

# Identitet grada Nina kroz percepciju lokalnog stanovništva i turista

---

**Mračić, Tomislav**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2020**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, Faculty of Science / Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:217:308898>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-14**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the Faculty of Science - University of Zagreb](#)



**Tomislav Mračić**

**Identitet grada Nina kroz percepciju lokalnog  
stanovništva i turista**

**Diplomski rad**

**Zagreb  
2020.**



**Tomislav Mračić**

**Identitet grada Nina kroz percepciju lokalnog  
stanovništva i turista**

**Diplomski rad**

predan na ocjenu Geografskom odsjeku  
Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu  
radi stjecanja akademskog zvanja  
magistra geografije

**Zagreb  
2020.**

Ovaj je diplomski rad izrađen u sklopu diplomskog sveučilišnog studija *Geografija; smjer: Baština i turizam* na Geografskom odsjeku Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, pod vodstvom doc. dr. sc. Ivana Zupanca

Sveučilište u Zagrebu  
Prirodoslovno-matematički fakultet  
Geografski odsjek

Diplomski rad

## Identitet grada Nina kroz percepciju lokalnog stanovništva i turista

Tomislav Mračić

**Izvadak:** Nin je grad duge i burne povijesti kroz koju se njegova važnost podosta promijenila. Ostavština prošlih vremena vidljiva je kroz njegovu bogatu kulturnu baštinu. Danas je to grad usmjeren na turizam koji je postao glavna gospodarska grana. Njegov identitet temelji se na ta dva elementa. Cilj ovog rada je potvrditi tu hipotezu kroz analizu prirodne i društvene atrakcijske osnove grada Nina, uvid u njegov historijsko-geografski razvoj, analizom trenutnog stanja turizma, te anketnim istraživanjem kojim se ispitala percepcija turista i lokalnog stanovništva o gradu.

64 stranica, 27 grafičkih priloga, 7 tablica, 41 bibliografskih referenci; izvornik na hrvatskom jeziku

Ključne riječi: identitet turističke destinacije, kulturna baština, lokalno stanovništvo, turizam, grad Nin

Voditelj: doc. dr. sc. Ivan Zupanc

Povjerenstvo: doc. dr. sc. Ivan Zupanc  
prof. dr. sc. Borna Fuerst-Bjeliš  
doc. dr. sc. Vedran Prelogović

Tema prihvaćena: 8. 2. 2018.

Rad prihvaćen: 10. 9. 2020.

Rad je pohranjen u Središnjoj geografskoj knjižnici Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, Marulićev trg 19, Zagreb, Hrvatska.

BASIC DOCUMENTATION CARD
--------------------------

University of Zagreb  
Faculty of Science  
Department of Geography

Master Thesis

## **Identity of the town of Nin through perception of local residents and tourists**

Tomislav Mračić

**Abstract:** Nin is a town of long and turbulent history through which its importance has significantly changed. Legacy of past times is visible through its rich cultural heritage. Today, town's main focus is tourism which became its main economic industry. Identity of the town is based on those 2 elements. Purpose of this paper is to confirm that hypothesis through analysis of its natural and social attraction base, insight into its historical development and growth, analysis of current state of tourism and survey research which examined perception of Nin with local residents and tourists.

64 pages, 27 figures, 7 tables, 41 references; original in Croatian

**Keywords:** identity of tourist destination, cultural heritage, local residents, tourism, Nin

**Supervisor:** Ivan Zupanc, PhD, Assistant Professor

**Reviewers:** Ivan Zupanc, PhD, Assistant Professor  
Borna Fuerst-Bjeliš, PhD, Full Professor  
Vedran Prelogović, PhD, Assistant Professor

**Thesis title accepted:** 08/02/2018

**Thesis accepted:** 10/09/2020

Thesis deposited in Central Geographic Library, Faculty of Science, University of Zagreb, Marulićev trg 19, Zagreb, Croatia.

## Sadržaj

1. UVOD.....	1
1.1. Predmet istraživanja.....	1
1.2. Ciljevi istraživanja i hipoteze.....	2
1.3. Metodologija istraživanja.....	3
1.4. Dosadašnja istraživanja.....	3
2. IDENTITET TURISTIČKE DESTINACIJE – teorijski okvir.....	5
3. PRIRODNA I DRUŠTVENO GEOGRAFSKA OBILJEŽJA PROSTORA.....	9
3.1. Geografski smještaj i položaj.....	9
3.2. Stanovništvo.....	10
3.3. Prirodni faktori.....	12
3.3.1. Geološka i geomorfološka obilježja prostora.....	12
3.3.2. Klimatološka obilježja prostora.....	13
3.3.3. Hidrogeografska obilježja prostora.....	14
3.3.4. Biogeografska obilježja prostora.....	14
3.4. Društveni faktori.....	16
3.4.1. Materijalna baština.....	16
3.4.2. Nematerijalna baština.....	18
3.5. Komunikativni čimbenici.....	19
4. HISTORIJSKO-GEOGRAFSKI RAZVOJ.....	21
5. STANJE TURIZMA U GRADU NINU.....	23
5.1. Razvoj turizma.....	23
5.2. Smještajni kapaciteti.....	24
5.3. Turistički promet.....	26
6. ANALIZA REZULTATA ANKETNOG ISTRAŽIVANJA.....	30
6.1. Rezultati anketiranja turista.....	30
6.2. Rezultati anketiranja lokalnog stanovništva.....	43
7. ZAKLJUČAK.....	61
Literatura.....	62
Izvori.....	63
Internetske stranice.....	63
Popis slika.....	VI
Popis tablica.....	VII
Popis priloga.....	VIII



## **1. Uvod**

Turizam je jedna od glavnih grana gospodarstva u Republici Hrvatskoj. Iz godine u godinu slušamo kako njegov udio u BDP-u, a samim time i važnost u društvu, raste. Država, regije i općine shvaćaju koliki su benefiti ulaganja u turizam pa se smišljaju razne strategije kojima se nastoji poboljšati turistička ponuda kako bi se privuklo što više turista. No, pitanje je koliko se pri tome obraća pozornost i pazi na identitet samih destinacija u koje se nastoji privući turiste. Hoće li se turistička ponuda i imidž destinacije bazirati na njegovom identitetu ili će ga se pokušati zatomiti? Da li priliv turista i koegzistiranje lokalnog stanovništva s njima u udarnim turističkim periodima godine narušavaju identitet određene destinacije? Jasno je kako turiste u Hrvatsku privlače prirodni atraktivni faktori, prvenstveno njena prirodno-geografska osnova koja se očituje kroz ljepotu krajolika, te ugodne klimatske prilike za upražnjavane ljetnih aktivnosti što posebice vrijedi za primorski dio Hrvatske. Ipak, ostaje za istražiti može li se određena destinacija na obali izdici iznad toga i biti prepoznata primarno prema svom identitetu kojeg je gradila kroz svoju povijest.

Grad Nin je dobar primjer kroz koji to možemo promotriti. Jedan od najstarijih hrvatskih gradova ima povijest dugo preko 3000 godina. U tom velikom vremenskom periodu sigurno je kako su svoj trag na njegovom prostoru ostavili brojni narodi i kulture, a njegova važnost za tadašnje državne tvorevine varirala je od iznimne važnosti u periodu vladavine hrvatskih kraljeva i knezova kad je važio za glavni grad države, do današnjih razina kad je njegova važnost puno manja. Koliko je od te burne povijesti koju je grad proživio utkano u njegov današnji identitet i koliko se on razlikuje iz gledišta domicilnog stanovništva i turista saznat ćemo u ovom radu.

### **1.1. Predmet istraživanja**

Predmet istraživanja svakog istraživačkog rada ima više segmenata od kojih se sastoji. Bitno je prije svega definirati objekt istraživanja, te vremenski obuhvat u kojemu se on promatra. Sam objekt istraživanja dijelimo na vanjski i unutarnji. S obzirom da prostor na kojemu se ono provodi čini vanjski objekt istraživanja možemo reći kako je u ovom slučaju to grad Nin u svojim administrativnim granicama. Unutarnji objekt istraživanja sastojao bi se od svih procesa i događaja koji su kroz povijest utjecali na razvoj grada Nina s posebnim naglaskom na one vezane uz turizam. Vremenski okvir u kojemu se prikazuje grad Nin u ovom radu, zbog važnosti cjelokupnog prikaza njegove bogate prošlosti, seže u 9. stoljeće pr. Kr. kada Liburni postaju prvi narod koji osniva naselje na ovom području. Ipak, značajnija analiza

koja se ogleda kroz podatke prikupljene provođenjem vlastite ankete nad lokalnim stanovništvom i turistima, te prikupljanjem turistički bitnih podataka o dolascima, noćenjima i smještajnim kapacitetima putem stranica Državnog zavoda za statistiku promatra vanjski objekt istraživanja u periodu od zadnjih nekoliko godina.

Predmet istraživanja ovog rada je identitet grada Nina. Kako bismo u tome uspjeli analizirana je prirodna i društvena turistička atrakcijska osnova, dan je uvid u povijesna zbivanja koja su se odvijala na njegovom prostoru, a s obzirom da se u jednu ruku promatra i utjecaj turizma na identitet grada kratko je promotren njegov razvoj kroz godine. Temelj istraživanja čini anketa provedena nad lokalnim stanovništvom i turistima na području grada Nina u ljeto 2019. Podaci koje smo dobili iz tog empirijskog istraživanja pomoći će nam da dobijemo pravu sliku Nina i definiramo njegov identitet.

## **1.2. Ciljevi istraživanja i hipoteze**

Svakom istraživanju prethodi nekoliko istraživačkih pitanja koja autora potaknu na proučavanje određene materije ili fenomena. Tijekom istraživanja on dobija odgovore na ta pitanja. U slučaju ovog rada pitanja koja su zaintrigirala autora su: koji je i što čini identitet grada Nina? Kakav je identitet grada Nina u percepciji lokalnog stanovništva, a kakav u percepciji turista koji ga posjećuju, te postoje li razlike u ta dva gledišta?

Kako bi se dobili valjani odgovori na ta pitanja određeni su ciljevi ovog diplomskog rada:

1. Definirati pojam identiteta i primijeniti ga na primjeru turističke destinacije
2. Utvrditi turističku atrakcijsku osnovu grada Nina
3. Dobiti predodžbu o povijesnim temeljima na kojima je grad Nin nastao i razvijao se
4. Iz prikupljenih podataka dati sliku o trenutnom stanju turizma na području Nina
5. Ispitati strukturu, obilježja i stavove turista o elementima turističke ponude grada Nina
6. Ispitati strukturu, obilježja i stavove lokalnog stanovništva o elementima turističke ponude grada Nina, te utjecaju i razvoju turizma u njihovoj destinaciji

Uz istraživačka pitanja koja zaintrigiraju autora da krene u istraživački rad potrebno je postaviti i hipoteze koje se temelje na vlastitom prethodnom znanju o proučavanom prostoru, kao i proučavanju relevantne literature. One su:

H1: Turizam je najznačajnija grana gospodarstva u gradu Ninu i dobar dio njegovog identiteta usko je vezan uz turističke procese

H2: Identitet grada Nina uvelike je određen njegovom prošlošću tj. ostavštini kulturne baštine

H2. Ne postoje velike razlike u dojmu o Ninu kao turističkoj destinaciji između domicilnog stanovništva i turista

### **1.3. Metodologija istraživanja**

Metode korištene pri pisanju ovog diplomskog rada su metode analize i sinteze, metoda anketiranja i intervjuiranja, statističke i grafičke metode, te kartografska metoda. Prikupljeni su i određeni statistički podaci iz relevantnih izvora koji su pomogli pri analizi. Provedena je analiza literature i strateških dokumenata vezanih uz objekt istraživanja.

Realizacija kartografske metode provedena je putem programa Arc GIS u kojem je izrađena karta na kojoj je prikazan smještaj i položaj grada Nina. Statističke i grafičke metode korištene su u analizi prikupljenih podataka iz sprovedenih anketa, kao i statističkih podataka o turističkom prometu preuzetih sa stranica Državnog zavoda za statistiku. Spomenute analize provedene su uz pomoć MS Excela. U nešto slobodnijem shvaćanju, metoda intervjuiranja provedena je nad nekoliko starijih stanovnika naselja Nina i Zatona čije je poznavanje prilika u njihovom rodnom kraju pomoglo pri pisanju dijela koji se tiče razvoja turizma na ovom prostoru. Osmišljeni anketni upitnici pomogli su pri realizaciji metode anketiranja, te ona čini temeljni dio ovog rada jer su se uz njenu pomoć prikupili podaci čijom je usporedbom analizirano shvaćanje identiteta grada Nina kroz prizmu turista i lokalnog stanovništva. Anketa je provedena na prigodnom uzorku na terenu i ukupno je prikupljeno 207 važećih anketnih upitnika – 105 onih koje su ispunili turisti i 102 koja pripadaju ispitivanju mnijenja domicilnog stanovništva.

### **1.4. Dosadašnja istraživanja**

Radovi koji su proučavali konkretno identitet grada Nina ne postoje. No, u ovom pokušaju definiranja toga pomogla je druga literatura napisana o gradu Ninu. Mnogo njih je opisalo i objasnilo povijesne prilike i aspekt razvoja grada Nina kroz njegovu tisućljetnu povijest. Magaš u svojoj monografiji Povijesno-zemljopisne osnove razvoja Nina i problemi njegove suvremene valorizacije daje prvo cjelovito i interdisciplinarno zasnovano istraživanje u Ninu. Kroz historijsko-geografski razvoj ninskog područja i njegova prirodno-zemljopisna obilježja daje osnovu preko koje u završnom dijelu daje mogućnosti daljnjeg razvoja Nina. Povijest grada Nina od autora Novaka i Maštrovića detaljno obrađuje povijest grada od

pretpovijesnog doba do modernih vremena s time da je najveći naglasak stavljen na period hrvatskih narodnih vladara. Još jedna knjiga koja se bavi bogatom poviješću Nina je turistička monografija Nin – prva prijestolnica Hrvata od autorice Marije Dejanović. U njoj je dodatno naglašen turistički aspekt s obzirom da autorica ističe neke od privlačnih atraktivnih faktora grada.

Kako bih dobili bolju sliku oko toga što predstavlja identitet turističke destinacije ponajviše su pomogli neki znanstveni članci koji su analizirali odnos turizma i identiteta. Daniela Angelina Jelinčić se u svom članku Turizam vs. identitet bavi pitanjem identiteta kroz globalizacijsku pojavu turizma. Daje uvid u načine na koje se on kreira kroz međudnos turista i lokalnog stanovništva. Fuerst-Bjeliš i Marković na primjeru regija Bjelovara i Čakovca promatraju prostorni identitet kao pokretačku snagu razvoja turizma.

Kao uzori za sprovedeno empirijsko istraživanje poslužili su slični radovi koji su se bavili drugim destinacijama na našoj obali. Tako su Golob, Sirotić i Golob u svom istraživanju pokušali ispitati razinu zadovoljstva turista turističkom ponudom Umaga. Bandalović je s druge strane istražila kakvu percepciju o turizmu ima domicilno stanovništvo Primoštena. Također, umnogome su pomogla i TOMAS istraživanja koja svake godine provodi Institut za turizam.

## **2. Identitet turističke destinacije – teorijski okvir**

Kako bi došli do shvaćanja toga što čini identitet određene turističke destinacije trebalo bi krenuti od početka i prvo se osvrnuti na to kako razni znanstvenici definiraju sam pojam identiteta. Gergen i Davis (1985.) vide identitet kao subjektivan, društveno konstruiran fenomen koji je izveden iz ponovljenih interakcija s drugima. Drugi izvor kaže kako se identitet može definirati kao skup individualnih karakteristika prema kojima se osoba ili objekt prepoznaju. Gledajući na identitet iz te perspektive on upućuje na individualnost kao sredstvo preko kojega možemo razlikovati dvije osobe, dvije organizacije, a samim time i dvije turističke destinacije (Kesić, 2003).

Nakon što smo razmotrili širi teorijski okvir koji obuhvaća ovaj rad možemo pokušati primijeniti spomenute definicije identiteta na turističku destinaciju. Sama potreba da destinacije kreiraju svoj vlastiti identitet po kojima će biti prepoznate proizašla je iz rastuće jednakosti proizvoda i shodno tome, zamjenjivosti turističkih destinacija. Stvaranjem jedinstvenog identiteta destinacije se razlikuju od konkurencije (Morgan i Pritchard, 2002).

Identitet svake turističke destinacije polazi od njenog prostornog identiteta. Njega možemo promatrati kao resurs koji može utjecati na razvoj turizma u destinaciji, pogotovo u njegovoj ranoj razvojnoj fazi. Prostorni identitet možemo skalirati na njegove razine pa govorimo o nacionalnom, regionalnom i lokalnom identitetu. Za potrebe ovog rada bitan nam je lokalni identitet, no definicija za sve 3 razine je praktički jednaka. Jedino što se mijenja je prostorni opseg na koju se ona primjenjuje. Spomenute razine identiteta koje proizlaze iz prostornog identiteta su utemeljene u kolektivnoj svijesti o homogenosti prostora i jedinstvenosti, te različitosti u odnosu na susjedne tj. druge prostore. Ta percepcija je sačinjena od različitih elemenata, ali ponajprije od zajedničkog načina života koji spada u nematerijalne komponente prostornog identiteta. Pri tome se misli na podijeljenu egzistenciju koja izrasta iz međusobnih kontinuiranih kontakata ponavljanih kroz dugo vrijeme. Uz taj element, ostale komponente od kojih se prostorni identitet sastoji su zajednički prostor, njegova povijest i kultura, te materijalne komponente kao što su kulturni krajobraz i arhitektura. Još jedan aspekt kojeg možemo vezati uz prostorni identitet je sociokulturni identitet. Oni imaju uzajaman odnos jer su razine prostornog identiteta kao što je npr. lokalni, sastavnice sociokulturnog identiteta pojedinaca koji na tom prostoru žive. No, sociokulturni identitet je isto tako jedan od faktora koji oblikuje prostorni identitet. On podrazumijeva skup

međuovisnih prirodnih i društveno-geografskih obilježja nekog prostora na kojima se zasniva identifikacija (Marković i Fuerst-Bjeliš, 2015).

Iz prostornog identiteta možemo izvući što bi činilo jedinstveni identitet turističke ponude određene destinacije. U njega bi spadali atraktivni elementi (prirodni i društveni atrakcijski faktori), komunikacijski elementi (prometna infrastruktura) i receptivni elementi (smještajni kapaciteti) (Geić, 2016).

Nadogradnju na prostorni identitet destinacije možemo pronaći u njenom suživotu s turizmom i svim procesima koje on dovodi na određeni prostor. Turizam je pojava nezaobilaznog kulturnog kontakta koji pri tome nose neke dobre i neke loše stvari. Taj kontakt dvaju različitih identiteta; turističkog s jedne strane i lokalnog s druge, donosi brojne promjene u lokalnoj zajednici, ali i u turističkom shvaćanju destinacije. Domaći stanovnici i turisti imaju svijest o vlastitom identitetu, ali iz njihovih susreta potencijalno se stvaraju novi identiteti koji onda utječu na samu destinaciju u kojoj se ta razmjena događa (Jelinčić, 2006).

Identiteti turista i lokalne populacije su u turističkim procesima neodvojivi i promjene koje se događaju su međuovisne. Pokušajmo zato dokučiti što čini pojedinačne identitete tih dviju skupina ljudi. Univerzalni identitet turista ne postoji i kao takvog teško ga je definirati. On je promjenjiv i uvjetovan je turističkim procesom. Turiste čini turistima činjenica da se njihova iskustva za vrijeme odmora uvelike razlikuju od rutine koju imaju doma. To je u suštaj suprotnosti s lokalnim stanovništvom, na čiji prostor turisti dolaze, jer se upravo domaći ljudi nalaze u istoj toj rutini svakodnevnice u trenucima kad im u ljetnom periodu nadolazi masa turista. Oni u tom trenutku često moraju prilagoditi svoj identitet pa se ponašaju drugačije nego što bi se inače ponašali. Time stvaraju idealnu, često lažnu sliku o samoj destinaciji (Jelinčić, 2006).

Taj susret i razmjena može dovesti do pozitivnih stvari poput obnavljanja veze lokalnog stanovništva sa svojom tradicijom koju će potom nastojati valorizirati u turističkom smislu, ali isto tako može dovesti i do uvođenja i prihvaćanja novih znanja o drugim kulturama, što se u ovom slučaju odnosi na kulturu koju sa sobom donosi turist. Baština je dobar primjer kroz koju možemo promotriti kako turizam utječe na identitet destinacije. Ona predstavlja nešto što je statično, dok je turizam s druge strane dinamičan proces te kao takav utječe na nju. Idealna je već spomenuta situacija u kojoj turizam oživljava lokalnu tradiciju i baštinu koja već postoji od prije, no česti su primjeri u kojima se u svrhu promidžbe turističke

destinacije stvaraju nove tradicije ili se mijenja postojeća što s godinama ostavlja trag na identitetu tog mjesta (Jelinčić, 2006).

No, odnosi između lokalnog stanovništva turističke destinacije i turista koji u njoj borave ne donose uvijek pozitivne stvari. Turisti sa sobom donose nemir, nestašicu namirnica i gužvu, kako u prometu tako i u samom prostoru destinacije. Time izazivaju nelagodu i nezadovoljstvo kod lokalnog stanovništva. To se osjeća utoliko jače ukoliko je broj turista neproporcionalno velik lokalnoj populaciji. Lokalno stanovništvo se brani od toga na način da učvršćuje svoj identitet, a dehumanizira onaj turista jer ih smatraju zamjenjivima. Gostoljubivost se pretvara u servilnost, a česta je i pojava povećanih cijena proizvoda i usluga u ljetnim mjesecima jer se želi izvući maksimalna korist iz gostiju (Jelinčić, 2006).

Turizam također stvara potencijalne sukobe i tenzije između lokalnog stanovništva što svakako utječe na konačni identitet destinacije. Kao primjer mogu se spomenuti različiti ciljevi pojedinaca – onih koji su zaposleni u turističkim djelatnostima od onih koji se bave poljoprivredom. Potonji će se u destinacijama koje se žele afirmirati kao primarno turističke osjećati zapostavljeno, dok će oni koji rade u turizmu imati benefite. Još jedan primjer koji se odnosi na utjecaj turizma na lokalnu zajednicu je situacija u kojoj lokalne vlasti daju prioritet funkcijama i izgradnji infrastrukture namijenjene turistima (Jelinčić, 2006). Svjedoci smo nažalost mnogih primjera na našoj obali gdje betonizacija prostora koja se ogleda kroz izgradnju modernih hotela uništava tradicionalnu arhitekturu malih primorskih mjesta i time ujedno umanjuje vrijednost tradicije u identitetu destinacije.

Kao što smo mogli vidjeti, identitet destinacije stvara se kao zbroj nekoliko identiteta na nižim razinama, od kojih su najvažniji prostorni i sociokulturni identitet. Na potonji u mnogome utječe turizam i njegovi procesi. Identitet destinacije prema tome može biti postignut kreativnim, preventivnim ili destruktivnim naporima. Destruktivan u smislu uklanjanjem svega što vodi ka tom identitetu, preventivnim u smislu kontrole postojećeg, te kreativnim u smislu obogaćivanja plana njegove izgradnje (Saleh, 1998).

Na temelju tako definiranog destinacijskog identiteta gradi se njen imidž. On konstruira konkurentski identitet destinacije. To je ono što destinaciju čini jedinstvenom, po čemu je ljudi znaju. Po tom identitetu razlikujemo jednu turističku destinaciju od druge i predstavlja temelj brandiranja destinacije. Konkurentski identitet destinacije često se prikazuje kao heksagon sastavljen od 6 aspekata: turizma, ljudi, kulture, ulaganja, politike i branda. Preko njih, više slučajno, nego s ciljanom namjerom, turističke destinacije se predstavljaju svijetu.

Preko njih ostatak svijeta ih vidi i kreira svoje mišljenje o destinaciji. U ovom slučaju najviše nas zanima aspekt turizma i kulture. Turizam sudjeluje u kreiranju konkurentskog identiteta preko promocije, što najčešće ostavlja najjači dojam prema potencijalnim gostima. No, ne treba zanemariti niti iskustva i doživljaje koje turisti iskuse kada po prvi puta dođu u određenu destinaciju jer se pri tome kreira njihova individualna slika o nekoj destinaciji. Kultura se najviše odnosi na kulturnu razmjenu koja se događa pri susretima lokalnog stanovništva destinacije i turista (WTO i ETC, 2009).



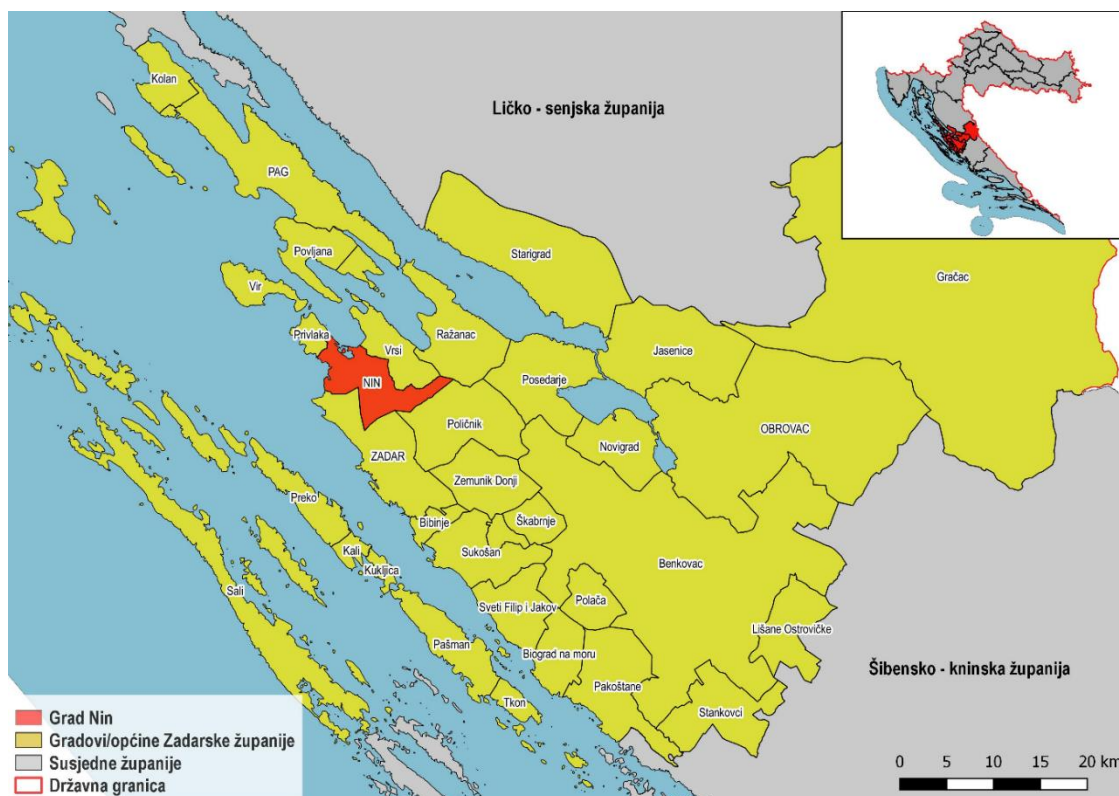
### 3. Prirodna i društveno geografska obilježja prostora

#### 3.1. Geografski smještaj i položaj

Prostorni obuhvat ovog rada je grad Nin. On je smješten u središnjem dijelu istočne obale Jadrana. Gledajući njegovu poziciju unutar Republike Hrvatske nalazi se u sjevernoj Dalmaciji, u Zadarskoj županiji, s pozicijom sjeverozapadno od glavnog središta županije, cestovno udaljen 14 kilometra od nje (Dejanović, 2009).

U Ninu možemo prepoznati nekoliko formiranih zona: povijesni otok, novi dio Nina, vikend naselje Ždrijac, Ninske Vodice i Bilotinjak. Teritoriju Grada Nina u administrativnom smislu uz istoimeno naselje pripadaju još: Zaton, Grbe, Ninski stanovi, Poljica Brig, i Žerava. U prirodno-geografskom smislu naselja Grada Nina možemo podijeliti na ona koja se nalaze na obali – Nin i Zaton, te ona u unutrašnjosti (Grbe, Ninski stanovi, Poljica Brig i Žerava) (Strategija razvoja Grada Nina 2016.-2020. ,2016).

Na slici 1. možemo vidjeti općine s kojima Grad Nin graniči. Na sjeverozapadu to je općina Privlaka.. Na sjeveroistoku Nin graniči s općinama Vrsi i Ražanac. Općina Poličnik nalazi se jugoistočno od Nina, a na samom jugu graniči s centrom županije – Zadrom.



Sl. 1. Geografski smještaj i položaj grada Nina

Izvor: izradio autor

Sam Nin smješten je usred plitke lagune nastale od ušća rijeke Miljašić koja utječe u more. Starogradska jezgra ima specifičan položaj jer se nalazi na otočiću u obliku srca promjera 500 metara i nadmorske visine do 4 metra. Iako nekoć poluotok, prokopavanjem kanala u 15. stoljeću središte je pretvoreno u otok. On je kopnom povezan preko 2 mosta jednostavnih naziva – Gornji i Donji most (Dejanović, 2009). Spomenuti otočić sa njegove sjeverne strane oplakuje Ninski zaljev, u kojem je između ostalog smještena ninska luka. S južne strane povijesne jezgre se prostire prigradsko naselje Klanice koja je sastavni dio Nina. Niska pješčana zona Ždrijaca nalazi se sjeveroistočno od otočića i na nju se nastavlja prostor solane (Magaš, 1995).

Njegovu okolicu bi na najjednostavniji mogući način mogli opisati da je na istoku okružen plodnim poljima, a na sjeveru planinskim pojasom Velebita. Obilježava ga plitka i pjeskovita obala, kanali, lagune i klifovi. Samim time, područje Nina ne prelazi nadmorsku visinu od 100 metara i predstavlja najniži dio Ravnih kotara. Zbog takve konfiguracije terena more potapa niže dolinske dijelove i stvara jedinstvene vizure. U gospodarskom smislu more je naravno najviše iskorišteno u turističke svrhe, ali na ovom prostoru ima i dodatnu funkciju zbog proizvodnje soli. S druge strane, čak 45% tla prostora Grada Nina je moguće iskoristiti u poljoprivredne svrhe. To otvara mogućnosti razvoja ruralnog turizma i gastroturizma jer se lokalno tržište može snabdijevati lokalnim proizvodima (Strategija dugoročnog turističkog razvoja grada Nina, 2013).

### **3.2. Stanovništvo**

Prema posljednjem popisu stanovništva iz 2011. godine u administrativnim granicama Grada Nina živi 2744 stanovnika od čega 1132 otpada na samo naselje Nin. No, zanimljivo je usporediti zadnja 2 popisa zbog administrativnog preustroja koji je Nin doživio u međupopisnom razdoblju. Prema popisu stanovništva iz 2001. godine u Gradu Ninu živjelo je 4603 stanovnika. Na prvu je primjetna velika razlika od gotovo 2000 stanovnika manjka te bi neupućeni zaključili da se dogodio nezapamćen prirodni pad stanovništva za tako malo mjesto. Stvarni uzrok smanjenja broja stanovnika leži u činjenici da se 2006. godine dogodio administrativni preustroj pri čemu su se naselja Vrsi i Poljica, koja su na popisu iz 2001. godine bila u sastavu Grada Nina, izdvojila iz njega i stvorile samostalnu općinu Vrsi. Ukoliko pogledamo brojke u tablici 1. možemo uvidjeti kako su ta 2 naselja zajedno činila natpolovičnu većinu u ukupnoj brojci stanovnika Grada Nina 2001. godine. Također, uz spomenutu promjenu u ustroju između 2 popisna razdoblja dogodila se još jedna. Radi se o činjenici da pri popisu stanovništva 2001. godine naselja Grbe, Poljica-Brig i Žerava nisu

bila izdvojena kao i 2011. već su stanovnici tih naselja bili popisani unutar naselja Nin (Grbe) i Poljica (Poljica-Brig i Žerava). Iz navedenih razloga direktna i potpuno točna usporedba prirodne promjene stanovništva Grada Nina nije moguća (Strategija razvoja Grada Nina 2016.-2020. ,2016).

No, iz postojećih brojki možemo izvoditi neke zaključke. Iako se uspoređujući broj stanovnika samog naselja Nin čini da se broj stanovnika u 10-godišnjem razdoblju smanjio, ispravno bi bilo zbrojiti broj stanovnika naselja Nin i Grbe iz 2011., te ga usporediti s brojem stanovnika naselja Nin iz 2001. godine. Pritom ćemo primijetiti kako je broj stanovnika porastao za oko 5%. Ukoliko uzmemo broj stanovnika današnje općine Vrsi iz popisa 2011. godine koji iznosi 2053 stanovnika, te ga izdvojimo iz ukupne brojke stanovnika Grada Nina 2001. možemo otprilike doći do zaključka kako se ukupan broj stanovnika Grada Nina također neznatno povećao u međupopisnom razdoblju.

Tab. 1. Broj stanovnika Grada Nina i pripadajućih naselja 2001. godine

Naselje	Ukupno stanovnika
Nin	1256
Ninski stanovi	358
Poljica	945
Vrsi	1508
Zaton	536
<b>Grad Nin</b>	<b>4603</b>

Izvor: Popis stanovništva prema spolu i starosti po naseljima 2001., DZS, 2003.

Tab. 2. Broj stanovnika Grada Nina i pripadajućih naselja 2011. godine

Naselje	Ukupno stanovnika
Nin	1132
Grbe	190
Ninski stanovi	358
Poljica-Brig	276
Zaton	580
Žerava	208
<b>Grad Nin</b>	<b>2744</b>

Izvor: Popis stanovništva prema spolu i starosti po naseljima 2011., DZS, 2013.

### **3.3. Prirodni faktori**

Prirodne atraktivne faktore određenog područja čini klima, reljef, flora i fauna koja obitava na tom prostoru, te hidrografski elementi. Zbog svog položaja grad Nin ima izuzetno povoljne i privlačne prirodne elemente koji se lako mogu turistički valorizirati, a detaljniji opis svake od navedenih elemenata možemo pronaći u tekstu koji slijedi.

#### **3.3.1. Geološka i geomorfološka obilježja prostora**

Područje grada Nina smješteno je u sjeverozapadnom dijelu Zadarske županije. Nalazi se na specifičnom području kojeg karakteriziraju plitka i pjeskovita obala, laguna, kanali i klifovi, te plodna zemlja Ravnih kotara. Tome pridonosi činjenica da je ovo najniži i najuravnjeniji dio Ravnih kotara stoga ne iznenađuje činjenica da apsolutne visine na tom području ne prelaze 100 metara. S obzirom na takav teren nije neobično da more potapa niže dolinske dijelove i stvara jedinstvene vizure (Strategija dugoročnog turističkog razvoja grada Nina, 2013).

Današnji reljef rezultat je složene geološke evolucije uvjetovane raznovrsnim i dugotrajnim procesima endogenih i egzogenih sila, ponajviše alpskom orogenezom. U plitkim morskim i jezerskim zavalama nastalim između izdignutih planinskih masiva jugoistočne Europe i istočne obale Jadrana nataložile su se naslage pješčenjaka, vapnenaca, lapora, glina i glinenaca koje su poznatije pod nazivom fliš. Uslijed pritiska snažnog tlaka bore su često nalegle jedna na drugu što je mjestimično uzrokovalo znatnija gibanja pojedinih dijelova kopna. Izdizanjem kopna, more se povuklo iz srednjeg i sjevernog dijela Jadrana. Kasnije dolazi do klimatskih promjena poznatih po razdobljima zahlađenja, zatopljenja i interglacijala, a morska razina je spuštena (Magaš, 1995).

U građi terena na području Grada Nina dominiraju sljedeće naslage:

- pijesci koji su akumulirani na SI dijelu područja Grada Nina u Ravnim kotarima,
- aluvij u donjem toku i ušću Miljašić jaruge,
- foraminiferski vapnenci od Zatona i od Miljašić jaruge,
- senonski dobro uslojeni vapnenac od Ninskih Stanova prema Bokanjačkom blatu.

Maritimno obilježje – labirint uvala, kanala, prolaza i tjesnaca od Virskog mora do Velebitskog kanala, nije omogućilo pomorsku orijentaciju područja Grada Nina. Međutim, sam Nin je odigrao veliku ulogu u hrvatskoj povijesti pa mu je iz toga razloga dodijeljen

status Grada koji obuhvaća i naselja koja mu administrativno pripadaju (Strategija razvoja Grada Nina 2016.-2020. ,2016).

### **3.3.2. Klimatološka obilježja prostora**

U Gradu Ninu, kao i u ostatku dalmatinskog priobalja, vlada sredozemna klima sa suhim i vrućim ljetima (Csa). Ljetne temperature prosječno iznose oko 25° C, dok je zimski prosjek 7° C. Srednja temperatura mora ljeti je 23° C što ga čini vrlo pogodnim za kupanje i ostale aktivnosti. Bitno obilježje klime je pravilan ritam izmjene godišnjih doba. Zbog toga nema dužih razdoblja neprekidno visokih ili niskih temperatura, te dugih perioda suša ili kiša.

U lokalnoj klimi prepoznata su neka karakteristična obilježja:

- lijepo i stabilno vrijeme ljeti i u ranu jesen
- suho i hladno, te burno vrijeme u hladnijoj polovici godine

U hladnijem razdoblju godine postoje dva tipa vremena koje karakterizira puhanje južnog vjetra:

- anticiklonalno jugo → vedro, toplo i manje vlažno vrijeme
- ciklonalno jugo → oblačno i vlažno vrijeme popraćeno jakim vjetrom i velikim valovima, te kišama i čestim grmljavinama

Opću cirkulaciju zraka obilježava znatna vjetrovitost. Dominira SZ preko SI do JI kvadranta. Veliki je utjecaj bure koja ostavlja značajne tragove na biljni pokrov, litološku podlogu, poljoprivredne aktivnosti, orijentaciju objekata i naselja te razmještaj naselja i lučica (Strategija razvoja Grada Nina 2016.-2020. ,2016).

Mikroklimatski, Nin ima svoju specifičnost u odnosu na obližnji Zadar jer postoji cjelogodišnje strujanje zraka s obližnjeg Velebita. Ljeti se svakodnevno javlja povjetarac maestral koji ublažava ljetne vrućine, a ima i svoje zdravstvene benefite jer ublažava respiratorne probleme. Također pridonosi i bržem isparavanju mora što je od velikog značaja za proces dobivanja soli u tamošnjim bazenima. Zimi je najčešći vjetar poznata dalmatinska bura koja čisti zrak koji je nakon nje svjež (Strategija dugoročnog turističkog razvoja grada Nina, 2013).

Ninski kraj prima znatne količine sunca na godišnjoj razini. Prosječan broj sunčanih sati godišnje iznosi oko 2450 sati. Što se tiče sušte suprotnosti, ovaj predio je nešto izloženiji

padalinama od Zadra. Godišnji hod ukazuje na minimum u ljetnim mjesecima, dok je maksimum padalina najčešći u kasnu jesen. Ukupna količina iznosi oko 1000 mm godišnje (Magaš, 1995).

### **3.3.3. Hidrogeografska obilježja prostora**

Jasno je kako u ovom dijelu Hrvatske pri spomenu voda prvo pomislimo na more koje dominira i u slučaju Grada Nina. Ono je na području Nina uglavnom plitko, a zbog duboko uvučenih uvala je i toplije 2 do 3 stupnja u usporedbi s otvorenim morem. Kombinacija plitkog i toplog mora i pješčanih plaža predstavljaju idealni spoj za obitelji s malom djecom (Strategija dugoročnog turističkog razvoja grada Nina, 2013).

Ta konfiguracija proizvela je i brojna prirodna močvarna staništa od kojih se prvenstveno ističe ono ninske solane koje je nastalo na umjetan način – pregradnjom mora s istočne strane starogradske jezgre (Strategija dugoročnog turističkog razvoja grada Nina, 2013).

Površinski vodotokovi su manje zastupljeni na ovom području. Najveći od njih je Miljašić jaruga dužine oko 25 km s brojnim slabim i povremenim pritocima. Obale te jaruge su kanalizirane i uređene tako da njen kanjon predstavlja svojevrsnu turističku atrakciju. Za istaknuti su još i 2 prirodna izvora uz obalu – Pećina i Kneginja, koji su ranije služili za opskrbu stanovnika grada pitkom vodom. Na prostoru Grba, naselja koje administrativno spada pod Grad Nin, postoji nekoliko jezera – bajera – koja se koriste za sportski ribolov. (Strategija dugoročnog turističkog razvoja grada Nina, 2013).

Ono što predstavlja bitan privlačan turistički faktor, i to u sklopu zdravstvenog turizma, a uvjetno spada pod vode ovog područja su ljekovite vode tj. ljekovita blata. Ljekovito peloidno blato s procijenjenim rezervama od 120 000 m<sup>3</sup> je najveće nalazište peloida u priobalnoj Hrvatskoj, a ono je poznato kako liječi reumatske bolesti, deformacije kralježnice, probleme lokomotornog sustava, žensku neplodnost i razna kožna oboljenja (Strategija dugoročnog turističkog razvoja grada Nina, 2013).

### **3.3.4. Biogeografska obilježja prostora**

Biljni pokrov karakterizira makija, šuma hrasta crnike, topliji areal hrasta medunca i bijelog graba u različitim stadijima degradacije. Od uzgajane vegetacije, tu je tradicija uzgoja povrća, voća i žitarica, no uslijed deagrarizacije, ova se tradicija napušta. U novije vrijeme sade se plantaže maslina, vinove loze (Strategija dugoročnog turističkog razvoja grada Nina, 2013).

Cjelovito područje Nina i okolice predstavlja jedinstveni krajobraz rijetkih biljnih i životinjskih vrsta. Na tom prostoru pronalazimo osam NATURA 2000 staništa, pet endemičnih, 4 kritično ugroženih, 1 ugrožena i 5 osjetljivih biljaka (URL 1).

U Ninskoj laguni formirala su se vrlo rijetka staništa. S jedne strane tu su niske muljevite i pjeskovite obale s močvarnim dijelovima na kojima obitava jedinstvena flora i fauna, a s druge strane tu su područja pješćanih dina s rijetkim biljkama. Struka je prepoznala ekološku vrijednost tih staništa stoga su biljne zajednice, vezane uz pjeskovite i muljevite obale, strogo zaštićene i uvrštene u nacionalnu ekološku mrežu kao važna staništa. Neke od spomenutih endemičnih vrsta su: močvarni luk, livadni procjepak, dalmatinska bijela svila, kožasti smudnjak, liburnijski karanfil, dok od kritično ugroženih možemo istaknuti glavičasti šilj, bodljikavu piriku, ravenski sladorovac i gomoljastu brulu. Možemo reći kako je ninska prirodna baština iznimna regionalna i nacionalna atrakcija (URL 1).

Ninsko područje fitogeografski pripada dvjema klima-zonalnih pojaseva hrvatskog dijela jadranske provincije sredozemne regije. Tu se susreću dvije zone ove provincije – brdska sredozemna i brdska polusredozemna, a u literaturi se posebno izdvaja i tzv. sredozemna planarna zona (Magaš, 1995).

Brdski sredozemni pojas (eumediteran) zastupljen je prostorima vazdazelenih makija hrasta crnike, dok je brdski polusredozemni pojas (submediteran) zastupljen arealom hrasta medunca i bjelograba uz druge termofilne polusredozemne zajednice. Sredozemne planarne zone primorskih nizina karakteriziraju vlažne poluzimzelene lonozame termofilnih hrastova s drugim higrotermofilnih fitocenoza sredozemnih krajeva (Magaš, 1995).

Močvarna staništa, u koja spadaju i solane kao njihov umjetni oblik, važna su za opstanak ugroženih i rijetkih vrsta. Neke od biljnih vrsta koje uspijevaju u takvom okruženju smo prethodno naveli, a što se tiče životinjskih vrsta tu se ističu ptice kojih tu obitava preko 250 vrsta. Od ptica močvarica najpoznatije su: autohtona vlastelica (koja je upisana u Crvenu knjigu ugroženih biljaka i životinja), morski kulik, mala bijela čaplja i vodomar. Zanimljive su i određene morske vrste koje su se prilagodile životu u jako slanoj vodi poput ribe obrvana i račića slaništara (URL 2). U prije spomenutim jezerima kod Grba obitavaju slatkovodne kornjače, a love se šaran divljak i pastrva. Što se tiče kopnenih životinja prevladavaju česte divlje životinje tzv. sitna divljač: fazan, zec, patka, trčka, prepelica, šljuka i ninska jarebica (Strategija dugoročnog turističkog razvoja grada Nina, 2013).

### **3.4. Društveni faktori**

Društvene atraktivne elemente turističke ponude čine atrakcije stvorene od strane čovjeka, bilo tijekom prošlosti ili sadašnjosti. Uz njih tu spadaju i različite vrste kulturnih, zabavnih, rekreativnih sadržaja. Grad Nin može se pohvaliti velikim brojem elemenata koje spadaju u ovu skupinu privlačnih faktora, ponajviše kulturno-povijesnim spomenicima i manifestacijama. Na tomu može zahvaliti svojoj bogatoj prošlosti i utjecaju koji su brojni narodi ostavili na ovim prostorima.

#### **3.4.1. Materijalna baština**

Crkva sv. Križa najvrjedniji je sačuvani spomenik starohrvatskog crkvenog graditeljstva i jedan je od ninskih, a i simbola zadarske županije jer se nalazi u njenom grbu i zastavi. Izgrađena je u razdoblju ranog kršćanstva, u 9. stoljeću, te je jedini sakralni objekt u Ninu koji je ostao netaknut od građenja do danas iako je kasnije u potpunosti restaurirana. U doba hrvatskih vladara imala je funkciju dvorske kapele kneževa dvora koji se nalazio u blizini. Dodatnu vrijednost dobija činjenicom da se u njenom okruženju nalaze ostaci rimskih zgrada iz 1. do 6. stoljeća koji govore o antičkoj naseljenosti tog područja (Strategija dugoročnog turističkog razvoja grada Nina, 2013). Tlocrt crkve ima oblik nepravilnog jednokrakog grčkog križa. Na crkvi dominira kupola nepravilnog elipsoidnog oblika. U unutrašnjosti crkve nalaze se dijelovi sačuvanih freski koje potječu iz 13. stoljeća (Dejanović, 2009). Popularno ju se naziva „najmanjom katedralom na svijetu, a zanimljivo je i kako zbog položaja njenih prozora i kuta padanja svjetlosti čini jedinstveni kalendar s obzirom da se iz toga unutar nje može odrediti točan datum početaka godišnjih doba (Strategija dugoročnog turističkog razvoja grada Nina, 2013).

Na pola puta između Nina i Zatona, na prehistorijskom tumulu na lokalitetu Prahulje, sagrađena je crkvice sv. Nikole. Ona je primjerak romaničke arhitekture iz 12. stoljeća i jedini je sačuvani primjerak tog tipa. Središnji tlocrt crkve je u obliku trolista s križno-rebrastim svodom. Na crkvu je naknadno, u 16./17. stoljeću za vrijeme ratova s Turcima, dograđena promatračnica kao obrambeno krunište s osam zubaca. Crkva je korištena u obredima krunidbe hrvatskih kraljeva. Naime, svaki okrunjeni vladar bi s pratnjom dojahao do crkve sv. Nikole i tu se predstavio narodu sa simboličnim ritualom - mačem bi s tog humka zasjekao na sve četiri strane svijeta (Dejanović, 2009).

U samom središtu Nina smjestila se crkva sv. Anselma (Asela). Izgrađena je u 6. stoljeću, no tijekom povijesti je više puta stradavala i bila obnavljana tako da je današnji izgled dobila



u 18. stoljeću. Predstavlja prvu hrvatsku katedralu (za vrijeme hrvatskih vladara), a sve do 19. stoljeća bila je katedrala Ninske biskupije. Katedralni sklop sastoji se od župne crkve, kapela sv. Marcele (tj. Gospe od Zečeva), zvonika i župne kuće. U staroj crkvenoj sakristiji izvorno se nalazila krstionica kneza Višeslava. U pobočnoj kapeli nalazi se Gospin kip koja se štuje za vrijeme svetkovine Gospe od Zečeva (Dejanović, 2009). U sklopu crkve nalazi se i riznica poznatija pod nazivom „Zlato i srebro grada Nina“. U njoj su izloženi predmeti zlatarskog umijeća stvaranih u rasponu od 8. do 14. stoljeća od kojih se ističu relikvijar (bursa) s lopaticom sv. Anselma i škrinjica nepoznatog sveca (Strategija dugoročnog turističkog razvoja grada Nina, 2013).

Od ostalih sakralnih građevina tu je još crkva sv. Ambroza iz 13. stoljeća. Jedan od najznačajnijih spomenika hrvatskog kršćanstva, Krstionica kneza Višeslava, također potječe iz Nina. Svjedoči o vremenu pokršćavanja Hrvata (datira iz 800. godine). Kopija se nalazi u Muzeju ninskih starina dok se original čuva u Muzeju hrvatskih arheoloških spomenika u Splitu (Strategija dugoročnog turističkog razvoja grada Nina, 2013).

U spomenutom Muzeju ninskih starina osim kopije Višeslavove krstionice čuvaju se i mnogobrojni drugi ostaci materijalne kulture iz prapovijesnoga, rimskog, starokršćanskog i starohrvatskog života Nina. Najvrjedniji nalazi su dva originalna starohrvatska broda iz 11. stoljeća poznatija pod imenom *Condura Croatica*. Ti brodovi su bili u upotrebi u vrijeme hrvatskih vladara Krešimira IV. i Zvonimira, a predstavljali su starohrvatsku ratnu mornaricu.

Uz taj muzej grad Nin se diči još jednim, malo specifičnijim muzejom. Riječ je u Muzeju soli koji djeluje u sklopu Solane Nin. U njemu se posjetitelji mogu upoznati s tradicionalnim načinom proizvodnje soli, učincima koje ona ima na zdravlje, te kušati znameniti „cvijet soli“ kojeg mnogi nazivaju i „kavijarom soli“. Vrlo je cijenjen i dokaz je ekološke i tradicionalne proizvodnje (URL 3).

S obzirom da područje Nina ima bogatu tradiciju naseljenosti koja seže još u antičko doba jasno je kako na ovom prostoru pronalazimo i neka arheološka nalazišta. Na cjelokupnom području povijesne jezgre Nina postoje ostaci iz prahistorije, antike i srednjeg vijeka. Ističu se ostaci monumentalnog rimskog hrama koji potječe iz druge polovice 1. stoljeća, a u ono vrijeme je bio jedan od najvećih na istočnoj obali Jadrana. Uz njega tu je i Villa Urbana – tip bogate rimske kuće (*domus*) iz prve polovice 2. stoljeća – u sklopu koje su pronađeni brojni podni mozaici. U naseljima koje administrativno spadaju pod grad Nin također pronalazimo

zanimljive ostatke iz prošlosti. Antička luka tadašnje Aenone nalazila se na području današnjeg Zatona. Arheološkim istraživanjima otkriveni su lukobrani i antički zidovi iz 1. st. pr. Kr., velike količine staklenih i keramičkih nalaza, a kao najznačajniji ističu se ostaci tri liburnska broda Serilie liburnice iz 1. stoljeća čije su replike izložene u Muzeju ninskih starina. Na području Grba i Ninskih stanova pronađeni su ostaci akvadukta (Strategija dugoročnog turističkog razvoja grada Nina, 2013).

Nezaobilazan spomenik u Ninu je onaj biskupa Grgura Ninskog koji predstavlja turističku atrakciju radi vjerovanja da će se onome tko mu dodirne palac ispuniti želja. Knez Branimir također ima svoj spomenik koji je otkriven 2007. godine u spomen na prvo priznanje hrvatske države. Valja spomenuti i spomen park Petru Zoraniću, autoru prvog hrvatskog romana Planine, koji je bio potomak stare ninske plemićke obitelji (Strategija dugoročnog turističkog razvoja grada Nina, 2013).

### **3.4.2. Nematerijalna baština**

Temelje koje mu je postavila bogata povijest ovog kraja Nin vrednuje kroz brojne manifestacije koje organiziraju grad i turistička zajednica. Važan aspekt tih događanja je upravo valorizacija njegove kulturne baštine.

Blagdan Gospe od Zečeva svetkovina je koja ima tradiciju dužu od 500 godina. Održava se svake godine i okuplja veliki broj hodočasnika koji obilježavaju godišnjicu ukazanja Gospe. Prema legendi i pisanim tragovima, te službenim priznanjima ondašnje Ninske biskupije, ona se 5. svibnja 1516. godine ukazala pastirci Jeleni Grubišić na otočiću Zečevu nakon što su Turci, koji su kao odmazdu za poraz kod Nina zapalili crkvu i samostan, bacili Gospin kip u more, a ona je „doplivala“ u Nin. Na mjestu srušene crkve tad je sagrađena nova crkvica do koje se danas hodočasti putem mora i kopna (jer za oseke otočić na kojem se nalazi postaje kopno). Na Gospinom otoku procesije se priređuju 3 puta u godini; pored samog blagdana koji se obilježava prvog ponedjeljka prije Blagdana Uzašašća tu su još sam datum ukazanja, 5. svibnja, te na Dan domovinske zahvalnosti 5. kolovoza (Dejanović, 2009). Od vjerskih svetkovina valja još spomenuti Dane zaštitnika grada sv. Marcele i sv. Anselma koji se obilježavaju krajem kolovoza.

Gastronomska manifestacija koja se održava od 2003., a zadnjih godina dobija sve veći značaj i pažnju medija je Ninska šokolijada. Šokol je autohtoni ninski suhomesnati specijalitet koji se pripravlja prema posebnoj recepturi koja se usmenom predajom prenosi generacijama Ninjana. Natjecanje svake godine u srpnju, na tzv. „Fešti od šokola“, okuplja

lokalne majstore koji se nadaju kako će baš njihov šokol biti proglašen najboljim, a od svega najviše koristi imaju brojni mještani i turisti koji uživaju u mirisima i okusima (URL 4). Zadatak manifestacije je kroz zabavno iskustvo stvoriti gastronomski doživljaj, a veliki značaj ima i u tome što daje podršku očuvanju izvornog proizvoda čija se tradicija uslijed razvoja turizma osamdesetih godina 20. stoljeća skoro ugasila. Ona je uvrštena u 100 najznačajnijih manifestacija Hrvatske, a za jedinstveni proizvod i očuvanje baštine kroz manifestaciju dobivene su 3 nacionalne nagrade (URL 5).

Festival Sunca i svjetlosti još je jedna jedinstvena manifestacija koja se već 10 godina održava na prvi dan ljeta. Ona se temelji na valorizaciji astronomskog i arhitektonskog značaja crkve sv. Križa. Sa svake strane crkve postoji ovalni otvor, a njezina izgradnja i pozicija u odnosu na položaj sunca tijekom čitave godine zavisna je o zimskom i ljetnom solsticiju, te jesenskoj i proljetnoj ravnodnevnicu pri čemu služi kao sunčani sat i kalendar (URL 6).

Od ostalih manifestacija koje se održavaju u Ninu treba izdvojiti Festival pijeska koji se već 5 godina zaredom održava na dvije najpoznatije ninske plaže – plaži Ždrijac i Kraljičinoj plaži (URL 7). U sklopu ninske solane posljednjih 8 godina održava se i festival soli na kojemu se posjetitelji mogu okušati u ručnoj berbi soli i pakiranju proizvoda (URL 8). Fenomenalan marketinški trik omogućio je Ninu da organizira manifestaciju pod nazivom „Romantična noć u najromantičnijoj destinaciji Europe – Nin“. Naime, prije nekoliko godina Nin je postao dobitnik službenog logotipa Najromantičnije destinacije Europe što su iskoristili na najbolji mogući način pa tako svake godine organiziraju noć pri kojoj je cijeli grad uređen u romantičnom ugođaju s ciljem privlačenja parova da provedu taj dan baš tu (URL 9). Kao krovna manifestacija, koja praktički obavlja sve nabrojane, tu je Ninsko kulturno ljeto kojeg karakteriziraju priredbe na otvorenom, ponajviše koncerti klapa i klasične glazbe, kazališne predstave i dr. koje priređuju lokalna kulturno-umjetnička društva iz Nina i Zatona (Strategija dugoročnog turističkog razvoja grada Nina, 2013).

### **3.5. Komunikativni čimbenici**

Dobra prometna povezanost određene destinacije od iznimne je važnosti kod modernih turističkih kretanja. Ona ujedno daje osnovu razvoja turizma to područja. Možemo reći kako je Nin dobro prometno poveza gledamo li širu sliku. Iako se zbog svog rubnog položaja na sjeveru županije ne nalazi na samim bitnim europskim i državnim pravcima koji prolaze Zadarskom županijom njegova relativna blizina omogućava turistima nesmetan dolazak u

destinaciju. Preko autoceste A1, koja je dio paneuropske transverzale Sjever-Jug, lako je dostupan glavnim emitivnim tržištima, a u neposrednoj blizini nalazi se i popularna Jadranska magistrala. Glede prometne povezanost na lokalnoj razini situacija može biti i bolja. Sa županijskim središtem Zadrom povezan je državnom cestom D306 koja spaja Vir i Zadar. Uz nju tu su još neke županijske ceste koje spajaju Nin s okolnim naseljima. Relativna blizina zračne luke Zemunik omogućava Ninu da bude odredište turista koji zračnim putem dolaze na prostor sjeverne Dalmacije. Pomorska povezanost nije na istoj razini kao cestovna. Ta vrsta prometa odvija se uglavnom za potrebe lokalnog stanovništva. Luke u Zatonu i Ninu otvorene su za javni promet lokalnog značaja (Strategija razvoja Grada Nina 2016.-2020. ,2016).

#### 4. Historijsko-geografski razvoj

S obzirom da su pronađeni dokazi koji sugeriraju da ljudi naseljavaju šire područje oko grada Nina još od prapovijesti jasno je kako njegovu povijest i razvoj možemo promatrati kroz mnogo razdoblja. Grad je zbog toga kroz povijest poznat po nekoliko imena. Liburni i Rimljani su ga nazivali Aenona, dok su Grci imali svoju izvedenicu Ainona. Nakon što je obnovljen od strane Enonija Torkvata preimenovan je u skraćeno Enona. Prema zanimljivoj priči koju je zapisao Petar Zoranić u „Planinama“ grad današnje ime duguje asirskom kralju Ninu koji je osnovao grad u Dalmaciji i donio odluku da se nazove po njemu (Maštrović i Novak, 1969).

Liburni su bili prvi narod koji je osnovao naselje na području današnjeg Nina, no ostatke civilizacija na ovom prostoru pronalazimo još puno prije njih. Najstarija sačuvana građa datira iz kamenih i metalnih doba. Kameni šiljak musterijanske kulture (100 000 – 35 000 g. pr. Kr.) je najstarije sačuvano oruđe iz doba paleolitika. Kamena oruđa i zemljano posuđe (5500 – 5000 g. pr. Kr.) su pronađeni iz doba neolitika dok prelaskom u metalna doba pronalazimo niz kamenih i zemljanih humaka s ostacima iz brončanog doba (2000 – 900 g. pr. Kr.). To su ponajviše bila oružja i oruđa, ulomci posuda, te nakit (URL 10).

Oko 9. stoljeća pr. Kr. ilirsko pleme Liburni osnivaju svoje naselje Aenona koje je bilo jedno od 14 liburnskih općina. Nin je bio značajno naselje koje se razvilo u jako pomorsko i trgovačko središte. Antička luka se nalazila na području današnjeg Zatona, konkretnije području današnjeg Zaton holiday resorta o čemu svjedoče brojni pronađeni ostaci. Osjetan je bio grčki utjecaj jer se najviše trgovalo s helenističkim svijetom (Dejanović, 2009).

Razvoj Liburna u 1. stoljeću pr. Kr. prekidaju Rimljani koji u to vrijeme osvajaju Dalmaciju. Uskoro Nin postaje rimski municipij što je bio okidač za urbanizaciju. Sagrađeni su forum s kapitolijem, hram, gradsko kupalište, te akvadukt. Brojni arheološki nalazi iz tog razdoblja govore o visoko razvijenom životu, te važnosti grada. Pronađeni su ostaci hrama, stambenih i gospodarskih zgrada, mozaici itd. Rimljani su izgradili i obrambeni zid na čijim su se ulazima nalazile kule. Stanovništvo je nastavilo trgovačku tradiciju koja je bila prisutna od doba Liburna, a novitet je bila proizvodnja soli (URL 11).

Svoje najznačajnije razdoblje Nin proživljava za vrijeme hrvatskih vladara. Dolaskom Hrvata na ovo područje on predstavlja prvo političko, kulturno, vjersko i administrativno središte države. Pošto su tadašnji vladari bili pod protektoratom Franaka, točnije Karolinga, oni igraju veliku ulogu u pokrštavanju tamošnjeg stanovništva pa iz tog razdoblja datiraju i

ninski zaštitnici – sv. Ambroz, sv. Anselmo i sv. Marcela. Spomenik koji je eminentni primjerak iz tog razdoblja je Višeslavova krstionica (oko 800. godine) (URL 11).

Nin postaje prijestolnica iz koje vladari upravljaju državom, te se očekivano, mnogo značajnih događaja može vezati uz grad. Knez Branimir je dolaskom na vlast okrenuo državu prema Rimu, a tu odanost je tadašnji Papa Ivan VIII. nagradio poslavši 879. godine pisma blagoslova u Nin što se prema tadašnjim običajima smatralo međunarodnim priznanjem, prvim za hrvatsku državu. Kako bi se što više povezali s crkvom u Ninu je u to vrijeme osnovana prva hrvatska biskupija. Nin je i dalje zadržao svoju važnost kao pomorski grad, a tu vrijednost je potvrdio Petar Krešimir IV. koji je 1069. godine izdao povelju „Mare nostrum“ u kojoj prvi put naziva Jadransko more našim morem (Dejanović, 2009).

Od 12. stoljeća na dalje počinju turbulentnija vremena za grad Nin. U tom periodu dolazi do gubitka državne samostalnosti kada Hrvatska pada pod mađarsku vlast. Nin u tom razdoblju ima status samostalne gradske komune što mu potvrđuje nekoliko tadašnjih hrvatsko-ugarskih kraljeva (Andrija II. i Bela IV.) (URL 11).

Ladislav Napuljski 1409. godine prodaje svoja prava na Dalmaciju Veneciji te se Nin nalazi u novom državnom ustroju. U njemu je grad djelomično zadržao autonomiju jer je knez biran iz redova mletačkih plemića. Iz vladavine Mlečana nad Ninom, koja je trajala do kraja 18. stoljeća, nažalost najviše se pamte ratna razaranja koja je grad pretrpio u više navrata. Uslijed sukoba između Turaka i Mlečana grad je 1570. zapaljen i opustošen. Nakon sklapanja mira ponovno je podignut i obnovljen da bi relativno ubrzo, već 1646. godine u novom naletu Turaka ponovno bio srušen i zapaljen. Iako je ponovno obnovljen može se reći kako su ga ova razaranja definitivno obilježila jer nakon njih nikad nije uspio povratiti stari sjaj i važnost (Maštrović i Novak, 1969).

Ninska biskupija je s vremenom gubila na svom značenju stoga je 1828. godine ukinuta i bila pripojena Zadarskoj biskupiji. Veliki udarac na žitelje grada zadala je nastala opasnost od malarije zbog čega se broj stanovnika na prijelazu iz 19. u 20. stoljeće osjetno smanjuje. Ipak, početkom 20. stoljeća vrši se asanacija rječice Jaruge na način da se njeno ušće kanalizira i premješta istočnije od grada čime je riješen najveći problem stanovanja u gradu i time su stvoreni preduvjeti za povratak stanovništva i ekonomsko jačanje grada (URL 11).

Za vrijeme druge Jugoslavije Nin po prvi puta gubi status grada, te postaje selo. Svoj status grada vraća 1997. godine kada odlukom Hrvatskog sabora, zbog iznimne povijesne važnosti, ponovno postaje grad (URL 11).

## 5. Stanje turizma u gradu Ninu

### 5.1. Razvoj turizma

Značajnija turistička ponuda u gradu Ninu razvila se relativno kasno u odnosu na ostatak županije. No, da bi došli do uzroka trebamo pogledati u prošlost i vidjeti kako je tekao razvoj turizma na ovom području.

Kako razvoj turizma u Hrvatskoj općenito, tako i razvoj turizma Nina možemo promatrati kroz nekoliko razdoblja. U razdoblju do 1. svjetskog rata (1850.-1914.) turizam se u Dalmaciji razvijao poprilično sporo, ponajviše zbog činjenice da su tim resorom upravljali austrijske nadvojvode i knezovi. Iako je već tada Nin imao privlačnu osnovu kojom je mogao privući ondašnje turiste pomaka po pitanju turizma nije bilo. Uzrok tome je slaba prometna povezanost s ostatkom Hrvatske. Neki važniji događaji koji su dali naslutiti turistička kretanja na ovaj prostor su se dogodili 1899. godine kad je na poticaj turističkog društva „Liburnije“ iz Zadra češka vlada iznijela prijedlog da se na području Nina pokrene razvoj zdravstvenog turizma na bogatim ležištima ljekovitog blata. S ciljem da se kulturno-povijesna baština Nina sačuva i izloži javnosti 1909. godine osniva se povijesna zbirka u crkvi sv. Križa. Nastavno na prijedlog češke vlade 1914. dolazi do ponovnog zanimanja za otvaranje lječilišta, ovaj put od strane Beča, no izbijanje rata otkazalo je tu ideju (Maštrović i Novak, 1969). U razdoblju između dva svjetska rata, uslijed političkih prevrtanja i stvaranja nove države turizam svakako nije bio u prvom planu.

Iz razgovora s lokalnim stanovništvom dobivena je slika kako je izgledala druga polovica 20. stoljeća u kojoj se turizam krenuo jače razvijati, praktički u onom opsegu kojem ga poznajemo i danas. Temelj za razvoj turizma bila je izgradnja ciglane i solane početkom '50-ih godina prošlog stoljeća. S njima počinje jači gospodarski razvoj što je sa sobom povuklo razvoj turističke i ugostiteljske ponude. Otvaraju se prvi restorani u Ninu – gostionica „Sokol“ i nedugo nakon nje i gostionica „Burela“ koja uz ugostiteljske usluge razvija svoju ponudu i počinje nuditi usluge smještaja. Krajem '50-ih i Zaton dobija svoje prve restorane – „Šargeto“ i „Antika“.

Sve do 1969. godine grad Nin nije bio cestovno povezan sa Zadrom što je uvelike utjecalo na turistička kretanja koja su samim time bila praktički onemogućena. Upravo te godine izgrađena je prva asfaltirana cesta koja je povezala ta dva grada. Taj događaj smatra se prekretnicom u razvoju turizma na području ninske rivijere. Te godine izgrađeni su i prvi objekti ambulantskog sadržaja za početak obavljanja liječenja ljekovitim blatom. Utvrđuje se

i obalni pojas povijesnog otočića čime njegova vizura dobiva kvalitetniji izgled i daje temelje kasnijem preuređenju tog dijela u šetnicu (Dejanović, 2009).

Događaj koji je katapultirao grad Nin u „novo doba“ bila je izgradnja turističkog naselja Zaton 1983. godine. On je sa sobom donio brojne nove smještajne kapacitete koji su se brzo popunjavali. Samim time direktno je utjecao na promjene koje su se događale u narednim godinama tog desetljeća jer je potaknuo izgradnju novih smještajnih kapaciteta u svim naseljima i bio zaslužan za proširenje dotadašnje turističke ponude. Rekord u broju dolazaka i noćenja padali su iz godine u godinu, no sav taj uzlet naglo je prekinuo rat početkom '90-ih godina.

Nakon rata uslijedilo je nekoliko godina postepene obnove Zaton holiday resorta jer su u njemu tijekom rata bili smješteni prognanici. Kako bi spremno ušli u neizvjesna razdoblja koje su nosile sa sobom godine nakon rata 1994. godine osniva se Turistička zajednica grada Nina. Dolazi do još jače izgradnje privatnih apartmana čime raste kvaliteta smještaja. Početkom 21. stoljeća, točnije 2002. godine osniva se i druga turistička zajednica na prostoru Grada Nina – TZ mjesta Zaton.

## **5.2. Smještajni kapaciteti**

Prema Državnom zavodu za statistiku Republike Hrvatske smještajni kapaciteti prikazuju se kroz broj soba i postelja. Na prostoru Grada Nina u 2019. godini zabilježene su ukupno 3993 sobe u kojima se nalazi 13935 postelja. Te kapacitete možemo podijeliti na 4 različite skupine smještajnih objekata: hoteli i sličan smještaj, odmarališta i slični objekti za kraći odmor, kampovi i prostori za kampiranje, te ostali smještaj (DZS, 2019).

U hotele i sličan smještaj ubrajaju se hoteli, aparthoteli, integralni hotel, difuzni hotel, lječilišne vrste, turističko naselje, pansion i guest house i dr. Odmarališta i slični objekti za kraći odmor obuhvaćaju sobe, apartmane, studio-apartmane, kuće i ruralne kuće za odmor, hostele, prenoćišta, lječilišta, gostionice s pružanjem usluge smještaja i dr. Kampovi i prostori za kampiranje definirani su kroz kampove, kampirališta, kamp-odmorišta, prostore za kampiranje izvan kampova, dok u ostali smještaj spadaju objekti za robinzonski turizam i nekategorizirani objekti (DZS, 2019).

Nositelj smještajnih kapaciteta u gradu Ninu zasigurno je Zaton holiday resort. Prostor tog turističkog naselja podijeljen je na apartmansko naselje, mobilne kuće, prostore za kampiranje i glamping šatore. Gosti na raspolaganju imaju gotovo 600 apartmana, od čega



je skoro 75% onih sa 4 zvjezdice, dok su ostali okarakterizirani sa 3 zvjezdice (URL 12). Uz njih tu je i 374 mobilnih kućica podijeljenih u 3 kategorije komfora, te 20 „Safari lodge“ glamping šatora (URL 13, URL 14). No, cijeli koncept Zaton holiday resorta od njegovih početaka populariziran je prvenstveno kroz kamping element zbog kojeg je dobio brojna priznanja kroz svoju povijest. Danas se tu nudi više od 1000 parcela površine od 80-120 m<sup>2</sup> u parceliranoj zoni, te još dodatnih 100 kamp mjesta u neparceliziranoj zoni (URL 15).

Uz turistički resort, na prostoru Zatona tu su još dva aparthotela (Lekavski i Zaton) i jedan kamp (Peroš) koji raspolažu sa manjim brojem smještajnih jedinica. Naselje Nin također raspolaže s nekoliko kampova – Ninska laguna, Dišpet, Nin i Nick, te jednim aparthotelom (Condura Croatica), a u obližnjem naselju Grbe nalazi se istoimeni autokamp. Naravno da uz spomenute javne objekte postoji veliki broj apartmanskog smještaja kod privatnih iznajmljivača, nešto od čega brojne obitelji ovog područja crpe glavninu prihoda u ljetnim mjesecima.

Prema ranije definiranim kategorijama smještaja i s opisanim trenutnim stanjem objekata na području Grada Nina možemo analizirati tablicu 3.

Tab. 3. Smještajni kapaciteti po vrstama objekata u gradu Ninu u 2019. godini

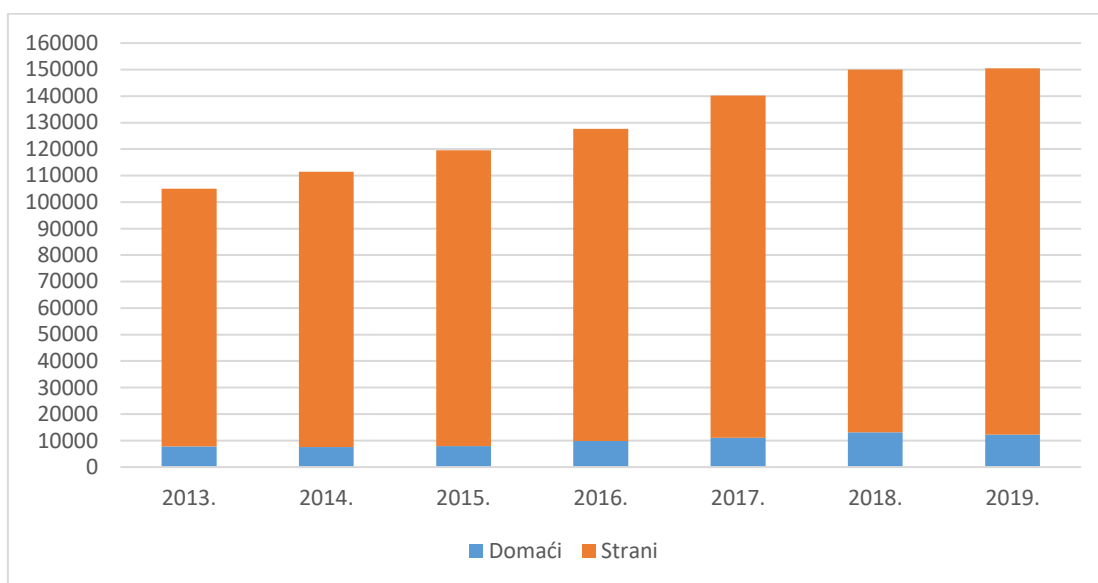
	Ukupno	Hoteli i sl. smještaj	Odmarališta i sl. objekti za kraći odmor	Kampovi i prostori za kampiranje	Ostali smještaj
Sobe	3993	639	1543	1811	/
Postelje	13935	2699	5803	5433	/

Izvor Smještajni kapaciteti po vrstama objekata u naseljima primorskih gradova i općina, baze podataka, DZS, 2020.

Iz nje je vidljivo kako Nin nije karakteristično obalno mjesto s obzirom na veliki broj soba i postelja koji spadaju u skupinu kampova. Po tome je on uostalom i poznat na nacionalnoj razini, a većina tog kapaciteta otpada na one u Zaton holiday resortu. No, ne spadaju svi kapaciteti spomenutog turističkog naselja u treću skupinu smještaja. Dio otpada i na skupinu hotela i sličnog smještaja s obzirom da turistička naselja spadaju u ovu skupinu. Uz te kapacitete, prvoj skupini se pribrojava smještaj u aparthotelima. U skupini odmarališta glavnu riječ vode privatni apartmani koji se u Ninu nalaze na praktički svakom koraku.

### 5.3. Turistički promet

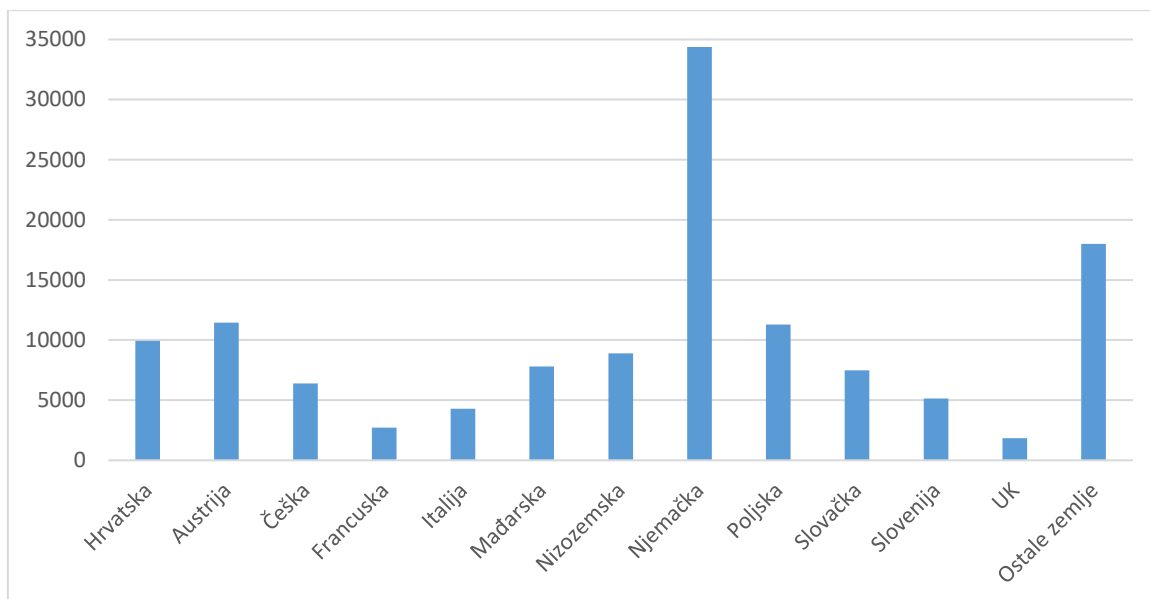
Podaci prikupljeni sa službenih stranica Državnog zavoda za statistiku dat će nam uvid u turistička kretanja na području grada Nina. Broj dolazaka koji su domaći i strani turisti ostvarili u periodu od 2013. do 2019. prikazan je na sl. 2. Na prvu primjećujemo ogromnu dominaciju koju strani turisti imaju naspram domaćih turista što je i bilo za očekivati. U prosjeku, oko 12 puta više dolazaka bilježe strani posjetitelji. Nadalje, porast u broju dolazaka vidljiv je iz godine u godinu, kako domaćih tako i stranih turista. Jedina stagnacija nastupila je u zadnje dvije prikazane godine gdje je porast toliko malen da je primjetan samo ukoliko se pogledaju čiste brojke.



Sl. 2. Ukupni broj turističkih dolazaka u gradu Ninu u periodu od 2013.-2019.

Izvor: Turizam u primorskim gradovima i općinama u 2013.-2018., DZS, 2014.-2019., Dolasci i noćenja turista u 2019., DZS, 2020.

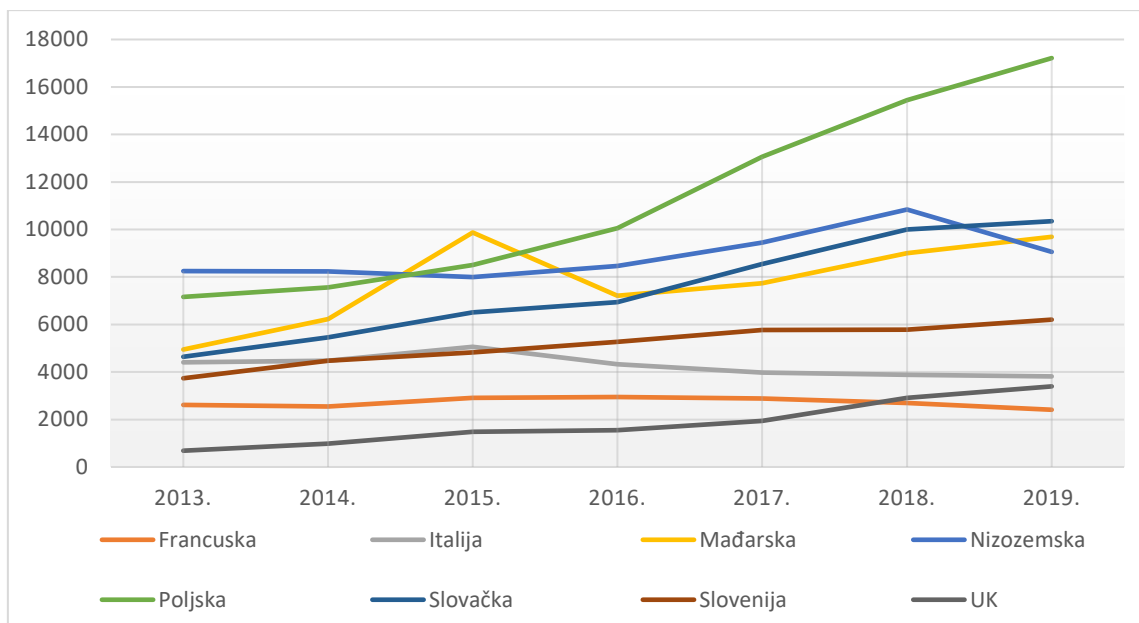
Ukoliko obratimo pozornost na strukturu gostiju prema državi iz koje dolaze (sl. 3.) brzo ćemo uvidjeti kako su Nijemci uvjerljivo na čelnoj poziciji, daleko ispred Austrije koja se nalazi na drugom mjestu (ukoliko zanemarimo zbroj dolazaka gostiju iz navedenih država). Gosti iz Poljske prema ovome zauzimaju treću poziciju, a top 5 zatvaraju domaći gosti i Nizozemci.



Sl. 3. Prosječni broj dolazaka turista u Nin po državi u razdoblju od 2013.-2019.

Izvor: Turizam u primorskim gradovima i općinama u 2013.-2018., DZS, 2014.-2019., Dolasci i noćenja stranih turista u naseljima primorskih gradova i općina prema zemlji prebivališta, baze podataka, DZS, 2020.

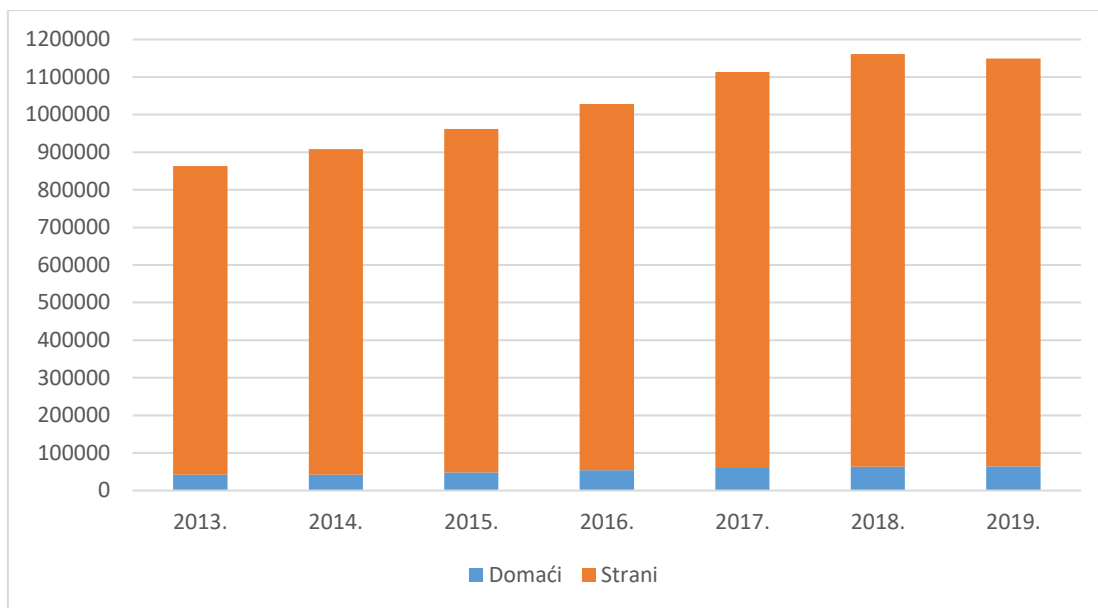
No, zanimljivo je promotriti neke trendove u broju dolazaka što možemo učiniti na slici 4. Prikazani graf nas tjera na zaključak kako je broj turista iz država srednje Europe u snažnom porastu. Dovoljno je vidjeti veliki broj novih gostiju iz Poljske koja je u promatranom razdoblju došla na sveukupno treće mjesto po broju dolazaka što smo mogli vidjeti na prethodnom grafu. S druge strane, broj gostiju iz zapadne Europe, izuzev onih iz Ujedinjenog kraljevstva, je u padu. To se najbolje ogleda kroz usporedbi broja gostiju iz Nizozemske, koja je 2013. bila na prvom mjestu od prikazanih država, da bi je u idućih 6 godina pretekle i Poljska i Slovačka i Mađarska. Također, broj gostiju iz Francuske i poglavito Italije je padu. Iz grafa se vidi kako su primjerice naši susjedi Slovenci debelo preteгли goste iz Italije. Ali, ono što je još frapantnije je da su turisti koji dolaze iz Ujedinjenog kraljevstva već pretekli Francuze, a nadomak su i prestizanja Talijana. To je nekoć bilo teško za pomisliti, no pojava jeftinih letova iz Engleske na zadarski aerodrom sigurno je doprinio snažnom porastu turista iz te zemlje i na prostoru Nina.



Sl. 4. Trend dolazaka turista iz određenih država u grad Nin u razdoblju od 2013.-2019.

Izvor: Turizam u primorskim gradovima i općinama u 2013.-2018., DZS, 2014.-2019., Dolasci i noćenja stranih turista u naseljima primorskih gradova i općina prema zemlji prebivališta, baza podataka, DZS, 2020.

Graf na slici 5. prikazuje nam broj noćenja zabilježenih u destinaciji u istom period od 2013. do 2019. Slučaj iz grafa koji je prikazao dolaske preslikao se na ovaj graf. Opet uočavamo dominaciju stranih turista koji su zadanom periodu u prosjeku ostvarili 18 puta više noćenja nego domaći. Porast se konstantno bilježio sve do 2018. nakon koje je primjetan mali pad u ukupnom broju noćenja. U periodu konstantnog rasta vidimo da je 2016. bila prva godina u kojoj je Nin ostvario svoje 1 000 000 noćenje.



Sl. 5. Ukupni broj turističkih noćenja u gradu Ninu u periodu od 2013.-2019.

Izvor: Turizam u primorskim gradovima i općinama u 2013.-2018., DZS, 2014.-2019., Dolasci i noćenja turista u 2019., DZS, 2020.

Nakon što imamo prikupljene podatke o broju dolazaka i noćenja nije nam problem izračunati koliko noćenja po dolasku u prosjeku ostvaraju turisti na području grada Nina. Uočljiva je razlika između noćenja po dolasku koji ostvaraju domaći gosti, od stranih. Domaći turisti su u zadanom periodu boravili u prosjeku pet i pol dana po dolasku, dok je ta brojka za strane turiste veća – nešto više od osam dana po dolasku. No, zbog velike nadmoći stranih turista koji dolaze na svoj odmor u Nin ta brojka je promatrajući ukupno i dalje na 8 noćenja po dolasku. Iako, valja napomenuti kako su te brojke u opadanju iz godine u godinu.

## **6. Analiza rezultata anketnog istraživanja**

### **6.1. Rezultati anketiranja turista**

Empirijsko istraživanje nad turistima na području Grada Nina provedeno je metodom anketiranja. Razdoblje u kojemu su ankete prikupljene je period od 29. srpnja do 10. kolovoza 2019. godine. One su bile izrađene na dva jezika; hrvatskom – za potrebe domaćih turista i turista iz regije koji imaju generalno razumijevanje, te na engleskom jeziku za strane turiste radi njegove rasprostranjenosti. Ankete su bile sprovedene u primorskim naseljima Grada Nina (Zaton i Nin) koji su izabrani radi puno veće frekvencije turista u odnosu na ostala naselja. Zbog istog razloga, punktovi na kojima su ankete bile podijeljene turistima su uži centar naselja Nin, te plaže naselja Zaton.

Anketni upitnik sastojao se 13 pitanja koja možemo podijeliti u tri dijela. U prvom dijelu, kroz tri pitanja zatvorenog tipa i jedno pitanje otvorenog tipa ispitane su socio-demografske karakteristike turista: spol, dob, razina obrazovanja, te država iz koje dolaze. U sljedećem setu od 8 pitanja zatvorenog tipa ispitani su neki pokazatelji vezani uz sam boravak u Gradu Ninu (smještaj, dužina boravka, prosječni utrošak novca po danu...) kao i neke bihevioralne karakteristike (motiv dolaska). Zadnjim pitanjem ispitano je zadovoljstvo turista određenim elementima ponude Nina. U tom pitanju korištena je Likertova ljestvica kroz koju su turisti ocjenama od 1, koja predstavlja izrazito nezadovoljstvo, do 5, koja označava izrazito zadovoljstvo ocjenjivali ponuđene atribute.

Ukupno je prikupljeno 105 validnih anketnih upitnika. Od tih 105, većina (80) je prikupljena na području naselja Nin, dok je ostatak anketiranih turista anketu ispunilo u naselju Zaton.

Kao što je ranije navedeno, socio-demografski profil ispitanika sagledan je kroz varijable spola, njihove dobi, razine obrazovanja i države stalnog prebivališta. Prema spolu ispitan je približno jednak broj muškaraca (54,3 %) i žena (45,7 %). Promatrajući starosnu strukturu turista koji su sudjelovali u ovom empirijskom istraživanju najviše je onih koji spadaju u dobnu skupinu od 46 do 55 godina (29,5 %), no vrlo blizu tog rezultata je skupina ispitanika između 36 i 45 godina (24,8 %). Nakon te dvije dobne skupine po brojnosti slijedi ona od 18 do 25 godina (19 %), te na začelju sa po 13,3 % turisti u dobi od 26-35 godina, te onih preko 56 godina. Većina ispitanika je visokoobrazovano. Postotak onih sa završenom višom školom, fakultetom ili doktoratom je ukupno 62,8 %. Od toga, velika većina (41,9 %) ima završenu višu školu, dok 19 % njih ima visoku stručnu spremu. Udio onih s doktoratom je zanemariv. Ukoliko gledamo samo razine stručne spreme zasebno na drugom mjestu po

tome bili bi oni sa završenom srednjom školom pošto čine 36,2 % ispitanika. Broj anketiranih turista sa završenom osnovnom školom je, kao i broj onih sa završenim doktoratom, zanemariv.

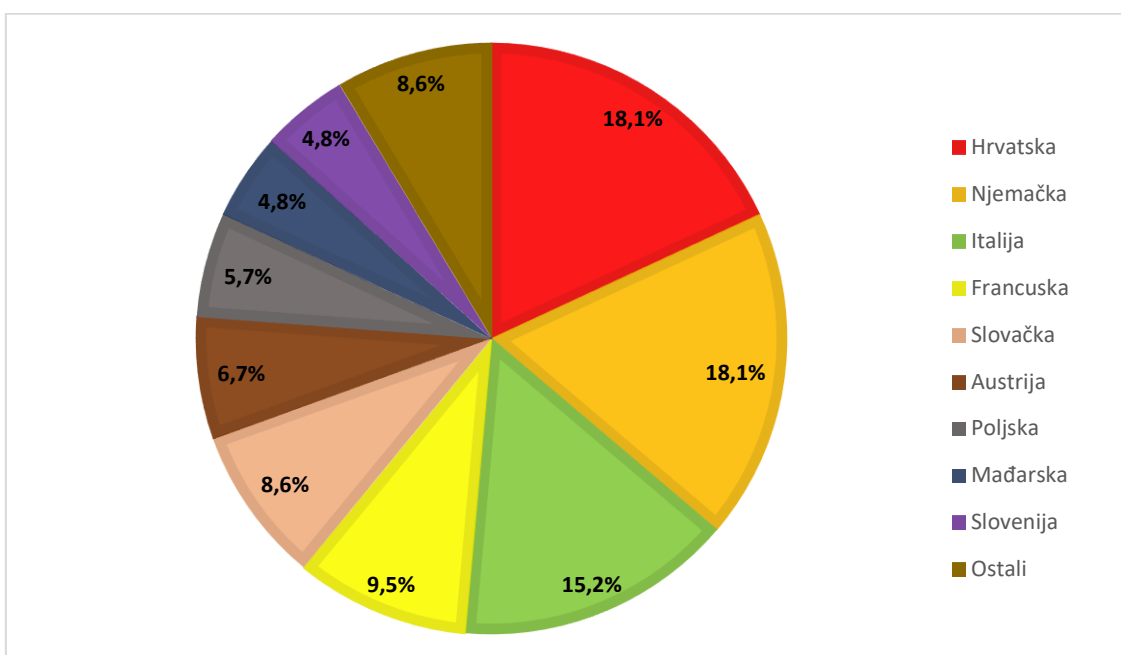
Tab. 4. Spol, dobna skupina i razina obrazovanja anketiranih turista

OPIS VARIJABLI	BROJ ISPITANIKA	
	Apsolutna vrijednost	Relativna vrijednost (%)
<b>SPOL</b>		
Muški	57	54,3%
Ženski	48	45,7%
<b>DOBNA SKUPINA (godine)</b>		
18-25	20	19,0%
26-35	14	13,3%
36-45	26	24,8%
46-55	31	29,5%
56-65	11	10,5%
66+	3	2,9%
<b>RAZINA OBRAZOVANJA</b>		
OŠ	1	1,0%
SŠ	38	36,2%
VŠS	44	41,9%
VSS	20	19,0%
DR	2	1,9%

Tortni grafikon (sl. 6) daje prikaz država iz kojih dolaze anketirani turisti u relativnim postocima. Najviše anketiranih, po 19 u apsolutnim brojkama, je domaćih turista i Nijemaca. Sa 16 anketiranih na trećem mjestu su ispitanici iz Italije, a dvoznamenkasti broj ispitanika dolazi još samo iz Francuske. Sa devet anketiranih slijede turisti iz Slovačke, a redom s po 1% manje slijede ostale države srednje Europe - Austrija, Poljska, Mađarska i Slovenija. Stanovnici država iz koje je bilo dvoje ili manje ispitanih zbrojeni su u skupinu ostali. Većina

njih dolazi iz država zapadne Europe (Ujedinjeno kraljevstvo, Irska, Belgija, Danska, Nizozemska...).

Vidimo kako se rezultati ankete ne podudaraju previše s udjelom dolaska prema državi koje bilježi službena statistika DZS-a, no ipak se radi o prigodnom uzorku. Istovjetno s podacima preuzetih od strane DZS-a je činjenica da je većina ispitanika iz Hrvatske i Njemačke, a ono u čemu se anketa najviše ne podudara je veliki udio gostiju iz Italije i Francuske što u slučaju naših morskih susjeda možemo objasniti činjenicom da je ispitivanje provedeno tijekom kolovoza kad je na snazi popularni „Ferragosto“ – razdoblje masovnih godišnjih odmora u Italiji.

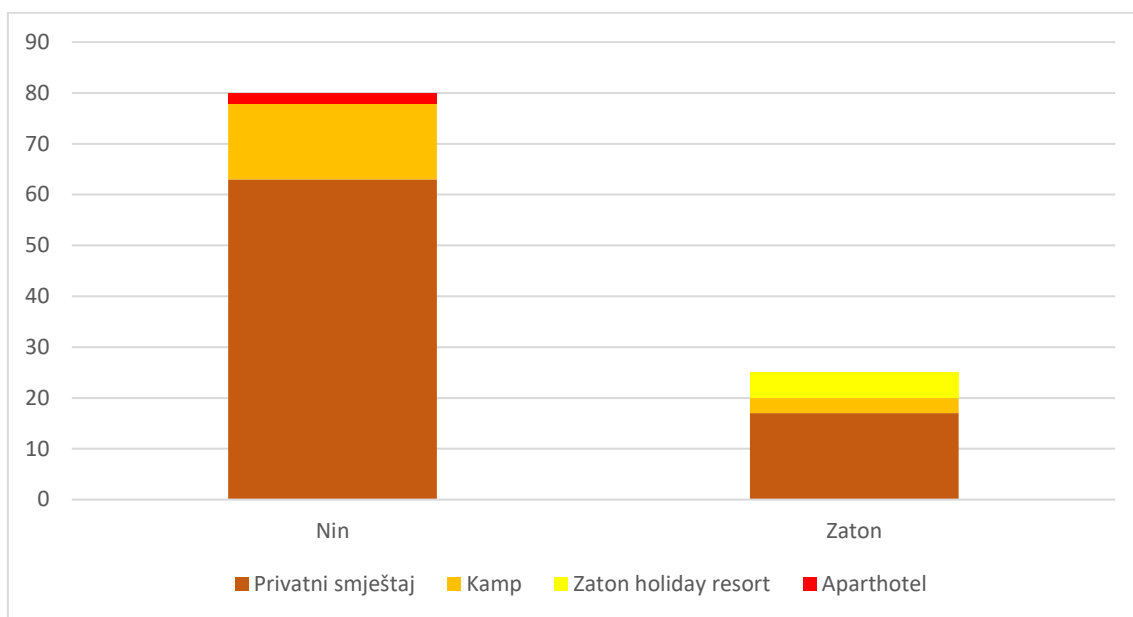


Sl. 6. Prikaz ispitanika prema državi iz koje dolaze

Sljedeća pitanja u anketnom upitniku postavljena su s ciljem doznavanja nekih pokazatelja vezanih uz sam boravak turista u Gradu Ninu. Prvo od tih pitanja za zadatak je imalo ispitati gdje i u kakvom objektu su smješteni. Kako je anketa provedena u naseljima Nin i Zaton prvi dio pitanja služio je kao filter prema kojemu se vidi koliki postotak od anketiranih je odsjeo u Ninu, a koji u Zatonu. Nakon toga ispitanici su trebali označiti u kakvom objektu od postojećih na području Grada Nina su se smjestili. Od ukupno 105 anketiranih osoba njih 80 odsjeli su u Ninu, dok je preostalih 25 odsjelo u Zatonu. Što se tiče smještajnih objekata, prevlast onih koji su odsjeli u privatnim apartmanima jasna je na prvi pogled s obzirom da je tri četvrtine ispitanika označilo da je smješteno u takvom tipu objekta. Slijede oni koji su smješteni u nekim od brojnih kampova na prostoru Grada Nina sa 17,1 %. Samo šest turista



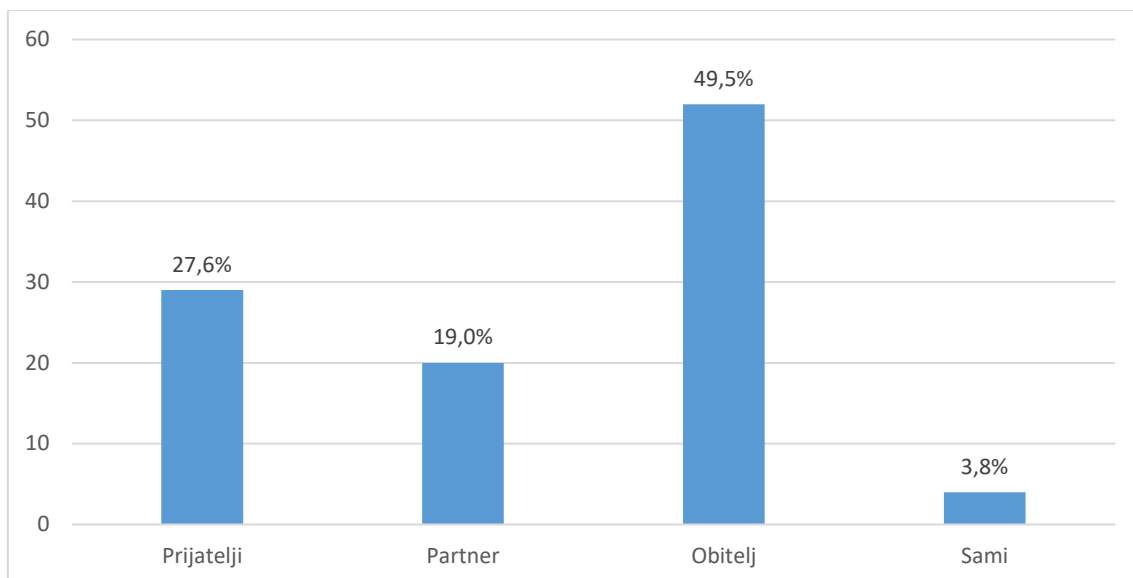
nad kojima je provedena anketa smješteni su u Zaton holiday resortu. Taj podatak možemo objasniti činjenicom da ankete nisu podijeljene unutar samog resort kompleksa, već na svim ostalim plažama naselja Zaton. Turisti koji su smješteni unutar holiday resorta imaju dovoljno aktivnosti na izbor unutar samog kompleksa stoga rijetko izlaze iz njega, pogotovo radi kupanja. Neznatan broj turista, samo dvoje, smješteno je u aparthotelima što je i očekivano s obzirom na brojnost smještajnih jedinica unutar njih u odnosu na ostale objekte.



Sl. 7. Vrsta smještaja anketiranih turista prema naselju i objektu

Na slici 8. u vidu grafikona prikazano je s kime su anketirani turisti došli na odmor. Praktički polovica njih došla je na odmor s obitelji. Nešto više od četvrtine od ukupnog broja ispitanih došlo je u pratnji prijatelja, dok je skoro petina njih došla u pratnji partnera. Samo 3,81 % ispitanih došli su sami na ljetovanje u Nin.

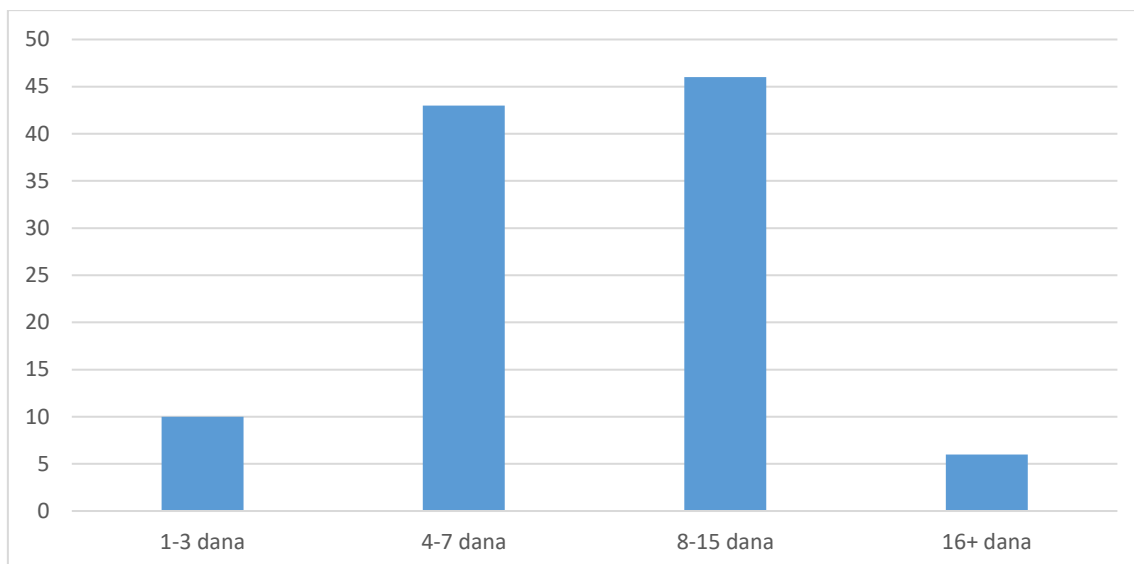
Iz kombinacije ovog pokazatelja gdje vidimo kako je polovina anketiranih došlo u pratnji obitelji, te činjenice da 54,3 % ispitanika ima između 36 i 55 godina možemo izvesti zaključak kako je grada Nin prepoznat kao idealna destinacija za roditelje koji sa svojom, vrlo često maloljetnom, djecom dolaze na ljetni odmor.



Sl. 8. Tip društva s kojim su ispitanici došli na odmor u grad Nin

U sljedećem pitanju istraženo je koliko se anketirani turisti zadržavaju u Gradu Ninu. Najviše njih označilo je da borave u Ninu na odmoru između 8 i 15 dana (43,8 %), no u stopu ih prate oni koji su smješteni na ovom području 4 do 7 dana (40,9 %). Samo 9,5 % ispitanika zadržalo se u Gradu Ninu između 1 i 3 dana, dok je onih koji su si osigurali dugotrajni odmor u Ninu najmanje – 5,7 %.

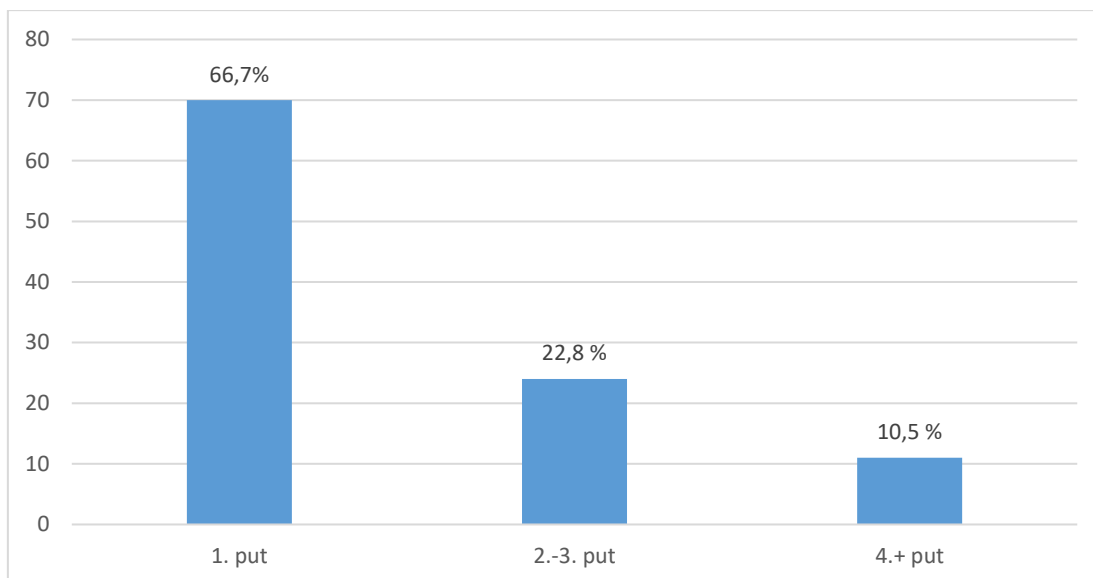
Iz ovih podataka možemo zaključiti kako je Nin prepoznat kao destinacija za dugotrajniji odmor. Turisti praktički provedu cijeli svoj godišnji odmor smješteni u njemu. To možemo usporediti sa Zadrom koji je ipak poznatiji kao vikend-destinacija za kraći odmor. Sigurno da tome doprinosi blizina ostalih atraktivnih destinacija i lokaliteta u neposrednoj blizini Nina, prije svega Zadra kao nositelja turizma u sjevernoj Dalmaciji, ali i brojnih nacionalnih i parkova prirode do kojih se može brzo stići i obaviti jednodnevni izlet (NP Plitvička jezera, NP Paklenica, NP Krka, NP Kornati, PP Velebit, PP Telašćica). Uz to, već smo zaključili kako je Nin pogodna destinacija za obitelji s (malom) djecom, a takav tip turista većinu vremena provodi na plažama.



Sl. 9. Prikaz dužine boravka anketiranih turista u gradu Ninu

Uz dužinu boravka u destinaciji ispitano je i po koji put su ispitanici došli na odmor u Nin. Tim pokazateljem htjelo se provjeriti da li Nin uspijeva zadržati turiste i vraćaju li se oni, zadovoljni viđenim i doživljenim, ponovno na odmor na isto mjesto. Dvije trećine anketiranih su po prvi put posjetili Nin. Nešto više od petine od ukupnog broja turista po drugi ili treći put boravi u Ninu, a desetina njih se vratila na odmor u Nin po najmanje četvrti put.

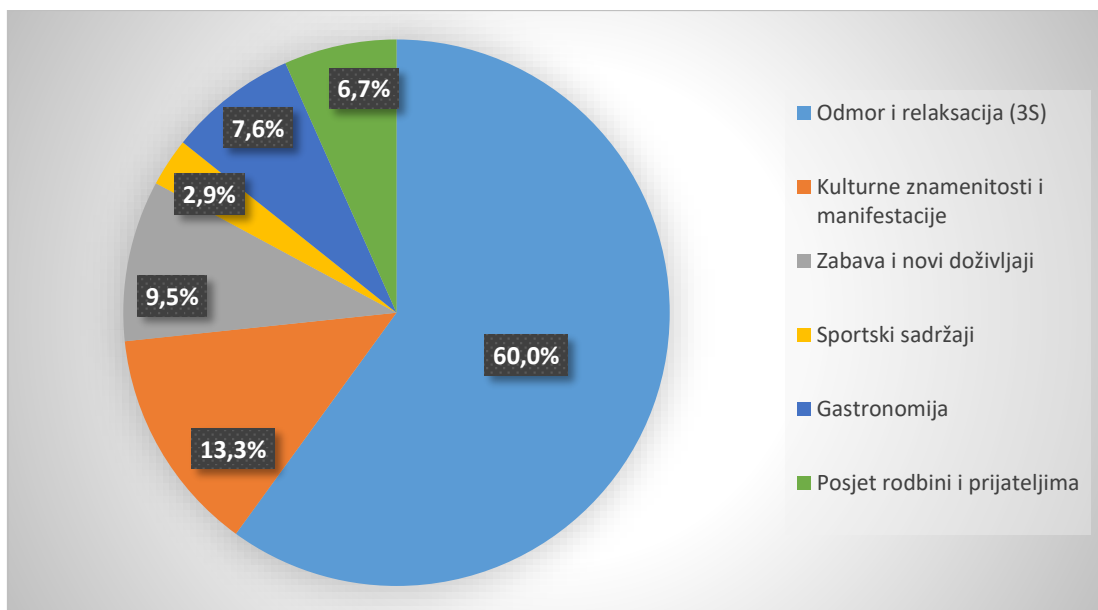
Ukoliko promotrimo podatke iz prikazanog grafa (sl. 10.) i zbrojimo apsolutne brojke onih koji su se vratili vidimo kako se trećina anketiranih odlučila ponovno doći na odmor u Nin što može buditi nadu da će se dobar dio od većine anketiranih, koja je po prvi put došla u Nin, također odlučiti ponovno provesti svoj odmor tu. Ipak, valja napomenuti kako je područje Grada Nina poznato po velikom broju iseljenika koji žive u dijaspori (pretežito anglosaksonske države – SAD, Kanada i Australija), a velika većina njih svako ljeto provode u svom rodnom kraju. Kad znamo taj podatak možemo zaključiti kako je vrlo vjerojatno da je postotak onih koji su se vratili na odmor po treći ili četvrti put još veći.



Sl. 10. Učestalost dolazaka anketiranih turista u grad Nin

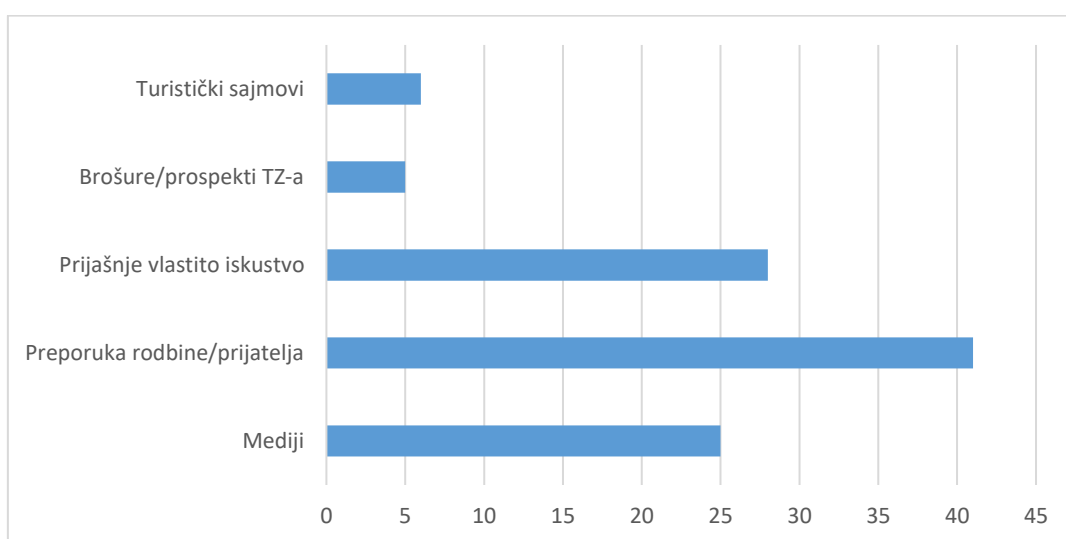
Rezultati anketnog pitanja u kojemu su turisti morali odgovoriti koji im je bio glavni motiv dolaska u destinaciju su prošli prema očekivanjima. Uvjerljivo na prvom mjestu je odmor i relaksacija. S obzirom na kontekst ovdje se radi o privlačnosti tzv. 3S koncepta – sun, sea, sand. Na drugom mjestu, također očekivano, su kulturne znamenitosti i manifestacije. Zabava i novi doživljaji su motivi koji su se smjestili iza dva vodeća po broju glasova. Iduća 2 najčešće označena motiva su gastronomija i posjet rodbini i prijateljima, a na začelju kao motiv dolaska nalaze se sportski sadržaji. Jedina opcija koja nije dobila niti jedan glas su poslovni razlozi kao motiv dolaska.

Kao što je napomenuto, možemo reći kako je ovaj pokazatelj prošao prema očekivanjima – Nin je prvenstveno prepoznat od strane turista kao idealno mjesto za odmor u vrućim ljetnim mjesecima zbog kupališnog turizma, a uz to ima kulturnu komponentu zbog svoje bogate povijesti koja je idealno kompatibilna s primarnim razlogom dolaska turista. Vidimo kako je gastronomija, na čijoj se ponudi marljivo radi iz godine u godinu, također prepoznata od strane nekih turista koji su je istakli kao bitan razlog njihovog odabira da dođu u grad Nin. Također, kao što je spomenuto u analizi prethodnog pitanja, posjet rodbini i prijateljima je isto validan motiv dolaska, no on se pokazao kao glavni motiv za nekolicinu anketiranih turista.



Sl. 11. Glavni motiv dolaska anketiranih turista u grad Nin

Iz slike 12. možemo iščitati preko kojeg izvora su anketirani turisti čuli za destinaciju u koju su se naposljetku odlučili doći. Najviše njih je zbog preporuke obitelji ili prijatelja odlučilo posjetiti Nin (39,0 %). Prijašnje vlastito iskustvo je također odigralo bitnu ulogu da se nekolicina ispitanika ponovno vrati provesti svoj odmor tu (26,7 %), a na tragu tog rezultata je i postotak onih koji su preko medija čuli za Nin i izabrali ga kao svoju destinaciju za ljetni odmor (23,8 %). Praktički jednak broj, ali mali, se upoznao s Ninom preko turističkih sajmova (5,7 %) i brošura turističkih zajednica (4,8 %).



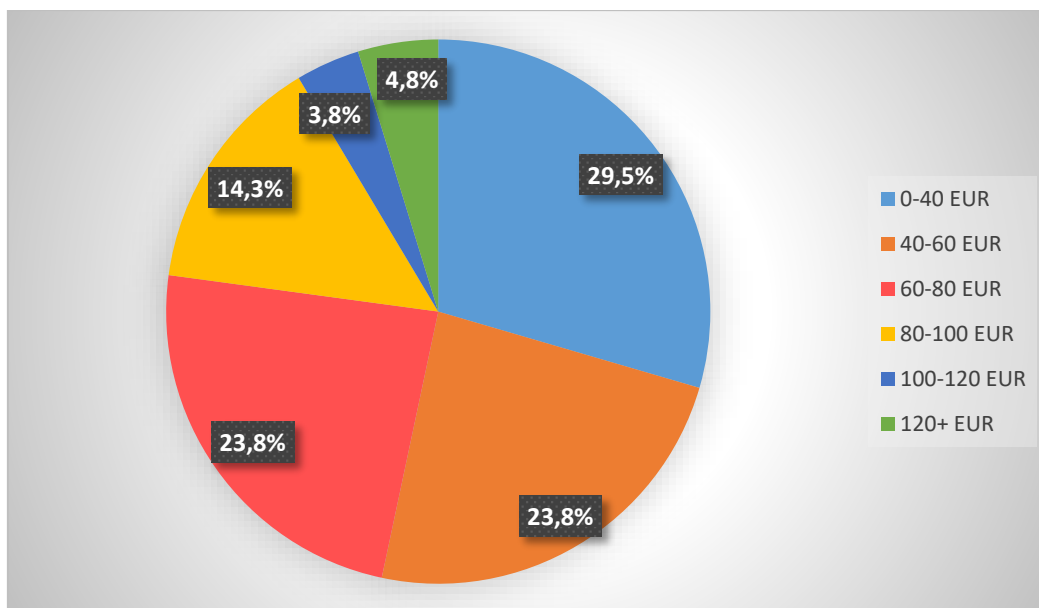
Sl. 12. Izvor preko kojeg su ispitanici doznali za grad Nin

Kroz pitanje u kojemu su turisti definirali koliko novaca prosječno troše po danu možemo uvidjeti profil turista kakav dolazi u Nin na ljetni odmor. Pitanje je formirano s izuzećem troška smještaja jer je cilj bio ogoliti potrošnju turista i vidjeti kolike izdatke turisti imaju za usluge ugostiteljstva, trgovine i ostalih usluga. Kako bi znali na što se točno odnose spomenuti izdaci pomoći će nam definicija preuzeta iz TOMAS istraživanja koje se svako ljeto provodi s ciljem istraživanja stavova i ponašanja turista u Hrvatskoj. Prema njemu, izuzev smještaja, u troškove koje turisti ostvaraju za vrijeme svojeg boravka u Hrvatskoj spadaju izdaci za prehranu i piće u ugostiteljskim objektima izvan usluge smještaja. Izdaci za trgovinu ogledaju se kroz troškove kupnje hrane i pića, odjeće i obuće, dok u ostale izdatke spadaju izdaci za sport i rekreaciju, kulturu, zabavu, izlete, lokalni prijevoz itd. Prema preliminarnim podacima TOMAS istraživanja za 2019. godinu prosječna potrošnja turista po danu u Hrvatskoj iznosila je 97 eura po danu (URL 16).

Promotrimo li rezultate ankete (sl. 13.) vidjet ćemo kako oni redom prate ponuđene opcije, i to od one po kojoj se troši do 40 eura po danu, pa sve do maksimalne opcije po kojoj određeni turisti troše preko 120 eura po danu provedenom u Ninu. Ipak, vidljivo je da je velika većina od 77,1 % ispitanika koncentrirana u prva 3 razreda potrošnje, dakle do 80 eura, i to u približno jednakom udjelu.

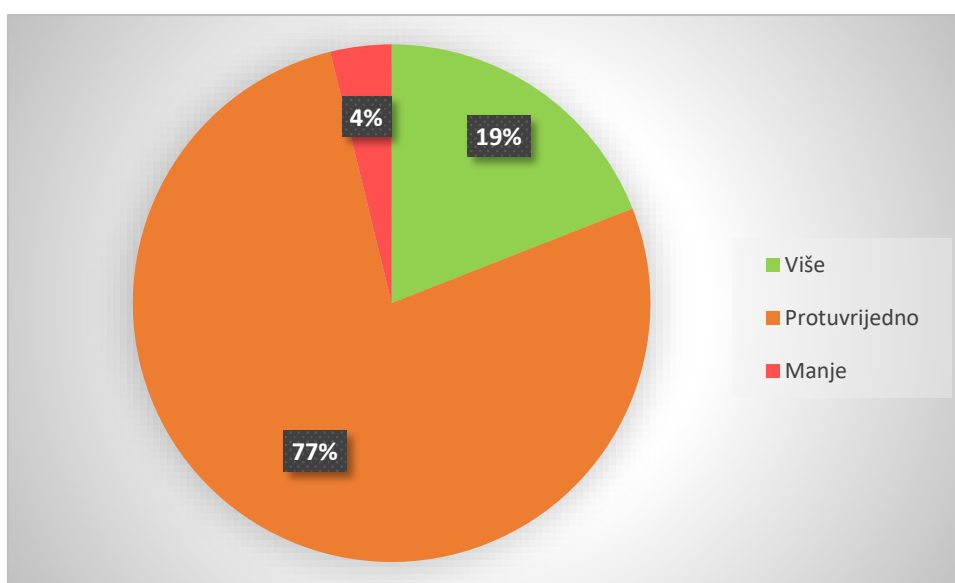
Kroz razgovore s lokalnim stanovništvom koje se bavi iznajmljivanjem apartmana, te analizom cijena privatnog smještaja na području Grada Nina na vodećim portalima koji se bave oglašavanjem istog dolazimo do podatka kako prosječna cijena za apartmanski smještaj u špici sezone (u kojoj je provedeno ovo istraživanje) iznosi oko 80-90 eura. Jasno je kako spomenuti iznos treba razdijeliti na najmanje 2 osobe, bilo da se radi o smještaju za četveročlanu obitelj ili osobama koje su došle na odmor u paru. Prema tome, možemo reći kako prosječni turist na smještaj po danu troši 40-45 eura.

Ukoliko taj podatak zbrojimo s rezultatima ankete možemo iznijeti zaključak kako je minimalna ukupna potrošnja turista po danu oko 80 eura, dok tročetvrtinska većina troši i do 120 eura ukupno po danu. Usporedimo li to s rezultatima TOMAS istraživanja primjećujemo kako su izdaci turista u Gradu Ninu u razini s državnim prosjekom od oko 100 eura.



Sl. 13. Prosječna potrošnja anketiranih turista po danu bez troška smještaja

Zadnjim pitanjem prije nego je uslijedilo ocjenjivanje elemenata turističke ponude grada Nina htjeli smo doznati smatraju li turisti koji su pristali sudjelovati u ovom istraživanju da su s obzirom na utrošeno dobili protuvrijednu uslugu u svim aspektima njihovog boravka na odmoru. Rezultati su generalno zadovoljavajući jer je preko tri četvrtine ispitanika odgovorilo kako su za svoj utrošak dobili jednako kvalitetnu uslugu. Gotovo petina njih je istaknula kako je zapravo dobila i više od očekivanog s obzirom na potrošen novac, a neznatna manjina od 4 % smatra kako su pretplatili svoj boravak u Gradu Ninu.



Sl. 14. Zadovoljstvo ispitanika s obzirom na omjer utrošenog i dobivenog na odmoru u gradu Ninu

Iz podataka tablice 5. da se iščitati zadovoljstvo anketiranih turista određenim elementima turističke ponude Grada Nina. Prema Likertovoj skali u rasponu od 1 do 5 davali su svojevrzne ocjene pojedinim segmentima koji najbolje odražavaju ono što Nin nudi svojim turistima. Iz njihovih odgovora izračunata je prosječna ocjena za svaki element ponude. Sami elementi se mogu podijeliti u nekoliko podskupina; počevši od onih koji opisuju prostor, okoliš i vremenske prilike u destinaciji, preko doživljaja domaćeg stanovništva i zaposlenih u turizmu, do stupnja organiziranosti destinacije, razine sigurnosti u njoj, te sadržaja koje ona pruža.

Prvu skupinu elemenata ponude koja se odnosi na estetiku prostora Nina turisti su generalno najbolje ocijenili. Tu se nalaze i dva ukupno najbolje ocijenjena segmenta – klima (4,67) i ljepota krajolika (4,61), dok su i ostali jako dobro ocijenjeni s obzirom da je najnižu ocjenu ove skupine dobila uređenost mjesta sa prosječnom ocjenom 4,25. Iz ovog rezultata očito je kako su turisti izrazito zadovoljni vremenskim prilikama i ljepotom okoliša koja ih je zatekla u Ninu. Čistoća mora i uređenost plaže također su ocijenjeni dobrim ocjenama što su pozitivne vijesti s obzirom da je kupališni turizam temelj turističke ponude.

Aspekti sigurnosti u destinaciji u kojoj su odsjeli također su dobili visoku ocjenu iz čega je vidljivo kako ispitanici ne smatraju da su u ikojem pogledu ugroženi za vrijeme svog boravka u Ninu. Osjećaj sigurnosti i zaštite je ukupno na trećem mjestu sa prosječnom ocjenom od 4,60, a javni red i mir je ocijenjen s 4,39.

Pokazatelj koji je dobar za svaku destinaciju je činjenica da se turisti dobro slažu s lokalnim stanovništvom. Iz odgovora anketiranih osoba u ovom empirijskom istraživanju vidljivo je kako takav slučaj vrijedi za Nin s obzirom da su ljubaznost lokalnog stanovništva (4,46) i zaposlenih u turizmu (4,36) dobili visoke ocjene. Jedini element koji malo kvari tu idiličnu sliku je znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu (4,17) koji se smjestio u samu sredinu ispitanih segmenata turističke ponude prema svojoj ocjeni. Prema ovim podacima Nin ne možemo svrstati u destinaciju u kojoj postoji animozitet između lokalnog stanovništva i turista. Očito je da postoji međusobno poštovanje i razumijevanje različitosti njihovih identiteta.

Najbrojnija skupina ispitanih elemenata je ona koja se tiče raznoraznih sadržaja koje turisti imaju prilike iskusiti i doživjeti za vrijeme svog boravka u Ninu. Najbolje ocijenjeni među njima je povijesna i kulturna baština (4,54) koja se tom ocjenom smjestila u najboljih 5 elemenata ukupno gledajući. To su odlične vijesti jer je sasvim sigurno kako je upravo



kulturna baština Nina, uz prirodne ljepote kraja, primarni privlačni faktor zbog kojeg se turisti odluče doći i provesti svoj odmor upravo tu. Lokalna gastronomija (4,39) je isto jako cijenjena od strane ispitanika, a zadovoljni su i kvalitetom i opskrbljenošću trgovina. S druge strane spektra, najgore ocijenjeni segmenti ove skupine su sportski sadržaji (3,55) i sadržaji za djecu (3,65), te je iz toga vrlo jasno na kojim elementima bi grad trebao poraditi. Činjenica da su sportski sadržaji ovako loše ocijenjeni, s čak drugom najgorom ocjenom ukupno, leži u tome što su oni većinom locirani unutar kompleksa Zaton holiday resorta koji ima ograničenja što se tiče ulaza za one koji nisu smješteni unutar njega. Točno polovica elemenata ove skupine je dobilo prosječnu ocjenu ispod granice od 4,00 što u kontekstu ovog istraživanja predstavlja ispodprosječni rezultat.

Ipak, uvjerljivo najgore ocijenjena skupina elemenata je ona koja se odnosi na organiziranost destinacije. Jedini segment koji se ističe unutar nje je kvaliteta smještaja s iznadprosječnom ocjenom od 4,27. Ovo je vrlo pozitivni pokazatelj jer govori o tome kako domaće stanovništvo ulaže sredstva u poboljšanje kvalitete svojih privatnih apartmana, kao i brojni kampovi te Zaton holiday resort s druge strane, koji su godinama nadograđivali svoju ponudu kako bi turisti bezbrižno provodili svoje vrijeme u odabranom smještaju. Ostatak ispitanih elemenata ipak odaje drugačiju sliku o organiziranosti grada Nina. Oni se prvenstveno tiču prometnih pokazatelja koji spadaju u 3 od 5 najgore ocijenjenih elemenata, a „predvodi“ ih lokalni promet s mizernom prosječnom ocjenom od 3,36. Uz njega tu su parking (3,55) i prometna dostupnost mjesta (3,84) s također jako lošim ocjenama.

Velika boljka Grada Nina vezana uz potonji pokazatelj poznata je lokalnom stanovništvu već dugo godina, a nažalost i turisti se brzo upoznaju s njom. Ona se manifestira u činjenici da iz Zadra do Nina direktno vodi samo jedna cesta (D306). U ljetnim mjesecima, kada veliki broj turista obitava na ovom području, stvaraju se kilometarske gužve u oba smjera. Iz smjera Zadra prema Ninu i okolnim mjestima gužve se stvaraju u ranim poslijepodnevnim satima kada ljudi odlaze na kupanje, a u kasnim poslijepodnevnim, ranim večernjim satima gužve su još veće jer se lokalno stanovništvo Zadra vraća svojim kućama, a turisti s područja ninske rivijere idu prema gradu u večernji izlazak. Postoje samo 2 alternativna pravca preko obližnjih naselja Poljica i Poličnik, no oni su puno duži pa se rijetki odlučuju za njih. Parking je također jedan od problema iz razloga što lokalne vlasti pokušavaju maknuti parkirališna mjesta s povijesnog otočića kojeg ipak većina turista posjećuje.

Uzevši u obzir sve analizirane elemente turističke ponude ispitanici su na kraju ovog pitanja imali priliku ocijeniti svoje ukupno zadovoljstvo Ninom kao destinacijom. Ukupna prosječna ocjena od 4,48 govori o tome kako su turisti unatoč sitnim nedostacima ipak većinom vrlo zadovoljni s Ninom kao destinacijom koju su odabrali za svoj odmor.

Tab. 5. Elementi turističke ponude i njihova prosječna ocjena kroz percepciju turista

<b>ELEMENTI TURISTIČKE PONUDE</b>	<b>PROSJEČNA OCJENA</b>
<b>Prostor, klima, okoliš</b>	
Klima	4,67
Uređenost mjesta	4,25
Ljepota krajolika	4,61
Uređenost i čistoća plaže	4,36
Čistoća mora	4,26
<b>Stanovništvo i turistički zaposlenici</b>	
Ljubaznost lokalnog stanovništva	4,46
Ljubaznost zaposlenih u turizmu	4,36
Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	4,17
<b>Organiziranost destinacije</b>	
Dostupnost turističkih informacija u destinaciji	4,08
Prometna dostupnost mjesta	3,84
Lokalni promet	3,36
Parking	3,55
Kvaliteta smještaja	4,27
<b>Sadržaji</b>	
Povijesna i kulturna baština	4,54
Manifestacije	3,96
Prepoznatljivost destinacije	4,16
Lokalna gastronomija	4,39
Ugostiteljski objekti	3,89

Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	4,16
Kvaliteta i opskrbljenost trgovina	4,33
Sadržaji za djecu	3,65
Kulturni sadržaji	4,09
Zabavni sadržaji	3,97
Sportski sadržaji	3,55
Mogućnost i ponuda izleta u okolicu	3,93
<b>Sigurnost</b>	
Osjećaj sigurnosti i zaštite	4,60
Javni red i mir	4,39
<b>UKUPNA OCJENA</b>	4,48

## 6.2. Rezultati anketiranja lokalnog stanovništva

Anketiranje domicilnog stanovništva grada Nina provedeno je u istom periodu kao i u slučaju turista, dakle od 29. srpnja do 10. kolovoza 2019. godine. Kako bi dobili uzorak koji se odnosi na isti prostor gdje su anketirani turisti, ispitani stanovnici su također anketirani u Ninu i Zatonu. Ankete su stanovništvu podijeljene na raznolikim punktovima koji variraju od obiteljskih kućanstava, preko užeg centra i plaža naselja, do ugostiteljskih objekata.

Anketni upitnik za lokalno stanovništvo nešto je veći od onoga za turiste, ali ga svejedno možemo podijeliti u 3 dijela. Prvih 8 pitanja zatvorenog tipa otkrivaju socio-demografsku strukturu stanovnika, a ispituje i određene ekonomske pokazatelje poput radnog mjesta, glavnog izvora prihoda, te razliku između ukupnih prihoda između zimskog i ljetnog perioda godine. Drugi dio ankete sastoji se od 11 pitanja kroz koja su se nastojala doznati stajališta lokalnog stanovništva prema turizmu u destinaciji, ponajviše njegovom utjecaju i razvoju. Sva pitanja ovog seta izuzev jednog bila su zatvorenog tipa. To jedno pitanje koristilo je Likertovu skalu uz pomoć koje su ispitanici na ljestvici od 1, što je predstavljalo potpuno ne slaganje, do 5, što je predstavljalo potpuno slaganje, ocjenjivali navedene tvrdnje koje se tiču utjecaja turizma na grad Nin. Posljednje pitanje, ujedno i treći dio ankete, jednako je kao i u slučaju anketnih upitnika koje su ispunjavali turisti. Ovaj put, domaće stanovništvo ocjenjivalo je svoje zadovoljstvo određenim elementima turističke ponude svoga mjesta pri

čemu je također korištena Likertova skala u rangu od 1 do 5. Time smo dobili podatke o istim segmentima ponude grada Nina iz perspektive turista i lokalaca te smo ih mogli usporediti.

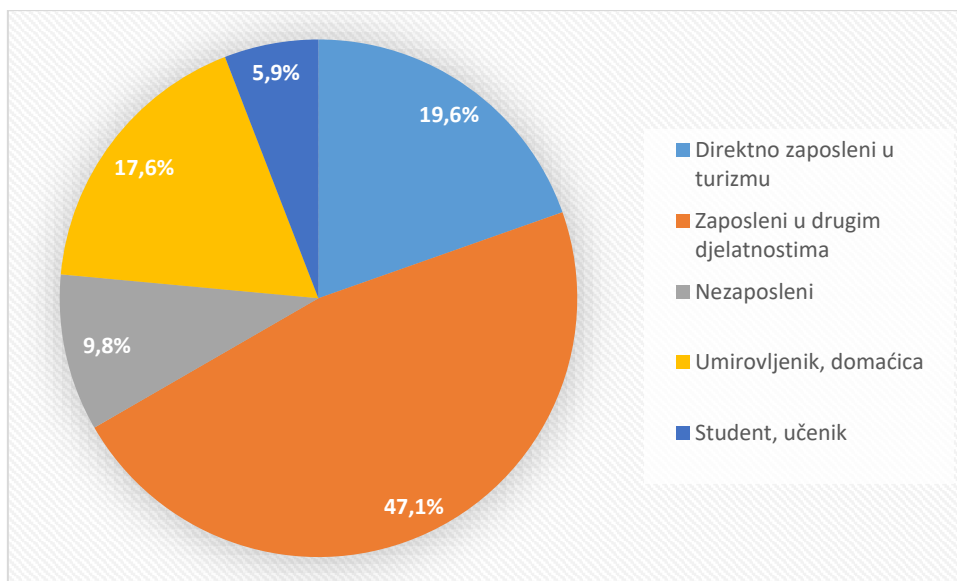
U slučaju stanovnika prikupljena su ukupno 102 važeća anketna upitnika. Većina je, kao što je to bio slučaj i s turistima, prikupljena na području Nina (70) što znači da su 32 ankete prikupljene u naselju Zaton.

Socio-demografski pokazatelji ispitanog stanovništva vidljivi su kroz njihovu spolnu, te dobnu strukturu, razinu obrazovanja, radni status, glavne izvore prihoda, te koliki su oni na mjesečnoj bazi u zimskom i ljetnom periodu. Spolna struktura ukazuje kako je neznatna većina ispitanih ženskog spola (52,9 %), dok je postotak ispitanih muškaraca 47,1 %. Prema mjestu stanovanja osjetna je većina žitelja Nina (68,6 %) od onih koji žive u Zatonu (31,4 %). Gledajući dobnu strukturu anketiranih nećemo primijetiti prevelika odskakanja jednog razreda. Razmak između dobnih skupina se u gotovo ravnomjernom postotku razlikuje između dobnih skupina; od one s najviše ispitanika (18-25 godina), do one s najmanje ispitanih (56-65 godina). Kod razine obrazovanja prednjače oni sa završenom srednjom školom (41,2 %), dok iza njih slijede stanovnici sa višom (29,4 %) i visokom (15,7 %) stručnom spremom, a primjetan je i relativno veliki udio onih kojima je osnovna škola najviši stupanj obrazovanja (13,7 %). Dakle, vidimo kako je omjer fakultetski obrazovanih pojedinaca (cca 45 %), manji od onih sa završenom osnovnom i srednjom školom. Objašnjenje zašto je tomu tako možemo pronaći ukoliko se vratimo na dobnu strukturu ispitanika. Iz nje možemo iščitati kako je najzastupljenija dobna skupina ona od 18 do 25 godina koju većinom čine aktualni studenti koji tek trebaju doći do svog fakultetskog obrazovanja. No, isto tako valja obratiti pozornost na stariju populaciju. Oni iznad 56 godina, kojih je ukupno 27,5 %, svojevremeno nisu imali iste uvjete i šanse za obrazovanje kao današnja djeca, a zbog tradicionalnog načina života na selu nerijetko su nakon završene osnovne škole morali konstantno pomagati u svom kućanstvu i na poljoprivrednim zemljištima.

Tab. 6. Spolna i dobna struktura, razina obrazovanja anketiranog lokalnog stanovništva

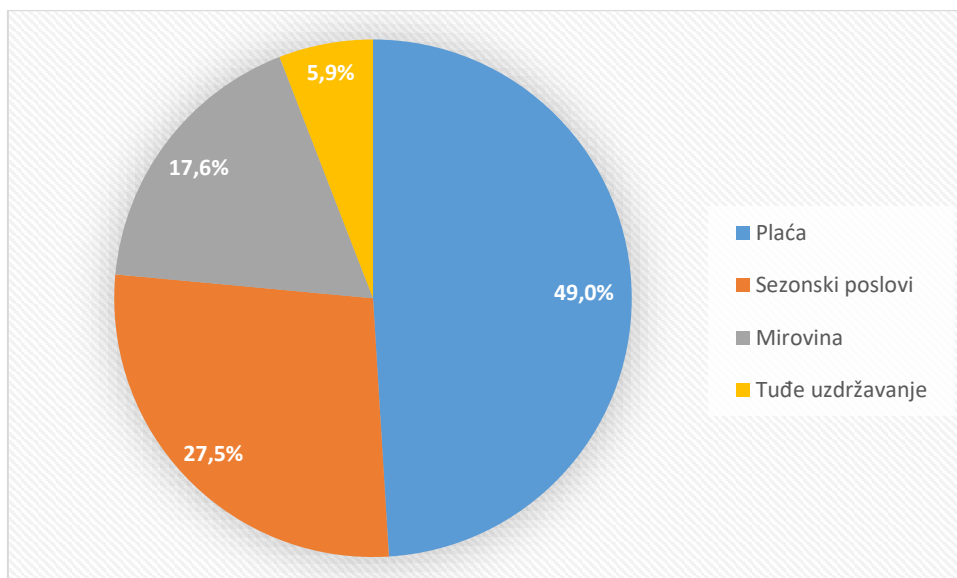
OPIS VARIJABLI	BROJ ISPITANIKA	
	Apsolutna vrijednost	Relativna vrijednost (%)
<b>SPOL</b>		
Muški	48	47,1%
Ženski	54	52,9%
<b>DOBNA SKUPINA (godine)</b>		
18-25	24	23,5%
26-35	20	19,6%
36-45	14	13,7%
46-55	16	15,7%
56-65	12	11,8%
66+	16	15,7%
<b>RAZINA OBRAZOVANJA</b>		
OŠ	14	13,7%
SŠ	42	41,2%
VŠS	30	29,4%
VSS	16	15,7%
DR	0	0,0%

Na slici 15. možemo vidjeti strukturu anketiranih stanovnika prema njihovom radnom mjestu. Najviše njih, gotovo polovica, je zaposleno u djelatnostima nevezanim uz turizam. Petina ispitanika je zaposlena u djelatnostima direktno vezanim uz turizam, a veliki broj njih spada u kategoriju umirovljenika, odnosno domaćica. Najmanje je onih koji su označili da su nezaposleni i studenti ili učenici.



Sl. 15. Prikaz strukture anketiranog lokalnog stanovništva prema radnom mjestu

Glavni izvor prihoda većini njih je i dalje plaća što je logično ukoliko to usporedimo s prethodnim grafom gdje se pokazalo kako je dvije trećine njih zaposleno, bilo u turističkim ili ostalim djelatnostima. No, zamjetan je broj onih koji su istakli kako su im sezonski poslovi poput iznajmljivanja apartmana glavni izvor prihoda, nešto više od petine ispitanika. Broj onih koji žive od mirovine je identičan broju umirovljenika iz prethodnog pitanja, a najmanje je onih koji su označili opciju tuđeg uzdržavanja. Uspoređujući broj zaposlenih (66,7 %) iz prethodnog pitanja s onima koji su kao glavni izvor prihoda istaknuli plaću (49,0 %) vidimo diskrepanciju. Iz toga možemo zaključiti kako određeni ispitanici unatoč tome što su zaposleni i redovno primaju plaću ipak dobar dio svojih prihoda dobivaju iz sezonskih poslova ljeti, prvenstveno iznajmljivanjem privatnog smještaja turistima.

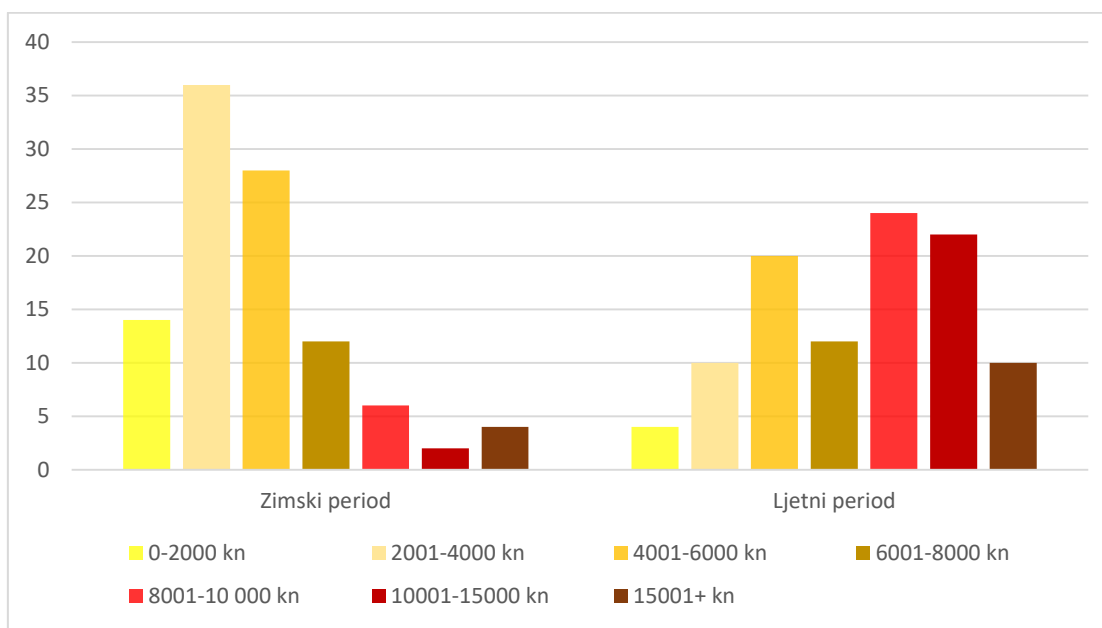


Sl. 16. Glavni izvori prihoda anketiranog lokalnog stanovništva

Vrlo zanimljiv pokazatelj daje nam graf (sl. 17) na kojemu su prikazani ukupni mjesečni prihodi anketiranog stanovništva. Ispitanici su označili kojem od ponuđenih razreda pripadaju s obzirom na period u godini. Zimski period je definiran između prosinca i ožujka, dok su za ljetni period uzeti mjeseci od lipnja do rujna. Iz grafa je vidljivo kako su prihodi većine ispitanika u zimskom periodu vrlo mali s obzirom da je najveći postotak onih koji su označili razred od 2000 do 4000 kuna (35,3 %). Nakon njih slijede oni koji spadaju u razred od 4000 do 6000 kuna (27,4 %) ukupnih mjesečnih prihoda. Zabrinjavajući podatak je da se na trećem mjestu nalazi skupina ispitanika koji uprihoduju do 2000 kuna (13,7 %) u zimskom periodu. Blizu njih po udjelu su oni koji zarađuju od 6000 do 8000 kuna mjesečno (11,8 %). Postotak onih koji spadaju u najveća 3 razreda po приходima, dakle od 8000 kuna na više je ukupno 11,8 %.

U ljetnom periodu slika je poprilično drugačija. Udio onih koji zarađuju do 2000 kuna i od 2000 do 4000 kuna, što je u zimskom periodu predstavljalo treći i prvi najveći rezultat, u periodu od lipnja do rujna najmanje su zastupljeni. Na vrhu što se tiče ljetnih mjeseci su razredi prema kojima anketirani stanovnici zarađuju od 8000 do 10 000 kuna (23,5 %), te onih koji uprihoduju od 10 000 do 15 000 kuna (21,6 %). Nakon njih najzastupljeniji su oni koji spadaju u razred od 4000 do 6000 kuna (19,6 %), a 11,8 % ispitanika označilo je opciju prema kojoj inkasiraju od 6000 do 8000 kuna mjesečno. Broj onih koji ulaze u najviši razred zarade od preko 15 000 kuna u ljetnim mjesecima identičan je onima koji pripadaju drugom najnižem razredu (2000-4000 kuna).

Iz ovih brojki možemo zaključiti kako ljetna turistička sezona praktički spašava financijsku situaciju za mnoge stanovnike koji su pristali sudjelovati u ovom istraživanju. Velika većina njih u zimskom periodu zarađuje iznose koji su ispod prosjeka plaće u Republici Hrvatskoj, no sve to nadoknađuju u ljetnim mjesecima kada potpomognuti sezonskim poslovima, iznajmljivanjem privatnog smještaja podižu svoje prihode na iznadprosječne razine, te vjerojatno štede te novce za zimski period jer znaju da im slijedi teže razdoblje.

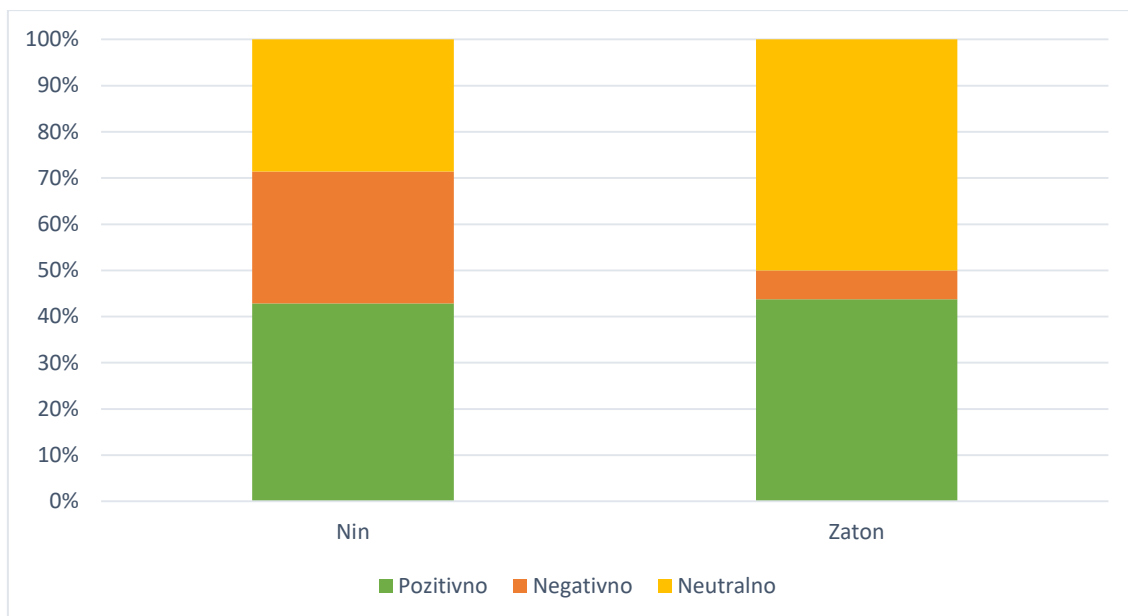


Sl. 17. Mjesečni prihodi anketiranog stanovništva prema periodu u godini

U idućem setu pitanja ispitana su stajališta stanovništva prema turizmu u destinaciji; njegovom utjecaju, razvoju i koristi koje od njega ima domicilno stanovništvo.

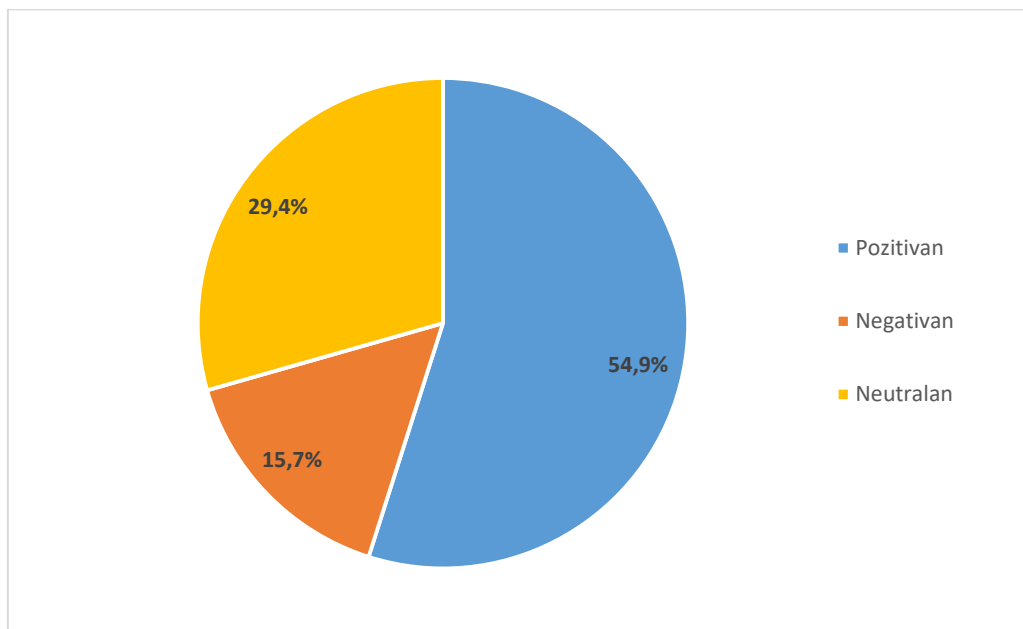
Ispitanici su u prvom pitanju ovog seta bili upitani da ocjene rad turističke zajednice destinacije (sl. 18). S obzirom da naselja Nin i Zaton imaju vlastite turističke zajednice razdvojit ćemo njihove podatke, te ih promatrati zasebno kako bi mogli usporediti rezultate. Nin je polučio vrlo zanimljive i izjednačene rezultate. Iako većina anketiranog stanovništva pozitivno ocjenjuje rad njihove turističke zajednice, onih koji joj daju negativnu ocjenu također je relativno puno, kao i onih koji neutralno promatraju učinak TZ Nin. Dosta drugačiju sliku odaju rezultati ankete vezani uz TZ Zaton čiji rad lošim smatra mizeran broj ispitanika. Većina je ostala neutralna, no puno je onih koji pozitivno ocjenjuju rad njihove turističke zajednice.





Sl. 18. Ocjena rada lokalne turističke zajednice prema mišljenju anketiranog stanovništva

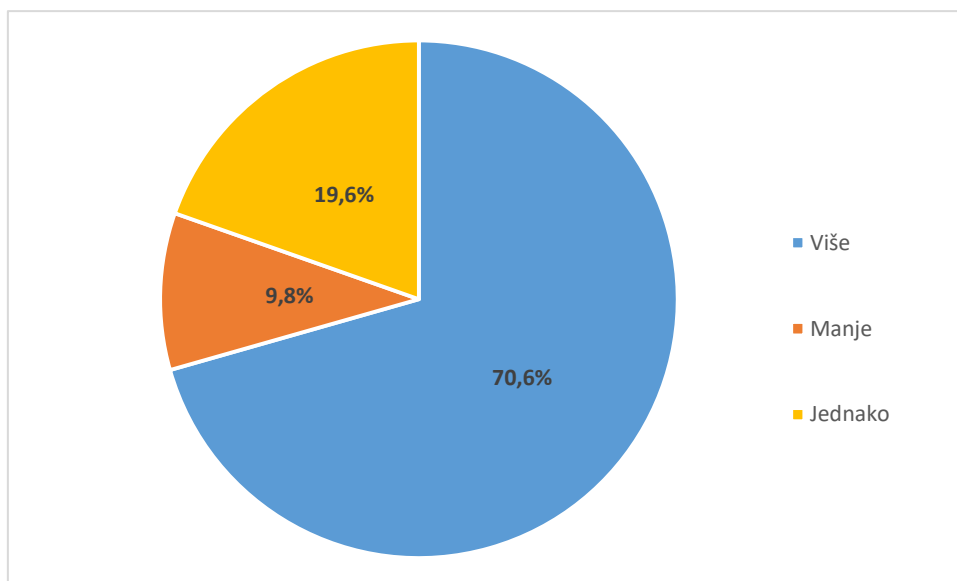
U idućem pitanju bili su upitani da iskažu svoj stav prema razvoju turizma u destinaciji. Očito je da se većini dopada smjer u kojem turizam njihovog mjesta ide jer je natpolovična većina odgovorila kako je njihov stav pozitivan. Skoro 30 % je ostalo suzdržano, dok je njih samo 15,7 % izrazilo nezadovoljstvo razvojem turizma.



Sl. 19. Stav anketiranog stanovništva na razvoj turizma u destinaciji

Pitanje koje se naslanja na prethodno je ono u kojima su anketirani upitani koliko bi se prema njima trebao razvijati turizam u destinaciji u budućnosti. Velika većina je na tragu rezultata iz prethodnog pitanja – s obzirom da je stav ispitanika prema razvoju turizma bio pozitivan

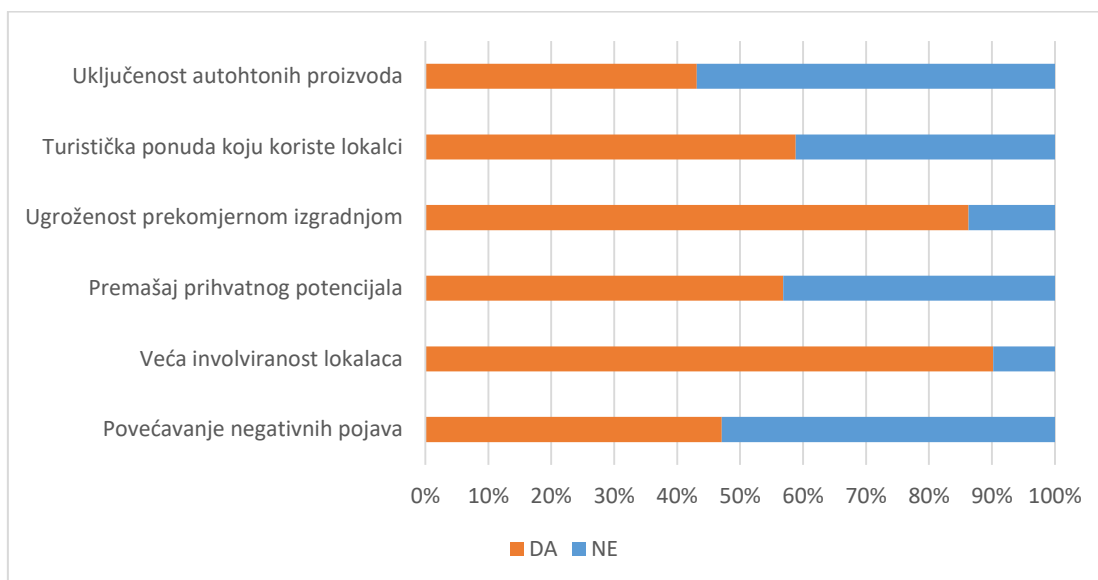
smatraju da se on treba još više razvijati u budućnosti. Petina se izjasnila kako bi razvoj turizma trebao ostati na trenutnim razinama, a gotovo 10 % njih smatra kako bi se trebala usporiti tendencija razvoja turizma u destinaciji.



Sl. 20. Stav anketiranog stanovništva prema tendencijama daljnjeg razvoja turizma

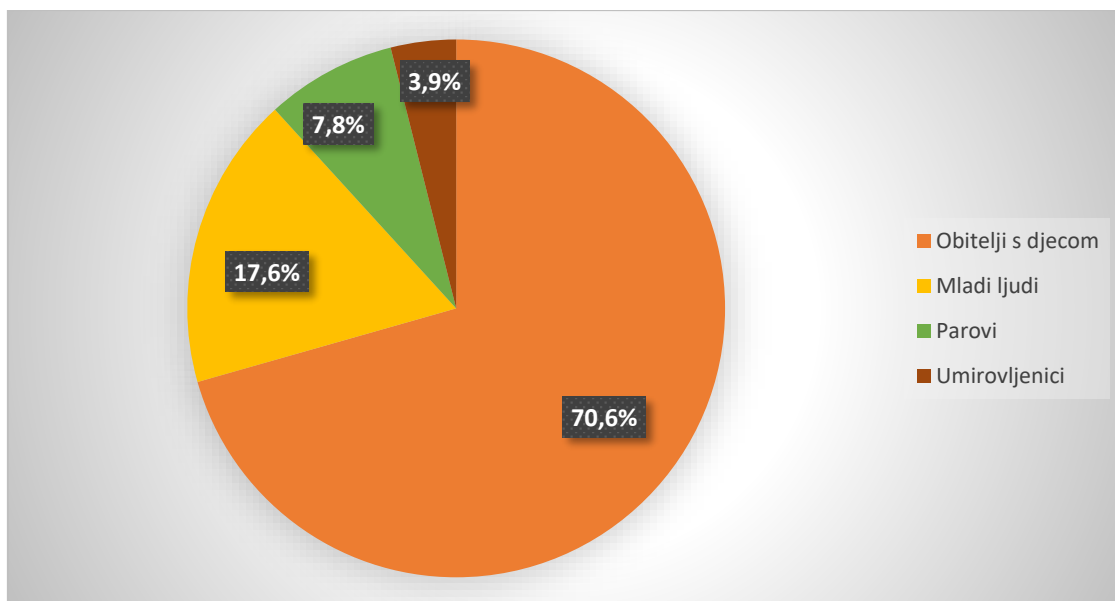
Slijedi 6 pitanja na koja su ispitanici birali između da/ne opcija. Rezultati su prikazani na zajedničkom grafu (sl 21.). Prva linija daje uvid u to smatra li lokalno stanovništvo da su autohtoni proizvodi ovog kraja, poput tradicionalnih suhomesnatih proizvoda, sira, vina i soli, dovoljno uključeni u turističku ponudu. Iz priloženog vidimo kako blaga većina vidi dodatne načine kojima se ponuda autohtonih proizvoda može približiti turistima. Iduća linija odgovara na pitanje koliko su ispitanici zadovoljni turističkom ponudom u vidu šetnica, biciklističkih staza, sportskih objekata i sl. koje koristi i lokalno stanovništvo. Anketirani su odgovorili u sličnom postotku kao i pri prethodnom pitanju, samo ovaj put na stranu pozitivnog odgovora, dakle smatraju da su se okoristili određenim segmentima koji imaju svoju valorizaciju u turističkoj ponudi. Treća linija na grafu govori o tome koliko domicilno stanovništvo smatra da je njihovo mjesto ugroženo prekomjernom izgradnjom apartmana i stanova za tržište. Kao što se vidi iz priloženoga velika većina je zabrinuta zbog pretjerane izgradnje, te smatra da se time narušava izgled destinacije. Manja većina od gotovo 60 % smatra kako je njihova destinacija premašila prihvatne potencijale u ljetnim mjesecima što se vidi na grafu u 4. liniji. Najveći postotak, čak 90 % ispitanih osoba smatra kako bi lokalno stanovništvo trebalo biti više informirano i uključeno u donošenje bitnih odluka u turizmu. Zadnje pitanje u ovom dijelu ispitalo je mišljenje o tome koliko je razvoj turizma pridonio

povećanju negativnih pojava u njihovoj destinaciji, npr. povećanju kriminala, zlouporabe droga, onečišćenja okoliša. Iz priloženog vidimo kako neznatna većina smatra kako ipak to nije slučaj, no podaci svejedno trebaju izazvati određenu dozu zabrinutosti. Tijekom samog provođenja ankete oni koji su zaokružili pozitivan odgovor na ovu tvrdnju istaknuli su prvenstveno onečišćenje okoliša.



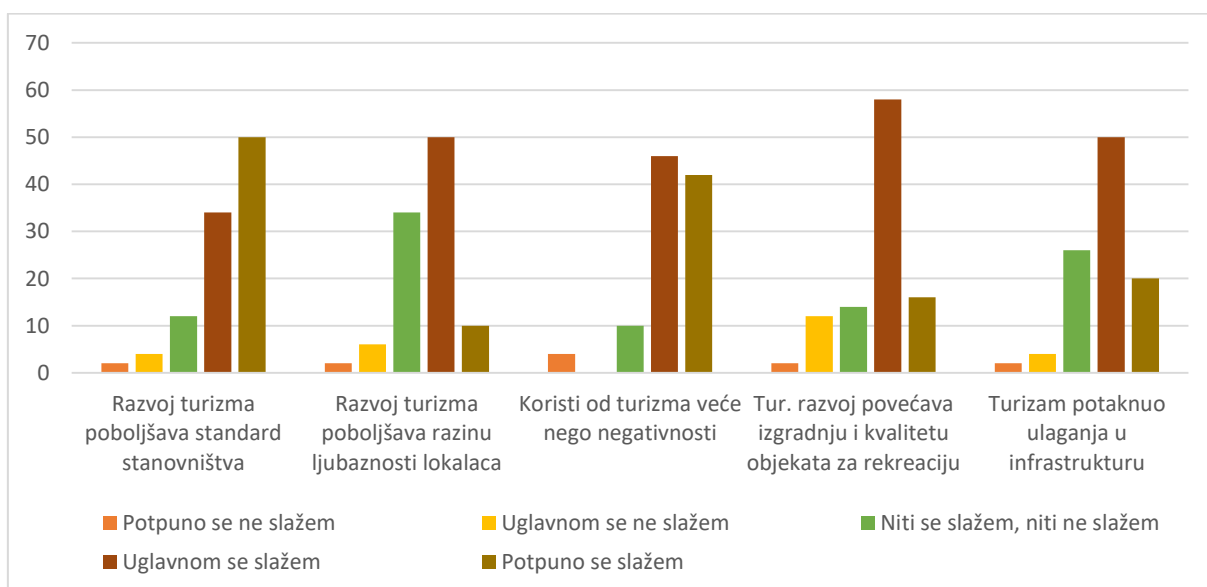
Sl. 21. Stavovi anketiranog stanovništva o trenutnom stanju turizma u gradu Ninu

Zadnje pitanje u ovom dijelu anketnog upitnika imao je za cilj ispitati koju skupinu turista bi prema njihovom mišljenju Nin trebao najviše targetirati da ih privuče. Vidimo (sl. 22.) kako je to uvjerljivo otišlo na stranu obitelji s djecom, čak 70 % ispitanika je označilo tu opciju. Nakon toga, najviše je onih koji smatraju da bi se Nin kao destinacija trebala više usmjeriti na mlade ljude studentske dobi. Jako je malo onih prema kojima bi parovi i umirovljenici trebali biti primarna skupina turista u njihovom mjestu. Ovo ide u korak s pokazateljem iz ankete turista po kojemu je najviše njih došlo na odmor s obitelji. Očito je da se obje strane slažu oko toga za koga je Nin najpogodnija turistička destinacija.



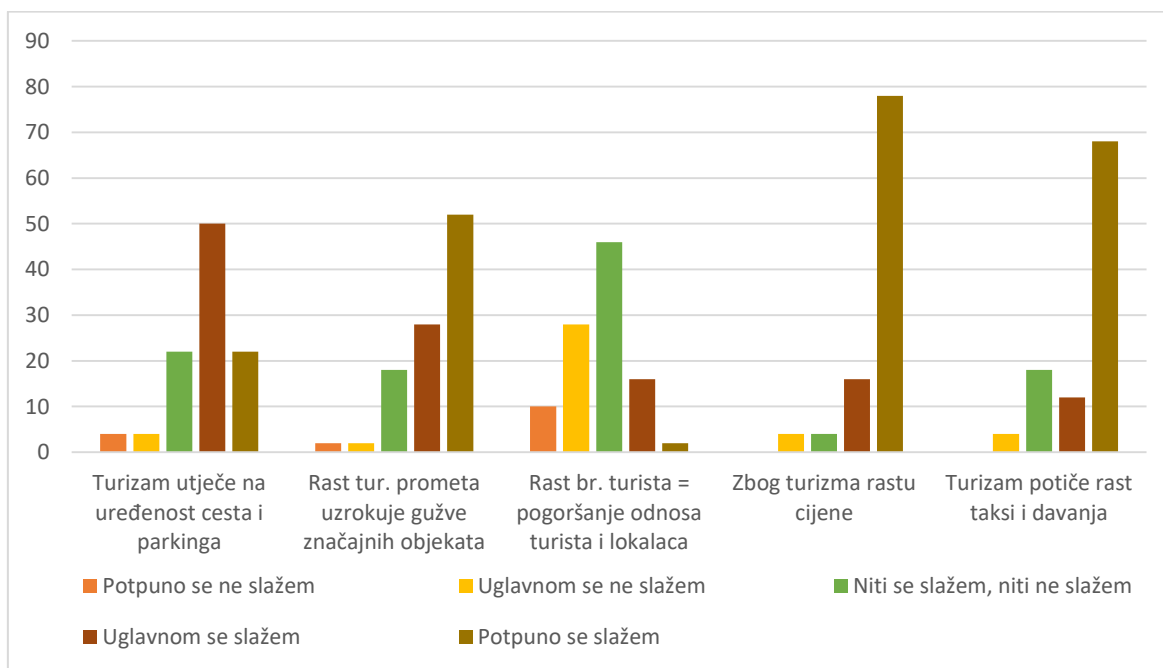
Sl. 22. Skupine turista koje bi Nin trebao privlačiti prema mišljenju anketiranog stanovništva

Slijedeće, nominalno predzadnje pitanje u anketnom upitniku kojeg je popunjavalo lokalno stanovništvo, sastojalo se od 25 tvrdnji s kojima su ispitanici izražavali razinu slaganja putem Likertove ljestvice pri čemu je vrijednost 1 označavala da se u potpunosti ne slažu s navedenom tvrdnjom, a 5 je označavalo da se u potpunosti slažu s njom. Putem ovog pitanja ispitani su utjecaji turizma na destinaciju. Radi bolje preglednosti grafova putem kojih je provedena analiza spomenute tvrdnje podijeljene su u pet dijelova, stoga će na svakom grafu biti predstavljeno po pet tvrdnji.



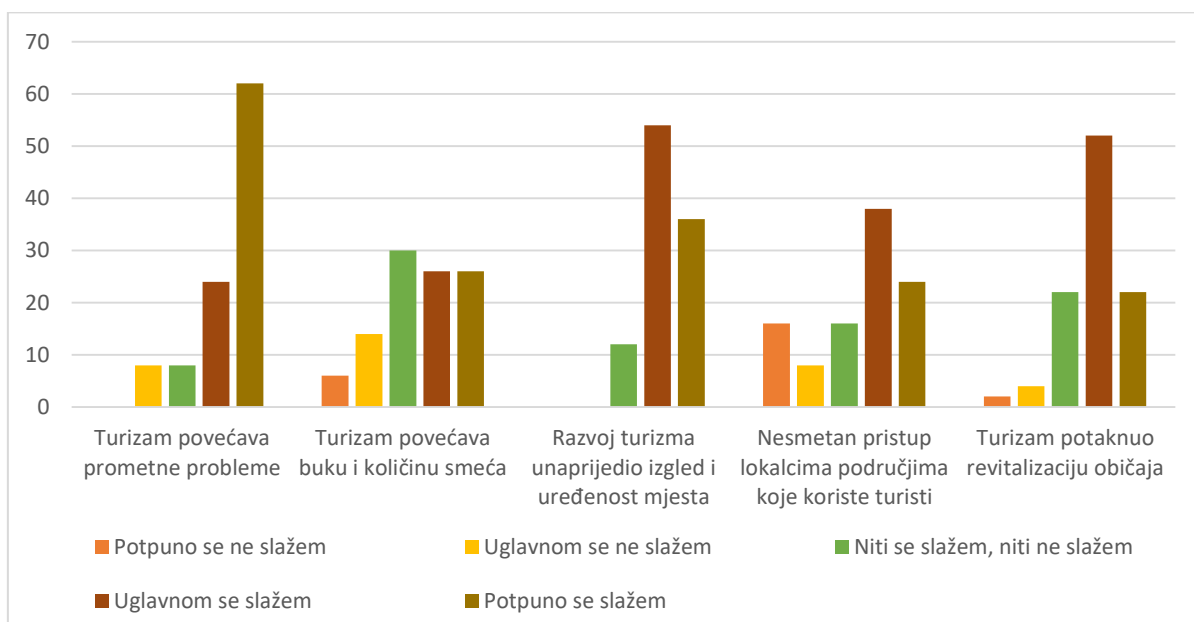
Sl. 23. Stupanj slaganja ispitanika s navedenim tvrdnjama o utjecaju turizma na grad Nin

Iz prvog grafa (sl. 23.) možemo vidjeti prvih pet ispitanih tvrdnji koje se tiču utjecaja turizma na destinaciju. Prva tvrdnja za cilj imala je uvidjeti koliko lokalno stanovništvo smatra da je razvoj turizma poboljšao životni standard ljudi. Vidimo kako se velika većina, čak 82 %, ili uglavnom ili u potpunosti slaže da je prisutnost i razvoj turizma u destinaciji poboljšao njihov životni standard. Iduće pitanje na test je stavilo ljubaznost lokalnog stanovništva: Željelo se doznati smatraju li ispitanici da se njihova razina ljubaznosti povećala uslijed razvoja turizma i suživota s turistima, barem u ljetnim mjesecima. Gotovo polovica njih uglavnom smatra kako turizam ima utjecaja na razinu ljubaznosti kod domaćeg stanovništva, a nekolicina njih potvrđuje tu tezu u potpunosti. Trećina ispitanih je ostala suzdržana, dok je kao i u preostalim pitanjima ovog seta jako mali broj onih koji se ne slažu s time. Treća tvrdnja po redu odnosi najuvjerljiviju „pobjedu“ na stranu onih koji se slažu s njom. Radi se o činjenici da su koristi od turizma veće od negativnih strana koje on donosi, te se s time uglavnom ili u potpunosti slaže 86,3 % ispitanika. Više od 50 % anketiranih stanovnika uglavnom se slaže s činjenicom da turistički razvoj povećava izgradnju i kvalitetu objekata za rekreaciju u destinaciji pa uz one koji se u potpunosti slažu s time ponovno čine uvjerljivu većinu. Tvrdnju da je turizam potaknuo ulaganja u infrastrukturu istinitom smatra ukupno 70 % ispitanika, a još 25 % njih je ostalo suzdržano. Za ovaj set tvrdnji možemo izvući zaključak kako je utjecaj turizma doprinio boljitku života u destinaciji koji se ogleda kroz povećanje životnog standarda stanovništva, ali i ulaganjima u izgled destinacije.



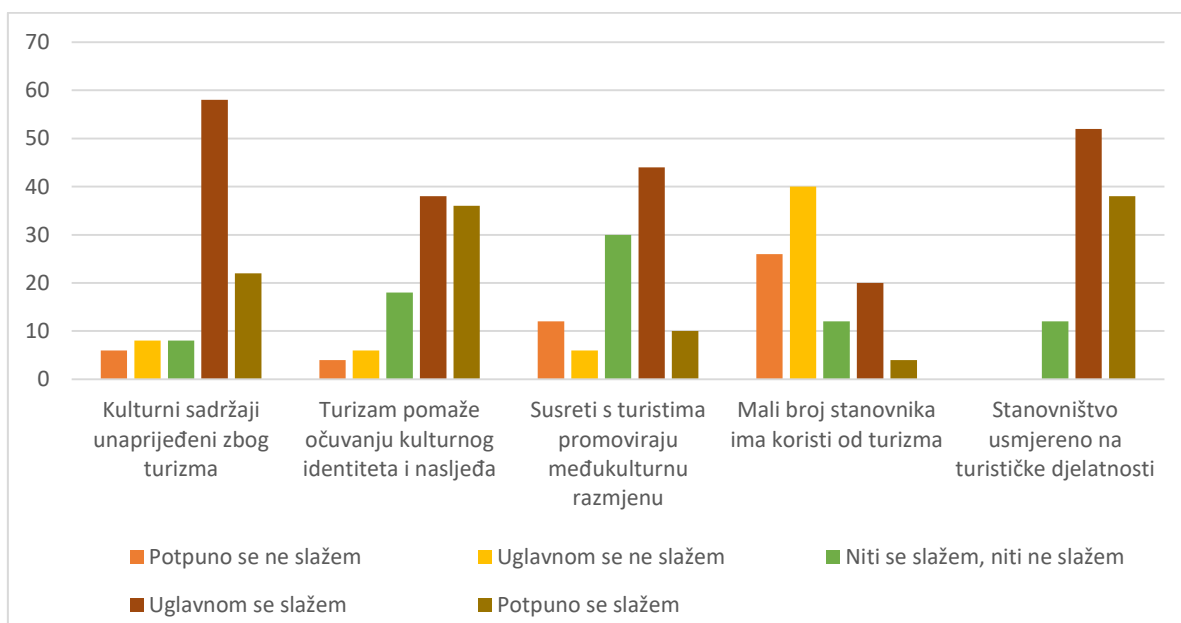
Sl. 24. Stupanj slaganja ispitanika s navedenim tvrdnjama o utjecaju turizma na grad Nin

Drugi set analiziranih tvrdnji započinjemo s onom koliko turizam utječe na uređenost cesta i parkinga u destinaciji. S tom tvrdnjom slaže se ukupno 70 % anketiranih, od kojih većina spada u one koji se uglavnom slažu s time. Broj suzdržanih jednak je onima koji se u potpunosti slažu s ovom tvrdnjom, a postotak onih koji se ne slažu je ponovno neznatan. Da porast turističkog prometa uzrokuje gužve u značajnijim objektima potpuno istinitim smatra polovica ispitanih osoba. Onih koji se uglavnom slažu s tom činjenicom je 27 % tako da su suzdržani i oni koji se ne slažu s time ponovno u osjetnoj manjini. Prva tvrdnja u kojoj se ispitanici relativno gledajući nisu složili s tvrdnjom je ona po kojoj rast broja turista dovodi do pogoršanja odnosa između njih i domicilnog stanovništva. Većina se niti slaže, niti ne slaže s time, no izuzmemo li suzdržane veći je broj onih koji u potpunosti ili uglavnom ne misle da se to događa od onih koji vjeruju u suprotno. Slijedeće dvije tvrdnje uvjerljivo su otišle na stranu onih koji se slažu s njima. Riječ je o tvrdnjama po kojima turizam utječe na porast cijena, poreza i sličnih davanja. Ukupno slaganje s njima izrazilo je preko 90% za prvu, te 78% ispitanika za drugu tvrdnju od čega je velika većina onih koji se u potpunosti slažu. Ovaj set analiziranih činjenica možemo okarakterizirati kao nešto negativniji, mada je to bilo za očekivati. S izuzetkom prve i treće tvrdnje, anketirani stanovnici su jasno istaknuli činjenice da im se unatoč tome što im turizam donosi brojne benefite, ne sviđa što on istovremeno povećava cijene u destinaciji, te poreze i slične izdatke koje moraju plaćati.



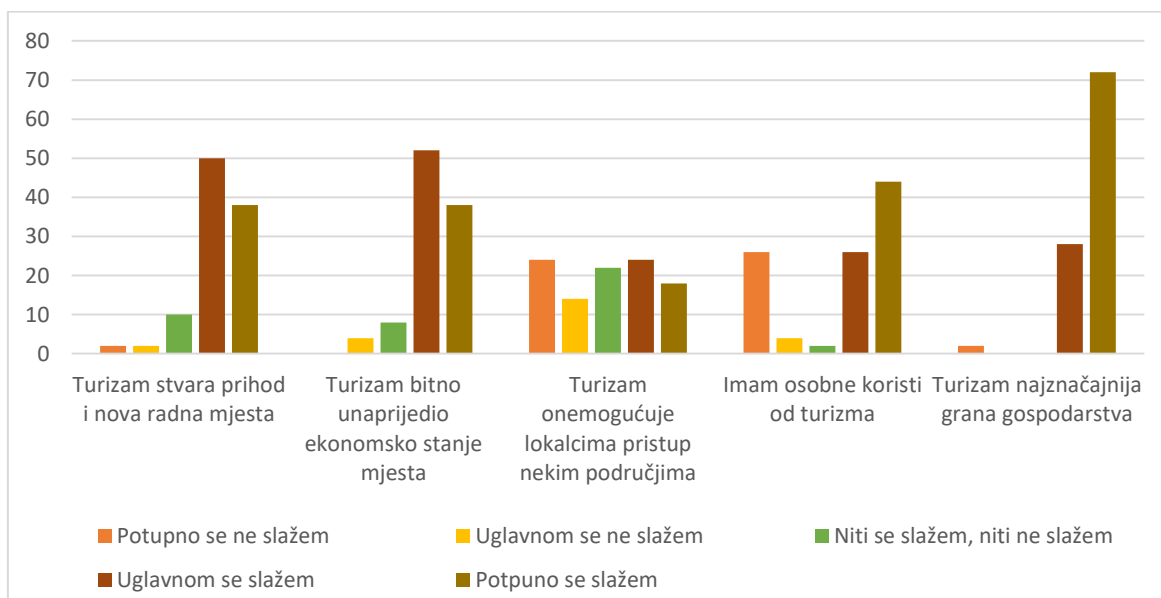
Sl. 25. Stupanj slaganja ispitanika s navedenim tvrdnjama o utjecaju turizma na grad Nin

Na slici 25. prikazan je idući set od 5 ispitanih tvrdnji. Prva po redu je ona po kojoj turizam povećava prometne probleme u destinaciji. S time se slaže izrazita većina od oko 83% ispitanika, mnogi od njih u potpunosti. Jedini pokazatelj u ovom setu gdje je najviše glasova gledajući pojedinačno dobila suzdržana opcija je tvrdnja da turizam povećava buku i količinu smeća u mjestu. No, ukoliko maknemo ispitanike koji se nisu mogli odlučiti za ni jednu stranu konkretno, ipak je više onih koji tu tvrdnju smatraju točnom, ukupno 51 % je označilo jednu od dvije afirmativne opcije. Još jedna činjenica koja je uvjerljivo otišla na stranu onih koji se slažu s njom je ta da je turizam unaprijedio izgled i uređenost mjesta. Gotovo 90 % ispitanog stanovništva se uglavnom ili u potpunosti slaže s time. Nešto manja većina od 60 % smatra kako oni kao domaće stanovništvo imaju nesmetan pristup područjima koje koriste i turisti. Tvrdnja da je turizam potaknuo revitalizaciju tradicije i običaja ovog kraja otišla je na stranu onih koji se slažu s njom, ukupno preko 70 %, a oko 20 % njih je ostalo suzdržano glede ovoga. U ovom setu mogli smo vidjeti pomiješane dojmove. S jedne strane stanovništvo je zadovoljno jer smatra kako je turizam doprinio održavanju i ponovnom rađanju nekih starih običaja koji su se kroz povijest štovali na ovom prostoru. Isto tako zadovoljni su činjenicom da zbog turizma lokalne vlasti unaprjeđuju izgled i uređenost mjesta. S druge strane i oni kao i turisti vide velike probleme u lokalnom prometu, a ne dopada im se buka i onečišćenje njihovog mjesta što smatraju izravnom posljedicom boravka brojnih turista u njihovom kraju. Činjenica da petina ispitanika smatra kako nemaju slobodan pristup područjima koje koriste turisti također je malo zabrinjavajuća.



Sl. 26. Stupanj slaganja ispitanika s navedenim tvrdnjama o utjecaju turizma na grad Nin

Analizu podataka sljedećeg grafa (sl. 26) započinjemo tvrdnjom u kojoj su ispitanici odgovorili slažu li se da su kulturni sadržaji u njihovoj destinaciji unaprijeđeni zbog turizma. Natpolovična većina se uglavnom slaže s tom tvrdnjom, a ako im pridodamo one koji se u potpunosti slažu dobivamo uvjerljivih 78 % na strani afirmativnog odgovora. Da turizam potpomaže očuvanju kulturnog identiteta i naslijeđa smatra tri četvrtine ispitanika. Ova činjenica je na tragu prethodne dvije pa možemo zaključiti kako je prema ispitanicima turizam ostvario pozitivan utjecaj na kulturnu baštinu i brigu o njoj u destinaciji. Iduća provjerena tvrdnja istražila je koliko anketirani smatraju da susreti i doticaj s turistima promoviraju međukulturnu razmjenu. Ispitanici se u cjelini uglavnom slažu s time, no mnogo njih se nije točno moglo opredijeliti za određenu stranu pa su ostali suzdržani. Postotak od ukupnih 17 % negativnih odgovora iako na prvu neznatan, u usporedbi s negativnim opcijama ostalih pokazateljima je pri vrhu. Većina ispitanika se ne slaže s tvrdnjom da mali broj stanovnika Nina ima koristi od turizma. Njih 65 % je označilo jednu od dvije negativne opcije, a nešto više od petine smatra kako je ta činjenica točna. Jedina od svih tvrdnji s kojom se niti jedan ispitanik nije složio je ona da je stanovništvo usmjereno na turističke djelatnosti. To samim time znači da je veliki udio onih koji se uglavnom ili potpuno slažu s time, gotovo 90 %. U ovom setu pitanja najistaknutije pokazatelje daju posljednje dvije tvrdnje kroz koje se vidi da stanovništvo Grada Nina ima konstantni suživot s turizmom, bilo na poslovno-financijskom planu, ili društvenom planu što se vidi kroz treći graf.



Sl. 27. Stupanj slaganja ispitanika s navedenim tvrdnjama o utjecaju turizma na grad Nin



Posljednji set tvrdnji započinjemo na tragu kojim je završio predzadnji set – ekonomski pokazatelji. S činjenicom da turizam stvara nova radna mjesta uglavnom ili potpuno se slaže velikih 87 % ispitanika. Jednako veliki udio je onih koji se slažu da je turizam unaprijedio ekonomsko stanje mjesta. Vrlo zanimljive rezultate dala je tvrdnja u kojoj su ispitanici bili upitani u kojem obimu imaju osobne koristi od turizma. Njih 68 % odgovorilo je afirmativno na tu tvrdnju, čak se veći dio njih u potpunosti složio s time. No, na drugoj strani spektra petina ispitanika izjasnila se kako u potpunosti nema koristi od turizma. Da je turizam najznačajnija grana gospodarstva Grada Nina slažu se gotovo svi ispitanici. Upravo ovoliko uvjerljiva potvrda zadnje tvrdnje objašnjava praktički sve prethodne ispitanice tvrdnje. Domaće stanovništvo uvelike ovisi o turizmu i njihovi životi su kroz razne aspekte isprepleteni s njime.

Kao i u slučaju s anketom koja je podijeljena turistima, anketni upitnik namijenjen lokalnom stanovništvu također je ispitao zadovoljstvo određenim elementima turističke ponude. Na Likertovoj skali od 1 do 5 ispitanici su ocjenjivali koliki su zadovoljni s istih 28 elemenata turističke ponude mjesta u kojemu žive. Elementi su podijeljeni u istih 5 skupina. Domaće stanovništvo mnogo bolje poznaje ispitanice segmente, te je za pretpostaviti da će njihove ocjene biti donekle kritičnije od ocjena turista.

Najbolje ocjenjena skupina elemenata prema prosjeku ocjena je vezana uz sigurnost destinacije. Osjećaj sigurnosti i zaštite (4,63) i javni red i mir (4,39) nalaze se u top 3 ocjene ukupno gledajući. Iduća po prosječnoj ocjeni je skupina elemenata koja se odnosi na prostor, okoliš i klimu. Samo dva od pet ispitanih elemenata u ovoj skupini dobilo je prosječnu ocjenu preko 4,00 što dovoljno govori o kritičnosti koju su ispitanici ovim putem iskazali prema mjestu u kojemu žive. Klimatske prilike su s ocjenom 4,65 i ukupno najbolje ocjenjeni element, a čistoća mora ocjenjena je s 4,16. S druge strane tablice nalazi se uređenost mjesta koja je s prosjekom od 3,61 jedan od gorih elemenata turističke ponude grada Nina s gledišta anketiranog stanovništva.

Nakon navedene dvije skupine, u idućima je teško pronaći ocjenu koja prelazi magičnu granicu od 4,00. Skupina segmenata koja se tiče stanovništva i pojedinaca zaposlenih u turizmu nalazi se nešto iznad ukupne prosječne ocjene svih segmenata pa se smjestila na treće mjesto. Najbolje ocjenjeni element tu je ljubaznost lokalnog stanovništva. Lokalci su si dali prosječnu ocjenu 3,96. Ljubaznost zaposlenih u turizmu kao i njihovo poznavanje stranih jezika rezultiralo je istom ocjenom – 3,73.

Organiziranost destinacije, koja je kod turista bila uvjerljivo najgore ocjenjena skupina elemenata, kod domicilnog stanovništva prema prosječnoj ocjeni uspjela je prestići elemente koji se odnose na sadržaje destinacije. Najbolju ocjenu ovog dijela iznenađujuće ima element prometne dostupnosti mjesta s 4,02. To je jedan od rijetkih elemenata koji je kod stanovništva postigao bolju prosječnu ocjenu nego kod turista, a to možemo objasniti činjenicom da lokalno stanovništvo boravi na ovom prostoru tijekom cijele godine stoga imaju drugačiju perspektivu prema ovom segmentu. Oni općenito izbjegavaju gužve koje u ljetnom periodu postoje na cestama prema Ninu jer nemaju potrebu za čestim putovanjem van svog mjesta stanovanja. Također, preostalih 9 mjeseci u godini gužve ne nastaju tako da nemaju isti doživljaj kao turisti koji u Ninu borave u udarnom vremenu. No, na drugoj strani spektra nalaze se segmenti lokalni promet (3,04) i parking (2,96) koji se nalaze u top 3 najgore ocjenjenih elemenata ukupno. Upravo naslanjajući se na prethodni argument kako domaće stanovništvo nema previše razloga napuštati svoje mjesto možemo objasniti izrazito negativno viđenje ova dva elementa turističke ponude. Koliko ih ne smetaju gužve na prometnicama koje vode do Nina, toliko ih smetaju gužve u samom mjestu uzrokovane priljevom turista u ljetno doba, a isto se odnosi na parkirna mjesta. Prosječna ocjena od 3,86 koju su ispitanici dali kvaliteti smještaja otkriva kako smatraju da Nin ne raspolaže s pretjerano kvalitetnim smještajem što se kosi s mišljenjem turista.

Posljednja skupina elemenata koja je ostala za analizirati je ona koja se tiče sadržaja. Kao i kod turista najbolje ocjenjeni element ove skupine je povijesna i kulturna baština s prosjekom od 4,33. Vidljivo je da, većim dijelom kritično stanovništvo, ipak smatra kako je ovaj element turističke ponude ono najbolje što njihova destinacija pruža turistima. No, ovo je jedini element kojeg bi mogli istaknuti da se ističe izrazito pozitivnom ocjenom. Na drugoj strani nalaze se uistinu loše ocjene od kojih je najgora ukupno ona koja se odnosi na sportske sadržaje (2,84). Veliki broj preostalih elemenata poput mogućnosti i ponuda izleta u okolici, manifestacija, te kulturni, zabavni i sadržaji za djecu imaju prosječne ocjene ispod granice 3,25. Iz ovoga je jasno kako anketirano stanovništvo ne smatra da njihovo mjesto osim osnovnih privlačnih faktora koje predstavljaju klimatski uvjeti i povijesna baština ovog kraja nema što za ponuditi turistima u sferi dodatnih sadržaja koja će ih zabaviti za vrijeme njihovog boravka u Ninu.

Unatoč relativno niskim ocjenama svih navedenih elemenata koje Nin ima za ponuditi turistima završna ocjena koju su ispitanici dali svojoj destinaciji je 4,08 što je debelo iznad prosjeka ukoliko pogledamo sve ispitane elemente.

Tab. 7. Elementi turističke ponude i njihova prosječna ocjena kroz percepciju lokalnog stanovništva

<b>ELEMENTI TURISTIČKE PONUDE</b>	<b>PROSJEČNA OCJENA</b>
<b>Prostor, klima, okoliš</b>	
Klima	4,65
Uređenost mjesta	3,61
Ljepota krajolika	3,96
Uređenost i čistoća plaže	3,94
Čistoća mora	4,16
<b>Stanovništvo i turistički zaposlenici</b>	
Ljubaznost lokalnog stanovništva	3,96
Ljubaznost zaposlenih u turizmu	3,73
Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	3,73
<b>Organiziranost destinacije</b>	
Dostupnost turističkih informacija u destinaciji	3,76
Prometna dostupnost mjesta	4,02
Lokalni promet	3,04
Parking	2,96
Kvaliteta smještaja	3,86
<b>Sadržaji</b>	
Povijesna i kulturna baština	4,33
Manifestacije	3,18
Prepoznatljivost destinacije	3,76
Lokalna gastronomija	3,71
Ugostiteljski objekti	3,65

Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	3,65
Kvaliteta i opskrbljenost trgovina	3,65
Sadržaji za djecu	3,12
Kulturni sadržaji	3,18
Zabavni sadržaji	3,12
Sportski sadržaji	2,84
Mogućnost i ponuda izleta u okolicu	3,22
<b>Sigurnost</b>	
Osjećaj sigurnosti i zaštite	4,63
Javni red i mir	4,39
<b>UKUPNA OCJENA</b>	4,08

## 7. Zaključak

S obzirom na dosada prikazanu sliku o gradu Ninu kroz pregled osnovnih prirodnih i društvenih atraktivnih faktora, njegov povijesni razvoj, stanju turizma na ovom području, te analizi provedenog istraživanja možemo izvesti zaključke o postavljenim hipotezama.

Prva hipoteza koja kaže kako je turizam najznačajnija grana gospodarstva grada Nina, te je njegov identitet usko vezan uz turističke procese je potvrđena što se da iščitati iz same ankete lokalnog stanovništva. Pri izražavanju stava o toj tvrdnji 98% ispitanih stanovnika se složilo s njom. To je vidljivo i kroz neke druge ispitanje tvrdnje s kojima se lokalno stanovništvo složilo poput činjenice da imaju osobne koristi od turizma i da turizam stvara nova radna mjesta te time bitno unaprjeđuje ekonomsko stanje mjesta. Da je samo stanovništvo usmjereno na turizam i uvelike ovisi o njemu vidimo iz podataka o mjesečnim prihodima iz zimskog i ljetnog perioda. Iako većinom zaposleni u drugim djelatnostima svoje prihode izrazito povećavaju u ljetnom periodu godine što je direktna posljedica prisutnosti sezonskih poslova i iznajmljivanja privatnog smještaja turistima. Značaj turizma vidi se toj u okrenutosti i ovisnosti njegovih stanovnika ka turizmu pa time on predstavlja jednu od glavnih odrednica identiteta Nina.

Druga hipoteza kako je identitet Nina uvelike određen njegovom prošlošću i ostavštini kulturne baštine je potvrđena. U obje provedene ankete ispitanici su visokom ocjenom izrazili zadovoljstvo povijesnom i kulturnom baštinom mjesta i time potvrdili kako ona ima važnu ulogu u kreiranju identiteta grada Nina. Ona je svoje temelje dobila i stvarala dugi niz godina, a njena valorizacija u turističkoj ponudi je velika što vidimo kroz brojnost kulturno-povijesnih spomenika i manifestacija na ovom, relativnom malom području. Bitnu ulogu koju je turizam odigrao u valorizaciji baštine njihovog mjesta prepoznalo je domicilno stanovništvo. Istaknuli su kako je turizam potaknuo revitalizaciju običaja, pomogao očuvanju kulturnog naslijeđa i kulturnog identiteta, te unaprijedio kulturne sadržaje.

Treća hipoteza kako ne postoje velike razlike u dojmu o Ninu kao destinaciji između lokalnog stanovništva i turista nije potvrđena. Dojam se očitava kroz elemente njegove turističke ponude, a usporedimo li zadovoljstvo jedne i druge strane s ponuđenim elementima primjećujemo disparitet. Iako su određene skupine elemenata u oba slučaja prepoznate kao najbolje (prostor, klima, okoliš, osjećaj sigurnosti) odnosno najgore (organiziranost destinacije, sadržaji) ukupna razina zadovoljstva s njima je u slučaju lokalnog stanovništva za oko pola stupnja lošija u svakom segmentu što ipak predstavlja značajniju razliku.

## Literatura

- Dejanović, M., 2009: *Nin – prva prijestolnica Hrvata*, Matica hrvatska Nin, Nin
- Marković, I., Fuerst-Bjeliš, B., 2015: Prostorni identitet kao pokretačka snaga razvoja turizma: komparativna analiza regija Bjelovara i Čakovca, *Hrvatski geografski glasnik* 77 (1), 71-88
- Geić, S., 2016: *Međunarodni turizam: osnove, organizacija, ekonomika*, Aspira, Split
- Gergen, K. J., Davis, K. E., ur., 1985: *The social construction of the person*, Springer-Verlag, New York
- Jelinčić, D.A. 2015: Turizam vs. Identitet Globalizacija i tradicija, *Etnološka istraživanja* 11, 161-183
- Kesić, T., 2003: *Integrirana marketinška komunikacija*, Opinio d.o.o., Zagreb
- Magaš, D., 1995: *Povijesno – zemljopisne osnove razvoja Nina i problemi njegove suvremene valorizacije*, Zavod za povijesne znanosti HAZU u Zadru, Zadar
- Maštrović, V., Novak, G., 1969: *Povijest grada Nina*, Institut Jugoslavenske akademije znanosti i umjetnosti u Zadru, Zadar
- Morgan, N., Pritchard, A., 2002: *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*, Butterworth-Heinemann, Oxford
- Saleh, M. A. E., 1998: Place identity: The visual image of Saudi Arabian cities, *Habitat international*, 22 (2), 149-164
- Strategija dugoročnog turističkog razvoja grada Nina*, Institut za turizam, Zagreb, 2013.
- Strategija razvoja grada Nina 2016.-2020.*, Grad Nin, Nin, 2016.
- TOMAS Ljeto 2017. Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj*, Institut za turizam, Zagreb, 2018
- World Tourism Organization and European Travel Commission, 2009: *Handbook on Tourism Destination Branding, With an introduction by Simon Anholt*, World Tourism Organization, Madrid

## **Izvori**

*Dolasci i noćenja turista u 2019.*, Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2020., [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2019/04-03-02\\_01\\_2019.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-02_01_2019.htm) (29.07.2020.)

*Dolasci i noćenja stranih turista u naseljima primorskih gradova i općina prema zemlji prebivališta*, Baze podataka, Državni zavod za statistiku, <https://www.dzs.hr> (29.07.2020.)

*Popis stanovništva prema spolu i starosti po naseljima 2001.*, Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2003.

*Popis stanovništva prema starosti i spolu po naseljima 2011.*, Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2013.

*Smještajni kapaciteti po vrstama objekata u naseljima primorskih gradova i općina*, Baze podataka, Državni zavod za statistiku, <https://www.dzs.hr> (29.07.2020.)

*Turizam u primorskim gradovima i općinama u 2013.*, Statističko izvješće 1516, Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2014.

*Turizam u primorskim gradovima i općinama u 2014.*, Statističko izvješće 1540, Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2015.

*Turizam u primorskim gradovima i općinama u 2015.*, Statističko izvješće 1565, Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2016.

*Turizam u primorskim gradovima i općinama u 2016.*, Statističko izvješće 1595, Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2017.

*Turizam u primorskim gradovima i općinama u 2017.*, Statističko izvješće 1617, Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2018.

*Turizam u primorskim gradovima i općinama u 2018.*, Statističko izvješće 1640, Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2019.

## **Internetske stranice**

URL 1: TZ Nin, Natura staništa, <https://www.nin.hr/hr/prirodna-bastina/natura-stanista>

URL 2: TZ Nin, Ptičji svijet, <https://www.nin.hr/hr/prirodna-bastina/pticji-svijet>

- URL 3: TZ Nin, Muzej soli, <https://www.nin.hr/hr/kulturna-bastina/muzej-soli>
- URL 4: TZ Nin, Ninska šokolijada, <https://www.nin.hr/hr/manifestacije/ninska-sokolijada>
- URL 5: Šokolijada, <https://croatia.hr/hr-HR/Aktivnosti-i-atrakcije/Dogadanja/NewEvents/sokolijada>
- URL 6: TZ Nin, Festival sunca i svjetlosti, <https://www.nin.hr/hr/manifestacije/festival-sunca-svjetlosti>
- URL 7: Festival pijeska – logična i fenomenalna turistička priča koje se odlično nadovezuje na Ninsku priču, <https://hrturizam.hr/najavljen-5-festival-pijeska-u-ninu/>
- URL 8: Uzbudljiv, osmi festival soli, u starom kraljevskom gradu Ninu, očekuje vas 2. kolovoza, ne propustite, <https://www.hia.com.hr/kultura/festivali/item/9282-uzbudljiv-osmi-festival-soli-u-starom-kraljevskom-gradu-ninu-ocekuje-vas-2-kolovoza-ne-propustite>
- URL 9: Romantična noć u Ninu, <https://croatia.hr/hr-HR/Aktivnosti-i-atrakcije/Dogadanja/NewEvents/romanticna-noc-u-ninu>
- URL 10: Arheološki muzej Zadar, Muzej ninskih starina, <https://amzd.hr/stalni-postav/muzej-ninskih-starina/>
- URL 11: Grad Nin, Povijesni pregled, <https://grad-nin.hr/povijesni-pregled/>
- URL 12: Zaton holiday resort – apartmani <https://www.zaton.hr/hr/apartmani>
- URL 13: Zaton holiday resort – mobilne kućice [https://www.zaton.hr/hr/mobilne\\_kucice](https://www.zaton.hr/hr/mobilne_kucice)
- URL 14: Zaton holiday resort – glamping <https://www.zaton.hr/hr/glamping>
- URL 15: Zaton holiday resort – kamp <https://www.zaton.hr/hr/kamp>
- URL 16: Prosječna dnevna potrošnja turista porasla za 20 posto, <https://hrturizam.hr/prosjecna-dnevna-potrosnja-turista-porasla-za-20-posto/>



## Popis slika

Sl. 1. Geografski smještaj i položaj grada Nina.....	9
Sl. 2. Ukupni broj turističkih dolazaka u gradu Ninu u periodu od 2013.-2019.....	26
Sl. 3. Prosječni broj dolazaka turista u Nin po državi u razdoblju od 2013.-2019.....	27
Sl. 4. Trend dolazaka turista iz određenih država u grad Nin u razdoblju od 2013.-2019..	28
Sl. 5. Ukupni broj turističkih noćenja u gradu Ninu u periodu od 2013.-2019. ....	29
Sl. 6. Prikaz ispitanika prema državi iz koje dolaze.....	32
Sl. 7. Vrsta smještaja anketiranih turista prema naselju i objektu.....	33
Sl. 8. Tip društva s kojim su ispitanici došli na odmor u grad Nin.....	34
Sl. 9. Prikaz dužine boravka anketiranih turista u gradu Ninu.....	35
Sl. 10. Učestalost dolazaka anketiranih turista u grad Nin.....	36
Sl. 11. Glavni motiv dolaska anketiranih turista u grad Nin.....	37
Sl. 12. Izvor preko kojeg su ispitanici doznali za grad Nin.....	37
Sl. 13. Prosječna potrošnja turista po danu bez troška smještaja.....	39
Sl. 14. Zadovoljstvo ispitanika s obzirom na omjer utrošenog i dobivenog na odmoru u gradu Ninu.....	39
Sl. 15. Prikaz strukture anketiranog lokalnog stanovništva prema radnom mjestu.....	46
Sl. 16. Glavni izvori prihoda anketiranog lokalnog stanovništva.....	47
Sl. 17. Mjesečni prihodi anketiranog stanovništva prema periodu u godini.....	48
Sl. 18. Ocjena rada lokalne turističke zajednice prema mišljenju anketiranog stanovništva.....	49
Sl. 19. Stav anketiranog stanovništva na razvoj turizma u destinaciji.....	49
Sl. 20. Stav anketiranog stanovništva prema tendencijama daljnjeg razvoja turizma.....	50
Sl. 21. Stavovi anketiranog stanovništva o trenutnom stanju turizma u gradu Ninu.....	51

Sl. 22. Skupine turista koje bi Nin trebao privlačiti prema mišljenju anketiranog stanovništva.....	52
Sl. 23. Stupanj slaganja ispitanika s navedenim tvrdnjama o utjecaju turizma na grad Nin.....	52
Sl. 24. Stupanj slaganja ispitanika s navedenim tvrdnjama o utjecaju turizma na grad Nin.....	53
Sl. 25. Stupanj slaganja ispitanika s navedenim tvrdnjama o utjecaju turizma na grad Nin.....	54
Sl. 26. Stupanj slaganja ispitanika s navedenim tvrdnjama o utjecaju turizma na grad Nin.....	55
Sl. 27. Stupanj slaganja ispitanika s navedenim tvrdnjama o utjecaju turizma na grad Nin.....	56

### **Popis tablica**

Tab. 1. Broj stanovnika Grada Nina i pripadajućih naselja 2001. godine.....	11
Tab. 2. Broj stanovnika Grada Nina i pripadajućih naselja 2011. godine.....	11
Tab. 3. Smještajni kapaciteti po vrstama objekata u gradu Ninu u 2019.....	25
Tab. 4. Spol, dobna skupina i razina obrazovanja anketiranih turista.....	31
Tab. 5. Elementi turističke ponude i njihova prosječna ocjena kroz percepciju turista.....	42
Tab. 6. Spolna i dobna struktura, razina obrazovanja anketiranog lokalnog stanovništva.....	45
Tab. 7. Elementi turističke ponude i njihova prosječna ocjena kroz percepciju lokalnog stanovništva.....	59

## Popis priloga

### ANKETNI UPITNIK ZA TURISTE

Poštovani,

Cilj ovog istraživanja je ispitati zadovoljstvo turista elementima ponude turističke destinacije na prostoru Grada Nina i pripadajućim mu naseljima.

Istraživanje se provodi u svrhu izrade diplomskog rada Tomislava Mračića na Geografskom odsjeku Prirodoslovno-matematičkog fakulteta u Zagrebu pod mentorstvom doc. dr. sc. Ivana Zupanca.

U istraživanju sudjeluju turisti smješteni na području grada Nina, konkretnije naselja Nin i Zaton

Sudjelovanje u anketi je u potpunosti anonimno što znači da će Vaši podaci biti dostupni jedino istraživaču i korišteni isključivo u znanstveno-istraživačke svrhe. Rezultati će se analizirati i prezentirati isključivo skupno te se ni na koji način neće moći povezati s Vama osobno pa Vas molimo da na pitanja odgovarate što iskrenije. Ispunjavanje ove ankete je dobrovoljno i u svakom trenutku imate pravo odustati od daljnjeg ispunjavanja bez ikakvih posljedica.

Ispunjavanje ovog upitnika traje maksimalno 5 minuta.

Cijenimo što ste odvojili Vaše vrijeme kako biste ispunili ovaj anketni upitnik.

Unaprijed hvala na suradnji!

*Na sljedeća pitanja odaberite **jedan** odgovor koji se najviše odnosi na Vas i označite ga upisivanjem X u odgovarajuću kućicu.*

1. **Spol:** M  Ž

2. **Dob:**

18-25 godina	<input type="checkbox"/>	46-55 godina	<input type="checkbox"/>
26-35 godina	<input type="checkbox"/>	56-65 godina	<input type="checkbox"/>
36-45 godina	<input type="checkbox"/>	66+ godina	<input type="checkbox"/>

3. **Označite Vašu razinu obrazovanja:**

Bez OŠ ili Osnovna škola	<input type="checkbox"/>	VSS (magistar)	<input type="checkbox"/>
Srednja škola	<input type="checkbox"/>	Doktor znanosti (poslijediplomski)	<input type="checkbox"/>
VŠS (sveučilišni prvostupnik)	<input type="checkbox"/>		

4. **Država:** \_\_\_\_\_

5. **Smješteni ste u?:**

a) Nin  Zaton

b) Aparthotel

Zaton Holiday Resort

Privatni smještaj

Kampovi

6. **Došli ste na odmor s?:**

Prijateljima

Partnerom

Obitelji

Sami

7. **Koliko dugo ostajete na odmoru u Ninu/Zatonu?:**

1-3 dana

4-7 dana

8-15 dana

16+ dana

8. **Koji put dolazite na odmor u Nin/Zaton?:**

1. put

2.-3. put

4.+ put

9. **Glavni motiv dolaska u Nin/Zaton?:**

Odmor i relaksacija (sunce, more, plaža)

Kulturne znamenitosti i manifestacije

Zabava i novi doživljaji

Sportski sadržaji

Posao

Gastronomija

Posjet rodbini i prijateljima

**10. Zbog čega ste se odlučili za dolazak u Nin/Zaton?:**

- Mediji (internet, TV, radio, novine)
- Preporuka prijatelja/rodbine
- Prijašnje vlastito iskustvo
- Brošure/prospekti turističke zajednice
- Turistički sajmovi

**11. Smatrate li da ste za Vaš novac dobili protuvrijedan odmor?:**

- Dobio sam više
- Protuvrijedan
- Dobio sam manje

**12. Koliko prosječno novaca trošite na odmoru po danu izuzmemo li troškove smještaja?:**

- 0-40 €
- 40-60 €
- 60-80 €
- 80-100 €
- 100-120 €
- 120+ €

**13. Kako ocjenjujete Vaše zadovoljstvo sljedećim elementima ponude Nina/Zatona?:**

(1- izrazito nezadovoljan, 2-nezadovoljan,3-niti zadovoljan, niti nezadovoljan,4- zadovoljan,5-izrazito zadovoljan)

	1	2	3	4	5
Klima	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uređenost mjesta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ljepota krajolika	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uređenost i čistoća plaže	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Čistoća mora	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ljubaznost lokalnog stanovništva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4	5
Ljubaznost zaposlenih u turizmu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dostupnost turističkih informacija u destinaciji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prometna dostupnost mjesta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokalni promet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parkirališta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kvaliteta smještaja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Povijesna i kulturna baština	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manifestacije	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prepoznatljivost destinacije (simboli, suveniri)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokalna gastronomija	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ugostiteljski objekti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kvaliteta i opskrbljenost trgovina	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sadržaji za djecu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kulturni sadržaji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zabavni sadržaji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sportski sadržaji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mogućnosti i ponuda izleta u okolicu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Osjećaj sigurnosti i zaštite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Javni red i mir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ukupna ocjena Nina (Zatona) kao destinacije	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## ANKETNI UPITNIK ZA STANOVNIŠTVO

Poštovani,

Cilj ovog istraživanja je ispitati zadovoljstvo stanovništva elementima ponude turističke destinacije, te analizirati njihove stavove o razvoju i utjecaju turizma na prostoru grada Nina

Istraživanje se provodi u svrhu izrade diplomskog rada Tomislava Mračića na Geografskom odsjeku Prirodoslovno-matematičkog fakulteta u Zagrebu pod mentorstvom doc. dr. sc. Ivana Zupanca.

U istraživanju sudjeluju stanovnici grada Nina, konkretnije naselja Nin i Zaton

Sudjelovanje u anketi je u potpunosti anonimno što znači da će Vaši podaci biti dostupni jedino istraživaču i korišteni isključivo u znanstveno-istraživačke svrhe. Rezultati će se analizirati i prezentirati isključivo skupno te se ni na koji način neće moći povezati s Vama osobno pa Vas molimo da na pitanja odgovarate što iskrenije. Ispunjavanje ove ankete je dobrovoljno i u svakom trenutku imate pravo odustati od daljnjeg ispunjavanja bez ikakvih posljedica.

Ispunjavanje ovog upitnika traje maksimalno 10 minuta.

Cijenimo što ste odvojili Vaše vrijeme kako biste ispunili ovaj anketni upitnik.

Unaprijed hvala na suradnji!

*Na sljedeća pitanja odaberite **jedan** odgovor koji se najviše odnosi na Vas i označite ga upisivanjem X u odgovarajuću kućicu.*

12. **Spol:**            M             Ž

13. **Živite u:**        Ninu             Zatonu

14. **Dob:**

18-25 godina                              46-55 godina       

26-35 godina                              56-65 godina       

36-45 godina                              66+ godina           

15. **Označite Vašu razinu obrazovanja:**

Bez OŠ ili Osnovna škola                     

Srednja škola                                     

VŠS (sveučilišni prvostupnik)                     

VSS (magistar)                                     

Doktor znanosti (poslijediplomski studij)

**16. Koje radno mjesto obavljate?:**

- Direktno zaposleni u turizmu
- Zaposleni u drugim djelatnostima
- Nezaposleni
- Umirovljenik, domaćica
- Student, učenik

**17. Vaš glavni izvor prihoda je?:**

- Plaća
- Sezonski poslovi (npr. iznajmljivanje apartmana)
- Mirovina
- Tuđe uzdržavanje

**18. Vaš ukupni mjesečni prihod tijekom zimskog razdoblja iznosi?:**

(u obzir se uzima period od 12.-3. mjeseca)

- 0-2000 kn
- 2001-4000 kn
- 4001-6000 kn
- 6001-8000 kn
- 8001-10 000 kn
- 10001-15000 kn
- 15000+ kn

**19. Vaš ukupni mjesečni prihod tijekom ljetnog razdoblja iznosi?:**

(u obzir se uzima period od 6.-9. mjeseca)

- 0-2000 kn
- 2001-4000 kn
- 4001-6000 kn
- 6001-8000 kn
- 8001-10 000 kn
- 10001-15000 kn
- 15000+ kn



**20. Kako ocjenjujete rad Turističke zajednice u Vašoj destinaciji?**

Pozitivno

Negativno

Neutralno

**21. Kakav je Vaš stav prema razvoju turizma u destinaciji?**

Pozitivan

Negativan

Neutralan

**22. Koliko bi se prema Vama u budućnosti trebao razvijati turizam u Vašoj destinaciji?**

Manje

Jednako

Više

**23. Smatrate li da su autohtoni proizvodi (npr. suhomesnati proizvodi, sir, vino, sol itd.) dovoljno uključeni u turističku ponudu Vašeg mjesta?**

Da

Ne

**24. Jeste li zadovoljni turističkom ponudom koju koristi i lokalno stanovništvo (šetnice, biciklističke staze, sportski objekti itd.)?**

Da

Ne

**25. Smatrate li da je Vaša destinacija ugrožena prekomjernom izgradnjom apartmana i stanova za tržište?**

Da

Ne

**26. Smatrate li da je Vaša destinacija premašila prihvatni potencijal u ljetnim mjesecima?**

Da

Ne

**27. Smatrate li da bi lokalno stanovništvo trebalo biti više informirano i uključeno u donošenje bitnih odluka u turizmu (privatizacija, infrastrukturni projekti, namjena prostora, zaštita okoliša itd.)?**

Da

Ne

**28. Smatrate li da je razvoj turizma u Vašoj destinaciji povećao negativne pojave (npr. droga, kriminal, onečišćavanje mjesta itd.)?**

Da

Ne

**18. Koju bi skupinu turista prema Vašem mišljenju Nin (Zaton) trebao privlačiti?**

Mlade ljude, studente

Parove

Obitelji s djecom

Umirovljenike

Ostalo  (navedite: \_\_\_\_\_)

**19. Kako ocjenjujete navedene utjecaje turizma? Molim Vas da prekrižite samo jedan odgovor za svaku izjavu.**

(1-u potpunosti se ne slažem s izjavom, 2-uglavnom se ne slažem s izjavom, 3-niti se slažem, niti ne slažem s izjavom, 4-uglavnom se slažem s izjavom, 5-u potpunosti se slažem s izjavom)

	1	2	3	4	5
Dosadašnji razvoj turizma značajno je poboljšao standard stanovništva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Razvoj turizma poboljšao je razinu ljubaznosti kod lokalnog stanovništva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Koristi od turizma su veće nego njegove negativnosti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turistički razvoj povećao je izgradnju i kvalitetu objekata za rekreaciju	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turizam je potaknuo ulaganja u infrastrukturu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turizam utječe na uređenost cesta i parkirališta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rast turističkog prometa uzrokovat će gužve kod značajnih objekata	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rast broja turista izazvat će pogoršavanje odnosa domaćih ljudi i turista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zbog razvoja turizma rastu i cijene, što izaziva negodovanje stanovništva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turizam potiče rast такси i drugih davanja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turizam značajno povećava prometne probleme u destinaciji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
U destinaciji se bilježi značajan rast buke i količine smeća na ulici zbog turizma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Razvoj turizma unaprijedio je izgled i uređenost mjesta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokalno stanovništvo ima nesmetan pristup područjima koje koriste turisti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1 2 3 4 5

Interes turista potaknuo je revitalizaciju običaja i tradicije kod lokalaca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kulturni sadržaji su unaprijeđeni zahvaljujući turizmu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turizam pomaže očuvanju kulturnog identiteta i nasljeđa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Susreti s turistima promoviraju međukulturnu razmjenu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mali broj stanovnika ima koristi od turizma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stanovništvo mijenja zanimanja, sve više se orijentira na ona vezana uz turizam	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turizam stvara prihod i nova radna mjesta čime raste blagostanje stanovništva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turizam je već bitno unaprijedio ekonomsko stanje destinacije	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turizam onemogućuje stanovništvu pristup nekim područjima (npr. plaža)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Imam osobne koristi od turizma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turizam je najznačajnija grana gospodarstva u mjestu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 20. Kako ocjenjujete Vaše zadovoljstvo sljedećim elementima ponude Nina (Zatona)?:

(1- izrazito nezadovoljan,2-nezadovoljan,3-niti zadovoljan, niti nezadovoljan,4- zadovoljan,5-izrazito zadovoljan)

	1	2	3	4	5
Klima	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uređenost mjesta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ljepota krajolika	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uređenost i čistoća plaže	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Čistoća mora	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ljubaznost lokalnog stanovništva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ljubaznost zaposlenih u turizmu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dostupnost turističkih informacija u destinaciji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4	5
Prometna dostupnost mjesta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokalni promet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parkirališta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kvaliteta smještaja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Povijesna i kulturna baština	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manifestacije	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prepoznatljivost destinacije (simbol, suveniri)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lokalna gastronomija	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ugostiteljski objekti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radno vrijeme uslužnih djelatnosti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kvaliteta i opskrbljenost trgovina	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sadržaji za djecu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kulturni sadržaji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zabavni sadržaji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sportski sadržaji	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mogućnosti i ponuda izleta u okolicu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Osjećaj sigurnosti i zaštite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Javni red i mir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ukupna ocjena Nina (Zatona) kao destinacije	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>