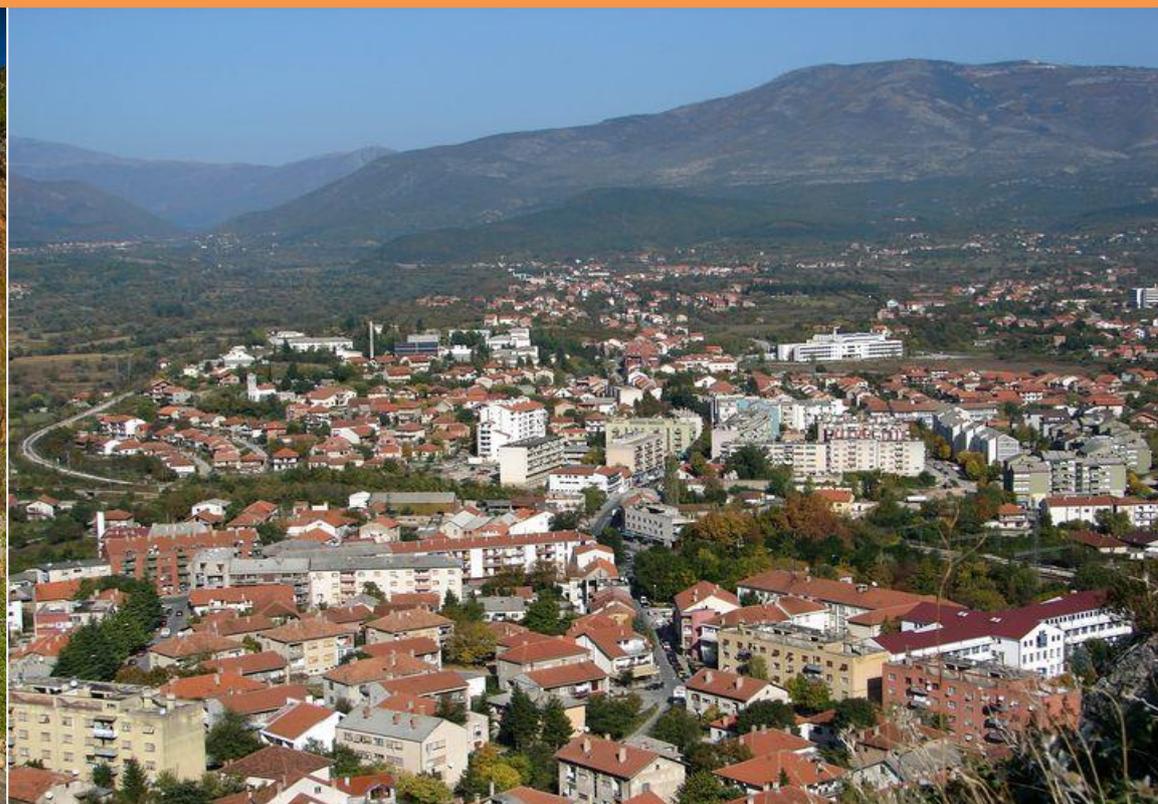
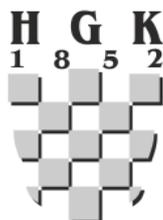




Plan razvoja turizma grada Knina





PLAN RAZVOJA TURIZMA GRADA KNINA

2015. – 2020.

Izrada: HRVATSKA GOSPODARSKA KOMORA

Ured HGK za područja posebne državne skrbi Knin

Knin, travanj 2016.

SADRŽAJ:

1. UVOD	5
1.1. Vizija	5
1.2. Ključni ciljevi	6
2. ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA	7
2.1. Postojeći (povijesno - kulturni i prirodni) sadržaji	7
2.1.1. Povijesni sadržaj	8
2.1.2. Prirodni sadržaji	11
2.2. Infrastruktura	14
2.2.1. Prometna infrastruktura.....	14
2.2.2. Komunalna infrastruktura	15
3. TURISTIČKA PONUDA	18
3.1. Smještajna ponuda.....	18
3.2. Ugostiteljska ponuda	20
3.3. Rekreacija	20
3.3.1. Rekreacijska ponuda	20
3.4. Kulturne, tradicijske i zabavne manifestacije.....	23
4. SWOT ANALIZA	25
5. NAČELA RAZVOJA	28
5.1. Novi i uobičajeni vidovi turizma	29
5.2. Turistička potrošnja (gastroturizam, autohtoni proizvodi).....	30
6. EKOLOGIJA	31
7. VIZIJA	32
8. CILJEVI I ZADACI	34
9. MARKETING.....	37
10. PROMOCIJA	39

11.	LJUDSKI POTENCIJALI.....	41
11.1.	Obrazovanje.....	41
12.	INVESTICIJE	43
13.	PRIJEDLOG MJERA POTICAJA RAZVOJA TURIZMA	45
14.	PLAN DJELOVANJA	47
14.1.	Izgradnja i unaprjeđenje kvalitete turističkih objekata.....	47
14.2.	Unaprjeđenje povijesnih i prirodnih znamenitosti (Tvrđava, Brdo Spas, Dinara)	53
15.	ZAKLJUČAK	57
	LITERATURA:.....	59

1. UVOD

Plan razvoja turizma je dokument kojim se definiraju smjerovi razvoja, od poticanja poduzetništva, preko razvoja društvene infrastrukture do turizma i razvoja ljudskih potencijala. Plan razvoja sadrži viziju, ciljeve i mjere kojima se žele ispuniti zadani ciljevi i prioriteti. U cilju dugoročnog planiranja razvoja turizma grada Knina, bolje tržišne pozicije i konkurentnosti, potrebno je izraditi razvojni plan u skladu s postojećom infrastrukturom i temeljen na analizama postojeće atrakcijske i resursne osnove. Pravilno pozicioniranje na turističkom tržištu zahtjeva kontinuirano praćenje suvremenih turističkih trendova kroz koje se identificiraju kretanja potražnje, nove tržišne prilike, područja mogućih ulaganja i infrastrukturne potrebe. Posebno se mora istaknuti da Grad Knin sa svojim prirodnim položajem, dobrom prometnom povezanošću, vrijednom kulturno-povijesnom i prirodnom baštinom, te sa svim ostalim turističkim resursima nema turističku tradiciju i da se u biti u razvoju turizma mora krenuti ispočetka.

1.1. Vizija

Vizija se postavlja za razdoblje od 5 godina, a u njezinu ostvarenju očekuje se ne samo suradnja nego i puna posvećenost svih ključnih subjekata privatnog i javnog sektora turizmu grada Knina.

„Preobraziti grad Knin u turističku destinaciju koja posluje tijekom cijele godine i na taj način osigurava dugoročnu profitabilnost“.

1.2. Ključni ciljevi

Planom razvoja turizma grada Knina usmjerava se turistički razvitak u gradu u dužem razdoblju. Ključna pitanja na koja bi plan razvoja turizma grada Knina trebao odgovoriti su sljedeća:

1

Zašto razvijati turizam na području grada Knina?

2

Kakva će biti uloga turizma u ekonomskom i društvenom razvoju grada Knina?

3

Kako unaprijediti razvoj turizma?

4

Kako potaknuti strano, domaće, malo, srednje i veliko poduzetništvo na ulaganja u razvoj novih turističkih projekata u gradu Kninu?

5

U kolikoj mjeri treba unaprijediti turističku infrastrukturu i usluge, te zaštitu okoliša?

2. ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA

Knin je smješten na jugoistočnim padinama brda Spas koje dominira kninskom zavalom, obrubljen riječnim tokovima Krke, Radljeva, Orašnice i Butižnice. Izvanredan geografski položaj, prirodna spojnica prirodnog mediteranskog pojasa s kontinentalnim dijelom i Panonskom nizinom, pretvorio je grad od davnina u značajno vojno uporište i upravno sjedište.

U povijesti, Knin prvi spominje bizantski car Konstantin Porfirogenet 950. godine u svome djelu «De administrando imperio» (Upravljanje carstvom) kao centar župe Tnena. Grad Knin u srednjem vijeku sjedište je već u 9. stoljeću hrvatskog kneza, od 11. stoljeća hrvatskog kralja, a od 12. stoljeća hrvatskog bana.¹ Kao izrazito dominantna strateška lokacija i snažno vojno uporište postaje ujedno upravnim sjedištem mlade hrvatske kneževine i kraljevstva. Tako je kroz prva stoljeća života samostalne države Hrvata, na čelu s hrvatskim vladarima upravo Knin dobio ulogu prvog i najznačajnijeg vojnog, upravnog administrativnog i vjerskog središta mlade hrvatske države.²

Grad Knin karakterizira znatna krajobrazna raznolikost, koja je uvjetovana ponajviše prirodnim pogodnostima poput relativno velike reljefne i klimatske raznolikosti, krške geomorfologije i hidrologije. Unatoč utjecaju čovjeka, brojna su područja (vodotok Krke) sačuvala svoje prirodne vrijednosti zahvaljujući još uvijek relativno rijetkoj naseljenosti, s jedne, i režimu zakonske zaštite prirodnih vrijednosti, s druge strane. U planu je zaštita još mnogih područja od osobitih prirodnih, kulturnih i vizualnih vrijednosti.

2.1. Postojeći (povijesno - kulturni i prirodni) sadržaji

Područje grada Knina pokriva relativno veliki prostor i u povijesno kulturnim, i u prirodnim sadržajima, radi se o prostoru koji je reljefno, ali i kulturno-povijesno vrlo raznolik.

Fond spomenika kulture koji se nalazi na prostoru grada Knina je raznovrstan i bogat, ali vrlo slabo promoviran, tako da je potrebno u većini slučajeva raditi na povećanoj promidžbi čak i

¹ http://arhiva.knin.hr/stranice/o_kninu/povijest.asp, veljača 2016.

² Ibidem, veljača 2016.

najpoznatijih kao što je tvrđava da bi se došlo do njihova potpunog vrednovanja. Prema dosadašnjim saznanjima zastupljena su gotovo sva povijesna razdoblja što ukazuje na kontinuitet življenja na ovim prostorima, te su potrebna daljnja i sustavna istraživanja.

U daljnjem tekstu su navedeni samo neki povijesni i prirodni sadržaji značajni za turizam grada Knina.

2.1.1. Povijesni sadržaj

Iako se neke povijesne lokacije nalaze teritorijalno van današnjih granica grada Knina u povijesti su bile vrlo važne te su neizostavne pri predstavljanju kninske povijesti.

Kninska tvrđava



Nemjerljivu vrijednost, kao dio hrvatske kulturno povijesne baštine ima kninska tvrđava. Tvrđava, izgrađena na 345 metara nadmorske visine, duga 470 i široka 110 metara, predstavlja ne samo kulturno povijesnu vrijednost nego i ogromni turistički potencijal grada Knina. Kninska tvrđava spada među veće fortifikacijske spomenike kulture u Hrvatskoj, druga po veličini vojna utvrda u Europi, izuzetno razvedena i sačuvana u svim svojim dijelovima. Temelje tvrđave udarili su Hrvati krajem VI. stoljeća. Svoj današnji izgled tvrđava je dobila za vladavine Venecije (od 1688. do 1713. godine). Tvrđava se dijeli na tri grada: sjeverni, srednji i južni. Svaki je dio grada zaštićen puškarnicama i topovskim otvorima, a međusobno su povezani gradskim vratima i pokretnim mostovima. Ona je živući spomenik kulture s muzejom, izložbenim prostorima, te svakako predstavlja glavni brand kulturnog turizma na području grada Knina. Kninska je tvrđava zaštićena kao urbanistička cjelina i upisana je u registar kulturne baštine Republike Hrvatske kao spomenik nulte kategorije. Pogled sa zidina je prekrasan, vide se Knin i Dinara sa sjevera i istoka, planine srednje-dalmatinskog zaleđa sa sjeverozapada, zapada i juga, slap Krčić te izvor i tok rijeke Krke.

Biskupija



Mjesto Biskupija je udaljeno otprilike 5 km od grada Knina, te predstavlja jedno od najznačajnijih starohrvatskih arheoloških nalazišta u Republici Hrvatskoj. Nekoć se Biskupija nazivala «Pet crkava na Kosovu», za čije temelje arheolozi smatraju da datiraju iz perioda hrvatskih vladara od 9. do 11.st., a čiji su ostaci pronađeni na lokalitetima Lopuška

Glavica, Crkvine, Stupovi, Bukorovića podvornica, te Sveta Trojica. Od 11. st. mjesto nosi naziv Biskupija, nakon što crkva – katedrala Sv. Marije postaje sjedište biskupa svih Hrvata. Najraniji poznati lik Gospe u hrvatskoj umjetnosti arheolozi su otkrili u toj istoj crkvi na dijelu kamenog zida, koji je dijelio svetište od crkvenog broda. Danas na temeljima stare hrvatske crkve istoga imena stoji memorijalna crkva uređena između 1937. i 1938. prema nacrtu najpoznatijeg hrvatskog kipara Ivana Meštrovića. Tijekom Domovinskog rata je crkva bila ponovno uništena te je nanovo obnovljena.

Manastir Krka



Duhovno središte pravoslavnih vjernika - manastir Krka (sv. Arhandela) nalazi se u dragi na samoj rijeci Krki, tri i pol kilometra istočno od Kistanja. Podignut na temeljima starijeg eremitskog samostana, u pisanim se dokumentima prvi put spominje 1402. Uz njega se nalazi crkva, sagrađena u bizantskom stilu. Ispod crkve nalaze

se starorimske katakombe, koje su otvorene za posjetitelje. Rijeka Krka, po kojoj je manastir dobio ime, u ovom dijelu svog toka obiluje biljnim i životinjskim vrstama, koje bujaju svom svojom puninom zahvaljujući vodi što im daje život i miru koji imaju zbog nenazočnosti čovjeka.

Burnum



Burnum je bio rimski 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 principia³ 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, a nalazi se s desne (zapadne) strane ceste, oko 1 km prema jugozapadu. Prva sustavna arheološka istraživanja Burnuma izvršio je Austrijski arheološki institut iz Beča tijekom 1912. i 1913. g. na mjestu logorskog principija. Isti institut u suradnji s Arheološkim muzejom u Zadru proveo je 1973. g. reviziju prethodnih istraživanja principija logora i istraživanje vodovoda za Burnum. U novije vrijeme sustavna arheološka istraživanja od 2002. godine na prostoru legijskog logora u Burnumu vrše se u suradnji Odjela za arheologiju Sveučilišta u Zadru i Bologni te Gradskog muzeja u Drišu.

³ <http://www.pini.hr/burnum.php> veljača 2016.

2.1.2. Prirodni sadržaji

Također, kao i povijesni, tako se i prirodni sadržaji nalaze van grada, ali su od velikog značenja za privlačenje turista.

Slap Krčić



Krčić je desetak kilometara dugačka krška riječica, prva pritoka Krke koja završava svoj kratki vodeni tok ulaskom u Kninsko polje. Tamo se prelijeva preko poznatog, 22 m visokog slapa, kojeg nazivaju trima imenima: Topoljski buk, Slap Krčić ili Veliki buk. Svojevrsan je to prirodni fenomen, da je ušće neke rijeke u obliku slapa i da završava, odnosno da je povezan sa samim izvorom neke druge. Uz slap Krčić uzvodno nailazimo na još nekoliko prirodnih slapova i nekoliko umjetnih, uz koje se nalaze ili su se nekad nalazili mlinovi. Naziv rijeke Krčić dolazi od deminutiva "Krka". Sam izvor Krke je nepresušan dok za vrijeme sušnog razdoblja u Krčiću nema vode. Izvorišta Krčića nalaze se u jakim krškim vrelima na južnim padinama Dinare a njegov tok mjestimice poprima izgled kanjona.

Uz Krčić prolazi stara makadamska cesta koja povezuje Knin sa Vrlikom koja je izgrađena prije nešto više od 200 godina. Slap možemo vidjeti i sa Kninske tvrđave.

Uz slap Krčić je vezana i jedna legenda. Nekada je na brdu lijevo od slapa postojala utvrda za obranu obližnjeg mosta. Na tom mjestu su knezovi Nelipići pobijedili vojsku Jurja Šubića Kliškog 1325. godine. Legenda kaže da će ljudi ponovo izgraditi most kad prestanu međusobno ratovati i kad Krčić više nikad ne presuši.⁴

⁴ <http://www.tvrdjava-knin.hr/eko-krcic/index.php>, veljača 2016.

Rijeka Krka



Krka izvire 3,5 km sjeveroistočno od Knina, u špilji ispod sedrene barijere 22 m visokog Topoljskog buka, a utječe u Jadransko more kraj Šibenika. Duga je 72,5 km u koju se ulijeva pet pritoka: Krčić (10,5 km), Kosovčica (12,5 km), Orašnica (5,3 km), Butišnica (39 km) i Čikola s Vrbom (37,8 km), a u potopljenom dijelu ušća rijeka Guduča (7 km). Rijeka Krka je ihtiološki najbogatija rijeka jadranskog slijeva, ima očuvanu izvornu ihtiofaunu te je cijenjena kao ihtiološki spomenik najviše kategorije. Osim po brojnosti ribljih vrsta, Krka je prvorazredni spomenik prirode po brojnosti i raznovrsnosti ptica pa spada među najvrjednija ornitološka područja Europe. Proglašena je nacionalnim parkom 1985. godine.

Dinara



Dinara nije samo najviši hrvatski vrh, nego i jedna od osobito lijepih planina. Najviša je točka na hrvatskom teritoriju vrh Dinare -1831 metar iznad morske razine. Njezina jugozapadna stijena, visoka nekoliko stotina metara, veličinom zadivljuje i privlači poglede svakoga tko se nađe u njezinu podnožju, a osobitu joj ljepotu istodobno osiguravaju bogate cvjetne livade i šume koje ne odaju da je riječ o području bezvodnoga krša. Naziv Dinara obuhvaća više različitih pojmova. Dinarom u užem smislu smatra se planina istočno od Knina, a sjeverno od Peručkog jezera. U davniini ta je planina nosila naziv „Adrion oros“ i pod tim neobičnim nazivom može se pronaći u najstarijim sačuvanim zemljovidima. U širem smislu Dinara je 84 kilometra dug masiv koji, osim Dinare nad Kninom, obuhvaća i planine Troglav i Kamešnicu. Pretpostavlja se da ime Dinara potječe od ilirskog plemena Dindari, no za to nema nikakvih dokaza. Vrh Dinare sastoji se od dvije podjednako visoke glavice, udaljene pedesetak metara. Planina Dinara je prirodna granica između Hrvatske i Bosne. Ona dijeli i dva klimatski različita područja – mediteransko i kontinentalno.

Spomenik prirode STARA STRAŽA

To je mali ali geološki vrlo vrijedan lokalitet uz cestu Knin – Žagrović (udaljen od Knina oko 5,0 km). Riječ je o cestovnom zasjeku, širine oko 15 m i visine oko 5 m, gdje se uočava serija tankih, slikovito naboranih slojeva karbonatnih stijena (osim krednih slojeva vrlo su lijepo razvijeni slojevi jurske starosti, koji se sastoje dijelom od vapnenca – vrlo je uočljiv koralj *caldocoropsis* - a dijelom od titanskih naslaga), koji su vrlo dobro otkriveni pa se ubrajaju u geološke rijetkosti. Stijena je drobiva pa je potrebna njena zaštita.

Šarena jezera

Šarena jezera nisu zaštićena i predlaže se njihova zaštita u kategoriji spomenika prirode. To je hidrološki i pejzažno zanimljiv lokalitet na istočnom rubu Kninskog polja. Ukupno ima sedam manjih jezera. Potrebno je spriječiti moguće degradacije (zasipanje, onečišćenje i sl.). Jedno od većih jezera, u skladu s prostornom – planskom koncepcijom uređenja Knina, moguće je urediti kao rekreacijsku vodenu površinu.

Burumska jezera

Smještene su istočno od Knina, nedaleko od ceste prema Splitu i rijeke Krke, nastanjene su šaranom, amurom, klenom, linjakom i štukom bjelicom.

Umjetno jezero - Golubić

Umjetno jezero hidroelektrane Golubić (u blizini sela Golubića). U njega se ulijeva rijeka Butižnica, ima pjeskovito i muljevito dno te je nastanjeno krupnijim primjercima potočne i kalifornijske pastrve.

Gospodska pećina

To je izuzetan i atraktivan arheološki, speleološki te prirodni fenomen. Duboka je 2080m i na kraju završava podzemnim jezerom. Ona je i najstariji arheološki lokalitet kninskog područja

u kojoj je život zabilježen prije 35 000 godina (u njezinim prednjim dijelovima pronađeni su ostaci neolitskih i nekih mlađih kultura kao i ostaci kostura pleistocenskih životinja). Smještena je uz zapadni rub drage Ždrilo, oko 500m sjeverno od zaseoka Milaši u općini Cijvljane, a do nje je moguće doći izravno od izvora rijeke Cetine.

2.2. Infrastruktura

2.2.1. Prometna infrastruktura

Nalazeći se na sjecištu putova, podjednako udaljen od svih Hrvatskih krajeva Knin je izuzetno pogodno mjesto za povezivanje sveukupnosti hrvatskoga prostora, a posebice stoga što se nalazi na spojnici Srednje Europe i Mediterana. Zemljopisni položaj predodredio je Knin da danas kao i nekad, bude važno željezničko i cestovno čvorište. Kroz Knin prolaze glavni prometni pravci koji povezuju područje Dalmacije s ostatkom Republike Hrvatske te sjeverozapadni dio susjedne Bosne i Hercegovine s morem. Stratešku okosnicu cestovnog prometa čine glavni državni cestovni pravci koji kroz Knin prolaze ukupnom dužinom od 48,6 km. Cjelovitu cestovnu infrastrukturu čine i županijske ceste koje nadopunjuju mrežu državnih cesta u ukupnoj dužini od 23 km, te lokalne ceste. Prometnoj važnosti Knina pridonosi što se na njegovu području nalazi cestovni granični prijelaz Strmica između Hrvatske i Bosne i Hercegovine, koji ima posebnu važnost zbog nefunkcioniranja željezničke veze. Najbliži priključak na novu autocestu nalazi se kod Šibenika i udaljen je od Knina 54 km, a u pravcu Zagreba i unutrašnjosti Hrvatske najbliži je priključak u Svetom Roku (pokraj Gračaca).

Željeznički čvor u Kninu sjedište je magistralnih pruga (Oštarije – Knin, Zadar – Knin, Knin – Split (Šibenik), državna granica s BiH – Knin). Otvoren je za prijam putnika, robe, komandnih i ekspresnih pošiljki. Uz samo željezničko čvorište nalaze se mnogobrojni sadržaji: putnički terminal, teretni i rasporedni kolodvor, radionice za održavanje lokomotiva i vagona. Sve navedeno čini važnu infrastrukturu na oko 40 ha. Željeznička veza preko Knina jedina je veza srednjodalmatinskih luka, Splita, Šibenika i Zadra, koja prolazi ovim područjem, a isto tako i veza sjeverozapadnog dijela BiH s morem. Iako je Knin nekada bio važno željezničko čvorište, jer su iz njega išle Lička i Unska pruga prema Splitu i Šibeniku, te

Zadru, u sadašnjoj situaciji rabi se samo Lička pruga Zagreb-Split i Šibenik, s izuzetno dugim i potpuno neprimjerenim vremenom putovanja, te se pri tome sada Knin pojavljuje samo kao jedna od usputnih postaja, s izuzetno nezgodnim vremenom dolaska i odlaska prolaznih vlakova. Pruge su turistički veoma privlačne, a mogu i prometno biti zanimljive, jer je lako moguće ustrojiti brzi prigradski promet.

2.2.2. Komunalna infrastruktura

Vodoopskrba i odvodnja otpadnih voda

Vodopskrbni sustav se sastoji od dva dijela s obzirom na vodozahvate: Šimića vrelo i Kovačić. Postoji još i Crno vrelo, tzv. Željeznički sustav kojim upravlja Komunalno poduzeće, ali je na njega spojeno malo potrošača (cca. 120). Cjevovodi u gradu Kninu koji se vodom snabdijevaju iz vodozahvata Šimića vrelo podijeljeni su u svije zone: niska i visoka.

Sustav javne odvodnje otpadnih voda grada Knina obuhvaća građevine za skupljanje otpadnih voda i odvođenje skupljene otpadne vode do mjesta dispozicije. Te građevine čine mrežu kanala i kolektora kojima se otpadna voda distribuira do mjesta za ispuštanje otpadnih voda u prijemnik. Postojeći sustav odvodnje je većim dijelom mješoviti gdje se gravitacijskim cjevovodom otpadna voda sprovodi do prirodnog prijemnika. U tijeku je izgradnja novog sustava odvodnje otpadnih voda grada Knina koji će biti razdjelni, te koji će kombinacijom gravitacije i crpnih postaja sprovoditi otpadnu vodu do budućeg novog pročištača otpadnih voda čija je izgradnja u tijeku.

Gospodarenje otpadom

Suvremeno gospodarenje otpadom čini skup aktivnosti, odluka i mjera usmjerenih na sprječavanje nastanka otpada, smanjivanje količina otpada i/ili njegovog štetnog utjecaja na okoliš; zatim skupljanje, prijevoz, uporaba, zbrinjavanje i druge djelatnosti u svezi s otpadom te nadzor nad tim djelatnostima i skrb za odlagališta koja su zatvorena na gospodarski učinkovit i po okoliš prihvatljiv način. Sve navedeno treba biti napravljeno tako da se ljudsko zdravlje ne dovede u opasnost, a također se ne smiju koristiti postupci i načini koji mogu naštetiti okolišu.

Odlagalište otpada "Mala Promina" službeno je odlagalište, komunalnog, industrijskog i građevnog otpada, za područje Grada Knina, te okolnih naselja. Odlagalište „Mala Promina“ nema građevinsku ni uporabnu dozvolu, nema donjeg brtvenog sloja, nije planiran završni prekrivni sloj, ne postoje sustavi za zbrinjavanje oborinskih i procjednih voda (procjedne vode nekontrolirano odlaze u podzemlje) kao ni sustav za zbrinjavanje odlagališnog plina, odlaganje otpada se provodi nekontrolirano, otpad se ne razastire i ne kompaktira, ne postoji sustav za gašenje požara (na odlagalištu su bili česti požari), ne prate se utjecaji odlagališta na okolinu i sl.. Županijski koncept gospodarenja neopasnim otpadom predviđa da bi odlagalište Mala Promina bilo skupljalište otpada, a na odlagalištu otpada Bikarac, smješteno 12 km jugoistočno od Šibenika i 1 km od ceste Šibenik-Split, prema Prostornom Planu Šibensko-kninske županije, predviđena je izgradnja Centra za gospodarenje otpadom. Lokacija Bikarac ima građevinsku dozvolu, te lokacijsku dozvolu za sanaciju.

Tradicija

Prošlost



Priroda

Kontinuitet



Pustolovina

Novi doživljaj



3. TURISTIČKA PONUDA

Na širem području grada Knina nalazi se niz atraktivnih turističkih posebnosti, a za sam grad je važna činjenica što se nalazi na sjecištu nekoliko turistički vrlo interesantnih prostora i prometnica. Razvijati turizam na kontinentu zasigurno je puno teže nego u priobalju. Knin samo po svome povijesnom naslijeđu ima dovoljno kapaciteta za promociju grada kao turističke destinacije. Turistički proizvodi koji se danas mogu izdvojiti u gradu Kninu su ponajviše vezani uz manifestacije, prirodu i kulturno nasljeđe. Međutim, generalno je riječ o, još uvijek, nedovoljno iskorištenim potencijalima pa su tako i proizvodi, osim manifestacija i mogućih šetnji u svojoj inicijalnoj fazi razvoja.

Kninsko je područje izuzetno privlačno zaradi:

- blizina mora 60 km,
- blizine planina (Dinara, najviša planina u Hrvatskoj, Promina, Plješevica, blizina Velebita),
- izvora i rijeka (predivni izvori Cetine, Krke, Zrmanje i Une),
- blizine nacionalnih parkova (Plitvice, Paklenica, Krka, Kornati),
- blizine jezera (Peručko jezero - čija prva trećina spada u najčišći razred voda, dakle u pitku vodu, što je izuzetna rijetkost za jezera u svijetu; Vransko jezero – park prirode),
- doticaja različitih klimatskih područja (sredozemlje, kontinent),
- utjecaja različitih uljudbenih doticaja (Srednja Europa, Balkan, Mediteran...).
- povijesnih sadržaja

3.1. Smještajna ponuda

Smještajni kapaciteti, hoteli i prenoćišta, sobe za iznajmljivanje, odnosno broj kreveta koji stoje u ponudi ne predstavljaju dostatan kapacitet, uzimajući u obzir tendenciju povećanja broja noćenja i dužeg boravka gostiju. Samo sa postojećim proizvodom ne može se, bez obzira na optimiranje svih njegovih dijelova izgraditi uspješno turističko gospodarstvo. Osobito ne takav turizam koji obećava visoke prihode, dugu sezonu i brojna nova radna mjesta. Potrebna je sustavna izgradnja hotelskih kapaciteta prema načelima tržišne

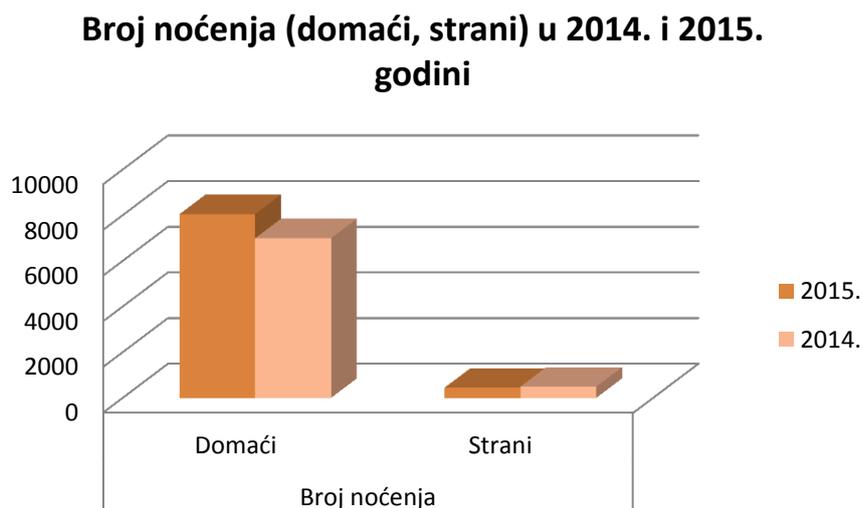
orijentacije. Hotelska ponuda bi se trebala razvijati prema ciljnim skupinama, te s time povezane specijalizirane ponude kroz uređenje rekreativnih sadržaja i skrbi o gostu. Turistička ponuda smještaja gostiju na području grada Knina uključuje 1 hotel i 6 privatnih smještajnih jedinica (sobe za iznajmljivanje) sa ukupno 162 ležaja različite kategorizacije.

Prema podacima Turističke zajednice Grada Knina, broj noćenja domaćih gostiju u 2015. g. se povećao u odnosu na 2014. g., dok je broj noćenja stranih gostiju u 2015. g. pao u odnosu na 2014. g.

Tablica 1: Broj noćenja (domaći, strani) u 2014. i 2015. godini⁵

Godina	Broj noćenja	
	Domaći	Strani
2015.	8048	451
2014.	6994	494

Prikaz 1: Broj noćenja (domaći, strani) u 2014. i 2015. godini



⁵ Turistička zajednica grada Knina

3.2. Ugostiteljska ponuda

Ugostiteljska ponuda na području Knina je slabo razvijena te nema velikog izbora u gastronomskoj ponudi i sastoji od standardnih jela i pića bez pokušaja da se uvede lokalna ponuda kraja. Pristojna usluga može se naći u samo četiri restorana. Još postoje tri lokala „brze hrane“, te od oko trideset objekata gdje se toče samo pića.

3.3. Rekreacija

Od iznimne je važnosti za turističku ponudu Knina dostupnost brojnih lokaliteta kao što su spomenici prirode, geološka nalazišta, povijesno kulturna baština i arheološka nalazišta te povezivanje NP Krka i Dinare. Najprirodniji način je uređenje raznih sadržaja, od pješačko-biciklističkih staza uz rijeku Krku i njenih sedam pritoka do pješaćenja na Dinaru i planinarenja do najvišeg vrha, biciklističke ture od izvora Krke do Podinarja, jahanja na konjima pa čak i na magarcima, što je turistima posebno zanimljivo. Knin obiluje potencijalno bogatom turističkom ponudom tako da bi oni željni pustolovine mogli uživati u slobodnom penjanju, jahanju, vožnji kanuom, raftingu, brdskom biciklizmu, paint-ball-u, vožnji quad-ovima, off-road vožnji jeep-ovima, a uskoro i paraglidingu na Dinari. Rekreacijska infrastruktura je općenito gledano nedovoljno razvijena, takoreći je nema. To važi kako za privatno-gospodarski, tako i za javni sektor. Ponuda nije zadovoljavajuća za goste.

3.3.1. Rekreacijska ponuda

- **Ribolov**

Športski ribolov u Kninu ima jako dugu i bogatu tradiciju. Športsko ribolovno društvo Krka Knin danas broji između 150 i 200 članova i to svih kategorija (seniori, kadeti te invalidi domovinskog rata). Aktivnost udruge je usmjerena prvenstveno na brige za vodotokove, okoliš i očuvanje ribljeg fonda kao i stvaranje osnovnih preduvjeta za turističku ponudu športskog ribolova na ovom području. Ribolovno područje športsko ribolovnog društva “Krka” Knin pripada u središnji dio Jadranskog slivnog područja koje obuhvaća:

RIJEKE:

- Krku, od izvora do nacionalnog parka - Potočna Pastrva, Endemska Mekousna Pastrva i Ilirski Klen
- Butižnicu, sa akumulacijom Golubić - Potočna Pastrva
- Kosovčicu - Potočna Pastrva
- Orašnicu - Potočna Pastrva

JEZERA:

- Šarena jezera - Šaran, Amur, Linjak, Štuka, Pastrva, Drlja, Gambuzija i Ilirski Klen
- Akumulacijsko jezero Golubić - Potočna Pastrva i Kalifornijska Pastrva
- Burumska jezera – Šaran, Amur, Štuka, Linjak, Drlja i Ilirski Klen.

Dalmatinska ihtiološka provincija sa 28 endema poznata kao jedno od najinteresantnijih ihtioloških područja Europe. Rijeka Krka, druga po veličini od četiri veće jadranske rijeke sadrži izvanredno zanimljivu faunu riba. Biologija i ekologija pojedinih endemskih i rijetkih riba iz rijeke Krke tek se postepeno otkriva. Poznato je da je ova rijeka vrlo stara, a ribe koje danas tu žive živjele su ovdje i prije posljednjeg glacijalnog razdoblja i na razne načine preživjele sve geomorfološke promijene a one koje su ostale drže svoj kontinuitet od tercijara do naših dana. Specijalizirana staništa endemskih vrsta u Hrvatskoj u zadnje vrijeme su pod strogim režimom čuvanja jer se izrazito brzo mijenjaju pod utjecajem antropogenih djelatnosti čovjeka i postavlja se pitanje koliko bi prirodne zajednice vrsta ostale da nisu pod posebnom zaštitom. Poznato je da u hidrosistemu Krke živi oko 20 vrsta riba.

• Lov

Lovačka udruga "Dinara" Knin postoji već više od 100 godina. Lovišta su im različite konfiguracije, od polja na 200 m/nm, do planine na 1831 m/nm (Dinara - najviši vrh Hrvatske).

Njihovo lovišta: otvoreno lovište XV/6, Dinara; zajedničko lovište XV/124, Knin; zajedničko lovište XV/125, Očestovo nastanjuju zec, srneća divljač, divlja svinja, lisica, vuk, divlja mačka, a povremeno i medvjed i divokoza.

Od pernate divljači tu su jarebica, patka, te šljuka i prepelica. "LD Dinara" ima i vlastiti lovački dom (1000 m nadmorske visine) za smještaj 50-tak lovaca.

- **Planinarenje**

Hrvatsko planinarsko društvo „dinara“ osnovano je davne 1953. godine u Kninu, a obnovljeno je 2002. godine. Osnovna djelatnost društva je: pokretanje i organiziranje djelatnosti na zaštiti i unaprjeđenju planinske prirode i čovjekove okoline; razvijanje tjelesnih aktivnosti koje se organizirano izvode radi unaprjeđivanja zdravlja i rekreacije; organiziranje izleta, pohoda, tura, susreta, sletova, ekspedicija, logorovanja i planinarskih natjecanja, te drugih planinarskih manifestacija; organiziranje izgradnje, uređenja, obilježavanja, čuvanja i održavanja planinarskih staza i veznih putova; sudjelovanje u natjecateljskim športovima (orijentacijsko trčanje i športsko penjanje), itd. U podnožju Dinare (najviši vrh Republike Hrvatske, Dinara 1831 m/nm) izgrađen je planinarski dom Brezovac (1050 m/nm) u prekrasnoj bukovoj šumi, kapaciteta 50 ležajeva sa kuhinjom. Dom je kompletno renoviran i opremljen novim namještajem.

- **Jahanje**

Udruga „Grabarije“ iz Knina osnovana je 2005. godine, prvenstveno s ciljem terapijskog jahanja, novom metodom rehabilitacije djece i odraslih s motoričkim i psihičkim poteškoćama. Ova neprofitna udruga organizira školu jahanja te rekreativno i turističko jahanje po dalmatinskom krškom krajoliku. Također vas, zahvaljujući najvjernijim ljudskim prijateljima – konjima, vodi na jahanje po Napoleonovoj cesti kao i na posebna jahačka druženja na planinu Dinaru te na galoperske ture po Kosovom polju za iskusnije jahače.

- **Biciklizam**

U Kninu aktivno djeluje biciklistički klub „Adrion Oros“. Kako je biciklizam adrenalinski sport i oni koji se njime bave teže uvijek novom i još zahtjevnijem, članovi su trenirajući otkrivali zanimljive i skrivene putove. Uz rijeku Krčić postoji biciklistička staza koja vodi od izvora rijeke Krke u dužini od 15 km. Ta staza napravljena je još za Napoleona, a rekonstruirana je u doba Austro-Ugarske monarhije. Staza je u ugodnom ambijentu kanjona, uz tok krške ljepotice, koja presušuje tijekom ljeta.

3.4. Kulturne, tradicijske i zabavne manifestacije

Događaji afirmiraju tradiciju, običaje, lokalni izričaj i način života domicilnog stanovništva i obogaćuju boravak turista. Kvalitetne i originalne manifestacije i događaji mogu prerasti u najljepši trenutak odmora, u osnovni motiv dolaska turista ili u razlog produljenja boravka.

Kulturne i turističke institucije i civilne organizacije grada Knina tijekom godine organiziraju nekoliko kulturnih i umjetničkih manifestacija koje doprinose kulturnoj prepoznatljivosti grada. Tradicijske manifestacije koje se održavaju svake godine trebale bi doprinosti gradu sve veći priljev posjetitelja, kako stranih tako i domaćih. Događaji pružaju neograničene mogućnosti obogaćivanja i diversificiranja turističke ponude. Najviše ovise o kreativnosti, inovativnosti, maštovitosti i vještini animacije organizatora i menadžera događaja i slobodnog vremena.



Na području grada Knina od kulturnih i tradicijskih manifestacija najvažnije su obilježavanje vojno-redarstvene operacije Oluja, Dana grada i sv. Ante, te festival ruralne kulture (FRK).

Oluja 5. kolovoza

Svakako, najznačajniji događaj za grad je obilježavanje vojno-redarstvene operacije Oluja. Od 1996. 5. kolovoza se u Hrvatskoj obilježava svečanošću podizanja zastave na kninskoj tvrđavi, prisjećajući se istog čina iz kolovoza 1995., te prigodnim programom u Kninu. Dan pobjede i domovinske zahvalnosti i Dan hrvatskih branitelja slavi se u Hrvatskoj 5. kolovoza

svake godine kao spomen na pobjedu u Domovinskom ratu. Na taj datum 1995. Hrvatska vojska je oslobodila okupirani grad Knin u vojno-redarstvenoj operaciji Oluja.

Dan grada

Dan grada obilježava se 13. lipnja na sam blagdan sv. Ante, koji je ujedno i zaštitnik grada. Proslava se obilježava mnogim vjerskim, kulturnim, sportskim i likovnim sadržajima.

Zvonimirovi dani

U sklopu obilježavanja dana grada održavaju se Zvonimirovi dani. Manifestacija je u stilu XI st., povratak je to u Zvonimirovo vrijeme čime kninska tvrđava postaje još atraktivnija za sve njene posjetitelje. Gosti se imaju priliku upoznati s poviješću, tradicijom i kulturnom baštinom ovog hrvatskog kraljevskog grada.

Festival ruralne kulture - FRK

Festival ruralne kulture FRK se tradicionalno održava kao svojevrsni pandan uobičajenim manifestacijama i koji propagira razvoj seoskog turizma, povećanje samozapošljavanja lokalnog stanovništva, unapređenje seoske proizvodnje i uslužnih djelatnosti, poticanje volonterizma te očuvanja prirodne i kulturne baštine.

4. SWOT ANALIZA

SWOT analiza je jedna od mogućih analiza okruženja koje predstavljaju preduvjet za kvalitetan odabir strateškog pravca razvoja. U njoj će se dati pregled vanjskih i unutarnjih čimbenika turističkog tržišta grada Knina kako bi se definiralo strateške ciljeve i načine za njihovo ostvarenje. Ova kvalitativna analiza daje pregled snaga, slabosti, prilika i prijetnji turističke ponude Knina. Sa strane turističke ponude kao i sa strane turističke potražnje, snage predstavljaju jake točke, dok se slabostima određuju slabe točke turističkog tržišta. Prepoznavanje i korištenje prilika dovodi do rasta i konkurentske prednosti koje destinacija ostvaruje na tržištu. Prijetnje kao vanjske čimbenike, važno je na vrijeme prepoznati kako bi se s njima mogli suočiti prije nego počnu utjecati na nas.

Grad Knin kao turistička destinacija prepoznaje najveću snagu u prirodnom okruženju i ljepotama, bogatoj kulturnoj baštini, pogodnoj klimi, čistom i nezagađenom okolišu.

Najprepoznatljivije slabe točke razvoja turizma predstavljaju nepostojanje ozbiljnog promišljanja, nedovoljno investiranje u turizam, kao i nedovoljna povezanost s drugim gospodarskim djelatnostima, te nedostatak kvalitetnog smještaja i loš sustav informiranja gostiju (marketing).

Grad Knin ima iznimno veliki potencijal u prilikama za razvoj turizma. Nedostatno iskorištene prirodne i društvene atrakcije za razvoj specifičnih oblika turizma daju iznimnu mogućnost u daljnjem razvoju turizma. Ističe se potreba za objedinjavanjem i osmišljavanjem kompletnog turističkog proizvoda i to namijenjenog određenim ciljnim skupinama. Za bolji razvoj turizma trebao bi postojati veći politički interes za razvoj turističkih proizvoda kako bi se ukupna turistička ponuda osnažila i unaprijedila.

Jedna od glavnih prijetnji razvoja turizma je sezonsko zaposlenje kvalitetnog kadra u konkurentskim turističkim destinacijama, velika migracija stanovništva u inozemstvo zbog lošeg gospodarskog stanja i nedostatak financijskih sredstava. Kao prijetnja ističe se i odlazak turista u druge turistički privlačnije destinacije.

	SNAGE		SLABOSTI
	<ul style="list-style-type: none"> - Prometna povezanost - (Pogodna) submediteranska klima - Prirodno okruženje i ljepote (blizina NP i zaštićenih područja) - Bogata kulturna baština - Raspoloživi prirodno povijesni resursi za razvoj različitih oblika turizma - Geografski položaj - Kvaliteta okoliša (čist zrak, nezagađeni izvori vode) - Bogata flora i fauna 		<ul style="list-style-type: none"> - Nedovoljna povezanost turizma i drugih gospodarskih djelatnosti - Slaba iskorištenost kapaciteta - Nedostatak kvalitetnog smještaja u gradu - Loša kvaliteta ugostiteljskih objekata - Slab marketing - Slaba ponuda popratnih sadržaja - Neiskorišteni resursi - Nedovoljno investiranje u turizam - Nemotiviranost domaćeg stanovništva za turizam - Loš sustav informiranja gostiju
	PRILIKE		PRIJETNJE
	<ul style="list-style-type: none"> - Sve veća potražnja za ekološki čistim područjima - Prenamjena neiskorištenih objekata (turistički smještajni kapaciteti) - Mogućnost razvoja različitih oblika turizma i proširenja turističke ponude (vjerski, zdravstveni) - Privlačenje turista iz većih turističkih središta u blizini (jednodnevni izleti) - Povećanje promidžbe grada kroz marketinške kanale županije i RH kao turističke zemlje - Daljnje unapređenje prometne dostupnosti - Mogućnost privlačenja stranih gostiju - Daljnji razvoj infrastrukture - Prirodne atrakcije 		<ul style="list-style-type: none"> - Razvoj konkurencije - Nedovoljna ulaganja u kvalitetu smještajnih kapaciteta - Pad turističke potražnje zbog nepovoljne ekonomske situacije - Odlazak turista u druge turistički privlačnije destinacije - Nedostatak financijskih sredstava za ulaganja - Ne realizacija projekata - Emigracija stanovništva zbog nezaposlenosti - Ovisnost o vremenskim prilikama

SWOT analiza prikazuje da u gradu Kninu trenutno slabosti nadvladavaju snage, prilike nadvladavaju prijetnje. U turističkom smislu grad je trenutno na prekretnici u kojoj ima značajan broj slabosti, ali jednako tako i prilika koje je valjda moguće koristiti u prevladavanju navedenih slabosti te jačanju snaga. U budućem razvoju turizma potrebno je prevladati nedostatke kako bi se iskoristile povoljne prilike te ojačale snage koje grad kao turistička destinacija ima.

5. NAČELA RAZVOJA

Za uspješan turistički razvoj neophodna je suradnja javnog i privatnog sektora, usklađivanje planova razvoja gospodarskih aktivnosti s turizmom, zajedničke aktivnosti marketinga i promocije kako bi destinacija postala prepoznatljiva na tržištu.

Turizam se u Kninu treba razvijati u skladu s tradicijskom i povijesno-kulturnom baštinom, poštujući ekološke standarde i principe, dajući najbolje u ljudskim resursima i kvaliteti ponude pa ga sukladno tome temeljimo na načelima kako slijede:

- Suradnja – razvoj turističke ponude Knina podrazumijeva međuresornu suradnju, ali i nacionalno-regionalno-lokalnu suradnju te suradnju jedinice lokalne samouprave s privatnim sektorom i institucijama u sferi zaštite okoliša, kulture, prometa, zdravstva, sigurnosti i sl. Isto tako, potrebna je bolja povezanost proizvođača s turističkim sektorom kako bi se kvalitetni domaći proizvodi predstavili tržištu, što će utjecati na jačanje njihovih konkurentskih sposobnosti. Radi toga, smjer budućeg razvoja treba biti povezivanje dionika u turizmu i proizvodnji za turizam.
- Kultura kvalitete – uspješno pozicioniranje turizma Knina na tržištu podrazumijeva unapređivanje kvalitete i stvaranje izvrsnosti. Potrebno je urediti sustav obrazovanja za potrebe turizma i uvesti obvezni program cjeloživotnog učenja za djelatnike u turizmu. Valja poraditi i na uvođenju kvalitativnih standarda svih kategorija objekata turističke ponude te u sektoru turističkih usluga.
- Brendiranje Knina – valja ga temeljiti na identitetskim i vrijednosnim obilježjima poput prirodne raznolikosti, sadržajnosti, autentičnosti, očuvanosti okoliša, bogatstvu vode i gastronomskog izbora, gostoljubivosti i ljepote, a uspješno diferenciranje Knina od konkurentskih destinacija treba temeljiti na njegovanju prirodne i sociokulturne autentičnosti, odnosno na destinacijskom pozicioniranju i komunikaciji s tržištem.
- Ekološki prihvatljivo korištenje prirode u svrhu razvoja turizma – budući da priroda nije dovoljno korišten resurs u turizmu, potrebno je dodatno razviti pustolovni i sportski turizam, seoski i ekoturizam, a posebno staviti naglasak na granu turizma koja će gradu dati konkurentsku prednost nad destinacijama u okruženju. Koristiti „zelenu gradnju“ i primjenjivati suvremena rješenja u gradnji i opremanju. Racionalizirati

korištenje raspoloživog prostora, poštujući posebne zahtjeve mikrolokacije projekata i mogućnost priključenja na infrastrukturu.

5.1. Novi i uobičajeni vidovi turizma

Na području Knina moguće je razvijati različite vrste turističke ponude.

Aktivni odmor u prirodi: Riječ je o individualnim rekreativcima, obiteljima s djecom, ali i ostalim manjim ili većim skupinama. Trendovi pokazuju da se za ove aktivnosti najčešće odlučuju visoko obrazovani turisti viših primanja. Važni su im atraktivnost prirodnog okoliša, dobro opremljene i uređene staze. Kvaliteti doživljaja pridonosi signalizacija, edukativni sadržaji i lokalna gastronomija.

Kulturni turizam: Kulturni turizam privlači široki spektar kupaca različitih dobnih i socijalnih skupina iako je vidljivo da interes raste s dobi, obrazovanjem i prihodima. U novije vrijeme primjetan je rast interesa za putovanjima koja posjetiteljima omogućuju sudjelovanje i učenje. Ovaj profil turista karakterizira i stalna znatiželja za upoznavanjem novih destinacija.

Eko turisti: Eko turisti su osviješteni, brinu o prirodi i destinaciji koju su posjetili. Cijene objekte u kojim se brine o ekološkim aspektima uređenja, briga o okolišu, zdravoj hrani itd. Neka istraživanja pokazuju da su za to spremni platiti više. Nije im presudan luksuz smještaja već 'osviještenost' ponuđača usluga.

Vjerski turizam: Jedan od najstarijih oblika turizma koji se kao specifični oblik turizma počeo javljati u najranijoj povijesti kada su ljudi zbog obavljanja religijskih obreda posjećivali za to određena mjesta - svetišta, i pritom prelazili veće udaljenosti. Budući da se radi o ekonomski vrlo korisnom obliku turizma za pojedinu destinaciju, kroz povijest su takve destinacije redovito postajale središtima vjerskih, trgovačkih, kulturnih i ostalih događanja u pojedinim regijama. Hodočasnici su u takvim mjestima pruženi različiti infrastrukturni, gastronomski, kulturni i ostali sadržaji, dakle - dolazi do povećanih investicija na pojedinom mjestu. Veliki značaj vjerskom turizmu u Kninu svakako pridonose novoizgrađena katolička crkva Gospe velikog hrvatskog Krsnog zavjeta, franjevački samostan na Visovcu, blizina pravoslavnog svetišta Manastir Krka, te starozavjetna crkva sv. Spas u Cetini.

5.2. Turistička potrošnja (gastroturizam, autohtoni proizvodi)

Gastroturizam je jedna od sastavnica kulturnog turizma i predstavlja jednu od temeljnih karakteristika koji obilježavaju jednu kulturu. Proces globalizacije donio je sa sobom niz negativnosti u kojima se gubi autohtonost, tj. događa se proces McDonaldizacije koji uništava lokalnu kulinarsku ponudu pretvarajući svijet u jednoznačne okusa i mirisa. Upravo povratkom autohtonim jelima i pićima destinacije leži izvor za razvoj gastroturizma kao specifičnog oblika turizma. Riječ je o obliku turizma u kojemu motivacijski faktor dolaska u neku destinaciju predstavlja uživanje u lokalnoj hrani i piću. Gastroturizam se može promatrati kao element kojim se zemlja može pozicionirati na turističkom tržištu, nudeći hranu kao element svoje povijesti i stvarajući na taj način atraktivni identitet kojim se privlače zainteresirane skupine turista.

Sajam tradicijskih proizvoda i starih zanata, još prigodno nazvan sajam jesenskih plodova, koji se tradicionalno održava u Kninu posjetiteljima omogućuje degustaciju i kupnju domaćih i autohtonih proizvoda, sira, vina, meda, pršuta i sl. Najpoznatiji autohtoni proizvod je sir iz mješine – spravljen je po antičkoj metodi fermentiranja mlijeka, koje se ne formira prije sazrijevanja, već se pravi u prirodni oblik grude, sazrijeva u janjećoj koži, te se u istoj i dostavlja na tržnicu zbog jakog, istančanog i nezaboravnog okusa, mirisa i arome. Neizostavni su još i pršut i mlada janjetina.

6. EKOLOGIJA

Turizam i okoliš, dva jednako popularna termina, naravno svaki na svoj način. Dok jedan ide za tim da svake godine poruši rekorde u zaradi, drugi si nastoji povećati šanse za opstanak. Turizam se percipira kao ekonomski potencijal koji sa sobom nosi i opasnost od štetnih utjecaja na prirodno i društveno okruženje.

Tako bi npr., planirana izgradnja obilaznice Knina nanijela krajobrazu i okolišu veliku štetu, a ne vidi se financijska korist izgradnje ovakve obilaznice, uzimajući u obzir broj vozila koji bi ju koristio. Izgradnjom obilaznice doći će do narušavanja obilježja predmetnog područja i do velike promjene vizualnog doživljaja tog područja, kao i njegove namjene. Izgradnja bi imala značajan i trajan negativni utjecaj na područje značajnog krajobraza Krka. Ukupno bi se prenamijenilo oko 5,76 ha prirodnih staništa. Najvrjednije prirodno stanište koje će pretrpjeti prenamjenu su tršćaci razvijeni uz rijeku Krku. Iznenađne akcidentne situacije najveća su prijetnja okolišu. Kako im sama riječ kaže da su iznenađne, mogu se ublažiti ali ne i predvidjeti i spriječiti te predstavljaju veliku opasnost ne samo djelu kojim prolazi planirana trasa obilaznice, već izuzetno negativan učinak i prijetnju predstavlja za NP Krka. „Zaobilaznjem“ Knina izgradnjom autoceste značajno se smanjio broj turista te je slijedom navedenog zatvoren određen broj prenoćišta. Izgradnja autoceste je strateški projekt RH te je u srazmjeru „korist i šteta“. Izgradnja Južne obilaznice će doprinijeti negativnom trendu smanjenja broja turista te će imati negativan učinak na razvoj grada i njegovo stanovništvo. Nije u dovoljnoj mjeri sagledan kumulativni negativni učinak na okoliš, ali i na turistički i poljoprivredni razvoj područja te planirani projekt izgradnje Južne obilaznice Knina je krajnje štetan za okoliš i stanovništvo ovog kraja.

Isto tako ideja izgradnje hidroelektrane na Krčiću predstavlja negativni primjer. HEP je planirao izgraditi hidroelektranu na Krčiću čime bi nestao prelijepi slap koji je simbol Knina i neprocjenjiva prirodna ljepota, a kanjon Krčića bi se pretvorio u akumulacijsko jezero.

7. VIZIJA

Dugoročni održivi rast i plan izgradnje visokih vrijednosti, uz uvažavanje osobitosti lokalnog ambijenta i stanovništva, temeljna je misao i vodilja izgradnje turističke budućnosti grada Knina. U definiranju vizije razvoja turizma grada Knina polazi se od temeljnih pitanja: Zašto turizam razvijati na prostoru grada Knina? Odgovarajući na ovo pitanje polazi se od činjenice da grad Knin razvija turizam u interesu rasta kvalitete života, ekonomskog blagostanja i osiguranja održive budućnosti lokalnom stanovništvu. Vizija razvoja turizma treba odrediti i elemente koji će privlačiti i usmjeravati turističku potražnju prema prostoru grada Knina. Poseban element je gostoljubivost lokalnog stanovništva i ostalih „živih“ dionika turističke ponude. Svi njezini dionici trebaju težiti izvrsnosti svojih proizvoda i usluga. Turistička, kao i cjelokupna ponuda Knina treba biti usmjerena na očuvanju svoje autentičnosti i posebnosti. Razvoj turizma bi se trebao temeljiti na raznovrsnosti sadržaja, doživljaja, kao stožernim elementima suvremene turističke ponude. Istovremeno ne treba zanemariti ni očuvanje postojećih prednosti grada Knina koji bi i dalje trebao ostati turistička destinacija sigurnog boravka turista. Stanovništvo turističke destinacije izvor je poduzetničkih aktivnosti kojima se oplemenjuje turistička ponuda. Stoga je iznimno važno znati njegovu želju za uključivanjem u turističke aktivnosti.

Vizija je razviti turističku ponudu temeljenu na kvaliteti, usluzi i dodanoj vrijednosti, koja objedinjuje tradiciju i fizičku ljepotu s originalnošću i koja turistima pruža pravi kompleksni doživljaj. Predstavljanje autentičnog iskustva također znači povećanje kapaciteta lokalnih poduzetnika za profit na temelju tih proizvoda, kao i povezanost tih poduzetnika s onima u javnom sektoru. U skladu sa vizijom, svi moraju shvatiti da su dio turističkog sustava i to ne samo hotelijeri i tour operatori, već i vlasnici malih trgovina, restorana ili slučajni prolaznici u okviru lokalne zajednice. Uz inicijative za ponovnim ulaganjima značajnog dijela ostvarenog profita, značajno će se poticati nova domaća i strana ulaganja, te sudjelovanje u turističkoj ponudi, uz uvjet da su takva ulaganja u skladu s ciljevima ovog plana, te da se koriste i razvijaju domaći proizvodi, poduzetnici, menadžeri i zaposlenici.

Problem sezonalnosti jedan je od temeljnih problema turizma. Uz niz institucionalnih ograničenja kao što su godišnji odmor i praznici te klimatskih preduvjeta za stvaranje turističke ponude, jedan od glavnih problema zašto turisti ne posjećuju određene destinacije je nedostatak događanja izvan sezone. Dan koji donosi najveći priljev turista je proslava

obljetnice Oluje. Turizam u Kninu je ovisan o klimatskim promjenama, npr ljeti presuši rijeka Krčić pa nema ni slapa koji je jedan od prirodnih simbola grada., ali je tu planina Dinara kao drugi simbol grada posebno atraktivna u proljeće, ljeto i jesen. Kao jedan od mogućnosti za produžetak sezone jest orijentacija na turiste koji nisu vezani institucionalnim ograničenjima (školski praznici i godišnji odmori) u periodu lipnja, rujna i listopada, a to su prije svega brzo rastući segment turista treće životne dobi. Podizanje konkurentnosti turizma cilj je ne samo gospodarstva grada, već i regionalnog i nacionalnog gospodarstva. Uslijed tržišnih promjena, kapaciteti u turizmu Knina danas nisu primjereni novim turističkim trendovima. Naime, nisu se razvili proizvodi i usluge kojima bi se barem donekle umanjila dominacija izrazito sezonskog poslovanja. U cilju razvoja konkurentnog turističkog sektora neophodno je unaprjeđenje kvalitete turističke ponude odnosno razvoj proizvoda i usluga specifičnih oblika turizma koji bi utjecali na smanjenje sezonalnosti i stvaranje turističke destinacije izvrsnosti. Uvođenje znanja, novih tehnologija i inovacija u turizmu uz istovremeni razvoj poduzetničkog okruženja ključno je za podizanje konkurentnosti postojećih i stvaranje novih gospodarskih subjekata.

8. CILJEVI I ZADACI

Glavni cilj razvoja turizma grada Knina do 2020. godine je povećanje njegove atraktivnosti i konkurentnosti što će rezultirati boljim pozicioniranjem na tržištu kontinentalnih destinacija u okruženju. Ciljevi turističkog razvoja proizlaze iz vizije, odnosno, oni moraju podupirati smjer razvoja i biti jasno izraženi. Uvažavajući globalne trendove, rezultate SWOT analize te odrednice vizije može se govoriti o sljedećim ciljevima:

1. Afirmacija Knina kao turističkog odredišta

Uređenje destinacije jedan je od glavnih zadataka koje je potrebno stalno provoditi jer ono pridonosi kvaliteti života stanovnika kao i podizanju zadovoljstva posjetitelja boravkom u takvoj destinaciji. Pri tome je poseban naglasak na čuvanju naslijeđenih vrijednosti u što je moguće više izvornim oblicima što destinaciju čini posebnom i drugačijom.

2. Stvaranje pozitivnog i poticajnog okruženja za turistički razvoj

Da bi se turizam mogao razvijati potrebno je da je kao vrijednu i važnu gospodarsku aktivnost prihvate i razumiju dionici u destinaciji. Prije svega, lokalno stanovništvo koje ima veliku ulogu u stvaranju turističkih proizvoda. Da bi se stvorila poticajna klima važno je kontinuirano provoditi edukacije, upoznati sve potencijalne dionike i lokalno stanovništvo o prednostima koje razvoj turizma nosi i to ne samo ekonomskim već i o turizmu kao katalizatoru razvoja u smislu čuvanja prirodnih i kulturnih resursa.

3. Razvoj turističkih proizvoda/doživljaja

S ciljem pozicioniranja Knina kao turističke destinacije važno je stvoriti niz zanimljivih turističkih proizvoda koji će u sebi imati ugrađene elemente posebitosti i specifičnosti Knina. Te je proizvode potrebno jače promovirati i nuditi tržištima u okruženju, a potom (s obzirom na fazu spremnosti) i specifičnim tržišnim nišama s udaljenijih tržišta.

4. Stvaranje tržišnog imidža

Etabliranje turističke destinacije na tržištu obično je dugotrajan proces koji zahtjeva sustavan pristup ali koji u konačnici vodi povećanju turističkog prometa i intenziviranju turističkih aktivnosti. Tome pridonosi djelotvoran i koordiniran pristup marketingu na razini cijele destinacije kako onih koji su izravno povezani s turizmom tako i drugih dionika koji također mogu pridonijeti podizanju imidža Knina kao turističke destinacije.

Ciljevi razvoja turizma grada Knina do 2020. godine su:

- Uvođenje novih turističkih sadržaja koji prate tržišne trendove, podizanje kvalitete usluga koja će podići iskorištenost postojećih i novih smještajnih kapaciteta grada. Kontinuirano povećanje udjela hotela i kampova te podizanje kvalitete postojećih smještajnih kapaciteta pa procjenjujemo da će se do 2020. godine smještajni kapaciteti udvostručiti.
- Novo zapošljavanje. Otvaranje većeg broja novih radnih mjesta u turizmu i određeni broj novih radnih mjesta u neturističkim djelatnostima induciranih turističkom aktivnošću. Kako se planira proširenje smještajnih kapaciteta za barem duplo, povećat će se i potreba za kvalitetnim, obrazovanim radnicima u turizmu što će omogućiti povećanje zapošljavanja kadrova koje će brinuti o kvaliteti usluge i zadovoljstvu gosta uslugom, a to će pridonijeti povećanju kvalitete ponude i smještaja.
- Razvoj Knina kao prepoznatljive destinacije kontinentalnog turizma što će se pokazati pozicioniranjem na višoj razini destinacija s najvećom turističkom potrošnjom u kontinentalnom turizmu. Prepoznatljivost destinacije može utjecati na povećanje broja dolazaka i noćenja te time i povećanje turističke potrošnje.

Svaki od segmenata turističke ponude mora na svoj način raditi na razvoj svog turističkog proizvoda, tako npr.:

Hotel i drugi smještajni kapaciteti morati će nuditi standarde usluga koji odražavaju kulturne standarde, ali koji istovremeno ispunjavaju očekivanja ciljanih tržišta. Restorani će nuditi inovativnu kuhinju temeljenu na tradiciji i lokalnim sastojcima, gradeći imidž na gastronomskoj tradiciji i izloženosti povijesnim utjecajima drugih kuhinja. Tour operatori će isticati kulturne, povijesne i prirodne znamenitosti koje su jedinstvene za grad, dok će poduzetnici koji se bave turističkim atrakcijama razviti aktivnosti koje te znamenitosti pretvaraju u iskustva svjetske klase. Svaki će se posjetitelj vratiti iz Knina obogaćen autentičnim, jedinstvenim iskustvom i zadržati će lijepe uspomene, te će uživati u osjećaju da je dobio visoku vrijednost za potrošen novac, razmišljajući o povratku u Knin, postajući u svojoj vlastitoj zajednici izvorni promotor njegove prirode, kulture i proizvoda.

Turizam je radno intenzivna djelatnost u kojem čovjek predstavlja ključ uspjeha u turizmu stoga je uz unaprjeđenje sustava za upravljanje destinacijom nužno stvoriti sve preduvjete za

jačanje ljudskih kapaciteta sukladno potrebama turizma. Nedovoljno poticanje sustava za cjeloživotno obrazovanje i edukaciju kadrova u privatnom smještaju te u konačnici edukacija cjelokupnog stanovništva o važnosti turizma i gostoljubivosti, dovode do pojave ljudskog potencijala kao slabosti u analizi stanja u turizmu Knina. Ostvarenje navedenog prioriteta postići će se provedbom mjera stvaranja kurikuluma prilagođenog potrebama turističkog tržišta, izgradnje, obnove i opremana kapaciteta za obrazovanje u turizmu, razvojem sustava cjeloživotnog obrazovanja sukladno potrebama turističkog tržišta, provođenjem promocije o važnosti turizma i potrebi interkulturalnog komuniciranja.,

Održivi razvoj

Održivi razvoj turizma udovoljava potrebama turista i lokalnog stanovništva istodobno čuvajući resurse za budući razvitak. Takav razvoj podrazumijeva upravljanje na način da se udovolje osnovni ekonomski, socijalni zahtjevi uz istodobno očuvanje kulturnog integriteta, osnovnih ekoloških procesa i biološke raznolikosti. Održivi razvoj turizma koristi prirodnu i kulturnu baštinu u cilju povećanja broja posjetilaca i profita, ali tako da ona bude sačuvana i budućim generacijama.

9. MARKETING

Razvoj turizma vezan je za određeni prostor, određenu cjelinu ili destinaciju, a kako se takve prostorne jedinice na turističkom tržištu najčešće pojavljuju kao cjelovite tržišne jedinice, tako se provode i marketinške aktivnosti. Nositelji marketinga u turizmu su svi subjekti ili sudionici i nositelji turističke ponude koji svojim proizvodima i uslugama sudjeluju na turističkom tržištu te putem turističke potrošnje zadovoljavaju potrebe turista. Cilj marketinških aktivnosti je osmisliti prepoznatljiv brend grada Knina kao regije koji svoj razvoj temelji na kvalitetnoj i modernoj ponudi, te korištenju prirodnih resursa i kulturnih potencijala. Kroz uključivanje turista/posjetitelja u stvaranje doživljaja postiže se njihovo aktivno sudjelovanje kroz emocije, animaciju i osobni angažman. Uzimajući u obzir da je turizam prodavanje/ostvarivanje snova, turist koji je sudjelovao u stvaranju doživljaja svoja iskustva može dijeliti s drugima i tako djelovati u marketinškoj priči destinacije.

Ciljna tržišta

Grad Knin u razdoblju do 2020. orijentirat će se na sljedeća tržišta: domicilno tržište, posebno Zagreb i Zagrebačka županija, Primorska i Istočna Hrvatska te obalne destinacije Dalmacije, i zemlje u okruženju (Slovenija, Mađarska, Srbija, BiH). Marketinški planovi oblikovat će se s obzirom na specifične vrste turizma na koje se grad Knin želi fokusirati.

Razvoj tržišnih segmenata

Uzimajući u obzir promjenjive gospodarske uvjete, izmijenjeno ponašanje turističkih potrošača i nove tehnologije te time i nastanak novih tržišta, promijenit će se sastav turističke populacije:

- povećat će se udio starijih osoba u turističkim kretanjima
- veći naglasak stavljat će se na individualna putovanja te na obrazovni sustav i aktivnu rekreaciju.

Stvarat će se potreba za sve većom raznolikošću sadržaja, aktivnosti i usluga u destinaciji te širenje oblika smještaje ponude.

Obzirom na odabrane ciljane grupe, marketinški naponi grada Knina usmjerit će se na širu strukturu tržišnih segmenata i na njihovu sklonost različitim vrstama putovanja, različitim cjenovnim pozicijama i putovanjima u različitim razdobljima godine:

- **Obitelji** - Obitelj je kao jedinica potrošnje često najzanimljivija marketinškim stručnjacima i to zbog najveće potrošnje. Ovaj segment svoja putovanja organizira najčešće tijekom školskih praznika i cjenovno je osjetljiv, a djeca se kao potrošači potpuno razlikuju od prošlih generacija. Obiteljima se na području Knina mogu ponuditi obiteljski odmori koji kombiniraju ruralni turizam (biciklizam, planinarenje, pješaćenje, lokalna gastronomija), kulturni turizam i razne manifestacije uz kombinaciju različitih smještajnih kapaciteta.
- **Zlatna dob** - umirovljenici 65 + koji još uvijek aktivno putuju, cijene udobnost. Najviše putuju u proljeće i jesen.
- **Mladi (18–24)** - skupina potrošača koja je sklona različitim načinima putovanja, preferiraju jeftiniji način putovanja, skloni su aktivnostima i avanturi te lokalnoj kulturi. Specifičnost segmenta je da se u najvećoj mjeri informiraju preko Interneta.

Komunikacijske aktivnosti

Plan komunikacijskih aktivnosti u predstojećem će se razdoblju temeljiti na korištenju različitih promocijskih aktivnosti i materijala pri čemu će se veći naglasak staviti na sažimanje promocijskih poruka u smislu ciljnosti prema tržišnim segmentima i prikazu, njima relevantnih, specifičnosti pojedinih proizvoda u Kninu.

Planom komunikacijskih aktivnosti predviđa se:

- Izrada/redizajn promocijskih materijala
- Intenziviranje informacijskih aktivnosti
- Intenziviranje aktivnosti odnosa s javnošću
- Intenziviranje internog marketinga

Naglasak je na stvaranju sinergijskih učinaka kroz koncepcijsko i vizualno povezivanje materijala kao i dopiranje do kupaca u svim etapama putovanja: za vrijeme prvog maštanja o putovanju kad se tek generiraju ideje, tijekom putovanja, prilikom kupnje, tijekom boravaka u Kninu i, na kraju, u fazi sjećanja kada posjetitelji žele podijeliti svoja iskustva sa zajednicom.

10. PROMOCIJA

Promocija u turizmu predstavlja proces masovnog komuniciranja između ponuđača i korisnika turističkog proizvoda/usluge, pri čemu predmet komuniciranja predstavlja razmjena informacija koje mogu potaknuti prodaju tog proizvoda/usluge. Stoga se promocija koristi sa ciljem da informira i potakne turističku potražnju na kupovinu i ubrza proces donošenja odluka. Zadaci promocije usmjeravaju se ka stvaranju svijesti o turističkom proizvodu/usluzi na tržištu, stvaranju pozitivnog imidža proizvoda/usluge i njegovog što boljeg pozicioniranja.

Promocija u turizmu važna je iz slijedećih razloga:

- obogaćivanje turističke potražnje izvan sezone,
- kupovine turističkog proizvoda s koji potrošač/kupac prethodno nije bio upoznat ,
- stvaranja lojalnosti potrošača,
- velike konkurencije na turističkom tržištu,
- cjenovne elastičnosti potražnje.

Promocijske konstante

Radi se o elementima vizualnog identiteta (logo i slogan) koji će se bazirati na atributima tržišnog pozicioniranja. Promocijske konstante pridonijet će bržem pozicioniranju Knina kao turističke destinacije u svijesti kupaca te omogućiti lakše razumijevanje njenih posebitosti. Važnost promocijskih konstanti je upravo u tome što pridonose bržem stvaranju prepoznatljivosti i željenog imidža.

Promocijski materijali

Tiskani promocijski materijali još uvijek imaju važnu ulogu u komunikacijskim aktivnostima turističkih destinacija. Usprkos rastu korištenja interneta kao izvora informacija u turizmu tiskani materijali i dalje se koriste u velikoj mjeri iako se danas, u odnosu na prije, njihov izgled i koncept mijenja. U tom smislu važno je da inovirani materijali:

- Prenose željene atribute tržišnog pozicioniranja Knina
- Prezentiraju turističke proizvode Knina kroz perspektivu ciljnih tržišnih segmenata tj. prikazuju iskustva i doživljaje koji su s njima relevantni
- Ostvaruju sinergijske učinke: vizualno i sadržajno se objedinjuju tako da zajedno čine jednu cjelinu. To se postiže kroz korištenje istih boja, istih fontova, poruka, načina slaganja i formata.

Imidž-info brošura sastoji se od kombinacije teksta i fotografija koje su u funkciji prenošenja jasnih ciljnih poruka. Interpretiraju boravak u Kninu vodeći se atmosferom i doživljajem destinacije.

Brendiranje

U iznimnoj konkurenciji turističkih destinacija važno je stvoriti „brendiranu“ destinaciju koja će svojim prednostima pozicionirati se na turističkom tržištu kao visoko kvalitetna destinacija koja pruža dobar omjer dobivene vrijednosti za uloženi novac, a posebice ostvarenog doživljaja u relativno kratkom vremenu koje turist ima na raspolaganju za putovanje (vrijednost za vrijeme). Najveća prednost grada su prirodne ljepote, potom kulturne i povijesne znamenitosti i geografski položaj. Dok je najveći nedostatak slaba ponuda sadržaja, loša infrastruktura, loši neprimjereni smještajni kapaciteti, te loša promidžba destinacije.

Obzirom da su nematerijalne turističke usluge nevidljive i nepostojane, politika brenda mora ići u pravcu opipljivih elemenata, kao imena nekog područja, posebnog zaštitnog znaka i dizajna. Zajednički, jedinstveni nastup, tzv „branding“ u prvom redu služi ponovnom prepoznavanju. Tržište mora zapamtiti taj nastup i s njime povezati pozitivna razmišljanja. Stoga je od načelnog značaja, da se jedno utvrđeni način nastupa trajno sačuva nepromijenjen.

Grad Knin može, i trebao bi, uz korištenje jedinstvenog logotipa ići i putem inovacije. Može na primjer razviti karakterističan tip kataloga, koji će se godinu za godinom koristiti za marketing. Trebalo bi odrediti strukturu naslovnice, samo sastavljanje kataloga, vrstu slova i boje, te jezike i različito oblikovanje stranica. Tako određena jedinstvena forma ipak mora ostaviti dovoljno prostora za oblikovanje i posebno predstavljanje i prikaz posebitosti, tako da upravo kroz to postane jasna raznovrsnost sveukupne ponude. Karakterističan tip kataloga jamči profesionalnost, povećava snagu proboja i stvara sinergijske efekte uštede troška.

11. LJUDSKI POTENCIJALI

Razvoj turizma nije moguć bez djelotvorne politike razvoja ljudskih potencijala. Novi turistički trendovi utječu na profesionalni razvoj kadrova i inoviranje znanja turističkih djelatnika. Stvaranjem suvremenih kompetencija ljudskih resursa u turizmu modernizacijom srednjoškolskih strukovnih kurikuluma, te stvaranjem direktne i dugoročne komunikacije između tržišta rada i srednjoškolskih obrazovnih ustanova ostvaruju se strateški preduvjeti za održivi razvoj regije, ne samo u smislu veće i dugoročnije zaposlenosti budućih djelatnika, već i u smislu održivog razvoja gospodarstva, područja i prosperiteta društva ukupno. Osjetan je nedostatak stručnjaka s visokom naobrazbom i znanstvenim zvanjima, što je dugoročno razvojno ograničenje grada i aspekt koji se mora poboljšati. Stipendiranjem bi se potaknulo visoko obrazovanje turističkog smjera te bi se po završetku obrazovanja osiguralo zaposlenje. Programom poticanja obrazovanja i obuke kadrova u ugostiteljstvu i turizmu namjerava se utjecati na podizanje kvalitete kadrova u ugostiteljstvu i turizmu potičući strukovno obrazovanje kadrova i deficitarnih zanimanja u turizmu, kao i cjeloživotno obrazovanje. Postojeća mreža srednjoškolskih programa je zastarjela, te je stoga uvažavanjem raspoloživih gospodarskih kapaciteta i planova gospodarskog razvoja grada, te sustavnim praćenjem potreba tržišta rada za zanimanjima i vještinama, potrebno ih je usmjeriti prema novim programima/zanimanjima.

11.1. Obrazovanje

Ulaganje u obrazovanje je bitan preduvjet razvoja neke regije, a time i grada Knina. Dugoročnim planom ulaganja stvaraju se preduvjeti za razvoj poduzetništva. Kadrovi bi se trebali moći kvalitetno i aktivno uključiti u radni proces kako bi gostima bila pružena najbolja usluga. Pravilno proveden sustav edukacije osigurava specijalizaciju i visok stupanj profesionalnosti u obavljanju svih, a posebno specijalnih zadataka svih sudionika u turističkoj ponudi. Time se jamči visoka kvaliteta usluga, mjerena potrebama i željama kupaca onih ciljnih tržišta na koja je grad Knin usmjeren. Visoki profesionalizam uz istovremeno isticanje značajki autohtone kulture, zahtjevi su koje suvremeni turizam postavlja, a edukacija ih mora slijediti. Povećanje konkurentnosti hrvatskog turizma ovisi o ljudima s visokom razinom

kompetencija za poslove danas i mogućnosti prilagodbe poslovima budućnosti. Kontinuirano usavršavanje obuhvaća sve segmente ponude, od ugostiteljsko - turističkih do zanimanja koja pružaju usluge koje čine dio ukupne turističke ponude destinacije, tj. ukupnog turističkog doživljaja. Valja poći od spoznaje da je obrazovanje važna komparativna prednost grada. Potrebno je sustavno organizirati radionice kako bi se korisnici mogli osposobiti. Osposobljavanje je potrebno provesti u prvome redu za sve razine odgovornosti u jedinicama lokalne samouprave i uprave, u turističkoj zajednici, hotelsko-turističkom gospodarstvu, ali i za sve druge interesne skupine direktno ili indirektno uključene u pripremu i pružanje turističkog proizvoda destinacije.

12. INVESTICIJE

Značajnijih investicija vezanih za turističke aktivnosti na području grada Knina nije bilo. Investicijske aktivnosti su se u većini odnosile na obnovu i prilagodbu postojećih objekata, dok uopće nije bilo novih investicija bez obzira na atraktivnost područja. Posebno je za naglasiti da je izostalo ulaganje u razvoj turističke infrastrukture i turističkih atrakcija. U ovom planu pobrojane su mjere kojima je cilj stvaranje uvjeta za tržišno poslovanje i investiranje

U skladu sa vizijom, ciljevima i predviđenim projektima ukupne investicije u narednom periodu do 2020. se procjenjuju na 35 milijuna kuna, a temelje se i na ovom planu.

Izgradnja i unapređenje kvalitete turističkih objekata odnosi se na potrebu povećanja i unapređenja smještajne ponude i dodatnih sadržaja bilo da se radi o državnom ili privatnom vlasništvu i procjenjuje se na oko 25 milijuna kuna.

Unapređenje povijesnih i prirodnih znamenitosti odnosi se na investiranje u nekoliko projektnih aktivnosti koje bi se provodile na Tvrđavi, planini Dinari i brdu Spas. Ukupne investicije iznose 10 milijuna kuna.

Iako **Hrvatska banka za obnovu i razvitak** (HBOR) potiče turizam kroz dva programa:

- Veliki projekti u turizmu s ciljem povećanja kapaciteta smještaja, povećanja kategorizacije smještajnih kapaciteta, podizanja razine usluge, poticanja raznovrsnosti usluge, otklanjanja ratnih šteta; te
- Priprema sezone s ciljem programa kreditiranja pripreme turističke sezone tekuće godine radi kvalitetnog pružanja usluga turistima.

u kojima bi se mogli naći i projekti u gradu Kninu potrebno ih je prilagoditi stanju, te ih prilagoditi na način da se uvedu kreditne linije samo za ovo područje (ili područje posebne državne skrbi) u kojima bi i grad Knin sudjelovao sa sufinanciranjem i pružanjem jamstava.

Ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju otvorene su mogućnosti za korištenje **fondova EU** u sufinanciranju različitih razvojnih turističkih projekata prije svega preko strukturnih fondova iz kojih će biti moguće povlačiti sredstva za različite razvojne projekte;

od projekata u sferi javne infrastrukture za razvoj turizma do privatnih projekata te razne projekte za obrazovanje u turizmu, zaštitu okoliša i drugo.

Hrvatska turistička zajednica (HTZ) na godišnjoj razini organizira natječajne i potpore za razvoj hrvatskog turizma. HTZ financijski podržava održavanje zabavnih, sportskih i ostalih manifestacija koje imaju za cilj unaprjeđenje proizvoda te stvaranje prepoznatljivog imidža hrvatskog turizma i zemlje u cjelini kroz programe. Uz spomenute potpore HTZ također sufinancira i udruženo oglašavanje koje za svrhu ima promociju hrvatskog turizma. U sve to bi se i grad Knin trebao uključiti preko svoje Turističke zajednice.

Ministarstvo turizma Republike Hrvatske na godišnjoj bazi ima otvoreno desetak natječajna s ciljem razvoja turizma, turističkih proizvoda, edukacije kadrova u turizmu, razvoja turističke infrastrukture, poticanja razvoja posebnih oblika turizma (program Zelena i Plava brazda), pripreme projekata za prijavu na EU natječajne, plasmana certificiranih eko proizvoda, ulaganja u turističku infrastrukturu za osobe smanjene pokretljivosti (program Turizam bez zapreka) i sličnih programa koji doprinose sveukupnom razvoju turizma u Hrvatskoj.

Programi raspoloživi na razini grada Knina

Grad Knin putem svojih stručnih službi i financiranjem iz svog proračuna trebao bi provoditi programe iz kojih se izravno i neizravno financira razvoj turističke djelatnosti na području grada. Grad Knin samostalno i u suradnji s drugim subjektima kao što su Turistička zajednica grada Knina i drugi, organizira niz manifestacija i događanja s utjecajem na turizam i dio sredstava ostvarenih od koncesija i iznajmljivanja gradskih prostora mogao bi se preusmjeriti u svojevrni gradski fond za sufinanciranje i razvoj turizma.

Potpore TZ grada Knina - Predlaže se da TZ grada Knina definira Program dodjele bespovratnih sredstava:

- organizatorima događanja (fizičkim i pravnim osobama: udrugama, trgovačkim društvima, obrtnicima i javnim ustanovama)
- predlagateljima poduzetničkih inicijativa (fizičkim i pravnim osobama: trgovačkim društvima i obrtnicima).

13. PRIJEDLOG MJERA POTICAJA RAZVOJA TURIZMA

Izradom Plana razvoja turizma grada Knina stvara se osnova za dugoročno promišljanje budućnosti grada, kako u gospodarskom, tako i društvenom kontekstu. Turizam, više od bilo koje gospodarske aktivnosti, zadire u sve pore gospodarstva područja na kojem se razvija te utječe na ukupno sociokulturno okruženje. Stoga se javlja potreba za poticanjem svih zainteresiranih osoba i institucija ne samo na raspravu, već i na veće angažiranje u procesu izgradnje konkurentskoga i prepoznatljivoga turističkog gospodarstva grada Knina. Kako bi se to ostvarilo, bilo bi potrebno:

- Osigurati stimulatívne mjere za financiranje izgradnje i unaprjeđenje smještajnih i drugih turističkih kapaciteta te ostalih sadržaja turističke ponude,
- Poticati sustav racionalnoga gospodarenja i upravljanja prostorom i prirodnim resursima,
- Poticati sustav zaštite okoliša i suzbijanja ekoloških onečišćenja,
- Kontinuirano pratiti stavove i zadovoljstvo tržišta (istraživanjem tržišta),
- Priprema programa i podloge za financiranje iz različitih fondova EU,
- Potpora u provedbi razvojnog programa turizma osiguranjem raznih komunalnih, prostorno-lokacijskih i sličnih olakšica turističkim subjektima,
- Stručna i tehnička pomoć privatnim poduzetnicima i domaćinstvima,
- Održavanje komunalnog sustava, reguliranje prometa, briga o uređenju parkova, pročelja zgrada, spomeničke baštine, zemljišta, raznih manifestacija i turističkih atrakcija,
- Poticati kreativnost, osposobiti se za nove izazove i kooperativnost u stvaranju integralnog upravljanja turističkom ponudom,
- Stvoriti "strateške saveze" za zajedničku promociju, kvalitetu i širenje ponude raznovrsnih proizvoda i usluga,
- Integralnim upravljanjem unaprijediti kvalitetu i sniziti troškove destinacije,
- Poticati edukativne aktivnosti,
- Razvijati suradnju sa stručnim i drugim udrugama civilnog društva koje imaju važne zadatke i aktivnosti u promicanju turističke ponude u cjelini.

S obzirom na trenutnu pozicioniranost grada Knina na turističkom tržištu, nameće se potreba preuzimanja aktivne uloge Grada Knina u promicanju "turističke klime" te donošenje prethodno spomenute palete mjera aktivne turističke politike. Pri tome je nužan maksimalan angažman Turističke zajednice grada Knina te ostalih relevantnih subjekata.

14. PLAN DJELOVANJA

Uzimajući u obzir definiranu viziju te postavljene ciljeve razvoja turizma grada Knina, potrebno je utvrditi ključne projekte čijom će se realizacijom postići razvoj turizma grada Knina, a to je transformacija grada iz tranzitne u boravišnu turističku destinaciju. Posebnu pažnju potrebno je posvetiti samom odabiru i definiranju ključnih projekata, naime potrebno je izdvojiti one projekte koji će rezultirati izuzetnom privlačnom snagom za turiste te na taj način promijeniti percepciju postojećih i potencijalnih turista vezanu uz grad Knin. Kako bi se ključni projekti u konačnici i realizirali i time potaknuli realizaciju svih ostalih projekata, njihovo definiranje zahtjeva sudjelovanje svih dionika (javni sektor, privatni sektor, građanski sektor, lokalno stanovništvo) koji su neposredno ili posredno uključeni u razvoj turizma grada Knina. Daljnji razvoj turizma u ovoj turističkoj destinaciji mora se temeljiti na njenim turističkim potencijalima, poglavito na realnim i potencijalnim turističkim atrakcijama, kao njenim temeljnim turističkim resursima.

Polazeći od vizije i ciljeva ključna dva velika projekta su:

- Izgradnja i unapređenje kvalitete turističkih objekata
- Unapređenje povijesnih i prirodnih znamenitosti (Tvrđava, Brdo Spas, Dinara)

14.1. Izgradnja i unaprjeđenje kvalitete turističkih objekata

Iz svih dosadašnjih razmatranja uočeno je da se ne prate dovoljno najnoviji tržišni trendovi, stoga je neophodno podizanje kvalitete turističke ponude posebno preko izgradnje i opremanja objekata i ponude vezane s tim.

Izgradnja smještajnih kapaciteta u gradu Kninu i na području grada Knina, načelno treba biti elastična, što znači da mora predstavljati pravo rješenje za dani trenutak. U gradu je potrebna izgradnja novog hotela sa popratnim sadržajima, kao i kamp odmorišta za one željne boravka u prirodi.

Potrebna je tematizacija gastronomske ponude na području Knina. Pod pojmom “tematizacije” podrazumijeva se osmišljavanje i promocija gastronomske ponude kojom bi se

dočarao gastronomski doživljaj karakterističan za područje grada. Takav tip gastronomske ponude trebao bi se sastojati od autentičnih jela spravljenih tradicionalnim načinom pripreme od lokalno uzgojenih i ekoloških namirnica.

Izgradnja hotela 4*

Aktivnosti:

S obzirom na izrazito nepovoljnu strukturu smještajnih kapaciteta, jedan od projekata usmjerenih na turistifikaciju destinacije je izgradnja hotela, kapaciteta do 100 kreveta i kategorije 4* na području grada, koji bi zapošljavao 40-50 osoba. Za očekivati je da sama izgradnja hotela odgovarajućeg pozicioniranja i opremljenosti može inducirati dodatnu turističku potražnju (primjerice produženi boravak, porast interesa za Kninom kao višednevnom turističkom destinacijom i sl.).

Cilj:

- Podizanje kvalitete smještajne ponude u gradu
- Osiguranje dodatnih ugostiteljskih sadržaja
- Podizanje konkurentnosti Knina na turističkom tržištu
- Poticanje privatnog poduzetništva
- Povećanje gospodarske aktivnosti

Lokacija:

Uži centar grada

Nositelji:

Privatni investitor, grad Knin

Investicije:

EU fondovi (11 mil. kn)

Korisnici:

Grad Knin, Turistička zajednica, gospodarski subjekti, stanovništvo, turisti

Razdoblje provedbe:

2018.-2020.

Unaprjeđenje kvalitete postojećih turističkih objekata (smještajna i gastronomska ponuda)

Aktivnosti:

Postojeći smještajni kapaciteti trebali bi uključiti kao dio svoje ponude neke aktivnosti koje će povećati ukupnu ponudu, a s ciljem povećanja turističke potrošnje i zadovoljstva gostiju, te će pomoći privlačenju specifičnih ciljnih tržišta u grad. Trebala bi se podići kvaliteta smještajnih jedinica bar za jednu kategoriju više.

Gastronomska ponuda trebala bi se sastojati od autentičnih jela spravljenih tradicionalnim načinom pripreme od lokalno uzgojenih i ekoloških namirnica čime se neposredno potiče i razvoj poljoprivrede. Potaknuti otvaranje restorana koji ima takvu snagu privlačnosti (ambijent i atmosfera objekta, izbor i kreativnost jela, kvaliteta namirnica, vještine kuhanja i usluživanja) da može predstavljati motiv dolazaka u Knin.

Cilj:

- Definiranje preporuka za podizanje kvalitete smještajne i gastronomske ponude
- Osmišljavanje i promocija različite gastronomske ponude
- Razvoj dodatnih sadržaja i usluga (sportsko-rekreacijski sadržaji, wellness usluge)
- Povećanje kvalitete života lokalnog stanovništva
- Povećanje turističke atraktivnosti grada Knina

Lokacija:

Postojeći turistički objekti (hotel, prenoćište, sobe za iznajmljivanje, restoran)

Nositelji:

Grad Knin, vlasnici postojećih turističkih objekata, poljoprivredni proizvođači

Investicije:	Fondovi, Ministarstva turizma i poljoprivrede (2,5 mil kn)
Korisnici:	Grad Knin, Turistička zajednica, gospodarski subjekti, stanovništvo, turisti
Razdoblje provedbe:	2017.-2020.

Izgradnja kamp odmorišta

Aktivnosti:

Zahvaljujući predivnoj, očuvanoj prirodi, ugodnoj klimi, bogatoj kulturi i povijesti te ukusnim domaćim specijalitetima, Knin je na dobrom putu da postane privlačno odredište za ljubitelje kampiranja. Planira se izgradnja Kamp odmorišta „KRČIĆ“, na području generalnim urbanističkim planom definirane industrijske zone, koja će biti komunalno uređena sa svom potrebnom infrastrukturom.

Takva bi zona bila pripravna, da prihvati određeni broj korisnika koji bi korištenjem usluga odmorišta, materijalizirali jedan segment gospodarskog razvoja Grada Knina, u ovom slučaju turističkog.

Cilj:

- Privlačenje većeg broja gostiju
- Otvaranje novih segmenta ponude i ostvarenje puno boljih statističkih i financijskih rezultata
- Poticanje razvoja turizma Grada Knina
- Povećanje broja zaposlenih.

Lokacija:

Splitska ulica (područje nesaniiranog kamenoloma) u neposrednoj blizini ribogojilišta

Nositelji:

Grad Knin, Turistička zajednica grada Knina,

Investicije:

Ministarstvo turizma, EU fondovi (6,5 mil. kn)

Korisnici:

Poduzetnici, nezaposleni, korisnici usluga, turisti

Razdoblje provedbe:

Do 2020.

Informacijski centar za posjetitelje

Aktivnosti:

Program uspostavljanja Centra za posjetitelje grada Knina imao bi primarnu funkciju iskazivanja dobrodošlice i pružanja informacija posjetiteljima. Centar bi pružao:

- nekomercijalne turističko-informativne usluge (pružanje turističkih informacija)
- komercijalne turističko - informativne usluge (primjerice usluge rezervacija, vođenja i sl.),
- trgovačke usluge (prodaja suvenira),
- ugostiteljske usluge

Centar bi, izravno i putem suvremenih multimedijских sredstava, pružao pregledne, zanimljive, lako razumljive, višejezične te interaktivne informacije kao i osmišljeni interaktivni edukativni sadržaj.

Cilj:

- Povećanje turističke atraktivnosti Knina
- Povećanje turističke potrošnje
- Poticanje djelovanja različitih kreativnih udruga na području grada

Lokacija:

Trg Ante Starčevića, Zvonimirova ulica

Nositelji:

Turistička zajednica, Grad Knin

Investicije:

EU fondovi (5 mil. kn)

Korisnici:

Korisnici usluga, turisti, lokalno stanovništvo i dr.

Razdoblje provedbe:

2016.-2017.

14.2. Unapređenje povijesnih i prirodnih znamenitosti (Tvrđava, Brdo Spas, Dinara)

Kontinuirano unapređenje ponude je dio razvoja i nalaže da se osigura kvaliteta turističkog proizvoda, ali i kvaliteta turističke destinacije koja će zadovoljiti sve zahtjevnijeg gosta sa ciljnog tržišta, koji traži vrijednost za novac. Ponuda Knina sagledavati će se u okvirima ukupne ponude turističke destinacije, a u komparaciji sa zahtjevima ciljne turističke potražnje i trendovima turizma budućnosti uz naglasak na očuvanje ambijentalnih i kulturoloških vrijednosti ove turističke destinacije. Suvremeni turist je visoko ekološki svjestan, što znači da je sačuvana i zaštićena priroda za njega snažan motiv dolaska. Ulaganjem u unapređenje pristupa Tvrđavi i Dinari sačuvao bi se njihov prirodni izgled, a omogućio bi se lakši pristup. Zbog uvođenja novih sadržaja i aktivnosti na navedenim lokacijama povećao bi se interes posjetitelja za dolaskom.

Tvrđava (pristup tvrđavi, otvaranje suvenirnice)

Aktivnosti:

Tvrđava je očuvana i obnavljana tijekom prethodnih godina, infrastrukturno upotpunjena, ali je sam pristup neadekvatan te bi ga trebalo prilagoditi potrebama. Nastojati će se olakšati pristup na tvrđavu svim posjetiteljima. Zabranio bi se promet vozilima (osim za stanare i posebne skupine posjetitelja) od križanja Šuškovce i Domagojeve ulice prema Tvrđavi do Loredanovih vrata i tim putem će prometovati mini-busevi ili turistički vlakić. Od Loredanovih vrata do ulaza na Tvrđavu posjetiteljima bi se omogućilo korištenje uspinjače.

Turistički suvenirni su 'ambasadori' turističkih destinacija koje ih u domovima podsjećaju na turistička iskustva koja su doživjeli na putovanjima. Na kninskoj tvrđavi izgradila bi se suvenirnica u kojoj bi se nalazio izložbeni prostor sa najreprezentativnijim primjercima suvenirna lokalnih proizvođača. S obzirom da su suvenirni danas važni i turisti ih traže te prepoznaju njihovu kvalitetu i originalnost bilo bi

Cilj:	<p>vrijedno potaknuti lokalne poduzetnike na izradu originalnih suvenira. Ti suveniri mogu biti vezani uz povijesne i prirodne simbole grada (tvrđava, Krčić, Dinara, replike crkvica, kamena i sl.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kvalitetna promocija lokalnih proizvoda • Podizanje zadovoljstva gostiju • Poticanje lokalnog poduzetništva
Lokacija:	Kninska Tvrđava
Nositelji:	Grad Knin, Turistička zajednica
Investicije:	EU fondovi (4 mil. Kuna)
Korisnici:	Grad Knin, Turistička zajednica, gospodarski subjekti, stanovništvo, turisti
Razdoblje provedbe:	2016. – 2020.

Brdo Spas (izletišna destinacija)

Aktivnosti:

Projekt koji će proizaći iz vizije predstavlja međugeneracijsko udruživanje stanovnika sa ciljem osmišljavanja i provođenja aktivnosti na izgradnji sadržaja na brdu Spas, a u cilju realizacije projekta na zadovoljstvo ne samo najmlađe nego svih generacija. Projekt će inzistirati na poštivanju svih ekoloških principa.

U svemu tome voditi će se računa prvenstveno o održivom razvoju i kvaliteti. Kroz provođenje ekonomski optimalnog modela mora doći do stvaranja nove vrijednosti. Dakle, prema početnim zamislama po projektu bi se realiziralo slijedeće:

- pristupni putovi i infrastruktura,
- zaštita i prezentacija arheoloških nalazišta,
- dječja igrališta,
- vrtovi ljekovitog bilja,
- odmorišno – ugostiteljski objekt,
- šetališno - planinarske staze,
- izgradnja zvjezdarnice

Cilj:

- Privlačenje većeg broja gostiju
- Poticanje razvoja turizma Grada Knina
- Povećanje broja zaposlenih
- Povećanje turističke atraktivnosti Knina

Lokacija:

Područje brda Spas

Nositelji:

Grad Knin, Turistička zajednica

Investicije:

EU fondovi (3 mil. kn)

Korisnici:

Djeca, sve skupine stanovništva grada Knina, turisti

Razdoblje provedbe:

2016.-2020.

Dinara (obilježavanje i uređivanje planinarskih staza, odmorišta i vidikovaca)

Aktivnosti:

Turizam na planini obuhvaća široku lepezu aktivnosti za ljubitelje raznih sklonosti, od planinara i alpinista do speleologa i orijentacista, a svima njima zajednička je ljubav prema prirodi i provođenje vremena na svježem zraku. Na području Dinare postoje mogućnosti za bavljenje raznim oblicima sportova i rekreacije, kao što su brdski biciklizam, planinarenje, slobodno penjanje, 'paragliding', vožnja qwadovima.

Radi sigurnosti i lakšeg snalaženja potrebno je označavanje staza, da bi čovjek u svakom trenutku znao gdje se nalazi te da sigurno može stići na cilj, odnosno vratiti se na polazište.

Uspón na Dinaru moguć je pješice ili terenskim vozilima. Onima koji nemaju osiguran prijevoz terencima, u dogovoru s predstavnicima planinarskog društva osigurao bi se prijevoz i povratak u dogovoreno vrijeme (od Markova groba do Dulera).

Postavile bi se klupe i stolovi kao usputna odmorišna mjesta planinarima i izletnicima.

Cilj:

- Povećanje stupnja zadovoljstva turista boravkom u destinaciji
- Povećanje sigurnosti posjetitelja
- Razvoj planinskog turizma

Lokacija:

Dinara

Nositelji:

Grad Knin, Planinarsko društvo, Turistička zajednica grada Knina

Investicije:

EU fondovi (3 mil kuna)

Korisnici:

Turisti, lokalno stanovništvo, sportaši

Razdoblje provedbe:

Do 2020.

15. ZAKLJUČAK

Plan razvoja turizma grada Knina (2016.-2020.) donosi transformaciju iz sadašnjeg stanja nedovoljno turistički orijentirane i prepoznatljive destinacije u tržišno konkurentnu destinaciju ugodnu za boravak turista. Prioritete razvoja turizma grad Knin je definirao kroz ciljeve koji će uz povećanje kvalitete postojećih smještajnih kapaciteta i izgradnju novih, uključiti i povećanje kvalitete ostalih segmenata koji tvore turističku ponudu, što će neminovno povećati broj dolazaka i noćenja. Vrlo je bitno stoga razvijati marketing kako bi se što uspješnije pozicionirali na tržištu, ali i razvijati ukupnu turističku ponudu kako bi se privuklo više različitih ciljnih skupina gostiju i podigla razina zadovoljstva turista, a samim time i ocjena kvalitete usluge. Očuvanost, prostor i tradicijska graditeljska baština, daju velike razvojne mogućnosti u razvoju selektivnih oblika turizma u Kninu. Zahvaljujući svom geografskom položaju, povijesnom značenju, prirodnim i ljudskim resursima, a poštujući ciljeve ovog plana, do 2020. grad Knin će se svrstati među najpoželjnije destinacije unutrašnjosti Dalmacije.

„Knin će biti privlačna kontinentalna destinacija koja gostima nudi iznimnu kulturno-povijesnu baštinu, bogatstvo voda i zelenila, objedinjujući različitosti kroz jedinstvene doživljaje susreta“.

Temeljni cilj izrade plana razvoja turizma je osigurati veću razinu kvalitete života svih građana grada Knina, a to znači unaprijediti prostor i infrastrukturu, podići razinu konkurentnosti destinacije uz implementaciju principa održivog razvoja. Plan razvoja turizma također je postavio jasne smjernice kojima se grad mora voditi u cilju ostvarenja sinergijskih efekata uključivanja svih zainteresiranih dionika u turističku ponudu. Kako je turizam glavna odrednica ukupnog razvoja grada, tako je ostvarenje njegovog održivog rasta u ekonomskom, ekološkom i sociokulturnom smislu jedan od najvažnijih zadataka koji se postavljaju svi njegovim dionicima. Dugoročno, turizam treba doprinijeti blagostanju lokalne zajednice i gospodarskom napretku, uz maksimalnu zaštitu prirodnih i kulturno-povijesnih resursa. U tom smislu dodatne napore potrebno je usmjeriti osmišljavanju novog i konkurentnog destinacijskog proizvoda na korist poduzetnicima i lokalnom stanovništvu.

Međutim, u cijelom procesu zapravo su ključni poduzetnici, sadašnji i potencijalni, njihove poduzetničke ideje, a javni sektor treba uvijek biti snažna i motivirajuća potpora da se

poduzetnicima maksimalno pomogne da poslovne planove i ostvare. Stoga u edukacijskim aktivnostima, ali i svim ostalima aktivnostima uvijek treba naglašavati privatni sektor, a posebnu brigu potrebno je voditi o mladim ljudima, maksimalno im pomagati i uvažavati ih, jer oni donose novu energiju, nove ideje i nova znanja. U 2020. godini oni će biti ti koji će živjeti našu zadanu viziju.

LITERATURA:

- Strategija razvoja turizma RH do 2020., Ministarstvo turizma, Zagreb, veljača 2013.
- Turistička zajednica grada Knina
- Jadrešić, V.; Turizam, u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni, Zbornik istraživanja, Školska knjiga, Zagreb, 2001.
- Magaš, D.; Management turističke organizacije i destinacije, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Adamić, Opatija, 2003.
- Kušen, Eduard., Turistička atrakcijska osnova, Zagreb: Institut za turizam, 2002 (monografija).
- Magaš, D. (2003), Management turističke organizacije i destinacije, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Adamić, Opatija.

Web stranice:

- <http://www.knin.hr/>
- http://arhiva.knin.hr/stranice/o_kninu/povijest.asp
- <http://www.pini.hr/burnum.php>
- <http://www.tvrdjava-knin.hr/eko-krcic/index.php>
- <http://www.tz-knin.hr/index.php/smjestaj>
- <http://www.mint.hr/default.aspx?id=27337>