21,4 %) te općine Murter-Kornati (8,3 %) i Pirovac (7 %). Po broju kreveta u domaćinstvu prednjače Vodice (11,7 tisuća), potom Šibenik (oko 11 tisuća), koje slijede Rogoznica, Primošten, Tisno, Murter-Kornati, Pirovac i Tribunj. Zanimljivo je analizirati i strukturu objekata prema prebivalištu vlasnika koja je prikazana u tablici 3.2.4.

Tablica 3.2.4. Struktura objekata prema vlasništvu, 2023. godina

Županija	Broj kreveta	Broj noćenja	Broj objekata
Šibensko-kninska	38.798	2.294.276	5.788
Grad Zagreb	5.619	343.454	928
Splitsko-dalmatinska	5.030	320.813	744
Inozemstvo	2.085	101.648	302
Zagrebačka	1.080	70.080	170
Zadarska	551	32.282	93
Primorsko-goranska	434	27.383	67
Sisačko-moslavačka	370	23.316	65
Osječko-baranjska	570	28.699	53
Koprivničko-križevačka	365	22.089	51
Varaždinska	260	19.009	41
Karlovačka	238	14.301	40
Bjelovarsko-bilogorska	188	10.730	29
Vukovarsko-srijemska	192	9.294	28
Požeško-slavonska	435	15.303	28

Brodsko-posavska	166	8.504	27
Krapinsko-zagorska	204	13.023	25
Međimurska	167	9.701	20
Virovitičko-podravska	116	5.822	14
Dubrovačko-neretvanska	77	4.011	11
Ličko-senjska	86	2.504	9
Istarska	24	1.614	5
Ukupno	57.055	3.377.856	8.538

Izvor: baza eVisitor, obrada Institut za turizam

Kad je riječ o vlasništvu svih objekata, uključujući zajedno objekte fizičkih osoba (koje čine 98,1 % u ukupnoj strukturi kreveta) i objekte pravnih osoba, OPG-ova i obrta, udio kapaciteta (broja kreveta) čiji vlasnici imaju prebivalište unutar Šibensko-kninske županije je 68,0 %, dok je onih izvan Županije 32,0 %, ponajviše iz Grada Zagreba i Splitsko-dalmatinske županije. Zanimljiv je podatak i da je u slučaju vlasnika izvan Županije njih 3,7 % iz inozemstva. Gledajući samo brojeve kreveta u objektima pravnih osoba, OPG-ova i obrta, udio vlasnika iz Šibensko-kninske Županije je 56,9 %, a izvan Županije je 43,1 %.

Također, zanimljivo je usporediti strukturu i iskorištenost smještajnih kapaciteta Šibensko-kninske županije sa susjednim županijama, Zadarskom županijom i Splitsko-dalmatinskom županijom.

Tablica 3.2.5. Usporedba strukture smještajnih kapaciteta u Šibensko-kninskoj županiji sa smještajnim kapacitetima u Zadarskoj županiji i Splitsko-dalmatinskoj županiji, 2023. godina

Vrste smještajnih kapaciteta	Zadarska županija	Šibensko-kninska županija	Splitsko-dalmatinska županija
Hotel	7,50%	10,58%	14,46%
Kamp	20,84%	17,60%	5,82%
Objekti na OPG-u	0,42%	0,34%	0,16%
Objekti u domaćinstvu	60,70%	61,21%	70,05%
Kamp u domaćinstvu	3,15%	2,50%	0,33%
Apartman	4,34%	3,25%	4,19%
Soba za iznajmljivanje	1,37%	1,95%	2,06%
Kuća za odmor	0,59%	0,95%	1,14%
Hostel	0,62%	1,26%	0,81%
Ostalo	0,48%	0,35%	0,99%

Izvor: baza eVisitor, obrada Institut za turizam

Tablica 3.2.6. Usporedba iskorištenosti smještajnih kapaciteta u danima u Šibensko-kninskoj sa Zadarskom županijom i Splitsko-dalmatinskom županijom, 2023. godina

Vrste smještajnih kapaciteta	Zadarska županija	Šibensko-kninska županija	Splitsko-dalmatinska županija
Hotel	127,1	105,5	141,2
Kamp	81,1	57,7	84,3
Objekti na OPG-u	37,6	34,2	42,8
Objekti u domaćinstvu	61,3	57,0	63,4
Kamp u domaćinstvu	47,3	42,2	47,0
Apartman	103,9	56,5	75,4
Soba za iznajmljivanje	57,7	53,7	88,5
Kuća za odmor	58,0	42,6	69,6
Hostel	78,1	24,7	83,0
Ostalo	17,8	56,7	41,8

Izvor: baza eVisitor, obrada Institut za turizam

Objekti u domaćinstvu dominantni su oblici smještaja u sve tri županije, pri čemu je njihov udio najveći u strukturi smještaja Splitsko-dalmatinske županije. Udio hotela u ukupnim smještajima u Šibensko-kninskoj županiji je nešto veći od Zadarske, ali manji od Splitsko-dalmatinske. Zadarska (s 20,85 %) i potom Šibensko-kninska (sa 17,60 %) imaju značajnije veći udio kampova u smještaju u odnosu na Splitsko-dalmatinsku u kojoj je taj udio tek oko 6 %. Po pitanju iskorištenosti kapaciteta u danima, u Šibensko-kninskoj je ona manja u odnosu na susjedne županije.

**LUKE NAUČKOG TURIZMA:** Na području Šibensko-kninske županije poslovalo je tijekom 2023. godine 54 luka nautičkog turizma. Usluge od najma stalnog veza koristilo je 3.422 plovila, dok je 50.858 plovila koristilo uslugu tranzitnog veza. Ostvareni prihodi u lukama nautičkog turizma na području Šibensko-kninske županije u 2023. godini dostigli su 39,6 milijuna eura.

Tablica 3.2.7. Značajke poslovanja u nautičkom turizmu na području ŠKŽ, 2015. – 2023.

Pokazatelji	2015.	2019.	2021.	2022.	2023.
Broj luka	17	30	44	48	54
Broj plovila na stalnom vezu	2.656	3.117	3.242	3.242	3.422
Broj plovila u tranzitu	43.719	51.804	55.063	56.297	50.858
Ostvareni prihod	25.878	30.919	33.207	36.615	39.647

Izvor: Državni zavod za statistiku

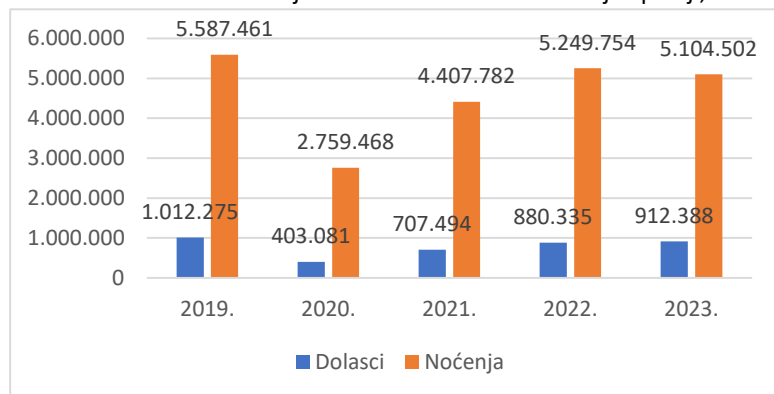
U usporedbi s drugim priobalnim županijama RH, valja naglasiti sljedeće:

- prema broju luka nautičkog turizma u 2023. godini, Šibensko-kninska županija nalazila se na drugom mjestu (54 luka ili 24,1 %)
- prema broju plovila na stalnom vezu u 2023. godini, Šibensko-kninska županija se nalazila na drugom mjestu (2.994 plovila ili 23,1 %), odmah iza Istarske
- prema broju plovila u tranzitu u 2023. godini, Šibensko-Kninska županija je također na drugom mjestu (49.516 plovila ili 22,7 %), odmah iza Splitsko-dalmatinske
- prema visini prihoda u lukama nautičkog turizma tijekom 2023. godine, Šibensko-kninska županija nalazila se na prvom mjestu (40,0 milijuna eura ili 24,6 %) od svih županija u RH.

## TURISTIČKA POTRAŽNJA

U Šibensko-kninskoj županiji 2023. godine ostvareno je ukupno oko 5,1 milijun turističkih noćenja i oko 912,4 tisuća turističkih dolazaka. U odnosu na prethodnu godinu ostvaren je rast od 3,6 % u dolascima i pad u broju noćenja za 2,8 %, što pokazuje da su turisti nešto kraće boravili u destinacija.

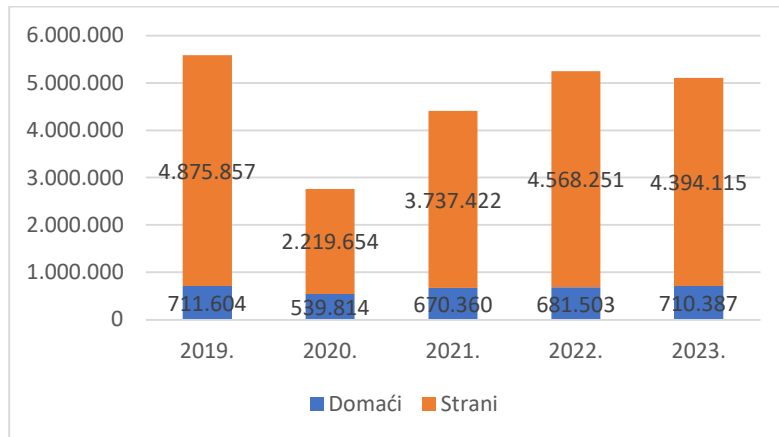
Slika 3.2.3. Dolasci i noćenja turista u Šibensko-kninskoj županiji, 2019. - 2023.



Izvor: baza eVisitor, obrada Instituta za turizam

Gledajući proteklo petogodišnje razdoblje vidljiv je veliki pad turističkog prometa 2020. godine uzorkovane pandemijom COVID-19 (kao i u cijelom svijetu) kada su se turistički pokazatelji gotovo prepolovili, ali je nakon toga brzo uslijedio oporavak i već 2022. godine ostvareno je 94 % rezultata iz 2019. godine.

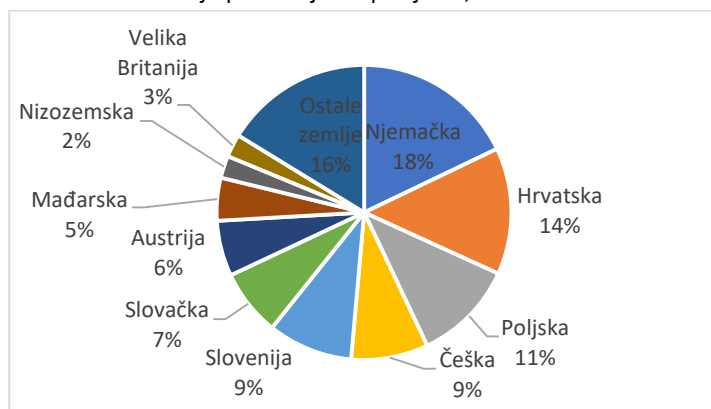
Slika 3.2.4. Odnos noćenja domaćih i stranih turista, 2019. - 2023.



Izvor: baza eVisitor, obrada Instituta za turizam

U Šibensko-kninskoj županiji, kao i cijeloj primorskoj Hrvatskoj, prevladavaju strani gosti koji su u proteklih pet godina, izuzev 2020. godine, ostvarili 85 % do 87 % od ukupnog broja ostvarenih noćenja. U 2020. godini zbog zdravstvene krize taj je udio bio nešto manji, tj. 80 %.

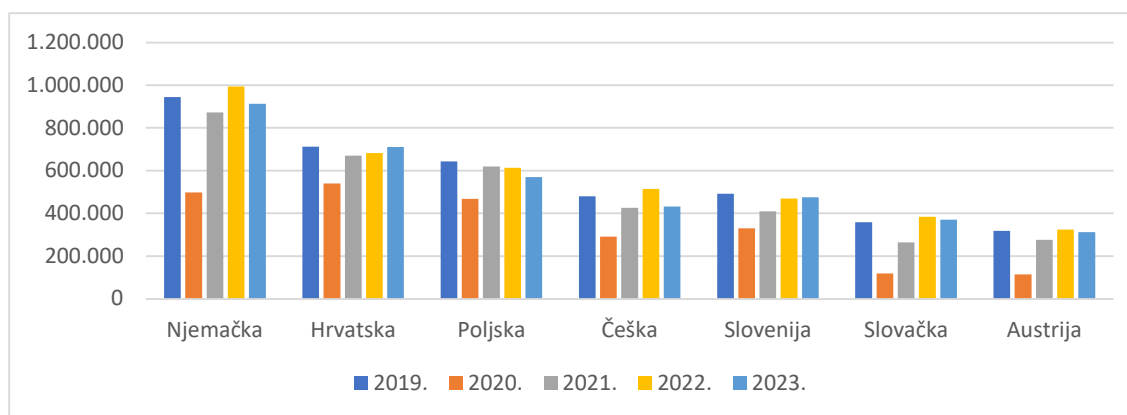
Slika 3.2.5. Noćenja po zemljama porijekla, 2023.



Izvor: baza eVisitor, obrada Instituta za turizam

Gledajući po zemljama porijekla najveći broj stranih gostiju dolazi iz Njemačke (18 % u ukupnom broju noćenja), potom Poljske (11 %), Češke (9 %), Slovačke (7 %), Austrije (6 %) i Mađarske (5 %). Gosti s ostalih tržišta sudjeluju s manje od po 5% u noćenjima (2023. godina).

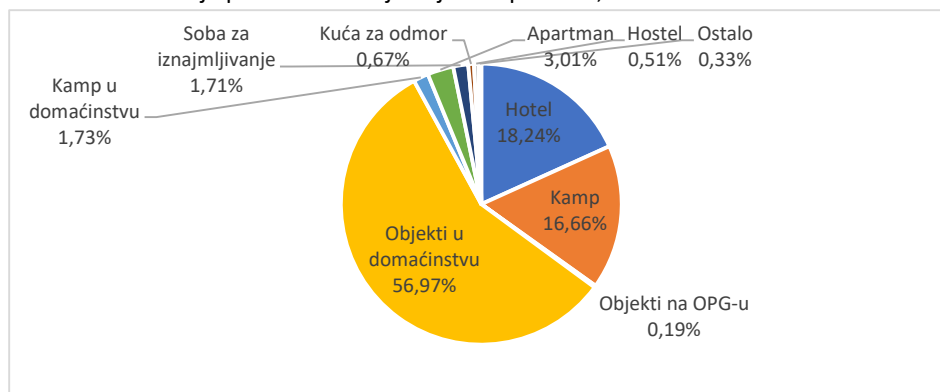
Slika 3.2.6. Noćenja prema glavnim emitivnim tržištima, 2019. - 2023.



Izvor: baza eVisitor, obrada Instituta za turizam

Analiza proteklog petogodišnjeg razdoblja od 2019. do 2023. godine po tržištima pokazuje oporavak svih tržišta nakon zdravstvene krize 2020. godine. Ipak, 2023. je, u odnosu na prethodnu godinu, primjetan pad u broju noćenja gostiju iz Poljske, Češke i Njemačke, što je posljedica ekonomskih zbivanja i inflacije s kojima se suočava velik dio zemalja Europske unije.

Slika 3.2.7. Noćenja po vrstama smještajnih kapaciteta, 2023.



Izvor: baza eVisitor, obrada Instituta za turizam

Gledajući noćenja po vrstama smještaja, u objektima u domaćinstvu (57 %) ostvaruje se najviše, odnosno, više od polovice ukupnih noćenja. Slijede hoteli (18 %) te kampovi (17 %), dok noćenja u svim ostalim vrstama smještaja sudjeluju s ukupno 8 %.

Tablica 3.2.8. Noćenja po vrstama smještajnih kapaciteta, 2019. - 2023.

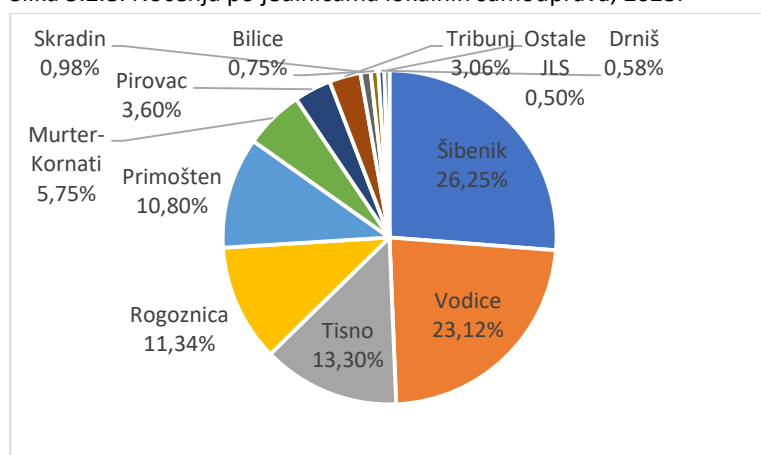
Vrste smještaja	2019.	2020.	2021.	2022.	2023.
Hotel	1.187.685	289.660	720.839	955.492	930.941
Kamp	853.202	391.337	748.985	876.535	850.225
Objekti na OPG-u	7.682	4.733	6.262	11.176	9.664
Objekti u domaćinstvu	3.161.034	1.869.446	2.613.960	3.030.301	2.907.899
Kamp u domaćinstvu	59.882	49.778	83.024	94.721	88.189
Apartman	168.620	93.111	134.888	151.677	153.480
Soba za iznajmljivanje	84.904	30.357	35.752	54.783	87.377
Kuća za odmor	22.540	17.578	32.350	35.198	34.010
Hostel	23.429	5.328	19.968	25.069	26.039
Ostalo	18.483	8.140	11.754	14.802	16.678
<b>Ukupno</b>	<b>5.587.461</b>	<b>2.759.468</b>	<b>4.407.782</b>	<b>5.249.754</b>	<b>5.104.502</b>

Izvor: baza eVisitor, obrada Instituta za turizam

Noćenja ostvarena po vrstama smještajnih kapaciteta u posljednje tri godine (2021.-2023.) pokazuju rast noćenja u apartmanima, sobama za iznajmljivanje i hostelima pri čemu valja naglasiti da je njihov udio u ukupno smještaju relativno mali, dok noćenja u ostalim oblicima smještaja pokazuju rast 2022. u odnosu na 2021., ali i neznatni pad u 2023. u odnosu na prethodnu, 2022. godinu.

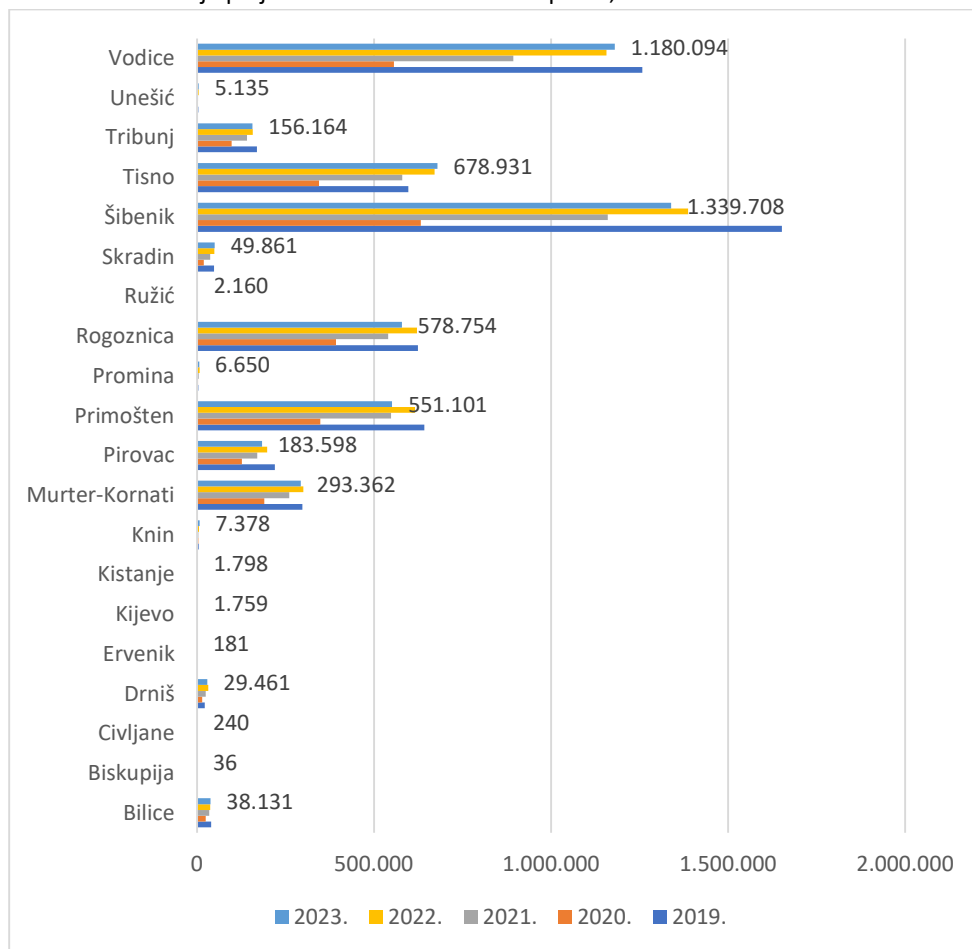
Gotovo polovica turističkih noćenja (49 %) u Šibensko-kninskoj županiji realizira se u dva grada, Šibeniku i Vodicama. Slijede Tisno, Rogoznica i Primošten s nešto više od 10 % udjela u ukupnim noćenjima, dok su ostale jedinice lokalne samouprave manje zastupljene. Također je važno istaknuti da se u svim općinama i gradovima u zaleđu ostvaruje tek 1,8 % od ukupnih noćenja Županije. U protekle tri godine značajniji rast u broju noćenja ostvaren je u Skradinu, Tisnom, Tribunju, Vodicama i Unešiću, dok istovremeno treba spomenuti i pad, iako na maloj bazi, koji se dogodio u Civljanima, Biskupiji, Erveniku i Kistanjama.

Slika 3.2.8. Noćenja po jedinicama lokalnih samouprava, 2023.



Izvor: baza eVisitor, obrada Instituta za turizam

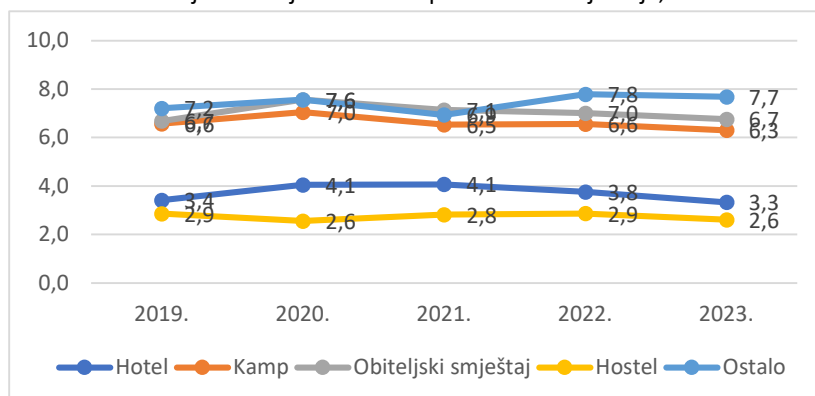
Slika 3.2.9. Noćenja po jedinicama lokalnih samouprava, 2019. - 2023.



Izvor: baza eVisitor, obrada Instituta za turizam

Napomena: brojevi noćenja iskazani su za 2023. godinu

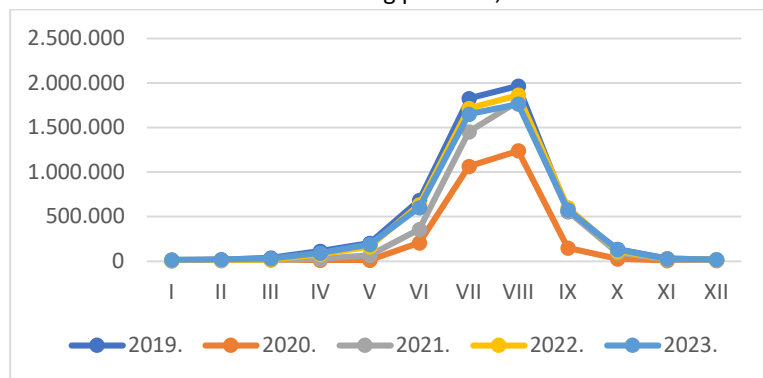
Slika 3.2.10. Prosječna duljina boravka po vrstama smještaja, 2019. - 2023.



Izvor: baza eVisitor, obrada Instituta za turizam

U obiteljskom smještaju i kampovima, očekivano, gosti borave najdulje tj. više od 6 dana, dok se najmanje zadržavaju u hotelima i hostelima. Grupa 'ostalo' koja pokazuje najdulje zadržavanje (7,7 dana) uključuje gostionice, objekte za robinzonski smještaj, odmarališta za djecu, organizirano kampiranje i prenočište, ali valja naglasiti da se u ovim oblicima smještaja ostvaruje tek 0,3 % od ukupnih noćenja.

Slika 3.2.11. Sezonalnost turističkog prometa, 2018. - 2023.



Izvor: baza eVisitor, obrada Instituta za turizam

U razdoblju od 2019. do 2023. godine u Šibensko-kninskoj županiji u razdoblju od lipnja do rujna ostvarivalo se 90 % ili više od 90 % od ukupnog broja noćenja, dok se u dva ljetna mjeseca ostvarivalo više od 60 %. Visoka sezonalnost bila je najizraženija u 2020. i 2021. godini zbog zdravstvene krize. Uobičajeno, izraženu sezonalnost imaju objekti i kampovi u domaćinstvu te apartmani, a manje je ona iskazana u hotelima i hostelima.

Tablica 3.2.9. Sezonalnost po vrstama smještaja, noćenja u 2023. godini

Vrsta smještaja	Udio VI-IX	Udio VII-VIII
Hotel	73,0 %	48,5 %
Kamp	88,5 %	59,4 %
Objekti na OPG-u	89,9 %	65,7 %
Objekti u domaćinstvu	95,7 %	75,2 %
Kamp u domaćinstvu	92,4 %	66,5 %
Apartman	93,3 %	69,9 %
Sobe za iznajmljivanje	86,8 %	60,0 %
Kuća za odmor	85,5 %	60,5 %
Hostel	76,0 %	54,6 %

Izvor: baza eVisitor, obrada Instituta za turizam

## OBILJEŽJA TURISTA

Sociodemografski profil turista	Više od polovice turista (53,6 %) u Šibensko-kninskoj županiji u dobi je od 30 do 49 godina i veliki dio od ukupnog broja turista (79,7 %) ima završenu višu školu, fakultet i više.
Motivacija za dolazak	Dva glavna motiva odmorišnih putovanja u županiju su more (52,7 %) i priroda (20,1 %). Slijedi gastronomija (8,2 %), gradovi ( <i>city break</i> ) 4,3 % te manifestacije i događanja (3,7 %).
Obilježja putovanja	Gosti su izrazito lojalni, čak 67,3 % županiju je posjetilo tri i više puta. Najvažniji izvor informacija prije putovanja su preporuke rodbine ili prijatelja (55,5 %), prijašnji boravak (38,4 %) te objave korisnika na društveni mrežama (Facebook, Instagram Twitter...) (25,2 %). Smještaj se rezervira najviše posredstvom turističke/putničke agencije, turoperatora – <i>online booking</i> (ne e-mailom), uključujući i Booking.com, Expedia, Holidaycheck.de i sl. (42,4 %) te izravno sa smještajnim objektom – osobnim kontaktom, telefonom/telefaksom, e-mailom (37,0 %). Najveći

	broj gostiju (38,8 %) rezervira smještaj 1 do 3 mjeseca prije dolaska. Gosti dolaze najviše automobilom (64,0 %) ili zrakoplovom (27,4 %).
Boravak u destinaciji	Glavnina gostiju (78,7 %) u Šibensko-kninskoj ostvaruje 4 do 7 noćenja. Od aktivnosti tijekom boravka najviše se odlazi na plivanje/kupanje (76,0 %), u restorane (53,0 %), razgledavanje gradova (49,3 %) te posjet zaštićenim prirodnim područjima (38,6 %). Od prometnih sredstava najviše se koristi vlastiti automobil, motor (74,0 %), a petina turista koristi prijevoz taksijem (22,1 %) i unajmljuje bicikl (20,0 %).
Zadovoljstvo ponudom*	Gosti su najzadovoljniji ljepotom prirode i krajolika (6,6), ljepotom mjesta (6,6), osobnom sigurnošću (6,5), atmosferom/ugodajem (6,5), gostoljubivošću lokalnog stanovništva (6,5) i gastronomskom ponudom u mjestu (6,5). S druge strane, najmanje zadovoljstvo iskazuju besplatnim internetom u mjestu, prilagođenošću destinacije osobama s posebnim potrebama, lokalnim javnim prijevozom i prometom u mjestu (5,9). U destinacijama ih najviše smetaju neugodni mirisi (iz kontejnera i kanti za smeće) (20,4 %), nemogućnost razdvajanja otpada (16,1 %) i gužve na kupališnom prostoru (16,0 %). Istovremeno, gužve na ulicama, trgovima, šetnicama, atrakcijama i sl. smeta tek 6,9 % gostiju.
Izdaci turista	U Županiji gosti prosječno dnevno troše 148,4 eura. Najveći dio odnosi se na smještaj (44,5 %), potom na usluge trgovine (22 %) i hranu i piće u restoranima i barovima (15,6 %). Na kulturu i zabavu i izlete dnevno se izdvaja nešto više od 6 eura.

\*Napomena: ocjene ranga prema aritmetičkoj sredini ocjena na skali od 1 (jako loše) do 7 (odlično)

### 3.3. Relevantni dionici i planska dokumentacija

Dionici turističkog razvoja destinacije su različite grupe ili pojedinci koji sudjeluju u razvoju i upravljanju turizmom na području Županije. Interesne skupine ili dionike turističkog razvoja nekog područja predstavljaju sve ustanove, formalne ili neformalne grupe te pojedinci koji posjeduju mogućnost utjecaja ili su zainteresirani za usmjeravanje trenutnoga ili budućega turističkog razvoja. U teoriji se najčešće klasificiraju u sljedeće kategorije (Slika 3.3.1.).

Slika 3.3.1. Kategorije interesnih skupina



Izvor: Autori studije

Javni sektor najčešće predstavljaju nositelji javne vlasti, odnosno jedinice lokalne samouprave, u čijoj je izravnoj nadležnosti donošenje i implementacija razvojnih planova i strategija. Osim nositelja javne vlasti, javni sektor predstavljaju i turističke zajednice, zatim ustanove za upravljanje i uređenje prostora, kulturne ustanove, razvojne agencije, obrazovne ustanove (cjeloživotno obrazovanje, srednjoškolsko i visokoškolsko obrazovanje) te druge javne institucije koje posredno ili neposredno utječu na implementaciju razvojnih planova. Uloga javnog sektora jest i balansirati između ekonomske koristi i očuvanja prirodnih i kulturnih resursa.

Privatni sektor predstavljaju, kako poduzetnici koji se bave turističkim djelatnostima, tako i svi ostali gospodarski subjekti koji neposredno ili posredno pridonose nesmetanom pružanju turističkih usluga. Osim samih gospodarskih subjekata, u obzir valja uzeti i njihova strukovna udruženja putem kojih se najčešće artikulira njihov kolektivni interes.

Sektor civilnog društva (NGO) predstavljaju razne umjetničke, sportsko-rekreacijske te ostale udruge građana, koje često posjeduju razmjerno velik potencijal utjecaja na turistički razvoj određenog područja. Stoga je njihovo aktivno uključivanje u donošenje i implementaciju razvojnih planova od izuzetne važnosti za konačan uspjeh samog procesa strateškog planiranja.

U ostale dionike turističkog razvoja najčešće se ubraja lokalno stanovništvo, turisti i mediji. Lokalno stanovništvo igra ključnu ulogu u turističkom razvoju. Oni su nositelji kulture, tradicije i običaja destinacije. Sudjelovanje lokalnog stanovništva u turizmu može rezultirati ekonomskim koristima kroz zapošljavanje i poslovne prilike, ali isto tako može stvoriti izazove, poput pritiska na resurse i kulturu. Lokalno stanovništvo treba biti uključeno u proces planiranja i upravljanja turizmom. Uz prihode koje donose destinaciji, turisti imaju značajan utjecaj na njezinu reputaciju i održivost. Turisti mogu podržati

održive prakse, poštivati lokalnu kulturu i okoliš te pridonijeti raznolikosti destinacije. U konačnici, mediji igraju ključnu ulogu u oblikovanju percepcije destinacije. Pozitivno medijsko izvještavanje može privući više turista, dok negativno izvještavanje može odbiti potencijalne posjetitelje.

Sve ove skupine moraju surađivati i koordinirati svoje aktivnosti kako bi se postigao održiv turistički razvoj destinacije. Ključ je ravnoteža između ekonomske dobiti, društvene koristi i očuvanja okoliša i kulture destinacije.

Sukladno navedenom konceptualnom okviru, na području Šibensko-kninske županije identificirani su sljedeći ključni dionici:

Područje djelovanja	Dionik
Upravljanje Županijom, gradovima i općinama	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Šibensko-kninska županija</b> predstavlja jedinicu područne (regionalne) samouprave u čijoj se nadležnosti nalazi obavljanje poslova od područnog (regionalnog) značaja. Između ostalog Županija brine i o gospodarskom razvoju. U tom kontekstu valja naglasiti da se radi o jednom od najznačajnijih dionika koji uvelike određuje i usmjerava razvoj turizma na području regionalne destinacije. Organizacijsko-koordinacijski poslovi upravljanja gospodarskim i turističkim razvojem nalaze se u nadležnosti Upravnog odjela za gospodarstvo.</li> <li>• <b>Gradske uprave gradova</b> Šibenika, Knina, Skradina, Drniša i Vodica upravljaju gradovima i brinu o njihovom razvoju. Predstavničko tijelo svakog grada je Gradsko vijeće, a izvršno tijelo predstavlja gradonačelnik. Važna ustrojna tijela gradova su upravni odjeli koji neposredno izvršavaju i nadziru provođenje općih i pojedinačnih akata Gradskog vijeća. Šibenik ima posebni upravni odjel isključivo posvećen gospodarskom (i turističkom) razvoju.</li> <li>• <b>Općinske uprave općina</b> (Općina Bilice, Općina Biskupija, Općina Cviljane, Općina Ervenik, Općina Kijevo, Općina Kistanje, Općina Murter-Kornati, Općina Pirovac, Općina Primošten, Općina Promina, Općina Rogoznica, Općina Ružić, Općina Unešić, Općina Tisno, Općina Tribunj) upravljaju općinama i brinu o njihovom razvoju. Predstavničko tijelo svake općine jest Općinsko vijeće, a izvršno tijelo predstavlja Načelnik. Zadaća općina jest unapređivanje gospodarskog, društvenog i kulturnog razvitka prostora.</li> </ul>
Promicanje turizma i turističkog razvoja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Turistička zajednica Šibensko-kninske županije</b> najrelevantniji je akter turističke promocije s glavnim ciljevima strateškog planiranja i razvoja destinacije, sudjelovanja u izradi strateških dokumenata i druge planske podloge za razvoj turizma te donošenja strateškog marketinškog plana za područje Županije.</li> <li>• <b>Turističke zajednice gradova</b> (TZ grada Šibenika, TZ grada Knina, TZ grada Vodica, TZ grada Drniša, TZ grada Skradina) i općina (TZ općine Murter-Kornati, TZ općine Tribunj, TZ općine Primošten, TZ općine Tisno, TZ općine Pirovac, TZ općine Rogoznica i TZ Bilice) i mjesta (TZ mjesta Grebaštica, TZ mjesta Brodarica - Krapanj, TZ mjesta Zlarina, TZ mjesta Jezera i TZ mjesta Betina) su institucije koje vode turistička vijeća te djeluje kao lokalna destinacijska menadžment organizacija s glavnim ciljevima razvoja proizvoda, sudjelovanja u planiranju i provedbi investicijskih projekata javnog sektora, razvoju događanja u destinaciji i drugih elemenata turističke ponude te upravljanju kvalitetom ponude u destinaciji.</li> </ul>

Upravljanje prostorom  
i prirodnim  
vrijednostima

- **Zavod za prostorno uređenje Šibensko-kninske županije** je javna ustanova u čijoj se nadležnosti nalazi, prije svega, vođenje registra podataka u okviru informacijskog sustava prostornog uređenja, ali i izrada te praćenje provedbe dokumenata prostornog uređenja područne, odnosno regionalne razine te izrada izvješća o stanju u prostoru Županije.
- **Javna ustanova Nacionalni park Krka** predstavlja instituciju u izravnoj nadležnosti Ministarstva zaštite okoliša koja upravlja zaštićenim područjem te obavlja zaštitu, održavanje i promicanje Nacionalnog parka u cilju zaštite i očuvanja izvornosti prirode, osiguravanja neometanog odvijanja prirodnih procesa i održivog korištenja prirodnih dobara te monitoring prostora.
- **Javna ustanova Nacionalni park Kornati** predstavlja instituciju u nadležnosti Ministarstva zaštite okoliša te radi na zaštiti, održavanju i promicanju Nacionalnog parka u cilju zaštite i očuvanja prirode, održivog korištenja prirodnih dobara, te nadzor provođenja uvjeta i mjera zaštite prirode na području kojim upravljaju u skladu sa zakonom.
- **Javna ustanova Priroda**, čija je osnovna zadaća zaštita, održavanje i očuvanje izvornosti prirode i održivog korištenja prirodnih i kulturnih dobara na područjima kojima upravlja, za dobrobit građana, posjetitelja i budućih generacija. Upravlja sa šest značajnih krajobrazza, jednim spomenikom prirode, mrežom Natura 2000 na području Županije (60 lokaliteta) te tvrđavom sv. Nikole (UNESCO).

Upravljanje kulturnim  
vrijednostima

- **Muzej grada Šibenika**, osnivač muzeja je grad Šibenik, a nalazi se u bivšoj Kneževoj palači. Muzej je kompleksnog tipa, a sastoji se od arheološkog, kulturno-povijesnog, odjela novije povijesti i etnografskog odjela. Unutar Muzeja djeluje restauratorska i konzervatorska radionica. Njegova djelatnost je prikupljanje, čuvanje, obrada i prezentacija kulturno-povijesne baštine šibenskog kraja. U zbirkaama se čuvaju brojni predmeti muzejske vrijednosti značajni za proučavanje šibenske prošlosti od najstarijih vremena do danas. Uz sam Muzej, Institucija Gradskog muzeja upravlja lokalitetima:
  - **Arheološki lokalitet Danilo**, koji obuhvaća površinu od 72.000 kvadratnih metara i nalazi se na 300 metara nadmorske visine. Jedno je od najznačajnijih arheoloških nalazišta u Hrvatskoj na kojem se može pratiti slijed življenja od prapovijesti, liburnskog doba, rane i kasne antike, starohrvatske povijesti te ranog i kasnog srednjeg vijeka.
  - **Bribirska glavica**, koja predstavlja atraktivan lokalitet, središte je hrvatske države u 13. st. i spomenik kulture najviše kategorije.
  - **Arheološki lokalitet Mrdakovica** predstavlja vrijedan antički lokalitet sa statusom spomenika kulture. Na ovom bogatom arheološkom nalazištu pronađeno je stotinjak grobova iz predrimskog i rimskog doba (od 5. st. pr. Kr. do 2. st.). Pronađeni su i ostaci sklopa stambenih zgrada od klesanog kamena.
- **Muzej Drniš**, osnivač i vlasnik Muzeja je grad Drniš. U muzeju se nalazi zbirka djela Ivana Meštrovića koja se smatra njegovom najvrjednijom umjetničkom zbirkom. Pored nje muzej ima još osam zbirki raznovrsne tematike i bogati arhiv.
- **Javna ustanova u kulturi Tvrđava kulture Šibenik** proizašla je iz Odjela za upravljanje objektima fortifikacijskoga sustava Muzeja grada Šibenika osnovanog 2014. godine. Ustanova danas upravlja trima revitaliziranim

	<p>šibenskim tvrđavama (tvrđavom sv. Mihovila, tvrđavom Barone, tvrđavom sv. Ivana, Kućom umjetnosti Arsen i Centrom koralja u Zlarinu).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Muzej grada Knina</b>, smješten je u Kninskoj tvrđavi, a osnivač i vlasnik Muzeja je grad Knin. U njemu je izložena etnografska, arheološka te jednim dijelom kulturno-povijesna i geološko-paleontološka građa.</li> <li>• <b>Memorijalni centar Fausta Vrančića</b> kojim upravljaju ustanove u kulturi grada Vodica. U samom Centru može se posjetiti izložba od oko 50 ručno izrađenih maketa njegovih izuma.</li> <li>• <b>Muzej betinske drvene brodogradnje</b> kojim upravlja općina Tisno. Muzej betinske drvene brodogradnje smješten je u zaštićenoj kultuno-povijesnoj cjelini Betine. Znanje o brodogradnji čuvalo se generacijama i čak ni članovi nisu znali tajnu brodograditeljskog zanata - crtanje brodskih linija te je stoga najznačajnija uloga ovoga muzeja prenošenje znanja.</li> </ul>
Gospodarstvo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Pružatelji komercijalnog smještaja</b> su hoteli, apartmani i svi ostali smještajni objekti koji na području Županije pružaju uslugu smještaja na komercijalnoj bazi.</li> <li>• <b>Pružatelji ugostiteljskih usluga</b> su restorani, kafići i svi ostali ugostiteljski objekti koji se na području Šibensko-kninske županije bave pripremom i usluživanjem hrane i/ili pića.</li> <li>• <b>Turističke agencije</b> predstavljaju sve gospodarske subjekte koji se na području Šibensko-kninske županije bave pružanjem usluga organizacije putovanja, odnosno turističkih paket aranžmana i drugih turističkih sadržaja.</li> <li>• <b>HGK - Županijska komora Šibenik</b> izdaje svjedodžbe, uvjerenja i potvrde o činjenicama o kojima vodi evidenciju te o poslovnim običajima na području Republike Hrvatske.</li> <li>• <b>Obrtnička komora Šibensko-kninske županije</b> zastupa i predstavlja interese obrtnika, promiče obrtništvo organizacijom sajmova, organizira obučavanja za obrtnike, usklađuje gospodarske i društvene interese na području ekologije i dr.</li> <li>• <b>Udruženje obrtnika (Udruženje obrtnika Šibenik, Udruženje obrtnika Vodice i Tribunj, Udruženje obrtnika Murter, Pirovac, Tisno, Udruženje obrtnika Knin, Udruženje obrtnika Drniš)</b> promiče obrt i obrtništvo, daje stručnu pomoć pri osnivanju i poslovanju obrta, razvija sustav organiziranosti obrta, usklađuje, zastupa i štiti interese svojih članova pred tijelima jedinica lokalne samouprave.</li> </ul>
Posredno usmjeravanje i valorizacija turističkog razvoja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Regionalna razvojna agencija Šibensko-kninske županije</b> potiče poduzetništvo te se bavi s pripremom i provedbom regionalnih razvojnih projekata. Pruža stručnu pomoć drugim dionicima pri provedbi projekata te provjerava i prati stanja projekata svih korisnika s područja Županije.</li> <li>• <b>LAG-ovi: LAG More 249 i LAG Krka</b> potiču ruralni razvoj, izrađuju lokalne razvojne strategije te usmjeravaju i prate njihove provedbe uključujući korištenje sredstava potpore.</li> <li>• <b>Lokalna akcijska grupa u ribarstvu FLAG Lanterna i Lokalna akcijska grupa u ribarstvu (LAGUR) Galeb</b> predstavlja poseban oblik lokalne akcijske grupe specijalizirane za područje ribarstva, prerade ribe i akvakulture s ciljem jačanja kapaciteta lokalnih aktera u ribarstvu, promicanja širenja i razmjene primjera dobre prakse, kao i pružanja platforme za promicanje razvoja područja ovisnih o ribarstvu.</li> </ul>

- **Udruge Šibensko-kninske županije** među kojima su relevantna udruženja građana s ciljem kulturnog djelovanja ili proučavanja i zaštite prirode. Osim prirodoslovnih udruga, također su relevantna i sva kulturno-umjetnička društva, zatim likovne, književne i filmske sekcije, glazbena društva, plesne skupine i druge udruge koje njeguju kulturno-umjetničku ili prirodnu baštinu Šibensko-kninske županije i športski klubovi i društva. Također valja spomenuti i udruge koje zastupaju interese građana u različitim društvenim i okolišnim pitanjima. Neke od istaknutijih su: Udruga za zaštitu prirode i okoliša te promicanje održivog razvoja 'Argonauta', Ekološka udruga 'Krka' Knin, Udruga EMEDEA, Udruga Atribut, Ekološka udruga 'Monte Promona' Siverić, Udruga za zaštitu prirode i životinja 'Bolji svijet', Društvo prijatelja šibenskih starina i drugi.
- **Lokalno stanovništvo** predstavlja relevantni subjekt turističkog razvoja područja Županije. Prilikom izrade i implementacije bilo kakvog razvojnog plana, u obzir svakako valja uzeti i stavove domaćeg stanovništva.
- **Turisti** na području Šibensko-kninske županije trenutno godišnje ostvare približno 850 tisuća dolazaka i oko 4,9 milijuna noćenja, te nepoznati broj izleta. Njihov budući povećani, odnosno smanjeni interes za destinaciju, mjeren povećanjem, odnosno smanjenjem broja dolazaka i noćenja, ali i troškova, predstavljat će korisnu povratnu informaciju te ih stoga svakako valja uzeti u obzir kao važnog pasivnog dionika turističkog razvoja.
- **Mediji** – prenose pozitivnu destinacijsku sliku i sudjeluju u rješavanju upravljačkih problema, apostrofirajući iste. Neki od lokalnih medija su: Hrvatska radiotelevizija, područni centar Knin i Šibenik, Županijski Radio Šibenik, Šibenski list, Šibenski portal, ŠibenikIN portal, TRIS portal, Radio Ritam Šibenik, Radio Drniš, Info Vodice, Šibeniknews i Huknet i drugi.
- **Veleučilište u Šibeniku** – na području Županije uvodi međunarodno priznate norme i obrazovne standarde te se kontinuirano usavršava i poboljšava s aspekta kadrova, projekata i studijskih programa, među kojima je i preddiplomski stručni studij Turistički menadžment.

Međusobni kooperativni potencijal pojedinih dionika turističkog razvoja može se kretati od potpunog međusobnog ignoriranja pa sve do konstruktivne suradnje. Identifikacija njihovog kooperativnog potencijala uobičajeno se vrši putem provedbe radionica, fokus grupa te putem individualnih intervjuova u okviru izrade strateškog dokumenta. Usklađivanje različitih interesa dionika je zadatak koji se kasnije postavlja pred nositelja provedbe usvojene razvojne strategije.

## Pregled – prostorno planskih i strateških dokumenata

Prostorno planski dokumenti i razvojno-strateški planovi pomažu u strateškom planiranju i upravljanju turističkim razvojem u regiji, odnosno pomažu u definiranju dugoročnih ciljeva i smjernica za razvoj turizma. Prostorno planski dokumenti često uključuju planove za očuvanje okoliša i kulturnog naslijeđa, što je ključno za održivost turizma te time pomažu u balansiranju ekonomskih koristi od turizma s potrebom za zaštitom prirodnih i kulturnih resursa.

Kroz planove i strateške dokumente moguće je sagledati i planove za razvoj infrastrukture važne i za turizam, kao što su prometnice, smještaj, vodovod, električna energija i komunikacije. U smislu

održivog upravljanja, planovi pomažu u upravljanju turističkim kapacitetom i ograničavanju prekomjernog turističkog pritiska na određene lokacije, ali i obratno, planovi privlače investicije i potiču privatni sektor da sudjeluje u razvoju turizma.

U nastavku se iznosi prikaz smjernica razvoja sadržanih u glavnim i relevantnim strateškim dokumentima Šibensko-kninske županije.

**Plan razvoja Šibensko-kninske županije za razdoblje od 2021. do 2027. godine:** planom se predviđa daljnji razvoj selektivnih oblika turizma (ruralni, ekoturizam, kulturni i gradski turizam, nautički turizam, zdravstveni turizam i dr.), kao i vanezonska ekspanzija turističke ponude. Naglašava se da su elementi arheološke baštine prisutni na cijelom prostoru Županije i predstavljaju znatne resurse za razvoj kulturnog turizma, međutim, nužno je dodatno uložiti u njihovo istraživanje, zaštitu i stavljanje u funkciju posjećivanja. Nadalje, ističe se nužnost razrade koncepta ruralnog turizma, kao i drugih selektivnih oblika turizma za zaobalje Županije. Dodatno, kao izniman turistički potencijal istaknut je 'Značajni krajobraz Kanal–Luka'. Za otoke se ističe da u svrhu daljnjeg razvoja nautičkog turizma treba unaprijediti ugostiteljsku ponudu te povećati kapacitete luka nautičkog turizma. Također se stavlja naglasak na razvoj poljoprivredne i prerađivačke djelatnosti te potrebi osiguranja prostornih uvjeta za razvoj djelatnosti komplementarnih turizmu, koje čine otočni razvitak održivim. Neki od projekata koji su prepoznati u ovom dokumentu su: Centar za digitalizaciju, obrazovanje i IT sektor u turizmu (uređenjem područja nekadašnje vojarne Ante Jonić u Mandalini u neposrednoj blizini Veleučilišta u Šibeniku, Studentskog centra Palacin, Centra za poduzetništvo i nove tehnologije Trokut, Adriatic Business Centra – ABC, Razvojno inovacijskog Centra Alutech, komunalne luke Vrnaža i luksuznog turističkog kompleksa grupe Dogus), Centar suhozidne tradicijske gradnje, Turistička valorizacija tvrđave sv. Nikole i Kanala sv. Ante i revitalizacija prostora bivše vojarne 'Krka' kao receptivnog turističkog središta zaleđa Šibensko-kninske županije.

**Studija održivosti razvoja turizma i prihvatnog kapaciteta s akcijskim planom na području Šibensko-kninske županije:** u studiji se obrađuju pokazatelji prihvatnog kapaciteta u domeni prostora i ekologije, infrastrukture, socio-demografski i socio-kulturni pokazatelji te poličko-ekonomski pokazatelji. Dokument je ukazao na ključna područja ugroženosti prihvatnog kapaciteta te je u skladu s postavljenim ciljevima predloženo nekoliko grupa projekata. Oni se odnose na aktivnosti usmjerene na uklanjanje učinaka prekomjernog razvoja turizma koje ne iziskuju velika materijalna sredstava i dugotrajne realizacije, potom na aktivnosti za koje je nužna dugotrajnija priprema i znatnija sredstva te aktivnosti koje se odnose na implementaciju i promociju održivih oblika ponašanja te edukativne akcije usmjerene na domicilno stanovništvo i turiste.

**Studija 'Kratki lanci opskrbe hranom kao temelj održivog razvoja Šibensko-kninske županije':** u studiji se kao potencijal i snaga prepoznaje poljoprivreda Šibensko-kninske županije u postojećoj tradiciji poljoprivredne proizvodnje, zatim razvijenim gospodarskim granama koje mogu apsorbirati svu primarnu poljoprivrednu proizvodnju (lokalno tržište i turizam – tihi izvoz). Ističe se i da se sve više razvija ruralni turizam. Županija posjeduje dostatne agroekološke resurse (zemljište, klima) za razvoj vinogradarske proizvodnje, povrtlarske i voćarske proizvodnje, stočarske proizvodnje, a bilježi se i pozitivan trend povećanja broja ekoloških proizvođača. Imamo pozitivne primjere gdje su potrošači uključeni u berbu proizvoda (grožđa) što predstavlja oblik animacije u ruralnom turizmu (vinarija Grabovac, Imotski). Kao jedan od temeljnih resursa za razvoj ističe se 2015. godina, kada je 'drniški pršut' zaštićen oznakom zemljopisnog podrijetla u Republici Hrvatskoj, a zatim je upisan i u registar zaštićenih oznaka izvornosti i zaštićenih oznaka zemljopisnog podrijetla na europskoj razini.

**Operativni plan razvoja cikloturizma Šibensko-kninske županije za razdoblje 2018. – 2020.:** u planu je cikloturizam prepoznat kao jedan od pokretača razvoja zaleđa županije u smislu kvalitetnije ugostiteljske ponude (posebice enogastronomska, ali i smještajna i uslužna), što će postojećim gostima na obali i onima koji će doći, upravo zbog kvalitete i raznolikosti ponude u zaleđu, omogućiti da lakše putuju i istražuju Županiju. Kao međunarodno najpoznatija ruta ističe se EuroVelo 8 - Osnovna ruta predviđa dvije dnevne dionice: Pakoštane – V. Jezero – Pirovac – Vodice – Šibenik (EV8 dnevna dionica 109 duga 48 km sa 150 m uspona); Šibenik – Grebaštica – Široke – Sapina Doca – Gustirna – Vrsine – Trogir (EV8 dnevna dionica 110 duga 56 km sa 680 m uspona). Ova studija predlažu projekte kojima bi se podigla konkurentnost i ukupna kvaliteta cikloturističke ponude u destinaciji.

**Plan upravljanja zaštićenim područjem i područjem ekološke mreže (7006): Područje ekološke mreže Krka i okolni plato i pridružena zaštićena područja:** u dokumentu su prepoznate prilike u zelenom turizmu. Dvije glavne teme koje se u cijelosti ili parcijalno odnose na turizam su: TEMA A. Zaštita prirodnih vrijednosti - Posebni cilj AA: U sljedećih 10 godina ciljne vrste ptica te značajne negnijezdeće vrste ptica vezane za vodena staništa očuvane su na razini ciljeva očuvanja. → Aktivnosti: Provoditi edukacije na temu održivih poljoprivrednih i turističkih praksi koje utječu na vodene ekosustave. Istovremeno, čitavo područje značajnog krajobraza Krka – gornji tok, prepoznato je kao važan, ali nedovoljno iskorišteni rekreativno-turistički potencijal grada Knina; TEMA B. Upravljanje posjećivanjem, interpretacija i edukacija - Posebni cilj BA: odnosi se na očuvanje, interpretaciju, edukaciju i promociju značajnih krajobraza Krka - gornji tok i Vodeni tok i kanjon Čikole. Ovom cilju pristupa se strateški i kroz suradnju s lokalnim dionicima, a posjećivanje je temeljeno na ključnim vrijednostima područja te se provodi u skladu s kapacitetima područja te principima održivog turizma. → Aktivnosti: Izdavati koncesijska odobrenja za djelatnosti aktivnog turizma (*zipline*, ferata, kanjoning staza) u skladu s mjerama očuvanja ključnih vrijednosti područja.

**Plan upravljanja zaštićenim područjem i područjima ekološke mreže (6005): Nacionalni park Krka i šire područje:** Planom su prepoznate jake inicijative Grada Knina i Drniša u razvijanju turističke infrastrukture te povezivanje turističke ponude s NP Krka. Istaknuto je i da je posljednjih godina u naseljima zamjetan porast korištenja stambenog prostora u obiteljskim zgradama za iznajmljivanje i uređenje popratnih sadržaja u sklopu organiziranog seoskog turizma. Naglašeno je da je posjetiteljsku infrastrukturu i turističko-rekreativne sadržaje nužno planirati na način da se ne ugrožavaju uvjeti neophodni za proces sedrenja niti oštećuju sedrene barijere te ne uzrokuju preusmjeravanja ili pregrađivanja prirodnog toka vode. Također, Planom se predviđa valorizacija etnografske baštine, koja premda više nema nikakav ekonomski značaj za stanovništvo ovoga prostora, ona je sada prvorazredna turistička atrakcija. Nadalje, disperzijom posjetitelja na područje srednjeg i gornjeg toka pridonosi se i razvoju poduzetništva u lokalnoj zajednici te razvoju novih turističkih sadržaja. Jedan od preduvjeta integralnog razvoja turizma jest i uskladiti parkovnu i ostalu turističku signalizaciju.

**Plan upravljanja Nacionalnim parkom Kornati (PU 6012) 2024. – 2033.:** Plan upravljanja ističe da je najuočljivija turistička aktivnost na području Parka nautički turizam, zbog kojeg učestalo dolazi do degradacije stanišnih uvjeta vezanih za nautički turizam (sidrenje, podvodna buka i teški metali). Intenzivan je razvoj i izletničkog turizma, pri čemu dominiraju izleti iz okolnih obalnih destinacija (od Zadra do Primoštena). Podmorje Kornata jedno je od atraktivnijih ronilačkih destinacija na Jadranu, naročito grebeni koji se strmo spuštaju u dubinu s pučinske strane pučinskog niza otoka, s atraktivnim koraligenskim životnim zajednicama te je stoga u posljednje desetljeću sve veći broj točaka od interesa za ronilački turizam. Kao najvažniji projekt u smislu turističke interpretacije u sljedećem razdoblju,

ističe se uspostava posjetiteljskog centra u Murteru. Također, novim Prostornim planom se može ograničiti daljnji rast broja ugostiteljskih objekata u tipu restorana/konobe, uz ostavljanje mogućnosti ugostiteljskih djelatnosti nižeg intenziteta, u tipu agroturizma, na kornatskim OPG-ovima.

**Akcijski plan upravljanja posjetiteljima NP Krka za razdoblje 2019. – 2031.:** osnovni cilj Akcijskog plana je usklađivanje posjećivanja sa zaštitom vrijednosti NP Krka za utvrđeno plansko razdoblje. U njemu se navode ciljevi upravljanja posjetiteljima, razrađuju aktivnosti za postizanje tih ciljeva i određuju pokazatelji provedbe plana i učinkovitosti upravljanja. Izradi ovog plana prethodila je izrada povezanog dokumenta Evaluacija stanja u sustavu upravljanja NP Krka te analiza prihvatnog kapaciteta. Opći cilj izrade Evaluacije i Studije je razviti upravljački okvir i odrediti primjerene ciljeve, aktivnosti i pokazatelje učinkovitosti kojima će se unaprijediti upravljanje posjećivanjem i posjetiteljska infrastruktura NP Krka u skladu sa zaštitom prirodnih i drugih vrijednosti.

**Akcijski plan upravljanja posjetiteljima za područja NP Kornati:** evaluacija stanja je pokazala da se kontinuirano pokušava potaknuti turističku djelatnost u prostoru na održivi način, a koji je u skladu s ciljevima zaštite prirode. Unatoč ranijim inicijativama, opsežniji rezultati su izostali. Uključivanje lokalnog stanovništva u turističku ponudu na području Parka je ključno za održiv razvoj lokalne zajednice, ali i učinkovito upravljanje Nacionalnim parkom te svakako treba biti dio APUP-a. Među zadanim ciljevima i aktivnostima ističu se ciljevi povezivanja i promoviranja turističke ponude u NP Kornati (u okviru koje su akcije razvoja turističkih usluga i uspostave programa Domaćin porta), nadograđivanja usluga i podizanja razine usluga za posjetitelje (u okviru čega se predviđaju akcije ispitivanja zadovoljstva posjetitelja, promicanja ronilačkog turizma te edukacije pružatelja turističkih usluga).

#### **Prostorni plan Šibensko-kninske županije (2012., Izmjene i dopune 2013., 2014., 2017.):**

Prostorni plan Šibensko-kninske županije, kao temeljni dokument upravljanja prostorom, ističe četiri razine turističkih središta:

- Makro regionalnog značaja: Šibenik
- Regionalnog značaja
  - Primorski dio: Tisno, Murter, Vodice i Primošten
  - Kopneni dio: Knin i Drniš
- Subregionalnog značaja: Skradin, Bilice, Pirovac, Tribunj i Rogoznica
- Lokalnog značaja
  - Primorski dio: Betina, Jezera, Prvić, Zlarin, Žirje, Brodarica, Krapanj, Grebaštica, Zaton, Raslina, Kaprije i Žaborić
  - Kopneni dio: Goriš, Oklaj, Kistanje i Kijevo

Prostornim planom Županije planirana je 31 zona ugostiteljsko-turističke namjene (T-zona) izvan naselja s ukupnim kapacitetom od 45.700 ležajeva. U podjednakom broju planirane su samo hotelske (T1) i miješane hotelske-turističko naselje-kamp (T1, T2, T3) zone, a zatim i manji broj isključivo kamp (T3) zona. Najviše planiranih turističkih zona izvan naselja nalazi se u JLS-ovima u obalnom pojasu (uključujući područje Skradina), pri čemu ih je najveći broj na području grada Šibenika. Planom su na obali također predviđene i zone ugostiteljsko-turističke namjene u sklopu naselja (u općini Pirovac, gradovima Vodice i Šibenik, te u općinama Primošten i Rogoznica).

Županijski plan posebno navodi seoski turizam kao oblik turističke ponude u postojećim naseljima u ruralnim područjima, uključujući u napuštenim selima ili grupama građevina, vezanim uz prostor nacionalnih parkova ili parkova prirode.

U odnosu na rekreaciju, Plan specificira mogućnosti uređivanja obale u svrhu formiranja i korištenja plaža te opremanja potrebnim pratećim sadržajima, ali i osiguranja najmanje 6m<sup>2</sup> plažnog prostora po ležaju u turističkoj zoni, odnosno 2m<sup>2</sup> po stalnim i privremenim stanovnicima naselja, turistima u privatnom smještaju i dnevnim posjetiteljima. Planiran je i niz zona sporta i rekreacije. Također je planirano nekoliko golf igrališta, i to bez zgrada za turistički smještaj u gradu Vodice (zona Čista Mala) i u gradu Šibeniku (zona Zablacé), kao i zajedno sa smještajnim objektima u općini Tribunj (zona Kamena), gradu Skradinu (zona Prukljan) i u gradu Drnišu (zona Brištane). Na području grada Skradina planiran je i 'zabavni centar – aqua park'. Uz postojećih 13 marina, Planom su predviđene i dodatne tri u Tisnom (Luka), Šibeniku (Crnica) i na otoku Kaprije (uvala Kaprije).

**Urbana regeneracija napuštene industrijske zone u Šibeniku:** u sklopu Plana izrađeni su dokumenti Razvojne strategije te Akcijski plan i prioritet provedbe. Kroz razvojnu strategiju se navodi da će Batižele postati referenca nove turističke paradigme utemeljene na autentičnom eksperimentiranju i doživljaju lokalnog života, usmjerenom prema putniku, kroz turizam koji poštuje okoliš i društvo i naglašava lokalnu kulturu i atmosferu te pridonosi blagostanju zajednice. Nadalje, navodi se da će Batižele pridonijeti raznolikosti turističke ponude kako bi se potražnja „desezonirala“ i prostorno „dekoncentrirala“. Doprinijet će i transformaciji šibenske turističke industrije usmjeravajući se na zdravstveni turizam. Na temelju istraživanja tržišta najperspektivnijim razredom dobara za lokaciju Batižela smatra se stambeni segment, nakon kojeg slijede HTL (hotel, turizam, odmor), maloprodaja te segment hrane i pića. Postoji i potreba za višefunkcionalnim objektom u kojem bi se mogao nalaziti kongresni centar, održavati sajmovi, manja sportska događanja (borilačke vještine, stolni tenis, mačevanje, gimnastika itd.) i kulturna događanja (izložbe, koncerti).

**Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama na području Šibensko-kninske županije:** studija sadrži analizu plažnih resursa Šibensko-kninske županije, tematizaciju, standarde i modele upravljanja plažama u Šibensko-kninskoj županiji. Posebno su za sve jedinice lokalnih samouprava izdvojene plaže koje se predlažu za tematizaciju. Plaže su sukladno zakonskoj regulativi razvrstane u prirodne (udaljene i ruralne) i uređene plaže (mjesna, urbana i plaža turističkog kompleksa).

### 3.4. Analiza izgrađenosti prostora: pritisak turističkih smještajnih kapaciteta na prostor

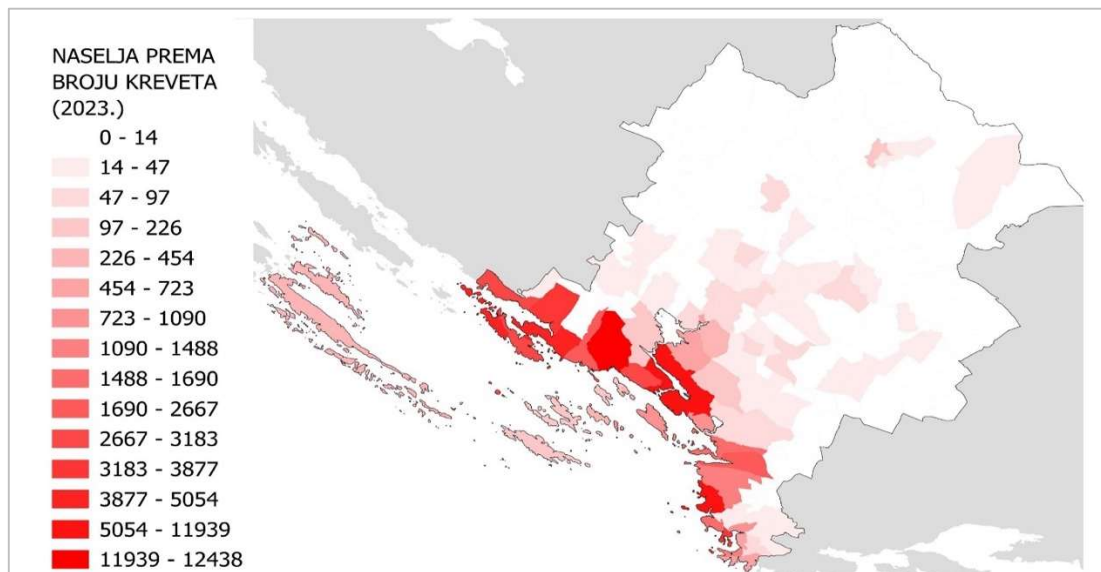
Izgradnja turističkih smještajnih kapaciteta uveliko mijenja izgled i kvalitetu prostora duž Jadrana. Sukladno postojećoj praksi u RH, komercijalni<sup>9</sup> smještajni kapaciteti pretežito su locirani unutar građevinskih područja naselja i/ili u zonama ugostiteljsko-turističke namjene (T-zone). Mapiranjem razmještaja postojećih komercijalnih kapaciteta u Šibensko-kninskoj županiji uz analizu prostornim planovima određenih veličina građevinskih područja naselja i T-zona stječe se uvid u sadašnji pritisak turističke aktivnosti na prostor Županije uz indikaciju mogućih budućih kretanja.

<sup>9</sup> Komercijalni smještajni kapaciteti obuhvaćaju kolektivni smještaj (hoteli i slični objekti, kampovi, ostali ugostiteljski objekti) i objekte u domaćinstvu (kolokvijalno zvane 'privatni smještaj') te se prate putem sustava eVisitor i podataka Državnog zavoda za statistiku.

## Prostorni raspored postojećih komercijalnih smještajnih kapaciteta

Postojeći komercijalni smještajni kapaciteti Šibensko-kninske županije koncentrirani su u obalnom pojasu, prije svega u naseljima na području općina Pirovac, Murter-Kornati, Tisno, gradova Vodice i Šibenik te općina Primošten i Rogoznica (Slika 3.4.1.). Iako bitno manjeg intenziteta, koncentracija komercijalnog smještaja vidljiva je i u zaleđu Županije, uz rubna, odnosno gravitirajuća područja NP Krka te na području gradova Drniša, ali i Knina. Značajni unutrašnji dijelovi Županije gotovo da ne raspolažu komercijalnim smještajem.

Slika 3.4.1. Naselja prema broju kreveta u komercijalnim smještajnim kapacitetima (2023.)



Izvor: Obrada autora prema podacima eVisitor (2023.)

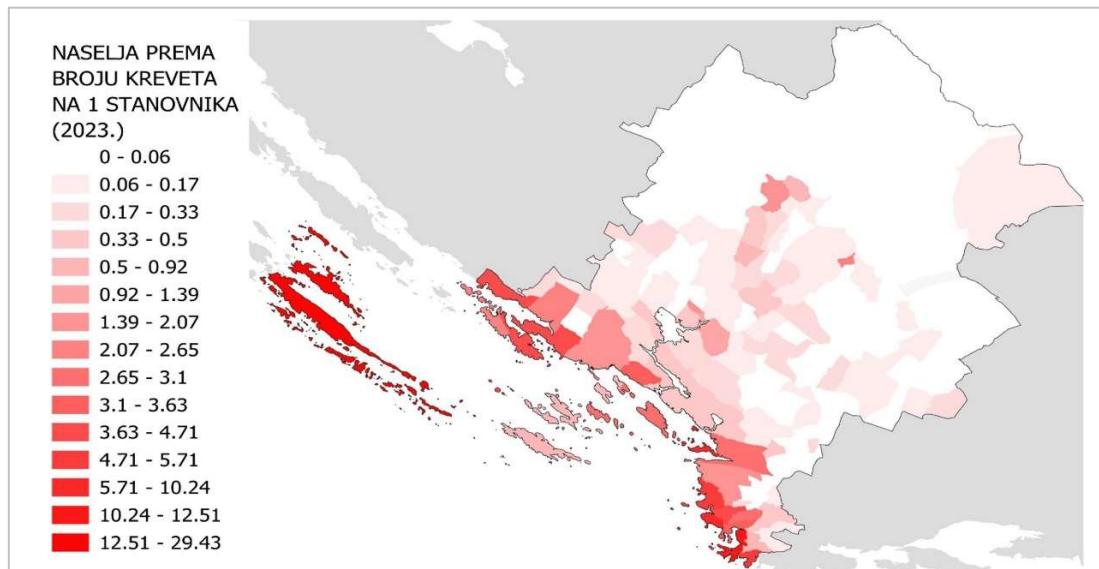
Bitno je, pri tome, imati na umu da komercijalni kapaciteti čine samo dio ukupne ponude smještaja dok preostali dio čine oni nekomercijalni (kuće i stanovi za odmor) čiji ukupni volumen nije registriran turističkom statistikom. Dok procjena veličine nekomercijalnog smještaja nije predmet ove analize, istraživanja ukazuju na njegov tipično visok udio posebice na turistički atraktivnim obalnim područjima<sup>10</sup>, te je u tom kontekstu realno očekivati viši od prikazanog pritisak turističkog smještaja (ili korisnika) posebice na obalu i otoke Šibensko-kninske županije.

Razmjer pritiska turističke aktivnosti na prostor, odnosno na lokalnu zajednicu, moguće je nadalje sagledati kroz odnos broja raspoloživih turističkih kreveta i broja lokalnih stanovnika (Slika 3.4.2.). Iako granica prihvatljivog omjera može varirati ovisno o stavovima lokalne zajednice, uključivo do primjerice tri kreveta po stanovniku u naseljima izrazito turističkog/vikendaškog karaktera, smatra se da 0,6 turistička kreveta po stanovniku predstavlja granicu iznad koje turizam postaje snažan faktor transformacije mjesta kroz procese apartmanizacije i gentrifikacije.<sup>11</sup>

<sup>10</sup> Prema recentnim istraživanjima Instituta za turizam, raspoložive procjene nekomercijalnog smještajnog kapaciteta u kućama i stanovima za odmor u više obalnih destinacija (npr. Split, Makarska) ukazuju da oni nadmašuju komercijalni kapacitet.

<sup>11</sup> Definirano prema: Rogić, I. (2006.), Tipologija naselja i kuća za odmor u Rogić, I., Mišetić, A., Zimmerman, R., Ur. *Kuća pored mora – Povremeno stanovanje na hrvatskoj obali*, Institut Ivo Pilar, Zagreb, 2006.

Slika 3.4.2. Naselja prema broju kreveta po stanovniku (2023., procjena)



Izvor: Obrada autora prema podacima eVisitor (2023.) i procjene stanovnika prema DZS (za 1.1.2023.)

Navedeni standard premašen je više nego igdje u Županiji na području općine Rogoznica, i to u gotovo svim naseljima, a značajno ga premašuju i naselja u općinama Primošten, Tisno, Murter-Kornati, Pirovac te u dijelovima gradova Vodice i Šibenik, i to posebice na pripadajućim otocima. Sam Šibenik (naselje) kao jedan od atraktivnih povijesnih gradova Dalmacije, poput Splita, Dubrovnika i Zadra koji su izrazito izloženi procesima apartmanizacije i gentrifikacije, u cjelini ne bilježi prekomjernu izloženost turizmu pri čemu ostaje pitanje u kojoj su mjeri pojedine četvrti, a posebice povijesna jezgra blizu ili već prešli kritični prag.

#### **Mogućnost izgradnje novih smještajnih kapaciteta: Građevinska područja naselja**

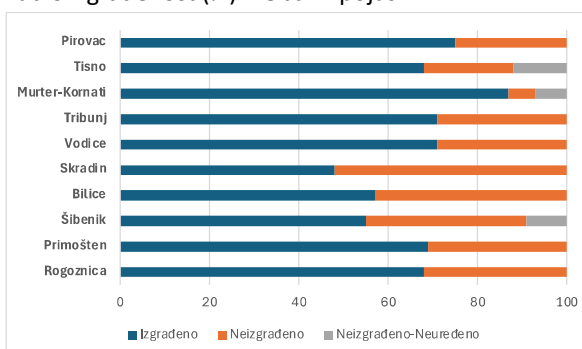
Na području Šibensko-kninske županije ukupno je planirano 13.758,3 ha građevinskih područja naselja, od čega je izgrađeno 8.709,8 ha ili 63% te je za novu izgradnju u naseljima raspoloživo još 5.086,5 ha ili 37%.<sup>12</sup> Ova znatna mogućnost daljnje gradnje u naseljima podrazumijeva i moguće povećanje stambenog fonda, a koji prema važećim propisima potencijalno može postati ugostiteljsko-turistički smještaj. Drugim riječima, razina raspoloživog građevinskog prostora u naseljima u današnjim je okolnostima indikator potencijalnog daljnjeg rasta pritiska smještajnih kapaciteta na prostor.

Na razini pojedinih gradova i općina u obalnom pojasu, s izuzetkom općine Murter-Kornati, uglavnom svuda postoje značajni, 25% i viši udjeli još uvijek neizgrađenog građevinskog područja naselja (Slika 3.4.3.). Štoviše, u već danas turističkim kapacitetima izrazito opterećenim općinama poput Rogoznice i Primoštena preostaje raspoloživo oko trećina planiranog građevinskog prostora. Najveće ukupne površine građevinskih područja naselja planirane su u gradovima Šibeniku i Skradinu, a tu se nalaze i najveći udjeli još neizgrađenog prostora, specifično oko 1300, odnosno 500 hektara. Istovremeno, veći dio obalnog pojasa bilježi pad stanovništva kroz proteklih 20-tak godina.

<sup>12</sup> Izgrađena i planirana građevinska područja naselja temeljena su na podacima i iskazima iz prostornih planova gradova i općina važećih na dan 21.03.2024.

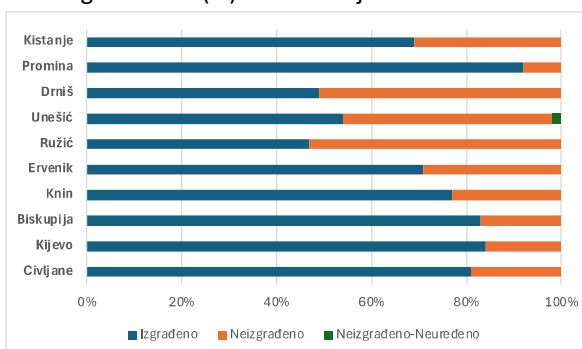
Slika 3.4.3. Površina građevinskih područja naselja (ha) i udio izgrađenosti(%) – Obalni pojas

Općina/Grad	Izgrađeno	Ne-izgrađeno	Ukupno
Pirovac	141,4	47,6	188,9
Tisno	178,4	83,4	261,8
Murter-Kornati	111,7	16,3	128
Tribunj	91,1	36,5	127,6
Vodice	654,5	262,5	917
Skradin	467,1	496,6	963,7
Bilice	193,5	146,9	340,5
Šibenik	1605,6	1289,0	2894,6
Primošten	250,1	111,6	361,7
Rogoznica	290,3	135,1	425,4



Slika 3.4.4. Površina građevinskih područja naselja (ha) i udio izgrađenosti (%) - Unutrašnjost

Općina/Grad	Izgrađeno	Ne-izgrađeno	Ukupno
Kistanje	704,6	312,9	1017,5
Promina	378,0	34,5	412,5
Drniš	896,1	925,2	1821,3
Unešić	392,0	339,2	731,2
Ružić	244,3	274	518,3
Ervenik	357,6	144,8	502,4
Knin	785,9	235,6	1021,4
Biskupija	456,7	91,7	548,5
Kijevo	360,0	67	427
Civljane	151,0	36	187



Izvor: Obrada autora prema podacima iz prostornih planova gradova i općina važećih na dan 21.03.2024.

U unutrašnjosti Županije najveće površine građevinskih područja naselja planirane su u gradovima Drnišu, zatim u Kninu te u općini Kistanje (Slika 3.4.4.). Neizgrađena građevinska područja raspoloživa su svuda, no najviše u sklopu susjednih JLS-ova, grada Drniša te općina Ružić i Unešić. Postojeća niska raspoloživost smještajnih kapaciteta na cijelom prostoru unutrašnjosti te nizak pritisak turizma na lokalnu zajednicu, govori u prilog potencijalne ekspanzije turističke aktivnosti u ove dijelove Županije. Ograničenje međutim predstavlja visok pad stanovništva, a posebice u zadnjih desetak godina.

Analiza prostornih planova gradova i općina Šibensko-kninske županije naposljetku ukazuje na značajne 'rezerve', odnosno neizgrađene površine u sklopu izgrađenih građevinskih područja naselja na kojima će također biti moguća daljnja izgradnja. Dodatno, lokalna samouprava ima mogućnost proširenja građevinskog područja naselja za 20% kada njihova izgrađenost dosegne 80% (u ZOP-u) odnosno 50% (izvan ZOP-a). Ovo također pridonosi značajnim ukupnim mogućnostima daljnje gradnje unutar naselja, uključujući i smještajnih kapaciteta, a time i dodatnog pritiska turizma na prostor.

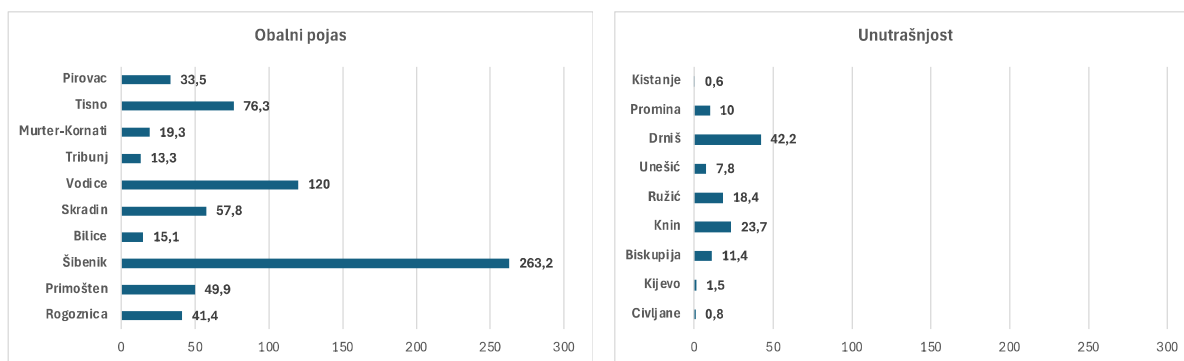
### Mogućnost izgradnje novih smještajnih kapaciteta: Zone ugostiteljsko-turističke namjene

Prostornim planom Šibensko-kninske županije planirane su zone ugostiteljsko-turističke namjene (T-zone) izvan naselja za jedinice lokalne samouprave koje se nalaze u zaštićenom obalnom pojasu te su određene njihove maksimalne površine, vrste smještaja (T1-hoteli, T2-turistička naselja, T-3 kampovi) i kapaciteti.<sup>13</sup> Planirana je ukupno 31 T-zona, ukupne površine od 551,4 ha te maksimalnog kapaciteta od 45.700 kreveta. Povrh T-zona planiranih u PP Županije, prostorni planovi gradova i općina također predviđaju dijelove naselja isključivo za ugostiteljsku-turističku namjenu i to kako u jedinicama lokalne samouprave u zaštićenom obalnom pojasu, tako i izvan njega. Ukupno je prostornim planovima

<sup>13</sup> Prostorni plan Šibensko-kninske županije, *Službeni vjesnik Šibensko-kninske županije*, 4/13, 8/13, 2/14, 4/17

planirano 806 ha površine za ugostiteljsko-turističku namjenu (Slika 3.4.5.). Daleko je najviše takvih površina planirano u obalnom pojasu (86%) i, specifično, u Šibeniku, zatim u Vodicama i Tisnom.

Slika 3.4.5. Površine planirane za ugostiteljsko-turističku namjenu unutar i izvan naselja (ha)



Izvor: Obrada autora prema podacima iz prostornih planova gradova i općina važećih na dan 21.03.2024.

Analiza podataka o veličini kolektivnog smještaja (hoteli, kampovi, ostali ugostiteljski objekti) prema podacima iz eVisitora u odnosu na sve planirane zone ugostiteljsko-turističke namjene pokazuje da je realizirano ukupno 22.478 kreveta. Sveukupno gledano, zone ugostiteljsko-turističke namjene, bilo izvan naselja ili u njima, predstavljaju izdašan, u značajnoj mjeri još neiskorišten prostorni resurs daljnjeg turističkog razvoja Šibensko-kninske županije. Posebno su značajne s obzirom da se u njima planiraju kolektivni kapaciteti koji mogu pridonijeti željenim pomacima u kvaliteti smještajne ponude. Veličinom i koncentracijom u obalnom dijelu Županije, T-zone svakako su, međutim, i bitan faktor dodatnog pritiska na već turistički visoko eksploatiran prostor.

### 3.5. Destinacijski marketing i menadžment

Prema Zakonu o turističkim zajednicama (NN 52/29 i NN 42/20) turističke zajednice djeluju po modelu destinacijskih menadžment organizacija. Zadužene su za okupljanje dionika iz javnog, privatnog i civilnog sektora kako bi se ostvarivali zajednički ciljevi i provodile aktivnosti koje su prema tim ciljevima usmjerene. Sustav turističkih zajednica Šibensko-kninske županije čine TZ Šibensko-kninske županije, turističke zajednice gradova Drniša, Knina, Skradina, Šibenika i Vodica, općina Murter-Kornati, Pirovac, Primošten, Rogoznica, Tisno, Tribunj i Bilice te mjesta Betina, Brodarica - Krapanj, Grebaštica, Jezera i Zlarin. Uz županijsku turističku zajednicu ukupno još 17 turističkih zajednica gradova, općina i mjesta.

Turističke zajednice krajem svake godine donose Program rada u kojem se detaljno, prema vrstama, razrađuju i opisuju aktivnosti za naredno razdoblje. Program rada razrađuje se prema Metodologiji i obvezatnim uputama za izradu godišnjeg plana rada i izvješća o izvršenju godišnjeg programa rada koju je propisalo Ministarstvo turizma i sporta RH.

Prema godišnjem planu i programu rada, Turistička zajednica Šibensko-kninske županije u 2022. godini raspolagala je s ukupno 8,4 milijuna kuna prihoda, od čega su 65 % činili izvorni prihodi (5.450.000 kuna), najvećih dijelom od turističke pristojbe (88 % izvornih prihoda), a manjim dijelom od članarina (12 % izvornih prihoda). Najveći dio budžeta izdvaja se za komunikaciju i oglašavanje (34 %) i razvoj turističkih proizvoda (19 %).

Šibensko-kninska županija se promovira kroz atraktivne internetske stranice ([www.dalmatiasibenik.hr](http://www.dalmatiasibenik.hr)) koje su organizirane kroz jednostavnu i preglednu arhitekturu *weba*. Korisnici mogu pretraživati informacije kroz glavni izbornik – istraži, doživi, planiranje putovanja, događanja i novosti. Izbornik 'istraži' organiziran je kroz geografske cjeline – otoci, obala, zaleđe, priroda, kultura i baština, atrakcije. Izbornik 'doživi' predstavlja turističke proizvode/doživljaje – gastronomija, aktivni odmor, jedrenje i nautika, sunce i more, zdravstveni turizam, poslovni turizam. Planiranje putovanja podijeljeno je na dvije cjeline – informacije za planiranje dolaska i informacije koje su potrebne tijekom boravka u destinaciji. Događanja su posebno izdvojena i moguće ih je pretraživati po mjesecima, vrstama i mjestu događanja. U dijelu novosti nalaze se fotogalerija i videogalerija te brošure. Stranica sadrži mnoštvo lijepih fotografija i tri promotivna videomaterijala.

Kad je riječ o brošurama gostima su na raspolaganju proizvodne brošure: za cikloturizam *Explore Dalmatia Šibenik on Bike*, za nautiku *Nautical Paradise*. Dalje, brošura obiteljskog smještaja *Like Home – Best Quality Accommodation*, kampinga *Camping experience nature*. Imidž-brošura *Dalmatia Šibenik – The Rythm of magical Dalmatia* složena je na način da najprije obrađuje glavne atrakcije i doživljaje te u drugom dijelu prikazuje sve destinacije u Županiji s glavnim porukama njihovih posebitosti. Brošura *Tips for Trips* prolazi kroz četiri teme, kulturnu baštinu, gastronomiju, prirodu i aktivnosti te predlaže ideje za jednodnevne doživljaje. Riječ je o opsežnijem materijalu s detaljnijim informacijama na više od stotinjak stranica. Sve brošure su na engleskom, a pojedine i na njemačkom i talijanskom jeziku. Mogu se pregledavati na internetskim stranicama kao i preuzimati na njima.

Turistička zajednica Šibensko-kninske županije promovira se i putem YouTube kanala gdje se nalazi više videozapisa u trajanju od dvije do pet minuta te sedam kratkih videa (eng. *shorts*) kojima se promoviraju posebne atrakcije. Također se promovira i kroz društvene mreže Facebook, Twitter, Instagram i Pintrest na kojima imaju velik broj pratitelja koji redovito prate i dodaju nove sadržaja (npr. Facebook 149 tisuća pratitelja, Instagram s više od 3,5 tisuća pratitelja i dr.).

Kad je riječ o turističkim proizvodima i njihovu razvoju, turističke zajednice aktivno potiču njihov razvoj i promoviraju kroz sve svoje promocijske aktivnosti. Posebno se ističu aktivnosti unapređenja aktivnog odmora (cikloturizam i drugi oblici aktivnog odmora u prirodi), nautike i kulturnog turizma koji je posljednjih godina, obnovom brojnih kulturnih lokaliteta te promocijom materijalne i nematerijalne baštine, uvelike unaprijeđen.

## 4. ANALIZA TURISTIČKOG TRŽIŠTA

### 4.1. Kvantitativna kretanja i prognoze

Prema podacima Svjetske turističke organizacije (UNWTO) međunarodni turizam s 1,3 milijarde turističkih dolazaka u 2023. godini dosegao je 88% rezultata prije zdravstvene krize. Europa je zabilježila bolje rezultate, odnosno, čak 94% rezultata ostvarenih 2019. godine. Koliko je veliki utjecaj zdravstvena kriza imala na turizam pokazuje i činjenica je 2019. godine turizam bio treći izvozni sektor, nakon naftne i kemijske industrije, da bi 2021. godine pad bio toliki da je pao na 9. mjesto, iza računalnih tehnologija i tekstilne industrije. Unutar Europe, najbrži oporavak bilježi Južni Mediteran. U Hrvatskoj je 2023. godine u komercijalnim smještajnih kapacitetima ostvareno 19,5 milijuna turističkih dolazaka i 92,4 milijuna turističkih noćenja, a u strukturi ostvarenih dolazaka 86,5% činili su strani turista, a 13,5% domaći turisti. Prognoze govore da bi se većina svjetskih odredišta 2024. godine mogla vratiti na rezultate pretpandemijske 2019. godine. Međutim, politička i ekonomska slika svijeta iznimno je dinamična i nepredvidiva, što se uvelike odražava na turistička kretanja.

Velika zdravstvena kriza imala je veliki utjecaj na turizam, ne samo u smislu pokazatelja u turističkoj statistici, već je ukazala na potrebu drukčijeg promišljanja turističkog razvoja. Ponajviše je uputila na nužnost otpornijeg i održivijeg turizma, što znači jačanje i promicanje lokalnih vrijednosti, poticanje na inovaciju u turističkoj ponudi, zaštitu prirodnih i kulturnih resursa, korištenja obnovljivih izvora energije, jačanje znanja i kompetencija ljudskih resursa, jačanje partnerstva između sektora kao i kontinuirani rad na sigurnosti.

Izazovno političko i gospodarsko okruženje, visoka inflacija i stalne promjene cijene nafte utjecat će na cijene prijevoza, smještaja, ali i svih drugih elemenata turističke ponude. Turisti će biti oprezniji i vrijednost za novac bit će sve važniji aspekt putovanja. Sigurne destinacije, destinacije 'bliže kući' s mogućnostima brzog povratka domovima, imati će prednost. Konačno, dinamično okruženje i politička previranja zahtijevaju od turističkih destinacija da ih stalno prate i u kratkom vremenu reagiraju i prilagođavaju svoju ponudu.

### 4.2. Kvalitativna obilježja tržišta

Odnos suvremenog potrošača prema turističkim putovanjima i odmorom neprestano se mijenja i danas je u smislu motiva i zahtjeva uvelike drukčiji nego prije samo desetak godina. Te je potrebe važno pratiti i ugraditi ih u razvojne politike, kako bi se na što kvalitetniji način na njih odgovorilo.

Šibensko-kninska županija destinacija je iznimnih prirodnih resursa i zaštićenih područja koja imaju veliku privlačnu snagu, ali su također i osjetljivi na svaki utjecaj ljudskih aktivnosti koji može u te prostore unijeti neravnotežu. Stoga, ovdje turizam ima dvostruku ulogu. S jedne strane ti se prostori mogu koristiti za privlačenje turista, a s druge strane turizam treba postati katalizator za njihovo očuvanje. Isto je i s kulturnim kao i svim ostalim resursima. Za održivo upravljanje potrebno je stoga pratiti i, među ostalim, akceptirati sljedeće trendove:

- *Rast svijesti o potrebi održivog razvoja.* Turisti su danas sve obrazovaniji i raspolažu velikim brojem informacija, koje su lako i jednostavno dostupne. Izloženi su svakodnevno porukama o posljedicama neodgovornog odnosa prema razvoju kao i potrebi očuvanja kulturnih, prirodnih, opipljivih i neopipljivih vrijednosti. Sukladno tome, raste i svijest o njihovoj ulozi u održivom razvoju te pokazuju brigu i interes za čuvanje okoliša. Pažnja se pridaje etici i moralnim vrijednosti pa je naglasak na smanjenju bacanja hrane, smanjenju korištenja plastike, recikliranju, odabiru prijevoza koji manje zagađuje okoliš i sl. Isto očekuju i od destinacija u kojima borave.
- *Rast broja iskusnih putnika.* Ljudi danas sve više putuju i njihovo iskustvo pomaže u prepoznavanju i razumijevanju izvornih i autentičnih vrijednosti. Posebno se cijeni iskrena gostoljubivost, očuvani 'duh mjesta' i briga za goste. Sve su to vrijednosti koje je u svijetu globalizacije i standardizacije teško očuvati, a s druge strane, destinacijama koje u tome uspiju daju ogromnu prednost.
- *'Digitalni život'.* Brz razvoj tehnologija i digitalizacija brojnih aspekata života mijenja 'dnevnu rutinu' – od načina druženja, načina poslovanja, načina obrazovanja i brojnih drugih aktivnosti. Istraživanja pokazuju da će do 2040. godine 98 % svjetske populacije imati pametne telefone, a 87 % će koristiti internet. Tehnologija ima veliki utjecaj na turističke tokove. S jedne strane ponude, kanali prodaje i promocija turističkih destinacija stalno se inoviraju s novim mogućnostima. S druge strane, kupci su zahvaljujući dostupnosti tih informacija i mogućnostima tehnologija u 'poziciji moći' i mogu u svakom trenutku uspoređivati destinacije, birati prema vlastitim preferencijama, odlučivati i mijenjati odluke.
- *Holistički pristup i 'više od doživljaja'.* Gosti tijekom boravka u destinaciji žele cjeloviti doživljaj koji će na najbolji način zadovoljiti njihove različite interese, potrebe i želje. Veliki je naglasak na nečem novom i drukčijem, nečemu jedinstvenom i originalnom. Sve je važnije povezivanje s domaćinima i lokalnom zajednicom, upoznavanje njihovog načina i stila života. Doživljaj se tako stvara kroz niz opipljivih i neopipljivih komponenti i 'točki dodira' s destinacijom koja se posjećuje. Zbog toga se danas govori o potrebi razvoja turističkih proizvoda na principima 'destinacijskog lanca vrijednosti'.
- *Traganje za 'vrijednostima'.* Zdravstvene, političke, ekonomske i druge vrste kriza navode potrošače da razvijaju kritički stav prema odnosu kvalitete i cijene. Traže proizvode i usluge kod kojih je taj omjer za njih dobar i prihvatljiv, opreznije troše i štede za buduća neizvjesna vremena. Cijena treba biti dobro usklađena s kvalitetom ponude, iako su gosti spremni više izdvojiti za atraktivnije i jedinstvene događaje koji se ne mogu iskusiti u drugim destinacijama. Generalno se cijene 'lokalna iskustva' pa je, u tom smislu, potrebno jasno komunicirati i usmjeriti goste prema onome što je jedinstveno i drukčije u mjestima koja posjećuju.
- *Rast svijesti o zdravom načinu života i potrebi prevencije zdravlja.* Sve veća briga o očuvanju zdravlja obilježava suvremeno društvo. Prepoznaje se važnost boravka u nezagađenom prostoru, rekreacije u zdravom i prirodnom okruženju, konzumiranju sezonskih namirnica koje dolaze iz lokalnog okruženja te generalno poduzimanje aktivnosti koje pomažu mentalnom i fizičkom zdravlju. Potreba za holističkim pristupom zdravlju vodi prema tome da su, osim



fizičkog, bitni i mentalno, duhovno i emocionalno blagostanje pa se traže proizvodi i usluge koji pomažu kvaliteti spavanja i podižu raspoloženje. Traganje za zdravim imunološkim sustavom, mentalnim blagostanjem i dobrim osjećajem pokreće suvremenog kupca.

- *Rast svijesti o vrijednosti vremena.* Kupci su danas sve više svjesni prolaznosti i važnosti vremena. Zbog toga su u okruženju izloženosti velikom broju informacija često skloni tražiti brza, lagana i jednostavna rješenja koja će im uštedjeti vrijeme. U tom kontekstu, važno je razvijati programe lojalnosti, personalizirati usluge i provoditi ciljani marketing. Nedostatak vremena očituje se u potrebi više kraćih odmora, porastu 'city escapes' i 'weekend escapes' programa. To je također i posljedica izražene potrebe za uspostavom životne ravnoteže. Naime, stres i užurbani život pojačavaju potrebu za uspostavom ravnoteže i vraćanjem mira. Unutarnji nemir i napetost potiču želju za opuštanjem i 'sporim' okruženjem pa su potrošači u potrazi za malim, tzv. 'mikro' avanturama poput pješčačenja u prirodi, planinarenja, bicikliranja i slično. Radi se o aktivnostima koje ne zahtijevaju posebne fizičke pripreme, već su prilagođene ljudima različitih dobnih skupina i razine kondicije.

### 4.3. Primjeri dobre prakse

Polazeći od geografskih obilježja prostora, potencijala resursno-atraksijske osnove i turističkih proizvoda za primjere dobre prakse izabrane su destinacije čiji aspekti razvoja mogu u nekim dijelovima poslužiti kao primjeri dobre prakse. To su:

- Provincia Salerno, Italija
- Chantia Prefecture, Grčka
- Pyrenees-Orientales, Francuska

<p><b>PROVINCIA SALERNO</b></p>		
	Izvor: www.livesalerno.com	Izvor: www.livesalerno.com
<p>Opći podaci</p>	<p>Lokacija: u regiji Campania u Italiji          Glavni grad: Salerno          Površina: 4.923 km<sup>2</sup>          Broj stanovnika: 1.092.349          Broj turista: oko 750 tisuća stranih turista (2017.)          Broj noćenja: oko 3,7 milijuna noćenja (2017.)</p>	
<p>Obilježja prostora</p>	<p>Raznolik krajolik s gradom na obali i zelenim planinama i brdima. Unutar regije je obala Amalfi koja je dio UNESCO-ove svjetske baštine te obala Cilento. Prostor obilježava i geološki zanimljiv klanac rijeke Calore Lucano s bogatom florom i faunom. Grad Salerno polazna je točka za posjet glavnim atrakcijama u okruženju. Pokrajina Salerno ima više gradova za posjetiti kao što su Positano i Amalfi, prekrasan otok Capri i područje Cilento.</p>	
<p>Glavni resursi i atrakcije</p>	<p>Kulturne atrakcije  <i>Grad Salerno:</i> Arechi tvrđava, Salerno Verdi kazalište, katedrala Salerno, arhitektura luke Salerno (Zaha Hadid)  <i>Okruženje:</i> arheološki park Paestum, parkovi i vrtovi Villa Rufolo Gardens i Villa Cimbrone's Gardens - Ravello, katedrala Amalfi  <i>Prirodne atrakcije:</i> Smaragdna špilja  <i>Kultura života i rada:</i> od atrakcija vezanih uz kulturu života i rada posebno se ističe tradicija izrade keramike u gradu Vietri sul Mare.</p>	
<p>Ključni turistički proizvodi / ponuda</p>	<p><i>Ture brodovima:</i> različita ponuda brodskih tura za upoznavanje Amalfijske obale – 50 kilometara s lijepim plažama, uvalama i špiljama, ture obilaska Caprija brodom oko otoka uz posjet špiljama i znamenitostima.  <i>Gastronomija:</i> naglasak na tipičnim jelima salernitanske kuhinje sa svježim lokalnim namirnicama. Mediteranska kuhinja bogata povrćem, maslinovim</p>	

uljem, sirom, mesom i ribom. Naglasak na slasticama i slastičarnici De Riso u Minori.

*Zdravstveni turizam:* ponuda termalnih centara i kvalitetnog *wellnessa*.

*Konjički turizam:* obilazak Nacionalnog parka Cilento i Vallo di Dano konjskim stazama.

*'Put bogova':* Staza koja povezuje Agerolu, malo selo iznad brežuljaka Amalfijske obale s Nocelleom, zasoeokom Positana koji se nalazi na obroncima Monte Pertuso. Staza ima lijepe vidike na krajolike Amalfijske obale i Caprija, lagana je za hodanje. Tijekom hodanja izmjenjuju se krajolici – s niskog raslinja i trave prelazi se na mediteransku floru.

*Adrenalinski turizam:* *zipline* na najuzbudljivijoj atrakciji Cilenta koji traje oko minute i pol, dostupan je danju i noću. Polazište je opremljeno panoramskim liftom koji omogućuje pristup osobama sa smanjenom pokretljivošću, terasom, platnom s *live* projekcijom leta.

*'Sunce i more':* odmor na lijepim pješčanim plažama među stjenovitim liticama, okruženim borovima i stablima maslina. Plaža Cala Bianca 2013. proglašena najljepšom plažom u Italiji (dostupna samo brodom ili pješačkom stazom).

*Ronjenje:* ronjenje u Punta Campanella, zaštićenom području u kojem se spaja Salernski i Napuljski zaljev.

*Ekoturizam:* posjet prirodnoj oazi Valle delle Ferriere. Staza od sela Atrani kroz dolinu rijeke Dragone do grada Pontone gdje se ulazi u rezervat s bogatom tropskom vegetacijom, vodopadima i izvorima.

Pozicioniranje	'Raj na zemlji' – Salerno i Amalfijska obala
Turistička promocija	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Specijalizirane internetske stranice <a href="https://www.livesalerno.com/">https://www.livesalerno.com/</a></li> <li>- Facebook <a href="https://www.facebook.com/livesalerno">https://www.facebook.com/livesalerno</a></li> <li>- Twitter <a href="https://twitter.com">https://twitter.com</a></li> <li>- Instagram <a href="https://www.instagram.com/livesalerno/">https://www.instagram.com/livesalerno/</a></li> </ul>

<p><b>PREFAKTURA CHANIA</b></p>		
<p>Opći podaci</p>	<p>Izvor: <a href="http://www.emeralddevelopments.gr">www.emeralddevelopments.gr</a>      Izvor: <a href="http://www.viator.com">www.viator.com</a></p> <p>Lokacija: regija na Kreti, Grčka</p> <p>Glavni grad: Chania</p> <p>Površina: 2.376 km<sup>2</sup></p> <p>Broj stanovnika: 156.585</p> <p>Broj dolazaka: 1,2 milijuna dolazaka</p>	
<p>Obilježja prostora</p>	<p>Prefektura Chania (Khania) smještena je na zapadnom dijelu otoka Krete te je poznata je po svojoj impresivnoj prirodnoj ljepoti, bogatoj povijesti i živahnoj kulturi. Povijest regije odražava se u njezinoj kulturi, koja je mješavina grčkih, mletačkih i osmanskih utjecaja. Ta fuzija vidljiva je u lokalnoj kuhinji, glazbi i festivalima. Chania također ima bogatu tradiciju proizvodnje lokalnih proizvoda, uključujući maslinovo ulje i vino. Chania se posvećuje očuvanju okoliša, s naporima za zaštitu prirodne ljepote i smanjenje utjecaja turizma na ekosustav. Ova obilježja čine Chania Prefekturu jedinstvenom i zanimljivom destinacijom za putnike koji traže spoj prirodne ljepote, povijesti, kulture i aktivnosti na otvorenom na otoku Kreti.</p>	
<p>Glavni resursi i atrakcije</p>	<p>Chania je prožeta poviješću i ima utjecaje različitih civilizacija, uključujući Minojce, Mlečane i Osmanlije. <i>Stari grad Chania</i> obiluje dobro očuvanom mletačkom i osmanskom arhitekturom, uskim kaldrmama i povijesnim zgradama, stvarajući jedinstvenu i šarmantnu atmosferu.</p> <p>Regija obiluje različitim arheološkim nalazištima, a značajna nalazišta uključuju drevni <i>Aptera</i>, <i>Polyrnia</i> i <i>Arheološki muzej Chania</i>, koji čuva brojne arheološke nalaze iz regije, uključujući antičke artefakte, skulpture i keramiku.</p> <p>Netaknute plaže s kristalno čistim morem, <i>Elafonissi</i> i <i>Balos</i> smatraju se nekim od najljepših u Grčkoj i svijetu. <i>Elafonissi</i> karakteriziraju roza pješčane dine i kristalno čisto more, dok <i>Balos</i> ima tirkizno plavo lagunu (Lefka Ori).</p> <p>Venecijanska luka ima impresivnu Venecijansku tvrđavu, faros (svjetionik) i šarene ribarske brodove.</p> <p><i>Bijeje planine</i> su poznate po svojoj impresivnoj prirodnoj ljepoti i planinskim vrhovima koji se uzdižu iznad 2000 metara nadmorske visine. Ova planina obiluje spektakularnim kanjonima, strmim stijenama, livadama i netaknutom prirodom. Planine su dom raznovrsnim biljnim i životinjskim vrstama, uključujući rijetke endemične biljke i ptice.</p> <p><i>Samaria kanjon</i> je jedan od najdubljih kanjona u Europi i nudi spektakularne pješačke staze. To je popularna destinacija za planinare i ljubitelje prirode.</p>	

	<p><i>Fortezza tvrđava</i> je velika venecijanska tvrđava smještena iznad grada Chania. Posjetitelji mogu istražiti zidine, tornjeve i muzejske izložbe dok uživaju u panoramskom pogledu na okolicu.</p> <p><i>Botanički vrt Chania</i> nudi prekrasne vrtne staze okružene raznovrsnim mediteranskim biljkama i cvjetovima.</p> <p><i>Morski Muzej Chania</i> posvećen je pomorskoj povijesti regije i nudi uvid u morski život, brodove i pomorske tradicije Krete.</p>
Ključni turistički proizvodi / ponuda	<p><i>Aktivnosti na otvorenom:</i> Kanjon Samaria i Bijele planine pružaju mnoge aktivnosti na otvorenom, poput planinarenja, biciklizma i vodenih sportova. Prirodna ljepota Prefektore privlači zaljubljenike u prirodu. Posjetitelji mogu istraživati kanjon Samaria, jahati konje ili se uputiti na brodsko putovanje kako bi otkrili skrivene uvale i otoke. Planine poput Bijelih planina (Lefka Ori) nude spektakularne staze za planinarenje i istraživanje. To privlači avanturiste i ljubitelje prirode koji žele osjetiti netaknutu kretska prirodu.</p> <p><i>Manifestacije:</i> Regija je tijekom cijele godine domaćin brojnim festivalima i događanjima koja slave kako religijske tako i kulturne tradicije. Atmosfera tijekom ovih festivala je živa, s glazbom, plesom i tradicionalnim kostimima.</p> <p><i>Kupališni turizam:</i> Chania je poznata po prekrasnim plažama s kristalno čistim morem i raznovrsnim okruženjem. Neki od najpoznatijih plaža su Elafonissi, Balos, Falassarna i Platanias. Ovi rajski otočići privlače posjetitelje koji žele uživati u suncu i moru.</p> <p><i>Kulturni turizam:</i> Stari grad Chania, s mletačkom i osmanskim arhitekturom, uskim kaldrmama i trgovima, pruža jedinstveno iskustvo. Turisti ga posjećuju kako bi istražili povijest, šetali po slikovitim ulicama i uživali u tradicionalnoj kretska kuhinji u lokalnim restoranima.</p> <p><i>Arheološki turizam:</i> Kreta u cjelini, pa tako i Chania obiluje arheološkim nalazištima koja otkrivaju duboku povijest regije. Neki od tih lokaliteta su drevni Aptera i Polyrinia. Arheolozi i povjesničari često posjećuju ovo područje radi istraživanja.</p> <p><i>Vinski Turizam:</i> Ova regija također je poznata po proizvodnji vina. Turisti mogu posjetiti vinarije i kušati lokalna vina, upoznati se s tradicionalnim metodama proizvodnje i uživati u vinskim turama.</p> <p><i>Gastonomija:</i> Kretska kuhinja slovi za jednu od najukusnijih u Grčkoj. Posjetitelji mogu kušati lokalne specijalitete, poput feta sira, maslinovog ulja, meda, svježih plodova mora i jela pripremljenih s domaćim začinima.</p> <p><i>Agroturizam:</i> utemeljen na dugoj tradiciji proizvodnje vina, maslinovog ulja, sireva i drugih tradicijskih proizvoda.</p> <p><i>Rekreativni sportovi na vodi:</i> Osim sunčanja i plivanja na plažama, turisti mogu uživati u raznim vodenim aktivnostima poput ronjenja, surfanja, jedrenja na dasci i ribolova.</p>
Pozicioniranje	'Grad mnogih priča'
Turistička promocija	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Specijalizirane internetske stranice <a href="http://www.chaniatourism.gr">www.chaniatourism.gr</a></li> <li>- Nova kampanja pokrenuta u srpnju 2023., nazvana "Grad mnogih priča - Chania u novom svjetlu", uključuje set od 30 kratkih videa koji prikazuju odredišta i stvari koje treba iskusiti u Chaniji i oko nje</li> </ul>

- Facebook <https://www.facebook.com/Chania.tourism>
- Instagram <https://www.instagram.com/chaniatourism/>

## PYRENEES-ORIENTALES



Izvor: <https://www.tourisme-pyreneesorientales.com>



Izvor: <https://www.france-voyage.com/>

### Opći podaci

Lokacija: dio regije Occitania u južnoj Francuskoj uz španjolsku granicu  
 Glavni grad: Perpignan  
 Površina: 4.116 km<sup>2</sup>  
 Broj stanovnika: 482.785  
 Broj noćenja stranaca u hotelima: 290.680 (2022.)

### Obilježja prostora

Područje obuhvaća tri riječne doline u planinskom lancu Pirineja, od sjevera prema jugu i istočne ravnice Roussillon u koju se spajaju. Obuhvaća primorski dio i planine u zaleđu. U području je i jezero Casteilla.

### Glavni resursi i atrakcije

*Ribarsko selo Collioure*: lijepo, slikovito i arhitektonski zanimljivo mjesto u kojem su slikali Matisse, Derain i Picasso. Mjesto je puno cvijeća, šarenih fasada, kamenih uličica. Poznato je kao mjesto za slikare koji traže inspiraciju.  
*'Žuti vlak'*: vlak prevozi turiste na visoravan na visinu 1000 metara prugom dugom 63 km. Prelazi lijep okoliš planina i visoravni.  
*Zaštićen prostor Le Canigo (sveta planina Katalonaca)*: u lijepom prostoru nalaze se doline, staze, šume, sela i stari rudnici. Prostor obiluje biološkom raznolikošću i idealan je za obiteljske izlete.  
*Prirodni fenomen orgulje Ile-sur-Tet*: geološka zanimljivost koja je nastala od pijeska i gline koju je oblikovala erozija tijekom vremena. Nalazi se okružena zelenilom.  
*Jezero Bouillouses*: najviše jezero u Pirinejima dostupno cestom ili žičarom, okruženo brojnim stazama, bogatom florom i faunom. Pristup mjestu je reguliran.  
*Tvrđava Salses*: izgrađena je krajem 15. stoljeća, zovu je 'čuvarica krajolika katalonske zemlje'. Primjer je španjolske vojne arhitekture.  
*Samostan Saint-Martin-du-Canigou*: smješten je na 1100 m nadmorske visine, povijesni spomenik, primjer je romaničke arhitekture. Specifičan je po tome što ima napola ukopanu gornju i donju baziliku i lijepi vidikovac s pogledom na okolicu.  
*Prapovijesni muzej Tautavel*: muzej o pretpovijesti s rekonstrukcijom originalnih predmeta i fosila. U muzeju se organiziraju radionice o tehnikama preživljavanja u prapovijesti (nomadski lovac, umijeće loženja vatre, lov na životinje, korištenje divljih biljaka).

Ključni turistički proizvodi / ponuda	<p><i>Aktivnosti na otvorenom:</i> u regiji se nude brojne aktivnosti na otvorenom - cikloturizam, sportovi na vodi, planinarenje, adrenalinske aktivnosti na otvorenom. Osim bogate mreže cikloturističkih staza nude se i adrenalinski sportovi poput brdskog bicikla tj. spuštanja biciklom niz padine Pyrenees-Orientales. Od sportova na vodi gostima su na raspolaganju brojni sportovi, od jet-skija, jedrenja na dasci, kajakinga, skijanja na vodi. Cijela regija ima različite mogućnosti penjanja i rekreacije u zaštićenim prostorima. Organizirano se nude kajaking, rafting, plivanje, paraglajding, letenje balonom. <i>Trekking</i>-staze u zaštićenim prostorima povezuju lijepe vidike, sela i doživljaje vezane uz uživanje u prirodi. Ukupno 3500 km označenih staza (50 staza). Nude se brojne konjičke staze i aktivan boravak u prirodi.</p> <p><i>Enogastronomija:</i> geografska obilježja regije dovela su do dvije različite kuhinje, planinske i primorske. Planinsko područje poznato je po maslinama i kozjem siru, dok je u primorskom dijelu popularna riba, a Collioure je poznat po incunima. Također je poznato i po vinima Roussillion, bijelim, crvenim i rozim slatkim originalnim vinima. Regija ima više od 15 vinskih staza s brojnim kušaonicama.</p> <p><i>Kulturni turizam:</i> u regiji je veliko bogatstvo graditeljske baštine Katalonije koje čine 'mali muzeji na otvorenom', s brojnim zvoncima, kapelicama, vjerskim i drugim građevina u širokom rasponu stilova gradnje. Osim toga, bogata kultura života i rada nalazi se u brojnim očuvanim obrtima i zanatima. Posebno se promovira stanica u Perpignanu koju je slikar Dali opisao kao 'centar svijeta'. Regija ima velik broj tradicionalnih glazbenih, zabavnih i enogastronomskih manifestacija.</p> <p><i>Wellness:</i> regija raspolaže s pet <i>wellness</i>-centara.</p>
Pozicioniranje	Doživite Pyrenees-Orientales vlastitim tempom!
Turistička promocija	<p>Specijalizirane internetske stranice: <a href="https://www.tourism-mediterraneanpyrenees.com/">https://www.tourism-mediterraneanpyrenees.com/</a> - iznimno kvalitetno organiziran glavni izbornik (Must-see places, Main-events, Speed, Slow, What's on!, Getting organised)</p> <p>Facebook: <a href="https://www.facebook.com/tourism.mediterraneanpyrenees/">https://www.facebook.com/tourism.mediterraneanpyrenees/</a></p> <p>Instagram: <a href="https://www.instagram.com/pyreneesorientales_tourisme/">https://www.instagram.com/pyreneesorientales_tourisme/</a></p> <p>Blog: <a href="https://visitpo.fr/">https://visitpo.fr/</a></p> <p>YouTube: <a href="https://www.youtube.com/user/VisitPO">https://www.youtube.com/user/VisitPO</a></p>

## 5. SWOT analiza

Temeljem analize stanja i kretanja na turističkom tržištu, razgovora s dionicima te provedenih radionica s nositeljima turističkog razvoja, u nastavku se sažimaju snage i slabosti Šibensko-kninske županije te prilike i prijetnje koje proizlaze iz eksternog okruženja.

SNAGE		SLABOSTI	
<b>PROSTOR I INFRASTRUKTURA</b>		<b>PROSTOR I INFRASTRUKTURA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nacionalni parkovi (NP Krka i NP Kornati)</li> <li>• Krajobrazna raznolikost               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tri parka prirode, mreža Natura 2000</li> <li>○ Jadransko more i obala</li> <li>○ Bogatstvo otoka i otočića</li> <li>○ Rijeke i jezera</li> <li>○ Krški masivi</li> <li>○ Kultivirani krajobraz</li> <li>○ Najviši vrh Hrvatske</li> <li>○ Najniži naseljeni otok</li> </ul> </li> <li>• Bogatstvo i raznovrsnost biljnog i životinjskog svijeta</li> <li>• Blaga mediteranska klima</li> <li>• Visoka insolacija</li> <li>• Bogata materijalna i nematerijalna kulturno-povijesna baština</li> <li>• UNESCO baština</li> <li>• Dobar geoprometni položaj               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Dvije zračne luke u blizini</li> <li>○ Dalmatina</li> <li>○ Dobra cestovna mreža (državne ceste)</li> </ul> </li> <li>• Nepostojanje velikih industrijskih zagađivača</li> <li>• Brojnost i rastuća kvaliteta usluga u lukama nautičkog turizma</li> <li>• Dobra pokrivenost telekomunikacijskom infrastrukturom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neadekvatna komunalna infrastruktura               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Javni prijevoz – slaba povezanost unutar Županije</li> <li>○ Zbrinjavanje krutog otpada/ divlja odlagališta otpada</li> <li>○ Fekalna i oborinska odvodnja u dijelu Županije</li> <li>○ Povezanost sa zračnim lukama</li> <li>○ Nedovoljna protočnost prometa u priobalnim destinacijama</li> <li>○ Nedostatak parkirališnog prostora u priobalnim destinacijama</li> </ul> </li> <li>• Visoka izgrađenost obalnog pojasa i snažan pritisak turističke aktivnosti na prostorne i društvene kapacitete</li> <li>• Devastacija prostora uslijed nedostatka urbanizma i urbanih standarda u brojnim priobalnim destinacijama</li> <li>• Značajan broj tržišno, još nedovoljno, valoriziranih turističkih resursa/atrakcija               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nekadašnji industrijski kompleksi</li> <li>○ Nekadašnje vojarne</li> <li>○ Napuštene kamene kuće/zaseoci</li> <li>○ Biciklističke staze</li> </ul> </li> <li>• Visoka raspoloživost prostora za daljnju izgradnju smještajnih kapaciteta u već visoko opterećenom obalnom pojasu predviđena prostornim planovima</li> <li>• Nedovoljno razvijeni mehanizmi zaštite okoliša u NP Kornati               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ispuštanje otpadnih voda/fekalija s plovila</li> <li>○ Nedovoljno kontrolirano sidrenje</li> <li>○ Nezadovoljavajuća infrastruktura u kornatskim marinama</li> </ul> </li> <li>• Nedovoljna implementacija planova upravljanja posjetiteljima u NP Krka i NP Kornati</li> </ul>		
<b>DRUŠTVENO OKRUŽENJE I GOSPODARSTVO</b>		<b>DRUŠTVENO OKRUŽENJE I GOSPODARSTVO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visoka razina ambicije, sposobnost i vizija nositelja izvršne vlasti i osoba odgovornih za destinacijsko upravljanje</li> <li>• 'Učenje na greškama' u turističkom razvoju susjednih (dalmatinskih) županija u cilju njihovog izbjegavanja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedovoljno dobra provedba i 'repovi' procesa pretvorbe i privatizacije u određenom broju turističkih poduzeća</li> <li>• Zaostajanje za dinamikom turističkog razvoja susjednih (dalmatinskih) županija</li> </ul>		

- Visoka sposobnost u privlačenju EU novca za različite razvojne projekte povezane s turizmom
- Velik i rastući broj obnovljenih kulturnih atrakcija
- Jake institucije koje upravljaju prirodnim i kulturnim nasljeđem
- Tradicija bavljenja turizmom u dijelu Županije
- Tradicija poljoprivredne proizvodnje i ribarstva
- Očuvana kultura života i rada
- Tradicija industrijske proizvodnje
- Dinamika investiranja u različite turističke projekte na području malog i srednjeg poduzetništva
- Rastući broj kvalitetnih, s turizmom povezanih, projekata u zaleđu Županije
- Nefunkcioniranje cjelokupnog područja Županije kao jedinstvene, uravnotežene i dobro upravljane turističke destinacije
- Značajan gubitak stanovništva velikog dijela Županije tijekom/nakon Domovinskog rata
- Nastavak nepovoljnih demografskih kretanja
- Iseljavanje iz povijesnih jezgri naselja
- Nepovoljna dobna i obrazovna struktura stanovništva (osobito u zaleđu)
- Neravnomjernost dosadašnjega društveno-ekonomskog razvoja
  - Značajne razlike u stupnju gospodarske razvijenosti između otoka, priobalja i zaleđa
  - Velike razlike u gustoći naseljenosti
  - Velike razlike u razvijenosti i/ili dostupnosti bazične komunalne infrastrukture

**TURISTIČKA RAZVIJENOST**

- Međunarodno prepoznatljive turističke atrakcije
- Kvaliteta određenog broja smještajnih objekata
  - nekoliko kvalitetnih, tržišno etabliranih, hotelskih objekata visoke kategorije
  - velik broj kvalitetnih obiteljski vođenih objekata apartmanskog tipa i kampova
- Brojnost, lokacija i sve bolja kvaliteta usluge u lukama nautičkog turizma
- Rastući broj, za tržište spremnih, turističkih proizvoda namijenjenih jednodnevnoj potražnji (izletnici i turisti u tranzitu)
- Rastuća ponuda međunarodno relevantnih događanja (kultura života i rada)
- Rastući broj objekata hrane i pića s autentičnom gastroponudom/enoponudom
- Dobra vrijednost za novac

**TURISTIČKA RAZVIJENOST**

- Koncentracija turističkih aktivnosti u uskom obalnom pojasu
- Izrazito nizak udio noćenja ostvarenih na područjima izvan jadranskoga priobalnog pojasa
- Sezonalnost / relativno niska iskorištenost smještajnih kapaciteta u danima
- Manjak smještajnih kapaciteta visoke kategorije
- Nedostatak 'jakih igrača' u turističkom sektoru
- Nepovoljna struktura smještajnih kapaciteta – dominacija privatnog smještaja
- Nedostatak profesionalno vođenih kapaciteta
- Neujednačena kvaliteta obiteljskog smještaja
- Nedovoljan broj smještajnih objekata u zaleđu
- Nedostatak trgovačkih i zabavnih sadržaja
- Nedovoljna orijentacija na tržište specijalnih interesa
- Rigidno definiran razvoj poželjne turističke ponude u nacionalnim parkovima i drugim ekološki osjetljivim područjima
- Nerazvijen turistički lanac vrijednosti (i po dubini i po širini)
  - objekti hrane i pića
  - turističke agencije – DMK
  - usluge u sferi adrenalinskih aktivnosti
- Nedostatak financijskih poticaja za male i srednje turističke poduzetnike
- Turistički neaktivna smještajna ponuda
- Nedefiniran sustav financiranja 'start-up' turističkih poduzetnika

**UPRAVLJANJE TURIZMOM I LJUDSKI RESURSI**

- Afirmativan odnos javnog sektora prema razvoju turizma
- Uspješan rad nekih od nevladinih udruga/organizacija civilnog društva
- Prepoznatljiv imidž pojedinih destinacija
- Gostoljubivost stanovništva

**UPRAVLJANJE TURIZMOM I LJUDSKI RESURSI**

- Nedovoljna prepoznatljivost jedinstvenosti Županije (brend) na turističkom tržištu
- Nedovoljno razvijena praksa umrežavanja dionika u turizmu
- Nedovoljno razvijen sustav praćenja utjecaja razvoja turizma i učinkovitosti mjera turističke politike

- Održana tradicija i iskustvo stanovništva u poljoprivrednoj proizvodnji (vinarstvo, ribarstvo, marikultura, maslinarstvo, voćarstvo, ovčarstvo i sl.) – dobar preduvjet za razvoj selektivnih oblika turizma
- Razvijen poduzetnički duh
- Interes malih i srednje velikih lokalnih i/ili regionalnih poduzetnika za ulaganjima u projekte s područja turizma.
- Spremnost pojedinaca i manjih skupina za volonterski angažman
- Nedovoljna uključenost svih razvojnih dionika u profiliranje turističkog razvoja na tzv. 'community based' principu
- Nedostatak velikih investicijskih projekata
- Slaba razina suradnje među dionicima razvoja turizma
  - Privatni sektor
  - Javni sektor
  - Nositelji izvršne vlasti
- Nedovoljno umrežavanje turizma s drugim gospodarskim sektorima (poljoprivreda i sl.)
- Neravnomjeran turistički razvoj
  - Otoci
  - Duž obalne crte
  - Na relaciji more – zaleđe
  - Na relaciji selo - grad
- Velike razlike u razina znanja o turizmu
  - Lokalni poduzetnici
  - Djelatnici u kulturnim institucijama
  - Djelatnici u javno-komunalnim poduzećima
- Nedovoljan broj osoba osposobljenih za destinacijski menadžment
- Nedostatak kvalificirane radne snage za potrebe turizma
- Nedostatak kvalificiranih osoba za nova turistička zanimanja (animacija, zabava, događanja i sl.)
- Nedostatak obrazovanih turističkih menadžera
- Nedostatak kvalificiranih osoba iz područja turističkog marketinga i promocije
- Nedostatak programa cjeloživotnog obrazovanja s područja turizma

PRILIKE	PRIJETNJE
<b>GLOBALNA KRETANJA I OKRUŽENJE</b>	<b>GLOBALNA KRETANJA I OKRUŽENJE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Globalni rast turizma</li> <li>• Rast prepoznatljivosti i atraktivnosti Hrvatske na turističkom tržištu</li> <li>• Visoka segmentacija tržišta</li> <li>• Rast interesa za zelenim i očuvanim prostorima</li> <li>• Dostupnost različitih EU fondova za financiranje projekata u sferi:           <ul style="list-style-type: none"> <li>○ zaštite prirodne, resursno-atraksijske osnove,</li> <li>○ zaštite i valorizacije kulturno-povijesnog (materijalnog i nematerijalnog) nasljeđa.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nastavak političke nesigurnosti na globalnoj sceni</li> <li>• Nastavak inflacije i usporedna gospodarska kretanja (ekonomske krize na glavnim emitivnim tržištima zapadne i srednje Europe)</li> <li>• Trajna degradacija prostora i vizualnog identiteta turistički najpotentnijeg dijela Županije           <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zbog nastavljanja postojeće prakse (dopuštanja) različitih nedovoljno promišljenih intervencija u prostor</li> <li>○ zbog prekomjerne apartmanizacije</li> <li>○ zbog nepoštivanja granice pomorskog dobra</li> <li>○ zbog uništavanja zelenila na uštrb izgradnje komercijalnih sadržaja turističke ponude</li> </ul> </li> </ul>

- zbog nedostatka komunalnog reda i standarda gradnje
- Mogući poremećaji ekosustava uslijed manjkave komunalne infrastrukture
- Klimatske promjene i njihove moguće posljedice (velike vrućine, podizanje razine mora).

TURISTIČKI RAZVOJ	TURISTIČKI RAZVOJ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gradnja imidža destinacije koja ima hrabrosti kvalitetno mijenjati ustaljene prakse u turizmu</li> <li>• Raznolik i atraktivan prostor za razvoj velikog broja različitih turističkih proizvoda za visoko segmentirano tržište</li> <li>• Mogućnost korištenja napuštenih industrijskih i vojnih objekata i prostora</li> <li>• Poticanje turizma u zaleđu</li> <li>• Promjena odnosa prema očuvanju prostora (Prostorni planovi)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rast konkurencije, posebno među morskim odmorišnim destinacijama</li> <li>• Niska prepoznatljivost Šibensko-kninske županije</li> <li>• Percepcija Dalmacije kao dominantno destinacije 'sunca i mora'</li> <li>• Pad interesa za destinacijama 'sunca i mora' radi klimatskih promjena</li> <li>• Porezni sustav koji favorizira nekretninske investicije na uštrb investicija koje uključuju rad i veću dodanu vrijednost</li> </ul>
UPRAVLJANJE TURIZMOM	UPRAVLJANJE TURIZMOM
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Korištenje financiranja iz EU fondova</li> <li>• Korištenje kvalitetnih nacionalnih financijskih poticaja za turizam</li> <li>• Mogućnosti razvoja tehnologije u marketingu destinacije</li> <li>• Postojanje razvojnih dokumenata i dokumenata za upravljanje prirodnim i kulturnim resursima</li> <li>• Jače povezivanje turističke industrije s lokalnim proizvođačima ekopoljoprivrednih proizvoda</li> <li>• Stvaranje zadruga za proizvodnju i plasman ekološki uzgojenih poljoprivrednih proizvoda</li> <li>• Motivacija dijela lokalnog stanovništva i poduzetnika za razvoj projekata i investicija usmjerenih na kvalitetni dugoročni razvoj turizma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daljnji pritisci na destinacije uslijed kontinuiranog rasta turističke potražnje (<i>overtourism</i>) s trajnim posljedicama na destinacijski imidž (ekološki degradirana rivijera za goste niskih platežnih mogućnosti)</li> <li>• Sporost/nedosljednost u prostornom planiranju <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Preklapanje nadležnosti između lokalne, regionalne i nacionalne razine odlučivanja</li> <li>○ Nemogućnost dogovora o turističkim razvojnim prioritetima</li> </ul> </li> <li>• Nedovoljno dobra rješenja u preobrazbi nekadašnjih industrijskih kompleksa i/ili vojnih zona</li> <li>• Konflikt javnog i privatnog interesa u zaštiti javnog dobra</li> <li>• Usporeni razvoj komunalne i/ili prometne infrastrukture, osobito u središnjem, brdsko-planinskom dijelu Županije</li> <li>• Dominacija težnje ostvarenja kratkoročnih interesa u odnosu na širi dugoročni interes kod dijela investitora i stanovništva</li> </ul>

## 6. STRATEGIJA TURISTIČKOG RAZVOJA

### 6.1 Načela razvoja turizma

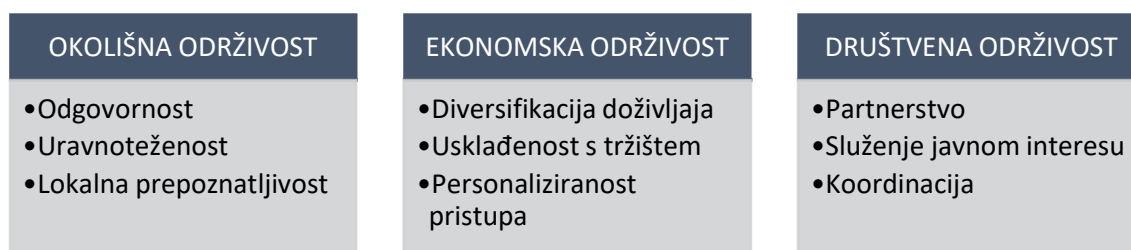
Povećanje blagostanja lokalne zajednice osnovna je svrha svakoga društveno-ekonomskog razvoja nekog područja, a to uključuje i razvoj turizma. Kad je riječ o Šibensko-kninskoj županiji, povećanje blagostanja lokalne zajednice podrazumijeva dobro osmišljeno i međusobno koordinirano gospodarsko aktiviranje cjelokupne raspoložive materijalne i nematerijalne resursno-atraksijske osnove kojom se raspolaže, u skladu s definiranom razvojnom vizijom. Samo će na taj način biti moguće stvoriti međusobno komplementaran sustav turističkih doživljaja prikladnih za 'konzumaciju' u različitim dijelovima godine i u različitim dijelovima županije, a što je preduvjet za željeno dodatno poticanje turističkog interesa za dolazak na ovo područje.

S druge strane, u uvjetima sve izraženije konkurentske borbe na globalnom tržištu turističkih destinacija, rast društveno-ekonomskog blagostanja stanovnika Šibensko-kninske županije podrazumijeva promišljeno i odgovorno upravljanje procesom turističkog razvoja, pri čemu se valja rukovoditi principima dugoročne ekološke, ekonomske i društvene održivosti.

Dugoročna ekološka, ekonomska i društvena razvojna održivost podrazumijevaju gospodarski rast i razvoj koji 'zadovoljava potrebe sadašnjih stanovnika na način i u mjeri koji ne ugrožava budućnost budućih generacija', ali i koji 'u okviru prihvatnog kapaciteta okolišnog i društvenog sustava unapređuje kvalitetu života lokalnih žitelja'. Da bi to bilo moguće, poželjni turistički razvoj cijeloga projektnog područja nameće potrebu kontinuiranog usuglašavanja/usklađivanja interesa svih dionika turističkog razvoja oko ključnih razvojnih pitanja.

U skladu s prethodnim odrednicama, načela na kojima valja temeljiti budući razvoj turizma na području Šibensko-kninske županije valja povezivati ponajviše s devet međusobno povezanih načela (Slika 6.1.1.).

Slika 6.1.1.: Načela turističkog razvoja



Izvor: Institut za turizam, Zagreb

**OKOLIŠNA ODRŽIVOST:** Odrednice okolišne održivosti osnovica su za valorizaciju učinaka (neposrednih i posrednih) i utvrđivanje opravdanosti ulaska u različite razvojno-investicijske projekte javnog i privatnog sektora, ne samo u kontekstu utvrđivanja njihove prikladne (mikro)lokacije i prihvatljive

veličine/kapaciteta, već i u kontekstu očuvanja kvalitete prostora, zaštite bioraznolikosti, učinaka na problematiku zbrinjavanja otpada, opskrbe energijom i/ili vršnog kapaciteta postojećega kanalizacijskog sustava. Temeljni principi za promišljanje turističkog razvoja Šibensko-kninske županije, u funkciji ekološke održivosti, mogu se sažeto iskazati kroz:

- **Načelo odgovornosti (ili, 'zelena' orijentacija)** – radi se prije svega o racionalnosti u korištenju sve ograničenijega razvojnog prostora, osobito u jadranskom priobalju, poštivanju odrednica maksimalnoga prihvatnog kapaciteta mikrolokacija predviđenih za razvojno-investicijske projekte, odnosno poštivanju graničnog kapaciteta postojećih infrastrukturnih sustava. Osim toga, okolišna odgovornost podrazumijeva i primjenu suvremenih tehničko-tehnoloških rješenja u gradnji i opremanju turističko-ugostiteljskih objekata (npr. smanjenje toplinskih gubitaka, korištenje obnovljivih izvora energije, ugradnja energetski učinkovitih sustava grijanja/hlađenja i sl.), ali i svakodnevnom poslovanju (štednja energenata, odvajanje/recikliranje otpada i sl.). Načelo odgovornosti obvezuje na primjereno ponašanje, ne samo stare i nove turističke poduzetnike, već i lokalno stanovništvo i posjetitelje/turiste koji dolaze/borave na prostoru Šibensko-kninske županije.
- **Načelo uravnoteženosti (ili, osjećaj za mjeru)** – riječ je o potrebi, ne samo definiranja optimalnog načina korištenja raspoloživoga, turistički interesantnoga, razvojnog prostora (tzv. oportunitetni trošak), već i potrebi kontroliranja dinamike poželjne 'turistifikacije' cijelog projektnog područja kao i pojedinih njegovih dijelova, sve u cilju utvrđivanja prihvatljive razine utjecaja turističkih aktivnosti na okruženje, kako u fizičkom, tako i u socijalnom kontekstu. Počivajući na usklađenom i transparentnom sustavu planiranja upotrebe prostora, načelo valja vezivati, ne samo uz turističke, već i uz neturističke poduzetničke aktivnosti, kao i uz aktivnosti povezane s alternativnim mogućnostima produktivnog korištenja javnog prostora.
- **Načelo lokalne prepoznatljivosti (ili, očuvanje 'duha mjesta')** – radi se o potrebi očuvanja specifičnog duha mjesta (tzv. 'genius loci') u oblikovanju raspoloživoga razvojnog prostora, kreiranju sadržaja turističke, ali i neturističke ponude kao i različitih sadržaja u funkciji obogaćivanja društvenog života svih stanovnika Šibensko-kninske županije. Drugim riječima, načelo pretpostavlja njegovanje/poštivanje specifične kulture života i rada na ovim prostorima, a što bi trebalo utjecati na prosuđivanje o prihvatljivosti svih većih razvojno-investicijskih projekata, osobito u sferi turizma i s njim povezanih djelatnosti.

**EKONOMSKA ODRŽIVOST:** Kad je riječ o ekonomskoj održivosti, poželjni razvoj turizma na području Šibensko-kninske županije u vremenu koje dolazi podrazumijeva razvoj koji će, uz rast turističke potrošnje kako po danu boravka, tako i u godišnjem iznosu, voditi računa o potrebi suzbijanja različitih pojava oblika tzv. *overtourism*-a (gužva u destinacijama, prometni čepovi, nedostatak radne snage, nemogućnost kvalitetnog zbrinjavanja otpada, neadekvatnost komunalne infrastrukture, gubitak lokalnog identiteta i sl.). U tom smislu, riječ je o sljedećim razvojnim načelima:

- **Načelo diversifikacije doživljaja (ili, privlačenje različitih potrošačkih segmenata)** – usprkos raznovrsnoj i razvojno potentnoj resursno-atraksijskoj osnovi cijeloga projektnog područja, pri čemu prednjače NP Krka, NP Kornati, kao i starogradska jezgra Šibenika, cijeli prostor Šibensko-kninske županije još se dominantno oslanja na višednevni (obiteljski) odmor na suncu i moru tijekom ljetnih mjeseci u nekom od priobalnih naselja. Takva, tržišna orijentacija, ma kako lukrativna bila za pojedine turističke poduzetnike, posebice vlasnike apartmana/kuća za odmor, zasigurno neće značajnije diferencirati Županiju od brojnih sličnih odredišta na globalnom tržištu turističkih destinacija u vremenu koje dolazi. Samim tim, nositelji turističkog razvoja Šibensko-kninske županije trebali bi se u razvoju integralnoga destinacijskog proizvoda, osim na zadovoljavanje potreba manje zahtjevnih poklonika ljetnog, obiteljskog 'sunce i more turizma', znatno više nego je to danas slučaj, orijentirati na interesnu diversifikaciju raspoloživih turističkih iskustava te tome prilagođavati i sadržaje uslužne ponude u sferi javnog i privatnog sektora. Drugim riječima, načelo diversifikacije doživljaja naglašava važnost odmicanja od postojeće jednoobraznosti i visoke sezonalnosti turističkog doživljaja kroz pojačanu orijentaciju prema sve većem broju različitih, brzo rastućih, segmenata tržišta specijalnih interesa koji su manje cjenovno osjetljivi te koji su turistički izrazito aktivni i u izvansezonskom razdoblju. Samo će se, naime, na taj način biti moguće oduprijeti brojnim negativnim učincima tzv. *overtourism*-a i postupnom uništavanju ne samo resursne osnove, već i poželjnoga tržišnog imidža cijele destinacije.
- **Načelo tržišne usklađenosti (ili, prilagođenost globalnim kvalitativnim trendovima)** – osim što je turizam danas jedna od najvećih i najbrže rastućih gospodarskih aktivnosti u globalnim razmjerima, rastuća razina obrazovanja i rast blagostanja, posebice u razvijenim zemljama svijeta, pridonose ubrzanju tranziciji k postmaterijalističkim društvenim vrijednostima i jačanju 'ekonomije doživljaja'. Biti konkurentan u takvim uvjetima znači biti jedinstven, autentičan i/ili originalan kako u ponudi atrakcija ('hardver'), tako i u njihovoj prezentaciji ('softver'). To podrazumijeva ne samo odgovorno, promišljeno i profesionalno upravljanje svim raspoloživim turističkim atrakcijama (prezentabilnost), već i njihovu kvalitetnu interpretaciju te kvalitetnu popratnu uslugu.
- **Načelo personaliziranog pristupa (ili, turizam prilagođen očekivanjima različitih ciljnih skupina)** - turisti zainteresirani za posjet Šibensko-kninskoj županiji bit će, u pravilu, sve obrazovaniji i sve iskusniji putnici koji točno znaju što žele, a vrijednost za novac i kvalitetu utrošenog vremena procjenjuju na temelju svojih iskustava u ostalim dijelovima svijeta. U tom smislu, razvoj turizma na cijelome projektnom području valja promišljati ponajviše u kontekstu kontinuiranog i održivog rasta očekivanja/zadovoljstva različitih potrošačkih segmenata, a što podrazumijeva individualizaciju pristupa i pretvaranje svakog turista iz 'pasivnog objekta' u 'aktivni subjekt'. To je moguće postići ponajviše kroz ubrzan razvoj popratne turističke infrastrukture, naglašeno tematiziranje smještajne i svekolike ugostiteljske ponude, individualizaciju obilaska kao i kroz slojevitu interpretaciju atrakcija na način da njen sadržaj bude pomno prilagođen različitim interesnim, demografskim i/ili psihografskim skupinama.

**DRUŠTVENA ODRŽIVOST:** Ponajviše kao rezultat procesa globalizacije gospodarskih tokova i sve većeg pritiska međunarodne investicijske potražnje za izgradnjom industrijski tipiziranih/bezličnih smještajnih objekata, sve su izraženije tendencije k postupnoj degradaciji lokalnoga graditeljskog izričaja, uništavanja kultiviranog krajobraza, gospodarske tradicije i/ili prepoznatljive kulture života i rada velikog broja (još uvijek nedovoljno etabliranih) turističkih destinacija u svijetu. U tom smislu, načela koja podupiru odrednice društvene održivosti mogu se sažeti kroz:

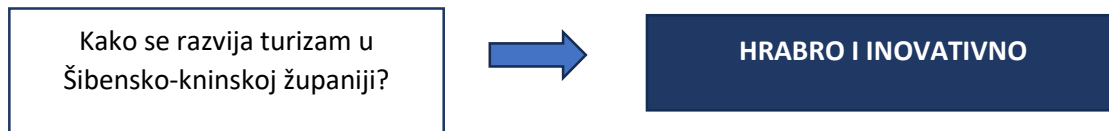
- **Načelo partnerstva (ili, potreba za suradnjom)** – riječ je o načelu koje podrazumijeva suradnju nositelja javne vlasti s privatnim sektorom (poduzetnici), civilnim sektorom, ali i različitim institucijama u sferi zaštite okoliša, obrazovanja, kulture, prometa, zdravstva, sigurnosti i sl. Cilj takve suradnje je stvaranje poticajne društvene klime i povećavanje stupnja kohezije, ali i veće odgovornosti svih nositelja (turističkog) razvoja u promišljanju poželjne budućnosti. Riječ je o načelu koje zagovara primjenu principa tzv. 'community based planninga' kao preduvjeta za usuglašavanje razvojnih prioriteta na razini cijele Šibensko-kninske županije, ali i za stvaranje međusobnog povjerenja i osjećaja 'uključenosti' svakoga njenog stanovnika u odluke koje mogu značajno utjecati na prevladavajući način/stil života i navike lokalne zajednice.
- **Načelo služenja javnom interesu (ili, transparentnost u donošenju odluka)** – riječ je o načelu koje bi trebalo osigurati da svi novi, s turizmom povezani, razvojno-investicijski projekti doista budu u funkciji povećanja blagostanja većine stanovnika Šibensko-kninske županije. Naime, u uvjetima često suprotstavljenih interesa različitih razvojnih dionika (država, lokalna samouprava, privatni poduzetnici, lokalno stanovništvo, civilne/interesne udruge i sl.), moćne političke i/ili gospodarske elite prečesto, agresivnim pristupom i netransparentnošću u donošenju odluka, pokušavaju nametnuti vlastite parcijalne interese u profiliranju destinacijske ponude, odnosno, kreiranju destinacijskog proizvoda, pri čemu, istodobno, ne vode previše računa o dugoročnim interesima cijele društvene zajednice.
- **Načelo koordinacije (ili, utvrđivanje razvojnih prioriteta)** - radi se o načelu koje predstavlja preduvjet za efikasnu provedbu javno definiranih i usvojenih strateških razvojnih usmjerenja kroz sustavno i transparentno usklađivanje pojedinačnih, ponekad i konfliktnih, interesa različitih dionika društveno-ekonomskog razvoja. Riječ je o načelu bez kojega neće biti moguće stvoriti poticajno društveno okruženje za prijeko potrebno usklađivanje razvojnih prioriteta, odnosno poželjne dinamike različitih gospodarskih inicijativa.

Navedena načela poželjna su u većini turističkih destinacija sa sličnim stupnjem razvoja turizma na kojem se danas nalazi Šibensko-kninska županija. Ona su odraz promišljanja održivog razvoja koji jedino može počivati na usklađenosti njegove okolišne, ekonomske i društvene komponente.

## 6.2. Vizija razvoja turizma

Vizija daje odgovor na pitanje kakva destinacija želimo biti, kako se razvijati i kako vidimo Šibensko-kninsku županiju u budućem razvoju. Ona je rezultat sagledavanja trenutnih obilježja kao i aspiracija prema budućnosti. Istovremeno uzima u obzir ograničenja i prilike koje proizlaze iz aktualnih i očekivanih kretanja na tržištu te sukladno tome postaje 'ideja vodilja', dovoljno jasna i inspirativna za dionike u turizmu, kao i cjelokupnu zajednicu, da sve što poduzimaju bude u skladu s onime što bi Šibensko-kninska županija dugoročno trebala ostvariti.

Sagledavajući aktualna kretanja i prognoze na globalnoj sceni kao i jedinstvene atribute Šibensko-kninske županije (činjenica da je županija s najviše zaštićenog prostora, dva nacionalna parka i tri parka prirode), ali i s već djelomično narušenim prostornim i društvenim obilježjima, u ovome prijelomnom trenutku turističkog razvoja, Županija bira 'mjeru'.



Županija je posvećena održivom razvoju. Očuvanje prirodne i kulturne baštine prioritet je razvoja. Turizam je 'katalizator', s jedne strane omogućuje stvaranje prihoda nužnog za očuvanje i održavanje baštine, a s druge strane, zadržava se u okvirima koji istu tu baštinu ne ugrožavaju ni na koji način. U županiji se rast turizma kontrolira, turistička aktivnost je disperzirana u prostoru i vremenu, ne narušava se prostor ni kvaliteta života lokalnog stanovništva. Turizam nije jedina gospodarska aktivnost na kojoj se bazira razvoj Županije. U sve manje i velike razvojne projekte ugrađuju se prakse koje vode računa da ne ugroze okolišnu i društvenu ravnotežu. Prate se i uvažavaju indikatori koji upućuju na mogućnost stvaranja neravnoteže u održivosti.

### Kako se razvija turizam u Šibensko-kninskoj županiji?

<b>HRABRO</b>	Sprečava se neželjeni razvoj	Današnja dinamika ubrzane apartmanizacije se značajno usporava i ograničava različitim instrumentima prostorno planske politike. Za nove turističke projekte/zone umjesto zauzimanja novih prostora preferira se rehabilitacija prostora nekadašnjih industrijskih i vojnih zona ( <i>brownfield</i> investicije). Konačno, Županija se aktivno odnosi prema prostorima koji su u određenoj mjeri devastirani te naglasak stavlja na stvaranje zajedničkih javnih prostora, uređivanja i uljepšavanja, pokušavaju se ispraviti 'učinjene greške'.
	Turizmom se kvalitetno upravlja / Nepopustljivost prema potrebama masovnog turizma	Danas, kad se destinacije suočavaju s velikim interesom investitora, Šibensko-kninska županija hrabro se 'hvata u koštac' s ovim vremenom i okreće se kontroliranom razvoju. U obalnim/otočkim klasterima turizam se 'ograničava', a u klasterima zelenoga, planinskog zaleđa se potiče, uz poštovanje kulturnog nasljeđa i okoliša, primjena odgovornih praksi.

	Nastavak duge tradicije, kreacije i stvaralaštva	Šibensko-kninska županija je županija 'velikih' ljudi koji su ostavili velike tragove u povijesti i za budućnost. Prostor je to stvaratelja iz različitih područja ljudskog djelovanja – sporta, kulture, znanosti, arhitekture, glazbe, umjetnosti. Ovdje su 'pečate u prostoru' ostavili i ostavljaju - Juraj Dalmatinac, Faust Vrančić, Ivan Meštrović, Ivan Vitić, Arsen Dedić, Dražen Petrović, Vice Vukov, Mišo Kovač, Nikola Bašić, Ivo Brešan i brojni drugi.
INOVATIVNO	Rehabilitacija prostora / kulturnih dobara	Zaštićeni prostori i kulturno-povijesne cjeline, pažljivo se obnavljaju i održavaju s posebnom pažnjom na čuvanje ambijentalnosti (korištenje materijala, sadržaji u prostoru, dizajn). U potrebi spajanja novog i starog stavlja se naglasak na inovativnost i stručnost.
	Razvoj temeljen na znanju i izvrsnosti	Razvoj se temelji na kreativnosti, izvrsnosti i znanju. Naglasak se stavlja na edukaciju, primjenu novih znanja i novih tehnologija. Prate se svjetski trendovi, primjeri dobre prakse i, kroz uvažavanje specifičnosti, primjenjuju se u razvojne projekte. Potiču se kreativni potencijali, ponajprije vlastitog stanovništva, podržavaju se inovativne ideje i osnažuje se povezivanje.

Osmišljavanje aktivnosti u ovoj strategiji treba podupirati ostvarenje navedenih vrijednosti i svi dionici turističkog razvoja trebaju djelovati u smjeru ostvarenja vizije Šibensko-kninske županije kao turističke destinacije. Imajući u vidu navedene odrednice vizija glasi:

Šibensko-kninska županija svoju 'turističku priču' gradi kroz prizmu očuvanja vrijednosti prostora, svih prirodnih i kulturnih vrijednosti koje se u njemu nalaze. To postiže kroz hrabar i inovativan pristup upravljanju usmjeren na sagledavanje cjelovitosti prostora, ulaganje u ljudske resurse, njegovanje izvrsnosti i kvalitete u svim segmentima turističke ponude.

**U 2034. godini, razumijevajući potrebe budućih generacija, stanovnika i posjetitelja, Šibensko-kninska županija je prepoznata kao destinacija koja razvija turizam s mjerom.**

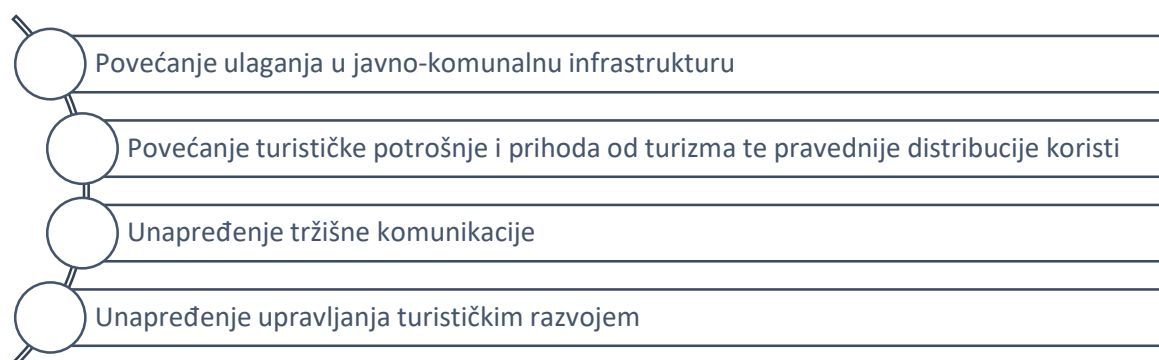
### 6.3. Strateški ciljevi

Strateški ciljevi turističkog razvoja Šibensko-kninske županije u najvećoj su mjeri povezani s potrebom uklanjanja manjkavosti, nedorečenosti i/ili nedosljednosti dosadašnjega turističkog razvoja, a na koje je ukazala SWOT analiza. Uklanjanje tzv. 'uskih grla' turističkog razvoja omogućit će se postepeno približavanje odrednicama željene razvojne vizije.

U metodološkom smislu, definiranje strateških razvojnih ciljeva direktno je povezano s potrebom svojevrsne dekompozicije vizije na konkretne, detaljnije definirane operativne zadatke koje je moguće delegirati, odnosno čije je ostvarenje moguće mjeriti, nadzirati i/ili poticati. U tom kontekstu, riječ je o aktivnostima čijem ostvarenju trebaju težiti svi dionici društveno-ekonomskog razvoja projektnog područja, od nositelja izvršne vlasti i turističkih zajednica, preko poduzetnika i strukovnih udruga, do udruga civilnog društva i građana.

U definiranju strateških razvojnih ciljeva krenulo se od pretpostavke da će u idućem razdoblju sve veći naglasak trebati stavljati na upravljanje kvalitetom turističkog doživljaja ponajviše kroz: (i) proširenje palete za tržište spremnih turističkih doživljaja, (ii) smanjivanje pritiska na uski priobalni pojas uz Jadransko more, ključne atrakcije u NP Krka i NP Kornati te staru gradsku jezgru grada Šibenika, (iii) pojačano turističko aktiviranje pojedinih dijelova dosad nedovoljno turistički razvijenih područja na prostoru Županije, (iv) povećanje interesa za dolazak i boravak i izvan ljetnih mjeseci, kao i (v) orijentaciju na potrošačke segmente više platežne sposobnosti, poglavito na tržištu specijalnih interesa.

U skladu s prethodnim konstatacijama, prepoznati su sljedeći strateški ciljevi turističkog razvoja Šibensko-kninske županije:



#### **Strateški cilj 1: Povećanje ulaganja u javno-komunalnu infrastrukturu**

Dosadašnje odvijanje turističkog prometa na području Šibensko-kninske županije, osobito u zadnjih desetak godina, karakteriziralo je stalno, ponekad i nedovoljno kontrolirano, povećavanje broja turističkih dolazaka/noćenja u ljetnim mjesecima, ali i sve veću koncentraciju turista na jadransko priobalje i u dijelu prostora NP Krka i Kornati. Izrazita sezonska i prostorna koncentracija turističkog prometa, u uvjetima stalnog rasta broja dolazaka/noćenja stvara sve veći pritisak ne

samo na najvrednije prirodne i/ili kulturne atrakcije, već i na vitalne sustave komunalne infrastrukture i njihovu održivost.

Nadalje, iako je održivi razvoj već desetljećima jedna od ključnih odrednica nacionalnih, regionalnih i/ili lokalnih strateških dokumenata, većina turističkih odredišta u priobalju Županije još uvijek nema adekvatno riješenu ni javno-komunalnu, niti prometnu infrastrukturu ponajviše uslijed (pre)brzog rasta smještajne ponude apartmanskog tipa. Takvo stanje stvari, osim brojnih štetnih utjecaja na okoliš, negativno utječe na kvalitetu boravka stacionarnih turista u većini priobalnih destinacija, a time i na njihovu percepciju destinacije (u kontekstu možebitnoga ponovnog dolaska).

U skladu s prethodnim konstatacijama, poštivanje svih postulata okolišne održivosti mora predstavljati ključnu plansku okosnicu budućeg razvoja turizma na području cijele Županije, a osobito u turistički najatraktivnijim naseljima/lokalitetima. Pritom osobito pažnju treba posvetiti problematici:

- unapređenja dostupnosti, smanjivanju gužvi i povećanju sigurnosti u prometu osobito kroz
  - povećanje propusnosti/rješavanja uskih grla u gotovo svim naseljima u priobalju
  - povećavanje raspoloživosti dostupnoga parkirališnog prostora (privatnog i javnog) u svim turističkim destinacijama u priobalnim naseljima
  - osiguravanje dovoljnog broja 'legalnih' parkirališnih mjesta uz glavne turističke atrakcije, uključujući i neke od plaža
- usklađivanja dinamike rasta sadržaja turističke ponude, osobito smještajnih kapaciteta u obiteljskom vlasništvu, s nosivim kapacitetom komunalne infrastrukture u gotovo svim priobalnim naseljima
- boljeg zbrinjavanja komunalnog otpada, osobito tijekom ljetnih mjeseci (odlaganje i odvoženje), uključujući i uklanjanje postojećih 'divljih' deponija (uz kažnjavanje prekršitelja)
- javni prijevoz unutar destinacija i povezanost sa zračnim lukama.

## **Strateški cilj 2: Povećanje prosječne potrošnje po danu boravka kao i godišnjih prihoda od turizma**

Osim unapređivanja uvjeta za (održivi) razvoj turizma, naglasak valja više staviti na postupno i održivo povećavanje prosječne potrošnje po danu turističkog boravka, kao i godišnjih prihoda od turizma. U tom smislu, potrebno se više orijentirati na povećanje ponude proizvoda i/ili doživljaja veće dodane vrijednosti, privlačenje većeg broja gostiju iz razvijenijih zemalja EU i svijeta u predsezoni i posezoni, uz zadržavanje postojećeg broja turističkih dolazaka/noćenja u ljetnim mjesecima. Osim podizanja raznovrsnosti i/ili kvalitete turističkog doživljaja i produljenja sezone, povećanje turističkih prihoda odnosi se uvelike i na uključivanje što većeg broja lokalnih mikro, malih i srednjih poduzetnika i njihovih proizvoda/usluga u turistički lanac vrijednosti. Uključivanje što većeg broja lokalnih poduzetnika osigurat će, s jedne strane, tržišnu diferencijaciju zasnovanu na lokalnom i autentičnom te, s druge strane, ravnomjerniju i pravedniju distribuciju ekonomskih koristi turističkog privređivanja. U svrhu povećavanja prihoda od turizma posebnu pažnju treba posvetiti:

- proširivanju palete za tržište spremnih turističkih proizvoda, s naglaskom na proizvode više dodane vrijednosti, pri čemu posebno valja voditi računa o njihovoj ravnomjernijoj prostornoj distribuciji
- unapređenju kvalitativne razine postojeće smještajne ponude kroz:
  - izgradnju desetak (brendiranih) hotela visoke kategorije, ponajviše na lokacijama nekadašnjih industrijskih postrojenja i/ili vojarni (3 - 4 na području Šibenika), odnosno devastiranih i/ili neupotrebljivih kapaciteta turističke namjene (3 - 4 na području Primoštena, Murtera, Vodica, Pirovca)
  - izgradnju desetak tematiziranih, obiteljski vođenih, *boutique* hotela i/ili B&B pansiona, s naglaskom na staru gradsku jezgru grada Šibenika, na prostor na kontaktnom području s NP Krka, kao i na prostor u brdsko-planinskom dijelu Županije
  - uspostavu nekoliko difuznih hotela, a koji bi, uz kvalitetniji tržišni nastup, pokušali i kvalitativno ujednačiti apartmansku ponudu u većini naselja duž priobalnog pojasa
  - podizanje kvalitete, a osobito oblikovnih standarda (novih) obiteljskih pansiona
  - razvoj nekoliko manjih ekokampova u središnjem brdsko-planinskom dijelu općine te na prostoru u neposrednoj blizini NP Krka;
- daljnje unapređivanje postojeće gastronomske ponude, s posebnim naglaskom na tematsku diversifikaciju i lokalnu gastronomsku tradiciju
- povećanju udjela lokalnih proizvoda/usluga u turističkoj ponudi, s naglaskom na prodaju na kućnom pragu
- uspostavi različitih privatno-privatnih i javno-privatnih partnerstva u cilju produbljivanja i/ili proširivanja turističkog lanca vrijednosti na cijelom projektnom području, ali i izgradnje složenih turističkih proizvoda
- opremanju (glavnih) turističkih atrakcija prikladnim objektima turističke ponude (hrana i piće, trgovine/suveniri, ponuda specifičnih usluga – adrenalinski/zabavni sadržaji, najam rekvizita/opreme, vodiči/instruktori i sl.)
- unapređenju i integraciji sustava turističkog informiranja, uključujući različite online aplikacije i rješenja kojima je moguće jednostavno pristupiti i preko mobilnih telefona, kako bi se povećala aktivnost turista tijekom boravka u destinaciji i time induciralo dodatno zadovoljstvo.

### **Strateški cilj 3: Unapređenje postojećeg sustava tržišne komunikacije**

U uvjetima sve većeg rivaliteta između sve većeg broja turističkih destinacija na globalnoj razini, danas se primjena suvremenih IKT rješenja u tržišnoj komunikaciji smatra jednim od ključnih preduvjeta turističke konkurentnosti neke destinacije. Turisti su, zahvaljujući mogućnostima koje pruža IKT, danas u mogućnosti dobiti više informacija kako u planiranju/pripremi turističkih putovanja, tako i u samoj destinaciji u cilju što kvalitetnijeg provođenja odmora. Drugim riječima, korištenje suvremenih IKT rješenja/aplikacija omogućava turistima veću kvalitetu i brzinu odlučivanja pri odabiru, kako mjesta provođenja odmora, tako i izboru vrste smještaja/ugostiteljskog objekta, ali i optimalnog načina korištenja svakog pojedinog dana boravka u destinaciji. Takvo stanje stvari dodatno je intenzivirala i COVID-19 pandemija.

Iako je COVID-19 pandemija uvelike stavljena pod kontrolu, gotovo sve turističke destinacije svijeta, paralelno s naporima u minimiziranju rizika od neizvjesne epidemiološke situacije, pokušavaju pronaći rješenja kako se prilagoditi novim tržišnim uvjetima. U tim naporima veliku ulogu igrat će inovativna, kreativna, pravovremena, iskrena i transparentna komunikacija s tržištem.

Nažalost, u slučaju značajnog broja turističkih dionika na području Šibensko-kninske županije, a što se posebno odnosi na razmjerno velik broj iznajmljivača apartmana u obiteljskom vlasništvu, stupanj primjene i razina razumijevanja važnosti digitalizacije često su u bitnom nesrazmjeru s očekivanjima kako tržišnih posrednika, tako i turista kao krajnjih korisnika usluge.

U želji da se postojeći sustav tržišne komunikacije bitno unaprijedi, potrebno je posebnu pažnju posvetiti:

- personalizaciji korisničkih iskustava korištenjem novih načina tržišne komunikacije
- agilnijem tržišnom nastupu, uvažavajući/razumijevajući želje, zahtjeve, potrebe i/ili strahove potencijalnih turista u postpandemijskom razdoblju
- efikasnom sustavu centraliziranog prikupljanja i diseminacije poduzetničkom sektoru vitalnih podataka/informacija iz različitih online izvora; riječ je ponajviše o saznanjima o novim navikama, potrebama, strahovima i/ili očekivanjima potencijalnih turista u postpandemijskom razdoblju
- definiranju, ali i 'finom podešavanju' prikladne strategije tržišne komunikacije, a što, između ostalog, uključuje i
  - kontinuirano unapređenje postojećih internetskih portala Šibensko-kninske županije i svih njenih JLS
  - unapređenje postojećih internetskih portala najvećeg broja privatnih poduzetnika, osobito iznajmljivača apartmana u obiteljskom vlasništvu
  - pojačanu promociju kroz društvene mreže
  - optimiranje promocijskih aktivnosti / maksimiranje učinaka promotivnih aktivnosti u uvjetima ograničenoga promotivnog budžeta na razini pojedinačnih poduzetnika
  - povezivanje sa specijaliziranim facilitatorima (posrednicima) u prodaji izabranih turističkih proizvoda u predsezoni i posezoni
  - osposobljavanju (tehničkom i stručnom) za sustavnu i proaktivnu upotrebu suvremene informatičke tehnologije, aplikacija i alata u svakodnevnom poslovanju, osobito u umrežavanju s drugim ponuđačima turističkih usluga na razini destinacije.

#### **Strateški cilj 4: Unapređenje dosadašnjeg načina upravljanja turističkim razvojem**

Dugoročna razvojna održivost turističkog razvoja na području Šibensko-kninske županije uvelike će ovisiti i o kvaliteti destinacijskog menadžmenta, odnosno o sposobnosti nositelja izvršne vlasti, voditelja županijske i lokalnih TZ kao i svih pravnih i/ili fizičkih osoba, direktno i/ili indirektno povezanih s turističkim privređivanjem da, na destinacijskoj razini, odgovorno, efikasno i

transparentno usmjeravaju turistički razvoj u željenom smjeru<sup>14</sup>. To podrazumijeva dubinsko poznavanje problematike turističkog razvoja na makrorazini i mikrorazini, ali i problematiku teorije eksternalija kako bi se spriječile moguće negativne posljedice nedovoljno promišljenih odluka, koje bi mogle biti u suprotnosti s konceptom održivog razvoja.

U skladu s prethodnim naznakama, unapređenje dosadašnjeg načina upravljanja turističkim razvojem podrazumijeva:

- stvaranje preduvjeta (infrastrukturnih, fiskalnih i drugih) za prostorno ravnomjerniji turistički razvoj
- stvaranje preduvjeta za produljenje dana poslovanja ugostiteljskih objekata
- propitivanje opravdanosti/smislenosti novih razvojno-investicijskih projekata, osobito u kontekstu njihovog doprinosa diferencijaciji turističkog doživljaja
- komunalno uređenje/održavanje javnih površina u naseljima, uključujući i šetnice
- bolje upravljanje plažama kroz
  - bolje komunalno opremanje plaža i prostora uz plaže
  - implementaciju projekta tematiziranja najposjećenijih plaža te njihovo opremanje prikladnim sadržajima
  - tematizaciju i unapređenje dosadašnje prakse izdavanja plažnih koncesija;
- osiguranje sredstava za (postupnu) izgradnju zaokruženog sustava biciklističkih i planinarskih staza, poučnih staza i šetnica i/ili tematskih ruta, osobito u slabije razvijenom, ruralnom, dijelu Županije, a osobito na području NP Krka
- promoviranje (fiskalno i/ili financijsko poticanje) turističke izgradnje i/ili poslovnih praksi koje smanjuju potrošnju energije i proizvodnju otpada
- ubrzavanje razvoja mikro, malog i srednjeg poduzetništva, a time i (samo)zapošljavanja kroz sustav potpora i/ili stvaranje pretpostavki za projektno financiranje (*equity*, nekretninski i/ili *venture capital* fondovi);
- definiranje uloge ključnih interesnih skupina (pravnih i/ili fizičkih osoba, strukovnih organizacija, civilnih udruga, građana) u razvojnom procesu te, po potrebi, sustavnu edukaciju svake interesne skupine; kao i
- usklađivanje parcijalnih interesa svih turističkih razvojnih dionika na projektom području te definiranje ključnih razvojnih prioriteta i njihovih nositelja.

---

<sup>14</sup> U tom smislu, dakle, destinacijski se menadžment bavi skupom aktivnosti koje na bilo koji način utječu na neku od sastavnica integralnoga turističkog proizvoda destinacije – od istraživanja tržišta, preko tržišnog pozicioniranja, razvoja proizvoda i promocije, do osiguranja primjerene kvalitete, jačanja prepoznatljivosti i/ili praćenja zadovoljstva boravkom i tržišne konkurentnosti.

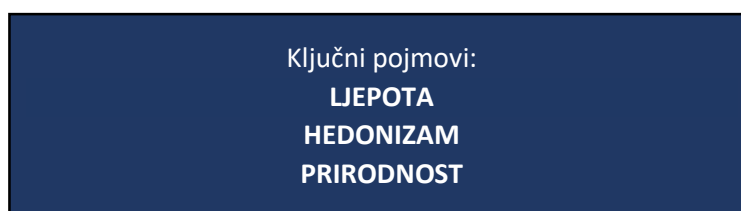
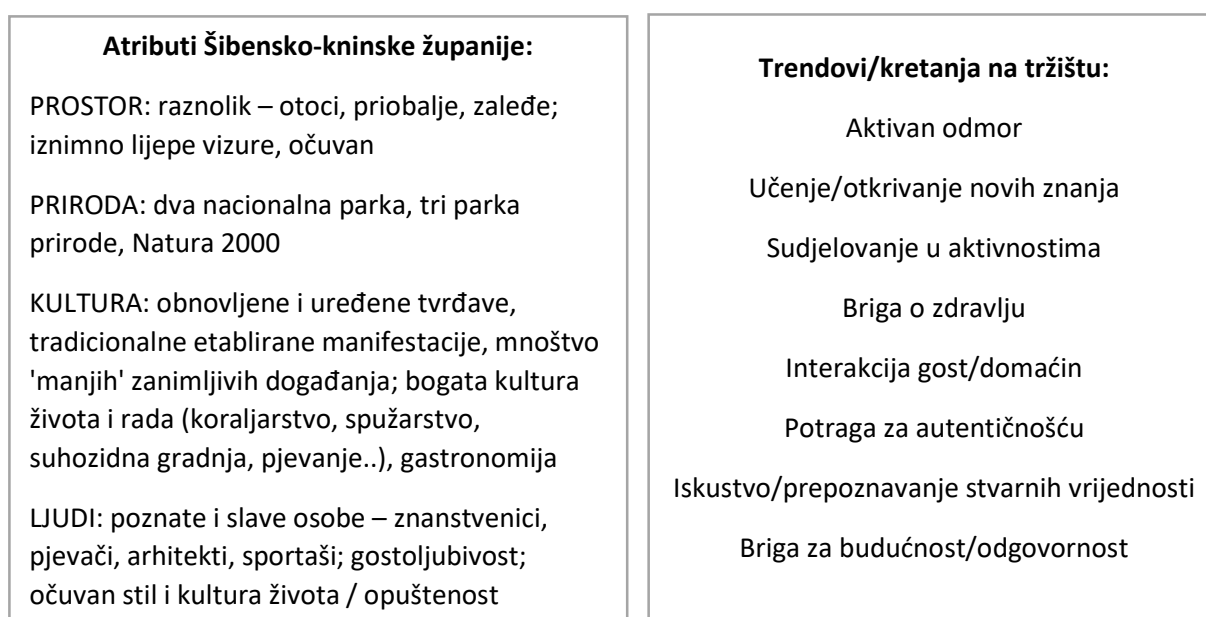
## 7. KONCEPCIJA TURISTIČKOG RAZVOJA

### 7.1. Koncept brenda

Stvaranje brenda Šibensko-kninske županije jedan je od izazova turističkog razvoja i marketinga. Riječ je o konkurentskom identitetu Županije koji na najbolji način predstavlja ono što je čini drukčijom i posebnom u odnosu na druge. Brend na određeni način objedinjuje sve opipljive i neopipljive komponente neke destinacije i svodi ih na nekoliko ključnih pojmova oko kojih se dalje grade sve marketinške aktivnosti.

Brend na kratak i jednostavan način sažima najbolje attribute destinacije i mora ga se promatrati iz dva kuta. Jedan kut je sagledavanje svih onih vrijednosti/iskustava koje destinacija može ponuditi gostima, a drugi se odnosi na to da te vrijednosti trebaju biti relevantne i dovoljno jake da motiviraju na dolazak. Time brend mora govoriti o onome što je suvremenom gostu, s obzirom na dinamiku svih promjena koje danas utječu na život, važno. Putovanja i boravak u destinaciji mogu biti potaknuta različitim motivima i interesima, a od destinacija se traži da te potrebe prepoznaju i odgovore na njih. Kroz brend gostima se daje 'obećanje' o destinaciji na jednostavan i jasan način kako bi mogli razumjeti što mogu očekivati od posjeta i koje racionalne i emotivne potrebe mogu ispuniti.

Koncept brenda Šibensko-kninske županije može se prikazati na sljedeći način:



<p><b>LJEPOTA</b></p>	<p>Ljepota se proteže kroz sve dijelove županije, svugdje na svoj način – kroz more, kamene otoke, vinograde, koralje, jezera, slapove, kanjone, planine. Putovanjem kroz Županiju Ljepota mijenja svoje oblike, može se opisivati na različite načine, ali je <b>'sveprisutna'</b>. Lijepo vizure dolaze iz onoga što je stvorila priroda, ali i iz onoga što su ljudi stvarali kroz povijest – gradske jezgre, suhozidi, bunje, tvrđave, polja, šetnice. Ljepota se ovdje predstavlja u svoj punini na moru i unutrašnjosti; na moru gdje plete labirint satkan od niza otoka i otočića kroz plavetnilo mora, a u unutrašnjosti gdje se u zelenilu spajaju polja i planine kroz koje prolaze kanjoni i teku rijeke. Sve zajedno <b>'začinjeno'</b> je povijesnim gradovima i mjestima koje su srasla s okruženjem. Osjećaj lijepoga i osjećaj da svega ima dovoljno i ničega previše, proizlazi iz sklada <b>'zelenog i plavog'</b>, <b>'starog i novog'</b>, <b>'mora i rijeka'</b>, <b>'slanog i slatkog'</b>, <b>'otoka i planina'</b>, <b>'krša i šume'</b>...</p>
<p><b>HEDONIZAM</b></p>	<p>S ljepotom je usko povezan hedonizam. Ovdje se uživa u boravku u <b>'lijepom'</b>, a onda i u bojama, mirisima i okusima Dalmacije. Županija obiluje inspiracijama za hedonizam – od jedrenja, šetnji, uživanja u hrani i vinima, guštanju u festivalima, pogledu na suhozide, spoju kamena i mora, rijeke i planine. Sve je prožeto osjećajem <b>blage i tople, 'mekane' Dalmacije</b> u kojoj svatko može pronaći svoj mali kutak za uživanje.</p>
<p><b>PRIRODNOST</b></p>	<p>U Šibensko-kninskoj županiji lako se povezati s ljudima i prostorom, osjećati se <b>'prirodno i udomaćeno'</b>. Gostoljubivi domaćini koji čuvaju svoje navike i običaje ukazuju na ljepotu <b>opuštenosti i jednostavnosti</b> – kroz začine u hrani, pjesmu, druženja, odnos prema životu po <b>'mjeri čovjeka'</b>. Šibensko-kninska županija podsjeća na ljepotu jednostavnosti i prirodnosti, a time i opuštanja za čime suvremeni gost traga. Veliki dio Županije još uvijek je ostao skriven i <b>'nepotrošen'</b> i time prirodan u svom izvornom obliku.</p>

## 7.2. Turistički proizvodi

Turistički proizvodi razlikuju se s obzirom na segmente koje mogu privlačiti kao i na obujam potražnje koje mogu generirati. Međutim, u cjelini sustav (portfelj) predstavlja skup komplementarnih i nadopunjavajućih proizvodnih grupa i modaliteta koji međusobnim kombinacijama mogu turistima ponuditi sadržajni doživljaj tijekom boravka u Županiji.

Slika 7.2.1. Sustav (ili portfelj) turističkih proizvoda Šibensko-kninske županije

Proizvodi odmora		
Proizvod	Modaliteti	Uloga
OPUŠTANJE	• Sunce i more	Primarni
	• Ruralni turizam / Agroturizam	Sekundarni
NAUTIKA	• Jahting	Primarni
	• Krstarenja malim brodovima	Primarni
AKTIVNI TURIZAM/ AVANTURISTIČKI ODMOR	• Pješaćenje, planinarenje	Primarni
	• Biciklizam / Brdski biciklizam	Primarni
	• Ronjenje / Sportovi na vodi	Sekundarni
	• Lov	Sekundarni
	• Ribolov ( <i>deep sea fishing</i> )	Sekundarni
KULTURA	• Ekstremni sportovi	Tercijarni
	• Gradski turizam / Turizam baštine	Primarni
	• Enogastronomija	Primarni
WELLNESS	• Festivali i događanja	Primarni
	• <i>Wellbeing retreats</i>	Sekundarni
• Turistička talasoterapija	Tercijarni	
Proizvodi posebnih interesa		
Proizvod	Modaliteti	Uloga
EDUKACIJE	• Dječji ljetni kampovi	Sekundarni
	• Studentski programi	Sekundarni
Proizvodi poslovnog turizma (višednevni/jednodnevni boravak)		
Proizvod	Modaliteti	Uloga
POSLOVNI TURIZAM	• MICE	Primarni
	• <i>Teambuilding</i>	Sekundarni
	• <i>Incentiv</i>	Tercijarni

Primarni
  Sekundarni
  Tercijarni

Suvremeno poimanje turističkog proizvoda mijenja se u skladu s promjenama društvenih vrijednosti pa se od turističkih putovanja očekuje da pridonose kvaliteti života na različite načine. Poimanje kvalitete života subjektivne je prirode, ali osobni rast, prilike za učenje i kreativnost, otkrivanje novih stilova života, druženja, spoznaje o novim zdravim navikama, samo su neki od aspekata za kojima se danas sve više traga. Koji turistički proizvod razvijati ovisi o resursima i atrakcijama s kojima destinacija

raspolaze kao i o samom prostoru koji, u tom smislu, postaje 'medij' za njihovu isporuku. Međutim, bitno je kako će se turistička iskustva dizajnirati jer će njihova ponuda odrediti koliko se destinacija razlikuje od drugih i omogućit će njenu diferencijaciju.

Ovakav sustav turističkih proizvoda koji su usmjereni na različite ciljne skupine gostiju s različitim preferencijama i podrazumijevaju odvijanje aktivnosti na cijelom prostoru Županije, omogućuje da se turizam odvija tijekom većeg dijela godine kako je prikazano na Slici 7.2.2., a što je u skladu s razvojnom orijentacijom prema prostornoj i vremenskoj distribuciji turističkih aktivnosti.

Slika 7.2.2. Razdoblje odvijanja turističke aktivnosti prema turističkih proizvodima



Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Proizvod sunca i mora najvećim se dijelom odvija u ljetnim mjesecima jer ga određuju razdoblje povoljno za kupanje na moru i školski praznici. Međutim, svi ostali turistički proizvodi manje su klimatski određeni, ciljaju dobne i interesne skupine koje raspolažu drukčije raspoređenim slobodnim vremenom i sve više preferiraju putovanja izvan ljetne sezone.

Slika 7.2.3. Dizajniranje turističkih iskustava

	Osnovni proizvod	Iskusveni proizvod	Transformativni proizvod
<b>Aktivnosti tur. sektora</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dobro odraditi osnove</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inspirirati gosta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Osnažiti / transformirati gosta</li> </ul>
<b>Očekivanja gosta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Točne informacije</li> <li>Jednostavan booking</li> <li>Standard smještaja</li> <li>Standard usluge</li> <li>Uređen okoliš</li> <li>... ..</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Naučiti / razumjeti</li> <li>Sudjelovati</li> <li>Družiti se</li> <li>'Učiniti nešto za sebe' (fizička/psihička dobrobit)</li> <li>... ..</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promjena osobnih navika</li> <li>Novi odnos prema okolišu</li> <li>Novo razumijevanje lokalne zajednice</li> <li>... ..</li> </ul>

Izvor: TEQ, *Transformational Experience Guide*, 2020.

Polazeći od postavljene proizvodne strukture i suvremenih trendova u strukturiranju turističkih proizvoda, u nastavku se razrađuju turistički proizvodi i elementi iskustava koje nudi Šibensko-kninska županija.

Proizvodi koji se obrađuju, a čine proizvodnu strukturu Županije omogućuju:

- odgovor na tržišne trendove
- odmak od masovnog turizma
- produljenje sezone
- povećanje turističke potrošnje.

Posebno treba istaknuti kako turistički proizvodi omogućuju i jačanje turističkog imidža Šibensko-kninske županije kao:

- **najbolje jadranske nautičke destinacije**
- **jednu od vodećih enogastronomskih destinacija Hrvatske**
- **prepoznatljivu *boutique* festivalsku destinaciju.**

Opuštanje: Sunce i more / Ruralni turizam	
<b>Faktori uspjeha</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lijep i očuvan prirodni krajolik</li> <li>- Klima, more i obala</li> <li>- Udoban, dijelom specijaliziran smještaj za obitelji, 3*4*, u ruralnom prostoru smještajna ponuda s naglaskom na tradiciju i ambijentalnost i uz poštivanje principa ekološki odgovorne gradnje</li> <li>- Kvalitetna i bogata ponuda autentične enogastronomije i lokalnih namirnica, mogućnost kupnje lokalnih proizvoda</li> <li>- Razvijen 'lokalni lanac vrijednosti' s ponudom rekreacijskih, kulturnih, zabavnih sadržaja, razvijene tematske staze i rute</li> <li>- Uređenost mjesta, formirane pješačke zone, hortikultura, komunalna oprema i parkiranje, okolišno odgovorna praksa</li> <li>- Uređena destinacijska infrastruktura, posebice plaže i šetnice i prilagođenost djeci u obalnim destinacijama</li> </ul>
<b>Glavne atrakcije ŠKŽ</b>	<p><b>Sunce i more</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lijepe, uređene i prirodne plaže i uvale duž cijele obale</li> <li>- Razvedena obala s mnoštvom otoka</li> <li>- Središta mjesta na obali i otocima s očuvanim 'duhom mjesta' i mnoštvom kvalitetnih sadržaja</li> <li>- Nacionalni park Kornati</li> <li>- Kanal sv. Ante sa šetnicom</li> <li>- Primoštenski vinogradi</li> </ul> <p><b>Ruralni turizam</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nacionalni park Krka</li> <li>- Gradovi Knin i Drniš s kulturnim atrakcijama – Kninska tvrđava, Meštrovićev mauzolej</li> <li>- Dinara, Svilaja, Promina</li> <li>- Šetnice, planinarske i biciklističke staze</li> <li>- Seoska gospodarstva</li> </ul>
<b>Pozicioniranje ŠKŽ / Atributi pozicioniranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Destinacija lijepih vizura 'na svakom koraku'</li> <li>- Lijepi mali gradići uronjeni u slikoviti plavo-zeleni krajolik obale i otoka</li> <li>- Lijepa mala ruralna naselja</li> <li>- Destinacija bogatstva voda – susreta 'slatkog i slanog' svijeta</li> <li>- Destinacija očuvane kulture dalmatinskog stila života – pjesme, običaja, gastronomije</li> <li>- Destinacija labirinta otoka i otočića, razvedene obale i velebnih planina</li> <li>- Jedinstven sklop kontinenta i mora spojen rijekom</li> </ul>
<b>Unapređenje proizvoda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unapređenje kvalitete smještaja/specijalizacija smještaja za obitelji s djecom, cikloturiste, planinare, rekreativce</li> <li>- Uređenje destinacija (prilazi, parkirališta, šetnice, staze, hortikultura, oglašavanje u prostoru, urbani dizajn)</li> <li>- Unapređenje ugostiteljskih i trgovačkih sadržaja</li> <li>- Razvoj nekoliko inovativnih tematskih tura (na obali i u zaleđu)</li> <li>- Daljnje unapređenje manifestacija i događanja</li> <li>- Daljnje uređenje i tematiziranje plaža</li> <li>- Daljnje uređenje pješačkih i biciklističkih staza</li> </ul>
Nautika: Jahting	
<b>Faktori uspjeha</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ljepota okoliša</li> <li>- Atraktivnost akvatorija</li> <li>- Ruža vjetrova</li> <li>- Mikrolokacija marine/luke nautičkog turizma</li> <li>- Prostorni raspored marina</li> <li>- Opremljenost, uređenost i kvaliteta ponude marina/luka nautičkog turizma</li> <li>- Kvaliteta uslužne ponude u okruženju marina/luka nautičkog turizma</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uslužnost i educiranost osoblja u marinama/lukama nautičkog turizma</li> <li>- Mogućnost servisiranja plovila</li> <li>- Mogućnost sudjelovanja/prisustvovanja organiziranim natjecanjima</li> <li>- Kvalitetna enogastronomska ponuda s ponudom lokalnih jela</li> </ul>
<b>Glavne atrakcije ŠKŽ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- NP Kornati</li> <li>- NP Krka</li> <li>- Otoci u šibenskom arhipelagu s mjestima zaštićenih kulturno-povijesnih cjelina</li> <li>- Tvrđave i starogradska jezgra grada Šibenika</li> <li>- Velik broj dobro opremljenih marina/luka nautičkog turizma</li> <li>- Tradicija drvene brodogradnje</li> <li>- Škole jedrenja (otok Murter)</li> </ul>
<b>Pozicioniranje ŠKŽ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Najatraktivnija jadranska nautička destinacija</li> <li>- Jedina jadranska destinacija s marinom u sklopu Nacionalnog parka</li> <li>- Destinacija s kvalitetnim restoranima uz nautička privezišta</li> <li>- Jedina jadranska destinacija sa slatkovodnom marinom</li> <li>- Destinacija s velikom ponudom kvalitetnih charter plovila</li> <li>- Destinacija 'prekaljenih' jedriličara i skipera</li> <li>- Naglašenost ekoprocedura u komunikaciji s tržištem/klijentima</li> <li>- Destinacija s najvećom kvalitetom usluge u nautičkom turizmu na Jadranu</li> </ul>
<b>Unapređenje proizvoda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uređenje mjesta i okoliša uz samu marinu/luku nautičkog turizma</li> <li>- Jačanje enogastronomske ponude</li> <li>- Uspostava prikladnog (hotelskog ili sličnog) smještaja u marinama</li> <li>- Mogućnost kupovine brendiranih proizvoda i/ili opreme</li> <li>- Kvalitetan, brz i vjerodostojan servis plovila</li> <li>- Veći broj vezova za već plovila (15 – 25m)</li> <li>- Mogućnost chartera plovila različite vrste, duljine i/ili karakteristika</li> <li>- Omogućavanje ekološkog zbrinjavanja različitih kategorija otpada, uključujući i ispuštanje nepročišćenih otpadnih voda (sive i crne vode)</li> <li>- Mogućnost prihvata velikih plovila (30 – 50m)</li> <li>- Povećanje ulaganja u infrastrukturu marina/luka nautičkog turizma u cilju smanjenja korištenja fosilnih goriva/emisije stakleničkih plinova</li> </ul>

**Aktivni/avanturistički odmor: Pješačenje, planinarenje / Biciklizam, brdski biciklizam / Ronjenje, sportovi na vodi / Ribolov (*deep sea fishing*) / Ekstremni sportovi / Lov**

<b>Faktori uspjeha</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Posebnost, atraktivnost i očuvanost prirodnog okoliša</li> <li>- Kvaliteta infrastrukture za rekreaciju i raznolikost ponude sportskih i rekreativnih aktivnosti</li> <li>- Kvaliteta usluga u sportu – vodiči, najam i popravci opreme, treneri, škole</li> <li>- Opremljenost (signalizacija, interpretacija, odmorišta, vidikovci)</li> <li>- Sigurnost (staze odvojene od prometa, organizirana hitna pomoć)</li> <li>- Specijalizacija smještajnih objekata, poštovanje principa ekološki odgovorne gradnje i stoljenost s okolinom</li> <li>- Raspoloživost drugih sadržaja komplementarnih interesima posjetitelja (enogastronomski sadržaji, sadržaji kulture, <i>spa/wellness</i>-sadržaji)</li> <li>- Inovativnost i kreacija u prezentaciji – prezentacija kroz <i>storytelling</i> koja je edukativna i zabavna</li> </ul>
<b>Glavne atrakcije ŠKŽ</b>	<p><b>Pješačenje, planinarenje</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uspon na Dinaru</li> <li>- Via Dinarica Plava staza</li> <li>- Via Adriatica</li> <li>- Šetnica uz Kanal sv. Ante</li> <li>- Mreža pješačkih ruta 'Krka hike'</li> <li>- Otočke ili priobalne šetnice (Krapanj, Primošten, Murter, Vodice i dr.)</li> </ul> <p><b>Biciklizam, brdski biciklizam</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- EuroVelo ruta (Pakoštane – Šibenik)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Državna ruta D3 'Dinarska ruta'</li> <li>- Mreža biciklističkih ruta 'Krka bike'</li> <li>- Cikloturističke rute u Županiji</li> </ul> <p><b>Ronjenje, sportovi na vodi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kajaking u Kanalu sv. Ante, na Prokljanskom jezeru, na otoku Murteru, u Vodicama, u Primoštenu i drugim mjestima</li> <li>- Regata Ladinsko idro na Murteru</li> <li>- Ronilački izleti (Murter/Kornati, Vodice, Rogoznica i dr.)</li> <li>- Koralljni greben između Prvića i Zlarina</li> </ul> <p><b>Ekstremni sportovi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Zipline</i> u kanjonu Čikole, u Kninu</li> <li>- <i>Bungee jumping</i> sa Šibenskog mosta</li> <li>- Ferrata <i>Čikola</i></li> <li>- Penjalište u kanjonu rijeke Čikole</li> <li>- Penjalište na Promini</li> </ul>
<b>Pozicioniranje ŠKŽ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Županija s 'najljepših pješačkim stazama'</li> <li>- Županija iznimno bogata 'vodama'</li> <li>- Županija s kvalitetnom i profesionalnom ponudom aktivnog odmora za rekreativce različitih dobi i interesa</li> </ul>
<b>Unapređenje proizvoda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unapređenje sadržaja turističke interpretacije (npr. poučne staze, opremanje vidikovaca)</li> <li>- Razvoj specijalističkog infopunkta za rekreativce (bicikliste i/ili planinare)</li> <li>- Turistifikacija ruralnih 'točaka od interesa' (npr. proizvođači tradicionalne hrane, vinarije, sakralna baština – interpretacija i sl.)</li> <li>- Uređenje nekoliko lokacija za penjanje po stijenama</li> <li>- Povezivanje nekoliko točki za aktivni odmor</li> <li>- Poticanje razvoja programa/agencije za aktivni turizam</li> <li>- Povezivanje s komplementarnim sadržajima u drugim županijama</li> </ul>

### KULTURA: Gradski turizam, turizam baštine / Enogastronomija / Festivali i događanja

<b>Faktori uspjeha</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Značaj, posebnost lokaliteta/događanja</li> <li>- Inovacija i kreativnost u prezentaciji – interaktivni sadržaji; <i>storytelling</i>, sudjelovanje/uključivanje posjetitelja</li> <li>- Grupiranje ponude u tematske rute</li> <li>- Uređene destinacije s kulturnim sadržajima, okolišno odgovorno mjesta</li> <li>- Atraktivnost kulturnih manifestacija</li> <li>- Kvalitetna (4*) i tematizirana smještajna ponuda</li> <li>- Raznolika enogastronomska ponuda, lokalna gastronomija, uređene vinarije s kušaonicama i dobrom prezentacijom vinara</li> <li>- Imidž destinacije kao mjesta bogate ponude doživljaja vezanih uz kulturu</li> <li>- Atraktivni i uređeni objekti kulturne baštine, muzeji, interpretacijski centri</li> </ul>
<b>Glavne atrakcije ŠKŽ</b>	<p><b>Turizam baštine</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortifikacijski sustav u Šibeniku (tvrđava sv. Mihovila, tvrđava sv. Nikole, tvrđava sv. Ivana, tvrđava Barone)</li> <li>- Kninska tvrđava</li> <li>- Burnum</li> <li>- Utvrde uz rijeku Krku (Kamičak, Trošenj, Nečven, Bogočin i Ključica)</li> <li>- Arheološka baština – Bribirska glavica, Danilo, Burnum</li> <li>- Primoštenski vinogradi</li> <li>- Povijesne gradske/općinske jezgre: Šibenik, Knin, Drniš, Skradin, Pirovac, Tisno, Tribunj, Vodice, Primošten, Rogoznica, Murter, Betina, Jezera, Prvić, Zlarin, Kaprije, Žirje, Krapanj</li> <li>- <i>Fine dining</i> restorani (Pelegrini, konoba Tri Piruna, Konoba Vinko, Konoba Boba, restoran Fešta, Konoba Opat i drugi)</li> </ul> <p><b>Enogastronomija</b></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vinarije i kušaonice ulja</li> <li>- Manifestacija: Pidoća i debit se vole, Dani otvorenih kušaonica ŠKŽ, 'Taste like', Marenda</li> <li>- Poznati specijaliteti i pića: skradinski rižot, skradinska torta, drniški pršut, babiĉ, školjke (dagnje)</li> <li>- Imidž 'gastrodestinacija': Skradin, Murter</li> </ul>
	<p><b>Festivali i događanja</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Međunarodni dječji festival</li> <li>- Veĉeri dalmatinske šansone u Šibeniku</li> <li>- Adventura</li> <li>- Koncerti i kulturni program Tvrđave kulture</li> <li>- Festivali u Tisnom</li> </ul>
<b>Pozicioniranje ŠKŽ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Šibenik – jedan od pet svjetskih gradova s dva UNESCO-ova spomenika / 'Grad s dva UNESCO-a'</li> <li>- Koncentracija uređenih povijesnih tvrđava</li> <li>- Niska malih, očuvanih gradskih jezgri / povijesnih bisera uronjenih u plavo-zeleni ambijent</li> <li>- Jedna od vodećih enogastronomskih destinacija u Hrvatskoj</li> <li>- Nekoliko 'marker' restorana, tradicija jednostavne dalmatinske kuhinje, obiteljske vinarije s kušaonicama</li> <li>- <i>Boutique</i> festivalska destinacija</li> </ul>
<b>Unapređenje proizvoda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Daljnje uređenje središta gradova i mjesta</li> <li>- Razvoj tematskih ruta/cesta</li> <li>- Podizanje kvalitete restoranske fine dining ponude</li> <li>- Promoviranje autohtonih tipičnih namirnica</li> <li>- Razvoj sustava povezivanja tvrđava (žičara, eskalator, vaporeti)</li> <li>- Unapređenje kvalitete smještajne ponude</li> </ul>
<b>WELLNESS: Wellbeing retreats / Talasoterapija</b>	
<b>Faktori uspjeha</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hotelski objekti visoke kvalitete (4* i više)</li> <li>- Kvaliteta medicinskog osoba</li> <li>- Specijalistička zdravstveno-turistiĉka ponuda, stručnost i razvijene vještine osoblja</li> <li>- Privlačni interijeri, certifikacija, primjena prirodnih ljekovitih ĉinitelja</li> <li>- Raspoloživost raznolikog <i>wellbeing</i>-sadržaja i <i>wellness</i>-ponuda</li> <li>- Raznovrsna ponuda hrane/pića prilagođena posebnim potrebama gostiju</li> <li>- Raznolika rekreacijska ponuda u destinaciji, holistiĉki pristup zdravlju</li> <li>- Kvalitetna gastronomska ponuda temeljena na lokalnim, zdravim namirnicama</li> <li>- Hortikulturna uređenost s naglaskom na autohtono bilje</li> </ul>
<b>Glavne atrakcije ŠKŽ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rekreativni sadržaji u destinaciji</li> <li>- Aquapark u Solarisu</li> <li>- Prirodno okruženje i sadržaji na otvorenom (šetnice, staze)</li> <li>- Imidž 'opuštenosti' stila života</li> </ul>
<b>Pozicioniranje ŠKŽ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Destinacija kvalitetnih <i>wellbeing</i>-sadržaja – opuštanje</li> <li>- Inovativna <i>wellbeing</i>-ponuda temeljena na holistiĉkom pristupu zdravlju</li> </ul>
<b>Unapređenje proizvoda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Razvoj programa za <i>wellbeing</i> / boravak u prirodi</li> <li>- Kontinuirana edukacija zdravstvenog osoblja</li> <li>- Ulaganje u kvalitetu opreme</li> <li>- Uređenje interijera objekata koji pružaju usluge wellnessa i primjena ljekovitih ĉinitelja</li> </ul>
<b>EDUKACIJE: Dječji ljetni kampovi / Studentski programi</b>	
<b>Faktori uspjeha</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meritornost obrazovnih institucija i ponuda inovativnih obrazovnih programa</li> <li>- Razvijenost međunarodne suradnje</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atraktivnost destinacije / kvalitetni sadržaji – manifestacije, sport i rekreacija, zabava</li> <li>- Raspoloživost cjenovno prihvatljivog smještaja</li> <li>- Sigurnost destinacije</li> </ul>
<b>Glavne atrakcije ŠKŽ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Međunarodni dječji festival</li> <li>- Sokolarski centar u Dubravi</li> <li>- Eko kampus Krka u Puljanima</li> <li>- Edukacijski kampus u tvrđavi sv. Ivana</li> <li>- Posjetiteljski centar Kanal sv. Ante</li> <li>- Trokut Šibenik /Digitalna NEET akademija</li> </ul>
<b>Pozicioniranje ŠKŽ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Centar okupljanja kreativaca</li> <li>- Najbolji dječji kampovi za 'mlade ekologe'</li> <li>- Inovativni međunarodni obrazovni programi</li> </ul>
<b>Unapređenje proizvoda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Razvoj inovativnih obrazovnih programa (ekologija, prirodne znanosti, kreativne industrije, glazbene radionice, arheologija)</li> <li>- Razvoj i ponuda programa radionica vezanih uz stare zanate (umijeće suhozidne gradnje, izrada nakita i sl.)</li> <li>- Povezivanje programa s poznatim povijesnim ličnostima (fizika, botanika, književnost, sport, umjetnost)</li> <li>- Povezivanje obrazovnih institucija</li> </ul>

#### POSAO: MICE / Teambuilding / Incentive

<b>Faktori uspjeha</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dostupnost destinacije</li> <li>- Kvalitetan i udoban (4*), dijelom specijaliziran smještaj za skupove i/ili posao</li> <li>- Ponuda različitih objekata/mjesta za skupove (npr. muzejski prostori, gradske vijećnice, posjetiteljski centri i sl.)</li> <li>- Raspoloživost profesionalne tehničke i specijalističke usluge</li> <li>- Uređenost destinacije s ponudom kulturnih sadržaja, pješačkih zona, dobre komunalne opremljenosti, osiguranih parkirališnih mjesta, okolišno odgovornih praksi</li> <li>- Raznolika enogastronomska ponuda s naglaskom na uređene interijere, domaće posebitosti</li> <li>- Razvijeni kulturni, zabavi i trgovački sadržaji</li> </ul>
<b>Glavne atrakcije ŠKŽ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konvencijski centar Šibenik s 11 multifunkcionalnih dvorana</li> <li>- Konferencijske dvorane u hotelu Olympia</li> <li>- Tvrđave sv. Ivana, sv. Mihovila i Barone</li> <li>- Kuća umjetnosti Arsen</li> <li>- Interpretacijski centar 'Civitas sacra'</li> <li>- Gradska vijećnica</li> <li>- Eko kampus 'Krka' u Puljanima</li> <li>- Trokut – inkubator za poduzetništvo</li> <li>- Kongresni kapaciteti hotela</li> </ul>
<b>Pozicioniranje ŠKŽ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dostupna i sadržajna destinacija za skupove</li> <li>- Visoka kvaliteta tehničke opremljenosti, jedinstvenih prostora/dvorana za skupove</li> <li>- Kvalitetna ponuda kulturnih sadržaja, enogastronomije i rekreacije</li> <li>- Destinacija s ponudom jedinstvenih tematskih izleta (enogastronomske rute, nacionalni parkovi, kulturne rute)</li> </ul>
<b>Unapređenje proizvoda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unapređenje/prilagođavanje postojećih dvorana</li> <li>- Razvoj novih kongresnih kapaciteta</li> <li>- Kontinuirano praćenje i primjena novih tehnologija</li> <li>- Razvoj ponude tematskih izleta – rad lokalnih agencija na umrežavanju sadržaja i usluga</li> <li>- Unapređenje i diversifikacija ponude restorana i <i>cateringa</i></li> </ul>

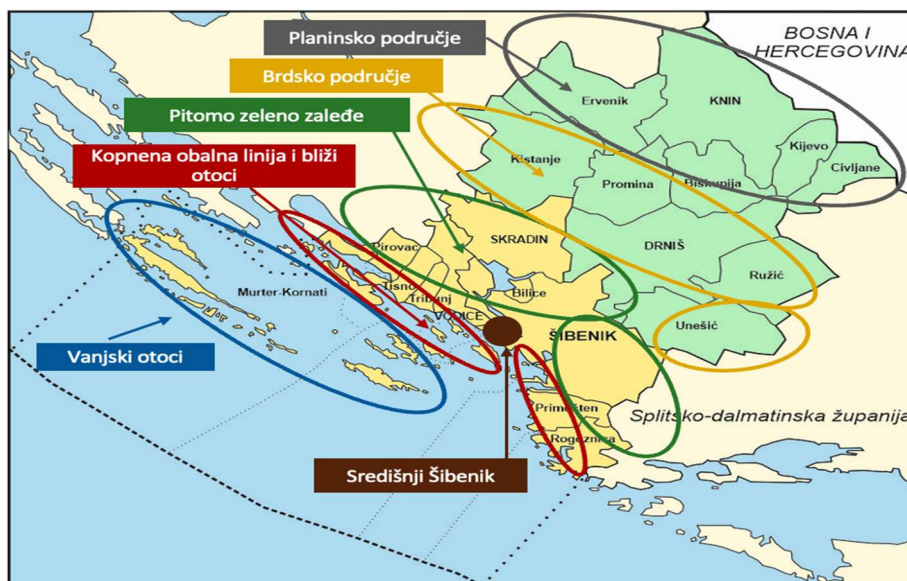
- 
- Uređenje destinacija s naglaskom na atmosferu i ugodnim mjestima za okupljanja i druženje
  - Razvoj bogatog lanca vrijednosti rekreacijskih, *wellness*-sadržaja i kulturnih sadržaja
-

### 7.3. Prostorna i programska koncepcija

Polazeći od prirodnih i kulturoloških obilježja te od razine turističke razvijenosti i predviđene strukture turističkih proizvoda (Slika 7.3.1.), na području Šibensko-kninske županije prepoznaje se šest sadržajno i iskustveno različitih turističkih klastera s različitim izazovima u daljnjem razvoju turizma. To su:

- **Vanjski otoci** – obuhvaća Kornate i Žuto-sitsku otočnu skupinu, zatim otoke Žirje, Kaprije, Obonjan (i nenaseljene otoke Kakan i Zmajan). Ovo je prostor pustog, gotovo nenaseljenog morskog prostranstva, štice visokim razinama zaštite prirode i turistički visoko eksponiran.
- **Kopnena obalna linija i bliži otoci** – obuhvaća obalni dio općina Pirovac, Tisno, Tribunj, gradova Vodice i Šibenik te općina Primošten i Rogoznica, kao i otoke Murter, Prvić, Zlarin, Krapanj (i nenaseljene otoke Logorun i Tijat). Ovo je najgušće izgrađen prostor Županije, s više lokaliteta štice prirodne i kulturne baštine i turistički najviše eksploatiran.
- **Središnji Šibenik** – obuhvaća centralni dio glavnog grada Županije, odnosno povijesnu jezgru te područja oko Šibenskog zaljeva i Kanala sv. Ante s vanjskom obalom. Ovo je prostor izuzetnih kulturnih i prirodnih značajki, uključujući UNESCO-ove spomenike i ujedno pod najvećim pritiskom daljnje turistifikacije.

Slika 7.3.1. Turistički klasteri Šibensko-kninske županije



Izvor: Institut za turizam

- **Pitomo zeleno zaleđe** – obuhvaća zaleđe općina Pirovac, Tisno, Tribunj, Primošten i Rogoznica, gradova Vodice i Šibenik, u cijelosti općinu Bilice i grad Skradin te rubni dio grada Drniša. Ovo je prostor pitome prirode i poljoprivrede, dijelom štice visokom razinom zaštite prirodne baštine, istovremeno pod rastućim pritiskom daljnje ekspanzije turizma.
- **Brdsko područje** – obuhvaća općine Kistanje, Promina, Ružić i Unešić te grad Drniš. To je brdovit, drevni prostor kanjona i kamenih utvrda, mediteranskog senzibiliteta i tradicionalnih vrijednosti, mjestimično zaštićene prirodne i kulturne baštine, otvoren za turistički razvoj.
- **Planinsko područje** – obuhvaća općine Ervenik, Biskupija, Civljane, dio općine Promina, Kijevo i grad Knin. Ovo je povijesni prostor impresivnih planinskih sklopova, visoko štice prirodne i kulturne baštine, gdje se razvoj turizma tek očekuje.

Turistički klasteri Šibensko-kninske županije detaljnije se opisuju u nastavku točke.



### Vanjski otoci<sup>15</sup>

Kornati, Žutsko-sitski otoci, Žirje, Kakan, Kaprije, Zmajan, Obonjan

#### Glavne atrakcije

- Jedinstveni prostor najgušćeg labirinta otoka i otočića na Mediteranu
- Nacionalni park Kornati
- Značajni krajobraz 'Žutsko-sitska otočna skupina'
- Očuvan okoliš, morsko prostranstvo, raskoš krškog reljefa uvala i litica, bogato podmorje, dupini, masline, ovce, mreže suhozida

#### Glavni turistički proizvodi

- Nautika: jahting, krstarenja malim brodovima
- Aktivni/avanturistički odmor: pješačenje, ronjenje, biciklizam
- Opuštanje: odmor na suncu i moru

#### Dizajn iskustva

Jednostavnost čiste prirode – more, otoci, vjetar, tišina – jedro, riba, ulje – čista ljepota

- **Marine:** Ponuda veza ACI-Piškeri (118) i ACI-Žut (120), višeg standarda restorana, trgovine općih potrepština; mogućnost malih servisnih usluga; dostupnost turističkih informacija, WIFI; 'zeleni' standardi
- **Sidrišta:** Mogućnost sigurnog veza na bovama diljem prostora
- **Staze:** Više markiranih pješačkih i biciklističkih staza, posebno na većim otocima; ističu se vidikovcima
- **Centri sportova na moru:** Nekoliko centara s ponudom ronjenja, ronjenja na dah, morskog kajakinga, uključujući 'škole' i vođene ture
- **Posjetiteljski centar:** Turistička interpretacija i informacije o 'svijetu vanjskih otoka', ujedno mjesto prodaje za otočke OPG-ove
- **Ponuda smještaja:** 'Robinzonski', 'ribarske kuće'/ pansioni, kamping-*glamping*, smještaj u domaćinstvu, min. razina 3\*; objekti uklopljeni u prostor (dizajn, dimenzije, materijali); 'zeleni' standardi
- **Ponuda HiP:** Konobe, restorani, visokokvalitetna gastronomija, OPG; pretežito jednostavna, domaća kuhinja, lokalne, sezonske namirnice; jednostavni, udobni objekti, dojmrljive atmosfere i/ili lokacije; 'zeleni' standardi
- **Sigurnost:** Raspoloživost hitne službe pomoći i spašavanja
- **Okoliš:** Očuvana priroda i ambijentalnost prostora

#### Smjer turističkog razvoja

Umjeren rast potražnje, razvoj kvalitete ponude

#### Razvojni prioriteti

- Zaštita okoliša, osobito (1) zbrinjavanje otpadnih voda s brodova i objekata, (2) zbrinjavanja otpada s plaža, (3) kontrola sidrenja izvan marina i luka, (4) suzbijanje divlje gradnje te (5) afirmiranje 'zelene' prakse i standarda za turističke objekte u klasteru
- Razvoj turističke infrastrukture, osobito (1) markirane staze, (2) interpretacija prostora i (3) ronilački centar(i)
- Uključivanje klsterske poljoprivredne proizvodnje u turističku ponudu

#### Podržavajući projekti

(Odabir projekata najvišeg utjecaja)

- Uspostava određenog broja javno kontroliranih sidrišta u NP Kornati
- Unapređenje sustava tematskih cesta/staza/ruta
- Unapređenje turističke interpretacije prostora (uključujući: Centar za posjetitelje klastera 'Vanjski otoci')
- Uspostava centara avanturističkog odmora

<sup>15</sup> Fotografija: Boris Kačan, <https://www.morski.hr/>

- Poticanje primjene 'zelenih' standarda u turizmu



### Kopnena obalna linija i bliži otoci<sup>16</sup>

Obalni dio općina i gradova Pirovac, Tisno, Tribunj, Vodice, Šibenik, Primošten i Rogoznica; otoci Murter, Prvić, Zlarin, Krapanj

### Glavne atrakcije

- Visokorazvedena obalna linija s niskom malih obalnih i otočkih gradića
- Topla sredozemna klima bez izloženosti jakim vjetrovima
- Park prirode Vransko jezero (dio, uključujući važno močvarno područje i spoj jezera s morem)
- Kulturno-povijesne cjeline obalnih mjesta: Pirovac, Tribunj, Vodice, Primošten i Rogoznica
- Kulturno-povijesne cjeline otočkih mjesta ili otoka: Tisno, Murter, Betina, Jezera (otok Murter); otoci Prvić, Zlarin i Krapanj
- Visoka koncentracija turističkih sadržaja i 'živosti' (tijekom ljeta)

### Glavni turistički proizvodi

- Opuštanje: odmor na suncu i moru
- Nautika: jahting; krstarenja malim brodovima
- Avanturistički odmor: pješaćenje, ronjenje, ribolov, biciklizam
- Kultura: turizam baštine, enogastronomija, festivali i događanja
- *Wellness: wellness, wellbeing retreats*
- Posao: MICE (Vodice), *teambuilding, incentive*

### Dizajn iskustva

Niska malih, zbitih, kamenih, povijesnih gradića – mnoštvo svega – zabava, dobra energija, živost – ljepota veselja

- **Plaže:** Veliki broj uređenih, dijelom tematiziranih plaža
- **Staze:** Veliki broj obalnih šetnica, pješačkih staza i biciklističkih staza; ističu se inovativnom turističkom interpretacijom; penjaliste na Zlarinu
- **Tematske ceste:** Uz postojeću 'poučnu stazu' (Vransko jezero) i 'Maslinski put' (Tribunj), razvijeno nekoliko tematskih cesta/puteva koje povezuju klaster, interpretirajući lokalnu baštinu
- **Sportovi na moru:** Rasprostranjena ponuda ronjenja, kajakinga; mjestimično dostupna specifična ponuda *deep-sea fishing-a*
- **Marine:** Ponuda veza i usluga jedrenja u više marina duž obale - ACI-Vodice, Kremik (Primošten), Frapa (Rogoznica), Hramina (Murter), Betina (Betina), ACI-Jezera; marine opremljene ugostiteljskim i trgovačkim sadržajima; 'zeleni' standardi; uključuje neke od najboljih marina u Hrvatskoj (npr. višestruko nagrađivana Marina Frapa, Rogozica); komplementarna ponuda Nautičke akademije škole jedrenja - ANA (Jezera)
- **Posjetiteljski centri i muzeji:** Zanimljiva ponuda inovativnih (*edutainment*) izložbenih koncepata – Muzej betinske drvene brodogradnje (Betina), Memorijalni centar Faust Vrančić (Prvić Luka), Hrvatski centar Koralja (Zlarin), Muzej spužvarstva (Krapanj)
- **Kongresni sadržaji:** Kapaciteti za različitu veličinu skupova, tehnički dobro opremljeni (u sklopu hotela, drugih javnih prostora)
- **Zdravstveni sadržaji / wellness-sadržaji:** Uz postojeće ordinacije dentalne medicine (Vodice) i fizikalne medicine (Murter), ponuda *wellnessa* i, specifično, *wellbeing retreat-a* s različitim specijalizacijama;

<sup>16</sup> Fotografija: Andrija Carli, <https://www.dalmatiasibenik.hr/>

	<p>koncept besplatnog 'outdoor spa' (Vodice) proširen je i na druge destinacije u klasteru</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Festivali i manifestacije:</b> Uz 'marker' festivale (cijeloljetni festivali u Garden Resortu, Tisno) i klupsku scenu (Vodice), veći broj različitih događanja u cijelom klasteru</li> <li>– <b>Ponuda smještaja:</b> Hoteli, pansioni, razina kvalitete pretežito 4*; kampovi, razina kvalitete 3*- 4*; smještaj u domaćinstvu, razina kvalitete 3*- 4*; više objekata s 'pet-friendly' oznakom; više smještajnih objekata u domaćinstvu proizvodno profiliranih kao 'obiteljski', 'aktivni'; objekti uklopljeni u prostor (dizajn, dimenzije, materijali), neki se diferenciraju modernim, urbanim dizajnom; 'zeleni' standardi</li> <li>– <b>Ponuda HiP:</b> Raznolika struktura vrsta objekata, uključujući restorane, konobe, bistroe; raznolika struktura tipova kuhinja i različite razine kompleksnosti izvedbe, od <i>fast food</i>-a do <i>fine dining</i>-a, uključujući alternativnu ponudu (vegetarijanska, veganska itd.); objekti dojmljivog uređenja, atmosfere i/ili lokacije; lokalne, sezonske, zdrave namirnice; 'zeleni standardi', OPG-ovi, kušaonice vina i ulja</li> <li>– <b>Marka kvalitete:</b> Koncept marke 'kreativne' kvalitete 'Inspirirano Faustom' (Vodice) proširen je i na druge destinacije u klasteru</li> <li>– <b>Okoliš:</b> Očuvana priroda i ambijentalnost prostora</li> </ul>
<b>Smjer turističkog razvoja</b>	Ograničen rast potražnje, razvoj kvalitete ponude
<b>Razvojni prioriteti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Suprotstavljanje 'apartmanizaciji' obalnog prostora</li> <li>– Zaštita okoliša, osobito (1) zbrinjavanje otpada i otpadnih voda, (2) zbrinjavanje otpadnih voda s brodova, (3) zbrinjavanja otpada s plaža, (4) suzbijanje divlje gradnje i nedozvoljenih intervencija na objektima te (5) afirmiranje 'zelenih' prakse i standarda za turističke objekte u klasteru</li> <li>– Unapređenje kvalitete ponude objekata smještaja u domaćinstvu</li> <li>– Razvoj turističke infrastrukture, osobito (1) uređenje plaža, (2) turistička interpretacija prostora/staza, (3) razvoj tematskih cesta</li> <li>– Razvoj novih turističkih proizvoda u funkciji produljenja turističke sezone</li> <li>– Uključivanje županijske poljoprivredne proizvodnje u turističku ponudu</li> </ul>
<b>Podržavajući projekti</b> (Odabir projekata najvišeg utjecaja)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Unapređenje uređenja mjesta i unapređenje sadržaja u središtima mjesta</li> <li>– Unapređenje uređenja i opremanja plaža</li> <li>– Unapređenje međumjesne prometne povezanosti</li> <li>– Unapređenje sustava tematskih cesta/staza/ruta</li> <li>– Unapređenje turističke interpretacije prostora</li> <li>– Osvremenjivanje postojeće i planirane nove hotelske i slične ponude</li> <li>– Upravljanje kvalitetom obiteljskog smještaja kroz proizvodno profiliranje</li> <li>– Unapređenje postojeće kamping ponude</li> <li>– Podizanje kvalitete i prepoznatljivosti gastronomske ponude</li> <li>– Uspostava centara avanturističkog odmora</li> <li>– Analiza mogućnosti i koncept razvoja <i>wellness/wellbeinga</i> i turističke talasoterapije</li> <li>– Jačanje receptivne uloge turističkih agencija</li> <li>– Unapređenje informiranja turista kroz infopunktove i online aktivnosti</li> <li>– Osmišljavanje koncepta i uvođenje destinacijske kartice</li> <li>– Primjena 'zelenih' standarda u turizmu</li> <li>– Unapređenje sustava zdravstvene sigurnosti za turiste</li> <li>– Smanjenje turističke izgrađenosti i ograničavanje apartmanizacije kroz korekcije prostornih planova i regulaciju</li> </ul>



### Središnji Šibenik<sup>17</sup>

Povijesna jezgra, područja Šibenskog zaljeva i Kanala sv. Ante s obalom

#### Glavne atrakcije

- Izuzetan prostorni sklop što ga tvore povijesni grad i neposredno prirodno okruženje
- Kulturno-povijesna cjelina Šibenika, sa srednjovjekovnom povijesnom jezgrom, tvrđavama (sv. Ivan, sv. Mihovil, Barone, Sv. Nikola), varoši, plemićkim kućama, brojnim sakralnim objektima
  - katedrala sv. Jakova – UNESCO-ov spomenik
  - tvrđava sv. Nikole – UNESCO-ov spomenik
- Značajni krajobraz 'Kanal – Luka'

#### Glavni turistički proizvodi

- Kultura: turizam baštine, enogastronomija, festivali i događanja
- Nautika: jahting, krstarenja malim brodovima
- Posao: MICE, *teambuilding*, *insentive*
- Opuštanje: odmor na suncu i moru
- Posebni interesi: Obrazovni programi

#### Dizajn iskustva

Drukčiji grad – zadivljujući spoj prirode i ljudskom rukom stvaranog – jedinstvena ljepota

- **Ponuda kulture:** Visoko ambijentalna povijesna jezgra; jedinstveni sklop pojedinačnih povijesnih kulturnih spomenika i 'hrabro-suvremenih' zdanja; tradicionalna i sofisticirana suvremena kulturna scena
- **Staze:** Ambijentalno i oblikovno jedinstvena šetnica uz Kanal sv. Ante; inovativna turistička interpretacija; mogućnost pješačenja, biciklizma; Posjetiteljski centar Kanal sv. Ante
- **Marine:** Ponuda veza marine D-Marin, Mandalina, Solaris; prateća ugostiteljska i trgovačka ponuda; turističke informacije; 'zeleni standardi'
- **Adrenalinske točke:** Kanal sv. Ante, *deep water soloing*, kajaking; Šibenski most, Aqua park u Solarisu, *bungee jumping*
- **Plaže:** Ponuda više uređenih i tematiziranih (pri)gradskih plaža, uključujući povijesnu plažu 'Jadrija', plaže Solarisa
- **Kongresni sadržaji:** Kapaciteti različitih veličina, tehnički dobro opremljeni (u sklopu hotela, interpretacijskog centra, Kuća Arsen i dr.)
- **Zdravstveni sadržaji / wellness-sadržaji:** Ponuda centra turističke talasoterapije
- **Sadržaji obrazovnih programa:** Kapaciteti različitih veličina i profila (kampus u tvrđavi sv. Ivana, Trokut inkubator, Centar za mlade)
- **Posjetiteljski centar:** Turistička interpretacija, informacije, preporuke, diseminacija promo materijala, suvenirnica
- **Ponuda smještaja:** Hoteli, pansioni, razina kvalitete 4\* i više; smještaj u domaćinstvu, razina kvalitete 4\*; hosteli; objekti uklopljeni u prostor (dizajn, dimenzije, materijali), neki se diferenciraju modernim, urbanim dizajnom; 'zeleni' standardi
- **Ponuda HiP:** Raznolika struktura vrsta objekata, uključujući restorane, konobe, bistroe; raznolika struktura tipova kuhinja i različite razine kompleksnosti izvedbe, od brenda 'Marenda' do *fine dining*-a, uključujući alternativnu ponudu (vegetarijanska, veganska itd.); objekti dojmljivog

<sup>17</sup> Fotografija: <https://www.yachtscroatia.hr/sibenik/>

	<p>uređenja, atmosfere i/ili lokacije; lokalne, sezonske, zdrave namirnice; 'zeleni standardi', Pelegrini (restoran s Michelin zvjezdicom)</p> <p>– <b>Uređenost Grada:</b> Uređeno (npr. fasade, škure, popločenje) i sadržajno ispunjeno središte (npr. stanovanje i sadržaji za stanovništvo), uređena javna hortikultura, očuvan duh mjesta</p>
<b>Smjer turističkog razvoja</b>	Umjeren rast potražnje, razvoj kvalitete ponude
<b>Razvojni prioriteti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Suprotstavljanje procesima depopulacije i gentrifikacije povijesne jezgre uzrokovanim razvojem turizma</li> <li>– Zaštita okoliša, osobito (1) zbrinjavanja otpada i otpadnih voda, (2) zbrinjavanje otpada i otpadnih voda s brodova, (4) suzbijanje divlje gradnje i nedozvoljenih intervencija na građevinama te (5) afirmiranje 'zelene' prakse i standarda za turističke objekte u klasteru</li> <li>– Razvoj <i>brownfield</i> zona (prije svega TEF-a) na način da njihov sadržaj pridonese imidžu, pozicioniranju i konkurentnosti Šibenika na (između ostalih) turističkom tržištu, naglasak na uslugama u odnosu na stambene komplekse</li> <li>– Razvoj novih turističkih proizvoda u funkciji produljenja turističke sezone</li> <li>– Razvoj turističke infrastrukture, osobito (1) informacijsko/prihvatni punk ispred tvrđave sv. Nikola, (2) uređenje plaža</li> <li>– Uključivanje županijske poljoprivredne proizvodnje u turističku ponudu</li> <li>– Povezivanje tvrđava (eskalatorom, žičarom)</li> </ul>
<b>Podržavajući projekti</b> (Odabir projekata najvišeg reda)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Unapređenje uređenja mjesta i unapređenje sadržaja u središtu mjesta</li> <li>– Unapređenje uređenja i opremanja plaža</li> <li>– Unapređenje međumjesne prometne povezanosti, uključujući sa zračnim lukama u Zadru i Splitu</li> <li>– Unapređenje turističke interpretacije prostora</li> <li>– Planiranje/izgradnja nove hotelske ponude visoke kategorije u Šibeniku</li> <li>– Upravljanje kvalitetom obiteljskog smještaja kroz proizvodno profiliranje</li> <li>– Podizanje kvalitete i prepoznatljivosti gastronomske ponude</li> <li>– Analiza mogućnosti i koncept razvoja <i>wellness/wellbeinga</i> i turističke talasoterapije</li> <li>– Analiza mogućnosti i koncept projekta 'SKŽ – svijet vode'</li> <li>– Projekt 'Batižele', Šibenik: Regeneracija prostora TEF-a</li> <li>– Jačanje receptivne uloge turističkih agencija</li> <li>– Unapređenje informiranja turista kroz infopunktove i online aktivnosti</li> <li>– Primjena 'zelenih' standarda u turizmu</li> <li>– Unapređenje sustava zdravstvene sigurnosti za turiste</li> <li>– Smanjenje turističke izgrađenosti i ograničavanje apartmanizacije kroz korekcije prostornih planova i regulaciju</li> </ul>



### Pitomo zeleno zaleđe<sup>18</sup>

Zaleđe općina i gradova Pirovac, Tisno, Tribunj, Vodice, Šibenik, Primošten i Rogoznica; općina Bilice, gradovi Skradin i Drniš (južni dio)

#### Glavne atrakcije

- Jedinstveni prostor vode – rijeka, jezera i slapova – uklopljen u ruralni krajolik vinograda, maslinika, voćnjaka, šuma i makije
- Nacionalni park Krka (dio) – srednji tok Krke, Skradinski buk, Visovačko jezero; Franjevački samostan; mlinice, hidroelektrana Jaruga
- Značajni krajobraz 'Rijeka Krka – donji tok' s Prokljanskim jezerom
- Značajni krajobraz 'Vodeni tok i kanjon rijeke Čikole'
- Arheološki lokalitet Bribirska glavica
- Utvrda Ključica
- Kulturno-povijesna cjelina Skradina
- Enogastronomska ponuda (posebno Skradin i okolica)
- Koncentracija vinarija i OPG-ova, više agroturizama; Sokolarski centar, Etnoland, vinarije (Plastovo)

#### Glavni turistički proizvodi

- Aktivni/avanturistički odmor: pješčačenje, planinarenje, biciklizam, slobodno penjanje, ronjenje, kajaking, *wind-surfing*
- Opuštanje: ruralni turizam, agroturizam
- Kultura: turizam baštine, enogastronomija
- Nautika: jahting, krstarenja malim brodovima (do Skradina)
- Posao: mali skupovi, *teambuilding*, *insentive*

#### Dizajn iskustva

Raskoš vode, zelenila, krša – prisnost malih mjesta – dobra hrana, vino i ulje – ljepota užitka

- **Staze:** Više markiranih pješačkih, planinarskih i biciklističkih staza/ruta; kroz NP Krka, oko Prokljanskog jezera i u zaleđu obalnih općina/gradova; ističu se inovativnom turističkom interpretacijom i vidikovcima
- **Tematske ceste:** Više vinskih, cesta maslinovog ulja ili sl.; ponuda kušaonica (za grupe i individualne goste), prodaja na kućnom pragu, prodaja 's klupe'; ističu se inovativnom turističkom interpretacijom i vidikovcima; ponuda događanja (npr. *'wine&walk'*, 'dani otvorenih kušaonica' i sl.); u zaleđu obalnih općina/gradova, okolica Skradina
- **Manifestacije:** ŠOF (Šibenski Outdoor Festival)
- **Marina:** Ponuda veza ACI-Skradin (180), restoran, trgovina; male servisne usluge; turističke informacije, WIFI; 'zeleni' standardi
- **Centar sportova na vodi:** Ponuda ronjenja na dah, kajakinga i *wind-surfinga*, uključujući 'škole' i vođene ture; dječji kamp; na Prokljanskom jezeru
- **Adrenalinske točke:** *Zip-line* poligon, lokacije penjanja; ferata Čikola
- **Ponuda smještaja:** Manji (obiteljski) hoteli, pansioni, smještaj u domaćinstvu, smještaj na OPG-u, u agroturizmu; kvaliteta razine 3\*- 4\*; više objekata s *'bicycle/ walkers/ hikers/ pet-friendly'* oznakama; objekti uklopljeni u prostor (dizajn, dimenzije, materijali); 'zeleni' standardi
- **Ponuda HiP:** Raznolika ponuda vrsta objekata, uključujući restorane, konobe, bistroe, ponuda na OPG-u; naglašena ponuda domaće kuhinje (npr. skradinski rižot), različite razine kompleksnosti izvedbe; objekti dojmive atmosfere i/ili lokacije; lokalne, sezonske namirnice; 'zeleni' standardi

<sup>18</sup> Fotografija: <https://commons.wikimedia.org/>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Uređena mjesta – Skradin:</b> Uređeno i sadržajno ispunjeno središte, uključujući mjesta prezentacije i prodaje lokalnih proizvoda; komunalno opremljen i uređen javni prostor; hortikultura – tradicija murvi; očuvan duh mjesta; murve</li> <li>– <b>Okoliš:</b> Očuvana priroda; uređena središta, ambijentalnost malih mjesta</li> </ul>
<b>Smjer turističkog razvoja</b>	Umjeren rast potražnje, razvoj kvalitete ponude
<b>Razvojni prioriteti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zaštita okoliša, osobito kroz afirmiranje 'zelene' prakse i standarda za turističke objekte u klasteru</li> <li>– Razvoj turističke infrastrukture (izvan NP Krka i kanjona Čikole), osobito (1) markirane staze, (2) tematske ceste i (3) centar sportova na vodi</li> <li>– Usmjeravanje razvoja ruralnog turizma i agroturizma</li> <li>– Usmjeravanje nove turističke izgradnje u klasteru</li> <li>– Uključivanje klasterske poljoprivredne proizvodnje u turističku ponudu</li> <li>– Povećanje turističke atraktivnosti mjesta i sela u klasteru</li> <li>– Unapređenje javnog prijevoza i bolje povezivanje s mjestima na obali</li> </ul>
<b>Podržavajući projekti</b> (Odabir projekata najvišeg utjecaja)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Unapređenje uređenja mjesta i unapređenje sadržaja u središtu mjesta</li> <li>– Unapređenje međumjesne prometne povezanosti</li> <li>– Unapređenje sustava tematskih cesta/staza/ruta</li> <li>– Unapređenje turističke interpretacije prostora</li> <li>– Osuvremenjivanje postojeće i planiranje nove hotelske i slične ponude</li> <li>– Upravljanje kvalitetom obiteljskog smještaja kroz proizvodno profiliranje</li> <li>– Podizanje kvalitete i prepoznatljivosti gastronomske ponude</li> <li>– Uspostava centara avanturističkog odmora</li> <li>– Unapređenje ponude ruralnog turizma</li> <li>– Analiza mogućnosti i koncept projekta 'SKŽ – svijet vode'</li> <li>– Jačanje receptivne uloge turističkih agencija</li> <li>– Izgradnja kampova tematiziranih za aktivni odmor</li> <li>– Unapređenje informiranja turista kroz infopunktove i online aktivnosti</li> <li>– Osmišljavanje koncepta i uvođenje destinacijske kartice</li> <li>– Razvoj programa volontiranja u turizmu</li> <li>– Primjena 'zelenih' standarda u turizmu</li> <li>– Unapređenje sustava zdravstvene sigurnosti za turiste</li> <li>– Ograničavanje apartmanizacije kroz korekcije prostornih planova i regulaciju</li> </ul>



### Brdsko područje<sup>19</sup>

Općine Kistanje, Promina (dio općine), Ružić, Unešić i grad Drniš

#### Glavne atrakcije

- Prostor prijelaza mediteranskog u gorski dio Županije, očuvana priroda, krška polja, bogatstvo pitke vode
- Planine Promina (1.147 m/nm) i Svilaja (1.507 m/nm)
- Nacionalni park Krka (dio) – gornji tok i kanjon Krke; arheološki lokalitet Burnum; most Trošenj-Nečven (potencijal); Manastir Krka; Eko kampus „Krka“ u Puljanima
- Utvrde Kamičak, Nečven, Trošenj, Bogochin
- Kulturno-povijesna cjelina Drniša
- Mauzolej obitelji Meštrović, crkva Presvetog Otkupitelja, Ružić
- Veći broj vinarija i OPG-ova, agroturizam
- Ruralni poduzetnički inkubator Krka Kistanje

#### Glavni turistički proizvodi

- Aktivni/avanturistički odmor: pješaćenje, planinarenje, biciklizam, slobodno penjanje, jahanje
- Opuštanje: ruralni turizam, agroturizam
- Kultura: turizam baštine, enogastronomija
- Posao: mali skupovi, *teambuilding*, *insentive*

#### Dizajn iskustva

Snaga kamena, rijeke, tradicije, Meštrovićevog poteza – ljepota postojanog

- **Staze:** Više markiranih pješačkih, planinarskih, biciklističkih, jahačkih staza/ruta; ističu se inovativnom turističkom interpretacijom i vidikovcima; kroz NP Krka, u ostalom prostoru
- **Tematske rute:** Više ruta, npr. 'dobre hrane' (vino, maslinovo ulje, sir, pršut, med; ponuda kušaonica za grupe i individualne goste; prodaja na kućnom pragu, prodaja 's klupe'), 'drevnih naroda/kraljeva/obitelji' (Burnum, utvrde), 'kreacije' (sve o Ivanu Meštroviću); rute se ističu inovativnom turističkom interpretacijom; kroz područje klastera
- **Adrenalinske točke:** Lokacije slobodnog penjanja
- **Ponuda smještaja:** Manji (obiteljski) hoteli, pansioni, smještaj u domaćinstvu, smještaj na OPG-u, u agroturizmu; kvaliteta razine 3\*- 4\*; više objekata s '*bicycle/ walkers/ hikers/ pet-friendly*' oznakama; objekti uklopljeni u prostor (dizajn, dimenzije, materijali); 'zeleni' standardi
- **Ponuda HiP:** Konobe, restorani, OPG; pretežito jednostavna, domaća kuhinja, lokalne, sezonske namirnice; jednostavni, udobni objekti, dojmrljive atmosfere i/ili lokacije; 'zeleni' standardi; volonterski centar u eko kampusu „Krka“ u Puljanima
- **Uređenje mjesta – Drniš:** Uređeno i sadržajno ispunjeno središte, uključujući mjesta prezentacije i prodaje lokalnih proizvoda; komunalno opremljen i uređen javni prostor središta, uključujući javno zelenilo; uređene lokacije javnih radova I. Meštrovića; očuvan duh mjesta
- **Okoliš:** Očuvana priroda; uređena središta i ambijentalnost malih mjesta, sela, seoskih 'dvorova'

<sup>19</sup> Fotografija: <https://www.npkrka.hr/>

Smjer turističkog razvoja	Značajan rast potražnje, razvoj kvalitete ponude
<b>Razvojni prioriteti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zaštita okoliša, osobito (1) zbrinjavanja otpada i otpadnih voda u zoni gravitacije NP-u, (2) suzbijanje divlje gradnje te (3) afirmiranje 'zelene' prakse i standarda za turističke objekte u klasteru</li> <li>– Razvoj turističke infrastrukture (izvan NP Krka), osobito (1) markirane staze i (2) tematske rute</li> <li>– Povećanje turističke privlačnosti kroz novu(e) 'marker' atrakciju(e)</li> <li>– Usmjeravanje razvoja ruralnog turizma i agroturizma u klasteru</li> <li>– Usmjeravanje nove turističke izgradnje u klasteru</li> <li>– Uključivanje klasterske poljoprivredne proizvodnje u turističku ponudu</li> <li>– Povećanje turističke atraktivnosti mjesta i sela u klasteru</li> <li>– Unapređenje javnog prijevoza i bolje povezivanje s mjestima na obali</li> </ul>
<b>Podržavajući projekti</b> (Odabir projekata najvišeg utjecaja)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Unapređenje uređenja mjesta i unapređenje sadržaja u središtu mjesta</li> <li>– Unapređenje međumjesne prometne povezanosti</li> <li>– Unapređenje sustava tematskih cesta/staza/ruta</li> <li>– Unapređenje turističke interpretacije prostora</li> <li>– Osvremenjivanje postojeće i planiranje nove hotelske i slične ponude</li> <li>– Upravljanje kvalitetom obiteljskog smještaja kroz proizvodno profiliranje</li> <li>– Unapređenje kamping ponude/tematiziranje za aktivni odmor</li> <li>– Podizanje kvalitete i prepoznatljivosti gastronomske ponude</li> <li>– Analiza mogućnosti i koncept razvoja ponude <i>wellnessa/wellbeinga</i></li> <li>– Unapređenje ponude ruralnog turizma</li> <li>– Realizacija projekta Viseći most Nečven-Trošenj</li> <li>– Analiza mogućnosti i koncept projekta 'ŠKŽ – svijet vode'</li> <li>– Jačanje receptivne uloge turističkih agencija</li> <li>– Unapređenje informiranja turista kroz infopunktove i online aktivnosti</li> <li>– Osmišljavanje koncepta i uvođenje destinacijske kartice</li> <li>– Razvoj programa volontiranja u turizmu</li> <li>– Uspostava središnjeg županijskog poduzetničko-razvojno-investicijskog servisa u turizmu</li> <li>– Primjena 'zelenih' standarda u turizmu</li> <li>– Unapređenje sustava zdravstvene sigurnosti za turiste</li> <li>– Ograničavanje apartmanizacije i usmjeravanje daljnje izgradnje kroz korekcije prostornih planova i regulaciju</li> <li>– Revitalizacija utvrde Gradina</li> <li>– Uređenje i opremanje hostela u Gradu Drnišu</li> <li>– Uređenje i opremanje hostela u Brištanima</li> <li>– Uređenje biciklističko-pješačke staze kroz Petrovo polje – Putovima malog Meštra</li> <li>– Kuća pršuta (strateški projekt)</li> <li>– Kuća ojkavice na Miljevcima</li> </ul>



### Planinsko područje<sup>20</sup>

Općine Ervenik, Biskupija, Kijevo, Civljane, dio općine Promina i grad Knin

#### Glavne atrakcije

- Planinski predio Županije, očuvana priroda, dominira masiv Dinare
- Park prirode Dinara (dio) – u Županiji najviši planinski vrh u Hrvatskoj, Sinjal (1.831 m/nm), izvor rijeke Krke i rijeke Cetine
- Značajni krajobraz 'Rijeka Krka – gornji tok', Bilušića buk
- Spomenik prirode 'Stara straža', geološki lokalitet
- Kulturno-povijesna cjelina Knina, s Kninskom tvrđavom

#### Glavni turistički proizvodi

- Aktivni/avanturistički odmor: pješčenje, planinarenje, biciklizam, slobodno penjanje, kanuing, jahanje; lov i ribolov
- Opuštanje: ruralni turizam
- Kultura: turizam baštine
- Posao: mali skupovi, *teambuilding*, *insentive*

#### Dizajn iskustva

Surovost planine, krša, tvrđave, vjetra – ljepota uzbuđenja

- **Staze:** Dio 'Bijele staze' u sklopu međunarodnog planinarsko-pješačkog puta Via Dinarica; više markiranih pješačkih, planinarskih, biciklističkih i jahačkih staza/ruta u svim dijelovima klastera
- **Adrenalinske točke:** Lokacije slobodnog penjanja, ferate; pretežito PP Dinara, *zipline* u Kninu
- **Centar avanturističkog odmora:** Ponuda avanturističkih putovanja u klasteru i Županiji, uključujući 'škole', vođene ture, najam opreme
- **Ponuda smještaja:** Manji (obiteljski) hoteli, hosteli, pansioni, smještaj u domaćinstvu, smještaj na OPG-u; kvaliteta razine 3\*- 4\*; više objekata s '*bicycle/ walkers/ hikers/ pet-friendly*' oznakama; objekti uklopljeni u prostor (dizajn, dimenzije, materijali); 'zeleni' standardi; hostel u Studentskom domu „Fra Lujo Marun“ u Kninu
- **Ponuda HiP:** Konobe, restorani, OPG; pretežito jednostavna, domaća kuhinja, lokalne, sezonske namirnice; jednostavni, udobni objekti, dojmrljive atmosfere i/ili lokacije; 'zeleni' standardi
- **Uređena mjesta – Knin:** Uređeno i sadržajno ispunjeno središte, uključujući mjesta prezentacije i prodaje lokalnih proizvoda; komunalno opremljen i uređen javni prostor središta, uključujući javno zelenilo; ponuda vođenih i samo-vođenih obilazaka Kninske tvrđave
- **Okoliš:** Očuvana priroda; uređena središta i ambijentalnost malih mjesta, sela, seoskih 'dvorova'

#### Smjer turističkog razvoja

Značajan rast potražnje, razvoj kvalitete ponude

#### Razvojni prioriteti

- Zaštita okoliša, osobito, (1) zbrinjavanja otpada i otpadnih voda u zoni gravitacije vodenim tokovima, (2) suzbijanje divlje gradnje te (3) afirmiranje 'zelene' prakse i standarda za turističke objekte
- Razvoj turističke infrastrukture, osobito (1) markirane staze, (2) adrenalinske točke i (3) Centar avanturističkog odmora
- Usmjeravanje razvoja ruralnog turizma u klasteru
- Usmjeravanje nove turističke izgradnje u klasteru
- Povećanje turističke atraktivnosti mjesta i sela u klasteru

<sup>20</sup> Fotografija: <https://www.kninskimuzej.hr/>

---

**Podržavajući projekti**

(Odabir projekata najvišeg utjecaja)

- Unapređenje uređenja mjesta i unapređenje sadržaja u središtu mjesta
  - Unapređenje međumjesne prometne povezanosti i povezanost s mjestima na obali
  - Unapređenje sustava tematskih cesta/staza/ruta
  - Unapređenje turističke interpretacije prostora
  - Osvremenjivanje postojeće i planiranje nove hotelske i slične ponude
  - Upravljanje kvalitetom obiteljskog smještaja kroz proizvodno profiliranje
  - Unapređenje kamping ponude/teamtiziranje za aktivni odmor
  - Podizanje kvalitete i prepoznatljivosti gastronomske ponude
  - Analiza mogućnosti i koncept razvoja ponude *wellnessa/wellbeinga*
  - Uspostava centara avanturističkog odmora
  - Unapređenje ponude ruralnog turizma
  - Analiza mogućnosti i koncept projekta 'ŠKŽ – svijet vode'
  - Jačanje receptivne uloge turističkih agencija
  - Unapređenje informiranja turista kroz infopunktove i online aktivnosti
  - Osmišljavanje koncepta i uvođenje destinacijske kartice
  - Razvoj programa volontiranja u turizmu
  - Uspostava središnjeg županijskog poduzetničko-razvojno-investicijskog servisa u turizmu
  - Primjena 'zelenih' standarda u turizmu
  - Unapređenje sustava zdravstvene sigurnosti za turiste
  - Ograničavanje apartmanizacije i usmjeravanje daljnje izgradnje kroz korekcije prostornih planova i regulaciju
-

## 8. PLAN AKTIVNOSTI ZA OPERACIONALIZACIJU STRATEGIJE

Operacionalizacija strategije turizma Šibensko-kninske županije namijenjena je otklanjanju identificiranih slabosti i/ili nedostataka na koje je ukazala SWOT analiza. Osnovni cilj je da se na cijelom području Županije, kroz ekonomski, socijalno i ekološki održivo intenziviranje turističkog privređivanja, stvore temeljni preduvjeti za povećanje kvalitete života, a time i društvenog blagostanja lokalnih žitelja.

Kad je riječ o nedostacima povezanim s razvojem turizma na projektnom području, potrebno je naglasiti dvije bitne odrednice:

- uočeni nedostaci odnose se podjednako kako na sferu interesa javnog, tako i na sferu interesa privatnog sektora
- uklanjanje i/ili neutraliziranje uočenih nedostataka dijelom je povezano s potrebom angažiranja manjih ili većih financijskih sredstava dok je, drugim dijelom, povezano sa stvaranjem potrebnih organizacijskih, upravljačkih i/ili kadrovskih preduvjeta razvoja.

Polazeći od nedostataka u sferi privatnog sektora (struktura/kvaliteta i/ili raznolikost smještajne ponude, nedostatak specifične trgovačke/obrtničke ponude, nedovoljna uključenost OPG-a i/ili proizvodnih obrta u destinacijski turistički proizvod, manjak za tržište spremnih cjelogodišnjih turističkih proizvoda, nedostatak s turizmom povezanih organizatora specijalnih aktivnosti i sl.), valja naglasiti da je njihovo rješavanje direktno povezano s pojačanom investicijskom aktivnosti domaćih i/ili stranih poduzetnika. Istodobno, riječ je o nedostacima čije je uklanjanje i/ili minimiziranje moguće rješavati postupno, 'u hodu', vodeći računa o boljoj valorizaciji raspoložive, nedovoljno iskorištene, resursno-atraktivne osnove, osobito u kontekstu ubrzanog razvoja turizma specijalnih interesa.

S druge strane, a što se tiče uočenih nedostataka u domeni javnog sektora, najveći broj ovih nedostataka (npr. sve veća prometna 'zagušenost' u priobalnim naseljima, sve izraženiji deficit javne komunalne infrastrukture kao posljedica sve izraženije apartmanizacije, postupno nestajanje javnog prostora/javnih sadržaja i sl.) podrazumijeva ne samo značajna ulaganja iz gradskih/općinskih sredstava, županijskog i/ili nacionalnog proračuna, odnosno iz EU izvora, već i promjenu dosadašnje razvojno-upravljačke paradigme.

Konačno, valja imati na umu i činjenicu da uklanjanje, minimiziranje ili neutraliziranje određenog broja prepoznatih nedostataka u sferi djelovanja kako javnog, tako i privatnog sektora nije nužno povezano s velikim financijskim iznosima. Riječ je, primjerice, o aktivnostima povezanim s jačanjem suradnje javnog i privatnog sektora na projektima od interesa za turistički razvoj/imidž projektnog područja, povećavanju umreženosti i/ili strateškom povezivanju različitih malih i srednjih poduzetnika u sferi turizma, daljnjem povećavanju interesa/raspoloživosti lokalnih poduzetnika za ulaganje u inovativne turističke razvojne projekte i sl. Štoviše, riječ je o nedostacima na koje je moguće djelovati u relativno kratkom vremenskom razdoblju, a što bi znatno unaprijedilo današnju turističku ponudu, ne samo u smislu prezentacije/interpretacije raspoložive resursno-atraktivne osnove, već i u smislu produbljivanja cjelokupnog destinacijskog lanca vrijednosti, a time i kvalitete integralnoga turističkog proizvoda Šibensko-kninske županije.

U skladu s prethodnim naznakama, a vodeći računa o metodološkoj konzistentnosti (vidjeti ciljeve razvoja Županije), pojedinačni su programi/mjere/aktivnosti podizanja turističke konkurentnosti Šibensko-kninske županije razvrstani u četiri karakteristična područja i to:

- povećanje ulaganja u javno-komunalnu infrastrukturu (ne samo zbog potrebe stalnog povećavanja kvalitete života lokalnog stanovništva i jačanja poduzetničkog interesa, već i u cilju većeg zadovoljstva turističkog boravka)
- povećanje prosječne potrošnje po danu boravka kao i godišnjih prihoda od turizma (kroz razvoj novih i unapređenje postojećih turističkih proizvoda, a što implicira unapređenje cjelokupnog turističkog lanca vrijednosti)
- unapređenje tržišne komunikacije (u cilju jačanja današnje razine tržišne prepoznatljivosti/poželjnosti i privlačenja novih potrošačkih segmenata), kao i
- unapređenje upravljanja turističkim razvojem (u cilju promjene dosadašnje razvojne paradigme i stvaranja socijalno poticajnijega razvojnog okruženja).

Slika 8.1. Područja djelovanja za operacionalizaciju strategije Šibensko-kninske županije



Izvor: Institut za turizam, Zagreb

### 8.1. Unapređenje javne komunalne infrastrukture i standarda

Kvalitetna komunalna infrastruktura preduvjet je razvoja svih gospodarskih aktivnosti na nekom području, uključujući i turizam. U tom smislu, za privlačenje poduzetničkog interesa, na cijelom projektnom području, kontinuirano se moraju unapređivati svi, za gospodarski život vitalni, infrastrukturni sustavi. Pritom, visinu, vremensku dinamiku i prioritete ulaganja u unapređenje javne komunalne infrastrukture valja promatrati ne samo u kontekstu odrednica zacrtane razvojne vizije i strateških razvojnih ciljeva konkretiziranih u ovom dokumentu, već i u kontekstu proračunskih mogućnosti i uspješnosti u privlačenju sredstava EU fondova/programa.

Isto tako, a s obzirom da potrebu unapređivanja dostignute razine razvoja javno-komunalne infrastrukture (kao što su npr. fekalna/oborinska odvodnja, odvoženje i pohranjivanje/recikliranje krupnog otpada, sanacija divljih odlagališta i/ili rješavanje ljetne prometne zagušenosti u priobalnim naseljima) samo (manjim) dijelom valja povezivati s problematikom turističkog razvoja, na ovom će se mjestu ukazati ponajviše na programe/aktivnosti u sferi javne komunalne infrastrukture koji bi već u kratkom vremenu značajno podigli razinu zadovoljstva turističkog boravka, ali i turističku konkurentnost cijele Županije.

U skladu s prethodnim naznakama, a imajući na umu identificirane slabosti u sferi javne komunalne infrastrukture na području Šibensko-kninske županije, ključni projekti čijoj bi realizaciji trebalo odmah pristupiti navedeni su u tablici 8.1.1.

Tablica 8.1.1. Projekti unapređenja javne komunalne i turističke infrastrukture

1.	Unapređenje uređenja mjesta i unapređenje sadržaja u središtima mjesta
2.	Unapređenje uređenja i opremanja plaža
3.	Unapređenje međumjesne prometne povezanosti, uključujući i bolje povezivanje sa zračnim lukama u Zadru i Splitu
4.	Uspostava određenog broja javno kontroliranih sidrišta osobito na području NP Kornati
5.	Unapređenje sustava tematskih cesta/staza/ruta
6.	Unapređenje turističke interpretacije prostora

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

<b>Projekt 1</b>										
<b>Unapređenje uređenja mjesta i unapređenje sadržaja u središtima mjesta</b>										
<b>Cilj</b>	Podizanje kvalitete života lokalnog stanovništva i kvalitete turističkog iskustva									
<b>Opis</b>	<p>Uređenost mjesta u duhu lokalnog identiteta i raspoloživost funkcija za stalno stanovanje ujedno doprinose kvaliteti života lokalnog stanovništva i kvaliteti boravka te iskustva turista odnosno u konačnici, ekonomskoj koristi od turizma. Usprkos rečenog, turistički razvoj vrlo često se manifestira kroz degradaciju identiteta (npr. stil gradnje, materijali), uzurpaciju javnog dobra (npr. predimenzionirani sadržaji na javnom prostoru) i prekomjernu turistifikaciju sadržaja (npr. 'sadržaji za turiste'). Posebice se to odnosi na središta mjesta i povijesne jezgre kao fokalne točke života lokalne zajednice, ali i interesa gostiju. Mjesta u obalnom pojasu Šibensko-kninske županije već svjedoče ovim agresivnim procesima transformacije koji se mogu širiti ka unutrašnjosti.</p> <p>Unatoč trajnosti dijela nastalih promjena ili, pak, u funkciji zaustavljanja prijeteeće neželjene degradacije, ovim se projektom potiču 'inicijative transformacije', obuhvaćajući primjerice domene :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Rehabilitacija prostora – saniranje, oplemenjivanje, uređenje javnog prostora kroz 'male' intervencije (npr. interpolacija trga, zelene površine, javne skulpture), ali i kompleksnije zahvate (npr. uspostava/širenje pješačkih zona, šetnica uz more ili rijeku); podrazumijeva kvalitetno arhitektonsko oblikovanje;</li> <li>– Ozelenjivanje prostora – uključujući javne i privatne površine (u funkciji uređenja mjesta, ali i smanjivanja toplinskog otiska); podrazumijeva kvalitetno pejzažno oblikovanje;</li> <li>– Programiranje sadržaja u središtima/kvartovima – uključujući trgovačke, društvene, kulturne, ugostiteljske kako bi se osigurala ravnoteža lokalnih i turističkih potreba; podrazumijeva poticaje/subvencije lokalne samouprave;</li> <li>– Edukacija – namjenski osmišljene javne tribine, radionice, savjetodavna pomoć prema potrebama i interesima investitora, izvođača, stanovništva i turista o 'duhu mjesta' koji se štiti i promiče.</li> </ul> <p>Projekt podrazumijeva inicijativu sustava turističkih zajednica (u funkciji destinacijskih menadžment organizacija) te značajan angažman županijskih/gradskih/općinskih upravnih odjela s ingerencijama nad prostorom, javnom imovinom, komunalnim djelatnostima i financijama. Uključuje visoku razinu suradnje, razmjenu iskustava, dijeljenje dobre prakse. Važna je i sposobnost motiviranja i rukovođenja doprinosom građanskih inicijativa (npr. udruga, škola, klubova) odnosno i volontera. Projekt se odvija kontinuirano.</p>									
<b>Provedba</b>	<p>Provedbeni koraci projekta su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uspostava (užeg i šireg) koordinacijskog tima (2025.)</li> <li>• Komunikacija informacija o projektu prema županjskim službama i JLS (2025.)</li> <li>• Prikupljanje projektnih ideja i izrada plana rada (godišnje – kontinuirano)</li> <li>• Praćenje realizacije plana (polugodišnje – kontinuirano)</li> <li>• Održavanje sastanaka šire koordinacije (polugodišnje – kontinuirano)</li> <li>• Informiranje javnosti (godišnje-koordinirano)</li> </ul>									
<b>Nositelj</b>	• TZ Šibensko-kninske županije	<b>Ostali dionici</b>	• TZ Gradova i Općina							
	• Šibensko-kninska županija		• JLS							
			• Relevantni dionici civilnog društva							
<b>Financiranje</b>	• Nacionalni i EU fondovi	<b>Važnost</b>	I razina važnosti							
	• JLS i Županija (vlastita sredstva)									
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.
	Faza I i II			Faze III, IV, V i VI						

Projekt 2 Unapređenje uređenja i opremanje plaža										
<b>Cilj</b>	Očuvanje prirodne resursne osnove i unapređenje imidža Županije kao turističke destinacije									
<b>Opis</b>	<p>Šibensko-kninska županija raspolaže velikim i izuzetno privlačnim plažnim prostorom kojim se još uvijek ne upravlja na zadovoljavajući način, neovisno o činjenici da su nositelji izvršne vlasti Šibensko-kninske županije, u suradnji s Ministarstvom turizma RH, izradili 'Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama'. Riječ je o dokumentu koji je, ponajviše kroz tematiziranje raspoloživoga plažnog prostora i propisivanje minimalnih tehničkih uvjeta uređenja pojedinih vrsta plaža, trebao osigurati: (i) unapređivanje kvalitete cjelokupnog plažnog prostora županije kroz osiguranje primjerenih plažnih sadržaja; (ii) dugoročnu održivost upravljanja županijskim plažnim prostorom, (iii) unaprijediti privlačnost i vizualni identitet cijelog obalnog pojasa Županije, odnosno (iv) stvoriti preduvjete za povećano zadovoljstvo boravkom turista, ali i domaće populacije kroz korištenje onih plaža koje su tematski najprimjerenije njihovim interesima i/ili sklonostima.</p> <p>Nažalost, provedba odrednica 'Regionalnog programa uređenja i upravljanja morskim plažama' na prostoru Županije ne odvija željenom dinamikom. Drugim riječima, gotovo nijedna plaža na prostoru Županije još uvijek nije uređena/opremljena sadržajima ponude sukladno izvršenoj tematizaciji niti se poštuje utvrđeni maksimalni prihvatni kapacitet.</p> <p>U skladu s navedenim, a ponajviše zbog povećavanja današnje razine plažnog doživljaja, ali i potrebe racionalnog korištenja i zaštite prirodnih karakteristika pojedinih plaža/cjelokupnog plažnog prostora, potrebno je, kroz adekvatnu politiku odobravanja koncesija na plažni prostor, osigurati provedbu odredbi 'Regionalnog programa uređenja i upravljanja morskim plažama' na prostoru Županije</p>									
<b>Provedba</b>	<p>Provedba projekta podrazumijeva tri provedbene faze:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• U prvoj bi se fazi trebalo utvrditi koje su plaže na području Županije (i/ili pojedinih gradova/općina) najatraktivnije/najposjećenije te, sukladno tome, izraditi plan prioriteta u provedbi odrednica 'Regionalnog programa uređenja i upravljanja morskim plažama'</li> <li>• Druga faza odnosi se na: (i) redefiniranje postojećih koncesijskih ugovora s postojećim koncesionarima (ako takvi postoje), (ii) utvrđivanje uvjeta za koncesionare na plažama koje se namjeravaju dati u koncesiju, odnosno, (iii) definiranje obveza jedinica lokalne samouprave ako se plaže ne namjeravaju dati u koncesiju. U sva tri slučaja, koncesionari i/ili jedinice lokalne samouprave bi morali preuzeti obvezu uređenja/opremanja plaža kojima upravljanju sukladno već izvršenoj tematizaciji</li> <li>• Treća faza projekta podrazumijeva početak ulaganja u plažne sadržaje.</li> </ul>									
<b>Nositelj</b>	Šibensko-kninska županija u suradnji i nositeljima izvršne vlasti gradova/općina			<b>Ostali dionici</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• TZ ŠKŽ</li> <li>• TZ-ovi gradova i općina ŠKŽ</li> <li>• Plažni koncesionari</li> <li>• Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine</li> </ul>			
<b>Financiranje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plažni koncesionari</li> <li>• JLS-ovi (vlastita sredstva ili EU fondovi)</li> </ul>			<b>Važnost</b>			I. razina važnosti			
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.
	Faza I			Faza II i III						

**Projekt 3****Unapređenje međumjesne prometne povezanosti, uključujući i bolje povezivanje sa zračnim lukama u Zadru i Splitu**

<b>Cilj</b>	Unapređenje kvalitete turističkog boravka, ali i kvalitete života lokalnog stanovništva									
<b>Opis</b>	<p>Iako je postojeća cestovna infrastruktura na području Šibensko-kninske županije relativno dobro razvijena te, generalno gledano, zadovoljava ne samo potrebe lokalnih stanovnika, već i potrebe turista, valja ukazati na nedostatak organizirane, autobusne, međumjesne povezanosti, uključujući i redovite linije prema zračnim lukama u Splitu i Zadru. Drugim riječima, kretanje na području Županije za turiste koji na projektno područje dolaze bez osobnog vozila, znatno je otežano/ograničeno. Takvo stanje stvari negativno se odražava na zadovoljstvo turističkim boravkom te bi ga valjalo unaprijediti.</p> <p>U skladu s rečenim, projekt se odnosi na uspostavu većeg broja dodatnih redovitih autobusnih linija, osobito tijekom sezone, a koje bi trebale omogućiti lakšu i bržu međumjesnu komunikaciju, uključujući i lakšu dostupnost zračnih luka u Splitu i Zadru.</p> <p>Uz postojećega međumjesnog autobusnog prijevoznika, poduzeće 'Autotransport Šibenik d.d.', dio usluga boljega međumjesnog povezivanja kao i povezivanje sa zračnim lukama u neposrednom okruženju mogli bi, na temelju koncesija, preuzeti i manji privatni poduzetnici.</p>									
<b>Provedba</b>	<p>Operacionalizacija projekta podrazumijeva četiri provedbene faze:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• U prvoj bi se fazi trebalo definirati koje međumjesne linije valja uvesti, odnosno na kojim linijama valja pojačati frekvenciju komutiranja tijekom udarnih ljetnih mjeseci</li> <li>• Druga faza se odnosi na definiranje/izbor jednog ili više prikladnih ponuditelja usluga međumjesnog/aerodromskog povezivanja</li> <li>• Treća faza se odnosi na utvrđivanje troškova uvođenja dodatnih linija, utvrđivanje razvojnih prioriteta i izbor najboljih ponuditelja traženih usluga</li> <li>• Četvrta faza se odnosi na osiguravanje potrebnih financijskih sredstava i početak prometovanja.</li> </ul>									
<b>Nositelj</b>	• Šibensko-kninska županija	<b>Ostali dionici</b>	• Autotransport Šibenik							
	• JLS (gradovi i ppćine)		• Manji poduzetnici - autobuseri							
			• TZ ŠKŽ							
<b>Financiranje</b>	• Šibensko-kninska županija (vlastita sredstva)	<b>Važnost</b>	I. razina važnosti							
	• Fondovi Europske unije									
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.
	Faza I, II i III				Faza IV					

**Projekt 4****Uspostava određenog broja javno kontroliranih sidrišta a osobito na području NP Kornati**

<b>Cilj</b>	Povećanje kvalitete nautičke ponude te primjerenija zaštita cjelokupne resursno-atraktivne osnove i akvatorija na prostoru Šibensko-kninske županije									
<b>Opis</b>	<p>Šibensko-kninska županija je na međunarodnom tržištu poznata, između ostalog, i po atraktivnosti svog akvatorija u kojem se posebno ističe prostor NP Kornati. Samim time, cijelo je ovo područje izrazito pogodno za razvoj nautičkog turizma. O tome najbolje svjedoči ne samo stalni rast interesa nautičara za ovim dijelom Jadrana, već i relativno velik (i rastući) broj luka nautičkog turizma/marina koje već danas djeluju na ovom prostoru.</p> <p>S druge strane, konkurentnost Šibensko-kninske županije u sferi nautičkog turizma, osobito na dugi rok, uvelike valja povezivati ne samo s brojem, kapacitetom, sadržajima ponude i kvalitetom usluživanja u već postojećim lukama nautičkog turizma/marinama, već i s prihvatnim mogućnostima, kontrolom i načinom regulacije sidrenja izvan postojećih luka i pristaništa.</p> <p>Kako je potražnja u sferi nautičkog turizma na cijelom području Jadrana, a osobito na području Šibensko-kninske županije, u konstantnom porastu, može se zaključiti da, osobito u vršnom dijelu nautičke sezone, već danas nedostaje kapaciteta za adekvatni prihvata sve većeg broja plovila nautičara u tranzitu. Samim tim, a imajući na umu dugotrajnu i relativno tešku administrativnu proceduru potrebnu za dobivanje koncesija za izgradnju novih luka nautičkog turizma/marina, čini se da bi bilo ne samo primjereno, već i višestruko oportuno povećati kako današnji broj javno kontroliranih sidrišta, tako i njihov ukupni prihvatni kapacitet.</p> <p>Za očekivati je da bi realizacija ovog projekta, već u kratkom roku uvela više reda i omogućila veću/bolju zaštitu cjelokupnoga županijskog akvatorija i njegovog resursno-atraktivnog potencijala te bi stvorila preduvjete za daljnje povećanje zadovoljstva nautičara, a time i za daljnji rast imidža cijele destinacije, osobito među nautičkom populacijom.</p>									
<b>Provedba</b>	<p>U skladu s rečenim, projekt podrazumijeva 4 faze provedbe:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Izbor najprikladnijih lokacija s prijedlogom maksimalnog prihvatnog kapaciteta</li> <li>• Procjenu visine potrebnih ulaganja (po sidrištu) te provjeru tržišne i financijske održivosti pojedinih lokaliteta</li> <li>• Osiguranje koncesija</li> <li>• Osiguranje potrebnih sredstava i početak realizacije.</li> </ul>									
<b>Nositelj</b>	• Šibensko-kninska županija	<b>Ostali dionici</b>	• Ministarstvo prometa i infrastrukture	• Ministarstvo zaštite okoliša i zelene tranzicije	• NP Kornati	mora, i				
<b>Financiranje</b>	• Šibensko-kninska županija (vlastita sredstva ili EU fondovi)	<b>Važnost</b>	I. razina važnosti							
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.
	Faza I			Faza II i III				Faza IV		

**Projekt 5****Unapređenje sustava tematskih cesta/staza/ruta**

<b>Cilj</b>	Podizanje sadržajnosti ponude destinacije									
<b>Opis</b>	<p>Šibensko-kninska županija u ovome trenutku nudi velik broj biciklističkih i pješačkih staza za rekreaciju gostiju. Biciklističke staze kategorizirane su prema podlozi (asfalt, cesta, makadam) i prema težini (L, S, T), dok su pješačke staze svrstane u pet zona i tri tipa prema težini (L, S, T). Pet zona u koje su podijeljene biciklističke i pješačke staze su: zona Šibenik, zona Primošten-Rogoznica, zona Vodice, zona Drniš i zona Knin.</p> <p>Daljnje unapređenje sustava staza odnosi se na aktivnosti poput mogućeg uređenja novih 'kapilarnih' staza koje bi mogle spajati već formirane staze, uređenje novih odmorišta i vidikovaca koji bi svojih uređenjem i oblikovanjem, lokacijom i temom mogli postati privlačne atrakcije.</p> <p>Posebne tematske rute su: Vinska ruta, Ruta maslinovog ulja, Ruta pršuta, Ruta sira, Medna ruta. To su rute koje povezuju proizvođače koji mogu interpretirati proizvodnju, organizirati kušanje i prodati proizvode. Za rute je potrebno izraditi pravilnike koji propisuju kako rute funkcioniraju te koje standarde i kriterije moraju zadovoljavati dionici uključeni u rute. Moguće je organizirati gastronomsku rutu koja će uključivati izabrane proizvođače koji u ovome trenutku raspolažu potrebnom infrastrukturom i resursima za prihvata gostiju. Tematske rute se unapređuju kroz dodavanje novih sadržaja, unapređenje interpretacije, <i>storytelling</i>, jačanje promocijskih i prodajnih aktivnosti.</p> <p>U Županiji postoji i veliki potencijal za razvoj kulturnih/poučnih ruta pa bi njihova uspostava i tematizacija uz postojeće atrakcije mogla aktivirati još nedovoljno valorizirane atrakcije/lokalitete. Rute je potrebno opremiti prikladnim interpretacijskim sadržajima i infrastrukturom (parkirališta, sanitarije i sl.). Također je važno organizirati radno vrijeme atrakcija na ruti.</p>									
<b>Provedba</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uspostava ekspertne skupine za realizaciju projekta (organizacija radionica s dionicima, poticanje na uključivanje u rutu)</li> <li>• Uspostava novih tematskih ruta kroz udruživanje</li> <li>• Provedba promocijskih aktivnosti</li> </ul>									
<b>Nositelj</b>	• Šibensko-kninska županija			<b>Ostali dionici</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• TZ Šibensko-kninske županije</li> <li>• TZ-ovi gradova i općina</li> <li>• Proizvođači, udruge</li> </ul>			
<b>Financiranje</b>	• Proračun Šibensko-kninske županije			<b>Važnost</b>			II. razina važnosti			
	• Državni proračun									
	• Fondovi Europske unije									
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.
	Faza I			Faza II i III				Faza III		

## Projekt 6

### Unapređenje turističke interpretacije prostora

<b>Cilj</b>	Podizanje atraktivnosti prirodne i kulturne baštine, prostorna disperzija turističke aktivnosti, unapređenje zadovoljstva boravkom									
<b>Opis</b>	<p>Turistička interpretacija prostora suvremen je i vrlo popularan oblik komunikacije destinacijskih obilježja i vrijednosti. Tipično se odvija kroz niz različitih instrumenata, poput tabli, maketa, vodiča, mobilnih aplikacija ili, u svom najkompleksnijem obliku, kroz posjetiteljske odnosno interpretacijske centre. Ključ dobre interpretacije je zanimljivo i poticajno prikazan sadržaj, temeljen na činjenicama, ali komuniciran kroz priče (<i>storytelling</i>), na interaktivan način, angažirajući više osjetila. U fizičkom smislu, bitni su kreativan dizajn, uklopljenost u prostor i postojanost materijala.</p> <p>Šibensko-kninska županija raspolaže značajnim iskustvom u turističkoj interpretaciji prostora, uključujući i mahom novije interpretacijske ili slične centre (npr. na području NP Krka, kanala Sv. Ante; posvećenih temi katedrale Sv. Jakova, koraljima ili F. Vrančiću, tradicionalne brodogradnje u Betini). Jednako tako, postoji niz prilika za daljnju interpretaciju prostora:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Točkasta interpretacija</b> – uz odabrane lokalitete na tematskim cestama i u mjestima, kroz sve turističke klastere, a posebice one u unutrašnjosti Županije. Moguće teme su brojne, od prirodnih i kulturnih znamenitosti, preko povijesnih lokaliteta, lijepih pogleda, etnografije, eno-gastronomije do poznatih ličnosti i dr. Vjerojatno će se najčešće koristiti različite table, no poželjni su i drugi oblici (npr. makete, 'instalacije' i sl.) koji ujedno 'pričaju priču' i privlače pažnju.</li> <li>– <b>Informacijsko-posjetiteljski / interpretacijski centri</b> – u funkciji klastera 'Vanjski otoci' (novi) i klastera 'Središnji Šibenik' (unapređenje postojećeg info centra), interpretiraju prirodne odnosno kulturno-povijesne značajke ovih prostora, ali su i 'ishodišna mjesta' posjete s istaknutom funkcijom informiranja, savjetovanja i upozoravanja gostiju. Opremljeni su suvremenom multimedijom, ali koriste i usluge (ljudskih) informatora. Obavezno uključuju mjesta prodaje (lokalnih) suvenira.</li> </ul> <p>Postojeća i nova turistička interpretacija prostora Županije, u izravnoj nadležnosti JLS-ova, lokalnih TZ-ova ili različitih institucija, trebala bi u konačnici činiti sustav koji povezuju usklađene teme, dizajn, grafički standardi i usluge. Utoliko je poželjna koordinacija sa županijske razine.</p>									
<b>Provedba</b>	<p>Provedbeni koraci projekta su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uspostava razvojnog tima, eventualno uključujući i vanjske eksperte (2024.),</li> <li>• Točkasta interpretacija: evaluacija i odabir tema i lokacija, dizajn instrumenata interpretacije (npr. različiti tipovi tabla), izrada sadržaja (npr. tekstovi, slike), realizacija (kontinuirano)</li> <li>• Centri: izrada koncepta, izrada projekata izgradnje/uređenja, realizacija, obuka informatora (2025.-2027.)</li> <li>• Organizacija radionica za vodiče, agencije i druge turističke djelatnike u funkciji njihovog upoznavanja sa sadržajem interpretacije (kontinuirano).</li> </ul>									
<b>Nositelj</b>	• TZ Šibensko-kninske županije	<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TZ Gradova i Općina</li> <li>• JLS</li> <li>• Relevantne javne ustanove/institucije</li> </ul>							
<b>Financiranje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nacionalni i EU fondovi</li> <li>• Sustav TZ-a</li> <li>• JLS i Županija (vlastita sredstva)</li> </ul>		<b>Važnost</b>	II razina važnosti						
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.
	Faza I			Faza II i III				Faza III		

## 8.2. Povećanje turističke potrošnje i prihoda od turizma

Dosadašnja dinamika, godišnja distribucija i prostorna disperzija turističkog prometa na području Šibensko-kninske županije ukazuje na nedovoljnu dubinu i širinu postojećega turističkog lanca vrijednosti. Takvo stanje stvari uvelike onemogućava značajnije produljenje turističke sezone, pojačano privlačenje novih potrošačkih segmenata, prostorno ravnomjerniju distribuciju turističkog prometa, kao i značajnije povećanje prosječne potrošnje po danu boravka. Samim tim, dosadašnji razvoj turizma i turističkog privređivanja na projektnom području ne pruža dovoljno prostora za značajniji razvojni iskorak, a ne može kvalitetno odgovoriti kako ni na ekološki, tako ni na ekonomski i društveni aspekt dugoročne razvojne održivosti. Puka ekstrapolacija dosadašnjih razvojnih trendova u budućnost, bez poduzimanja niza korektivnih aktivnosti u domeni razvoja proizvoda i obogaćivanja turističkog lanca vrijednosti, zasigurno bi postupno, osobito s protokom vremena, umanjivala današnju konkurentnost cijele Županije na tržištu turističkih destinacija. To se posebno odnosi na njen priobalni dio. U tom smislu, a sukladno prethodno izloženoj razvojnoj viziji, ciljevima i koncepciji turističkog razvoja, potrebno je hitno poraditi na proširivanju postojeće palete za tržište spremnih turističkih doživljaja. Pritom valja voditi računa da novi turistički doživljaji korespondiraju sa trendovima na globalnom turističkom tržištu, odnosno da mogu biti kvalitetno podržani raspoloživom resursno-atraktivnom osnovom.

Diversifikacija turističkog iskustva nalaže razvoj cijelog niza novih proizvoda usmjerenih za tržište specijalnih interesa, a što je djelomično povezano i sa znatno većim 'naslanjanjem na lokalnu kulturu života i rada (vinogradarstvo/proizvodnju vina, maslinarstvo/proizvodnju maslinovog ulja, ribarstvo i slično). Osim toga, grad Šibenik bi uslijed njegove centralne lokacije, kulturno-povijesnih atrakcija, kulturnih događanja i visoke razine urbane atraktivnosti, trebalo pretvoriti u tzv. središnje 'mjesto susreta' cijele županije. Konačno, izuzetni turistički potencijal grada Šibenika, a što bi značajno unaprijedilo i turističku konkurentnost cijele Županije, valjalo bi kapitalizirati i kroz (djelomičnu) 'turistifikaciju' (dijela) prostora nekadašnjeg TEF-a. Za potrebe dugoročno održivog obogaćivanja turističkog lanca vrijednosti Šibensko-kninske županije, a time i povećanja turističke potrošnje te prihoda od turizma predlažu se sljedeći projekti (tablica 8.2.1.).

Tablica 8.2.1. Aktivnosti u funkciji povećanja turističke potrošnje i prihoda od turizma

1.	Planiranje/izgradnja nove hotelske ponude visoke kategorije u Šibeniku
2.	Osuvođenjivanje postojeće i planiranje nove hotelske i slične ponude izvan grada Šibenika
3.	Upravljanje kvalitetom obiteljskog smještaja kroz proizvodno profiliranje
4.	Unapređenje kamping ponude
5.	Podizanje kvalitete i prepoznatljivosti gastronomske ponude
6.	Uspostava nekoliko centara avanturističkog odmora
7.	Analiza mogućnosti i koncept razvoja ponude <i>wellnessa</i> /wellbeinga i turističke talasoterapije
8.	Unapređenje ponude ruralnog turizma
9.	Analiza mogućnosti i koncept projekta 'SKŽ – Svijet vode'
10.	Projekt „Batižele“, Šibenik: Regeneracija prostora TEF-a
11.	Viseći pješački most Nečven-Trošenj

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

**Projekt 1****Planiranje/izgradnja nove hotelske ponude visoke kategorije u gradu Šibeniku**

<b>Cilj</b>	Unapređenje strukture i kvalitete hotelske ponude									
<b>Opis</b>	<p>Hoteli visoke kategorije, osobito ako su međunarodno brendirani, odnosno, posjeduju međunarodnu franšizu, ne samo da aktivno doprinose imidžu određene turističke destinacije, već, i sadržajima koje nude, značajno upotpunjuju destinacijsku ponudu te produljuju trajanje turističke sezone. Nadalje, riječ je o objektima koji uvelike determiniraju i strukturu/kvalitetu ostale uslužne ponude u destinaciji, uslijed čega se može reći da njihovo pojačano prisustvo u destinaciji uvelike pridonosi kvaliteti destinacijskog doživljaja te dugoročnom jačanju konkurentske pozicije destinacije.</p> <p>Kad je riječ o ponudi hotelskog smještaja u Šibeniku, a uslijed činjenice da u posljednjih petnaestak godina nije bilo izraženijeg interesa za izgradnjom novih, međunarodno brendiranih, hotelskih objekata visoke kategorije, današnja hotelska ponuda u gradu, brojem i kvalitetom, značajno zaostaje za drugim velikim srednjodalmatinskim središtima. Takvo stanje bi u vremenu koje dolazi trebalo postupno unapređivati, ponajviše kroz planiranje/izgradnju novih, međunarodno brendiranih, hotelskih objekata na dobro odabranim gradskim lokalitetima. Pritom, u pravilu, valja razmišljati ponajviše o tzv. <i>brownfield</i> ulaganjima.</p> <p>Olatoknu okolnost u takvom promišljanju zasigurno predstavlja činjenica da, za razliku od drugih srednjodalmatinskih županijskih središta, na prostoru grada Šibenika, osobito u kontekstu revitalizacije/rehabilitacije prostora nekadašnjih industrijskih postrojenja / vojnih kompleksa, postoji nekoliko vrlo kvalitetnih lokacija za smještaj barem dva do tri hotelska objekta najviše kategorije. Te bi lokacije, u vremenu koje dolazi, trebale imati razvojni prioritet u planiranju/izgradnji nove, međunarodno brendirane, hotelske ponude.</p>									
<b>Provedba</b>	<p>Operacionalizacija projekta sastoji se od tri međusobno povezane faze:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prva faza, a na temelju jasno definiranoga projektnog zadatka za svaku od pogodnih lokacija (veličina i kategorija objekta, izgrađenost parcele, potrebni dodatni sadržaji, oblikovni standardi, zelena gradnja i sl.) kojeg bi definirali nositelji gradske vlasti Šibenika, odnosi se na izradu potrebne projektne dokumentacije i ishođenje potrebnih dozvola za svaki pojedini projekt/lokaciju</li> <li>• Druga faza se odnosi se na pripremu međunarodnog tendera za prikupljanje ponuda i izbor najboljeg ponuđača</li> <li>• Treća faza projekta, za svaki pojedini projekt/lokaciju, odnosi se na sklapanje ugovora s najboljim ponuđačem i početak izgradnje.</li> </ul>									
<b>Nositelj</b>	• Grad Šibenik (kroz davanja zemljišta i prava građenja)	<b>Ostali dionici</b>	• Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine	• Ministarstvo zaštite okoliša i zelene tranzicije	• Turistički konzultanti	• Privatni poduzetnici				
<b>Financiranje</b>	• Grad Šibenik (vlastita sredstva)	• Sredstva privatnih poduzetnika	<b>Važnost</b>	I. razina važnosti						
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.
	Faza I			Faza II			Faza III			

**Projekt 2****Osvremenjivanje postojeće i planiranje nove hotelske i slične smještajne ponude izvan grada Šibenika****Cilj** Unapređenje strukture i kvalitete hotelske ponude**Opis**

Najveći broj hotela na cijelom području Šibensko-kninske županije, s izuzetkom samo tri do četiri objekta, danas je prilično 'umoran' i nedovoljno prilagođen zahtjevima iole probirljivijih gostiju. U tom smislu, dakle, projekt se odnosi na postupno osvremenjivanje značajnog dijela postojeće hotelske ponude Županije izvan grada Šibenika. To se odnosi kako na: (i) većinu turističkih odredišta u priobalju Županije, (ii) bliže otoke, odnosno, (iii) brdsko-planinski prostor u zaleđu.

Kad je riječ o hotelskoj ponudi u većini turističkih odredišta u priobalju Županije, potrebno je ukazati na činjenicu da je značajan broj hotela danas ili: (i) zapušten/značajno podinvestiran, ili (ii) zatvoren/izvan funkcije. Osvremenjivanje takvih objekata zahtijeva značajni 'facelifting'. To se osobito odnosi na problematiku uređenja smještajnih jedinica i zajedničkih prostora, povećavanje postojećih kvadratura smještajnih jedinica, ali i na problematiku uvođenja potpuno novih hotelskih sadržaja, osobito za potrebe, primjerice, aktivnog odmora, *wellness/fitnessa* i/ili primjerenih sadržaja za djecu. S obzirom da su praktički svi zapušteni hotelski objekti rezultat loše provedene pretvorbe i privatizacije, pri čemu njihovi današnji vlasnici nemaju previše interesa dodatno ulagati u njihovo tržišno repositioniranje, valjalo bi razmisliti o uvođenju prikladnih mjera fiskalne naravi koje bi postojeće vlasnike potaknulo na prodaju.

S druge strane, a imajući na umu i potencijalni neuspjeh takvih inicijativa, odnosno očekivanu sporost u odvijanju procesa tržišne revitalizacije zapuštenih hotelskih objekata, u svim priobalnim odredištima Županije valja posebno promovirati i stimulirati izgradnju malih, obiteljski vođenih, prostorno neinvazivnih, *boutique* hotela i B&B pansiona. Izgradnja novih hotelskih objekata većeg kapaciteta trebali bi predstavljati više iznimke nego pravilo.

Konačno, a kad je riječ o osvremenjivanju hotelske/smještajne ponude na bližim otocima i u zaleđu Županije, izgradnju velikih hotelskih objekata valjalo bi u cijelosti izbjegavati te se usredotočiti isključivo na uspostavu većeg broja malih, prikladno tematiziranih, *boutique* hotela (10 do 20 smještajnih jedinica, cca 1.000 do 1.500 m<sup>2</sup> bruto razvijene površine), obiteljski vođenih B&B pansiona, ali i prikladnog broja (luksuznih) kuća za odmor tradicijskoga graditeljskog izričaja.

Osim što bi se izgradnjom *boutique* hotela, B&B pansiona i/ili suvremeno opremljenih kuća za odmor bitno diversificirala i sadržajno obogatila postojeća smještajna ponuda na bližim otocima i zaleđu Županije, realizacija ovog projekta imali bi pozitivne implikacije kako na tržišni imidž dijele Šibensko-kninske županije, tako i na ravnomjerniju disperziju turističkog prometa i trajanje sezone.

**Provedba**

Provedba projekta podrazumijeva:

- Hitno uvođenje maksimalnih cijena zakupa/m<sup>2</sup> tzv. neprocijenjenoga turističkog zemljišta u cilju penalizacije vlasnika zapuštenih, nekorištenih i/ili podinvestiranih hotelskih objekata
- Definiranje jasnih, univerzalnih i sveobvezujućih smjernica za planiranje/izgradnju *boutique* hotela, B&B pansiona i luksuznih kuća za odmor, posebno za prostor priobalja, posebno za bliže otoke, a posebno za prostor brdsko-planinskog zaleđa. Smjernice moraju sadržavati odrednice o minimalnoj veličini parcele, stupnju dopuštene izgrađenosti, oblikovnim standardima, potrebnim sadržajima ponude i prikladnim lokacijama, kao i preporuke za tzv. 'zelenu' gradnju
- Kontrolu provedbe procesa, kako tijekom izdavanja građevinskih dozvola, tako i tijekom izgradnje i davanjem uporabnih dozvola.

<b>Nositelj</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Šibensko-kninska županija</li> <li>• Gradovi i općine ŠKŽ</li> </ul>	<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine</li> <li>• Ministarstvo zaštite okoliša i zelene tranzicije</li> <li>• Privatni investitori / turistički poduzetnici</li> </ul>							
<b>Financiranje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Šibensko-kninska županija (vlastita sredstva)</li> <li>• Gradovi/općine ŠKŽ</li> <li>• Privatni investitori</li> </ul>	<b>Važnost</b>	I. razina važnosti							
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.
	Faza I			Faza II			Faza III			

### Projekt 3

#### Upravljanje kvalitetom obiteljskog smještaja kroz profiliranje objekata

**Cilj** Diversifikacija ponude i unapređenje kvalitete obiteljskog smještaja

**Opis** Obiteljski smještaj dominantan je i najbrže rastući oblik ponude smještajnih kapaciteta u Šibensko-kninskoj županiji te se u njemu kontinuirano ostvaruje najveći udio turističkih noćenja. Svojom veličinom on danas presudno utječe na sveukupni turistički profil najrazvijenijeg, morskog dijela Županije, od obilježja prostora, preko strukture gostiju do sadržaja turističke ponude. Razvojem turizma i širenjem obiteljskog smještaja prema unutrašnjosti, on može determinirati poziciju i tog dijela Županije na turističkom tržištu. U tom kontekstu, upravljanje kvalitetom obiteljskog smještaja svakako je jedan od prioriteta županijske turističke politike.

Povrh raznih postojećih, u svojoj orijentaciji uspješnih, programa unapređenja kvalitete obiteljskog smještaja, ovim se projektom osmišljava, uspostavlja i nudi mogućnost kvalitativnog iskoraka kroz profiliranje objekata, odnosno kroz svojevrsnu specijalizaciju za određeni profil koja se provodi prema setu standarda s mogućnosti certificiranja. Sustav profila obiteljskog smještaja može biti utemeljen na različitim temama (ili kombinaciji više njih), primjerice:

- Specifične potrebe tržišnih segmenata gostiju, npr. objekti za bicikliste, za avanturiste i aktivne goste, za obitelji s djecom, za samce, za gurmane, itd.;
- 'Zelena' praksa, s različitim razinama okolišne odgovornosti;
- Kultura života i rada, npr. tradicijska gradnja, vino, glazba, lokacija na OPG-u;

Standardi za pojedine profile uključuju 'čvrste' i 'meke' kriterije, odnosno one iz domena fizičkih i uslužnih sadržaja. Certificiranje objekata podrazumijeva zadovoljavanje određenog seta kriterija, pridržavanje kriterija kroz vrijeme, uvođenje inovacija i sl. za što se objektima dodjeljuje oznaka kvalitete. Time se često 'uniformnoj' ponudi obiteljskog smještaja pruža prilika za diferencijaciju ne samo kroz tematiziranje, već i izdvajanjem temeljem dodijeljene oznake kvalitete.

Izrađeni standardi predstavljaju međutim i 'javno dobro' dostupno svim ponuđačima obiteljskog smještaja, bez obzira na njihov interes za certificiranje objekta i dodjelu oznake kvalitete. Time projekt ima širu dimenziju unapređenja kvalitete obiteljskog smještaja, pružajući smjernice za gradnju, uređenje i usluge novim ponuđačima, što može biti posebno vrijedno za unutrašnje dijelove Županije. U tom kontekstu popularizacija projekta biti će njegov naročito važan dio.

**Provedba** Provedbeni koraci projekta uključuju sljedeće faze:

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prva faza: uspostava razvojnog tima, izrada koncepta sustava profiliranja (skica profila, procesa uvođenja, načina certificiranja, organizacijskih i financijskih pretpostavki); testiranje interesa</li> <li>• Druga faza: Razrada kriterija; razrada procesa certificiranja i monitoringa; pilotiranje</li> <li>• Treća faza: Promocija sustava; javna objava standarda; edukacija dionika</li> <li>• Četvrta faza (kontinuirano): Uvođenje; Unapređenje sustava; Promocija</li> </ul>									
<b>Nositelj</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TZ Šibensko-kninske županije</li> </ul>			<b>Ostali dionici</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Šibensko-kninska županija</li> <li>• TZ Gradova i Općina</li> <li>• JLS</li> <li>• Udruge i agencije obiteljskog smještaja</li> </ul>			
<b>Financiranje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustav TZ-a (vlastita sredstva)</li> <li>• JLS i Županija (vlastita sredstva)</li> </ul>			<b>Važnost</b>			I razina važnosti			
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.
	Faza I i II			Faza II i III			Faza IV (kontinuirano)			

## Projekt 4

### Unapređenje postojeće kamping ponude

**Cilj** Unapređenje strukture smještajne ponude i diversifikacija proizvoda kroz izgradnju novih objekata turističke suprastrukture

**Opis** Iako se cijeli prostor Šibensko-kninske županije ne može pohvaliti brojnošću i kvalitetom kamping ponude, osobito u usporedbi s nekim drugim primorskim županijama, valja konstatirati da se duž priobalnog pojasa Šibensko-kninske županije, sve više primjećuje uspostava određenog broja manjih, još uvijek rudimentarno opremljenih kampova, uglavnom na manjim zemljišnim parcelama u sklopu kućanstava.

Neovisno o dinamici tog procesa, a s obzirom na stabilnu potražnju za kamping turizmom što se valja povezati s rastućim brojem ekološki svjesnih segmenata turističke potražnje, kao i brzo rastućim cijenama te sve duljim trajanjem kamping sezone, riječ je o smještaju koji bi za Šibensko-kninsku županiju trebao biti izrazito interesantan. U tom smislu valjalo bi, na nekoliko turističkih zona u priobalju, uspostaviti određen broj srednje velikih kampova sa sustavom doživljaja koji bi donekle preslikavao ponudu u etabliranim istarskim kampovima.

S druge strane, razvoj suvremene kamping ponude bio bi, čini se, najprikladniji način i za 'turističko oživljavanje' najvećeg dijela središnjeg, brdsko-planinskog prostora Županije koji, još uvijek, karakterizira posvemašnji nedostatak prikladne smještajne ponude. Riječ je, naime, o smještajnoj ponudi koja je ekološki, relativno, neinvazivna, a koja bi se izuzetno dobro mogla stopiti s prirodnim okruženjem ovog dijela Županije.

Posebno valja naglasiti da bi dio nove kamping ponude u brdsko-planinskom dijelu Županije, osim u neposrednoj blizini/na kontaktnom području s NP Krka, valjalo smjestiti što je moguće bliže najvećim prirodnim atrakcijama prostora brdsko-planinskog zaleđa, odnosno duž i/ili uz već (etablirane ili nove) tematske puteve, biciklističke staze/pješačke rute, odnosno rekreacijska područja. Pritom bi svakako valjalo voditi računa i o raspoloživosti/dostupnosti vitalne javno-komunalne infrastrukture.

**Provedba** Operacionalizacija projekta sastoji se od tri međusobno povezane faze:

- Prva faza podrazumijeva definiranje prikladnih mikrolokacija kao i izradu koncepta najboljeg načina korištenja lokaliteta (tzv. 'best use concept') za svaku

	od njih. Svrha ove faze je definiranje svih bitnih elemenata (veličina, struktura i kvaliteta te prostorni razmještaj) poželjnih sadržaja ponude									
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Druga faza odnosi se na provjeru tržišne održivosti i financijske isplativosti željenoga razvojnog koncepta, pripremu projektne dokumentacije, ishođenje potrebnih dozvola te pripremu tender dokumentacije</li> <li>• Treća faza projekta odnosi se na provođenje (međunarodnog) tendera za izbor najboljeg ponuđača/investitora i izgradnju planiranih sadržaja kamping ponude.</li> </ul>									
<b>Nositelj</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Šibensko-kninska županija</li> <li>• Gradovi i općine ŠKŽ</li> </ul>			<b>Ostali dionici</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine</li> <li>• Ministarstvo zaštite okoliša i zelene tranzicije</li> <li>• Privatni investitori</li> <li>• Turistički konzultanti</li> </ul>			
<b>Financiranje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Šibensko-kninska županija (vlastita sredstva)</li> <li>• Gradovi/općine ŠKŽ</li> <li>• Privatni investitori</li> </ul>			<b>Važnost</b>			II. razina važnosti			
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.
	Faza I			Faza II			Faza III			

## Projekt 5

### Podizanje kvalitete i prepoznatljivosti enogastronomske ponude

**Cilj** Izgraditi imidž Šibensko-kninske županije kao destinacije raznolike i kvalitetne gastronomske ponude

**Opis** S obzirom na stalni rast interesa turističke potražnje za doživljajima vezanim za hranu i piće i za ulogu enogastronomije u motiviranosti dolaska turista u Šibensko-kninsku županiju, podizanje kvalitete i prepoznatljivosti enogastronomske ponude nameće se kao jedan od bitnih projekata. Dodatno je važno istaknuti i sve veću usmjerenost lokalnih poduzetnika na vinarstvo, maslinarstvo, voćarstvo, ribarstvo i druge aktivnosti koje im osiguravaju prihode i podižu standard življenja.

Županija je već i danas po određenim proizvodima i mjestima dobro prepoznata na enogastronomskoj sceni, što također predstavlja veliku vrijednost za daljnje razvojne i promocijske korake. To su, primjerice, poznata jela i pića (skradinski rižot, skradinska torta, školjke, babiće, drniški pršut), etabliranost Skradina i Murtera kao destinacija s kvalitetnim restoranima, restoran Pelegrini s Michelinovom zvjezdicom, vinarije i kušionice vina, mali proizvođači, manifestacije i dr.

Vezano za to, cilj projekta je povezivati dijelove ove ponude i sadržajno oblikovati enogastronomski turistički proizvod koji će na razini destinaciji predstavljati cjelinu i odgovarati na visoke zahtjeve turista. Za sve to su potrebne aktivnosti u domeni organizacije i ljudskih resursa kao i u domeni razvoja novih sadržaja i jačanja promocije.

Uz postojeće sadržaje i podizanje njihove kvalitete naglasak treba staviti i na nove sadržaje poput uređenja i unapređenja ponude na tržnicama (koje mogu postati lokacije za promociju), razvoj novih tematskih događanja, razvoj tematskih ponuda specijaliziranih turističkih agencija, unapređenje ponude u okviru smještajnih elemenata. Ključno je voditi računa o tri međusobno povezana elementa gastronomske ponude: proizvodu, usluzi i priči tj. interpretaciji jedinstvenih elemenata gastronomije u Županiji.

<b>Provedba</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Izrada baze dionika uključenih u enogastronomski turizam (ugostitelji, vinari, mali proizvođači/OPG-ovi i dr.)</li> <li>Istraživanje interesa dionika za edukacijske programe i provedba edukacijskih programa (radionice, studijska putovanja i sl.)</li> <li>Poticanje proizvođača na udruživanje</li> <li>Uspostava gastronomskih ruta s različitim sadržajima (edukacijska i zabavna komponenta ponude)</li> <li>Uspostava sustava poticaja za otvaranje i povezivanje manjih OPG-ova (posebno u zaleđu Županije)</li> <li>Intenziviranje promocijskih aktivnosti (posebno isticanje tradicijskih namirnica i jela, intenziviranje odnosa s javnošću prilikom enogastronomskih manifestacija, organizacija posebnih događanja, razvoj <i>storytellinga</i> vezanog za gastronomiju i dr.)</li> </ul>										
<b>Nositelji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Šibensko-kninska županija</li> <li>TZ Šibensko-kninske županije</li> </ul>					<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gradovi i općine na području Županije</li> <li>Lokalni ugostitelji, udruge, klasteri</li> <li>Smještajni objekti</li> <li>Poljoprivrednici i vinogradari, vlasnici OPG-ova</li> <li>TZ-ovi gradova i općina</li> </ul>				
<b>Financiranje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proračun Šibensko-kninske županije</li> <li>Državni proračun (sredstava ministarstava)</li> <li>EU fondovi</li> </ul>					<b>Važnost</b>	I. razina važnosti				
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.	
	Faza I			Faza I i II			Faza III i IV				

## Projekt 6

### Uspostava nekoliko centara avanturističkog odmora

**Cilj** Diversifikacija i unapređenje kvalitete ponude aktivnog odmora te etabliranje Županije kao jedne od vodeći destinacija RH u ponudi avanturizma

**Opis** Rast interesa za aktivnim i, štoviše, avanturističkim odmorom jedan je od istaknutih trendova na suvremenom turističkom tržištu, dodatno intenziviran u post-Covid razdoblju. Isto tako, Šibensko-kninska županija već danas valorizira svoje raznolike, očuvane i visoko kvalitetne prirodne resurse kroz ponudu rekreacijskih i avanturističkih sadržaja, od planinarenja, pješaćenja i različitih tipova biciklizma do kajakinga, slobodnog penjanja, *deep water soloinga*, *big game fishinga* i jahanja. Uz to, Županija je, slijedom visoke razvedenosti obale te sustava marina i velike ponude chartera, svakako jedna od najatraktivnijih nautičkih destinacija na Jadranu.

Nadovezujući se na postojeću ponudu, ovim se projektom želi potaknuti razvoj nekoliko centara avanturizma kako bi se dodatno učvrstila pozicija i prepoznatljivost Županije kao destinacije avanturističkih iskustava. Potencijalno se radi o:

- Županijski centar avanturističkih putovanja, klaster 'Planinsko područje' (Knin) – ponuda planinarenja, *trekkinga*, *boot camp*, jahanja, slobodnog penjanja i dr.; organizacija avanturističkih jednodnevnih i višednevnih tura, sa i bez vodiča; specijalizirani za kontinentalne, posebno planinske predjele;

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Centar sportova na vodi, klaster 'Pitomo zeleno zaleđe' (Prokljansko jezero) – ponuda kajakinga, kanuinga, windsurfa, ronjenja na dah; organizacija 'škola', specijaliziranih za djecu i mlade; ponuda pratećeg dječjeg 'sportskog kampa';</li> <li>– Centr(u)ima ronjenja, klaster 'Vanjski otoci' – ponuda ronjenja s bocama, na dah, organizacija 'škola' ronjenja, tura sa i bez vodiča, organizacija natjecanja; također ponuda sportova na vodi, npr. kajaking, surfing i sl. Centri su potencijalno locirani uz postojeće marine, odnosno postojeću infrastrukturu. Svojim lokacijama ovi bi Centri također igrali važnu ulogu u diversifikaciji i unapređenju turističke ponude pojedinih prostornih klastera Županije.</li> </ul>									
<b>Provedba</b>	Provedbeni koraci projekta (za svaki Centar) su: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prva faza (TZ Županije): uspostava razvojnog tima, analiza i izbor mikrolokacije, izrada koncepta najbolje upotrebe, izrada idejnog rješenja</li> <li>• Druga faza (poduzetnik/klub): provjera tržišne održivosti, razrada poslovnog modela (pod uvjetom javno-privatnog partnerstva), provjera financijske isplativosti ulaganja</li> <li>• Treća faza (poduzetnik/klub): priprema projektne dokumentacije, ishođenje dozvola, osiguranje financiranja</li> <li>• Četvrta faza (poduzetnik/klub): proces realizacije projekta, uključivanje u županijske turističke promotivne kampanje</li> </ul>									
<b>Nositelj</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TZ Šibensko-kninske županije</li> <li>• Privatni poduzetnici/klubovi</li> </ul>	<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Šibensko-kninska županija</li> <li>• TZ Gradova i Općina</li> <li>• JLS</li> </ul>							
<b>Financiranje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nacionalni i EU fondovi</li> <li>• JLS i Županija (vlastita sredstva)</li> <li>• Privatni poduzetnici</li> </ul>	<b>Važnost</b>	I razina važnosti							
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.
	Faza I			Faza II i III			Faza IV			

## Projekt 7

### Analiza mogućnosti i koncept razvoja ponude *wellness/wellbeinga* i turističke talasoterapije

**Cilj** Diversifikacija turističke ponude i produljenje turističke sezone

**Opis** Polazeći od demografskih trendova starenja stanovništva i općeprisutne orijentacije ka 'zdravom životu' te u novije vrijeme i učinaka klimatskih promjena koje dovode do nužnosti odmaka od ljetnog 'sunce i more' turizma, prognoze turističkog razvoja ukazuju na rastući značaj zdravstvenog turizma. U Hrvatskoj je orijentacija ka turističkoj ponudi u domeni zdravlja iskazana u brojnim strateškim dokumentima razvoja turizma na svim razinama, uključujući i planove Šibensko-kninske županije.

Zdravstveni turizam je međutim izrazito složen turistički proizvod. To se odnosi kako na heterogenost ponude, u rasponu od medicinskih do wellness usluga te od generičkih do autentičnih iskustava, tako i na činjenicu da ga bitno uvjetuju 'vanjski' faktori izvan utjecaja turističkog sektora, a prije svega pravila zdravstvenih osiguranja i osiguravajućih društava, reputacija receptivne zemlje i stručnost kadrova, direktne avionske veze i sl. Istraživanja ukazuju da su na međunarodnom zdravstveno-turističkom tržištu u načelu atraktivne one usluge koje nisu pokrivene domicilnim osiguranjem, a jeftinije su u inozemstvu (npr. razni estetski zahvati, stomatologija, IVF, skidanje dioptrije, prevencija i 'samo-pomoć' u ublažavanju 'modernih' bolesti poput stresa, pretilosti i sl.) ili usluge koje imaju neka jedinstvena, lokacijski uvjetovana svojstva korisna u prevenciji i liječenju tegoba (npr. prirodni ljekoviti činitelji poput klime, ljekovitog blata, mora). Imajući na umu, povrhu ovoga, i konkurentsko okruženje, može se ustvrditi da prilike Šibensko-kninske županije za

'proboj' u zdravstvenom turizmu leže, prije svega, u raspoloživosti prirodnih ljekovitih činitelja i izuzetnoj ljepoti i očuvanosti prirodnog okruženja.

U kontekstu rečenoga, kroz projekt se istražuju i osmišljavaju mogućnosti razvoja:

- Turističke talasoterapije – oblik ponude koji kroz različite tretmane valorizira ljekovita svojstva morske vode, zraka, klime, blata, soli i trava u prevenciji i liječenju. Programi uobičajeno kombiniraju talaso tretmane sa sportom, relaksacijom i nutricionizmom. Odvijaju se u sklopu profiliranih hotela, rjeđe u destinacijskim talaso centrima.
- Ponude *wellbeing retreats* – gdje se u izuzetnom prirodnom okruženju, u svojevrsnoj izolaciji, uz stručno vođenje odvijaju višednevni programi 'rada na sebi' kroz, primjerice, fizičku aktivnost, jogu, meditaciju, neki drugi oblik 'narodne medicine' uz prilagođenu prehranu, tematske radionice, druženja.

<b>Provedba</b>	Provedbeni koraci projekta uključuju sljedeće faze: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prva faza (TZ Županije): uspostava razvojnog tima, istraživanje najbolje prakse, izrada okvirnog koncepta projekata, ispitivanje lokalnog poduzetničkog interesa</li> <li>• Druga faza (poduzetnik/ci): izrada koncepta najbolje upotrebe, provjera tržišne održivosti, razrada poslovnog modela (pod uvjetom javno-privatnog partnerstva), provjera financijske isplativosti ulaganja</li> <li>• Treća faza (poduzetnik/ci): priprema projektne dokumentacije, ishođenje dozvola, osiguranje financiranja, nalaženje operatera (talasoterapije)</li> <li>• Četvrta faza (poduzetnik/ci): realizacija, kadrovsko ekipiranje, promocija</li> </ul>									
<b>Nositelj</b>	• TZ Šibensko-kninske županije		<b>Ostali</b>		• Šibensko-kninska županija					
	• Privatni poduzetnici		<b>dionici</b>		• TZ Gradova i Općina					
					• JLS					
<b>Financiranje</b>	• TZ Županije (vlastita sredstva)				<b>Važnost</b>		II razina važnosti			
	• Privatni investitori									
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.
	Faza I			Faza II			Faza III		Faza IV	

## Projekt 8

### Unapređenje ponude ruralnog turizma

**Cilj** Osiguranje sadržajnog i poticajnog boravka/odmora

**Opis** Najveći dio brdsko-planinskog zaleđa Šibensko-kninske županije odnosi se na slabije naseljeni, ekološki očuvani ruralni prostor. Aktivniji pristup turističkom razvoju ovog dijela projektnog područja trebao bi rezultirati njegovom postupnom ekonomskom i demografskom revitalizacijom. Pritom valja imati na umu da je poljoprivredna proizvodnja i danas sveprisutna tema u kulturi života i rada Šibensko-kninske županije (vino, maslinarstvo, vrtlarstvo, medarstvo, stočarstvo), a na njoj se uvelike temelji i današnja, sve prepoznatljivija, gastronomska izvrsnost.

Iako je u posljednjih tridesetak godina, a kao posljedica iseljavanja velikog dijela populacije nakon Domovinskog rata, poljoprivredna aktivnost u ovom dijelu Županije drastično smanjena, broj individualnih poljoprivrednih proizvođača (OPG-ova) postupno se povećava iz godine u godinu, pri čemu valja naglasiti da je njihovo kreativno povezivanje/umrežavanje s turističkim sektorom još uvijek i početnoj fazi. Neovisno o tome, međutim, a imajući na umu stanje očuvanosti i ambijentalnost relativno velikog broja kamenih kuća, a katkad i cijelih zaselaka u ovom dijelu Županije, razvoj ruralnog turizma predstavlja logično razvojno usmjerenje. Pritom valja posebno naglasiti da će dinamika razvoja ove vrste turizma biti pozitivno korelirana s dinamikom i obuhvatom revitalizacije danas nenaseljenih/napuštenih, a relativno dobro očuvanih kuća, ali i cijelih sela/zaselaka, sve u cilju njihovog prerastanja u autentične kapacitete ekoetno turističke ponude.

	Provođenje odmora u ruralnom ambijentu, a koji uključuje noćenje u autohtonoj (kamenjoj) kući, uz mogućnost sudjelovanja u svakodnevnim poljoprivrednim aktivnostima lokalnog stanovništva, može se tržištu ponuditi na brojne načine kao što su, primjerice: (i) druženje s maslinarima/vinarima, spravljanje džemova i drugih prehrambenih proizvoda od lokalno proizvedenih namirnica, tečajevi kulinarstva po lokalnim recepturama, branje kestena i/ili gljiva i sl., (II) upražnjavanje različitih fizičkih aktivnosti u sferi aktivnog odmora (vožnja biciklom, planinarenje, branje maslina, berba lavande, berba grožđa, promatranje biljnog i životinjskog svijeta itd.), odnosno (iii) pasivna psihofizička relaksacija/rekuperacija u prirodnom, ekološki očuvanom okruženju.									
<b>Provedba</b>	Operacionalizacija projekta sastoji se od četiri međusobno povezane faze: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prva faza odnosi se na snimanje interesa postojećih vlasnika (kamenih) kuća prikladne veličine u zaleđu Županije (očuvanih i/ili zapuštenih)</li> <li>• Druga faza podrazumijeva provjeru tržišne održivosti i financijske isplativosti ulaganja u obnovu/opremanje pojedinačnih kuća i/ili cijelih zaselaka</li> <li>• Treća faza projekta odnosi na pripremu neophodne projektne dokumentacije te ishođenje potrebnih dozvola</li> <li>• Četvrta faza odnosi na sam proces revitalizacije.</li> </ul>									
<b>Nositelj</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Šibensko-kninska županija</li> <li>• Gradovi i općine ŠKŽ</li> </ul>			<b>Ostali dionici</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine</li> <li>• Ministarstvo zaštite okoliša i zelene tranzicije</li> <li>• Privatni investitori / turistički poduzetnici</li> <li>• Turistički konzultanti</li> </ul>			
<b>Financiranje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Šibensko-kninska županija (vlastita sredstva i/ili EU fondovi)</li> <li>• Gradovi/općine ŠKŽ (vlastita sredstva i EU fondovi)</li> <li>• Privatni investitori</li> </ul>			<b>Važnost</b>			II. razina važnosti			
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.
	Faza I			Faza II			Faza III i IV			

## Projekt 9

### Analiza mogućnosti i koncept projekta 'Šibensko-kninska županija – svijet vode'

**Cilj** Gradnja imidža Šibensko-kninske županije kao destinacije bogate vodom

**Opis** Iako Zemlja obiluje vodom, samo je oko 2,5 % vode koja se može koristiti za život ljudi, životinja i biljaka. Voda je esencijalni element za život i upravljanje ovim resursom čini ključni aspekt u održivosti društva. Kroz povijest turizma, voda je uvijek činila jedan od glavnih elemenata privlačnosti za putovanja, od terapijskih i zdravstvenih motiva, motiva zabave i rekreacije na plažama, plovidbe morima ili posjeta iznimnim prirodnim atrakcijama vezanim za vodu.

Šibensko-kninska županija obiluje vodom, kako u smislu prirodnog okruženja bogatog vodom mora, rijeka i jezera tako i kad je riječ o pitkoj vodi. U tom smislu, voda predstavlja veliko bogatstvo kao prirodni resurs i kao turistička atrakcija koju

valja isticati. Ima veliki potencijal za privlačenje gostiju i istovremeno ogromnu ulogu za održivost razvoja.

Zbog tako iznimnog bogatstva vodama pokrenut je projekt 'Voda malih divova' s ciljem promocije i zaštite pitke vode. Riječ je o mreži preko pedeset punionica (i javnih česmi) tj. *refill stanica* i pedesetak punionica u restoranima i kafićima na kojima se može besplatno natočiti svježa, pitka voda. Time se potiče smanjenje korištenja plastičnih boca i potiče ekološko i odgovorno ponašanje. Sam naziv projekta proizašao je iz fenomena da se u Šibeniku rađaju djeca velike porođajne težine (tzv. makrosomna djeca) što je prema nekim znanstvenih istraživanjima povezano i s vodom te činjenicom da u ovoj županiji ima velik broj visokih ljudi.

Riječ je o iznimno zanimljivom i vrijednom projektu koji dalje treba razvijati i to u dva osnovna smjera, prema lokalnom stanovništvu s ciljem podizanja svijesti o vrijednosti ovog resursa i prema gostima kojima također treba prenijeti poruku (informirati ih) o kvalitetnoj i dostupnoj vodi za piće. Pozitivni učinci ovog projekta su višestruki, kako u smislu smanjenja plastičnog otpada tako i u gradnji imidža destinacije ukusne pitke vode.

<b>Provedba</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formiranje ekspertne skupine za daljnji rad na projektu</li> <li>Izrada plana / osmišljavanje daljnjih aktivnosti na razvoju projekta</li> <li>Širenje mreže <i>refill stanica</i> i ugostiteljskih objekata uključenih u projekt</li> <li>Podizanje vidljivosti projekta – izrada staklenih boca (jedinственog oblika i dizajna), distribucija/prodaja boca (kafići, restorani, specijalizirane trgovine, suvenirnice), definiranje načina izlaganja, izrada jednoobraznih informativnih ploča za sva mjesta gdje je moguće puniti boce, promocija u destinacijama, promocija kroz sve <i>offline</i> i <i>online</i> kanale</li> <li>Provedba posebnih promotivnih kampanja</li> </ul>										
<b>Nositelj</b>	TZ Šibensko-kninske županije i Šibensko-kninska županija					<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>TZ-ovi gradova i općina</li> <li>Gradovi i općine</li> <li>Ugostitelji</li> <li>Privatni sektor (OPG-ovi, poduzetnici i dr.)</li> </ul>				
<b>Financiranje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Budžet turističkih zajednica</li> <li>Budžet gradova i općina</li> <li>Nacionalni i EU fondovi</li> </ul>					<b>Važnost</b>	I. razina važnosti				
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.	
	Faza I		Faza II				Faza III, IV i V				

## Projekt 10

### Projekt 'Batižele', Šibenik: Regeneracija prostora TEF-a

Poseban projekt

#### Cilj

Urbana regeneracija nekadašnje lokacije bivše tvornice TEF u Šibeniku

#### Opis

Lokacija na obalnom području u blizini povijesne jezgre Šibenika, veličina od 22 ha i čisto vlasništvo zemljišta čine projekt 'Batižele' jedinstvenom razvojnom prilikom grada Šibenika, a i Šibensko-kninske županije. Projekt ima i visok nacionalni značaj.

U postupku valorizacije ovog prostora, grad Šibenik je raspisao međunarodni javni natječaj (s rokom 4.3.2024.) s ciljem odabira investitora za razvoj projekta. Od kvalificiranih kandidata očekuje se da u okviru ponude predaju i masterplan cijelog područja utemeljen na prostorno-planskoj dokumentaciji Grada te obuhvaćajući specifične, a moguće i dodatne sadržaje u okviru mješovite namjene, uključujući stanovanje, ugostiteljsko-turističke sadržaje s hotelima i društvene sadržaje (vrtić, škole, multifunkcionalna dvorana, vatrogasna postaja).

Jedna od sljedećih faza, a odnosi se na arhitektonsko i pejzažno oblikovanje lokacije, ima međutim ogroman potencijal stvaranja mjesta koje će moći pratiti neka od ponajboljih dostignuća hrvatske arhitekture, poput gradske knjižnice Ivana Vitića ili hotelskog kompleksa 'Solaris' Borisa Magaša, a možda i remek-djelo Juraja Dalmatinca, katedralu Sv. Jakova. Sposobnost urbane regeneracije i, specifično, arhitektonskih markera u mijenjanju slike, reputacije i atraktivnosti grada dobro je dokumentirana, a i vrlo dobro iskazana sintagmom 'Bilbao efekt'. Ovo je prilika koja se, posebice u mjerilu projekta 'Batižele', rijetko pruža i koja ne bi smjela biti propuštena. Osiguravajući, pa i uvjetujući kroz (pozvane) natječaje, sudjelovanje vrhunskih arhitekata u projektu 'Batižele', Šibenik, uz sve ostale atraktivnosti, od tvrđava do kanala, može zauzeti poziciju jedinstvenog grada na Jadranu i na Mediteranu. U tom kontekstu, projekt Batižele od primarnog je interesa i za turistički sektor Grada i Županije.

<b>Provedba</b>	Projekt u provedbi, prema hodogramu Batižele d.o.o.										
<b>Nositelj</b>	• Batižele d.o.o./Grad Šibenik					<b>Ostali dionici</b>	• Nacionalna/ županijska/ lokalna razina stručnih i poslovnih subjekata				
	• Lokalna javnost										
<b>Važnost</b>	• I razina važnosti										
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.	

## Projekt 11

### Viseći pješački most Nečven-Trošenj

Poseban projekt

<b>Cilj</b>	Poticaj (turističkog) razvoja zaleđa Županije										
<b>Opis</b>	Viseći pješački most preko kanjona rijeke Krke koji bi povezivao srednjovjekovne tvrđave Nečvem i Trošenj predstavljao bi jedinstvenu turističku atrakciju Šibensko-kninske županije, ali i Hrvatske. Svojom visinom (140 m) i rasponom (462,5 m), most bi se svrstao u sam vrh takvih konstrukcija u Europi i svijetu. S tom razinom turističke atraktivnosti, most može privući posjetitelje u rubne dijelove NP Krka, odnosno na područje srednjeg i gornjeg toka Krke, što ga čini katalizatorom razvoja ne samo općina Kistanje i Promina (koje spaja), već i cijelog unutrašnjeg prostora Županije. To čini realizaciju mosta primarnim interesom turističkog sektora Županije.										
<b>Provedba</b>	Projekt u provedbi, prema hodogramu NP Krka										
<b>Nositelj</b>	• NP Krka					<b>Ostali dionici</b>	• Projekt od županijskog/ lokalnog interesa				
<b>Važnost</b>	• I razina važnosti										

### 8.3. Unapređenje tržišne komunikacije i prodaje

Iako se ne može poreći činjenica da TZ Šibensko-kninske županije i TZ-ovi pojedinih JLS-ova na njenom prostoru, u funkciji nositelja promocije destinacije i komunikacije s tržištem, dobro obavljaju svoj posao, ipak valja istaknuti da ima prostora za dodatna unapređenja, osobito u kontekstu potrebne ciljane diversifikacije postojeće potražnje kako u sferi geografske pripadnosti, tako i na području pojačane demografske/dobne i/ili psihografske segmentacije. Pritom valja naglasiti i činjenicu da će cjelokupnu dosadašnju tržišnu komunikaciju valjati maksimalno usuglasiti s novom razvojnom vizijom, željenim tržišnim pozicioniranjem kao i ključnim ciljevima turističkog razvoja, odnosno turističkom razvojnom koncepcijom.

Uvažavajući dostignuti stupanj turističkog razvoja kako Županije u cjelini, tako i pojedinih njenih JLS-ova, ali i željeni pomak koji bi valjalo učiniti u vremenu koje dolazi, konkretni marketinški ciljevi koje valja ostvariti u nastupajućem razdoblju su:

- repozicioniranje/rebrandiranje cijeloga projektnog područja na turističkom tržištu podjednako interesantnog u različitim dijelovima godine i pojačano privlačenje rastućeg broja ekološki osviještenih potrošačkih segmenata s tržišta posebnih interesa
- pojačana promocija turističkih proizvoda i/ili dijelova Županije ponajviše onih koji su već spremni za tržište ili to mogu biti već u relativno kratkom roku
- uspostavljanje učinkovitih kanala prodaje i distribucije, kako direktno krajnjim potrošačima tako i turističkim posrednicima, kako bi se svi, a posebice novi proizvodi Šibensko-kninske županije u sferi 'specijalnih interesa', što je moguće brže uključili u programe rastućeg broja specijaliziranih turoperatora i/ili putničkih agencija.

Prijedlog konkretnih aktivnosti/projekata u funkciji intenziviranja cjelokupnog spleta komunikacijskih aktivnosti Županije, prikazan je u tablici 8.3.1. Valja, naglasiti da su sve predložene aktivnosti i u funkciji željenog, dugoročno održivog, tržišnog pozicioniranja projektnog područja te da će aktivno doprinosti izgradnji dugoročno poželjnog, prepoznatljivog destinacijskog imidža.

Tablica 8.3.1. Aktivnosti u cilju unapređenja tržišne prepoznatljivosti/poželjnosti

---

1. Izrada operativnog marketinškog plana turizma do 2027.

---

2. Jačanje receptivne uloge turističkih agencija

---

3. Unapređenje sustava informiranja turista kroz infopunktove i *online* aktivnosti

---

4. Osmišljavanje koncepta i uvođenje destinacijske kartice

---

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

**Projekt 1****Izrada operativnog marketinškog plana turizma do 2027. godine**

**Cilj** Pozicionirati Šibensko-kninsku županiju na turističkom tržištu te izgraditi prepoznatljiv brend

**Opis**

Ovim dokumentom postavljen je strateški okvir za razvoj turizma u Šibensko-kninskoj županiji, uključujući koncept brenda, turističke proizvode te prostornu i programsku koncepciju razvoja. Razrada marketinških aktivnosti trebala bi se nadovezati na postavljene koncepte te dalje detaljnije razraditi konkretne operativne aktivnosti koje će biti u funkciji ostvarenja vizije, ciljeva i koncepata definiranih ovom strategijom.

Operativni marketinški plan turizma trebao bi odgovoriti na pitanja marketinga destinacije u skladu s dokumentima na nacionalnoj razini, osigurati povezivanje dionika u razvoju turističkih proizvoda, promociji i prodaji. Sadržajno bi trebao obuhvatiti analitičku, strateški okvir, krovni komunikacijski koncept te razrađene operativne marketinške aktivnosti.

Komunikacijski koncept treba uključiti definiranje identitetskih vrijednosti, razradu brenda i brend arhitekturu dok operativne marketinške aktivnosti podrazumijevaju razradu aktivnosti vezane uz promocijske aktivnosti za predviđeno razdoblje, program potrebnih tržišnih istraživanja, podršku razvoju proizvoda te načine praćenja učinkovitosti planiranih aktivnosti.

<b>Provedba</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Izrada projektnog zadatka</li> <li>Provedba natječaja</li> <li>Izbor izvođača i izrada plana</li> <li>Implementacija plana i praćenje aktivnosti</li> </ul>										
<b>Nositelj</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>TZ Šibensko-kninske županije</li> </ul>					<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sustav turističkih zajednica na području Šibensko-kninske županije</li> </ul>				
<b>Financiranje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Budžet TZ Šibensko-kninske županije</li> </ul>					<b>Važnost</b>	II. razina važnosti				
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.	
	Faza I		Faza II i III			Faza IV					

**Projekt 2****Jačanje receptivne uloge turističkih agencija**

<b>Cilj</b>	Kreiranje i plasiranje složenih turističkih proizvoda									
<b>Opis</b>	<p>Kretanja na turističkom tržištu ukazuju na rast potražnje za turističkim doživljajima koji se temelje na specifičnostima nekog područja, povijesnom naslijeđu i autohtonosti koja se ne može doživjeti ne nekim drugim mjestima. Ti se doživljaji mogu temeljiti na kulturnim atrakcijama, materijalnoj ili nematerijalnoj baštini, prirodnim atrakcijama ili nekim drugim obilježjima iz kojih se mogu stvarati jedinstvena iskustva. Dodatno, ta je iskustva važno oplemeniti i kvalitetno ih ispričati kroz zanimljiv <i>storytelling</i>.</p> <p>U tom smislu, potrebno je poticati ponudu receptivnih agencija na kreiranje ponude temeljene na lokalnim resursima i atrakcijama iz kojih će formirati zanimljive turističke pakete usmjerene prema domaćoj, izletničkoj kao i stacionarnoj potražnji.</p> <p>Naglasak bi trebao biti na 'otkrivanju' kutaka destinacije kroz teme koje mogu potaknuti pažnju turista posebnih interesa i motivirati ih na nove doživljaje, izvan ustaljene ponude posjeta poznatim lokalitetima. Pri formiranju složenih turističkih proizvoda važno je voditi računa o potencijalu i tržišnoj spremnosti pojedinih atrakcija i o potrebama/očekivanjima unaprijed definiranih ciljnih skupina.</p>									
<b>Provedba</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daljnji razvoj složenih turističkih proizvoda ('baza ideja')</li> <li>• Povezivanje i poticanje različitih turističkih posrednika na kreiranje složenih turističkih proizvoda</li> <li>• Organizacija radionica za poslovni segment</li> <li>• Organizacija studijskih putovanja za predstavnike agencija</li> <li>• Pomoć u 'testiranju' novih programa</li> <li>• Definiranje modela financijske pomoći agencijama kroz određeno vrijeme (subvencije za realizirane programe)</li> <li>• Dodatna promocija programa</li> </ul>									
<b>Nositelj</b>	TZ Šibensko-kninske županije			<b>Ostali dionici</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turističke agencije</li> <li>• Ostali dionici u turizmu</li> </ul>			
<b>Financiranje</b>	Budžet TZ Šibensko-kninske županije			<b>Važnost</b>			II. razina važnosti			
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.
	Faza I			Faza II, III, IV, V i VI						

**Projekt 3****Unapređenje sustava informiranja turista kroz infopunktove i online aktivnosti**

<b>Cilj</b>	Poticanje turista na kretanje po destinaciji									
<b>Opis</b>	<p>Glavna funkcija centara za posjetitelje i infopunktova je iskazivanje dobrodošlice i pružanje zanimljivih i preglednih informacija posjetiteljima. One, među ostalima, služe da se goste upozna s vrijednostima destinacije, da ih se potiče na kretanje i istraživanje cijelog prostora. U županiji postoji već niz centra za posjetitelje koji kroz interaktivne edukacijske sadržaje omogućuju posjetiteljima upoznavanje s kulturnim i prirodnim jedinstvenostima. Osim u centrima za posjetitelje gosti mogu informacije</p>									

dobiti i u infopunktovima koji su najčešće smješteni u uredima turističkih zajednica kroz koje se distribuiraju promocijski materijali i informiraju turisti. Ovim projektom treba utvrditi pokrivenost Županije centrima i infopunktovima, njihov međudnos te, po potrebi, optimizirati mrežu kako bi informacije bile jednostavne i lako dostupne turistima na cijelom prostoru.

Uz to, važno je utvrditi i unaprijediti razvoj prikladnog sustava informacija pri čemu se misli da svi mogu pružiti informacije 'o svima'. Na međusobno usuglašen način potrebno je uspostaviti efikasan protok informacija među svim točkama informiranja kako bi se gostima uvijek mogla pružiti što kvalitetnija i ažurna informacija o turističkoj ponudi i time povećala sadržajnost boravka.

<b>Provedba</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uspostava ekspertne skupine za realizaciju projekta</li> <li>• Analiza postojeće i definiranje cjelovite mreže sustava informiranja turista (lokacije, informacije)</li> <li>• Razrada projektne ideje uređenja infopunktova (koncept uređenja, dodatni sadržaji i opremanje)</li> <li>• Razvoj digitalnog sustava destinacijskih/županijskih informacija koji funkcionira po načelu 'svi o svima' i izrada digitalnog vodiča</li> <li>• Analiza potrebe dodatnih osposobljavanja djelatnika te provedba programa</li> <li>• Realizacija i kontrola projekta</li> </ul>										
<b>Nositelj</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TZ Šibensko-kninske županije i Šibensko-kninska županija</li> </ul>			<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TZ-ovi gradova i općina</li> <li>• JLS-ovi (gradovi i općine)</li> </ul>						
<b>Financiranje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sredstva turističkih zajednica i proračun JLS-ova</li> <li>• EU fondovi</li> <li>• Državni proračun</li> </ul>										
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.	
	Faza I i II			Faza III, IV, V i VI							

## Projekt 4

### Osmišljavanje koncepta i uvođenje destinacijske kartice

**Cilj** Potaknuti goste na istraživanje destinacije i povećati potrošnju

**Opis** S obzirom na potrebu prostorno ravnomjernijeg razvoja turizma i intenziviranje turizma u prostoru zaleđa Šibensko-kninske županije jedan od alata kojima bi se poticali gosti na kretanje po destinaciji i otkrivanje novih sadržaja i iskustva je destinacijska kartica.

Koristi od uvođenja destinacijske kartice ostvarivali bi ponuđači proizvoda i usluga kao i gosti kojima bi kroz ovu karticu dobili kvalitetnije informacije i ostvarivali popuste za određene usluge tijekom svog boravka. Konkretno, korisnici kartica bi mogli ostvarivati koristi vezane uz različite elemente ponude u destinaciji koji čine kvalitetu doživljaja, poput:

- Ponude i popusti kod usluga prijevoza
- Posebne ponude i popusti vezane uz turističke atrakcije (npr. prednost ulaska, popusti u određeno vrijeme i sl.)
- Posebne ponude i popusti kod ponuđača usluga i proizvoda (npr. vođene ture, najam bicikala i sl.)
- Posebne ponude i popusti u restoranima i kafićima

<p>- Poklon / promotivni materijali destinacije</p> <p>Vrijednost destinacijske kartice je i u promociji i poticanju održivosti jer se, primjerice, goste može poticati na obilaske onih atrakcija i posjet onim ponuđačima koji paze na 'zelene' standarde, udaljenijim atrakcija koje može da ne bi izazvale pažnju, posjet onim restoranima koji nude neku dodanu vrijednost i/ili specifičnost i slično.</p> <p>Prema iskustvima iz prakse destinacijske kartice distribuiraju se prema unaprijed formiranim kriterijima. Primjerice, svim gostima u određenim smještajnim objektima (uključenim u projekt) koji u destinaciji ostvare jedno ili više noćenja. Kartice nisu prenosive i vrijede tijekom boravka u destinaciji.</p>										
<b>Provedba</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uspostava ekspertne skupine za realizaciju projekta</li> <li>• Istraživanje interesa dionika za uključivanje u projekt</li> <li>• Razrada koncepta destinacijske kartice</li> <li>• Testiranje projekta i izrada kartice</li> <li>• Uvođenje destinacijske kartice i evaluacija uspješnosti</li> <li>• Promocija destinacijske kartice</li> <li>• Kontinuirano unapređenje ponude</li> </ul>									
<b>Nositelj</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TZ Šibensko-kninske županije</li> </ul>			<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotelijeri</li> <li>• Javne ustanove za upravljanje prirodnim i kulturnim atrakcijama</li> <li>• Poduzetnici</li> <li>• Ostali javni i privatni sektor</li> </ul>					
<b>Financiranje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Budžet sustava turističkih zajednica prema određenom modelu</li> </ul>			<b>Važnost</b>	II. razina važnosti					
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.
	Faza I			Faza II i III			Faza IV, V i VI			

## 8.4. Unapređenje upravljanja turističkim razvojem

Generalno gledano, samo relativno malen broj dionika turističkog razvoja Šibensko-kninske županije danas aktivno razmišlja o dinamici i/ili smjerovima poželjnog razvoja turizma na ovom području, pri čemu je veliko pitanje u kojoj su mjeri takva promišljanja ne samo međusobno usklađena, već i javno komunicirana. U takvim okolnostima, većina razvojnih dionika ne zna ni kakva bi njihova uloga u tom procesu trebala biti, niti da li se u njega treba aktivno uključiti.

S druge strane, niska razina saznanja i/ili uključenosti razvojnih dionika u donošenje odluka o bitnim odrednicama poželjnog turističkog razvoja najčešće rezultira nepovjerenjem, a ponekad i svojevrsnim bojkotom predloženih razvojnih aktivnosti. Da bi se takvo stanje izbjeglo, učinkovit i od strane lokalne zajednice podržavan razvoj turizma na cijelom projektnom području, a što je i temeljni preduvjet ostvarenja zacrtane razvojne vizije, u najvećoj mogućoj mjeri valja povezivati sa stvaranjem poticajnoga socijalnog okruženja.

Stvaranje poticajnog razvojnog okruženja, podrazumijeva sljedeće aktivnosti:

- osiguravanje maksimalne transparentnosti u donošenju ključnih razvojnih odluka od interesa za razvoj turizma i/ili društveni standard lokalne populacije
- aktivno uključivanje svih bitnih razvojnih dionika, ali i predstavnika lokalnog stanovništva u donošenje bitnih razvojnih odluka (tzv. 'community based planning')
- provođenje aktivne i kontinuirane edukacije bitnih razvojnih dionika o potrebi društveno odgovornog i dugoročno održivog upravljanja (turističkim) razvojnim procesom kako bi se minimizirali njegovi potencijalno negativni učinci
- provođenje sustavne edukacije bitnih razvojnih dionika o njihovoj ulozi u procesu turističkog razvoja i potrebi aktivnog sudjelovanja u svim njegovim fazama
- stvaranje preduvjeta za ubrzano osposobljavanje potencijalnih malih i srednjih privatnih poduzetnika zainteresiranih za investiranje u turističke projekte o svim potencijalnim rizicima i što činiti kako bi ih se učinkovito minimiziralo (mreža 'one stop shop' savjetodavnih usluga, izdavanje operativnog 'how to' poduzetničkog vodiča, suradnja sa cehovskim udrugama pri HGK i HOK, suradnja s razvojnom agencijom ŠKŽ i sl.)
- osmišljavanje stimulativnih (fiskalnih i/ili parafiskalnih) programa poticanja poduzetništva na lokalnoj razini.

Konačno, konkretni projekti koji bi se na području Šibensko-kninske županije trebali pokrenuti u cilju unapređenja u upravljanju turističkim razvojem iskazani su u tablici 8.4.1.

Tablica 8.4.1. Projekti u funkciji unapređenja u upravljanju turističkim razvojem

1.	Razvoj destinacijskog upravljanja
2.	Jačanje znanja i kompetencija nositelja izvršne vlasti u gradovima/općinama ŠKŽ za potrebe upravljanja destinacijom
3.	Podizanje kapaciteta sustava turističkih zajednica u funkciji provođenja zakona o turizmu
4.	Unapređenje institucionalnih uvjeta za turističko privređivanje
5.	Razvoj programa volontiranja u turizmu
6.	Poticanje primjene 'zelenih' standarda u turizmu
7.	Smanjenje turističke izgrađenosti i ograničavanje apartmanizacije kroz korekcije prostornih planova i regulaciju

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

## Projekt 1 Razvoj destinacijskog upravljanja

<b>Cilj</b>	Uspostavljanje učinkovitog integriranog upravljanja turizmom		
<b>Opis</b>	<p>Glavna pretpostavka za provedbu ove strategije i postavljenih ciljeva razvoja je uspostavljanje integriranog destinacijskog upravljanja. Uz nadležnosti i zadatke turističkih zajednica na području Županije i upravnih tijela nadležnih za turizam u jedinicama lokalnih samouprava nužno je uspostaviti integrirano upravljanje, budući da je realizacija većeg dijela predviđenih aktivnosti moguća jedino uz aktivno uključivanje i djelovanje različitih dionika iz javnog i privatnog sektora. Cjelovite turističke proizvode, koji u konačnici stvaraju ukupni doživljaj turista, efikasno mogu 'isporučiti' zajedno poduzetnici i javni sektor stalnim radom na kvaliteti u domeni svog djelovanja. Istovremeno, važno je stalno pratiti i odnos lokalnog stanovništva prema turistima i osiguravati socijalni aspekt održivosti turizma.</p> <p>Središte destinacijskog upravljanja predstavlja vertikalno i horizontalno povezivanje svih dionika koji sudjeluju u turističkoj aktivnosti, a koja se ostvaruju kroz različita formalna i neformalna partnerstva. Partnerstva mogu biti javno-javnog, privatno-privatnog i javno-privatnog karaktera.</p>		
<b>Provedba</b>	<p>Uspostava organiziranog modela integriranog upravljanja turističkim razvojem podrazumijeva uspostavu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Koordinacijskog tijela za provedbu Strategije turizma Šibensko-kninske županije do 2030. godine kao upravljačkog tijela koje je odgovorno za: <ul style="list-style-type: none"> <li>o pokretanje i koordinaciju rada na planiranim projektima</li> <li>o koordinaciju provođenja aktivnosti javnog sektora i predlaganje aktivnosti prema privatnom sektoru</li> <li>o praćenje realizacije planiranih aktivnosti i otklanjanje eventualnih ograničenja za provedbu</li> <li>o uspostavu sustava pokazatelja i praćenje pokazatelja razvoja turizma</li> <li>o korekciju planiranih aktivnosti, ukoliko se za to pokaže potreba.</li> </ul> </li> </ul> <p>Koordinacijsko tijelo čine gradonačelnici i načelnici JLS-ova i direktori turističkih zajednica, a za potrebe pojedinih aktivnosti na određeno vrijeme mogu se uključiti predstavnici iz javnog i privatnog sektora</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Projektnih timova, koji se uspostavljaju za rad na pojedinim projektima kao privremena stručna tijela. Ovi timovi mogu uključivati i eksperte iz pojedinih područja. Projektni timovi odgovorni su Koordinacijskom tijelu.</li> </ul> <p>Ovako postavljen organizacijski okvir temelji se na načelima projektne organizacije, a za njegovu efikasnost potrebno je osigurati potrebna financijska sredstva za pokretanje i realizaciju projekata kao i za adekvatne i stručne kadrove. Nužan preduvjet je i efikasna i redovita komunikacija članova Koordinacijskog tijela prema unaprijed definiranoj dinamici.</p>		
<b>Nositelj</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koordinacija direktora TZ-ova, gradonačelnika i načelnika u Šibensko-kninskoj županiji</li> </ul>	<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turističko gospodarstvo</li> <li>• Udruženja</li> <li>• Predstavnici civilnog sektora</li> <li>• Privatni sektor</li> </ul>
<b>Financiranje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kadrovsko upotpunjavanje turističkih zajednica (30.000 eura godišnje)</li> </ul>	<b>Važnost</b>	I. razina važnosti

- Programi internog marketinga (5.000 eura godišnje)
- Ekspertna pomoć (10.000 eura godišnje)
- Uspostava baze pokazatelja (5.000 eura godišnje)

Terminski plan	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.
		Faza I			Faza II					

## Projekt 2

### Jačanje znanja i kompetencija nositelja izvršne vlasti u gradovima/općinama za potrebe učinkovitog upravljanja destinacijom

**Cilj** Smanjivanje štetnih utjecaja na prostor kroz donošenje promišljenih, racionalnih i dugoročno održivih odluka

**Opis** Uspješna implementacija preporuka i/ili zaključaka ovog dokumenta ovisit će ponajviše o mjeri u kojoj će svi nositelji izvršne vlasti na području Šibensko-kninske županije, u suradnji s županijskim i gradskim/općinskim turističkim zajednicama biti u stanju ukazati na greške u dosadašnjem turističkom razvoju, zagovarati nužne promjene, osobito pri planiranju nove turističke gradnje te, na toj osnovi, motivirati lokalne poduzetnike, osobito u sferi obiteljskog smještaja, na drukčiji pristup u korištenju raspoloživog razvojnog prostora. To bi trebao predstavljati ključni korak kako u sprječavanju sve prisutnije zloporabe javnog dobra, tako i osiguravanju više razine komunalne uređenosti, uključujući i smanjivanje tzv. 'vizualne polucije'. Drugim riječima, budući turistički razvoj cijelog projektnog područja bit će najuže koreliran s uspostavom jakog i odgovornog projektnog vodstva, odnosno inauguriranja uskog tima posvećenih profesionalaca, kako na županijskoj, tako i na gradskoj/općinskoj razini. Radi se o osobama koje čvrsto vjeruju u mogućnost dubokih strukturnih promjena u dosad prevladavajućem načinu promišljanja i upravljanja turističkim razvojem te su se za takve promjene spremne boriti svim dopuštenim zakonskim rješenjima. Riječ je, nadalje, o osobama koje će, na dnevnoj osnovi, biti u stanju suprotstavljati se sve brojnijim i sve kreativnijim 'domišljanjima' u korištenju turistički atraktivnog prostora, te koji će, na taj način, postupno uspostavljati međusobno povjerenje svih relevantnih dionika turističkog razvoja. Uspostava jakoga i odgovornoga projektnog vodstva podrazumijeva sustavnu, periodičnu, posebno kreiranu, obvezujuću edukaciju za sve nositelje izvršne vlasti na županijskoj i gradskoj/općinskoj razini, ponajviše u cilju stjecanja potrebnih znanja/saznanja, ne samo o problematici dugoročno održivoga turističkog razvoja, temeljenog na tradicijskom graditeljskom izričaju, već i znanja/saznanja o teoriji eksternalija, poglavito u kontekstu sve većih problema u upravljanju/kapacitiranju vitalnih sustava javne komunalne infrastrukture. Konačno, iako je riječ o prilično hrabroj pretpostavci, samo će educirani i posvećeni nositelji izvršne vlasti na županijskoj i gradskoj/općinskoj razini biti u stanju poduzimati potrebne aktivnosti u cilju ne samo: (i) sprječavanja sve brojnijih i učestalijih štetnih učinaka nedovoljno promišljenog i/ili investitorima pogodovanog razvoja, već i (ii) zaustavljanja projekata turističkog razvoja koji zanemaruju interese većine (lokalnih žitelja) jer su u suprotnosti ne samo s konceptom dugoročno održivog razvoja, već i sa dobrim ukusom i građanskim svjetonazorom.

**Provedba** Operacionalizacija projekta podrazumijeva definiranje i/ili periodično rafiniranje programskih područja potrebne/poželjne dodatne edukacije nosioca izvršne

<p>vlasti na području svih jedinica lokalne samouprave, pri čemu u ove programe valja uključivati osobito novoizabrane gradonačelnike/načelnike i njihove najbliže suradnika. Isto tako, uključivanje u edukacijske programe valjalo bi osigurati i za odgovorne osobe iz najvažnijih javnih poduzeća na području Šibensko-kninske županije.</p> <p>Za potrebe izvođenja definiranih područja dodatne, kontinuirane edukacije valjalo bi, na godišnjoj razini, izrađivati liste potencijalnih pružatelja edukacijskih usluga te osigurati potrebna financijska sredstva.</p>										
<b>Nositelj</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Šibensko-kninska županija</li> <li>• Gradovi i općine ŠKŽ</li> </ul>	<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gospodarska komora ŠKŽ</li> <li>• TZ Šibensko-kninske županije</li> <li>• TZ-ovi gradova/općina ŠKŽ</li> <li>• Razvojna agencija ŠKŽ</li> <li>• Pružatelji edukacijskih usluga</li> </ul>							
<b>Financiranje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Šibensko-kninska županija (vlastita sredstva)</li> <li>• Gradovi/općine ŠKŽ (vlastita sredstva)</li> </ul>	<b>Važnost</b>	II. razina važnosti							
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.
	Kontinuirano									

### Projekt 3

#### Podizanje kapaciteta sustava turističkih zajednica u funkciji provođenja Zakona o turizmu

<b>Cilj</b>	Osiguranje spremnosti sustava TZ-a Šibensko-kninske županije za izvršavanje zadaća prema novom Zakonu o turizmu
<b>Opis</b>	<p>Novi Zakon o turizmu (NN 156/2023) s predstojećim Pravilnicima donosi niz značajnih promjena u upravljanju turizmom. Između ostaloga, Zakon nalaže:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Uspostavu Sustava praćenja pokazatelja održivosti s 15 grupa obveznih i specifičnih pokazatelja održivosti destinacije prikupljenih iz većeg broja različitih izvora;</li> <li>– Uspostavu Integriranog informacijskog sustava turizma koji objedinjuje prikupljene podatke;</li> <li>– Izračun prihvatnog kapaciteta destinacije;</li> <li>– Izradu Plana upravljanja destinacijom;</li> </ul> <p>Ove su zadaće delegirane sustavu turističkih zajednica. Dodatno, turističke zajednice također su odgovorne za koordinaciju dionika i integrirano upravljanje destinacijom, za upravljanje turističkim tokovima, za predlaganje jedinicama samouprave mjere razvoja turizma i smanjenja preopterećenosti uslijed turizma. Zakon uvodi i nacionalnu/regionalnu koordinaciju predsjednika turističkih zajednica kako bi se osigurala suradnja turističkih zajednica.</p> <p>Nove zakonske zadaće te viša razina odgovornosti sustava turističkih zajednica podrazumijeva podizanje razine njihovih kapaciteta. Ovim se projektom uspostavlja proces pripreme i prilagodbe sustava turističkih zajednica Šibensko-kninske županije za izvršavanje budućih zakonskih obveza i to u odnosu na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Podizanje razine znanja i razumijevanja metodologija izrade Zakonom predviđenih dokumenata i planova, uz znanja o provođenju istraživanja, interpretaciji podataka i implementaciji rezultata;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Uspostavu partnerstva radi racionalizacije radnih i financijskih resursa u dijeljenju poslova, npr. prikupljanja podataka, provođenja istraživanja, obrade i interpretacije nalaza, itd.;</li> <li>– Dimenzioniranje kadrovskih potreba, na razini pojedinih TZ-ova i županijskog sustava u cjelini;</li> <li>– Planiranje financijskih potreba 'inoviranog' sustava turističkih zajednica;</li> </ul> <p>Projekt podrazumijeva zajednički rad turističkih zajednica Županije te komunikaciju s jedinicama regionalne/lokalne samouprave i dionicima u turizmu.</p>									
<b>Provedba</b>	<p>Provedbeni koraci projekta uključuju sljedeće faze:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prva faza: uspostava razvojnog tima, upoznavanje i razumijevanje novih zakonskih obveza turističkih zajednica, identificiranje izazova/slabih točaka postojećeg sustava TZ-a, definiranje potreba</li> <li>• Druga faza: organizacija edukacija, osmišljavanje koordinacije/partnerskih odnosa, konceptualizacija procesa rada sukladno zakonskim obvezama, dimenzioniranje kadrovskih i financijskih potreba</li> <li>• Treća faza: rad 'inoviranog' sustava, kontinuirani monitoring</li> </ul>									
<b>Nositelj</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TZ Šibensko-kninske županije</li> </ul>			<b>Ostali dionici</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Šibensko-kninska županija</li> <li>• TZ Gradova i Općina</li> <li>• JLS</li> </ul>			
<b>Financiranje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustav TZ-a (vlastita sredstva)</li> <li>• JLS i Županija (vlastita sredstva)</li> </ul>			<b>Važnost</b>			I razina važnosti			
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.
	Faza I			Faza II i III			Faza III (kontinuirano)			

## Projekt 4

### Unapređenje institucionalnih uvjeta za turističko privređivanje

<b>Cilj</b>	<p>Proaktivnom fiskalnom i/ili financijskom politikom, stvoriti pretpostavke za cjelogodišnje poslovanje velikog broja različitih ponuđača turističkih usluga, osobito u sferi mikro, malih i srednjih poduzetnika u sferi ponude hrane i pića, specijaliziranih usluga (škole ronjenja, škole jedrenja, škole <i>wind-surfinga</i>, škole slobodnog penjanja i sl.), odnosno turističkog posredovanja (ponuda 'po mjeri krojenih' složenih turističkih proizvoda za različite potrošačke segmente i/ili individualne korisnike).</p>
<b>Opis</b>	<p>Turistička aktivnost na cijelom teritoriju Šibensko-kninske županije još je uvijek izrazito sezonskog karaktera, dobrim dijelom i uslijed nedovoljne širine/dubine turističkog lanca vrijednosti, osobito izvan glavne ljetne sezone. U tom smislu potrebno je pojačati interes mikro, malih i srednjih poduzetnika za poslovanjem tijekom većeg dijela godine.</p> <p>Produljivanje broja dana poslovanja mikro, malih i srednjih poduzetnika, a time i veći turistički interes za dolaskom/boravkom na prostoru Županije izvan glavne ljetne sezone, podrazumijeva uvođenje prikladnih instrumenata fiskalne i/ili financijske stimulacije/destimulacije (visina komunalne naknade, visina spomeničke rente/m<sup>2</sup>, cijena korištenja javnog prostora na kojoj se nalazi terasa, sufinanciranje režijskih troškova, sufinanciranje troškova zaposlenih i sl.).</p> <p>Konačno, sustav fiskalne i/ili financijske stimulacije/destimulacije trebalo bi koristiti i u cilju privlačenja inovativnih, a nedostajućih, sadržaja uslužne ponude koji mogu značajnije produljiti sezonu (primjerice: boutique hoteli, B&amp;B</p>

	pansioni, pučki restorani, zabavni/tematski parkovi, ekoparkovi, adrenalinski parkovi i sl.).										
<b>Provedba</b>	<p>Provedba projekta podrazumijeva usku suradnju na svim razinama lokalne samouprave (Županija, gradovi i općine), uz aktivnu suradnju županijske gospodarske komore i TZ Šibensko-kninske županije i TZ gradova i općina na području Županije. U prvoj fazi trebalo bi poraditi na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• definiranju vrsta usluga/servisa koji će se financijski/fiskalno stimulirati</li> <li>• definiranju najprikladnijeg načina poticanja produljenog poslovanja</li> <li>• definiranju potrebne visine financijskog i/ili fiskalnog poticaja na godišnjoj razini, odnosno,</li> <li>• osiguranju potrebnih sredstava iz odgovarajućih izvora.</li> </ul> <p>S obzirom da će se potrebna sredstva osiguravati na godišnjem principu, potrebno je osigurati i monitoring cijelog procesa u cilju provjere njegove učinkovitosti te, u drugoj fazi, osigurati njegovu preciznu razradu tijekom vremena.</p>										
<b>Nositelj</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Šibensko-kninska županija</li> <li>• Gradovi i općine ŠKŽ</li> </ul>					<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gospodarska komora ŠKŽ</li> <li>• TZ Šibensko-kninske županije</li> <li>• TZ gradova/općina ŠKŽ</li> <li>• Turistički poduzetnici</li> <li>• Turistički konzultanti</li> </ul>				
<b>Financiranje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Šibensko-kninska županija (vlastita sredstva i/ili EU fondovi)</li> <li>• Gradovi/općine ŠKŽ (vlastita sredstva i EU fondovi)</li> </ul>					<b>Važnost</b>	II razina važnosti				
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.	
	Faza I – priprema			Faza II – provedba							

## Projekt 5

### Razvoj programa volontiranja u turizmu

<b>Cilj</b>	Razvoj novih turističkih programa i jačanje imidža inovativne destinacije
<b>Opis</b>	<p>Volonterski turizam podrazumijeva pomaganje lokalnoj zajednici u turističkoj destinaciji, humanitarni rad vezan uz očuvanje kulturne baštine, prirodnog i životinjskog svijeta. Riječ je turističkom segmentu koji želi 'činiti nešto dobro' te kroz aktivno sudjelovanje u smislenim aktivnosti upoznati nove destinacije, ljude, kulturu, prirodu. Sami motivi koji pokreću turiste mogu biti različiti - od želje za pomaganjem lokalnoj zajednici, do profesionalnih razloga, boljeg upoznavanja različitih kultura, avanturizma i drugih. Iako volontiranje ima dugu povijest, spajanje volontiranja i turizma relativno je novi oblik turističke ponude za kojim tržište pokazuje sve veće zanimanje. Često se pojmovno povezuje s ekoturizmom, alternativnim turizmom, odgovornim turizmom i sl.</p> <p>Zanimljive programe volontiranja u Šibensko-kninskoj županiji nude Nacionalni park Krka i Nacionalni park Kornati. Programi se odnose na aktivnosti vezane za zaštitu prirode, brigu oko životinja, edukaciju i sl. Osim volontiranja u nacionalnim parkovima moguće je razvijati i nuditi programe volontiranja za rad na OPG-ovima, u maslinicima, vinogradima, uzgajalištima školjaka i dr.</p>

Primjerice, jedna od zanimljivih tema je je vještina gradnje suhozida kao očuvanja baštine. Generalno je za razvoj takvih programa potrebno istražiti mogućnosti i interes dionika iz javnog i privatnog sektora koji mogu nuditi takve programe.

Ciljne segmente za volonterski turizam čine djeca školske dobe i studenti, ali i sve druge dobne skupine pri čemu valja naglasiti kako cijene volonterskih turističkih aranžmana mogu na tržištu postići visoku cijenu posebno zbog sve veće potrebe odmicanja od masovnog turizma i gužvi. Turisti volonteri mogu sudjelovati u aktivnostima rekonstrukcija ili gradnja koji ne sudjeluju neke posebne vještine, čišćenja okoliša, volontirati u organizaciji manifestacija, sudjelovati u ekološkim objektima, brizi oko životinja (što je posebno zanimljivo u Šibensko-kninskoj županiji, npr. Sokolarski centar), različitim istraživanjima i edukacijama.

S obzirom na jedinstvena prirodna obilježja Županije i značaj prirodnih ljepota i kulturno nasljeđe, za turistički razvoj je potrebno dodatno promovirati programe volontiranja, posebno kroz *online* aktivnosti, odnosno, društvene medije.

<b>Provedba</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Istražiti postojeće programe volontiranja i interes tržišta</li> <li>Istražiti interes školske populacije za programima volontiranja (edukacijski programi)</li> <li>Istražiti mogućnosti novih programa volontiranja</li> <li>U suradnji s dionicima definirati potrebu i načine intenzivnije promocije volonterskih programa</li> <li>Istražiti interes turističkih agencija za ponudu programa te izraditi model poticaja za uvođenje na tržište</li> <li>Intenziviranje promocije volonterskih programa i gradnja imidža Šibensko-kninske županije kao destinacije zanimljivih volonterskih aktivnosti</li> </ul>									
<b>Nositelj</b>	TZ Šibensko-kninske županije			<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>NP Krka</li> <li>NP Kornati</li> <li>Sokolarski centar</li> <li>Javna ustanova Priroda</li> <li>Kulturne ustanove</li> <li>Obrazovne institucije</li> <li>Privatni sektor / OPG-ovi, poduzetnici</li> <li>Udruge</li> </ul>					
<b>Financiranje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Budžet TZ Šibensko-kninske županije</li> <li>EU fondovi</li> </ul>			<b>Važnost</b>	III. razina važnosti					
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.
	Faze I, II i III				Faze IV, V i VI					

## Projekt 6

### Poticanje primjene 'zelenih' standarda u turizmu

**Cilj** Zaštita okoliša Šibensko-kninske županije

**Opis** Kriza okoliša kojoj svjedočimo ubrzava promjene društvenih vrijednosti, stavova i ponašanja kupaca. Istraživanja ukazuju da većinu turista danas zanimaju održiviji načini putovanja, uključujući okolišno odgovoran smještaj, prijevoz i lokalno proizvedena hrana. Istraživanja također ukazuju da većina turista smatra zaštitu okoliša sferom odgovornosti ponuđača turističkih usluga.

Turistički sektor prilagođava se nastalim uvjetima ulažući u mjere zaštite okoliša. Razvijeni su tzv. GSTC<sup>21</sup> kriteriji za hotele, turoperatore i destinacije kao javno dostupan, međunarodno prihvaćen set područja održivosti na temelju kojih jesu/mogu biti razrađeni različiti sustavi certificiranja. Oni su podloga nekih međunarodno naj-prepoznatljivih 'zelenih' certifikata kao npr. 'EU Ecolabel', 'Green Key', 'Green Globe' ili 'Green Destination', odnosno 'zelenih' programa koje samostalno razvijaju neke hotelske kompanije, uključujući npr. hrvatski 'Valamar' ili 'Udrugu obiteljskih i malih hotela'. Postoje i brojne druge 'eko' certifikacijske sheme u turizmu, pri čemu je dio uspostavljen i od strane lokalnih samouprava i/ili turističkih zajednica, npr. Eco Domus u Istri namijenjen certificiranju smještaja u domaćinstvu. Područja zaštite okoliša obuhvaćena ovim različitim programima i certifikatima uključuju prije svega zaštitu klime, upravljanje otpadom, štednju vode i energije, eliminaciju jednokratne plastike i odgovornu potrošnju.

Ovim se projektom potiče primjena 'zelenih' standarda u turističkom sektoru Šibensko-kninske županije kroz tri temeljna pravca:

- Senzibiliziranje dionika turističkog sektora na područja i mjere ekološki odgovorne prakse, kroz promociju i edukacijske aktivnosti;
- Poticanje dionika turističkog sektora na priključivanje nekoj od raspoloživih certifikacijskih shema, kroz edukaciju, facilitiranje eventualno potrebne prilagodbe, sufinanciranje troškova certificiranja i sl.;
- Dodatnu promociju svih 'eko' odgovornih ponuđača i inicijativa, kroz raspoloživa sredstva promocije na turističkom tržištu.

Projekt se u određenoj mjeri naslanja na prethodno opisan projekt 'Upravljanje kvalitetom obiteljskog smještaja kroz profiliranje objekata' u kojem se kao jedan od profila predlaže 'zeleni' obiteljski smještaj.

<b>Provedba</b>	Provedbeni koraci projekta uključuju sljedeće faze: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prva faza: uspostava razvojnog tima, senzibiliziranje dionika (identifikacija dionika, izrada edukacijskih materijala, planiranje, promoviranje i održavanje aktivnosti)</li> <li>• Druga faza: Razrada i priprema mjera pomoći u certificiranju dionika</li> <li>• Treća faza: Poticanje dionika na certificiranje, planiranje i promoviranje svih 'eko' odgovornih inicijativa (kontinuirano)</li> </ul>										
<b>Nositelj</b>	• TZ Šibensko-kninske županije			<b>Ostali dionici</b>	• Šibensko-kninska županija • TZ Gradova i Općina • JLS • Eko udruge						
<b>Financiranje</b>	• Sustav TZ-a (vlastita sredstva) • JLS i Županija (vlastita sredstva)			<b>Važnost</b>	I razina važnosti						
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.	
	Faze I i II			Faza III (kontinuirano)							

## Projekt 7

### Ograničavanje apartmanizacije kroz korekcije prostornih planova i regulaciju

**Cilj** Smanjenje pritiska turizma na prostor i destinacijske sustave te pomak ka održivom razvoju turizma

<sup>21</sup> GSTC - Global Sustainable Tourism Council

<b>Opis</b>	<p>Pritisak komercijalnih turističkih smještajnih kapaciteta na obalni prostor Šibensko-kninske županije vrlo je visok, uglavnom premašujući granicu iznad koje turizam postaje snažan faktor nepoželjne transformacije mjesta, dok se pritisak vidno pojačava i u dijelovima unutrašnjosti. Novi Zakon o turizmu (NN 156/2023) međutim donosi neke nove 'alate' u suprotstavljanju apartmanizaciji i općenito prekomjernom turizmu. Između ostaloga, Zakon obavezuje jedinice lokalne samouprave na izračun prihvatnog kapaciteta destinacije te im daje ovlasti da, u skladu s Planom upravljanja destinacijom i s prostornim planovima, donesu odluku o vrsti i broju (a time i o smanjenju) kapaciteta. Pri tome je sustav turističkih zajednica dobio operativne obveze i ovlasti u procesu upravljanja turizmom.</p> <p>U tom kontekstu, ovim se projektom potiču sljedeće komplementarne inicijative:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Ispitivanje mogućnosti smanjenja turističke izgrađenosti predviđene u županijskim/gradskim/općinskim prostornim planovima kroz, primjerice, usklađivanje moguće izgradnje stambenog fonda s demografskim projekcijama; povećanje minimalne građevne čestice i smanjenje broja dozvoljenih stambenih jedinica; preispitivanje potrebe zadržavanja planiranih T-zona i u njima predviđenog broja kreveta;</li> <li>– Ispitivanje mogućnosti fiskalnog destimuliranja izgradnje u okviru nadležnosti gradova i općina, uključujući primjerice povećanje komunalne naknade i doprinosa za pojedine zone nove izgradnje; diferencijaciju poreznih obveza stvarnih domaćina i poduzetnika-rentijera;</li> <li>– Ispitivanje mogućnosti i propisivanje različitih oblika ograničavanja najma u obiteljskom smještaju u višestambenim zgradama kroz primjerice propisivanje maksimalnog broja dana dopuštenog iznajmljivanja, propisivanje suglasnosti susjeda, zabrane najma u određenim dijelovima grada i dr.; ispitivanje mogućnosti i poticanje stanovnika na 'ne-iznajmljivane', odnosno na stanovanje u povijesnim jezgrama kroz financijsku ili organizacijsku pomoć za kvalitetnije uvjete stanovanja i života, i sl.</li> </ul>									
<b>Provedba</b>	<p>Provedbeni koraci projekta uključuju sljedeće aktivnosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prva faza: uspostava projektnog tima, analiza stanja, upoznavanje i razumijevanje novih zakonskih mogućnosti/obveza lokalne samouprave, identifikacija mogućih korektivnih mjera</li> <li>• Druga faza: Proces izmjena i dopuna prostorno-planske dokumentacije, proces prilagođavanja regulative</li> </ul>									
<b>Nositelj</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jedinice lokalne samouprave</li> <li>• TZ Šibensko-kninske županije</li> </ul>	<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Šibensko-kninska županija</li> <li>• TZ Gradova i Općina</li> <li>• JLS</li> <li>• Zavod/uredi za prostorno planiranje</li> </ul>							
<b>Financiranje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustav TZ-a (vlastita sredstva)</li> <li>• JLS i Županija (vlastita sredstva)</li> </ul>	<b>Važnost</b>	I razina važnosti							
<b>Terminski plan</b>	2025.	2026.	2027.	2028.	2029.	2030.	2031.	2032.	2033.	2034.
	Faza I		Faze I i II			Faza II				

## 9. PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM I PRAĆENJE PROVEDBE

Sva prethodno sagledana područja i projekti uvelike će ovisiti o raspoloživosti i kvaliteti ljudskog potencijala. Sve brže i intenzivnije promjene u tržišno-poslovnom okruženju i razvoj novih tehnologija zahtijevaju kontinuirano učenje i stjecanje novih znanja i to, kako u sferi dnevno-operativnog poslovanja, tako osobito i u sferi upravljanja razvojnim procesima bilo da je riječ o privatnom ili javnom sektoru.

Podizanje kvalitete ljudskog kapitala predstavlja dugotrajan proces koji se može poticati, ali koji se ne može uvjetovati jednostranim odlukama nositelja izvršne vlasti na području Šibensko-kninske županije. Isto tako, osim ulaska u reformu obrazovnog sustava Republike Hrvatske, riječ je o procesu za čiji je uspjeh potrebna ne samo uspostava učinkovite suradnje s etabliranim obrazovnim institucijama nacionalne/međunarodne prepoznatljivosti/kvalitete, već i povremeno angažiranje konzultanata.

Brzina i efikasnost podizanja kvalitete ljudskog potencijala na području Šibensko-kninske županije u vremenu koje dolazi ovisit će ponajviše o pokretanju aktivnosti kao što su:

- povezivanje s vodećim hrvatskim obrazovnim centrima izvrsnosti (različiti programi strukovnog doobrazovanja i/ili cjeloživotnog učenja)
- osiguranje stručne prakse i/ili profesionalnog usavršavanja perspektivnog kadra u vodećim gospodarskim subjektima Hrvatske/inozemstva
- provođenje sustavne i kontinuirane edukacije zainteresiranih postojećih i/ili budućih poduzetnika, ali i djelatnika javnih institucija grada o različitim mogućnostima EU financiranja
- povećanje menadžerskih znanja i vještina za potrebe efikasnog upravljanja turističkim razvojem u skladu s najboljom svjetskom praksom.

Kvalitetno upravljanje razvojem turizma u Šibensko-kninskoj županiji podrazumijeva uspostavu dugoročne suradnje svih dionika, slaganje oko ciljeva i projekta koji su predviđeni strategijom. To znači kontinuiran rad na povjerenju i stvaranje partnerskih odnosa kako bi se ostvarili ciljevi i vizija koja je definirana i usuglašena ovom strategijom.

Za održivost razvoja turizma važno je uspostaviti sustav pokazatelja održivosti destinacije koji su Zakonom o turizmu, u čl. 14, definirani kao alati za praćenje održivosti i informirano upravljanje razvojem turizma kojima se mjere utjecaji turizma na gospodarske, društvene i okolišne prostorne aspekte održivosti destinacije:

- zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom
- zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom
- pristupačnost destinacije
- sigurnost destinacije
- održivo upravljanje destinacijom
- upravljanje vodnim resursima
- gospodarenje otpadnim vodama
- gospodarenje otpadom
- zaštita bioraznolikosti
- održivo upravljanje energijom
- ublažavanje i prilagodba klimatskih promjena
- održivo upravljanje prostorom

- turistički promet
- turistička infrastruktura
- poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu.

Popis obveznih i specifičnih pokazatelja za praćenje održivosti, izvor i evidentiranje podataka koji su potrebni za izračun pokazatelja, rokove, kao i način praćenja održivosti, propisuje ministar pravilnikom iz članka 13. stavka 4. nacrtu Zakona o turizmu.

## PRILOZI

## I. Tablični prilog uz poglavlje 2.

Tablica 1. Stanovništvo Šibensko-kninske županije po dobnim skupinama 2021. godine

Gradovi / općine	Ukupno	0 - 14		15 - 64		65 i više	
		ukupno	%	ukupno	%	ukupno	%
Općina Pirovac	1.934	261	13,5	1.120	57,9	553	28,6
Općina Tisno	2.908	355	12,2	1.632	56,1	921	31,7
Općina Murter-Kornati	1.606	166	10,3	915	57,0	525	32,7
Općina Tribunj	1.594	236	14,8	889	55,8	469	29,4
Grad Vodice	8.649	1.147	13,3	5.086	58,8	2.416	27,9
Grad Šibenik	42.599	5.667	13,3	25.963	60,9	10.969	25,7
Općina Bilice	2.546	404	15,9	1.518	59,6	624	24,5
Grad Skradin	3.349	336	10,0	1.971	58,9	1.042	31,1
Općina Primošten	2.627	328	12,5	1.528	58,2	771	29,3
Općina Rogoznica	2.106	219	10,4	1.152	54,7	735	34,9
OBALA UKUPNO	69.918	9.119	13,0	41.774	59,7	19.025	27,2
Općina Unešić	1.269	117	9,2	651	51,3	501	39,5
Općina Ružić	1.283	171	13,3	723	56,4	389	30,3
Grad Drniš	6.276	754	12,0	3.909	62,3	1.613	25,7
Općina Promina	943	90	9,5	461	48,9	392	41,6
Općina Kistanje	2.650	336	12,7	1.459	55,1	855	32,3
Općina Ervenik	789	46	5,8	391	49,6	352	44,6
Grad Knin	11.633	1.537	13,2	7.577	65,1	2.519	21,7
Općina Biskupija	1.177	81	6,9	541	46,0	555	47,2
Općina Kijevo	272	12	4,4	149	54,8	111	40,8
Općina Cijljane	171	16	9,4	67	39,2	88	51,5
ZALEĐE UKUPNO	26.463	3.160	11,9	15.928	60,2	7.375	27,9
ŠIBENSKO-KNINSKA ŽUPANIJA	96.381	12.279	12,7	57.702	59,9	26.400	27,4
HRVATSKA	3.871.833	552.416	14,3	2.450.178	63,3	869.239	22,5

Izvor: DZS

Tablica 2. Obrazovna struktura stanovništva Šibensko-kninske županije 2021. godine

Gradovi / općine	Ukupno stanovnika	Stariji od 15 godina		Bez škole, nezavršena osnovna škola i nepoznato		Osnovna škola		Srednja škola		Visoko obrazovanje	
		ukupno	%	ukupno	%	ukupno	%	ukupno	%	ukupno	%
Općina Pirovac	1.934	1.673	86,5	60	3,6	228	13,6	1.000	59,8	385	23,0
Općina Tisno	2.908	2.553	87,8	158	6,2	344	13,5	1.537	60,2	514	20,1
Općina Murter-Kornati	1.606	1.440	89,7	65	4,5	225	15,6	909	63,1	241	16,7
Općina Tribunj	1.594	1.358	85,2	75	5,5	236	17,4	789	58,1	258	19,0
Grad Vodice	8.649	7.502	86,7	261	3,5	1.019	13,6	4.603	61,4	1.619	21,6
Grad Šibenik	42.599	36.932	86,7	1.497	4,1	4.275	11,6	21.662	58,7	9.498	25,7
Općina Bilice	2.546	2.142	84,1	109	5,1	267	12,5	1.383	64,6	383	17,9

Grad Skradin	3.349	3.013	90,0	461	15,3	662	22,0	1.588	52,7	302	10,0
Općina Primošten	2.627	2.299	87,5	71	3,1	314	13,7	1.468	63,9	446	19,4
Općina Rogoznica	2.106	1.887	89,6	90	4,8	313	16,6	1.122	59,5	362	19,2
OBALA UKUPNO	69.918	60.799	87,0	2.847	4,7	7.883	13,0	36.061	59,3	14.008	23,0
Općina Unešić	1.269	1.152	90,8	218	18,9	279	24,2	545	47,3	110	9,5
Općina Ružić	1.283	1.112	86,7	107	9,6	305	27,4	631	56,7	69	6,2
Grad Drniš	6.276	5.522	88,0	300	5,4	809	14,7	3.421	62,0	992	18,0
Općina Promina	943	853	90,5	108	12,7	162	19,0	464	54,4	119	14,0
Općina Kistanje	2.650	2.314	87,3	273	11,8	825	35,7	1.011	43,7	205	8,9
Općina Ervenik	789	743	94,2	88	11,8	191	25,7	365	49,1	99	13,3
Grad Knin	11.633	10.096	86,8	428	4,2	1.804	17,9	6.278	62,2	1.586	15,7
Općina Biskupija	1.177	1.096	93,1	161	14,7	238	21,7	587	53,6	110	10,0
Općina Kijevo	272	260	95,6	39	15,0	55	21,2	143	55,0	23	8,8
Općina Civoljane	171	155	90,6	57	36,8	32	20,6	57	36,8	9	5,8
ZALEĐE UKUPNO	26.463	23.303	88,1	1.779	7,6	4.700	20,2	13.502	57,9	3.322	14,3
ŠIBENSKO-KNINSKA ŽUPANIJA	96.381	84.102	87,3	4.626	5,5	12.583	15,0	49.563	58,9	17.330	20,6
HRVATSKA	3.871.833	3.319.417	85,7	100.369	3,0	576.892	17,4	1.843.303	55,5	798.853	24,1

Izvor: Državni zavod za statistiku

## II. Tablični prilog uz poglavlje 3.

Tablica 1. Broj kreveta prema vrstama kapaciteta i prema jedinicama lokalnih samouprava (JLS), 2023. godina

JLS / Smještajni kapaciteti	Hotel	%	Kamp	%	Objekti na OPG-u	%	Objekti u domaćinstv u	%	Kamp u domaćinstv	%	Apartment	%	Sobe za iznajmljivan	%	Kuća za odmor	%	Hostel	%	Ostalo	%
Šibenik	4.430	51,0	4.032	27,2	18	6,4	10.982	21,5	750	35,9	323	12,0	66	4,1	97	12,6	850	80,6	0	0,0
Vodice	2.241	25,8	555	3,7	10	3,5	11.759	23,0	249	11,9	683	25,4	741	45,9	150	19,6	0	0,0	0	0,0
Tisno	722	8,3	4.671	31,5	30	10,6	4.704	9,2	418	20,0	199	7,4	153	9,5	67	8,7	30	2,8	0	0,0
Rogoznica	162	1,9	0	0,0	0	0,0	8.561	16,8	0	0,0	567	21,1	8	0,5	171	22,3	0	0,0	92	31,3
Primošten	824	9,5	3.180	21,4	56	19,8	5.277	10,3	100	4,8	279	10,4	40	2,5	122	15,9	0	0,0	0	0,0
Murter- Kornati	24	0,3	1.230	8,3	64	22,6	3.030	5,9	243	11,6	317	11,8	369	22,9	86	11,2	0	0,0	103	35,0
Pirovac	142	1,6	1.035	7,0	0	0,0	2.335	4,6	237	11,4	57	2,1	30	1,9	8	1,0	0	0,0	76	25,9
Tribunj	34	0,4	0	0,0	0	0,0	2.352	4,6	9	0,4	154	5,7	82	5,1	36	4,7	0	0,0	0	0,0
Skradin	74	0,9	126	0,8	12	4,2	505	1,0	63	3,0	57	2,1	88	5,5	6	0,8	42	4,0	0	0,0
Bilice	0	0,0	0	0,0	0	0,0	650	1,3	19	0,9	36	1,3	0	0,0	10	1,3	0	0,0	6	2,0
Drniš	29	0,3	0	0,0	58	20,5	422	0,8	0	0,0	6	0,2	21	1,3	14	1,8	20	1,9	0	0,0
Knin	0	0,0	0	0,0	0	0,0	112	0,2	0	0,0	10	0,4	8	0,5	0	0,0	78	7,4	17	5,8
Promina	0	0,0	0	0,0	22	7,8	96	0,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	35	3,3	0	0,0
Ružić	0	0,0	0	0,0	7	2,5	68	0,1	0	0,0	2	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Kistanje	0	0,0	0	0,0	0	0,0	31	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Unešić	0	0,0	0	0,0	6	2,1	92	0,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Kijevo	0	0,0	0	0,0	0	0,0	32	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Civljane	0	0,0	0	0,0	0	0,0	12	0,0	0	0,0	0	0,0	8	0,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Ervenik	0	0,0	0	0,0	0	0,0	8	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Biskupija	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
UKUPNO	8.682	100,0	14.829	100,0	283	100,0	51.030	100,0	2.088	100,0	2.690	100,0	1.614	100,0	767	100,0	1.055	100,0	294	100,0

