



Ulaganje u budućnost
Europska unija



Izradu ovog dokumenta je sufinancirala Europska unija



Plan upravljanja kulturnim dobrima na lokalnoj i regionalnoj razini



Naručitelj:
Grad Šibenik
Trg palih branitelja Domovinskog rata 1
22 000 Šibenik
Tel: 022/431-000
Fax: 022/431-099
www.sibenik.hr

Projekt je sufinancirala Europska unija iz fonda IPA 2007-2009: Business-Related Infrastructure Grant Scheme

“Revitalizacija tvrđave sv. Mihovil je projekt vrijedan 1.666.388,90 EUR od čega EU sufinancira 999.999,98 EUR ili 60,01%“



SADRŽAJ

1. UVODNE NAPOMENE	4
2. ANALIZA STANJA	6
2.1. Šibensko -kninska županija.....	6
2.1.1. Teritorijalni aspekt.....	6
2.1.2. Demografski aspekt.....	7
2.1.3. Ekonomski aspekt.....	8
2.1.4. Klima	9
2.2. Grad Šibenik.....	10
2.2.1. Teritorijalni aspekt.....	10
2.2.2. Demografski aspekt.....	11
2.2.3. Ekonomski aspekt.....	11
2.2.4. Klima	12
3. TRENDOVI U KULTURNOM TURIZMU.....	13
4. ANALIZA TURISTIČKOG TRŽIŠTA U ŠKŽ I GRADU ŠIBENIKU	16
4.1. Šibensko-kninska županija.....	16
4.2. Grad Šibenik.....	17
4.3. Resursna osnova razvoja kulturnog turizma	19
4.3.1. Kulturna dobra u Šibensko-kninskoj županiji.....	20
4.3.2. Kulturna dobra u gradu Šibeniku	20
5. USKLAĐENOST SA STRATEGIJAMA.....	22
5.1. EU razina	22
5.2. Nacionalna razina.....	23
5.3. Županijska razina	26
5.4. Lokalna razina.....	27
6. SWOT ANALIZA	28
6.1. Snage	28
6.2. Slabosti.....	28



6.3.	Prijetnje	29
6.4.	Prilike	29
7.	IDENTIFIKACIJA SPECIFIČNE KULTURNE RESURSNE OSNOVE U ŠIBENSKO-KNINSKOJ ŽUPANIJI I GRADU ŠIBENIKU - TVRĐAVA I LOKALITETA	30
7.1.	Tvrđava sv Mihovila, Šibenik	30
7.2.	Tvrđava sv. Nikole, Šibenik	31
7.3.	Tvrđava sv. Ivana, Šibenik	31
7.4.	Tvrđava Barone (Šubićevac), Šibenik	32
7.5.	Kninska tvrđava, Knin.....	33
7.6.	Lokalitet Burnum, Kistanje	34
7.7.	Lokalitet Bribirska glavica, Bribir (Skradin)	35
8.	VIZIJA I CILJEVI	36
8.1.	Ključne aktivnosti	37
9.	STRATEGIJA UPRAVLJANJA	39
9.1.	Osnova kulturno-turističke ponude	39
9.2.	Ciljane skupine.....	43
9.3.	Koncipiranje cjelovitog prepoznatljivog kulturno-turističkog proizvoda Županije i Grada.....	44
9.4.	Glavna ograničenja za upravljanje osnovom kulturno-turističke ponude.....	45



1. UVODNE NAPOMENE

Ovaj dokument je izrađen u okviru projekta „Revitalizacija tvrđave sv. Mihovila“ financiranog sredstvima Programa IPA IIIC – BRI, bespovratna sredstva za poslovnu infrastrukturu Europske unije.

Cilj izrade dokumenta je doprinijeti održivom razvoju grada Šibenika, Šibensko-kninske županije i šire regije promicanjem kulturnog turizma kroz definiranje prilika i prijetnji kritičnih za održivu i učinkovitu zaštitu, prezentaciju, promociju i kapitalizaciju kulturnih dobara u kontekstu kulturno-turističke ponude na području grada i županije.

Prilikom izrade dokumenta korišten je pristup sekundarnog istraživanja i proces prikupljanja informacija od Naručitelja putem upitnika i sastanaka. Upitnici su poslani i ostalim identificiranim dionicima u projektu (Muzej Grada Šibenika, TZ Grada Šibenika, Kninski muzej, Muzej Grada Drniša), međutim zaprimljeni su ograničeni i nespecificirani odgovori koji nisu znatno doprinijeli izradi ovoga dokumenta.

U obzir treba uzeti ograničenja prilikom izrade plana upravljanja radi složenih razina upravljanja odabrane resursne osnove kulturnih dobara. U prvom redu to se odnosi na neujednačenosti i neusklađenosti koje postoje između razina upravljanja koje su predviđene kroz ovaj dokument. Naime, zakonodavac je regulirao prava i obveze koja proizlaze u domeni upravljanja kulturnim dobrima te ista ne mogu biti zanemarena u procesu upravljanja istima. **Stoga ovaj dokument i inicijative koje bi trebale proizaći iz njega ne mogu nadomjestiti izostanak definiranja odnosa između lokalnih samouprava uključenih u projekt – Grada Šibenika kao Naručitelja dokumenta i drugih gradova i općina na području županije na čijim prostorima se nalaze odabrana dobra, kao i drugih vlasnika i/ili upravitelja kulturnih dobara.** Dodatna ograničenja za odabir i definiranje upravljačkih modaliteta proizlaze iz neriješenih i nejasnih imovinsko-pravnih odnosa nad odabranim dobrima te problemi očuvanosti, obnovljenosti i funkcionalnosti pojedinih kulturnih dobara.

Uvažavajući spomenuta ograničenja ovim dokumentom je dan načelni pristup za upravljanje kulturnim dobrima sugerirajući prije svega okvire za upravljanje odabranim kulturnim dobrima, preporuke za uspostavu suradnje i ključne silnice koje mogu činiti osnovu turističke ponude.

Vodeći se navedenim dokument je strukturiran kroz osam glavnih cjelina:

1. **Analiza stanja** – u kojoj je su obrađeni teritorijalni, demografski, ekonomski te klimatski aspekti grada Šibenika i Šibensko-kninske županije;
2. **Trendovi u kulturnom turizmu** - gdje su definirani motivacijski interesi kulturnih posjetitelja te trendovi razvoja kulturnog turizma u EU;
3. **Analiza turističkog tržišta u ŠKŽ i gradu Šibeniku** - gdje su razrađeni dolasci, noćenja, struktura posjetitelja i smještajni kapaciteti kako bi se dao uvid u ukupan broj posjetitelja područja u svrhu potencijala razvoja kulturnog turizma;



4. **Usklađenost sa strategijama** - daje uvid u sve relevantne dokumente na EU, nacionalnoj, županijskoj te lokalnoj razini te njihovu usklađenost sa ciljevima Plana upravljanja;
5. **SWOT analiza** - gdje su tablično prikazane snage, slabosti, prijetnje i prilike razvoja kulturnog turizma područja te implementiranja Plana upravljanja;
6. **Identifikacija specifične kulturne resursne osnove u Šibensko-kninskoj županiji i gradu Šibeniku - tvrđava i lokaliteta** - gdje je dan pregled i kratak opis kulturne resursne osnove: Tvrđave sv. Mihovila, Tvrđave sv. Nikole, Tvrđave sv. Ivana, Tvrđave Barone, Kninske tvrđave te lokaliteta Burnum i Bribirska glavica;
7. **Vizija i ciljevi** - gdje su definirani: razvojna vizija, smjernice koncipiranja Plana upravljanja, glavni ciljevi te ključne aktivnosti;
8. **Strategija upravljanja** - koja se sastoji od sljedećih pod-poglavlja:
 - *Osnova kulturno-turističke ponude* - gdje se definiraju osnovna obilježja određenih kulturnih dobara, potencijalni modeli revitalizacije tvrđava i lokaliteta sa tematskim pristupom razvoja, uključujući planirane aktivnosti.
 - *Ciljane skupine* - gdje se definiraju ciljane skupine razvoja osnove turističke ponude
 - *Koncipiranje cjelovitog prepoznatljivog kulturno-turističkog proizvoda Županije i Grada* - gdje se definiraju zajedničke točke razvojne orijentiranosti dobara
 - *Glavna ograničenja za upravljanje osnovom kulturno-turističke ponude* - gdje se definiraju osnovne prepreke za cjelovito upravljanje definiranom osnovom te razinu potrebnih ulaganja.



2. ANALIZA STANJA

2.1. Šibensko -kninska županija

2.1.1. Teritorijalni aspekt

Šibensko-kninska županija se nalazi u središnjem dijelu sjeverne Dalmacije. Na sjeveru županije je smještena planina Dinara s istoimenim najvišim planinskim vrhom Republike Hrvatske (1.831m). Šibensko-kninska županija obuhvaća ukupnu površinu od 5.670 m², od čega kopnena površina iznosi 2.994 km² na kojoj u 5 gradova: Šibeniku, Kninu, Vodicama, Drnišu, Skradinu, te u 15 općina: Bilice, Biskupija, Cijljane, Ervenik, Kijevo, Kistanje, Murter, Pirovac, Primošten, Promina, Rogoznica, Ružić, Tisno, Tribunj i Unešić prema popisu iz 2011. godine, živi 109.375 stanovnika. Prostor županije je duboko usječenim kanjonom rijeke Krke i Čikole, te Prukljanskim jezerom i Šibenskim kanalom fizički razdvojen na dva dijela.

Slika 1 Položaj Šibensko-kninske županije u Republici Hrvatskoj



Izvor: <http://hr.wikipedia.org/wiki/Datoteka:CroatiaSibenik-Knin.png>

Tablica 1 Osnovna obilježja Šibensko-kninske županije

Površina	2.994 km ² (5.3% ukupnog kopnenog teritorija Hrvatske)
Morski teritorij	2.676 km ² (8.6% ukupnog morskog teritorija Hrvatske)
Stanovništvo	109.375 (2,5% ukupne populacije Hrvatske)
Gradovi	Šibenik, Knin, Vodice, Drniš, Skradin
Općine	Bilice, Biskupija, Cijljane, Ervenik, Kijevo, Kistanje, Murter, Pirovac, Primošten, Promina, Rogoznica, Ružić, Tisno, Tribunj i Unešić
Klima	Četiri temeljna tipa klime: Mediteranska klima, sub-mediteranska klima, umjerena kontinentalna klima i planinska ili snježno-šumska klima (detaljnije elaborirano u poglavlju Klima)

Za Šibensko-kninsku županiju rijeka Krka ima posebno značenje, kako zbog vodoopskrbe i hidro-energetskog potencijala, tako i zbog svoje prirodne i turističke atraktivnosti. Prema



zemljopisnom položaju područje Šibensko-kninske županije predstavlja specifičnu i složenu prirodnu cjelinu, a prema reljefu, klimatskim, vegetacijskim, demografskim, socijalnim, kulturnim i gospodarskim obilježjima izdvajaju se otočko područje, zagorsko područje s Drnišom i Kninom i obalno područje s gradom Šibenikom kao gospodarskim, kulturnim i administrativnim središtem županije.

Obala je vrlo razvedena s brojnim uvalama i lučicama, te s 285 otoka, otočića i nadmorskih grebena, od kojih je sedam stalno naseljenih otoka. Brojem i slikovitošću najviše se ističe kornatska skupina otoka.

Šibensko-kninska županija ima izuzetno značajan **prometni položaj**: povezana je Jadranskom magistralom s priobaljem, magistralnom cestom prema Kninu i BiH, te autocestom ka unutrašnjosti Hrvatske. Također, značajna je prometnica i željeznička pruga koja vodi prema Zagrebu i Splitu. U pomorskom prometu treba naglasiti značenje šibenske luke, kao i trajektne veze s Italijom. Dobru zračnu vezu sa Zagrebom i svijetom Šibensko-kninska županija ima preko zračne luke „Split“ u Kaštelima (45 km) i zadarske zračne luke u Zemunik (50 km).

U Šibensko-kninskoj županiji nalaze se i **dva nacionalna parka NP Krka i NP Kornati**, rijeke Krka, Čikola, Krčić, Cetina, Orašnica, Kosovčica, Butišnica, jezera Visovačko, Prukljansko, Golubičko, Bjelober, Torak, Šarena jezera (Borum), Bobodolsko, Zmajevo i Vransko jezero što županiju čini posebno atraktivnom za razvoj turizma.

2.1.2. Demografski aspekt

Prema popisu iz 2011. godine, Šibensko-kninska županija broji 109.375 stanovnika smještenih u 41.659 kućanstava i 92.343 stambenih jedinica što čini **2,5% stanovnika u odnosu na ukupan broj u Republici Hrvatskoj**.

Tablica 2. Broj stanovnika u ŠKŽ prema popisu stanovništva iz 2011. godine

Zadarska županija	Ukupan broj stanovnika	Kućanstva	Stambene jedinice
	109.375	41.659	92.343

Izvor: www.dzs.hr – Popis stanovništva 2011.

Sljedeće tri tablice prikazuju registriranu zaposlenost u prosincu 2012. u Šibensko-kninskoj županiji. Analiza je napravljena prema kriterijima: spol, dobna struktura i obrazovna struktura. U Šibensko-kninskoj županiji u promatranom razdoblju bilo 9.028 registriranih nezaposlenih prema podacima Hrvatskog zavoda za zapošljavanje.

Tablica 3. Broj nezaposlenih u ŠKŽ prema spolu u prosincu 2012.

Šibensko-kninska županija	Muškarci	Žene	Ukupno
	4.113	4.915	9.028



Izvor: <http://statistika.hzz.hr>

Tablica 4. Broj nezaposlenih u ŠKŽ prema dobnoj strukturi u prosincu 2012.

Šibensko-kninska županija	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60 i više
		446	1.358	1.262	1.085	936	982	989	997	756

Izvor: <http://statistika.hzz.hr>

Tablica 5. Broj nezaposlenih u ŠKŽ prema obrazovnoj strukturi u prosincu 2012.

Šibensko-kninska županija	Bez škole i nezavršena osnovna škola	Završena osnovna škola	SŠ za zanimanja do 3 god. i škola za KV i VKV radnike	SŠ za zanimanja u trajanju od 4 i više godina i gimnazija	Prvi stupanj fakulteta, stručni studij i viša škola	Fakultet, akademija, magisterij, doktorat
		148	1.937	3.438	2.507	461

Izvor: <http://statistika.hzz.hr>

2.1.3. Ekonomski aspekt¹

Razvoj gospodarstva Šibensko-kninske županije usmjeren je na djelatnosti trgovine, turizma i građevinarstva te na djelatnosti prerađivačke industrije kao najznačajnije gospodarske grane iz koje šibenskom gospodarstvu značajan doprinos daje djelatnost proizvodnje metala.

Prema podacima FINE, u 2011. godini, na području Županije aktivno je poslovalo 1.802 tvrtke, što je u odnosu na prethodnu godinu više za 2,5%. Od navedenog broja tvrtki, najviše ih je iz trgovine, građevinarstva, prerađivačke industrije te turizma. Gospodarstvo Županije karakterizira postojanje malih poduzetnika kojih je zabilježeno 98,7%, srednjih 1,2% i velikih 0,1%.

Tablica 6 Broj poduzetnika Šibensko-kninskoj županiji u 2011. g. prema veličini

OPIS	BROJ PODUZETNIKA PREMA VELIČINI				INDEKS 2011./2010.
	2010.	%	2011.	%	
Mali	1.731	98,5	1.779	98,7	102,8
Srednji	24	1,4	21	1,2	87,5
Veliki	3	0,2	2	0,1	66,7
UKUPNO	1.758	100,0	1.802	100,0	102,5

Izvor: FINA, HGK - ŽK Šibenika

U gospodarstvu Županije prosječno je bilo zaposleno 10.531 djelatnika što je za 0,2% više u odnosu na prethodnu, 2010. godinu.

U 2011. godini poduzetnici su ostvarili 5.889 mil. kn prihoda te 6.079 mil. kn rashoda. Ostvarena dobit u gospodarstvu Županije iznosila je 153.390.636 kn, što je za 9,0% više u

¹ Izvor: Hrvatska gospodarska komora, Županijska komora Šibenik, Gospodarski profil županije



odnosu na 2010. godinu, a ostvareni gubitak poduzetnika u 2011. godini iznosio je 371.873.334 kn, što je u odnosu na prethodnu 2010. godinu manje za 25,8%.

Tablica 7 Ukupni prihodi poduzetnika u ŠKŽ u razdoblju siječanj-rujan 2011. g. prema veličini

OPIS	UKUPNI PRIHODI PREMA VELIČINI				INDEKS 2011./2010.
	2010.	%	2011.	%	
Mali	2.972.406.529	55,3	3.288.477.686	55,8	110,6
Srednji	1.225.629.469	22,8	1.312.479.768	22,3	107,1
Veliki	1.176.564.448	21,9	1.288.174.765	21,9	109,5
UKUPNO	5.374.600.446	100,0	5.889.132.219	100,0	109,6

Izvor: FINA, HGK - ŽK Šibenika

Najveće prihode u iznosu od 2.441.204.834 kn ostvarili su poduzetnici iz djelatnosti prerađivačke industrije, što je u odnosu na 2010. godinu više za 17,5%, a udio prerađivačke industrije u ukupnom prihodu u gospodarstvu Županije je 41,5%.

U djelatnosti trgovine na veliko i malo u Šibensko-kninskoj županiji, u 2011. godini, ostvareno je 1.335.152.317 kn prihoda, što je za 7,1% više u odnosu na 2010. godinu, a sudjeluje sa 22,7% u ukupnim prihodima u Županiji.

Vanjskotrgovinska razmjena Šibensko – kninske županije u 2011. g. imala je negativnu platnu bilancu i to u iznosu od 18.626.831 USD. U prethodnoj godini platna bilanca je isto bila negativna i iznosila je 23.929.133 USD.

Ukupan izvoz Šibensko – kninske županije u 2011. g. u odnosu na prethodnu godinu povećan je za 12,3%. Vrijednost ukupnog uvoza u Šibensko – kninskoj županiji u 2011. g. povećana je u odnosu na prethodnu godinu za 9,4%.

Pokrivenost uvoza izvozom za Šibensko – kninsku županiju u 2011. g. iznosila je 94,0%, dok je u 2010. godini pokrivenost uvoza izvozom iznosila 91,6%.

2.1.4. Klima

Područje Šibensko-kninske županije predstavlja kontaktni prostor srednje i sjeverne Dalmacije, pretežno je niskog ili blago valovitog reljefa. **Klima je sredozemna sa sušnim i vrućim ljetima i s blagim kišnim zimama.** Cjelokupno područje županije se svrstava u Jadranski sliv s rezervama podzemnih voda prve razine.

Za primjer, središnja godišnja temperatura u Gradu Šibeniku iznosi 15,3°C, dok je ukupni godišnji broj sunčanih sati iznosi 2.534.



2.2. Grad Šibenik

2.2.1. Teritorijalni aspekt

Grad Šibenik predstavlja administrativno središte Šibensko-kninske županije koja graniči sa Zadarskom i Splitsko-dalmatinskom županijom, morskom državnom granicom s Italijom te kopnenom s Bosnom i Hercegovinom. Površina Grada Šibenika iznosi 404,93 km². Područje Grada Šibenika predstavlja kontaktni prostor srednje i sjeverne Dalmacije, pretežno je niskog ili blago valovitog reljefa.

Slika 2 Položaj grada Šibenika u Šibensko-kninskoj županiji



Izvor: www.dzs.hr

Povoljan **prometni položaj** grada Šibenika objašnjen je u sljedećoj tablici

Tablica 8 Prometne karakteristike grada Šibenika

Cestovni promet	Cestovno čvorište budući se nalazi na sjecištu državnih cesta D8, D33, D58 . Navedeni glavni prometni pravci povezuju ga sa Zadrom na sjeveru i Splitom na jugu, ali i preko Kninskih vrata prema kontinentalnom području . Nadalje, Šibenik ostvaruje direktni priključak na Jadransku autocestu - A1 , čime je uključen u mrežu državnih autocesta, a samim time povezan i s mrežom europskih autocesta .
Željeznički promet	Željeznička prometna veza - magistralna pomoćna željeznička pruga Šibenik - Perković sa spojem na glavni prometni pravac Split - Zagreb, odnosno preko Knina prema Zadru te Bosni i Hercegovini, čime se područje Šibenika uključuje u prometno željeznički sustav županije i države.
Zračni promet	Zračni promet se odvija preko zračne luke „Split“ u Kaštelima (45 km) i zračne luke Zemunik (50 km) od Šibenika, što ukazuje da predmetno područje ima relativno jednostavan pristup i prema tim segmentima prometne infrastrukture, posebno značajnim za ostvarenje šire regionalne (državne, europske i globalne) povezanosti.
Pomorski promet	Luka Šibenik otvorena je za javni promet od osobitog (međunarodnog) gospodarskog interesa za Republiku Hrvatsku. Prometno-prostorna organizacija luke omogućuje prihvatanje svih vidova pomorski orijentiranih djelatnosti: trajektni, putnički i teretni promet, nautički, rekreacijski, ribarski i ostale sadržaje, pa sve do remonta i brodogradnje. Preko lučke infrastrukture ostvaruje se teretni i putnički promet unutar županijskog i šireg područja, a ista ima posebnu ulogu u daljnjem razvoju nautičkog turizma.

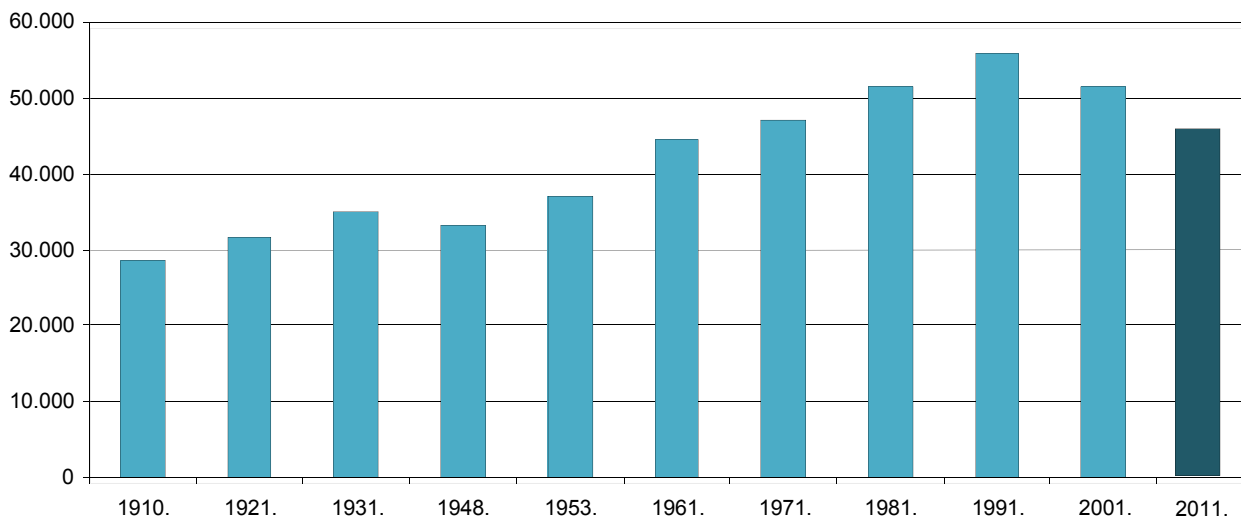
Izvor: MICRO projekt d.o.o.



2.2.2. Demografski aspekt

Stanovništvo Grada Šibenika čini 42,4% ukupnog stanovništva županije. Prema popisu stanovništva 2011. godine Grad Šibenik ima 46.372 stanovnika od čega je 51,59% žena. Radni kontingent (žene 15-59, muškarci 15-64) iznosio je 31.044 ili 66,9% ukupnog broja stanovnika. Broj registriranih kućanstava iznosio je 17.356.

Graf 1 Kretanje broja stanovnika Grada Šibenika 1910.-2011.



Izvor: Državni zavod za statistiku, obrada MICRO projekt d.o.o.

Iz navedenog grafa se može zaključiti da broj stanovnika nakon 1991. u gradu Šibeniku konstantno opada, što je dokazao zadnji popis stanovništva iz 2011. g.

2.2.3. Ekonomski aspekt

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

U gradu Šibeniku u 2010. godini, prema podacima Hrvatske gospodarske komore, registrirano je ukupno 838 tvrtki, od kojih 3 spadaju u velika, 12 u srednja, 823 u mala. Od ukupnog broja 799 su društva s ograničenom odgovornošću, 16 dionička društva, 14 ustanova, 8 javnih trgovačkih društava i 1 društvo inozemnog osnivača. Prema Središnjem obrtnom registru u 2010. godini u Šibeniku je registriran 1321 obrtnik. Prema podacima Registra udruga u 2010. godini registrirano je 445 udruga sa sjedištem u Gradu Šibeniku.

Nezaposlenost u gradu Šibeniku ima trend pada u razdoblju od 2005. do 2009. godine kad se ponovno bilježi rast nezaposlenosti. Na dan 30. studenog 2010. godine ukupan broj nezaposlenih osoba registriranih na Hrvatskom zavodu za zapošljavanje u Gradu Šibeniku iznosi 2.898. od čega je 1.604 žene. U strukturi nezaposlenih osoba najviše čak 38% čine osobe



sa završenom srednjom školom u trajanju do 3 godine i školom za KV i VKV radnike. U dobnoj strukturi nezaposlenih osoba najveći je broj (484) osoba u dobi od 25-29 godina.

2.2.4. Klima

Područje Grada Šibenika predstavlja kontaktni prostor srednje i sjeverne Dalmacije, pretežno je niskog ili blago valovitog reljefa. Klima je sredozemna sa sušnim i vrućim ljetima i s blagim kišnim zimama. Cjelokupno područje Šibenika se svrstava u Jadranski sliv s rezervama podzemnih voda prve razine.

Središnja godišnja temperatura u Gradu Šibeniku iznosi 15,3°C, dok je ukupni godišnji broj sunčanih sati iznosi 2.534.



3. TRENDOMI U KULTURNOM TURIZMU

Kulturni turizam se može definirati kao posjete osoba izvan mjesta stalnog boravka motivirane u cijelosti ili djelomično interesom za povijest, umjetnost, nasljeđe ili stil života lokaliteta, regije, grupe ili institucije.

Trendovi u kulturnom turizmu su značajni za opće ciljeve prema kojima djeluje EU tako da se tema kulture u turizmu pojavila kao izvrsno sredstvo europskog identiteta. Ti trendovi su slijedeći²:

- Interakcija kulture i turizma potječe iz ranih dana turizma, a trenutno dobiva dodatnu važnost.
- Kulturni turizam je ključni faktor za održivi razvoj i interkulturalni dijalog.
- Kulturna baština izraz je identiteta naroda, teritorija, njegove povijesti, tradicije i civilizacije.
- Održivi turizam izvlači ono najbolje iz baštine i predstavlja značajnu gospodarsku i socijalnu snagu te ima ogroman potencijal za ekonomski razvoj i stvaranje radnih mjesta u turizmu.
- Povećana potražnja za kulturnom praksom, dobrima i uslugama povezana je s boljim životnim standardom, više slobodnog vremena i višom razinom obrazovanja.
- Europa posjeduje bogatu i raznoliku baštinu koja može zadovoljiti tu potražnju.
- Otprilike 30% europskih turističkih odredišta odabiru se upravo stoga što posjeduju baštinske lokalitete koji se mogu posjetiti.
- Ovaj se broj povećava na 45-50% ukoliko uključimo širi kulturni sektor, kao što su festivali ili važna kulturna događanja.

Kulturni turisti su natprosječnog obrazovanja i prihoda. Najčešće su to **iskusni putnici** srednje i starije životne dobi. Preduvjeti za razvoj kulturnog turizma jesu kritična masa sličnih ili s kulturom kompatibilnih atrakcija, postojeći imidž destinacije, turistička atraktivnost destinacije i turistički promet destinacije. Najviše posjeta kulturnim atrakcijama i događanjima zabilježili su:

- glazbeni koncerti (20% od ukupnog posjeta),
- lokaliteti povijesnog ili kulturnog značaja (18%),
- kazališne predstave (13%).

² Izvor: Klein, Reinhard (2001). Public Policies and Cultural Tourism: EU activities. The 1st Conference on Cultural Tourism: Economy and Values in the 21st Century. Barcelona, 29-31 March 2001, 9 pp.



Tablica 9 Trend pada i rasta potražnje u svjetskom kulturnom turizmu

Trend pada potražnje	Trend rasta potražnje
„Visoka kultura“ - muzeji i galerije	Suvremene, zabavne atrakcije, tematski parkovi, festivali, izložbe
„Icon“ atrakcije koje se „moraju“ vidjeti	Ponuda oslonjena na autentičnu kulturnu baštinu

Izvor: Svjetski trendovi u turizmu

Nastavno na navedene podatke iz tablice, **može se zaključiti da postoji trend porasta potražnje za aktivni kulturni turizam i ponudu oslonjenu na autentičnu kulturnu baštinu.**

U globalnim okvirima, unatoč ekonomskoj krizi, turizam još uvijek bilježi rast. U razdoblju od 2000. do 2010. on je rastao po stopi od 3,4% godišnje. U 2010.g. Europa je tradicionalno najveće receptivno i emitivno područje. U 2010.g. broj međunarodnih dolazaka u Europu dosegao je brojku od 477 milijuna, što je za oko 15 milijuna više nego 2009, pri čemu je 35% ukupnog turističkog prometa Europe i gotovo petinu svjetskog prometa ostvareno na Mediteranu.

Iako zrela mediteranska tržišta Španjolske, Italije, Francuske i Grčke bilježe usporavanje rasta, prema prognozama Svjetske turističke organizacije Ujedinjenih naroda (UN-WTO), veće stope rasta očekuju se za Tursku, Hrvatsku i Maltu³.

Europa je tradicionalno i najveće emitivno tržište. Iako na europskom turističkom tržištu i dalje prevladavaju odmorishna putovanja sunca i mora (54%), ovaj se proizvod kvalitativno mijenja, odnosno obogaćuje dodatnim sadržajima, osobito kulturnim i prirodnim elementima.

Pored toga, raste udio putovanja specifično motiviranih kulturom/religijom, posjećivanjem gradova i boravkom u prirodi, a nastavak tog trenda očekuje se i u budućnosti⁴. Istraživanja pokazuju da je svaki drugi turist odlučio posjetiti neku kulturnu atrakciju prije negoli je uopće krenuo na putovanje, a svaki četvrti je to odlučio tijekom putovanja⁵. Najizraženiji motivi putovanja kulturnih turista ostaju učenje i zabava.

S obzirom na to da kulturni turizam danas čini gotovo 40% svih turističkih putovanja, i na ovom tržištu došlo je do segmentacije pa tako razlikujemo:

- motivirana upoznavanjem kulturne baštine (heritage tourism) - odnose se na prošlost i obuhvaćaju kulturna događanja i atrakcije tzv. "visoke odnosno prave kulture" kao i tradicijske kulture. Mogu se na turističkom tržištu plasirati kao posebni turistički proizvodi;

³ UNWTO Tourism Highlights, 2011 Edition, June 2011

⁴ Eurobarometer - Survey on the attitudes of Europeans towards tourism, European Commission, February 2011,

⁵ Yeoman I., Munro C. (2005) Tomorrow's – World, consumer, tourist, Visit Scotland, Volume 1 (1), Internet://www.visitscotland.org/tomorrow_s_newssheet_25.4.05.pdf



- motivirana prisustvovanjem kulturnom događanju - odnose se na događanja koja uprizoruju neka zbivanja iz prošlosti ili su suvremenog karaktera te obuhvaćaju kulturna događanja i atrakcije visoke, ali i popularne kulture. Mogu se na turističkom tržištu plasirati kao zaseban turistički proizvod, ali mogu biti i sastavni element nekog drugog proizvoda;
- motivirana kreativnim kulturnim aktivnostima - odnose se na aktivnosti sačuvane iz prošlih vremena poput tradicijskih vještina, učenja glagoljice kao i na suvremenu praksu kulture života i rada te suvremenu umjetničku produkciju. Ovisno o profilu aktivnosti, mogu apelirati širokom spektru tržišta, ali i visokospecijaliziranim kulturnim turistima.

U Hrvatskoj, u kojoj je 2011. ostvareno oko 11,4 milijuna turističkih dolazaka te 60,3 milijuna turističkih noćenja, kulturna baština motivira tek 7% posjetitelja priobalnog dijela Hrvatske u četiri ljetna mjeseca. Ipak, sve je veći udio onih koji sudjeluju u kulturnom turizmu:

- 60% svih turista posjećuje kulturno - povijesne znamenitosti,
- 40% muzeje te jednako toliko koncerte,
- dok 24% posjećuje kazališta i priredbe⁶.

Tablica 10 Obilježja posjetitelja kulturnih atrakcija i događanja u Hrvatskoj

Najveći stupanj interesa iskazuju za kulturno-povijesne znamenitosti svjetovne (65%) ili sakralne (64%) prirode, a potom muzeje i galerije (59%)
Glavni razlog posjete je želja za učenjem o kulturi, povijesti i baštini posjećenog kraja (26%), a važan razlog posjete je imidž ili reputacija atrakcije (18%), znatiželja (18%) te želja za provođenjem kvalitetnog vremena s obitelji i/ili prijateljima (17%)
Većina posjetitelja (46%) se informira o kulturno-turističkoj ponudi više od godinu dana unaprijed, ali više od četvrtine posjetitelja (26%) tek po dolasku u destinaciju
Najvažniji izvori informacija su Internet (30%), tiskani promotivni materijali (25%) te preporuke turističke agencije (13%)
Većinom posjećuju atrakcije u mjestu svog turističkog boravka (43%) ili na jednodnevnim izletima (26%), svega 11% na proputovanju, a 6% u sklopu kružnih putovanja
Većina (62%) su inozemni posjetitelji, čija se nacionalna struktura razlikuje od strukture gostiju u komercijalnim smještajnim objektima - najveću pojedinačnu skupinu čine oni iz ostalih europskih zemalja (17%), a slijede ih posjetitelji iz Italije (15%), Njemačke (14%), Velike Britanije (9%) te Francuske (9%)
Domaći posjetitelji predstavljaju 38% ukupne potražnje koji većinu kulturnih atrakcija i događanja posjećuju iz susjednih županija ili iz matične županije - 44%
Srednje životne dobi i nadprosječno obrazovani (prosjeak godina je 39, a 60% ih je završilo neki oblik višeg ili visokog obrazovanja)

Izvor: Institut za turizam (2009). TOMAS Kulturni turizam 2008. Zagreb: Institut za turizam

⁶ Institut za turizam (2011). TOMAS Ljeto 2010. Zagreb: Institut za turizam

4. ANALIZA TURISTIČKOG TRŽIŠTA U ŠKŽ I GRADU ŠIBENIKU

4.1. Šibensko-kninska županija

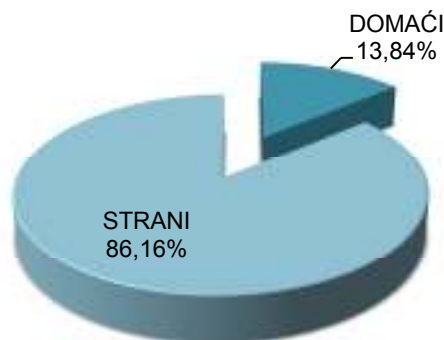
U prvih devet mjeseci 2012. godine na području Šibensko-kninske županije prema podacima Turističke zajednice Šibensko-kninske županije boravilo je ukupno 663.614 turista što je u odnosu na prethodnu godinu porast za 4,8 %. U tom razdoblju u Šibensko-kninskoj županiji boravilo je ukupno 571.759 stranih turista, što je u odnosu na isto razdoblje prethodne 2011.god. više za 6,9%.

Tablica 11 Dolasci turista na području ŠKŽ u razdoblju siječanj-rujan 2012. g. (bez podataka nautičkog prometa).

OPIS	DOLASCI				INDEX I - IX 2012. I - IX 2011.
	I - IX 2011.	%	I - IX 2012.	%	
DOMAĆI	97.966	15,48	91.855	13,84	93,76
STRANI	534.961	84,52	571.759	86,16	106,88
UKUPNO	632.927	100	663.614	100,00	104,85

Izvor: TZ Šibensko-kninske županije

Graf 2 Struktura ostvarenih dolazaka turista u ŠKŽ u prvih devet mjeseci 2012. godine



Izvor: Izrada autora

Od ukupnog broja dolazaka turista u Šibensko-kninsku županiju u prvih 9 mjeseci 2012. g. strani turisti su ostvarili 86,2 % turističkih dolazaka. U prvih devet mjeseci 2012.g. na području Šibensko-kninske županije registrirano je ukupno 91.855 dolazaka domaćih turista, što je u odnosu na prethodne 2011. god. pad za 6,2 %.

Domaći turisti su na području Šibensko-kninske županije ostvarili udio od 13,8 % od ukupnog broja registriranih turista tijekom prvih devet mjeseci 2012.g.

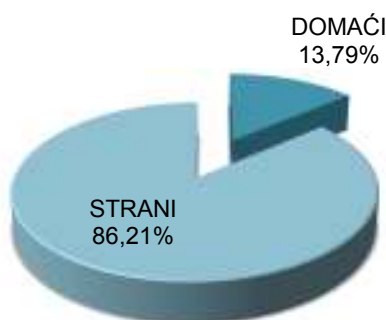


Tablica 12 Ostvarena noćenja turista u ŠKŽ u razdoblju siječanj-rujan 2012. god.

OPIS	NOĆENJA				INDEX <u>I - IX 2012.</u> I - IX 2011.
	I - IX 2011.	%	I - IX 2012.	%	
DOMAĆI	678.398	16,38	601.892	13,79	88,72
STRANI	3.463.596	83,62	3.763.668	86,21	108,66
UKUPNO	4.141.994	100,00	4.365.560	100,00	105,40

Izvor: TZ Šibensko-kninske županije

Graf 3 Struktura ostvarenih noćenja turista u ŠKŽ u prvih devet mjeseci 2012. g.



Izvor: Izrada autora

U prvih devet mjeseci 2012. godine u Šibensko-kninskoj županiji ostvareno je ukupno 4.365.560 noćenja, od čega su domaći turisti ostvarili 601.892 noćenja, te strani 3.763.668 noćenja. Strani turisti su ostvarili najveći udio od 86,2% noćenja, dok su domaći turisti ostvarili 13,8 % noćenja na području Šibensko-kninske županije.

U prvih devet mjeseci 2012.g. na području Šibensko – kninske županije ostvaren je porast broja noćenja za 5,4 %. Tijekom navedenog razdoblja ostvaren broj noćenja domaćih turista je osjetno manji za čak 11,3 %, dok je broj ostvarenih noćenja stranih turista povećan za 8,7%.

4.2. Grad Šibenik

Prema raspoloživim podacima iz Turističke zajednice grada Šibenika za analizirano razdoblje, u 2009. godine broj dolazaka domaćih turista ima negativan trend. Najveći broj dolaska domaćih turista ostvaren je u 2008. godini kad je grad evidentirao 37.815 domaćih turista ili 21% od ukupnog broj evidentiranih dolazaka. Broj dolazaka stranih turista u analiziranom razdoblju bilježi rast, dosežući 141.599 stranih turista odnosno 81% od ukupnog broja dolazaka u grad u 2009. godini. Najveći broj dolaska stranih turista ostvaruju Nijemci (15% od ukupnog broja evidentiranih dolazaka), Talijani (7%), Slovenci (8%) i Česi (7%). Bitno je istaći značajno povećanje broja dolazaka Poljaka u 2009. godini.

**Tablica 13 Dolasci i noćenja u gradu Šibeniku**

OPIS	2007	2008	2009	01.-06. 2010.
	DOLASCI			
DOMAĆI	37.693	37.815	32.909	15.490
STRANI	127.783	140.395	141.599	41.667
UKUPNO	165.476	178.210	174.508	57.157

OPIS	2007	2008	2009	01.-06. 2010.
	NOĆENJA			
DOMAĆI	123.144	121.675	111.289	42.326
STRANI	710.399	695.248	687.597	202.235
UKUPNO	833.543	816.923	798.886	244.561

Izvor: Turistička zajednica Grada Šibenika, obrada MICRO projekt d.o.o.

Broj noćenja stranih i domaćih turista u gradu Šibeniku u razdoblju 2007.-2010. godine bilježi blagi negativni trend. U prosjeku, udio stranih turista u ukupnom broju evidentiranih noćenja iznosi 85% dok na domaće goste otpada preostalih 15%. Rekordna godina po broju noćenja bila je 2007. godina, s 833.543 noćenja.

Analiza strukture stranih turista pokazuje da su i dalje u prosjeku najčešći strani gosti **Nijemci** (prosjek 16%) no njihov broj se iz godine u godinu smanjuje. Za razliku od Nijemaca, **broj čeških turista (prosjek 9%) konstantno se povećava** te je u 2010. godina njihov udio u strukturi stranih gostiju bio rekordan i iznosio je 11%. Nakon njih slijede Slovenci (9%), Slovaci (6%) i Talijani (6%).

Tablica 14 Struktura smještajnih kapaciteta na području grada Šibenika

VRSTE OBJEKATA	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.
Hoteli	2.800	2.800	2.800	2.848	2.848	2.878
Turistička naselja	150	150	150	150	150	150
Kampovi	2.300	2.200	2.200	2.200	2.200	2.200
Sobe, privatni apartmani	2.270	2.178	2.245	2.700	2.866	3.187
Sobe za iznajmljivanje	670	470	450	560	680	680
Hostel	0	0	0	0	0	50
UKUPNO	8.190	7.798	7.845	8.458	8.744	9.145

Izvor: Turistička zajednica Grada Šibenika, obrada MICRO projekt d.o.o.

Ukupni broj smještajnih kapaciteta u zadnjih pet godina bilježi pozitivni trend, te je u 2010. godini evidentirano ukupno 9.145 smještajnih kapaciteta, od kojih 35% otpada na privatni smještaj, 31% na hotele i 24% na kampove. Na ostale smještajne kapacitete otpada 10%.



4.3. Resursna osnova razvoja kulturnog turizma

Prema Pravilniku o obliku, sadržaju i načinu vođenja registra kulturnih dobara Republike Hrvatske, kulturna dobra su razvrstana na:

- Pokretna kulturna dobra
- Nepokretna kulturna dobra
- Nematerijalna kulturna dobra

Tablica 15 Vrste kulturnih dobara

Vrste kulturnih dobara	Razvrstavanje	Klasifikacija
POKRETNNO KULTURNO DOBRO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pojedinačno ▪ Zbirka ▪ Muzejske zbirke 	<ul style="list-style-type: none"> - Arhivsko gradivo - Knjižnična građa - Sakralna građa - Arheološka građa - Etnografska građa - Likovna umjetnost - Primijenjena umjetnost - Glazbeni instrument - Znanost i tehnika - Muzejska građa - Ostalo
NEPOKRETNNO KULTURNO DOBRO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pojedinačno ▪ Kulturno-povijesna cjelina ▪ Kulturni krajolik/krajobraz 	<ul style="list-style-type: none"> - Arheološka baština - Profana graditeljska baština - Sakralna graditeljska baština - Sakralno-profana graditeljska baština - Memorijalna baština - Kulturno-povijesna cjelina - Baština vrtne arhitekture - Kulturni krajolik/krajobraz - Ostalo
NEMATERIJALNO KULTURNO DOBRO		<ul style="list-style-type: none"> - Usmena predaja, izričaji i jezik - Običaji, obredi i svečanosti - Znanje i vještine - Tradicijski obrti - Ostalo

Izvor: Pravilnik o obliku, sadržaju i načinu vođenja registra kulturnih dobara Republike Hrvatske, NN 61/11

Nematerijalna kulturna dobra obuhvaćaju: prakse, predstave, izraze, znanja, vještine, kao i instrumente, predmete, rukotvorine i kulturne prostore koji su povezani s tim, koje zajednice, skupine i, u nekim slučajevima pojedinci, prihvaćaju kao dio svoje kulturne baštine.

Pokretna i nepokretna kulturna dobra fizički su opipljiva ili "materijalna kulturna dobra".

Uključuje građevine i povijesne lokalitete, spomenike, knjige, umjetnine i dr. što se smatra vrijednim očuvanja za budućnost. U to su uključeni predmeti značajni za arheologiju, arhitekturu, znanost ili tehnologiju specifične kulture.



4.3.1. Kulturna dobra u Šibensko-kninskoj županiji

Koliki je potencijal za razvoj kulturnog turizma Šibensko-kninske županije pokazuje broj od čak 367 registriranih kulturnih dobara (od toga 164 u gradu Šibeniku) u Šibensko-kninskoj županiji.

Na ovom području nalaze se brojne tvrđave i utvrde kao što su: Kninska tvrđava, utvrda Rog, Trošen, Nečven, Turina, utvrda Ključica, tvrđave: sv.Mihovil, sv. Ivan, sv. Nikola, Šubićevac; povijesne znamenitosti kao što su: 4 bunara, Gradska vijećnica, Kneževa palača u Šibeniku; pa arheološka nalazišta: Arauzona, Danilo, Prižba, Biskupija kod Knina, Bribirska glavica, Rakitnica; muzeji: Akvarij i muzej pomorske tradicije-Vodice, grobnica obitelji Ivana Meštrovića-Crkva Presvetog Otkupitelja, Muzej grada Šibenika, Izložba Fausta Vrančića.

Tablica 16 Kulturna dobra u Šibensko-kninskoj županiji prema vrsti

Nepokretna kulturna dobra			Pokretna kulturna dobra			Nematerijalno kulturno dobro
Nepokretno kulturno dobro - kulturno-povijesna cjelina	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno	Kulturni krajolik	Pokretno kulturno dobro - pojedinačno	Pokretno kulturno dobro - zbirka	Muzejska građa	
20	277	1	36	30	1	2

Izvor: www.min-kulture.hr

Osim mnogobrojne kulturne baštine koja čini kulturno-turističku ponudu županija pruža mogućnost posjeta raznim manifestacijama koje se odvijaju na ovom području. To su: Međunarodni dječji festival u Šibeniku, Međunarodni srednjovjekovni sajam u Šibeniku, Večeri dalmatinskih šansona, Jazz Festival u Vodicama, Garden festival tisno, Manifestacije u okvirima nautičkog turizma, Eko-etno sajam u Skradinu, Festival ruralne kulture u Kninu, Večer domaće kuhine u Pirovcu, te Primoštenske užance

Tablica 17 Kulturna dobra u Šibensko-kninskoj županiji prema klasifikaciji

Profana graditeljska baština	Sakralna graditeljska baština	Arheološka baština	Sakralni/religijski predmeti	Kulturno-povijesna cjelina	Sakralno/profana graditeljska baština	Glazbeni instrument	Ostalo
111	92	60	44	17	15	10	18

Izvor: www.min-kulture.hr

4.3.2. Kulturna dobra u gradu Šibeniku

Zahvaljujući svojoj bogatoj kulturno-povijesnoj baštini, Šibenik ima sve elemente za razvoj kulturnog turizma (Katedrala pod UNESCO zaštitom, 24 crkve, 7 samostana, muzeji galerije i sl.). Paralelno s tim u usponu je razvitak manifestacijskog turizma, budući da ima mnoštvo manifestacija kojima se definira identitet povijest, kultura i običaji Šibenika (Međunarodni festival djeteta, Dalmatinska šansona, Klapske večeri, Orguljaška škola, Srednjovjekovni sajam i sl.), potencira razvitak kulturnog turizma. Značajne kulturno povijesne znamenitosti



grada Šibenika koje stranim i domaćim turistima mogu biti ponuđeni kao turistička atrakcija su: Katedrala sv. Jakova, Tvrđave (sv. Mihovil, sv. Nikola, sv. Ivan, Barone), Srednjovjekovni samostanski vrt, Muzej sv. Barbare, Benediktinski samostan sv. Luce, Crkva sv. Ivana krstitelja, sv. Lovre, Galerija Krševan, Gradska Vijećnica, Trg 4 bunara i Uličica Jurja Dalmatinca s Crkvicom sv. Grgura, Muzej Grada Šibenika, Crkva sv. Frane sa samostanom, kao i brojni samostani, palače, itd.

Prema podacima Ministarstva kulture Republike Hrvatske, ukupno je 164 kulturnih dobara u gradu Šibeniku.

Tablica 18 Kulturna dobra u gradu Šibeniku prema vrsti

Nepokretna kulturna dobra			Pokretna kulturna dobra			Nematerijalno kulturno dobro
Nepokretno kulturno dobro - kulturno-povijesna cjelina	Nepokretno kulturno dobro - pojedinačno	Kulturni krajolik	Pokretno kulturno dobro - pojedinačno	Pokretno kulturno dobro - zbirka	Muzejska građa	
4	115	-	27	16	1	1

Izvor: www.min-kulture.hr

Tablica 19 Kulturna dobra u gradu Šibeniku prema klasifikaciji

Profana graditeljska baština	Sakralna graditeljska baština	Sakralni/religijski predmeti	Arheološka baština	Sakralno/profana graditeljska baština	Glazbeni instrument	Kulturno-povijesna cjelina	Ostalo
60	31	27	15	9	5	4	13

Izvor: www.min-kulture.hr



5. USKLAĐENOST SA STRATEGIJAMA

Plan upravljanja kulturnim dobrima na lokalnoj i regionalnoj razini predstavlja dokument koji ima zadatak identificirati kulturne resurse i njihove potencijale za razvoj turizma kroz postavljanje strateških ciljeva i okvira njihove realizacije.

Jedan od preduvjeta za ostvarivanje ciljeva Plana je usklađenost sa strateškim dokumentima na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i EU razini. Stoga je u ovom poglavlju dan pregled relevantnih strategija na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini kao i pregled EU strategija iz čijih se ciljeva i prioriteta vidi povezanost sa ciljevima definiranim Planom upravljanja kulturnim dobrima Šibensko-kninske županije.

5.1. EU razina

U okviru ovog poglavlja prikazana je povezanost i usklađenost Plana sa strateškim smjericama na razini Europske unije. Dokumenti koji definiraju relevantne prioritete i ciljeve usklađene sa predmetnim Planom upravljanja su:

- **Strategija razvoja 2020.** (Europe 2020. - European strategy for smart, sustainable and inclusive growth)
- **Strategija za razvoj turizma** (Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions)
- **Radni plan za kulturu 2011.-2014. - zaključci Vijeća i predstavnika vlada zemalja članica, sastanak u okviru Vijeća** (Work Plan for Culture 2011-2014 - Conclusions of the Council and of the representatives of the governments of the member states, meeting within the Council)

Strategija razvoja 2020. (Europe 2020. The EU strategy for smart, sustainable and inclusive growth)

Tablica 20 Usklađenost Plana sa strateškim dokumentima na razini Europske unije

Strategija razvoja 2020. (Europe 2020. The EU strategy for smart, sustainable and inclusive growth)	
Nadležno tijelo	Europska komisija (European Commission)
Svrha / područje	Europa može uspjeti ako djeluje kolektivno, kao Unija. Potrebna je snažnija strategija izlaska iz krize te usmjeriti razvoj EU prema pametnom i održivom gospodarstvu koje će proizvoditi visoku razinu zaposlenosti, produktivnosti i socijalnu koheziju. Europa 2020 postavlja viziju europske socijalne tržišne ekonomije za 21. stoljeće.
Sveukupni cilj i specifični ciljevi	<ul style="list-style-type: none"> • Pаметan rast: razvoj ekonomije koja se temelji na znanju i inovacijama • Održivi razvoj: efektivnije promoviranje zelenije i konkurentnije ekonomije • Sveobuhvatan rast: poticanje ekonomije visoke zapošljivosti
Obrazloženje	Sva tri prioriteta su u skladu sa ciljevima Plana, posebno prioriteta: Održivi razvoj te Sveobuhvatan rast.
Strategija za razvoj turizma (Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the	



European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions)

Nadležno tijelo	Europska komisija (European Commission)
Svrha / područje	U skladu s Lisabonskom strategijom, glavni cilj europske turističke politike je potaknuti konkurentnosti u sektoru, uz pretpostavku da je dugoročno gledano konkurentnost u bliskoj vezi sa ciljem održivosti što je ujedno i jedan od glavnih prioriteta Europske ekonomske strategije za 2020. godinu.
Sveukupni cilj i specifični ciljevi	Osnovni cilj strategije je „Europa kao turistička destinacija broj jedan u svijetu“. Kako bi se postigao navedeni cilj definirana su četiri prioriteta: <ol style="list-style-type: none"> 1. Poticati konkurentnost europskog sektora turizma 2. Poticati održivi, odgovorni i visokokvalitetni turizam 3. Stvoriti sliku i profil Europe kao održive i visokokvalitetne destinacije 4. Maksimizirati potencijal financijskih politika i instrumenata za razvoj turizma u EU
Obrazloženje	Sva četiri prioriteta su u skladu sa ciljevima Plana ali posebno se može istaknuti prioritet: Poticanje konkurentnosti turizma, kojim se nastoji potaknuti diverzifikacija turističke ponude kroz promoviranje tematskih turističkih proizvoda kao npr. kulturno nasljeđe, suvremenu kulturu, zaštićena prirodna područja, povijest. Osim navedenog prioriteta značajan je i prioritet Unapređivanje profesionalnih vještina kojim bi se nastojalo unaprijediti profesionalne vještine zaposlenika u turističkom sektoru.
Radni plan za kulturu 2011.-2014. - zaključci Vijeća i predstavnika vlada zemalja članica, sastanak u okviru Vijeća (Work Plan for Culture 2011-2014 - Conclusions of the Council and of the representatives of the governments of the member states, meeting within the Council)	
Nadležno tijelo	Europska komisija (European Commission)
Svrha / područje	Radni plan za kulturu 2011.-2014. je drugi Radni plan usvojen u okviru Europskog programa za kulturu, a predstavlja aktivnosti koje treba provesti u području kulture na nacionalnoj i EU razini u razdoblju 2011.-2014. Ove aktivnosti se fokusiraju na šest prioritetnih područja: kulturalna raznolikost i interkulturalni dijalog, kulturne i kreativne industrije, vještine i mobilnost, kulturna baština, kultura u vanjskim odnosima i kulturna statistika. Dokument Radni plan za kulturu 2011.-2014. je usklađen sa ciljevima iz dokumenta Strategija razvoja 2020.
Sveukupni cilj i specifični ciljevi	Osnovna prioritetna područja ovog Radnog plana su: <ul style="list-style-type: none"> • Prioritetno područje A: Kulturalna raznolikost, intelektualni dijalog i dostupna i inkluzivna kultura, • Prioritetno područje B: Kulturne i kreativne industrije, • Prioritetno područje C: Vještine i mobilnost, • Prioritetno područje D: Kulturno nasljeđe, uključivanje mobilnosti zbirki, • Prioritetno područje E: Kultura u vanjskim odnosima, • Prioritetno područje F: Kulturna statistika.
Obrazloženje	Svi prioriteti Radnog plana za kulturu 2011.-2014. su u skladu sa ciljevima Plana.

5.2. Nacionalna razina

U okviru ovog poglavlja prikazana je povezanost i usklađenost Plana sa strateškim smjernicama na razini Republike Hrvatske. Dokumenti koji definiraju relevantne prioritete i ciljeve usklađene sa predmetnim Planom upravljanja su:

- Nacionalni strateški referentni okvir 2012. – 2013.,
- Strateški plan Ministarstva turizma za razdoblje 2012. – 2014.,
- Strategija regionalnog razvoja Republike Hrvatske, 2011. do 2013.,
- Okvir za usklađenost strategija 2007.-2013.,



- Strateški plan Ministarstva kulture 2012. - 2014.,
- Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske,
- Strategija razvoja turizma RH do 2020.g.

Tablica 21 Usklađenost Plana sa strateškim dokumentima na razini Republike Hrvatske

Nacionalni strateški referentni okvir 2012. – 2013.	
Nadležno tijelo	Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova EU
Svrha / područje	Nacionalni strateški referentni okvir 2012.-2013., NSRO (eng. National Strategic Reference Framework, NSRF) krovni je strateški dokument za programiranje strukturnih fondova EU i Kohezijskog fonda po pristupanju Republike Hrvatske u punopravno članstvo Europske Unije.
Sveukupni cilj i specifični ciljevi	Sadašnje strateško planiranje za razdoblje 2012.-2013. će se provoditi kroz pet (5) sektorskih OP, planiranih na nacionalnoj razini. To su: <ul style="list-style-type: none"> • Operativni program „Transport“ • Operativni program „Okoliš“ • Operativni program „Regionalna konkurentnost“ • Operativni program „Razvoj ljudskih resursa“ • Operativni program „Razvoj administrativnih kapaciteta“.
Obrazloženje	Plan je usklađen sa Operativnim programom: Regionalna konkurentnost, a u užem smislu sa Prioritetnom osi 2.: Povećanje razvojnoga potencijala hrvatskih regija. Ova prioritetna os uključuje niz ulaganja kojima je cilj povećanje privlačnosti hrvatskih regija za poduzetnike i radnike, za stanovnike i posjetitelje, kroz poboljšanje javne infrastrukture za industriju, turizam i usluge kao i kvalitetu i dostupnost javnih usluga.
Strateški plan Ministarstva turizma za razdoblje 2012. – 2014.	
Nadležno tijelo	Ministarstvo turizma
Svrha / područje	Hrvatski turizam predstavlja jednog od glavnih pokretača ukupnog hrvatskog gospodarstva i značajno doprinosi ukupnom društvenom razvoju Republike Hrvatske i blagostanju svih hrvatskih građana. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske stvara preduvjete za konkurentnost ukupnog hrvatskog turističkog sektora kroz razvoj cjelovite i kvalitetne turističke ponude na principima održivosti i kroz učinkovito tržišno promicanje hrvatskog turizma, a time i Republike Hrvatske u cijelosti. Prvi korak za definiranje i stvaranje novog turističkog koncepta je dovršenje Glavnog plana i Strategije razvoja hrvatskog turizma koji su u izradi, a što će uz postavljanje glavnih smjernica i strateškog okvira održivog razvoja hrvatskog turizma, definirati i ključne projekte kroz prostornu i vremensku dimenziju cjelovitog razvoja hrvatskog turističkog sektora.
Sveukupni cilj i specifični ciljevi	Glavni cilj ove strategije razvoja turizma je: Podizanje konkurentnosti hrvatskog turizma uz pozicioniranje Hrvatske kao jedne od vodećih europskih turističkih destinacija . Podciljevi su: 1.1. Podizanje konkurentnosti hrvatskog turizma kroz razvoj turističkog sektora 1.1.1. Razvoj turističkog sektora 1.1.2. Stvaranje uvjeta za jačanje turističkog tržišta 1.1.3. Razvoj kadrova u turizmu 1.1.4. Razvoj turizma u turistički nedovoljno razvijenim područjima 1.2. Pozicioniranje Hrvatske kao jedne od vodećih europskih turističkih destinacija kroz učinkovitu promociju 1.2.1. Učinkovita turistička promidžba Republike Hrvatske 1.2.2. Promocija hrvatskih turističkih odredišta
Obrazloženje	Plan je u skladu sa svim strateškim ciljevima koji sa navode u dokumentu.
Strategija regionalnog razvoja Republike Hrvatske, 2011. do 2013.	
Nadležno tijelo	Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske Unije
Svrha / područje	Strategija je važan međusektorski i teritorijalno usmjeren sastavni dio planiranja nacionalnog razvojnog procesa čiji je sveukupan cilj pridonijeti društvenogospodarskom razvoju Republike Hrvatske, sukladno načelima održivog razvoja, stvaranjem uvjeta koji će svim dijelovima zemlje omogućavati jačanje konkurentnosti i realizaciju vlastitih razvojnih potencijala.



Sveukupni cilj i specifični ciljevi	Taj će se cilj postići ispunjenjem triju specifičnih strateških ciljeva: 1. Razvoj županija i statističkih regija 2. Razvoj potpomognutih područja 3. Razvoj pograničnih područja
Obrazloženje	Strateški cilj koji najviše pridonosi ostvarenju ciljeva projekta je prvi strateški cilj Razvoj županija i statističkih regija . Svrha navedenog strateškog cilja je bolje povezati lokalne i regionalne razvojne potrebe s nacionalnim razvojnim prioritetima. Za potrebe ovog strateškog cilja potrebno je definiranje razvojnih prioriteta regija NUTS 2. Glavna svrha i cilj te studije bili su definirati razvojne prioritete statističkih regija u Republici Hrvatskoj. Definirani razvojni prioriteti statističkih regija obuhvaćaju opće (generalne) i specifične razvojne prioritete za svaku statističku regiju u Republici Hrvatskoj. Za projekt posebno važni prioriteti navedeni za razvoj Jadranske Hrvatske a to su: Održivo gospodarjenje prirodnim i kulturnim vrijednostima u svrhu jačanja konkurentnosti regije, razvoj regionalne infrastrukture, jačanje konkurentnosti poslovnog sektora, zaštita okoliša, horizontalna mjera - razminiranje.
Okvir za usklađenost strategija 2007.-2013. (eng. Strategic Coherence Framework, SCF)	
Nadležno tijelo	Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske Unije
Svrha / područje	Okvir za usklađenost strategija 2007.-2013. predstavlja krovni strateški dokument kojim se uređuju prioriteti u sklopu III i IV komponente programa IPA i to na području infrastrukturnih ulaganja u zaštitu okoliša i promet, zatim razvoja gospodarstva i konkurentnosti te zapošljavanja i obrazovanja. Vlada Republike Hrvatske dana 25. svibnja 2007. godine usvojila je Okvir za usklađenost strategija 2007.-2013., a Europska komisija dala svoju suglasnost 18. lipnja 2007. godine.
Sveukupni cilj i specifični ciljevi	U okviru teme poglavlja Prostor, priroda, okoliš i regionalni razvitak unutar navedenog dokumenta nalaze se ciljevi koji su usklađeni sa ciljevima Plana upravljanja a to su: <ul style="list-style-type: none"> • razvijanje cjelovite hrvatske turističke ponude koja će istaknutim komplementarnost jadranskog i kontinentalnog turizma; • očuvanje i zaštita okoliša i prirode; • policentričan regionalni razvoj i smanjivanje razlika u gospodarskoj razvijenosti i životnom standardu županija; • potpora područjima s razvojnim poteškoćama
Obrazloženje	Svi gore navedeni ciljevi su usklađeni sa ciljevima Plana.
Strateški plan Ministarstva kulture 2012. - 2014.	
Nadležno tijelo	Ministarstvo kulture RH
Svrha / područje	Misija Ministarstva kulture jest osiguranje normativnih, organizacijskih, financijskih, materijalnih i drugih uvjeta za razvitak kulturnog i umjetničkog stvaralaštva, medija, zaštitu i očuvanje kulturne baštine u Republici Hrvatskoj te predstavljanje hrvatske kulture u Europi i svijetu i podupiranje svestrane međunarodne kulturne suradnje. U svrhu ostvarenja te misije i ciljeva stvoren je dokument Strateški plan Ministarstva kulture za razdoblje od dvije godine.
Sveukupni cilj i specifični ciljevi	Unutar dokumenta navedeni su opći i posebni ciljevi kojima se nastoji ostvariti navedena strategija. Ciljevi koji su u skladu sa Planom upravljanja kulturnim dobrima su: <ul style="list-style-type: none"> • Opći cilj 2. Zaštićena i očuvana kulturna baština <ul style="list-style-type: none"> ○ Posebni cilj 2.1. Uspostava jedinstvenog informacijskog sustava kulturne baštine Republike Hrvatske. ○ Posebni cilj 2.2. Osiguran optimalni modela zaštite i upravljanja kulturnim dobrima ○ Posebni cilj 2.3. Razvoj muzejsko-galerijske djelatnosti ○ Posebni cilj 2.4. Razvoj arhivske službe uz osiguranje uvjeta za redovito preuzimanje arhivskog gradiva
Obrazloženje	Svi gore navedeni ciljevi su usklađeni sa ciljevima Plana.
Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske	
Nadležno tijelo	Ministarstvo turizma RH
Svrha / područje	Nacrt Glavnog plana i strategije razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine daje odgovore i smjernice za razvoj hrvatskog turizma te određuje mjere i aktivnosti za podizanje konkurentnosti sektora te bi morala biti i osnova za povlačenje novca iz fondova EU.
Sveukupni cilj i specifični ciljevi	Dokumentom se definira razvoj kakav se želi postići i to ovim ciljevima: <ul style="list-style-type: none"> • Očuvanje vlastite kulture kao osnovne značajke hrvatskog turizma • Zaustavljanje iseljavanja ljudi s atraktivnih turističkih područja



	<ul style="list-style-type: none"> • Neizazivanje razvojnih konflikata u društvu i destinaciji • Bolje korištenje vlastitih potencijala • Očuvanje nasljeđa za generacije koje dolaze
Obrazloženje	Svi gore navedeni ciljevi su usklađeni sa ciljevima Plana. Strateški cilj koji je propisan navedenim dokumentom: <i>Obogaćivanje postojećih i generiranje novih turističkih sadržaja i doživljaja čime će se bitno utjecati na produljenje sezone</i> u skladu je sa ciljevima Plana.
Strategija razvoja turizma RH do 2020.g.	
Nadležno tijelo	Ministarstvo turizma RH
Svrha / područje	Budući da je riječ i o dokumentu koji bi trebao osigurati uklapanje Hrvatske u konsolidiranu turističku politiku Europske unije, Strategija razvoja turizma RH do 2020. predstavlja cjelovit konceptualni okvir koji omogućava: <ul style="list-style-type: none"> • Koordinirano djelovanje nositelja turističke politike i sustavno usuglašavanje mjera turističke politike; • Cjelovito razumijevanje ključnih pravaca razvoja hrvatskog turizma kao preduvjet privlačenja interesa potencijalnih domaćih i stranih ulagača; te • Ciljano usmjeravanje razvojno-investicijskog procesa i efikasno povlačenje sredstava EU fondova.
Sveukupni cilj i specifični ciljevi	Glavni cilj razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine je povećanje njegove atraktivnosti i konkurentnosti, što će rezultirati ulaskom u vodećih 20 turističkih destinacija u svijetu po kriteriju konkurentnosti. Istodobno, ostali strateški ciljevi turističkog razvoja do 2020. godine su: <ul style="list-style-type: none"> • Poboljšavanje strukture i kvalitete smještaja • Novo zapošljavanje • Investicije • Povećanje turističke potrošnje
Obrazloženje	Ciljevi Plana su usklađeni sa sljedećim strateškim ciljevima Strategije razvoja turizma: novo zapošljavanje, investicije i povećanje turističke potrošnje.

5.3. Županijska razina

U okviru ovog poglavlja prikazana je povezanost i usklađenost Plana sa strateškim smjernicama na razini Šibensko-kninske županije. Dokument koji definira relevantne prioritete i ciljeve usklađene sa predmetnim Planom upravljanja je Razvojna strategija Šibensko-kninske županije 2011. – 2013.

Tablica 22 Usklađenost Plana sa strateškim dokumentima na razini Šibensko-kninske županije

Razvojna strategija Šibensko-kninske županije 2011. – 2013.	
Nadležno tijelo	Šibensko-kninska županija
Svrha / područje	Zakon o regionalnom razvoju Republike Hrvatske (NN 153/09) određuje županijsku razvojnu strategiju kao dokument jedinice područne samouprave u kojem se određuju ciljevi i prioriteti njezina razvoja, a donosi ga Županijska skupština u skladu s načelom partnerstva i suradnje. Prvi dio Županijske razvojne strategije sadrži analizu i ocjenu sadašnjeg stanja u Šibensko-kninskoj županiji. Drugi dio sadrži SWOT analizu, strateške odrednice budućeg razvoja sadržane u viziji, strateškim razvojnim ciljevima, prioritetima i mjerama te provedbu strategije.
Sveukupni cilj i specifični ciljevi	S obzirom da se predmetna strategija temelji na kulturnom razvoju područja, usklađenost se temelji na sljedećim ciljevima i prioritetima: <ul style="list-style-type: none"> • Strateški cilj 1. Konkurentno gospodarstvo bazirano na stranim i domaćim ulaganjima u turizam i prateće usluge, tradicionalnoj poljoprivredi i industriji temeljenoj na inovacijama naprednim tehnologijama u gospodarstvu. • Horizontalni cilj 2. Priprema projekata koji će se kandidirati za eksterne izvore financiranja, uključujući sredstva EU. • Prioritet 1. Podrška razvoju MSP, promocija izvoznih programa i udruživanje poslovnog,



	znanstveno-istraživačkog i javnog sektora <ul style="list-style-type: none"> Mjera 3. Unaprjeđenje postojeće turističke ponude, razvoj novih selektivnih oblika turizma i održivi razvoj turizma u zaštićenim područjima
Obrazloženje	Svi gore navedeni ciljevi, prioriteti i mjere su usklađeni sa ciljevima Plana.

5.4. Lokalna razina

U okviru ovog poglavlja prikazana je povezanost i usklađenost Plana sa strateškim smjernicama na razini Grada Šibenika. Dokument koji definira relevantne prioritete i ciljeve usklađene sa predmetnim Planom upravljanja je Strategija razvoja Grada Šibenika.

Tablica 23 Usklađenost Plana sa strateškim dokumentima na razini Grada Šibenika

Strategija razvoja Grada Šibenika	
Nadležno tijelo	Grad Šibenik
Svrha / područje	Strategija razvoja Grada Šibenika usklađena je sa Županijskom razvojnom strategijom Šibensko-kninske županije kako bi se postavljeni ciljevi provodili u skladu s razvojem cijele regije. Županijska razvojna strategija se usklađuje s ciljevima i prioritetima Jadranske šire regije odnosno sa Strategijom regionalnog razvoja Republike Hrvatske.
Sveukupni cilj i specifični ciljevi	<ul style="list-style-type: none"> Cilj 2: razvijena obrazovna, znanstveno – istraživačka, komunalna, prometna i društvena infrastruktura <ul style="list-style-type: none"> Prioritet 6: razvoj obrazovne, zdravstvene, kulturne i ostale društvene infrastrukture Cilj 4: očuvan okoliš, valorizirane i očuvane prirodne i kulturne vrednote <ul style="list-style-type: none"> Prioritet 10: Očuvanje i valorizacija kulturnih i prirodnih vrednota
Obrazloženje	Svi gore navedeni ciljevi i prioriteti su usklađeni sa ciljevima Plana.



6. SWOT ANALIZA

6.1. SNAGE



- ✓ Bogata kulturno-povijesna baština
- ✓ Centralna pozicija na dalmatinskoj obali
- ✓ Dva nacionalna parka, dva parka prirode i sedam zaštićenih područja, izvori Krke, Cetine, Čikole itd.
- ✓ Bioraznolikost
- ✓ Dobra prometna povezanost (autocesta, željeznica, luka Šibenik, blizina zračnih luka Split i Zadar)
- ✓ Željezničko čvorište Knin (za BiH i luke Zadar i Šibenik)
- ✓ Luka za međunarodni promet roba povezana sa željeznicom
- ✓ Podrška regionalne i lokalne uprave za regionalni razvoj

6.2. SLABOSTI



- ✓ Slaba kvaliteta cestovne infrastrukture koja povezuje obalni dio županije sa zaleđem, (posebno) slaba povezanost turističkih destinacija s autocestom
- ✓ Neadekvatna i nekvalitetna povezanost obalnog dijela županije s njezinim otocima
- ✓ Neraznolikost kulturnih atrakcija
- ✓ Slabe marketinške aktivnosti
- ✓ Niska razina znanja o menadžmentu u kulturi, uključujući i marketing
- ✓ Nedostatak popratnih sadržaja i usluga kojima se povećava potrošnja
- ✓ Slaba međusobna povezanost pojedinih kulturnih dobara
- ✓ Relativno slaba integracija kulturnih dobara u turističku ponudu
- ✓ Kulturni lokaliteti infrastrukturno slabo opremljeni i teško dostupni, mnogi i zapušteni



6.3. PRIJETNJE



- ✓ Nerazumijevanje marketinških aktivnosti
- ✓ Iseljavanje školovanih mladih ljudi
- ✓ Tradicionalan postav i nedostatak popratnih sadržaja
- ✓ Niska razina znanja i svijesti o vrijednosti kulturnog dobra među turističkim djelatnicima
- ✓ Nedostatna financijska sredstava za održavanje i razvoj kulturnih institucija
- ✓ Devastacija i/ili zapuštanje resursa
- ✓ Zakonodavstvo ne stimulira poslovnu orijentaciju kulturnog sektora
- ✓ Neprikladna prezentacija kulturnih resursa
- ✓ Nepovezanost kulturnog i turističkog sektora

6.4. PRILIKE



- ✓ Poticanje naseljavanja napuštenih područja
- ✓ Porast interesa za autentičnim proizvodima
- ✓ Razvijen inozemni turizam i njegov očekivan rast u Hrvatskoj
- ✓ Porast interesa za kulturnim turističkim proizvodima stranih posjetitelja kada već dođu u Hrvatsku
- ✓ Kulturno turistički aktivniji novi gosti i gosti s udaljenijih tržišta
- ✓ Među top 5 aktivnosti – šetnje i izleti u okolicu
- ✓ Legende i mitovi koji se mogu uklopiti u gotovo svaki lokalitet
- ✓ Raspoloživost EU strukturnih fondova za projekte
- ✓ Razvijanje turizma specijalnih interesa - Razvoj izletničkog i tranzitnog kulturnog turizma



7. IDENTIFIKACIJA SPECIFIČNE KULTURNE RESURSNE OSNOVE U ŠIBENSKO-KNINSKOJ ŽUPANIJI I GRADU ŠIBENIKU - TVRĐAVA I LOKALITETA

Pri odabiru kulturne resursne osnove primijenjen je pristup usmjeren prema provedbenim rješenjima, temeljen na konzultacijama s dionicima te intervjuima s predstavnicima gradske uprave i gradskih institucija. Kao rezultat, odabrana su kulturna dobra obrađena u okviru ovog poglavlja koja kontaktirani dionici smatraju pogodnima za razvoj cjelovitog kulturno-povijesnog turističkog proizvoda.

7.1. Tvrđava sv. Mihovila, Šibenik

Slika 3 Tvrđava sv. Mihovila



Izvor: www.min-kulture.hr; http://sibenskiportal.hr/wp-content/uploads/2012/06/tvrđava-sv-mihovil_sp.jpg

Kaštel sv. Mihovila najstariji je dio grada Šibenika, sa začecima još iz kasnobrončanog doba, kako su pokazala arheološka istraživanja. Naime, tvrđavi je prethodila ilirska gradina, vrsta utvrđenog naselja koje se nekoć gradilo na uzvisinama poput ove. Prema prvim zapisima se spominje tijekom boravka P. Krešimira IV 1066. g. te se u to vrijeme vjerojatno koristi kao kastrum. Tvrđava je često mijenjala vlasnike, dugo vremena su to bili hrvatski velikaši, zatim hrvatsko-ugarski kraljevi, a potom Bizant i Mleci. Početkom 15. stoljeća tvrđava dolazi u posjed Venecije, a tako je bilo sve do kraja 18. stoljeća. Tvrđava se tada uglavnom koristila u vojne svrhe, pa su u skladu s time pojačavani i zidovi te obrambene kule. Različite vojske su se u Kaštelu zadržale sve do 70-ih godina 20. stoljeća.

Srednjovjekovne je koncepcije, oblika romba. Na sjevernom zidu sačuvana su dva kruništa. Na istočnom su faze različitih debljina i visina s kamenim slogovima, različite starosti. Ostali zidovi su eksplozijama barutana srušeni. Ulazom u tvrđavu dominira gotički portal s grbom



Dolfin, dok se u predprostor ulazilo pokretnim mostom. U kaštelu su bile barutane, kuće za kamerlenga i posadu, crkva sv. Mihovila, radionice i sl.

7.2. Tvrđava sv. Nikole, Šibenik

Slika 4 Tvrđava sv. Nikole



Izvor: <http://img20.imageshack.us/img20/874/tvrđavasvnikole.jpg>; <http://www.sibenske-starine.com/wp-content/uploads/2012/12/naslov.jpg>

Izgrađena je na otočiću pred ulazom u luku. Projektirao ju je G.G Sanmicheli. Izgrađena je 1541-1545 na mjestu samostana sv. Nikole. Građena je u dvije razine: prostor s topovskim otvorima u razini mora, sa svodovima velikog raspona, te plato iznad svodova, s vojnim objektima i kapelom. Plato je štice kavalijerima s topovskim otvorima Tvrđava je trokutasta oblika. Glavni ulaz s pokretnim mostom od pristana je renesansni portal izveden tehnikom bunje s dva polustupa, frizom ovnujskih glava te triglifima i metopama ispod atike s mletačkim lavom.

7.3. Tvrđava sv. Ivana, Šibenik

Slika 5 Tvrđava sv. Ivana



Izvor: <http://www.sibenske-starine.com/wp-content/uploads/2012/12/naslov-ivan.jpg>

Tvrđava sv. Ivana smještena je na vrhu brda sjeverno od šibenske stare gradske jezgre, na 115 metara nadmorske visine. Nazvana je sv. Ivan po maloj kapeli koja se tu nalazila. Ova velika i snažna tvrđava ima u tlocrtu zvjezdasti oblik, a na sjevernoj strani pojačana je visokim zidanim nasipom u obliku kliješta – tal. tanaglia, pa se prema tome za nju uobičajio i naziv Tanaja.



Izgrađena je prema nacrtu Antuna Lenija iz Genove 1646. god. za svega nekoliko mjeseci, jer su u velikom broju na gradnji tvrđave sudjelovali i sami građani. Istovremeno s njom gradila se i tvrđava Šubićevac/Barone, a obje tvrđave se grade po novim shvaćanjima vojne arhitekture sa tzv. terrapienom što znači da je tvrđava imala bastonski sustav ojačan nanosima zemlje koji su trebali spriječiti probijanje zidova topovskim granatama. Tvrđave su međusobno bile spojene drvenom palisadom u jedinstveni obrambeni sustav. U tvrđavi sv. Ivana se nalazila cisterna, barutana i nekoliko objekata u kojima su obitavali branitelji.

Oko tvrđave sv. Ivana odvijale su se žestoke borbe u kolovozu i rujnu 1647. god. kada je 20.000 janjičara pod vodstvom Tekeli-paše pokušalo osvojiti Šibenik. No, nakon velikih gubitaka, 16. rujna 1647. povlače se prema Bosni.

7.4. Tvrđava Barone (Šubićevac), Šibenik

Slika 6 Tvrđava Barone



Izvor: <http://www.sibenske-starine.com/wp-content/gallery/barone/subicevac-3.jpg>;
http://mok.hr/images/cms/slide0071_image095.jpg

Tvrđava Šubićevac (tvrđava Baron Degenfeld) nalazi se na 80 metara nadmorske visine, nekoliko stotina metara jugoistočno od tvrđave sv. Ivana. Tvrđava Šubićevac malo je manja od tvrđave Sv. Ivana, ali je lakše pristupačna posjetiteljima. S nje se pruža prekrasan pogled na stari grad, šibenski kanal Sv. Ante i otoke šibenskog arhipelaga.

Izgrađena je 1646.g., u isto vrijeme kad i tvrđava sv. Ivana, te je zajedno s njom igrala značajnu ulogu u obrani grada od Turaka 1647.godine. Dugo vremena nosila je ime po barunu Degenfeldu, Nijemcu u službi Mletačke Republike, vođi obrane Šibenika od 1646. do 1647. Godine 1659. proširio ju je i restaurirao Antun Bernardo, koji je to isto učinio i s tvrđavom Sv. Ivana.

Gradsko vijeće Šibenika kupilo je tvrđavu 1912.g. i nazvalo je, kao i taj dio grada Šubićevac po staroj hrvatskoj plemićkoj obitelji Šubića.



7.5. Kninska tvrđava, Knin

Slika 7 Tvrđava u Kninu



Izvor: www.min-kulture.hr; http://widigo.hr/galerija/mx_1215265966_Bastion_Grimani.jpg

Tvrđava je smještena na južnom dijelu brda Spas i nalazi se 100 metara iznad grada Knina. Nalazi se na 345 metara nadmorske visine. Kninska tvrđava se dijeli na pet dijelova: Gornji grad (kaštel Knin), Garišta (srednji grad), Kaštel Lab (Bandjera), postaja Belveder i Donji grad. Danas tvrđava zauzima prostor od 123.147m² i spada među najveće kulturno-povijesne spomenike u Hrvatskoj. Tvrđava je duga 470m, široka 110m, a nadmorska visina joj je 344m. Po čitavoj tvrđavi vijugaju se golemi zidovi i bedemi koji su mjestimično visoki i preko 20 m.

Podignuta je sredinom 10. stoljeća, konačni je izgled dobila početkom 18. stoljeća, kada je umjetnim prosjekom odijeljena od brda Spas koje se na nju nadovezuje sa sjeverne strane. Tvrđava je jedna od najvećih fortifikacijskih građevina u Dalmaciji. Podijeljena je na gornji, srednji i donji grad, koji su međusobno povezani pokretnim mostovima. Najstariji je gornji grad na sjevernom dijelu tvrđave, dok su srednji i donji grad sagrađeni u kasnome srednjem vijeku. U početku 18. stoljeća na gradnji zidina kninske tvrđave radili su i domaći majstori Ivan Macanović i njegov sin Ignacije. U tvrđavi je bio smješten Muzej hrvatskih starina (danas Muzej hrvatskih arheoloških spomenika u Splitu), osnovan 1893. Na brdu Spasu otkriveno je kasnoantičko i starohrvatsko naselje.

Današnji izgled duguje venecijanskom graditelju Alberghettiju, a sačuvani natpis upućuje da su radovi završeni 1711. godine. Kninska tvrđava je zaštićena kao urbanistička cjelina i upisana u registar Kulturne baštine Republike Hrvatske kao spomenik nulte kategorije tj. spomenik od posebnog nacionalnog interesa.



7.6. Lokalitet Burnum, Kistanje

Slika 8 Burnum - Amfiteatar i Lukovi principija



Izvor: <http://www.sibenikregion.com>; http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/5d/Burnum_-_lukovi_principija.jpg

Burnum je bio starorimski vojni logor i naselje kraj Kistanja. Ostaci logora nalaze se u mjestu Ivoševci, 19 km od Knina, u pravcu Kistanja.

Ovaj arheološki lokalitet se sastoji od 2 lokacije. Cestom iz Knina prema Zadru, na njenom 19. kilometru, s lijeve strane se nalaze dva luka, vjerojatno portika principia rimskog vojnog logora Burnuma, u naroda zvana Šupljaja ili Šuplja crkva. Principij je bila zgrada zapovjedništva, upravno i religiozno središte rimskog vojnog logora. Smještao se na mjestu gdje su se sjekle najvažnije logorske prometnice: via principalis i via praetoria. Spomenuta cesta približno prolazi trasom nekadašnje via principalis. U pozadini lukova otvara se kanjon rijeke Krke u kome se na tom mjestu popriječio masivan prirodni prag od sedre, što na rijeci Krki uzvodno tvori jezero, a nizvodno slap Manajlovac.

Drugi lokalitet obuhvaća amfiteatar, koji se nalazi oko 500 m zapadno od lukova, odnosno pretpostavljenog zapadnog logorskog bedema. Poznato je da je vojska gradila amfiteatre u blizini vojnih logora kako bi iz njih mogla štititi vanjske dijelove logorskih bedema, ali i za treninge što su ih svakodnevno upražnjavali. S druge strane, ne isključuje se mogućnost da je amfiteatar mogao biti korišten poslije odlaska legija za zabavu stanovništva kasnijeg municipija.



7.7. Lokalitet Bribirska glavica, Bribir (Skradin)

Slika 9 Lokalitet Bribirska glavica



Izvor: <http://www.hkv.hr>

U mjestu Bribir, 15 kilometara od grada Skradina, nalazi se atraktivan lokalitet poznat kao Bribirska glavica, središte hrvatske države u 13. st. i spomenik kulture najviše kategorije. Arheološki lokalitet Bribirska glavica (antička Varvaria i starohrvatski Bribir) obuhvaća površinu od 72.000 kvadratna metra i nalazi se na 300 m nadmorske visine. Među arheolozima je ovaj lokalitet poznat kao «Hrvatska Troja», a tako ga je nazvao otac hrvatske arheologije, fra Lujo Marun 1908. godine.

Jedan je od najvažnijih arheoloških lokaliteta u Hrvatskoj, na kojem se može pratiti slijed življenja iz pretpovijesti, liburnskog doba, rane i kasne antike, starohrvatske povijesti, te ranog i kasnog srednjeg vijeka.

Najznačajniji arheološki spomenici nalaze se na Glavici iznad sela, koja je bila naseljena najkasnije početkom 1. stoljeća p.n.e. Do dolaska Rimljana ovo naselje je živjelo kao utvrđena liburnska gradina, a već u 1. stoljeću n.e. opasana je jakim zidanim bedemima i stječe status municipija, a naziva se Municipium Varvariae.

Nakon prosperiteta u prvim stoljećima Varvaria u vrijeme seobe naroda proživljava teške dane, kao i ostala naselja na području prostranog Rimskog Carstva.

Ruševine antičkog grada naseljavaju Hrvati, koji naziv Varvaria preinačuju u Bribir. Prvo svjedočanstvo nalazimo kod bizantskog cara - pisca iz 10. st. Konstantina Porfirogeneta, koji u popisu hrvatskih županija navodi i županiju "Berbera". Najveći procvat Bribir doživljava u vrijeme kada su njime gospodarili moćni feudalci Šubići, posebno u 13. i 14. stoljeću za vrijeme bana Pavla I. Šubića. Grad su porušili i zaposjeli Turci, a nakon njihova odlaska stanovnici se nisu više trajno nastanjivali na platou Glavice, nego u njenom podnožju.



8. VIZIJA I CILJEVI

Vizija daje sažeti prikaz željenog budućeg stanja, ukazuje na to gdje kulturni turizam Grada i Županije želi biti u bližoj ali i daljoj budućnosti, te kakvu sliku o sebi želi izgraditi. Vizija je ambiciozna ali i ostvariva smjernica razvoja, odnosno zaključak koji se nameće iz definiranih ciljeva.

Razvojna vizija Plana upravljanja kulturnim dobrima glasi:

Grad Šibenik i Šibensko-kninska županija su valorizirali svoj kulturno-povijesni turistički potencijal te postali konkurentna regija kulturnog turizma šireg područja, koja ostvarenim napretkom omogućava zapošljavanje lokalnog obrazovanog stanovništva, a posjetiteljima jedinstveni doživljaj.

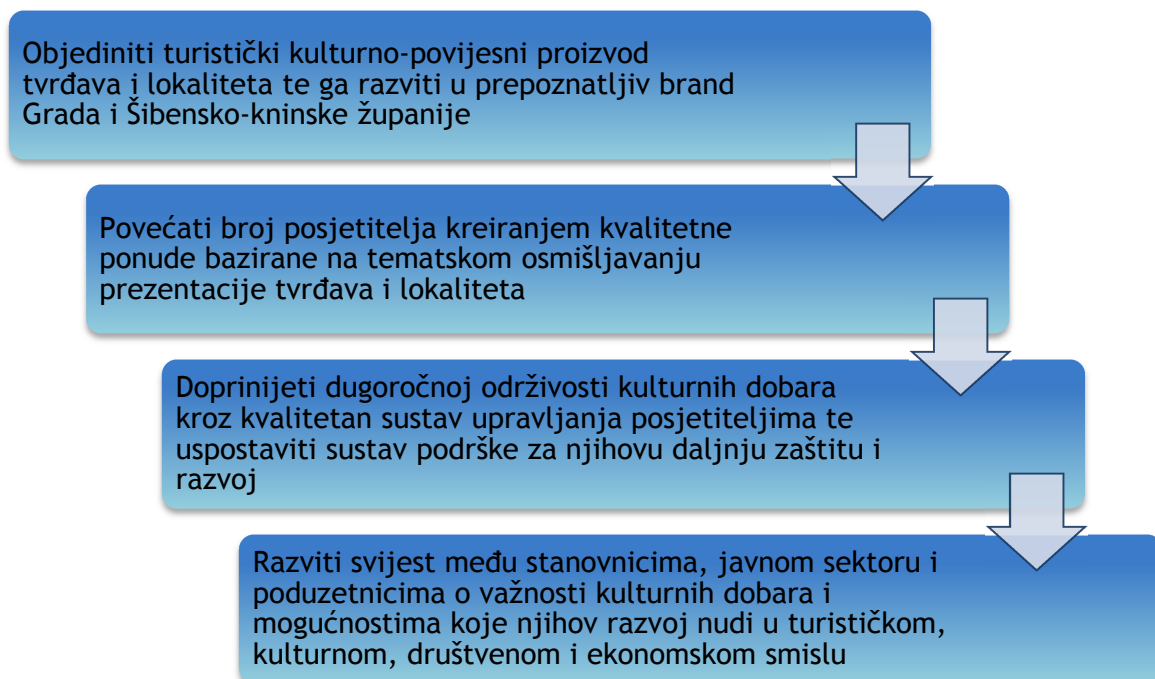
Vizija otkriva brojne mogućnosti koje se pružaju gradu Šibeniku i Šibensko-kninskoj županiji, ali i njihovu usmjerenost prema kulturnom turizmu i povijesnim znamenitostima općenito kao dvjema odrednicama ključnim za cjelokupni rast i razvoj u narednom, promatranom razdoblju. Upravo se od kulturnog turizma očekuje da bude jedan od generatora promjena i napretka u svim aspektima življenja i djelovanja na području Grada i Županije.

Koncipiranje plana upravljanja kulturnim dobrima, temeljenog na analizi stanja i raspoloživim resursima, upućuje na sljedeće smjernice:

- Interpretacija kulturno-turističkih dobara - tvrđava i lokaliteta, treba biti usklađena sa širokim obuhvatom razvojnih i kulturnih ciljeva, čiji se rezultati ne trebaju mjeriti samo brojem posjetitelja i prihodima;
- **Predstavljanje i interpretacija kulturnih dobara mora aktivno uključiti sudjelovanje povezanih zajednica i sudionika u svrhu podizanja kvalitete i dodatne financijske dobiti;**
- Upravljanje i prezentacija kulturnih dobara predstavlja trajni proces koji podrazumijeva konstantno istraživanje, educiranje osoblja, međunarodnu razmjenu iskustava i ocjenjivanje očekivanih rezultata;
- Integriranje širokog društvenog, kulturnog, povijesnog i prirodnog konteksta u ukupni kulturno-turistički proizvod - tvrđava i lokaliteta;
- Naglasiti doprinos svih povijesnih perioda tvrđava i lokaliteta, s naglaskom na tematsko osmišljavanje prikaza najvažnijih perioda;
- Omogućiti posjetiteljima jasan i cjelovit uvid u povijest i značaj tvrđava i lokaliteta, potaknuti radoznalost i želju za usvajanjem novih informacija.

Nastavno na navedene smjernice, glavni ciljevi Plana upravljanja kulturnim dobrima su:

Slika 10 Ciljevi Plana upravljanja kulturnim dobrima



8.1. Ključne aktivnosti

Nadalje, ključne aktivnosti koje bi se odvijale u svrhu ispunjavanja navedenih ciljeva bi bile:

- **Formiranje tima za upravljanje projektom**
 - Tim bi se sastojao od odabranih stručnjaka iz domene kulture, turizma i povijesti koji bi izradili Program tematskih prezentacijskih modela za svaki od odabranih kulturnih dobara kao i njihov umrežen, tj. cjelovit tematski prikaz.
- **Uspostavljanje info-pultova, promotivnih materijala i događaja te turističke signalizacije**
 - **Info točke** na ulazu u tvrđave i lokalitete predstavljaju mjesta prihvata posjetitelja te im pružaju osnovne informacije o kulturnom dobru.
 - **Promotivni materijali** u obliku letaka i brošura će davati posjetiteljima uvid u povezanost i cjelovitost ponude bazirane na tvrđavama i lokalitetima područja.
 - **Web stranica** - U tu svrhu može biti izrađena i web stranica sa virtualnim prikazom primarnih značajki pojedinih kulturnih dobara.
 - **Info dani** - Tijekom ljetne sezone organizacijom info dani se informiraju sezonski turisti koji su posjetili područje iz različitih razloga (festivali, odmor, kampiranje i sl.) i upoznaju sa kulturno-povijesnim atrakcijama područja.



- **Turistička signalizacija** - u svrhu informiranja posjetitelja postavlja se turistička signalizacija na ključnim prometnicama i ulazima u tvrđave i lokalitete.
- **Edukacije**
 - Edukacije se održavaju ciljano, za predstavnike različitih sfera važnih za uspješnu realizaciju projekta:
 - Predstavnike javnog, upravnog i društvenog života (različite udruge)
 - Predstavnike MSP povezanog sa turizmom,
 - Predstavnike TZ i Muzeja Grada Šibenika
 - Turističke vodiče



9. STRATEGIJA UPRAVLJANJA

9.1. Osnova kulturno-turističke ponude

Usuglašeno sa Naručiteljem, osnovu kulturno-turističke ponude Grada i Županije predstavljaju sljedeća kulturna dobra:

- Tvrđava sv. Mihovila
- Tvrđava sv. Ivana
- Tvrđava sv. Nikole
- Tvrđava Barone (Šubićevac)
- Kninska tvrđava
- Lokalitet Burnum
- Lokalitet Bribirska glavica

Odabrana kulturna dobra za razradu u ovom dokumentu na području Šibenika i Šibensko-kninske županije - 5 tvrđava i 2 lokaliteta imaju donekle zajedničke ali i različite značajke. Svaki od ovih dobara čini parcijalni proizvod koji je potrebno ukomponirati u cjeloviti turistički proizvod šireg prostora. U osmišljavanju programskog koncepta treba se voditi sljedećim stavkama:

- **Postojeća raspoređenost i karakteristike tvrđava i lokaliteta nameće njihovu međuovisnost, ali i potrebu tematskog povezivanja;**
- Atrakcijske osnove promatranih tvrđava i kulturnih dobara nude velike mogućnosti tematiziranja i oživljavanja povijesnih tema;
- Prilagodba suvremenim tržišnim trendovima implicira pomak s doživljaja koji se zasniva na obilasku i promatranju ka doživljaju koji nastaje uključenošću posjetitelja u kulturu i život lokalne zajednice;
- Pristup ciljanom tržištu treba temeljiti na tematiziranim sadržajima.

Nadalje, realno je za očekivati da će se turističko poslovanje ciljanih kulturnih dobara uglavnom odvijati sezonski. Na sezonalnost posjete utječe nekoliko čimbenika - sezonalnost turističke potražnje u Dalmaciji i primorju od kuda će dobra crpiti većinu svojih posjetitelja, režim posjete NP Krka, NP Kornati, NP Paklenica, čiji posjetitelji ujedno čine i dio tržišta za ciljane kulturna dobra, te klimatski čimbenici. Stoga je za očekivati da posjete tvrđavama i lokalitetima područja budu većinski sezonskog karaktera, tj. od početka svibnja do kraja listopada.

Promatrane tvrđave i lokaliteti su tipične vizitacijske atrakcije, koje obilaze turisti smješteni u bližoj ili široj okolici, stanovnici regije na poludnevnim ili jednodnevnim izletima, turisti u



tranzitu, organizirani dolasci (osnovne škole, kružna putovanja, jednodnevni izleti iz unutrašnjosti zemlje).

Nastavno na programsku orijentaciju, osnovni proizvodi ciljanih kulturnih dobara imaju sljedeća obilježja:

Tablica 24 Osnovna obilježja kulturnih dobara

Kulturno dobro	Osnovna obilježja
Tvrđava sv. Mihovila	<ul style="list-style-type: none"> - Vizitacijska atrakcija (najstarija šibenska tvrđava) - Vizitacijski dokoličarsko-edukacijski poludnevni obilasci - U ljetnoj sezoni posjete turista smještenih na obali a manjim dijelom posjete ostalih posjetitelja kroz cijelu godinu - Ovisna o cjelokupnoj turističko-kulturnoj ponudi u okruženju a manje o ugostiteljskim objektima
Tvrđava sv. Nikole	<ul style="list-style-type: none"> - Jedinstvena vizitacijska atrakcija sa improviziranim kopnenim i morskim pristupnim putem - Prepoznatljivost atrakcije kao povijesne pomorske točke obrane od Turaka - Sačuvana je u svom gotovo izvornom obliku
Tvrđava sv. Ivana	<ul style="list-style-type: none"> - Vizitacijska atrakcija sagrađena za svega nekoliko mjeseci pred osvajačkim naletom Turaka - Sagrađena u isto vrijeme kao i tvrđava Barone (Šubićevac) te su bile spojene u jedinstveni obrambeni sustav - Vizitacijski dokoličarsko-edukacijski poludnevni obilasci - U ljetnoj sezoni posjete turista smještenih na obali a manjim dijelom posjete ostalih posjetitelja kroz cijelu godinu - Ovisna o cjelokupnoj turističko-kulturnoj ponudi u okruženju a manje o ugostiteljskim objektima
Tvrđava Barone (Šubićevac)	<ul style="list-style-type: none"> - Vizitacijska atrakcija sagrađena u isto vrijeme kao i tvrđava Barone (Šubićevac) te su bile spojene u jedinstveni obrambeni sustav - Prepoznatljivost ove atrakcije je u sintagmi planiranog tematskog turističkog proizvoda „Obrana od Turaka“ - Vizitacijski dokoličarsko-edukacijski poludnevni obilasci - U ljetnoj sezoni posjete turista smještenih na obali a manjim dijelom posjete ostalih posjetitelja kroz cijelu godinu - Ovisna o cjelokupnoj turističko-kulturnoj ponudi u okruženju a manje o ugostiteljskim objektima
Kninska tvrđava	<ul style="list-style-type: none"> - Spada među najveće hrvatske fortifikacijske spomenike i druga je po veličini vojna fortifikacija u Europi - Izuzetno razvedena i sačuvana u svim svojim dijelovima. - Unutar tvrđave se nalaze muzej, izložbeni prostori i restoranom - Predstavlja glavni resurs kulturnog turizma na području grada Knina - O tvrđavi brine Kninski muzej, u sklopu kojeg se nalaze i arheološka izložba i etnografski postav - Kninska tvrđava otvorena je u periodu od 16. ožujka do 31. listopada, svaki dan od 7.00 do 19.00 sati. Izvan sezone je radno vrijeme od 7.00 do 15.00 sati. Cijena ulaznice iznosi 20,00 kn po osobi. Za organizirane posjete ulaznica je 10,00 kn po osobi.
Lokalitet Burnum	<ul style="list-style-type: none"> - Vizitacijska atrakcija - arheološki lokalitet predstavlja povijesni vojni logor čija se znamenitost bazira na prikazu starorimske vojne sile



	<ul style="list-style-type: none"> - Sastoji se od dvije lokacije - Lukovi principija i Amfiteatar - Prepoznatljivost ove atrakcije može se sinonimizirati u sintagmi „Vojna sila Rimskog carstva“
Lokalitet Bribirska glavica	<ul style="list-style-type: none"> - Vizitacijska atrakcija - arheološki lokalitet na kojem se može pratiti slijed življenja iz pretpovijesti, liburnskog doba, rane i kasne antike, starohrvatske povijesti te ranog i kasnog srednjeg vijeka. - Obuhvaća površinu od 72.000 m² - Prepoznatljivost ove atrakcije ogleda se u nazivu „Hrvatska Troja“, danom od oca hrvatske arheologije fra Luje Maruna 1908. g. - Provode se organizirani poludnevni posjeti posjetitelja, ali se je prije dolaska potrebno najaviti

S obzirom na važnost i ulogu tvrđava i lokaliteta u povijesnim događajima, pružaju se široke mogućnosti interpretacije te oživljavanja elementima „replicirane“ povijesti, uzimajući u obzir institucionalna ograničenja i postojeću podjelu ingerencija nad upravljanjem pojedinih kulturnih dobara.

Tablica 25 Potencijalni model revitalizacije tvrđava

Tvrđave baštine i kulture	
Jedinstveni model aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> - Postavljanje receptivnog info-pulta na ulasku u tvrđave odnosno Centra za posjetitelje koji ujedno predstavlja i centralnu točku prijema i informiranja posjetitelja
	<ul style="list-style-type: none"> - Atrakcije tvrđava - identificirati točke interesa unutar tvrđave sa opisima, tj. znamenitosti koje se preporučuju posjetitelju tijekom obilaska
	<ul style="list-style-type: none"> - Organizacija kategorizirane naplate ulaza u tvrđavu - Obilazak tvrđave s vodičem, odnosno sustav organiziranja kretanja kroz tvrđavu - Događanja u tvrđavi - organiziranje raznih događanja oko i unutar tvrđave: <ul style="list-style-type: none"> o Muzejski postavi o Oživljavanje povijesnih događaja o Organiziranje kulturnih događanja (koncerti, predstave i sl.)
Modeli tematskog prezentiranja tvrđava	<ul style="list-style-type: none"> - Tvrđava sv. Mihovila - Krunjenje hrvatskog kralja Stjepana II. - Tvrđava sv. Nikole - Pomorska bitka s flotom Osmanskog carstva - Tvrđava sv. Ivana - Bitka za obranu grada 1647.g. te obrana od 20.000 janjičara pod vodstvom Tekeli-paše - Tvrđava Barone (Šubićevac) - Obrana od Turaka 1647.g. pod vodstvom baruna Degenfelda - Kninska tvrđava - Prijestolnica hrvatskoga kralja Dmitra Zvonimira

Tablica 26 Potencijalni model revitalizacije arheoloških lokaliteta

Lokaliteti s povijesnom pričom	
Jedinstveni model aktivnosti	<ul style="list-style-type: none"> - Postavljanje receptivnog info-pulta u neposrednoj blizini lokaliteta, odnosno Centra za posjetitelje koji ujedno predstavlja i centralnu točku prijema i informiranja posjetitelja - Atrakcije lokaliteta - označavaju točke interesa unutar lokaliteta sa opisima, tj. znamenitosti koje se preporučuju posjetitelju tijekom obilaska



	- Organizacija naplate razgledavanja s vodičem
	- Događanja - informacije o raznim događanjima (reprodukcija starorimskih vojnih vježbi, bitaka i sl. oko i unutar lokaliteta)
	- Postavljena info-tabla u neposrednoj blizini lokaliteta s integriranim informacijama o stavkama koje su navedene
Modeli tematskog prezentiranja lokaliteta	- Lokalitet Burnum - Pripreme starorimskih vojnika za bitke, borbe rimskih gladijatora u amfiteatru
	- Lokalitet Bribirska glavica - Život u vrijeme Rimskog Carstva u antičkom gradu - municipiju Varvaria (1. st.)

Dionici koji će izravno sudjelovati u implementaciji planiranih aktivnosti su:

- Grad Šibenik
- Muzej Grada Šibenika
- TZ Grada Šibenika
- HNK Šibenik
- Udruga turističkih vodiča Šibenik
- Udruženje obrtnika Šibenik

Aktivnosti u funkciji razvoja osnove kulturno-turističke ponude:

- **Oživljavanje i interpretacija specifičnih povijesnih događaja za svaki od odabranih kulturnih dobara**
- Organiziranje **tematskih dana** tijekom kojih bi se prezentirale značajke i povijesne znamenitosti pojedinih kulturnih dobara, primjerice:
 - Tvrđava sv. Mihovila - krunjenje hrvatskog kralja Stjepana II.
 - Tvrđava sv. Ivana - obrana Šibenika od Osmanlija 1647.g.
 - Tvrđava sv. Nikole - povijesne pomorske bitke
 - Tvrđava Barone (Šubićevac) - zasluge zapovjednika obrane tvrđave - baruna Cristoph Martin von Degenfeld-a za odupiranje navale Osmanlija 1647.g.
 - Kninska tvrđava - stolovanje hrvatskog kralja Dmitra Zvonimira
 - Lokalitet Burnum - starorimski vojni sustav te borbe gladijatora
 - Lokalitet Bribirska glavica - antički grad - municipij Varvaria (1.st.)
- Organiziranje **popratne ponude** i programa za djecu u skladu sa identificiranim znamenitostima kulturnih dobara

Kao preduvjet pripreme i realizacije aktivnosti usmjerenih za razvoju i prezentaciju turističke ponude zasnovanoj na kulturnim resursima svakako je **definiranje odnosa između identificiranih dionika**, prvenstveno iz perspektive njihovih zakonski postavljenih prava i obveza, te adekvatnih modela formalne i neformalne suradnje usmjerene za zajedničkom osmišljavanju i ponudi proizvoda kulturnog turizma.



9.2. Ciljane skupine

Na temelju analize trendova potražnje kulturnog turizma u Europi i svijetu te na temelju tržišnih istraživanja TOMAS (Institut za turizam, 2008.) može se zaključiti da kako se mogu iskoristiti sljedeća obilježja inozemne turističke potražnje:

- porast interesa za autentičnim proizvodima, što je u skladu s trenutnim pozicioniranjem Hrvatske kao "Mediterranean as it once was";
- razvijen inozemni turizam u Hrvatskoj te njegov očekivan rast;
- **porast interesa postojećih posjetitelja za hrvatsku kulturnu baštinu.** Naime, iako tek 7,2 posto inozemnih posjetitelja dolazi u Hrvatsku motivirano upoznavanjem kulturnih znamenitosti naše zemlje, znatno je veći broj onih koji, kada već dođu u neku od naših destinacija, posjećuju kulturne znamenitosti, muzeje, galerije, kulturne manifestacije, koncerte, kazališta i predstave;
- izraženiju potražnju za kulturnim turističkim proizvodima među "novim" gostima (onima koji su u Hrvatskoj prvi put), kao i gostima s udaljenih tržišta (Velika Britanija, zemlje Skandinavije);
- "šetnje" i "izleti" su među pet najpopularnijih aktivnosti inozemnih gostiju tijekom boravka u Hrvatskoj. U obje navedene aktivnosti ponuda kulturnog turističkog proizvoda se može vrlo dobro uklopiti.

Međutim, uočeni su sljedeći problemi:

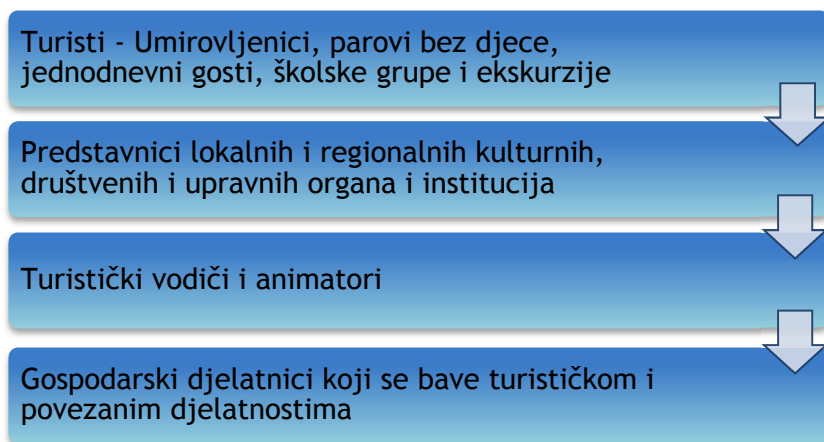
- inozemni gosti izražavaju nezadovoljstvo kulturnom ponudom, a osobito označavanjem kulturnih znamenitosti;
- gosti su nezadovoljni nedovoljnim informacijama o tome što destinacije nude kao i njihovom kvalitetom;
- izraženo je i nezadovoljstvo inozemnih gostiju raznolikošću kulturne turističke ponude;
- nezadovoljstvo prevladava i kod mogućnosti za kupnju.

Iz navedenih činjenica proizlazi da je u Hrvatskoj izražena potražnja inozemnih posjetitelja za kulturnim turističkim proizvodima, odnosno da se i u Hrvatskoj održava globalni trend povećanja interesa za kulturnim aktivnostima, ali isto tako istraživanja pokazuju gosti odlaze nezadovoljni.



Ciljane skupine na koje će razvoj osnove turističke ponude djelovati su:

Slika 11 Ciljane skupine razvoja osnove turističke ponude



9.3. Koncipiranje cjelovitog prepoznatljivog kulturno-turističkog proizvoda Županije i Grada

Prihvaćajući trendove na turističkom tržištu kako sa strane ponude tako i potražnje važno je usuglasiti onu poruku koja će biti relevantna kupcima ali koja će istovremeno održavati istinske i stvarne vrijednosti koje grad Šibenik i Županija mogu ponuditi na tržištu i koje posjetitelji zaista mogu doživjeti.

Osnovne značajke prepoznatljivosti kulturno-turističke ponude područja su:

- bogata i zanimljiva povijest
- grad Šibenik - grad živopisnih i jedinstvenih tvrđava
- značajna arheološka nalazišta

Marketinške smjernice za uspješnu komercijalizaciju pojedinačnih kulturno-turističkih proizvoda ŠKŽ i grada Šibenika ukazuju i na geografski relevantna tržišta na koja će ti proizvodi ciljati, pri čemu valja posebno razlikovati tržišta od primarnog interesa (tvrđave kao kulturno-povijesne cjeline) od tržišta sekundarnog i/ili tercijarnog interesa (profana graditeljska baština, arheološka baština).

Tablica 27 Zajedničke točke razvojne orijentiranosti kulturno-turističkih resursa ŠKŽ i grada Šibenika

	Tvrđava sv Mihovila	Tvrđava sv Nikole	Tvrđava sv Ivana	Tvrđava Barone (Šubićevac)	Kninska tvrđava	Lokalitet Burnum	Lokalitet Bribirska glavica
Zajednička razvojna orijentiranost	<ul style="list-style-type: none"> • Kreiranje primarnog motiva dolaska gostiju • Povezivanje s specijaliziranim agencijama i turoperatorima • Povezivanje s drugim turističkim proizvodima ŠKŽ • Promoviranje kulturno-povijesnih cjelina • Određivanje ključnih točaka s potencijalom za razvoj turističkih ruta 						



- Osmišljavanje nekoliko tematiziranih kulturno-povijesnih cjelina
- Specificiranje ključnih objekata od interesa za turiste
- Profesionalno upravljanje glavnim kulturno-turističkim događajima
- Promocija događanja na specijaliziranim sajmovima i net portalima
- Kreiranje i komercijalizacija kulturnih događanja

Naime, ovisno o veličini postojeće potražnje i/ili prisutnosti potrošača s pojedinih tržišta na prostoru ŠKŽ i grada Šibenika, odnosno očekivanom razvojnom potencijalu pojedinih geografskih tržišta dozirat će se i intenzitet aktivnosti, pri čemu tržišta od primarnog interesa zahtijevaju najveće, a tržišta tercijarnog značenja manje napore u promociji i komercijalizaciji pojedinih kulturno-turističkih proizvoda.

Primjer projekta valorizacije tvrđave Barone⁷

Prema idejnom projektu na tvrđavi Barone će se nalaziti visokotehnološki muzej koji koristi augmented reality tehnologiju (tehnologiju „proširene stvarnosti“) za prezentaciju „postava“. Na taj način posjetitelji putem smart-phonea, tableta (ili u budućnosti AR naočala) mogu promatrati i istraživati sadržaje iz bogate šibenske povijesti, a prvenstveno iz razdoblja Kandijskog rata. Posebna atrakcija bit će pogled s vidikovca na panoramu Šibenika kakav je bio u 17. stoljeću. Tvrđava će se obnoviti, bedemi sanirati i nadograditi kako bi se što više približili izvornom obliku te kako bi se spriječilo dalje propadanje. Postojeći objekt će se ukloniti i izgradit će se novi koji će biti podijeljen na gastro – kulturni dio, suvenirnicu, lounge zonu i sanitarni čvor. Objekt će biti ostakljen kako bi zadržao funkciju vidikovca.

Procijenjena vrijednost projekta iznosi 1.200.000,00 EUR. Najveći dio (75%) trebao bi se financirati sredstvima iz fondova EU, IPA IIIC programa, a ostatak bi financirao Grad Šibenik (25%).

9.4. Glavna ograničenja za upravljanje osnovom kulturno-turističke ponude

Nakon što se definiraju formalni modeli suradnje dionika relevantnih za zajednički pristup upravljanju kulturnim dobrima na prostoru županije – od lokalne samouprave preko predstavnika institucija – potrebno je pristupiti uspostavi partnerstva i dugoročne suradnje. Kao početak u njihovoj uspostavi te ujedno i početna točka usmjerena ka provođenju identificiranih ciljeva i aktivnosti koje iz njih proizlaze je postojanje jedinstvenog mjesta za upravljanja osnovom kulturnih dobara. U tu svrhu moguće je formirati upravljački tim koji bi se sastojao od predstavnika svih upravljačkih tijela kulturno-turističke osnove - tvrđava i lokaliteta.

Upravljački tim bi, **pored predstavnika lokalne i regionalne samouprave**, trebao uključivati predstavnike koji sudjeluju u upravljanju pojedinih kulturnih dobara:

⁷ Izvor: <http://www.jurajdalmatinac.com>



- Grada Šibenika (Tvrđava Barone, u procesu preuzimanja vlasništva nad Tvrđavom sv. Ivana)
- Ministarstva kulture (Tvrđave sv. Nikole i sv. Ivana)
- Muzeja Grada Šibenika (Lokalitet Bribirska glavica)
- Udruge Juraj Dalmatinac (Tvrđava Barone)
- Kninskog muzeja (Kninska tvrđava)
- Gradskog muzeja Drniš (Lokalitet Burnum)

Imajući na umu trenutno stanje, očuvanost i stupanj valorizacije navedenih kulturnih dobara razvidno je da su potrebna višestruko veća ulaganja u pojedina dobra u odnosu na druga.

Prema visini potrebnih ulaganja moguće ih je okvirno rangirati od vrha prema dnu:

Tablica 28 Potrebna ulaganja osnove kulturnih dobara

Kulturna dobra	Procjena potrebnih ulaganja
Tvrđava sv. Nikole	92.000.000,00 KN
Tvrđava Barone (Šubićevac)	9.000.000,00 KN
Lokaliteti Burnum i Bribirska glavica	Potrebna daljnja istraživanja i konzervacija
Tvrđava sv. Ivana	Nepoznato
Tvrđava sv. Mihovila	Radovi u tijeku
Kninska tvrđava	Tvrđava je u funkciji sa organiziranom ponudom za posjetitelje

Izvor: Prema podacima Naručitelja

Društvo za očuvanje šibenske baštine Juraj Dalmatinac dobilo je od Ministarstva kulture novčanu potporu za izradu projektne dokumentacije za tri šibenske tvrđave: Barone (izvedbeni projekt), Sv. Ivan (idejni projekt) i Sv. Nikola (geodetska podloga). Ministarstvo kulture je prepoznalo projekt revitalizacije šibenskih fortifikacija te ih je odlučilo poduprijeti sa 150 tisuća kuna, uz potporu i potrebna jamstva Grada Šibenika.

Potrebno je napomenuti kako su predstavnici Grada Šibenika i Društva Juraj Dalmatinac u *Agenciji za upravljanje državnom imovinom (AUDIO)* pokrenuli postupak pri kojem će Tvrđava sv. Ivana prijeći u vlasništvo Grada Šibenika.

Zaključno, može se ocijeniti da osnovnu prepreku cjelovitom upravljanju definiranom osnovom kulturno-turističke ponude predstavljaju **neusuglašene razine upravljanja** (upravljanje na državnoj i lokalnoj razini), **komplicirani imovinsko-pravni odnosi** (prvenstveno Tvrđava sv. Nikole koja je u državnom vlasništvu te je potrebno revidirati trenutni Zakon o pomorskom dobru kako bi Grad mogao dobiti koncesiju nad tvrđavom te započeti projekt revitalizacije) te različito stanje **očuvanosti i obnovljenosti pojedinih dobara** (npr. uspoređujući Kninsku tvrđavu koja je potpuno funkcionalna i otvorena za posjetitelje i Tvrđavu sv. Ivana u koju je potrebno višestruko ulaganje).



Ulaganje u budućnost
Europska unija



Izradu ovog dokumenta je sufinancirala Europska unija



„Sadržaj ovog dokumenta isključiva je odgovornost autora *MICRO projekt d.o.o.*“

Za više informacija o EU fondovima posjetiti web stranicu Ministarstva regionalnoga razvoja i fondova Europske unije www.strukturnifondovi.hr.

Kontakt podaci:

Grad Šibenik

Trg palih branitelja Domovinskog rata 1, 22 000 Šibenik

Tel: 022/431-000

Fax: 022/431-099

E-mail: gradonacelnik@sibenik.hr

Web: www.sibenik.hr

Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije

Samostalna služba za informativno-obrazovne aktivnosti

Račkoga 6, 10 000 Zagreb

Tel: 01/640-0600

Fax: 01/640-0631

E-mail: fondovi@mrrfeu.hr

Web: www.mrrfeu.hr

Središnja agencija za financiranje i ugovaranje programa i projekata Europske unije (SAFU)

Ulica grada Vukovara 284 (objekt C), 10 000 Zagreb

Tel: 01/459-1245

Fax: 01/459-1075

E-mail: info@safu.hr

Web: www.safu.hr