RAZVOJ PROIZVODA NA PRIMJERU CIKLOTURIZMA U ŠIBENSKO – KNINSKOJ ŽUPANIJI

Manojlović, Suzana

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:650878

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

RAZVOJ PROIZVODA NA PRIMJERU CIKLOTURIZMA U ŠIBENSKO – KNINSKOJ ŽUPANIJI

Mentorica:
Doc. dr. sc. Daša Dragnić

Studentica:
Manojlović Suzana

Split, kolovoz 2018.

SADRŽAJ

1. UVOD 2

1.1. Definicija problema i cilja rada 2

1.2. Metode i struktura rada 2

2. PROCES RAZVOJA PROIZVODA I USLUGA 4

2.1. Proizvod i koncept životnog ciklusa 4

2.2. Faza uvođenja – razvoj novog proizvoda 6

2.3. Specifičnosti usluga 8

2.3.1. Specifičnosti turizma kao proizvoda/usluge 9

3. ANALIZA I RAZVOJ CIKLOTURIZMA U ŠIBENSKO – KNINSKOJ ŽUPANIJI 10

3.1. Specifičnosti cikloturizma 10

3.1.1. Ciljni segmenti cikloturizma 11

3.1.2. Važnost cikloturističke infrastrukture 14

3.2. Šibensko – kninska županija s aspekta cikloturizma 15

3.2.1. Analiza cikloturizma u Šibensko – kninskoj županiji 19

3.2.2. Daljni razvoj cikloturizma u Šibensko – kninskoj županiji 25

4. ZAKLJUČAK 29

LITERATURA 30

POPIS SLIKA I TABLICA: 32

SAŽETAK 33

SUMMARY 34

1. UVOD

1.1. Definicija problema i cilja rada

Promatrajući bilo koji proizvod ili uslugu, vidljivo je da svaki ima svoj životni vijek na tržištu, od uvođenja, preko rasta i zrelosti, do opadanja, odnosno odumiranja. Kako se danas turističko tržište mijenja velikom brzinom, proizvodi i usluge se moraju u skladu sa željama potrošača ali i razvojem konkurencije, stalno inovirati.

Među brojnim „mladim“ proizvodima, cikloturizam postaje sve značajnija turistička grana koja turistima omogućava uživanje u prirodnim ljepotama, kulturnoj i povijesnoj baštini nekog kraja, sportskim i zdravstvenim aktivnostima te mnogim drugim sadržajima od kojih se sastoji turistička ponuda. Cikloturistima je bitna sigurnost ceste (slabiji promet), označenost rute, raznolik sadržaj (suveniri, učenje, ljepota krajolika), te smještajni kapaciteti prilagođeni cikloturistu, na čemu treba smisleno raditi TZ u suradnji s pojedinačnim ponuđačima usluga.

Stoga je cilj ovog rada analizirati trenutno stanje turizma i cikloturizma u Šibensko – kninskoj županiji te definirati smjernice za daljnji razvitak istog.

1.2. Metode i struktura rada

Za potrebe ovog rada korišteni su sekundarni podatci. Metodom „istraživanja za stolom“ korišteni su kao izvori podataka domaća i strana literatura, stručna publikacija i internet taržilica www.google.com.

Metode koje su korištene prilikom izrade rada su:
1.Metoda analize – metoda u kojem se vrši raščlanjivanje složenih pojmova i zaključaka na jednostavnije dijelove i elemente.
2. Metoda sinteze – metoda u kojem se putem znanstvenog istraživanja putem sinteze vrši transformacija jednostavnih sudova u složenije
3. Metoda klasifikacije – podjela općeg pojma na posebne pojmove.
4. Metoda kompilacije – metoda u kojoj se preuzimaju rezultati tuđih opažanja,stavova i spoznaja.
5. Metoda deskripcije – metoda u kojoj se na jednostavan način opisuju činjenice, procesi i predmeti, bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja.

Sadržaj rada strukturiran je u četiri poglavlja. Prvo poglavlje, uvod, govori o problemu i cilju rada, metodama i strukturi rada. U drugom poglavlju prikazane su teorijske odrednice razvoja proizvodai usluga kao strategije rasta i razvoja. Prikazana je definicija i glavna svojstva proizvoda, koncepcija životnog ciklusa proizvoda kroz fazu uvođenja, razvoj proizvoda kao i specifičnosti usluga i njihove glavne karakteristike. U trećem poglavlju izvršena je analiza cikloturizma na području Šibensko - kninske županije te su opisani ciljevi daljnjeg razvitka cikloturizma na području Šibensko - kninske županije. Četvrto poglavlje donosi zaključak rada koji je donesen na temelju analize dostupnih podataka. Rad sadrži i obvezne djelove: popis slika i tablica, popis literature, kratak sažetak i summary.

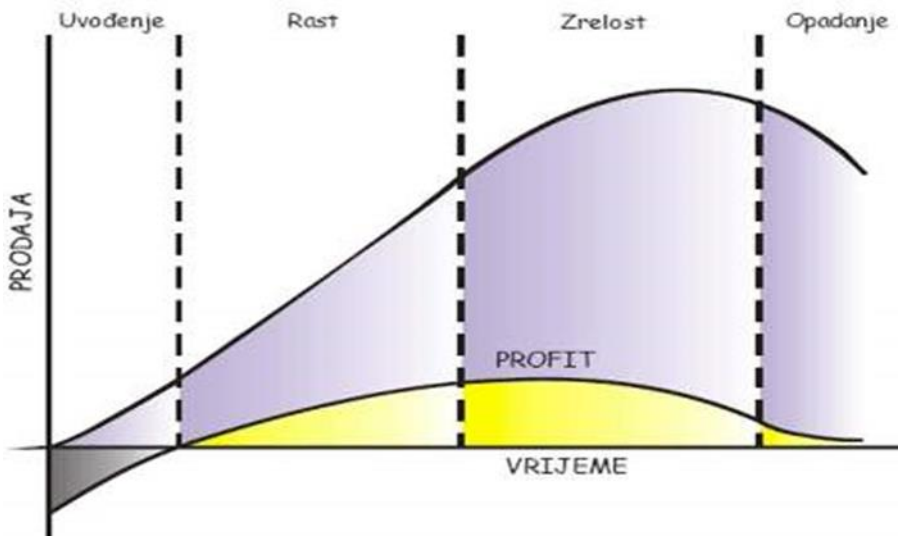
2. PROCES RAZVOJA PROIZVODA I USLUGA

2.1. Proizvod i koncept životnog ciklusa

″Proizvod je sve što se može ponuditi na tržištu, sa svrhom da izazove pažnju, potakne na kupnju, uporabu ili potrošnju, a čime se mogu zadovoljiti želje ili potrebe. Uključuje fizičke predmete, usluge, osobe, mjesta, organizacije i ideje (Kotler i sur., 2007.).

Proizvod je sve ono korisno, odnosno ponekad i nekorisno, što netko primi na razmjene. Proizvod je sveukupnost opipljivih i neopipljivih svojstava, stvarajući funkcionalne, socijalne i psihološke koristi zadovoljstva (Dibb i sur., 1991.). Roba je opipljiva, fizička jedinica, usluga je neopipljiva ona je rezultat primjene ljudskih i mehaničkih napora prema osobama i objektima, a ideje su koncepti filozofije ili zamisli, one određuju psihološke poticaje za rješavanje problema ili prilagođavanje okolini. Proizvod obuhvća skup fizičkih, uslužnih i simboličkih obilježja od kojih se očekuje da kupcu pruže zadovoljstvo, odnosno uporabnu i psihološku vrijednost.

Koncept životnog ciklusa proizvoda, koji je često predmetom rasprave marketinških stručnjaka u znanosti i u praksi, jedan je od najstarijih marketinških koncepata. Većina proizvoda od trenutka kada se pojave na tržištu pa do trenutka kada ih se povlači s tržišta, prolaze kroz nekoliko faza različitih obilježja. Uvjeti u gospodarstvu se mijenjanju kao i intenzitet konkurencije, dok potrošači mijenjaju svoje preferencije. Mijenjajući potrebe, želje i zahtjeve javlja se potreba za novim ili promijenjenim proizvodom, time postojeći proizvod zastarijeva i prestaje potreba za njegovim postojanjem. Ovaj se proces tijekom vremena ponavlja, tako da se proizvod koji je u određenom trenutku bio nov u konačnici suočava sa sudbinom svojega prethodnika (Previšić, Ozretić Došen, 2007.).
Razvojni put određenog proizvoda, tijekom postojanja na tržištu, može se podijeliti u nekoliko međusobno povezanih faza: uvođenje, rast, zrelost i opadanje.



Slika 1. Životni ciklus proizvoda

Izvor: http://www.seminarski-diplomski.co.rs/MARKETING/pictures/Zivotni%20ciklus%20proizvoda.JPG

Svaka tvrtka želi produžiti životni vijek svog proizvoda i njegovu profitabilnost imajući na umu da proizvod neće trajati vječno. Točan oblik i duljina trajanja životnog ciklusa proizvoda ne mogu se unaprijed točno odrediti. Koncepcija životnog ciklusa proizvoda predstavlja jednu od dinamičkih strategija koje gospodarskom subjektu stoje na raspolaganju u znatno promjenljivim uvjetima njegova okruženja i poslovnog odlučivanja (Meler, 2002.). Svaka pojedina faza ima drukčije: prodajne rezultate, razinu profitabilnosti, intenzitet konkurencije i različite marketinške aktivnosti. Da bi tvrtka ostala konkurentna i proizvod ostao reprezentativan na tržištu, poduzeće mora planirati strategije koje su prikladne svakoj fazi životnog vijeka proizvoda.

Georg F. McKenzie, predsjednik i glavni savjetnik Consultant's American Institute for Business Reasearch, navodi nekoliko specifičnih razloga zbog kojih se koristi koncepcija životnog ciklusa proizvoda (Fise, 1997.):

- Mogućnost boljeg uvida u ostvarenje realnih rokova povrata sredstava,
- Mogućnost boljeg utvrđivanja odgovarajućeg vremenskog redoslijeda oglašavanja i promocije,
- Povećana mogućnost uspješnog izlaska s novim ponudama (proizvodima),
- Najava vremena uvođenja novih aktivnosti u vezi s proizvodom,
- Uočavanje pravovremene potrebe za obnavljanjem proizvoda,
- Mogućnost za racionalno uklanjanje smetnji u racionalizaciji proizvoda,

- Mogućnost zajedničkog angažiranja svih funkcija u gospodarskom subjektu na rješavanje uočenog stanja.

2.2. Faza uvođenja – razvoj novog proizvoda

Prvu fazu životnog ciklusa proizvoda čini lansiranje proizvoda na tržište. Mnogi je marketinški stručnjaci smatraju kritičnom, jer je proizvod nov na tržištu i izložen je utjecajima iz okruženja od kojih ga je teško zaštiti.

Ako se radi o novitetu sa stajališta potražnje, proizvod koji je bolji, funkcionalniji, ima bolji dizajn, bolje je opremljen i koji je u usporedbi s postojećim supstitutima na tržištu jeftin, treba očekivati da će probuditi interes trgovca i potrošača. Proizvod mora imati svojstva koja će mu s vremenom stvarati preferencije kod potrošača, tj. njihov raspoloženje da ga troše, da eventualno napuste proizvod koji su ga prije toga upotrebljavali i slično (Kotler, 2001).

Uvođenje proizvoda na tržište zahtijeva brojne financijske i nefinancijske napore. Osim dizajna, sastava, kvalitete, izvedbe, funkcionalnosti, te opremljenosti novog proizvoda, važnu ulogu ima prodajna cijena. Visoka početna prodajna cijena u fazi uvođenja može dovesti u pitanje ekspanziju prodaje, ako bi konkurenti reagirali na pojavu novog proizvoda sniženjem cijena i stvaranjem povoljnih uvjeta trgovačkoj mreži kako bi održali stečene pozicije na tržištu. Niska prodajna cijena proizvoda koji se lansira na tržište čini, u određenom smislu, komponentu prodajne strategije na tržištu (Kotler, 2001).

Faza uvođenja je jedna od najtežih i najosjetljivijih točaka prodajne politike poduzeća. Početna proizvodnja obično je malog opsega, zato su troškovi proizvodnje po pravilu visoki, visoki su troškovi promocije. S obzirom na to da je prodaja još mala, u ovoj fazi javlja se gubitak u poslovanju. Konačni cilj faze uvođenja je proširenje tržišta. Početna marketinška strategija u fazi uvođenja proizvoda predstavlja temelj za čitav životni ciklus proizvoda (Kotler, 2001). Menadžment i marketing moraju u zajedničkoj suradnji pronaći najbolje načine za plasiranje proizvoda na tržište i isticanje kvalitete i karakteristika te prednosti u odnosu na konkurenciju i privlačenje potrošača.

U fazi uvođenja važno je obavijestiti potrošače o postojanju novog proizvoda i poticanju da se isproba pa je promocija proizvoda od velike važnosti. Ona ima za cilj, putem različitih medija

ekonomske propagande, obavijestiti tržište o novom proizvodu. Mediji putem koji poduzeće obaviještava tržište mogu biti televizija, radio, tisak, internet, pošta i drugi načini. Poduzeće nastoji pridobiti nove potencijalne potrošače kao i potrošače konkurentskih proizvoda.

Pod novim proizvodom podrazumijevamo izvorne proizvode, modificirane proizvode i nove marke koje tvrtka razvija vlastitim istraživačko - razvojnim radom (Kotler i sur., 2006.). Novi proizvodi kreću se u rasponu od proizvoda koji predstavljaju novinu u svijetu i koji stvaraju posve nova tržišta do manjih poboljšanja postojećih tržišta (Kotelr i sur., 2006.). Samo 10 % svih proizvoda čini zaista inovaciju ili potpuno novi proizvod i takvi proizvodi uključuju najviše troškova i rizika, pa je većina tvrtki usmjerena na poboljšanje postojećih proizvoda.

Razvoj novog proizvoda predstavlja veliki rizik za poduzeće pa bi poduzeća koja ulažu u razvoj trebala proći kroz sve faze razvoja novog proizvoda kako bi smanjila uzroke neuspjeha budućih novih proizvoda. Svi proizvodi koji se razvijaju polaze kroz iste faze ideje, dizajniranje, testiranje, proizvodnja i lansiranje na tržište. Razvoj se odnosi na sve aktivnosti koje se odvijaju od trenutka kada nastane ideja za proizvod pa sve do trenutka njegove finalizacije. Prilikom razvoja novog proizvoda potrebno je analizirati zahtjeva li tržište potencijalni proizvod i postoji li potreba za njim.

Strategija koju moraju razviti menadžeri i marketinški stručnjaci prilikom razvoja novog proizvoda, uključuje analizu sljedećeg (Zavišič Ž., 2011.) :Koje želje i potrebe potencijalnih kupaca na tržištu nisu zadovoljene s postojećim proizvodima ili uslugama ?; Kako definirati kriterij kojim se određeni kupci vode prilikom odabira proizvoda ? Kako kategorizirati potencijalne kupce?; Kako je segmentirano tržište ?; Kako pozicionirati proizvod na tržištu?

Izvori ideja o inovacijij mogu obuhvaćati zaposlene u poduzeću, sudionike na tržištu, znanstve i i istraživačke institucije i dr. Svaki prijedlog treba registrirati i obraditi. U praksi se primjenjuju različite tehnike prikupljanja novih ideja kao što su brainstorming, morfološke metode, delfi metode i dr.

Proces razvoja novog proizvoda sastoji se od faza planiranja, konceptualnog razvoja, grubog plana, detaljnog plana, testiranja i ispitivanja i pokretanja proizvodnje a svaku od ovih faza potrebno je dobro analizirati kako bi konačni rezultat bio uspješan.

2.3. Specifičnosti usluga

Usluga je bilo koja aktivnost ili korist koju jedna strana nudi drugoj i koja je u osnovi neopipljiva i ne rezultira vlasništvom nad nečim (Kotler i sur., 2006.). Usluge ne predstavljaju materijalna dobra pa se tako ne mogu ni skaldištiti već se moraju potrošiti u trenutku njihove proizvodnje.

Kako bi zadovoljili potrebe kupaca, svi proizvodi u usluge moraju biti upotrebljivi potrošaču ali ipak postoje razlike u njihovoj proizvodnji i funkcionalnosti.

Tablica 1: Razlika između proizvoda i usluga

Usluge	**Proizvodi**
Neopipljivost	Opipljivost
Nemogućnost skladištenja	Mogućnost skladištenja
Troši se odmah	Odgođena potrošnja
Zahtjeva uključenost kupca u procesu proizvodnje	Zahtjeva minimalnu uključenost kupca u proizvodnji
Ne može se testirati prije korištenja	Kvaliteta se može testirati prije korištenja
Usluge se ne mogu preprodavati	Proizvodi se mogu preprodati
Defekti na uslugama ne mogu se popravljati	Defekti na proizvodima mogu se popravljati

Izvor: Samson D. , Singh P.J., Operations menagment an integrated approach, 2008., str.16.

Neopipljivost- znači da se usluge ne mogu lako izložiti, te se ne mogu vidjeti, okusiti, opipati, čuti ili pomirisati prije nego što se kupe. Sve ovo uvećava neizvjesnost kupnje usluga (Kotler i sur., 2006.). Da bi se smanjila neizvjesnost, kupci traže znakove ili dokaze o kvaliteti usluge.

Nedjeljivost- odnosi se na istodobno pružanje i korištenje usluge. Za razliku od proizvoda koji se prvo proizvode, stavljaju na zalihe pa tek onda prodaju krajnjim potrošačim, usluge se prvo prodaju pa se zatim proizvode i konzumiraju. Kod pružanja usluge korisnik usluge mora biti prisutan i nalazi se u direktnom kontaktu sa pružateljem usluge. Pružanje usluga uglavnom se, ne nužno, vrši u interakciji korisnika i osobe koja pruža uslugu ili sa fizičim resursima onoga ko pruža uslugu koja korisniku zadovoljava potrebu ili pruža određenu korist. Kod pružanja

usluge može se zahtijevati visoka razina dodira sa potrošačem pa kupac sudjeluje i ima svoju ulogu u procesu usluživanja.

Promjenljivost- ova karakteristika ukazuje na to da kvaliteta usluge ovisi o tome ko je pruža, način na koji se usluga pruža, mjestu i drugim značajkamapa pa je teško kontrolirati kvalitetu usluge. Poduzeće može ulaganjem u obrazovanje ljudskih resursa, standardizacijom postupka pružanja usluge i istraživanjem mišljenja potrošača kontrolirati kvalitetu pružanja usluga.

Prolaznost- usluge se ne mogu skladištiti za kasniju prodaju. Kada je potražnja promjenljiva, poduzeća mogu imati velike poteškoće na prilagodbu dok je kod konstante potražnje drugačije jer se poduzeća mogu unaprijed pripremiti na pruzanje usluga.

Nepostojanje vlasništva- kod kupovine nekog proizvoda, kupci postaju vlasnici istog i mogu ga koristiti na neograničeno vrijeme. Kod usluga je drugačija situacija jer korištenjem usluga korisnici usluge ne postaju njeni vlasnici i mogu je koristiti samo na ograničeno vrijeme.

2.3.1. Specifičnosti turizma kao proizvoda/usluge

Turizam je skup određenih odnosa, tzv. turističkih odnosa jer nastaje u vrijeme putovanja i boravka posjetitelja (Lidija Petrić, Blanka Šimudić, Smiljana Pivčeić, 2017.). Turizam se najčešće povezuje sa putovanjima ljudi u inozemstvo, ali se može odnositi i na putovanja u zemlji koja se odvijaju u mjesta izvan mjesta stalnog boravka.

Svjetska turistička organizacij definira turiste kao ljude koji putuju i odsjedaju u mjestima izvan uobičajnog mjesta boravka na razdoblje ne dulje od godine dana a u svrhu zabave, posla i drugih razloga (http://www2.unwto.org/ , 12.09.2018.).

Prema gore navedenom, podmirenje turističkih potreba nije moguće ostvariti bez putovanja turista izvan njihove uobičajne sredine u mjesta u kojima se nalazi turistička ponuda. Turistička ponuda čvrsto je vezana za mjesta u kojima se proizvodi pa se ista ne može konzumirati na nekom drugom mjestu, za razliku od ponude robnih proizvoda koji se mogu neograničeno kretati. Prisutnost turista neophodna je kako bi se turistički proizvod konzumirao a to nije slučaj sa drugim proizvodima.

Analizom trendova emitivne i receptivne zemlje dolaze do spoznaja koje se promjene događaju na turističkom tržištu, pa se tako mogu što prije prilagoditi promjenama i biti u rangu ili ispred konkurencije. Iako još uvijek dominira trend da se godišnji odmor provede na suncu, uz obalu mora, rijeke ili jezera, događaju se i značajne promjene u načinu provođenja odmora. Sve je više turista koji traže mogućnost bavljenja raznim aktivnosima tijekom svog boravka u turističkoj destinaciji pa se sve veći broj njih odlučuje za neki od specifičnih oblika turizma koji su vremenom nastali kao suprotnost masovnom turizmu.

Pod specifičnim oblicima turizma mogu se smatrati svi oni oblici turizma koji u destinaciji pružaju više od sunca i mora. Samo neki od takvih oblika turizma su: kulturni turizam, ekološki, nautički, zdravstveni, vjerski, obrazovni, seoski, gastronomski, poslovni, Robinzonski, cikloturizam i mnogi drugi.

3. ANALIZA I RAZVOJ CIKLOTURIZMA U ŠIBENSKO – KNINSKOJ ŽUPANIJI

3.1. Specifičnosti cikloturizma

Trendovi na području *soft adventure* turizma, u koje se ubraja i cikloturizam, upućuju na konstantan rast potražnje koja se temelji na potrebi suvremenih potrošača za fizičkim aktivnostima i brizi o zdravlju. Cikloturizam se može definirati kao turističko putovanje biciklom, biciklistički izlet, dodatnu sportsko rekreativnu ponudu vožnje biciklom uređenim ili neuređenim stazama, sportsku manifestaciju, sportski trening te povremenu vožnju. Naime, cikloturizam u užem smislu kao oblik turističkih putovanja tijekom kojih je vožnja bicikla glavna aktivnost ili je bicikl glavno prijevozno sredstvo obuhvaća razmjerno uzak segment turističke potražnje, dok znatno širu skupinu čine turisti kojima je vožnja biciklom dodatna aktivnost (Institut za turizam,2015.).

Cikloturizam u užem smislu obuhvaća razmjerno uzak segment turističke potražnje i odnosi se na turistička putovanja tijekom kojih je vožnja biciklom glavna aktivnost ili je bicikl glavno prijevozno sredstvo (http://www.samopozitivno.com/cikloturizam-aktivni-potencijal-destinacije/, 20.06.2018.).

Tijekom odmora moguće je istaknuti tri načina korištenja bicikla (Galčić, 2014.):

- isključivo je prometno sredstvo tijekom odmora,
- koristi se u destinaciji u svrhu rekreacije i razgledavanja,
- koristi se u brdskim predjelima destinacije.

Glavni motiv putovanja cikloturista je aktivno ili pasivno sudjelovanje u biciklizmu, a dodatni motivi koji utječu na potražnju su sudjelovanje u natjecateljskom biciklizmu i promatranje biciklističkih događanja. Budući da oblike cikloturizma definira dužina trajanja odmora, moguće je razlikovati:

- Jednodnevni cikloturizam – najčešći oblik cikloturizma, karakterističan za domaće turiste, odnosno dnevne izletnike,
- Odmorišni cikloturizam – oblik cikloturizma u kojemu je biciklizam jedna od aktivnosti turista tijekom odmora,
- Aktivni cikloturizam – biciklizam je glavni motiv putovanja (Institut za turizam, 2015.).

Po svojem profilu i preferencijama, cikloturist je upravo gost koji pogađa gotovo sve (ako ne i sve) ključne elemente turizma kroz veći dio godine, odnosno cjelogodišnjeg turizma. Tako cikloturizam, osim što je slabiji u najpopunjenijim ljetnim mjesecima (srpanj-kolovoz), uz osjetno povećanje u razdobljima od travnja do lipnja te u rujnu i listopadu, dovodi goste koji su vrlo mobilni, kako biciklima, tako i ostalim prijevoznim sredstvima (osobnim automobilima ili autobusima), što im omogućava da posjećuju krajeve nekoliko desetaka, pa čak i stotinjak kilometara daleko od smještaja, te se do destinacije voze uživajući u kraju i konzumirajući lokalnu ponudu.

3.1.1. Ciljni segmenti cikloturizma

Prema procjenama UNWTO-a, u Europi trenutno postoji više od 60 milijuna aktivnih biciklista, 60% muškaraca i 40% žena, različitih dobnih skupina (Institut za turizam, 2017). Cikloturist je osoba kojoj je motiv relaksacija i opuštanje, zdrav život i boravak u prirodi. Cikloturiste možemo podijeliti na dvije glavne kategorije. U prvu kategoriju spadaju oni koji iznajmljuju bicikl na određenoj destinaciji (obično su to jednodnevni izleti), dok se u drugu kategoriju mogu svrstati oni koji koriste bicikl na putovanjima i kao glavno prijevozno sredstvo (http://ekonomskiportal.com/cikloturizam-kada-turizam-postane-ciklo/, 23.06.2018.). Cikloturistima je bitna sigurnost ceste (slabiji promet), označenost rute, raznolik sadržaj

(suveniri, učenje, ljepota krajolika) te prilagođeni smještajnih kapaciteti (Bike&bed). Iako postoje biciklisti koji će se, kako je već prije u tekstu navedeno, zadovoljiti smještajem u kampu ili hostelu, većina njih želi mnogo više od standardnog smještaja te svoju vožnju vole završiti dobrim obrokom, masažom ili provesti ostatak dana u wellnessu. Cikloturisti se mogu podijeliti s obzirom na demografska obilježja, učestalosti odlaska na putovanja, udaljenosti destinacija koje posjećuju, brzini kojom putuju, motivaciji te mjestu koje žele posjetiti (https://cikloturizam.hr/wp-content/uploads/2018/02/OP-cikloturizam-Licko-senjska.pdf, 22.06.2018.).

No, sve segmente cikloturista možemo podijeliti u dvije osnovne skupine:

- bicikliste rekreativce koji samo povremeno koriste bicikl kao sredstvo rekreacije,
- pasionirane bicikliste kod kojih je vožnja biciklom osnovni oblik provođenja slobodnog vremena u što spadaju i natjecatelji, odnosno sportski biciklisti.

Biciklisti rekreativci predstavljaju najveći potrošački segment, a preferiraju fizički manje zahtjevne rute, imaju unaprijed planiran i organiziran itinerar te traže udoban smještaj. Većinom su srednje i zrelije dobi, od 35 do 60 godina, uglavnom koriste vlastiti bicikl, a ponekad iznajmljuju bicikl u destinaciji ili koriste“ *bike-sharing“* sustav. Često putuju u grupama ili s obitelji. U pripremi te za vrijeme boravka dobro se informiraju o destinaciji u kojoj će boraviti (putem web-stranica, info-materijala), koriste osmišljene staze (rute) preferirajući one s čim manje prometa i koje idu čim atraktivnijim prostorom. Ova skupina gostiju tražit će dodatne info-materijale i literaturu, dodatne informacije, a skupina su koja je primarna za razvoj cikloturizma pošto gosti iz te skupine koriste lokalne usluge najma bicikala, servisa, a nerijetko angažiraju lokalnog biciklističkog vodiča za vođenje po turama. Zbog navedenih karakteristika daleko su brojniji gosti u destinaciji te su veći potrošači od biciklista sportaša. U ovoj skupini dominiraju cikloturisti koji borave na jednom mjestu te rade izlete na dnevnoj bazi (direktno biciklima iz smještajnog objekta ili s prijevozom vozilom do lokacije na kojoj se žele voziti), dok istovremeno postoje i biciklisti koji putuju svakog dana na drugo mjesto (proputovanja), najčešće na dužim putovanjima (na dulje relacije) (Operativni plan razvoja cikloturizma Šibensko-Kninske županije 2018. - 2020.).

Obzirom na raznolikost ove skupine moguće su potpodjele na(www.vsmti.hr/en/courses/course-materials/.../2462-p5cikloturizam.html, 25.06.2018.):

- Povremeni cikloturisti – u skupinu ove vrste cikloturista ulaze mlade odrasle osobe, obitelji s djecom i zrele odrasle osobe koje uglavnom odlaze na kratke obilaske sa prijateljima i obitelji, uključujući i djecu. Učestalost njihovih putovanja nije česta već voze samo nekoliko puta godišnje i to na kratke udaljenosti koje sadrže sat ili dva učestale vožnje. Voze se blizu brzine hodanja s čestim zaustavljanjima, u prosjeku manje od 20 kilometara na sat, a glavna motivacija za ovakvu vrstu „rekreacije“ im je fitness, zabava, obitelj i društvene djelatnosti. Negativni aspekti ovakve vrste cikloturizma jesu vožnje s motornim vozilima i uzbrdice.
- Cikloturisti na kratke udaljenosti – u skupinu spadaju zrele odrasle osobe i umirovljenici koji voze s obitelji, prijateljima, u grupama ili sami. Učestalost njihovih kretanja je na tjednoj i mjesečnoj bazi. U danu vožnje prevale udaljenosti od 30 do 40 km. Brzina njihovog kretanja je iznad brzine hodanja, s čestim zaustavljanjima od 20 do 25 km na sat. Najčešće voze zbog rekreacije te održavanja socijalnih i obiteljskih veza. Često se odlučuju na organizirane vožnje uključujući i inozemstvo s aranžmanima za bicikle, smještaj i prtljagu. Negativni aspekti ovakve vrste cikloturizma su brdske vožnje i ceste s pojačanim automobilskim prometom. Kada putuju u inozemstvo najčešće traže povoljniji smještaj, odnosno ekonomsku klasu motela i restorana.
- Cikloturisti na duge staze – u ovu vrstu cikloturista ubrajaju se odrasle osobe i umirovljenici koji preferiraju vožnju s odraslom djecom, obitelji, u grupama ili samostalno. Voze često, obično je to jednom tjedno, ili pak odlaze na mjesečne vožnje. Udaljenost koju prijeđu na dan vožnje iznosi od 65 do 100 kilometara ili više. Obično voze maksimalnom brzinom s nekoliko zaustavljanja, 25 do 30 km na sat, a na vožnju se odlučuju isključivo zbog fitnessa i rekreacije te iskustva uživanja i osjećaja radosti. Neki cikloturisti iz ove skupine također putuju u inozemstvo te tamo traže smještaj i prehranu u skladu s njihovim primanjima. Negativni segmenti ove vrste cikloturista mogu biti dosadne i jednolične biciklističke staze ili pak staze koje su prepune ostalim korisnicima.

Biciklisti sportaši vezani su na jedno mjesto boravka, koriste all-inclusive ponudu te su usmjereni na treninge, ne i na razgledanje i upoznavanje kraja. Sami si definiraju itinerar za trening, a turistička, cikloturistička i ugostiteljska infrastruktura im nije potrebna. Potreban im je kvalitetan smještaj po mogućnosti s dodatnim uslugama uključenim u sklopu objekta (masaže, wellness i slično) (Operativni plan razvoja cikloturizma Šibensko-Kninske županije 2018. - 2020.

Profesionalnim cikloturistima odnosno biciklistima sportašima - smatraju se mlade do zrele odrasle osobe koje putuju ili s grupom ili samostalno. Voze redovito, treniraju i održavaju kondiciju. Udaljenost koju prijeđu tijekom jednog dana vožnje može dostići od 100 do 160 km, u nekim slučajevima i više. Općenito voze maksimalnom brzinom zaustavljajući se samo kada je to potrebno. Prosječna brzina je oko 30 kilometara na sat ili više. Voze zbog fitnessa, iskustva uživanja i osjećaja radosti te izrazito zbog natjecateljskog izazova. Mjesta po kojima obično voze su popločene ceste s niskim prometom motornih vozila, iz razloga što staze općenito nisu prikladne i namijenjene su ostalim sporim korisnicima. Na svojim putovanjima koriste povoljan smještaj za grupe, motele ili kampove.

3.1.2. Važnost cikloturističke infrastrukture

Zbog činjenice da u usporedbi s drugim uobičajenim prijevoznim sredstvima bicikl najmanje onečišćuje okoliš, a ujedno je i vrlo pozitivnog učinka na zdravlje biciklista, brojni gradovi grade za bicikliste infrastrukturu koja im olakšava i omogućava sigurnu i ugodnu vožnju, odvojene biciklističke staze i trake, posebna mjesta za odlaganje bicikala, posebne povlastice i sl.. U ovome potpoglavlju važno je navesti osnovne pojmove cikloturističke infrastrukture kao što su biciklistička ruta, traka, staza, cesta i put (Institut za turizam, 2015.).

- Biciklistička ruta ili pravac je smjer pružanja biciklističke prometnice koja povezuje određena mjesta ili točke u prostoru, obilježena putokazima, a može biti izgrađena u obliku biciklističke staze, trake, ceste ili puta.

- Biciklistička traka na kolniku je dio kolnika namijenjen za promet bicikala koji se prostire uzduž kolnika obilježen uzdužnom crtom na kolniku i propisanim prometnim znakom.

- Biciklistička staza odvojena od kolnika je izgrađena prometna površina namijenjena prometu bicikala odvojena od kolnika i obilježena horizontalnim oznakama i propisanim prometnim znakovima.

- Biciklistička cesta je prometna površina sa suvremenim kolničkim zastorom namijenjena za promet bicikala koja se proteže izvan koridora ceste, obilježena horizontalnim oznakama i propisanim prometnim znakom.

- Biciklistički put je prometna površina za promet bicikala bez suvremenog kolničkog zastora izvan koridora ceste obilježena propisanim prometnim znakom.

Važno je razlikovati ove pojmove bi se njihovim uspostavljanjem osigurala sigurnost ne samo biciklista, već i svih sudionika u prometu.

3.2. Šibensko – kninska županija s aspekta cikloturizma

Šibensko-kninska županija smještena je u središnjem dijelu Dalmacije protežući se duž jadranske obale s istovremeno kompaktnim zaleđem prema Kninu te Bosni i Hercegovini s kojom je odijeljena planinskim masivom Dinare. Sa sjeverne strane graniči sa Zadarskom, a s južne strane sa Splitsko-dalmatinskom županijom. Dio je to jadranske obale koji je prepoznatljiv po iznimno bogatom i razvedenom akvatoriju unutar kojeg je smješteno čak 285 otoka, dok je istovremeno i sama obala formirana na iznimno razvedeni način. Ta karakteristika utjecala je na formiranje gospodarstva u kojem je turizam glavna grana (gotovo 20% BDP-a Županije), imajući na umu da donosi direktno kroz prihode od turista, ali i kroz brojne popratne aktivnosti koje služe kao servis turizmu u „pozadini“ - turizam, transport, građevina, uslužne djelatnosti i sl. Sama karakteristika turizma jest primarno sezonska (ljetna), pri čemu dominira motiv dolaska „sunca i mora“, intenzivno popunjavajući (prekapacitirajući) ljetne mjesece. U pred i posezoni osjeti jak pad posjećenosti, dok u izvansezonskim mjesecima (zimski dio) turizam gotovo da i ne postoji (Operativni plan razvoja cikloturizma Šibensko-Kninske županije 2018. - 2020.).



Slika 2. Šibensko – kninska županija

Izvor: http://www.bikarac.hr/upload/stranice/2016/02/2016-02-12/5//karta.png

Šibensko-kninska županija obuhvaća ukupnu površinu od 5.670 četvornih kilometara, od čega kopnena površina iznosi 2.994 četvornih kilometara na kojoj u 5 gradova: Šibeniku, Kninu, Vodicama, Drnišu, Skradinu, te u 15 općina: Bilice, Biskupija, Civljane, Ervenik, Kijevo, Kistanje, Murter-Kornati, 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 (http://sibensko-kninska-zupanija.hr/stranica/opi-podaci/70, 25.06.2018.).

Šibensko-kninska županija ima izuzetno značajan prometni položaj: povezana je Jadranskom magistralom s priobaljem, magistralnom cestom prema Kninu i BiH, te auto-cestom ka unutrašnjosti Hrvatske. 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 Zemuniku (50 km).

U Šibensko-kninskoj županiji nalaze se i dva nacionalna parka NP Krka i NP Kornati, rijeke Krka, Čikola, Krčić, Cetina, Orašnica, Kosovčica, Butižnica, jezera Visovačko, Prukljansko,

Golubićko, Bjelober, Torak, Šarena jezera (Burum), Bobodolsko, Zmajevo i Vransko jezero što županiju čini posebno atraktivnom za razvoj turizma (http://sibensko-kninska-zupanija.hr/stranica/opi-podaci/70, 25.06.2018.)

Nacionalni park Krka obuhvaća područje uz rijeku Krku koja izvire sjeveroistočno od Knina, teče kroz dubok i živopisan kanjon, dug 75 km; tvori bočne slapove-Krčić, Risnjak, Miljacku, Roški slap (visok 26 m) i znameniti Skradinski buk (Slapovi Krke 46 m), koji je najveća sedrena barijera u Europi. Svojim donjim tokom rijeka Krka protječe kroz Prukljansko jezero, te utječe u 9 km dugačak Šibenski zaljev. U NP Krka posebno se ističu dva kulturno-povijesna spomenika: franjevački samostan na otoku Visovcu i manastir «Krka», a u nizu slikovitih naselja na području Parka najzanimljiviji je Skradin, gradić zaštićen kao spomenik kulture (http://sibensko-kninska-zupanija.hr/stranica/opi-podaci/70, 25.06.2018.).



Slika 3. Nacionalni park Krka

Izvor: http://www.mikadotours.com/images/foto/krka/krka-national-park-02.jpg

Nacionalni park Kornati obuhvaća skupinu od 125 otoka, otočića i nadmorskih grebena, a zajedničko ime dobili su po otoku Kornatu. Krajolici i panorame su specifični i neponovljivi, a brojne su uvale idealne za nautičare. Divlja ljepota kamena, bistro morsko plavetnilo,

skrovite uvale, nesvakidašnji kontrast prirode, a posebno svijet tišine, jedinstven su doživljaj za posjetitelje (http://sibensko-kninska-zupanija.hr/stranica/opi-podaci/70, 25.06.2018.).

Izuzetno značenje za gospodarstvo Šibensko-kninske županije ima razvoj turizma. Turistička ponuda još uvijek je usredotočena na obalni pojas, gdje se ostvaruje godišnje preko 5 milijuna noćenja i boravi oko 822.000 turista. Ulaganja u turističke kapacitete u zaleđu koje ima veliki turistički potencijal zasigurno će omogućiti razvoj novih oblika ruralnog turizma. Izmjene i dopune prostornog plana Šibensko-kninske županije otvorile su mogućnost ulaganja u nove smještajne kapacitete. Smještajni kapaciteti na području Šibensko-kninske županije su preko 8 000 ležajeva u hotelima, preko 40 000 ležajeva u privatnom smještaju, preko 13 000 u kampovima i više od 3 000 vezova u 12 marina (http://sibensko-kninska-zupanija.hr/stranica/opi-podaci/70, 25.06.2018.).

Zahvaljujući svom bio geografskom položaju, reljefnoj raznolikosti, te činjenici da obuhvaća i kopno i more, obalu i otoke, rijeke i nacionalne parkove, parkova prirode, bogato kulturnopovijesno nasljeđe, razvedenu obalu, biološku raznolikost i brojnost biljnih i životinjskih vrsta, može se uočiti kako je područje Županije izrazito vrijedno i predstavlja idealnu podlogu za razvoj novog cikloturističkog proizvoda. Značajno je spomenuti kako je klima koja prevladava u Šibensko – kninskoj županiji izrazito mediteranska sa prosjekom od 2710 sunčanih sati godišnje (DHMZ, 2017.) i pruža mogućnost produljenja turističke sezone.

Međutim, bitno je imati na umu kako su nacionalni parkovi uglavnom prostori na kojima se realizira kratkotrajan posjet, gotovo isključivo jednodnevni, pri čemu gosti posjete prirodni prostor te zatim odlaze na neku drugu lokaciju unutar Županije ili izvan nje. Moguće je ta područja iskoristiti kao odličan marketinški element, a također i kao razlog dolaska, na koji bi se onda mogla (i trebala) postepeno nadograđivati ostala ponuda, u ovom slučaju cikloturizam po mogućnosti kombiniran s eno-gastronomskim elementima, kako bi se primarni motiv dolaska mogao preusmjeriti i na neke druge vrste usluga te time povećati lokalnu potrošnju gostiju i produljiti njihov boravak minimalno za jedno dodatno noćenje (Operativni plan razvoja cikloturizma Šibensko-Kninske županije 2018. - 2020.).

Kako bi se od postojećih potencijala razvio atraktivan proizvod koji svojim sadržajem prati sve veću potražnju, izuzetno je važno dobra analiza stanja u Županiji, kombiniranje sa educiranim osobljem koje radi u cikloturizmu, planiranje proizvoda na kome se može bazirati produljenje turističke sezone i cijelogodišnji turizam a sve uz vođenja računa o zaštiti okoliša.

Plan razvoja cikloturizma u Županiji predstavlja temelj čijim se ispunjenjem može stvoriti novi proizvod kojim bi Šibensko – kninska županija mogla postati prepoznatljiv brend kako na nacionalnom tako i na svjetskom tržištu.

3.2.1. Analiza cikloturizma u Šibensko – kninskoj županiji

Razvoj cikloturizma na području Šibensko-kninske županije odvijao se uglavnom na nivou lokalnih turističkih zajednica, s manjim utjecajem županijske turističke zajednice. S obzirom na različite mogućnosti i prioritete, proizvod cikloturizma razvijao se vrlo različito - na jednom području su bile izrađene karte, označene staze, osmišljen određeni online sustav na raspolaganju gostima, dok su na drugome jedva postojale staze (ili ih još nije bilo). 2015. godine županijska TZ preuzela je inicijativu izrade plana sustavnog razvoja cikloturizma s namjerom da ga podrže i u njemu participiraju sve, ili većina, lokalnih samouprava odnosno lokalnih turističkih zajednica. Krajem iste godine potpisan je Sporazum o suradnji na razvoju cikloturizma u Šibenskoj-kninskoj županiji koji su potpisale sve lokalne turističke zajednice. U Sporazumu je definiran iznos koji će svaki od partnera uložiti u razvoj cikloturizma u 2016. godini i za koje aktivnosti. Pri tome je županijska TZ preuzela obvezu najvećeg iznosa investiranja, poglavito usmjerenog na definiranje standarda i smjernica za razvoj, uz dodatna sredstava za operativna i infrastrukturna ulaganja (Operativni plan razvoja cikloturizma Šibensko-Kninske županije 2018. - 2020.).

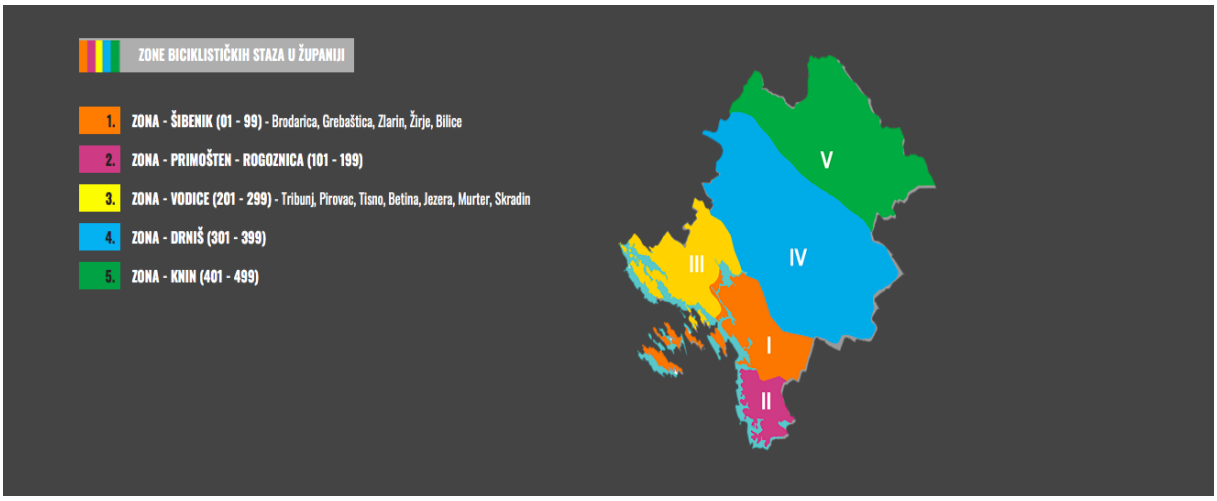
Slika 4. Logotip cikloturizma Šibenika

Izvor: Turistička zajednica Šibensko-kninske županije

Zajednička inicijativa kroz Sporazum pokazala se kao dobra odluka jer je do sredine 2017. godine izrađen veliki broj temeljnih projekata, standarda i sadržaja koji su okosnica cikloturizma: definirani su županijski standardi za označavanje biciklističkih staza, definirana je radna skupina biciklista za osmišljavanje i izradu biciklističkih staza (ruta) koje su potom i izrađene, podaci su pripremljeni i objavljeni na unaprijeđenom službenom županijskom webu www.bikeandhike.hr. Osim toga, realiziran je kvalitetan foto-session, a te su fotografije korištene za različite namjene, između ostalog i za novu brošuru cikloturizma Šibensko-kninske županije Brošura je distribuirana od sredine 2017. godine te je korištena i na nastupu na cikloturističkom sajmu „*Holiday on bike"* u sklopu najvećeg svjetskog sajma „*Eurobike"*. Službena signalizacija upotrebljava se već od 2017. godine za označavanje biciklističkih staza diljem županije, a županijska turistička zajednica je financijski pomogla lokalnim partnerima da označe dodatne staze kako bi se sustav čim prije podigao na potrebnu razinu (Operativni plan razvoja cikloturizma Šibensko-Kninske županije 2018. - 2020.).

Biciklističkih traka na području Županije ima ali je neophodna izgradnja dodatnih kao i uređenje postojećih, jer se biciklisti uglavnom voze po cestama (ili neprometnim te makadamsko-šumskim alternativama). To je posebno problematično na dionicama u blizini velikih smještajnih kapaciteta (kampova, hotelskih naselja i slično), ponajviše ljeti zbog prekapacitiranosti smještajnih objekata i prometne infrastrukture. Ovo nameće nužnost izgradnje biciklističkih prometnica izdvojenih od ostatka prometa, prvenstveno na dionicama od velikih turističkih središta do obližnjih gradova, kako bi se rasteretio promet, potaklo goste da koriste bicikl i povećalo njihovu sigurnost. Ovakva infrastruktura ujedno će poboljšati kvalitetu života domicilnog stanovništva te ga potaći na korištenje bicikala. Izgradnja biciklističkih prometnica (odvojenih od prometa) ne služi direktnoj prodaji usluga cikloturizma kao što to čine paketi, vođenja, turistički izleti, stoga se samo djelomično može upotrijebiti za promociju Županije kao destinacije za cikloturiste (Operativni plan razvoja cikloturizma Šibensko-Kninske županije 2018. - 2020.).

U nastavku se navodi kraća analiza trenutnog stanja biciklističkih staza („ruta) - po zonama iz standarda za biciklističku signalizaciju (Operativni plan razvoja cikloturizma Šibensko – kninske županije 2018.- 2020.).



Slika 5. Zone biciklističkih staza u županiji

Izvor:http://hrturizam.hr/

- **ZONA 1 - Šibenik**

Petnaestak staza na području grada Šibenika (s par izuzetaka) dobar su primjer kako bi se trebale raditi kružne staze, po mogućnosti da povezuju mjesta visokog interesa – poput tvrđava kojima Šibenik obiluje u samom gradskom središtu ili na njegovim rubnim područjima, posebice prema kanalu Sv. Ante i tvrđavi Sv. Nikole.



Slika 6. Kanal Sv.Ante

Izvor: http://www.rra-sibenik.hr/upload/projekti/2016/01/2016-01-11/12//turistikavalorizacijakanalasvante.jpg

Primjerice staza „*4 tvrđave“* obilazi atraktivne sadržaje, no ide istim putom u odlasku i dolasku, iako bi puno bolje bilo da se npr. na povratku povuče sjevernijim pravcem poluotoka uz more. Slično je sa stazom „*Vjetropark Orlice“*, koju bi bilo bolje zaokružiti u kružnu stazu (ako je zbog konfiguracije zemljišta i specifičnosti motiva moguće). Staza „*Šibenik-Zaton Raslina“* poprilično se udaljava od grada, ali se kretanja u odlasku i dolasku onda čini po istoj trasi uz korištenje Jadranske magistrale odnosno glavne ceste za prilaz gradu sa zapada. Dobre staze imaju otok Žirje i Zlarin, s tim da je staza na Zlarinu relativno kratka, a vjerojatno ima još prostora da se ona malo produlji. Načelno, ove gradske staze odlična su podloga da ih se, na mjestima gdje idu po prometnim cestama, iskoristi kao poticaj za izgradnju biciklističkih traka odvojenih od prometa, kako bi se poboljšala infrastruktura te povećala popularnost biciklističkih traka. S obzirom na njihov smještaj, istom će povezati turistička naselja s južne strane grada i sami grad Šibenik, a uz to povezuje i značajne atrakcije (poput šetnice sv. Ante).

- **ZONA 2 - Primošten-Rogoznica**

Područje Primoštena i Rogoznice ima gustu mrežu od šesnaestak staza koje pokrivaju cijelo područje. Teren iznad ova dva mjesta iznimno je bogat putovima i stazama, poput labirinta, što je veliki potencijal za osmišljavanje staza. Sadašnje staze su kružne i dobro osmišljene, dok staze „*Dalmatinka* i *Gaj“* dijelom koriste istu stazu u odlasku i dolasku, zbog konfiguracije terena i sadržaja, što je prihvatljivo. „*Plava staza“* u Rogoznici jedina je dijelom nedorečena, bez povrata na ishodište, što bi za ovako dugu stazu bilo potrebno.

Za cijelo ovo područje preporučljivo bi bilo smanjiti ukupan broj staza, što bi se moglo postići kombiniranjem itinerara nekoliko postojećih staza (spajanjem), bez gubljenja na kvaliteti sadržaja, čime bi se dobio pregledniji raspored staza na tom području i bolje organizirane staze.

- **ZONA 3 – područje Vodica**

Ovo područje specifično je po iznimno velikom broju staza (tridesetak) među kojima ima značajan broj staza koje su u jednom smjeru ili samo povezuju dva odredišta. Toj skupini pripadaju staze „*Gaćelezi“*, „*Skradin-Rupe“*, „*Staza crkve“* ili „*Staza uz more“* ili „*Staza maslina“* na otoku Murteru, staza „*Skradin-Visovačko jezero“*, „*Lokva-Plana“*, „*Staza crkve“*

i druge. Ovakve staze dosta su nepraktične za goste s obzirom da se biciklisti u pravilu sami vraćaju biciklima, pri čemu je povratak istom dionicom, pogotovo ako je to većina ili cijela staza, uglavnom nepoželjno, a to je situacija kod većine staza ovog tipa. Određeni dio staza ovakvog tipa mogao bi se prikazati kao poveznica nekih područja ili način transporta biciklom do značajnih znamenitosti, poput staza „*Pirovac-Sv. Martin*“, „*Kula Kašić-Vransko jezero*“, „*Lokva-Plana*“ (mala je, lokalna i vodi direktnim putem izvan naselja), *Skradin-Visovačko jezero*, iako je poželjno da i ovakve staze budu kružne, s obzirom da se kao takve i koriste. Specifičan tip staza, kao staza „*Orlov krug*“, koja je zapravo staza biciklističke utrke, poželjno je da ostaju u svom izvornom obliku te da se jasno naznači da je to takav tip staze. Na primjer stazu „*Orlov krug*“ uglavnom će moći izvesti samo vrlo vješti biciklisti koji ciljano traže takav sadržaj.



Slika 7. Staza Orlov krug

Izvor: http://sibenskiportal.rtl.hr/wp-content/uploads/2014/09/bbk-orlov-krug-velebit-3.jpg?x97283

Vodičko područje u 2017. godini doživjelo je izmjenu prometne situacije zbog izgradnje zaobilaznice Vodica. S jedne strane nalazi se stara trasa Jadranske magistrale rasterećena od prometa, a s druge (istočne) strane se pojavila nova prometnica koja je zbog svoje konfiguracije opasna (primjerice ravne dionice, spojne ceste, opasno križanje). U dosadašnjem razdoblju se dogodilo više nezgoda, čak i sa smrtnim stradavanjima. S obzirom na veće brzine kretanja vozila na tom dijelu, potrebno je razmotriti postojeće biciklističke

koridore te pokušati smanjiti prelazak preko dijela nove zaobilaznice ili ih izmjestiti na druge, sigurnije dionice.

- **ZONA 4 – područje Drniša**

Područje Drniša solidno je pokriveno stazama (rutama), a proteže se sve do poveznih područja s ostalim zonama. Jako je dobra poveznica prema NP Krka, što je dobro imajući na umu trenutnu razvijenost biciklističkih staza u NP Krka te planove daljnjih investicija. Jedina staza koja se vraća dijelom istom stazom je staza *Torak*, no s obzirom na njenu specifičnost to je zanemarivo tj. prihvatljivo (Operativni plan razvoja cikloturizma Šibensko-Kninske županije 2018. - 2020.).



Slika 8. Staza Torak

Izvor: http://www.sibenik.in/upload/novosti/2018/02/2018-02-09/87916//1423832262968979721056216244978605915020 46n.jpg

- **ZONA 5 – Knin**

Dvanaest staza na području Knina odlično je osmišljeno i posloženo, pravilno se šire oko Knina i pokrivaju cijelo područje i razne staze. Jedine staze koje odstupaju od kružnog koncepta su *Uspon na Dinaru*, što je dijelom uvjetovano konfiguracijom terena te staza *Put vrela Cetine*, koja većim dijelom odlazi i vraća se istom dionicom.



Slika 9. Staza Put vrelo Cetine

Izvor: http://4.bp.blogspot.com/-y9Utaw4pD_s/U5HgOiiEFyI/AAAAAAAACIY/axZrvv7bjbM/s1600/Cet.jpg

3.2.2. Daljni razvoj cikloturizma u Šibensko – kninskoj županiji

Sagledavajući popis do sada odrađenih projekata i aktivnosti u cilju razvoja cikloturizma u Šibensko-kninskoj županiji, evidentno je kako je zadnjih godina pokrenut intenzivniji razvoj kroz značajan dio komponenti od kojih se cikloturizam sastoji. Polazište za izradu budućih smjernica razvoja temelji se na provedenoj analizi snaga i slabosti odnosno prilika i prijetnji uz jasno definiranu viziju.

Vizija razvoja cikloturizma Šibensko-kninske županije do 2020. godine definira ovu županiju kao jednu od najrazvijenijih cikloturističkih destinacija na Jadranu. U njoj cikloturizam postaje pokretač razvoja cjelogodišnjeg turizma zahvaljujući realizaciji svih ključnih komponenti cikloturizma te njihovu ugradnju u turističku ponudu. Uređena cikloturistička infrastruktura, dobra označenost staza (ruta), prateća smještajna, ugostiteljska i servisna infrastruktura nadopunjuju postojeću turističku ponudu i pružaju sve preduvjete za cjelogodišnji razvoj (Operativni plan razvoja cikloturizma Šibensko-Kninske županije 2018. - 2020.).

Da bi se ostvarila ovakva vizija razvoja cikloturizma u Šibensko-kninskoj županiji, potrebno je ostvariti glavni cilj, a to je podizanje konkurentnosti i ukupne kvalitete cikloturističke ponude u destinaciji koja će pridonijeti povećanju prihoda od turizma i povećanju dolazaka u destinaciju, a Županiju pozicionirati kao poželjnu i prepoznatljivu cikloturističku destinaciju.

Za postizanje navedenog cilja proveden je sljedeći skup aktivnosti:

1)Kvalitetno umrežavanje svih dionika kroz suradnju pri čemu se postavlja kvalitetan organizacijski okvir za povezivanje svih dionika uključenih u razvoj cikloturizma. Time se osigurava zaštita interesa svih dionika i kvalitetnije očuvanje kraja, uz pružanje kvalitetne usluge gostima.

2) Potpisan je Sporazum o suradnji. Potpisnici Sporazuma su -Razvojna agencija Šibensko-kninske županije, Javna ustanova Priroda Šibensko-kninske županije, Turistička zajednica Šibensko-kninske županije, 5 gradova i 15 općina Šibensko-kninske županije, Ministarstvo unutarnjih poslova – Policijska uprava Šibensko-kninska, Hrvatske ceste – tehnička ispostava Šibenik, Županijska uprava za ceste na području Šibensko-kninske županije te biciklistički klubovi: Adrion Oros, Fortica, Kamenar, Faust Vrančić, Primošten, Krka, Petar Svačić i Brdsko-biciklistički klub Orlov krug (http://hrturizam.hr/, 10.09.2018.).

3) Izrada kvalitetne infrastrukture staza, ruta i biciklističkih prometnica i kvalitetna primjena signalizacije. . Danas je na 2500 kilometara u Šibensko – kninskoj županija evidentirano 90 staza, od kojih je trećina (ok 35 staza) u potpunosti označena prema novim biciklističkim standardima. Staze pokrivaju cijelu županiju i podijeljene su u 5 subregija od kojih svaka sadrži 3 vrste staza: planinske, cestovne i rekreativne (https://www.sibenik-tourism.hr/hr/dokumenti-tz, 12.09.2018.).

4) Poticanje privatnog segmenta kao ključnog elementa za osiguranje kvalitetne ponude usluga, od infrastrukture, smještaja, agencijskih usluga, „*bike-share"* usluge i drugog. U gradovima Šibeniku i Kninu postavljene su stanice na kojima turisti mogu „dijeliti" bicikle po potrebi putem aplikacije. „*Bike – share*" postaje sve veći biciklistički trend u svijetu.

5) Osiguravanje kvalitetne edukacije svih uključenih u sustav cikloturizma radi podizanja kvalitete usluge i senzibiliziranja javnosti. U suradnji sa TZ Grada Knina TZ Šibensko – kninske županije, 2016. godine održana je prva edukacija biciklističkih vodiča i ovo je bila prva edukacija takvog tipa u Županiji. Polaznicima je dato znanje i poticaj za daljno bavljenje i sudjelovanje u razvoju ciklotirzma (Operativni plan razvoja cikloturizma Šibensko- kninske županije 2018. – 2020.).

6) Osigurava se javna prisutnost kroz sve vidove promocije i informiranja te prisutnosti na ciljanim tržištima (web-stranica, tiskani materijali, društvene mreže, oglašavanje, sajmovi i drugo). Za potrebe cikloturizma pokrenuta je internetska stranica „*Bike & Hike*" koja sadrži sve informacije, od biciklističkih staza, destinacija, smještaja i dodatnih usluga koje su potrebne cikloturistima (http://hrturizam.hr/10.09.2018.). Staranica je trenutno nadopuni, radi se na unošenju novih podataka kako bi stranica pružala sve potrebne informacije. Postavljena su i 4 biciklistička odmorišta na različitim lokacijama u gradu Šibeniku. Tiskana brošura Šibensko – kninske županije može se naći u 4 jezične verzije (hrvatski, talijanski, njemački i engleski).

Prema napravljenoj analizi, zalaganjem svih sudionika, Šibensko – kninska županija pokazuje veliki napredak u razvoju prepoznatljivog turističkog proizvoda. Ključne aktivnosti usmjerene su na intenzivniji razvoj cikloturizma čime taj vid turističke ponude ostvaruje dobre rezultate. Izgrađene su prve biciklističke prometnice (trake, staze), u cijelosti je primijenjen sustav unificirane biciklističke signalizacije, izrađuju se i redovno distribuiraju kvalitetni info i promo materijali, a „*Bike&Bed"* ponuda kvalitetno funkcionira. Povećava se broj educiranog osoblja koje pomaže javnom i privatnom segmentu gospodarstva da kvalitetno vodi razvoj cikloturizma u svim njegovim segmentima. Šibensko-kninska županija djeluje kao jedinstvena destinacija uz zajedničko planiranje, realizaciju, promociju cikloturizma. Navedeno Županiji omogućava da održi i ojača reputaciju jedne od najboljih destinacija cikloturizma u Hrvatskoj (Operativni plan razvoja cikloturizma Šibensko-Kninske županije 2018. - 2020.).

Kako bi se ovaj napredak održao u budućnosti potrebno je nastaviti održavati i nadograđivati postojeću infrastrukturu. Završavanje označavanja i signalizacije preostalih biciklističkih staza bitno je za nastavak priče o cikloturizmu jer one predstavljaju osnovu cikloturizma. Nastaviti sa educiranjem i obučavanjem novih kadrova za rad u cikloturizmu. Kao što je već navedeno, održana je prva edukacija biciklističkih vodiča koji nastavljaju svoj rad u razvoju i unapređenju cikloturističkog proizvoda. Turistička zajednica Šibensko – kninske županije u suradnji sa turističkim zajednicama gradova i sela, kao i ostalim javim ustanovama, trebala nastaviti poticanje edukacije, kako na lokalnom tako i na županijskom nivou. Nastaviti promoviranje cikloturizma na nacionalnoj i svjetskoj razini, nastupanje na specijaliziranim sajmovima. Izrada karata i aplikacija uvelike bi turistima olakšala orijentir u prostoru i istraživanju destinacije. Analiziranjem stanja uočeno je da nedostaje i poticaja za uvođenje usluga servisiranja i opskrbe cikloturista na različitim lokacijama. Potrebno je razviti ponudu dodatnih aktivnosti koje su usko vezane za cikloturizam kao i bolja suradnja sa manjim turističkim agencijama u sastavljanju kvalitetne cikloturističke ponude. Manje turističke agencije uglavnom imaju svoje ponude koje se uglavnom sastoje od nekoliko bicikala za iznajmljivanja. Potrebno je ostvariti razvijenu mrežu povezanih iznajmljivača koji gostima mogu uvijek biti na raspolaganju. U sklopu ponude koju nude trebale bi biti sastavljene rute sa dodatnim aktivnostima i svim informacijama koje biciklistima tijekom i nakon vožnje mogu biti potrebne. Pored iznajmljivača bicikla potrebno je i uključiti i vodiče koji poznaju destinaciju, ukoliko je to gostima potrebno. Razvojem kompletnog turističkog proizvoda javlja se mogućnost povezivanja cikloturizma sa ostalim specifičnim oblicima turizma kao što su seoski, planinski, gastronomski, kao i praćenje daljnjih trendova koji se javljaju u svijetu.

4. ZAKLJUČAK

Živimo u 21. stoljeću kada se na turističkom tržištu javlja sve veći broj turističkih proizvoda i usluga koji moraju imati dobra obilježja kako bi se turiste potaknulo na kupnju. Javlja se sve veći broj turističkih destinacija koje nude nove turističke proizvode. Svaki od tih proizvoda prolazi kroz četiri glavne faze životnog ciklusa proizvoda: fazu uvođenja, fazu rasta, fazu zrelosti i fazu odumiranja – opadanja. Jedan od takvih turističkih proizoda je i cikloturizam.
Cikloturizam u užem smislu obuhvaća razmjerno uzak segment turističke potražnje i odnosi se na turistička putovanja tijekom kojih je vožnja biciklom glavna aktivnost ili je bicikl glavno prijevozno sredstvo. Međutim, znatno više doprinose turisti kojima je vožnja biciklom dodatna aktivnost u sklopu turističke ponude, a mogu biti odlazak na biciklistički izlet, pojedinu sportsku manifestaciju te dodatnu sportsko rekreativnu ponudu vožnje biciklom uređenim ili neuređenim stazama destinacije. Razvoj cikloturizma na području Šibensko-kninske županije odvijao se uglavnom na nivou lokalnih turističkih zajednica, s manjim utjecajem županijske turističke zajednice. S obzirom na različite mogućnosti i prioritete, proizvod cikloturizma razvijao se vrlo različito - na jednom području su bile izrađene karte, označene staze, osmišljen određeni online sustav na raspolaganju gostima, dok su na drugome jedva postojale staze (ili ih još nije bilo).Cikloturizam Šibensko – kninske županije karakterizira mali broj biciklističkih traka. Biciklističkih traka na području Županije ima vrlo malo, odnosno sporadično, stoga se biciklisti uglavnom voze po cestama (ili ne prometnim te makadamsko-šumskim alternativama). To je posebno problematično na dionicama u blizini velikih smještajnih kapaciteta (kampova, hotelskih naselja i slično), ponajviše ljeti zbog prekapacitiranosti smještajnih objekata i prometne infrastrukture. Povoljni klimatski uvjeti, očuvan okoliš te povoljan prometni položaj u odnosu na potencijalna tržišta i solidna prometna povezanost pa sve navedeno daje mogućnost razvoju novog cikloturističkog proizvoda. Kao slabost je svakako potrebno istaknuti nepostojanje biciklističkih prometnica, javlja se nedovoljan broj specijalista za cikloturizam te se javlja nedostatak specijaliziranih biciklističkih sadržaja.

Vizija razvoja cikloturizma Šibensko-kninske županije do 2020. godine definira ovu županiju kao jednu od najrazvijenijih cikloturističkih destinacija na Jadranu. U njoj cikloturizam postaje pokretač razvoja cjelogodišnjeg turizma zahvaljujući realizaciji svih ključnih komponenti cikloturizma te njihovu ugradnju u turističku ponudu aktivnog turizma.

LITERATURA

1. Dibb, S., Simkin, L.,Pride, W.M., Ferell, O.C. (1991): Marketing, Mate d.o.o., Zagreb.
2. Fise, R.T. (1997.) : Product/Service Strategy, Petrocellil Charter, New York,
3. Galičić, V. (2014): Leksikon ugostiteljstva i turizma, Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.
4. Kotler, P. (2001): Upravljanje marketingom, Mate, Zagreb.
5. Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., Armstrong, G. (2007): Osnove marketinga, Mate d.o.o., Zagreb.
6. Kotler P., Wong V., Saunders J., Armstrong G., (2006): Osnove marketinga, Mate d.o.o., Zagreb.
7. Meler, M. (2002): Marketing, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek.
8. Operativni plan razvoja cikloturizma Šibensko-Kninske županije 2018. - 2020.
9. Previšić, J., Došen, Đ. (2007): Osnove marketinga, Adverta, Zagreb.
10. prof. dr.sc.Lidija Petrić, mr.sc. Blanka Šimundić, doc. dr. sc. Smiljana Ppivčević, (2017.): Skripta Ekonomika turizma, Ekonomski fakultet Split.
11. Semson D. Singh P.J. (, 2008.), Operations menagment an integrated approach.
12. Samo pozitivno (2017): Cikloturizam – aktivni potencijal destinacije, (Internet), raspoloživo na: http://www.samopozitivno.com/cikloturizam-aktivni-potencijal-destinacije/, (20.06.2018.)
13. Cikloturizam (2017): Cikloturizam – Ličko senjske županije, (Internet), raspoloživo na: https://cikloturizam.hr/wp-content/uploads/2018/02/OP-cikloturizam-Licko-senjska.pdf, (22.06.2018.)
14. Ekonomski portal (2013): Kada turizam postane ciklo, (Internet), raspoloživo na: http://ekonomskiportal.com/cikloturizam-kada-turizam-postane-ciklo/, (23.06.2018.)
15. Šibensko – kninska županija (2013): Opći podaci, (Internet), raspoloživo na: http://sibensko-kninska-zupanija.hr/stranica/opi-podaci/70, (25.06.2018.)
16. VSMTI (2018): Cikloturizam, (Internet), raspoloživo na: www.vsmti.hr/en/courses/course-materials/.../2462-p5cikloturizam.html, (25.06.2018.)
17. DHMZ (2017.) : Klimatski podatci Šibensko – kninske županije (Internet) raspoloživo na :http://meteo.hr/, (12.09.2018.)
18. Sporazum o suradnji (Internet), raspoloživo na : http://hrturizam.hr/(10.09.2018.).

19. Svjetska turistička organizacija (Internet), raspoloživo na: http://www2.unwto.org/ (12.09.2018.).
20. TZ Šibensko – kninske županije (Internet), raspoloživo na: https://www.sibenik-tourism.hr/hr/dokumenti-tz, (12.09.2018.)

POPIS SLIKA I TABLICA:

Slika 1 . Životni siklus proizvoda 5
Slika 2. Šibensko – kninska županija 16
Slika 3. Nacionalni park Krka 17
Slika 4. Logotip cikloturizma Šibenika 19
Slika 5. Zone biciklističkih staza u županiji 21
Slika 6.Kanal Sv. Ante 21
Slika 7 . Staza Orlov krug 23
Slika 8. Staza Torak 24
Slika 9. Staza put vrelo Cetine 25
Tablica 1: Razlika između proizvoda i usluga.....8

SAŽETAK

Živimo u 21. stoljeću kada se na turističkom tržištu javlja sve veći broj turističkih proizvoda i usluga koji moraju imati dobra obilježja kako bi se turiste potaknulo na kupnju. Javlja se sve veći broj turističkih destinacija koje nude nove turističke proizvode. Svaki od tih proizvoda prolazi kroz četiri glavne faze životnog ciklusa proizvoda: fazu uvođenja, fazu rasta, fazu zrelosti i fazu odumiranja – opadanja. Jedan od takvih turističkih proizoda je i cikloturizam.

Cikloturizam Šibensko – kninske županije karakterizira mali broj biciklističkih traka. Biciklističkih traka na području Županije ima vrlo malo, odnosno sporadično, stoga se biciklisti uglavnom voze po cestama (ili neprometnim te makadamsko-šumskim alternativama). To je posebno problematično na dionicama u blizini velikih smještajnih kapaciteta (kampova, hotelskih naselja i slično), ponajviše ljeti zbog prekapacitiranosti smještajnih objekata i prometne infrastrukture. Ovo nameće nužnost izgradnje biciklističkih prometnica izdvojenih od ostatka prometa, prvenstveno na dionicama od velikih turističkih središta do obližnjih gradova, kako bi se rasteretio promet, potaklo goste da koriste bicikl i povećalo njihovu sigurnost. Ovakva infrastruktura ujedno će poboljšati kvalitetu života domicilnog stanovništva te ga potaći na korištenje bicikala.

Vizija razvoja cikloturizma Šibensko-kninske županije do 2020. godine definira ovu županiju kao jednu od najrazvijenijih cikloturističkih destinacija na Jadranu. U njoj cikloturizam postaje pokretač razvoja cjelogodišnjeg turizma zahvaljujući realizaciji svih ključnih komponenti cikloturizma te njihovu ugradnju u turističku ponudu .

Ključne riječi: razvoj, cikloturizam, Šibensko – kninska županija,

SUMMARY

We live in the 21st century when there is an increasing number of tourist products and services in the tourist market, which must have good features in order to encourage tourists to buy. There is an increasing number of tourist destinations offering new tourist products. Each of these products passes through the four main phases of the product life cycle: the introduction phase, the growth phase, the maturity phase, and the decompression phase. One such touristic event is cyclotourism.

The cycling tourism of Šibenik - Knin County is characterized by a small number of cycling lanes. Bicycle lanes in the area of the County have very little, or sporadic, so bikers mostly drive on the roads (or impromptu and macadam-forest alternatives). This is particularly problematic on shares close to large accommodation facilities (camps, hotel resorts and the like), mostly in the summer due to overcapacity of accommodation facilities and traffic infrastructure. This implies the necessity of building bicycle routes separated from the rest of the traffic, primarily on the sections of large tourist centers to nearby cities, to disassociate traffic, prompted guests to use the bicycle and increase their safety. Such infrastructure will also improve the quality of life of the domicile population and encourage it to use bicycles.

The vision of the cyclotourism development of Šibenik-Knin County by 2020 defines this county as one of the most developed cyclotouristic destinations on the Adriatic. In it cyclotourism becomes the driving force for the development of all-year tourism thanks to the realization of all key components of cyclotourism and their integration into tourist offer.

Keywords: product, cyclotourism, Šibenik - Knin County,