

Strehovski Tolić, Tamara

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:129:551091>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-12**

Repository / Repozitorij:

[Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications](#)

**VELEUČILIŠTE s pravom
javnosti BALTAZAR
ZAPREŠIĆ Biograd na
moru**

**Preddiplomski stručni studij
Poslovanje i upravljanje**

TAMARA STREHOVSKI TOLIĆ

TURIZAM ZADARSKE ŽUPANIJE

STRUČNI ZAVRŠNI RAD

Zaprešić, 2019. godine

**VELEUČILIŠTE s pravom
javnosti BALTAZAR
ZAPREŠIĆ Biograd na
moru**

**Preddiplomski stručni studij
Poslovanje i upravljanje**

STRUČNI ZAVRŠNI RAD

TURIZAM ZADARSKE ŽUPANIJE

**kolegija: Turističko poslovanje i
upravljanje**

Studentica:

Tamara Strehovski Tolić

JMBAG studenta: 0234050556

Mentor: Dr. sc. Pave Ivić Naziv

SADRŽAJ

SAŽETAK

..... 1

ABSTRACT

..... 2

1. UVOD

..... 3

2. DEFINIRANJE OSNOVNIH POJMOVA U TURIZMU 4

2.1 DEFINICIJE POJMOVA TURIST I TURIZAM 5

2.2 VRSTE I OBLICI TURIZMA
7

2.3 TURISTIČKI RESURSI
..... 8

2.4 TURISTIČKI PROIZVOD
11

2.5 TURISTIČKA DESTINACIJA
13

2.6 UTJECAJ TURIZMA NA DESTINACIJU 15

3. TURIZAM U ZADARSKOJ ŽUPANIJI 17

3.1 OPĆENITO U ZADARSKOJ ŽUPANIJI
17

3.2 PROSTORNO-RAZVOJNE CJELINE ZADARSKE ŽUPANIJE 19

3.3 INSTITUCIONALNI I STRATEŠKI OKVIR UPRAVLJANJA TURIZMOM 21

3.4 RESURSI ZADARSKE ŽUPANIJE
22

3.4.1 Kulturno – povijesna baština
23

3.4.2 Manifestacije
25

3.4.3 Zaštićena područja

.....	26
3.4.4 Smještajni kapaciteti u Zadarskoj županiji	28
3.4.5 Nautički turizam u Zadarskoj županiji	28
4. ANALIZA TURISTIČKIH POKAZATELJA ZADARSKE ŽUPANIJE	30
4.1 DOLASCI I NOĆENJA TURISTA U ZADARSKOJ ŽUPANIJI 2011-2018.	30
4.2 BROJ SMJEŠTAJNIH JEDINICA U ZADARSKOJ ŽUPANIJI	33
4.3 BUDUĆI RAZVOJ TURIZMA U ZADARSKOJ ŽUPANIJI	34
4.4 UTJECAJ TURISTIČKE AKTIVNOSTI NA ZADARSKU ŽUPANIJU	38
5. ZAKLJUČAK	40
6. POPIS LITERATURE	42
6.1 KNJIGE I ČLANCI	42
6.2 INTERNETSKI IZVORI	42
7. POPIS SLIKA	44
8. POPIS TABLICA	45
ŽIVOTOPIS	
.....	46
SAŽETAK	

U završnom radu se obrađuje tema turizam Zadarske županije koje je iznimno bogato područje atrakcijama koje su kulturnog, prirodnog i društvenog karaktera. No, još uvijek nisu svi u potpunosti valorizirani. Turističke atrakcije predstavljaju temeljni turistički

resurs. Kod planiranja razvoja turizma neophodno je identificirati i evidentirati turističke atrakcije, vrednovati ih te, s druge strane, zaštititi ih od uništenja, degradacije i neracionalnog korištenja. Turističke atrakcije su zapravo motiv dolaska turista i izvan sezone čime se treba smanjiti izrazita sezonalnost turizma u Zadarskoj županiji. Najznačajnije vrste turističkih atrakcija u Zadarskoj županiji su vode odnosno more koje je osnovni turistički resurs te bogati kulturni resursi i manifestacije.

Ključne riječi: turizam, turistički resursi, Zadarska županija

Title in English: ZADAR TOURISM COUNTY

ABSTRACT

The final article deals with the topic of tourism in the County of Zadar, which is an extremely rich area of attractions of cultural, natural and social character. But not

everyone is fully valorized yet. Tourist attractions are a basic tourist resource. When planning tourism development, it is necessary to identify and record tourist attractions, evaluate them and, on the other hand, to protect them from destruction, degradation and irrational use. Tourist attractions are in fact the motive for the arrival of tourists during the off-season, which should reduce the pronounced seasonality of tourism in Zadar County. The most important types of tourist attractions in Zadar County are the waters, ie the sea, which is a basic tourist resource and rich cultural resources and events.

Keywords: tourism, tourism resources, Zadar County

1. UVOD

Predmet završnog rada je turizam u Zadarskoj županiji. Na početku se treba istaknuti kako su

se potrebe turista značajno promjene te više nije dovoljno ponuditi gostima samo sunce i more. Dolazak je potaknut različitim motivima, među kojima više se ističu nova iskustva i

doživljaj kroz gastronomiju, kulturu i zabavu, sportsko-rekreacijske i zdravstvene sadržaje te

boravak u očuvanoj prirodi. Ovo se također očituje kroz sadržaje koje su koristili, odnosno

kroz sve složenije zahtjeve za određenim sadržajima u destinaciji. Prilikom informiranja gosti

najviše koriste internetske usluge kao što su online servisi za rezervaciju, putničke internetske

stranice i društvene mreže. Također moderni oblici turizma se zasnivaju na povratnoj informaciji pri čemu gosti izražavaju svoje zadovoljstvo.

Cilj rada je istaknuti što Zadar i Zadarska županija pružaju gostima. Izdvojiti će se najzanimljivije prirodne te kulturne i društvene atrakcije koje posjeduje ova županija. Pri čemu će se prikazati što je još potrebno dodatno unaprijediti i na čemu valja kontinuirano

raditi. Pojasniti će se koliko je gostiju posjetilo Zadarsku županiju te koliko je noćenja ostvareno u periodu od 2011. do 2018. godine.

Struktura rada se sastoji od četiri dijela. Prvi dio rada je uvod u kojem se iznose predmet rada,

ciljevi te struktura rada. U drugom dijelu rada definira se pojam turizam te resursi s kojima

može raspolagati jedna turistička destinacija. Treći dio rada se odnosi na Zadarsku županiju u

kojem se ističu sve turističke vrijednosti koje ima ova županija. U ovom dijelu rada brojčano

će se objasniti koliko je turista posjetilo zadarsku županiju u protekle dvije godine. Na kraju

rada je zaključak u kojem se iznose spoznaje do kojih se došlo tijekom izrade rada.

2. DEFINIRANJE OSNOVNIH POJMOVA U TURIZMU

Turizam zadire u gotovo sve sfere društvenog i gospodarskog razvoja općenito, istodobno

međusobno djeluje kompleksno i komplementarno te je duboko inkorporiran u tijekove svakidašnjeg života. U području turizma razvijao se i razvija se multidisciplinarni korpus znanja koji objašnjava i daje smjernice za planiranje i razvoj u svim fazama i na svim razinama kao što je lokalna, regionalna, nacionalna i međunarodna (Čavlek, Bartoluci i sur.

2011;23).

Pojam turizam podrazumijeva svako putovanje ograničenog trajanja izvan mjesta stanovanja,

unutar vlastite države ili izvan nje, sa ciljem odmora, rekreacije ili razonode. Ovaj društveno-

ekonomski fenomen jedna je od najmasovnijih pojava suvremenog svijeta i uzrok je ili posljedica poboljšanih životnih uvjeta (Marković, 1990;42).

Turizam kao društveno-ekonomska pojava javio se još u doba stare Grčke, a svoj procvat

doživljava 80.-ih godina prošlog stoljeća. Da bi se neko putovanje smatralo turizmom, mora

zadovoljiti sljedeće kriterije: odgovarajući motiv putovanja kojim se ne ostvaruje zarada ili se

trajno ne mijenja mjesto prebivališta, masovnost i trajanje putovanja (turističko putovanje nije

dulje od 6 mjeseci ni kraće od 24 sata). Povijesni razvoj turizma teško je objasniti, jer se za

pojedina putovanja teško može odrediti spadaju li u turistička ili ne. Zato je potrebno prvo odrediti kriterije za razdiobu tih dviju pojava. Postoji nekoliko različitih načina periodizacije

povijesnog razvoja turizma.

Turizam se javio već u starom vijeku, iako prva putovanja nisu bila turističkog karaktera, već

su bila uvjetovana trgovinom. Tijekom srednjeg vijeka zbog mnogobrojnih razbojničkih skupina putovanja postaju nesigurna te su se poduzimala samo ona koja su neophodna, najčešće poslovne prirode. Ipak, smirivanjem situacije putovanja postaju češća Kraj srednjeg

vijeka obilježila su velika geografska otkrića, zahvaljujući kojima počinju prva istraživačka

putovanja. Sredinom 18. stoljeća, zbog tehnoloških i medicinskih dostignuća povećao se broj

stanovnika, a zbog industrijske revolucije naglo rastu i gradovi (Bartoluci, 2007;51).

Stranica | 4

Od sredine 19. stoljeća možemo govoriti o počecima organiziranog turizma. Zahvaljujući razvoju prometa i tehničkim dostignućima, stvoreni su preduvjeti za duža i masovnija putovanja, a u upotrebu po prvi put ulazi i riječ turist, kojom se označuje putnika koji obilazi

strane zemlje radi radoznalosti. Turizam u današnje doba ima veliku ulogu u gospodarskom razvoju neke države. Za razliku od prethodnog razdoblja, kada su si turistička

putovanja mogli priuštiti samo bogati građani, danas se odlazak na more smatra neizostavnim

dijelom svakog godišnjeg odmora (Bartoluci, 2007;51).

2.1 DEFINICIJE POJMOVA TURIST I TURIZAM

Turist i turizam (eng. *tour*) u početku značenje kružnog putovanja. Kriteriji za definiranje pojma turist odnosno turizam o prostorna komponenta mora postojati kretanje, no svaki putnik nije turist. Putovanje se mora zbivati izvan uobičajene sredine određene osobe. o obilježja putovanja osoba napušta uobičajenu sredinu na vlastitu inicijativu i to

dobrovoljno u

okviru svog slobodnog vremena te ne obavlja neku lukrativnu djelatnost niti tijekom putovanja niti u odredištu svog putovanja ne privređuje (Čavlek, Bartoluci i sur. 2011;25).

UNWTO definicija turizma kazuje da turizam uključuje aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju. (Nice, 1999.).

Putovanje je uvijek dvosmjerno o vremenska komponenta osoba mora privremeno izbivati

izvan uobičajene sredine dulje od 24 sata, ali izletnik (jednodnevni posjetitelj) maksimalno

jednu godinu. Svrha putovanja znači da osobe koje putuju su motivirane odmorom, rekreacijom, sportom, zdravstvenim razlogom ili posjetom prijateljima i rodbini, ili su na poslovnom putu, studiju (Čavlek, Bartoluci i sur. 2011). Turizam je skup pojava i odnosa proizašlih iz interakcije turista, davatelja usluga, država i lokalnih zajednica domaćina u procesu privlačenja i ugošćivanja tih turista i drugih posjetitelja.

Turizma je odraz opće razvijenosti društva i nedvojbeni čimbenik cjelokupnog društvenog i

gospodarskog razvoja. Turizam ima važnu ulogu u nacionalnim gospodarstvima mnogih zemalja izravno povećavajući gospodarski rast i blagostanje pučanstva. Sve raznolikije turističke potrebe potaknule su uključivanje sve više djelatnosti u stvaranju složenoga turističkog proizvoda koji može zadovoljiti takve potrebe. Definicije turizma na temelju statističkog kriterija pomažu formiranju i srećivanju građe za istraživanje biti pojave i njenih

prirodnih, društvenih ekoloških, socioloških i ekonomskih aspekata. Ove definicije preciziraju

pojavne oblike turizma s obzirom na mjesto (domaći, inozemni turizam) putovanja i boravka

ili motive putovanja (zdravlje, rekreacija, kultura itd.) ali ne daju informacije o samoj suštini

pojave (Dulčić, 1991).

Da bi se razumjela suština nekog pojavnog oblika turizma najprije je potrebno definirati sve

sudionike/subjekte tog oblika turizma, a onda istražiti sve veze i odnose koji se formiraju među njima (razlike će biti više nego evidentne kod analize npr. nautičkog turizma i seoskog

turizma, odnosno neke od njegovih varijanti) (Petrić, 2012;25).

Četiri su temeljna subjekta u turizmu (Čavlek, Bartoluci i sur. 2011):

1. privremeni posjetitelji

2. poduzetnici i ostali pružatelji usluga su svi oni koji privremenim posjetiteljima nude

proizvode i usluge za zadovoljenje svojih potreba i specifičnih želja. Imaju mogućnost

ostvarivanja profita o

3. javni sektor zemlje domaćina – ostvaruje javne prihode

4. lokalna zajednica kao domaćin turista – odražava sve negativne i pozitivne strane

kulturnog i gospodarskog utjecaja

turizma.

Pet temeljnih obilježja turizma (Čavlek, Bartoluci i sur. 2011):

1. turizma nema bez putovanja i kretanja ljudi te njihova boravka u turističkim

odredištima,

2. putovanje i boravak se moraju zbivati izvan uobičajene sredine u kojoj se osoba kreće,

3. turizam se zasniva na dvosmjernom, kružnom putovanju koje ima definiran vremenski

interval u kojem se događa,

4. svrha turističkog putovanja nikad se ne veže uz stalni boravak u destinaciji i/ili uz

zapošljavanje

5. u turističkom odredištu turisti troše, a ne privređuju - uvjeti koji determiniraju

turizam,

Turist je svaka osoba koja u mjestu izvan svog prebivališta provede najmanje jednu noć u

ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj gostiju, radi odmora ili rekreacije, zdravlja, studija, sporta, religije, obitelji, poslova, javnih misija i skupova. U turizam i turista ubrajaju

Stranica | 6

se i poslovna putovanja, što kod mnogih ne nailazi na odobravanje, tako je danas popularan

kongresni turizam.

Turizam je privremeno kretanje u destinacije izvan uobičajenog mjesta stalnog boravka i rada

koje uključuje aktivnosti za vrijeme boravka u destinaciji i usluge kojima se zadovoljavaju potrebe turista (Čavlek, Bartoluci i sur. 2011). Opći kontekst definiranja turizma znači da je to

putovanje iz zadovoljstva izvan uobičajene sredine, potrošnja sredstava stečenih u domicilu a

potrošenih u turističkom odredištu.

2.2 VRSTE I OBLICI TURIZMA

Kriteriji podjele turizma ovise o duljini trajanja turističkog boravka te mogu biti:

- izletnički,
- vikend turizam,
- boravišni turizam.

Prema prostoru na kojem se turizam doganja može biti

- urbani i
- ruralni.

Dobna struktura turista dijeli turizam na dječji, omladinski, obiteljski, turizam „treće dobi“.

Godišnje doba ga dijeli na zimski i ljetni. Prema intenzitetu korištenja privatnih kapaciteta može biti predsezonski, sezonski, posezonski, izvansezonski masovni i alternativni turizam,

tj. održivi turizam što je alternativa sadržajima i ponašanju u turizmu sa svrhom da se turizam

unaprijedi (Čavlek, Bartoluci i sur. 2011).

Specifični oblici turizma odnose se na posebnu skupinu turističkih kretanja koja su uvjetovana

odredbenim, dominantnim turističkim motivom koji turističkog potrošača pokreće na putovanje u destinaciju čija je turistička ponuda sadržajima prilagođena ostvarenju doživljaja

vezanih uz dominantan interes tog potrošača. Turizam koji je zasnovan na prirodnim resursima su zdravstveni, sportski, nautički turizam, ekoturizam, seoski (agro turizam), lovni i

ribolovni, naturizam, robinzonski turizam.

Stranica | 7

Turizma zasnovan na društvenim resursima je

- kongresni (eng. MICE. – *meetings, incentives, conventions, events*),
- kulturni, gastronomski i enofilski turizam,
- turizam doganjanja (*event tourism*),
- vjerski turizam,
- turizam na umjetno stvorenim atrakcijama, casino-turizam i drugi (Čavlek, Bartoluci i sur. 2011).

2.3 TURISTIČKI RESURSI

U ekonomiji resursi se definiraju kao materijalna i duhovna dobra koja se mogu

gospodarski

iskoristiti (valorizirati), odnosno kao čimbenici koji se rabe u proizvodnji nekih roba ili usluga

i sudjeluju u stvaranju realnoga bruto domaćeg proizvoda i ubrajaju se u temeljne čimbenike

proizvodnje. U relativnom smislu su ograničeni zato što se konstantno troše. Što je bogatstvo

resursa veće i raznovrsnije, to su veće mogućnosti i opsega i kvalitete proizvodnje dobara,

odnosno pružanja usluga.

Vrste resursa prema postanku:

- Prirodni resursi čine ukupnost svih prirodno-zemljopisnih uvjeta koji mogu utjecati na proizvodnju, ali i na cjelinu ekonomskog života jedne zemlje sva ona dobra koja se nalaze u svom okruženju; zemlja, vode, flora, fauna. Mogu se podijeliti na obnovljive (voda, oni koji se regeneriraju) i neobnovljive (rudna bogatstva, oni koji se troše i nepovratno gube)
- Društveni (socioekonomski) resursi čine ih čovjek, stupanj ili razina obrazovanja stanovništva, baština. Društveni resursi su sve pojave, objekti, procesi i događaji koji kod čovjeka stvaraju potrebu za kretanjem da bi zadovoljio svoje društvene i kulturne potrebe, nazivaju se društvenim (antropogenim) resursima. To su oni sadržaji za koje su vezana estetska i znamenita svojstva (atributi), a stvorili su ih narodi ili etničke skupine u davnoj ili bliskoj prošlosti o dijele se na: kulturno-povijesne, etnosocijalne, umjetničke, manifestacijske i ambijetalne.

Dakle, turistički resursi su sva sredstva koja se mogu privesti nekoj korisnoj svrsi u turizmu,

pri čemu ti resursi moraju imati visok stupanj privlačnosti kako bi svojim karakteristikama privukle određeni segment turističke potražnje. Svaki turistički resurs ne mora biti turistička

atrakcija, ali je svaka turistička atrakcija turistički resurs. Turističke atrakcije su glavni resursna kojem se razvija turizam jer bez turističkih atrakcija ne bi bilo turizma, ali bez turizma ne bi bilo ni turističkih atrakcija (Kusen, 2002).

Turistički resursi su osnovni motiv dolaska turista, jer čine osnovu za nastanak turističke atrakcije turističke destinacije. Međutim resursi su samo potencijali čijom valorizacijom tek

postignemo uspostavljanje turističke atrakcije. Turistički resursi tako predstavljaju potencijal,

sirovine iz kojih je znanjem, iskustvima i sposobnošću menadžmenta moguće oblikovati turističke atrakcije. Oni su sastavni dio gospodarskih i drugih resursa u nekoj destinaciji i nisu

sami po sebi turističke atrakcije, kao što se čini na prvi pogled (Magaš, 2018).

Turistički resursi zahtjevnim procesom preoblikovanja mogu postati korisni u turizmu, prepoznatljivi, dostupni na tržištu i stvarati dodatnu vrijednost. Taj proces oblikovanja turističkih resursa u turističke atrakcije nazivamo turistička valorizacija, a ona je u domeni

turističkog ili destinacijskoga menedžmenta. Resursi su najvažniji dio (jezgra) turističkoga proizvoda, a atrakcije predstavljaju osnovni motiv dolaska turista u neku turističku destinaciju.

Osim navedenoga resursi imaju određena svojstva, osobine i identitet koji postaju sastavni dio

svojstava i identiteta same destinacije. Po njima ih turisti prepoznaju na tržištu. Bogatstvo turističkim resursima predstavlja komparativnu prednost u gospodarskom razvoju neke zemlje, zato je zbog izuzetne vrijednosti turističkih resursa u turističkom gospodarstvu potrebno sustavno baviti se njima. Turistički resursi podliježu turističkim trendovima: dokazana je naime dijalektička veza između razvoja ljudskoga društva i razvoja turizma. Prirodni resursi neke destinacije nikako ne zadovoljavaju više očekivanja i zahtjeve suvremenog turista, osim toga zbog pretjerane ovisnosti o pretežitom prirodnim resursima destinacije današnjice imaju ozbiljne probleme. Suvremeni turizam tako zahtjeva autentični

doživljaj turista koji omogućava kontakte s lokalnim stanovništvom i uživanje u autentičnom

okolišu (Magaš, 2018).

Turistički resursi se mogu podijeliti u tri grupe (Magaš, 2018):

1. temeljni turistički resursi
2. ostali izravni turistički resursi i
3. neizravni turistički resursi.

U drugu skupinu, ostale turističke resurse su turističke graĎevine, ureĎaje, agencije, informacije i promidţbeni materijal, kadrove, educiranost lokalnog stanovništva, turistiĎku organiziranost destinacije i sustav turistiĎkog informiranja. U treću skupinu, neizravne turistiĎke resurse, ubraja se komunalna infrastruktura i sadrţaji društvenog standarda, geoprometni poloţaj, prometnu povezanost, dobru prostornu organizaciju, lijepo oblikovane zgrade, ulice, trgove, vrtove, perivoje, gradske parkove i sl., mirnodopsko stanje i politiĎku stabilnost itd. Raspoloţivost turistiĎkim resursima u mnogoĎemu ovisna je o trendovima, trţištu i oĎekivanjima turista. Dokazana je veza izmeĎu razvoja ljudskog društva i razvoja turizma. Moţe se zakljuĎiti da turistiĎki trendovi uvjetuju turistiĎke resurse.

Osnovne znaĎajke turistiĎkih resursa stoga su to da (Vodeb, 2010):

- Svoje znaĎajke i identitet prenose na identitet destinacije.
- Po njima je destinacija prepoznatljiva na trţištu.
- TuristiĎke atrakcije su osnovni motiv dolaska turista.
- Pozicioniranje na trţištu ovisi o identitetu i imidţu turistiĎke atrakcije destinacije.

Suradnja unutar destinacije izmeĎu pojedinih aktera i nositelja turistiĎke ponude jedini i osnovni modus djelovanja, koji proizlazi iz njene sustavne strukture. Na taj naĎin destinacija

postiţe jedinstvenost i cjelovitost, koju turistiĎka potraţnja oĎekuje. Tako je konkurentnost turistiĎke destinacije njena sposobnost da svoje resurse odnosno turistiĎke atrakcije koristi

dugoroĎno uspješno.

2.4 TURISTIČKI PROIZVOD

Atraktivnosti čine osnovu turističkoga proizvoda. Turisti će odabrati takav proizvod destinacije kojim će najbolje zadovoljiti svoje potrebe. Potražnja ovisi o atraktivnosti. Što je proizvod atraktivniji privući će veći broj turista. Dibb i ostali (1995) destinacijski proizvod definiraju kao: sve ono korisno, odnosno ponekad i nekorisno što netko primi prilikom razmjene. Proizvod je sveukupnost opipljivih i neopipljivih svojstava, uključujući funkcionalne socijalne i psihološke koristi i zadovoljstva. Proizvod može biti ideja, usluga, roba ili bilo koja kombinacija tih triju pojmova. Da bi se proizvod turističke destinacije mogao oblikovati, promovirati i uravnoteženo razvijati, potrebno je temeljito analizirati njegove sastavnice. Takvom analizom treba obuhvatiti (Berc Radišić, 2009):

- identifikaciju realnih sastavnica turističkoga proizvoda
- procjenu sastavnica turističkoga proizvoda
- ocjenu mogućnosti komercijalizacije pojedinih sastavnica turističkoga proizvoda
- stavove menadžmenta o sudjelovanju pojedinih sastavnica u turističkom proizvodu, obzirom na njihovu privlačnost i ograničenja u

valorizaciji

- izbor sastavnica turističkoga proizvoda koji na tržištu najbolje konkuriraju i izražavaju identitet ponude kao brend destinacije.

Pri analizi turističke destinacije potrebno je uzeti u obzir sljedećih šest elemenata (Magaš,

2018):

- atrakcije (prirodne, umjetne, izgrađene, svrhovito izgrađene, baština, posebna događanja),
- pristupačnost (cjelokupni infrastrukturni sustav koji se sastoji od staza, terminala i vozila),
- sadržaji (smještajni i ugostiteljski objekti, maloprodaja, ostale turističke usluge)
- dostupni paketi (turistički paketi od posrednika i grosista),
- aktivnosti (sve aktivnosti dostupne u destinaciji i koje turisti poduzimaju tijekom boravka),
- pomoćne usluge (usluge koje koriste turisti kao što su banke, telekomunikacija, pošte, kiosci, bolnice, itd.).

Turistička atrakcija je privlačan element u nekoj turističkoj destinaciji u obliku kulturno-povijesne baštine, prirodne cjeline ili pojave priredbe ili događaja koji motivira turiste za dolazak i okosnica je razvoja turizma u destinaciji o mogu se interpretirati kao zariste

Stranica | 11

rekreacije i obrazovne aktivnosti izletnika i turista koje oni često dijele s domaćim stanovništvom. Prema vrsti, mogu se grupirati kao (Čavlek, Bartoluci i sur. 2011):

- prirodne i one koje je čovjek sam izgradio,
- prirodne: klima, planine, rijeke, jezera, flora i fauna, pejzaž, rezervati životinja.
- atrakcije koje je stvorio čovjek: kulturno-povijesna baština, etnosocijalne i umjetničke
 - atrakcije, tematski parkovi, kazališta,
- elementi atraktivnosti destinacije klima i prirodne ljepote,
- kulturna i društvena obilježja,
- dostupnost,
- odnos prema turistima,
- infrastruktura,
- razina cijena,
- mogućnosti za kupnju,
- sadržaju za sport, rekreaciju i edukaciju i dr.

Razmatra li se turistička destinacija u kontekstu modernog teorijskog shvaćanja onda se podrazumijeva kao širi, integrirani prostor, koji gradi svoj turistički identitet na koncepciji kumulativnih atrakcija koje, zbog doživljaja što ga omogućuju u kombinaciji s dodatnom turističkom infrastrukturom, prostor pretvaraju u mjesto/lokalitet intenzivnog okupljanja turista.¹Odnosno, turistička destinacija dominantno je uvjetovana predodrećenošću posjetitelja, odnosno njegovim ovim željama, sklonostima, interesima, ukusom i sl. U nastavku ovog dijela rada detaljno će se objasniti i definirati pojam turističke destinacije te čimbenici koji utječu na razvoj destinacije.

¹ Vukonić, B. Turizam u dugoročnoj strategiji gospodarskog razvoja Hrvatske. // Ekonomija. 5(1998/1999), 4, str. 647-669.

Stranica | 12

2.5 TURISTIČKA DESTINACIJA

Destinacija se može primijeniti u svim odgovarajućim oblicima romanskih jezika, ali je jako

raširena i u anglosaksonskim zemljama. U turizmu je ušla pod sredstvom prometa, posebice

onog zračnog koji koristi englesku terminologiju. Pojam destinacije počeo se širiti i na istraživanja u turizmu, početkom sedamdesetih godina 20-og stoljeća, postajala je sve više

istoznačnica za turistički lokalitet, zonu, regiju, skup zemalja pa čak i kontinent. Ovakav razvoj uz pokoje prigovore kritičara protezanja izvornog značenja pojma na novi područje

znanstvenog interesa, imao je svoje začetke u radovima pojedinih američkih, no i domaćih

autora (Magaš i sur. 2018). Iz tog doba datiraju i prve definicije koje se u svojoj biti svode na

odrečenu prostornu cjelinu ili jedinicu.

Za razliku od turističkog mjesta koje imaju čvrsto određene administrativne granice, turističke

destinacije nemaju administrativne granice. One postaju optimalno kombiniran i tržišno prilagođen prostor koji razvojem važnih i dominantnih sposobnosti u destinaciji stvara pretpostavke koje će joj omogućiti da se u usporedbi s konkurencijom dugoročno postigne dobri turistički rezultati. (Magaš i sur. 2018).

Uzimajući u obzir privlačnu snagu atrakcija, destinacije možemo podijeliti na:

1. primarne destinacije
2. sekundarne destinacije.

Primarne destinacije raspolažu sa atrakcijama jake privlačne snage koje su prepoznate na

međunarodnoj razini. Takve destinacije su glavni cilj putovanja turista u kojima se zadržavaju

dulje vrijeme. Sekundarne destinacije raspolažu sa atrakcijama slabije privlačne snage. Takve

destinacije nisu glavni cilj putovanja, nego ih turisti posjećuju na putu prema primarnim destinacijama. Sekundarne destinacije su uglavnom izletničke destinacije u kojima se turisti

kraće zadržavaju, jer ne raspolažu sa atrakcijama koje bi turiste zadržali dulje vrijeme. Budući

da današnji turisti na svom putovanju posjećuju više destinacija, takva se putovanja najčešće

sastoje sa jednom primarnom i više sekundarnih destinacija. Većina se destinacija može svrstati u nekoliko kategorija koje predstavljaju njihovu primarnu privlačnost.

Dakle, značajke suvremene turističke potražnje ali i ponude su heterogenost i istančanost

očekivanja turista. Zbog sve veće dostupnosti turističkih putovanja suvremeni turisti imaju

veliki izbor, što pojačava stupanj konkurentnosti za destinacije. U tom mnoštvu ponude igra

ulogu samo vrhunska kvaliteta i diferencijacija. Turist očekuje cjelovit, jedinstven turistički

doživljaj, a da bi to postigli turistička ponuda mora djelovati usklađeno. Međutim, veći broj

aktera na destinaciji zahtjeva precizniju i učinkovitiju koordinaciju djelovanja. Problem svakog sustava destinacije je upravo područje koordinacije za postizanje cjelovitog turističkog

doživljaja. Za turističku destinaciju treba reći (Magaš i sur. 2018):

- da čini prostornu cjelinu turističke ponude,
- da mora raspolagati dostatnim elementima ponude,
- da je orijentirana tržištu, turistima,
- da je neovisna o administrativnim granicama,
- da se destinacijom mora upravljati. z navedenih obilježja proizlazi činjenica da destinacija ima i proizvodnu funkciju ponude odmora, koja kombinacijom elemenata

ponude,

- „proizvodi“ destinacijski proizvod. Kao takva destinacija je konkurentna jedinica u receptivnom turizmu odnosno turistička destinacija je proizvod, dok izraz odredište predstavlja cilj.

Početak sedamdesetih godina 20. stoljeća, u vrijeme samog vrhunca masovnog turizma u

zapadnom dijelu svijeta, pojam turistička destinacija zamijenit će pojam turističko mjesto.

Razlog tomu su korjenite promjene koje su uzrokovane turističkim tokovima počevši od 1950.

godine kada počinje razvoj masovnog turizma u svijetu. Te promjene nisu evidentne samo u

negativnim ekološkim i socijalnim posljedicama masovnog turizma, te skokovitim

gospodarskim razvojem nego i promjenama u očekivanjima, zahtjevima turista te njihovim

odnosom prema kulturi domaćina (Magaš i sur. 2018).

U periodu zadnja dva desetljeća došlo je do promjena turističkih doživljaja. Turisti imaju već

puno više iskustava s putovanjima, njihova su turistička čula istančanija i profinjenija pa se ne

zadovoljavaju više homogenom turističkom ponudom. Sve više traže raznovrsnost ponude,

individualni pristup, različite načine za provođenje slobodnog vremena na putovanju – oni

očekuju jedinstveno i cjelovito turističko iskustvo. Ta jedinstvenost i cjelovitost u

raznovrsnosti postiže se povezivanjem nositelja turističke ponude, osmišljenim

kombinacijama sadržaja turističke ponude i usklađenim djelovanjem svih

aktera.

Potrebno je uspostaviti određena pravila ponašanja turista, lokalne zajednice i turističkoga

gospodarstva te se posvetiti pažljivom planiranju prostora. Isto tako iskazala se potreba za

planiranjem i razvojem turističkoga proizvoda te različitih tržišnih aktivnosti, pogotovo segmentacije gostiju. Ukratko, potrebno je bilo potražiti odgovarajući pojam koji predstavlja

odrečenu prostornu cjelinu, raspoložive brojnim i raznovrsnim elementima turističke ponude

(integralni turistički proizvod) i koji se može na tržištu ponuditi kao cjeloviti turistički proizvod. (Magaš, 2001). Tako je u turističkoj teoriji uspostavljena upotreba pojma turistička

destinacija koji predstavlja zajednički, širi funkcionalni prostor jednog ili više turističkih mjesta, ovisno o preferencijama tržišta.

2.6 UTJECAJ TURIZMA NA DESTINACIJU

Utjecaj će turizma na svaku destinaciju biti određen vrlo različitim čimbenicima:²

- obujmom turističkih dolazaka
- strukturom domicilnog stanovništva
- tipovima turističkih aktivnostima
- socijalno-kulturnim različitostima domaćina i turista
- osjetljivošću domaće okoline.

Svi čimbenici povezani su s granicama nosivosti kapaciteta. Svaka destinacija će biti

predmet

nosivosti kapaciteta, što znači da je određena razina turističkih aktivnosti dugoročno održiva,

a da destinacije ne bude izložena ozbiljnim i nepopravljivim promjenama. Ako se granica nosivosti kapaciteta prekorači, destinacija će se naći u situaciji da će se naglo povećati negativni učinci, dok će se pozitivni smanjiti.

Turističke aktivnosti utječu na socijalni, kulturni, ekološki i gospodarski aspekt destinacije.

Vjerujući da ti utjecaji dobivaju na važnosti porastom turističkih dolazaka, nužno je da postoji

prag podnošljivosti broja posjetitelja, a njegovim prekoračenjem utjecaji postaju neprihvatljivi

i nepodnošljivi. Granica nosivosti kapaciteta definirana je kao ona razina prisutnosti turista

koja stvara pozitivne utjecaje na domicilno stanovništvo, okolinu, gospodarstvo i turiste, a

održiva je i u budućnosti.

² Vodeb, K. (2010). Turistična destinacija kot sistem, Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije – Portorož, Turistica.

Treba uzeti u obzir sljedeće čimbenike (Magaš, 2018):

- dužina boravka
- karakteristike turista
- zemljopisna koncentriranost posjetitelja

- stupanj osjetljivosti.

Turizam je povezan s utjecajima na društvo, kulturu, okolinu i gospodarstvo, vrlo je vjerojatno da će prag granice nosivosti biti prijeĎen u jednom od tih podruĎja, a ne u svima

odjednom. TuristiĎke aktivnosti vrše pritisak, npr. Na lokalni ekosustav, prije nego bi mogla

ugroziti socijalnu strukturu, kulturu ili gospodarstvo. To znaĎi da granice nosivosti kapaciteta

za navedenu destinaciju odreĎuju ekološka razmišljanja, a da su ostali Ďimbenici ispod mogućnosti podnošenja kapaciteta. Da bi se ispitala granica nosivosti kapaciteta, potrebno je

promatrati odreĎeno podruĎje. OdreĎivanje granica nosivosti moĎe se prikazati kao funkcija

razliĎitih Ďimbenika koji utjeĎu na destinaciju

3. TURIZAM U ZADARSKOJ ŽUPANIJI

3.1 OPĆENITO U ZADARSKOJ ŽUPANIJI

Zadarska županija po svom geoprometnom položaju zauzima vrlo značajno mjesto u Republici Hrvatskoj. Određena svojim središnjim prirodnim položajem, Zadarska županija ima veliki značaj i ulogu u prometnom povezivanju sjevera i juga Hrvatske, kako u cestovnom, tako i u željezničkom prometu (Razvojna strategija Zadarske županije, 2016).

Slika 1. Zadarska županija

Zadarska županija proteže se na prostoru ukupne površine 7.276,23 km², a smještena je na

središnjem dijelu hrvatske obale Jadrana. Određena svojim prirodnim položajem u Republici

Hrvatskoj, Zadarska županija postaje i značajna prometna poveznica; povezana je državnim

cestama i autocestom A1 Zagreb – Split (tzv. Dalmatina), zračnim linijama (Zračna luka

Zadar), trajektnim vezama s Anconom u Italiji (iz grada Zadra) te željezničkim pravicima s

ostatkom Hrvatske (Razvojna strategija Zadarske županije, 2016).

Geografski, Țupaniju okruŕuju cresko-lošinjska, kornatska, Țutsko-sitska, te murterska otočna

skupina. S kopnene strane, okruŕena je planinskim lancem Dinarida, odnosno masivom Velebita, Ličkim sredogorjem, Plješivicom, i Ullicom (BiH), te sjevernodalmatinskom zaravni. Posebnost Țupanijskog područja je brojnost otoka, kanala, morskih prolaza, duboko

uvučene morske površine u kopno, razvedena obala, plodna zona Ravnih kotara i krš brdsko –

planinskog prostora. Administrativno, graniči sa Šibensko-kninskom, Primorsko-goranskom i

Ličko-senjskom Țupanijom. Na istoku graniči s Bosnom i Hercegovinom, duŕina granice je 24 km, a meĀunarodna morska granica s Italijom, prema zapadu, iznosi 83,43 km.³

Zadarska

Țupanija ukupne je površine 7.276,23 km² (8,3% ukupne površine Hrvatske), od čega 3.643,33 km² (6.4% površine RH) otpada na kopneni dio, a 3.632,9 km² na morski dio (11,6% teritorijalnog mora Republike Hrvatske) (Razvojna strategija Zadarske Țupanije, 2016).

Tablica 1. Osnovni podatci o Zadarskoj Țupaniji

Vrsta

površine

% površine u

odnosu na

Republiku

Hrvatsku

Kopneni dio 56.594,59

km²

Duljina drŕavne

Površina

Duŕina drŕavne

granice u

RH

granice

Țupaniji Površina

Țupanije

950 km 3.643,33 km² 24 km 6,40%

Morski dio 31.067,00

km²

2.028 km 3.632,9 km² 83,43 km 11,60%

Ukupno 87.661,00

km²

2.978 km 7.276,23 km² 107,43 km 8,30%

³ <https://www.zadarska-zupanija.hr/o-nama/polozaj-i-osnovne-prostorne-karakteristike-zadarske-zupanije>

Stranica | 18

Zadarska županija je teritorijalno organizirana u 34 jedinice lokalne uprave i samouprave,

odnosno 6 gradova (Zadar, Benkovac, Biograd n/M, Obrovac, Pag i Nin) i 28 općina (Bibinje,

Galovac, Gračac, Jasenice, Kali, Kolan, Kukljica, Lišane Ostrovičke, Novigrad, Pakoštane,

Pašman, Polača, Poličnik, Posedarje, Povljana, Preko, Privlaka, Ražanac, Sali, Stankovci,

Starigrad, Sukošan, Sveti Filip i Jakov, Škabrnja, Tkon, Vir, Vrsi i Zemunik Donji).

Grad Zadar administrativno je središte županije i peti grad po veličini u Republici Hrvatskoj.

Najveću površinu među gradovima imaju Benkovac (513,84 km²), Obrovac (352,73 km²) te

Zadar (191,71 km²). Od 28 općina najveću površinu u Zadarskoj županiji imaju Gračac (955,45 km²), Starigrad (171,47 km²), Sali (127,47 km²) te Jasenice (121,30 km²).

3.2 PROSTORNO-RAZVOJNE CJELINE ZADARSKE ŽUPANIJE

S obzirom na osnovna prirodno-geografska obilježja, Prostornim planom Zadarske županije

izvršena je podjela prostora na sedam geomorfoloških i prostorno-razvojnih cjelina, a to su

(Razvojna strategija Zadarske županije, 2016):

Zadarska urbana regija

Obuhvaća obalni prostor od općine Pakoštane na jugoistoku do općine Vir na sjeverozapadu

uključujući i relativno uski zaobalni pojas Zadarske županije. To je prostor koji gravitira regionalnim centrima Zadru i Biogradu na Moru te predstavlja urbano najjače eksploatiran prostor.

Zadarski otoci

U prostorno-razvojnem i demografskom kontekstu otočni prostor Zadarske županije jedan je

od najosjetljivijih i najugroženijih dijelova županije kojeg karakteriziraju kontinuirano raseljavanje, starenje stanovništva i odumiranje gospodarskih aktivnosti. Iznimku predstavljaju otoci Ugljan i Pašman koji se razvijaju kao prigradske zone obalnih gradova

Zadra i Biograda na Moru.

Ravnokotarski zaobalni prostor

Ravnokotarski zaobalni prostor obuhvaća 6 općina i broji 18.385 stanovnika. Na

hrvatskom

primorju malo je tako prostranih i plodnih krajeva kao što su Ravni kotari koji zbog svojih geomorfoloških obilježja i klimatskih uvjeta predstavljaju izniman razvojni resurs Zadarske

županije. Područje Ravnih kotara koje graniči s Bukovicom, točnije šire benkovačko područje, poznato je i po eksploataciji pločastog vapnenca koji se koristi u graditeljstvu i iznimno je cijenjen.

Prostor Podvelebitskog kanala

Ovu regiju Zadarske županije čini pet općina smještenih sa sjeverne i južne strane

Podvelebitskog kanala te uz Novigradsko more i Karinsko more. Glavni razvojni resurs ovog

područja je turizam koji se prije svega naslanja na značajnu prirodnu baštinu ovog kraja

–

Nacionalni park Paklenica, Park prirode Velebit, zaštićeni kanjon rijeke Zrmanje i druge prirodne znamenitosti od najšireg značenja.

Bukovica

Bukovica zauzima prostor triju jedinica lokalne samouprave smještenih na području južnog

velebitskog pobraća. To je kraj s oskudnim površinama poljoprivrednog zemljišta, tradicionalno orijentiran na stočarstvo. Bukovica je ujedno i među najslabije nastanjenim područjima Zadarske županije.

Ličko-pounski prostor

Ovu regiju Zadarske županije čini tek jedna općina (općina Gračac) koja geografski predstavlja sastavni dio Like sa svim problemima i razvojnim teškoćama tog dijela

države.

No, iako geografski pripada Lici, Zadar je uvijek bio i dugoročno će ostati gravitacijsko središte ovog područja kao lokalni gospodarski, administrativni i kulturni centar. Ovaj prostor

je najslabije nastanjeno područje Zadarske županije.

Otok Pag (dio)

Otok Pag je jedini hrvatski otok koji je podijeljen između dvije županije. Sjeverni dio otoka

(Grad Novalja) nalazi se u Ličko-senjskoj, a južni (Grad Pag, Općina Kolan i Općina Poveljana) u Zadarskoj županiji. U granicama Zadarske županije je 70% površine otoka i pripadajući otoci (Maun, Škrda). Otok Pag obilježava izrazita dinarska morfostruktura koja

Stranica | 20

odgovara morfostrukтури Ravnih kotara. Površina Otoka Paga u Zadarskoj županiji je 200,17

km **3.3 INSTITUCIONALNI I STRATEŠKI OKVIR UPRAVLJANJA TURIZMOM**

Institucionalni okvir upravljanja razvojem turizma na području Zadarske županije čine državna, društvena, gospodarska i strukovna razina. Državnu razinu upravljanja razvojem turizma obavljaju:

- ministarstvo turizma;
- ured državne uprave u zadarskoj županiji,
- služba za gospodarstvo i imovinsko pravne odnose,
- odjel za ugostiteljstvo i turizam;
- zadarska županija,

- upravni odjel za more i turizam te
- gradovi i općine posredstvom svojih turističkih zajednica.

Glavno tijelo zaduženo za promicanje i unapređenje turizma RH temeljem Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma su turističke zajednice koje ujedno

činje i društvenu razinu upravljanja razvojem. Osim Hrvatske turističke zajednice kao krovne

nacionalne organizacije sustav turističkih zajednica u Zadarskoj županiji čine:

- Turistička zajednica Zadarske županije te
- 31 turistička zajednica gradova i mjesta.

Uz županijsku turističku zajednicu, općinske i gradske turističke zajednice, utjecaj na turistički razvoj imaju i Hrvatska gospodarska komora, Sektor za turizam te Obrtnička komora Zadarske županije, kao i Ceh ugostitelja i turističkih djelatnika. Ove institucije čine

ekonomsku razinu upravljanja turističkim razvojem. Posljednja razina upravljanja turističkim

razvojem je strukovna razina, a ona obuhvaća razna udruženja na nacionalnoj, regionalnoj te

lokalnoj razini (Razvojna strategija Zadarske županije, 2016).

3.4 RESURSI ZADARSKE ŽUPANIJE

Turističke atrakcije predstavljaju temeljni turistički resurs. Kod planiranja razvoja turizma neophodno je identificirati i evidentirati turističke atrakcije, vrednovati ih te, s druge strane,

zaštititi ih od uništenja, degradacije i neracionalnog korištenja. Turističke atrakcije mogu biti

motiv dolaska turista izvan sezone te time smanjiti izrazitu sezonalnost turizma u Zadarskoj

županiji. Najznačajnije vrste turističkih atrakcija u Zadarskoj županiji: vode – more je osnovni

turistički resurs Zadarske županije i kakvoća mora je, na više od 98% mjesta na kojima je mjerena, ocijenjena odličnom (Razvojna strategija Zadarske županije, 2016).

Temelj na kojemu Zadarska županija kao destinacija mora graditi svoju ponudu je motiv turista za dolazak u destinaciju. Motivi su kompleksna psiho-socio-ekonomska pojava koja

svojim kombinacijama i isprepletenošću dovodi do odabira određene destinacije, a u konačnici zadovoljstvo destinacijom ovisi o percepciji turista o tome koliko se destinacija prilagodila njegovom temeljnom motivu dolaska.⁴

Područje Zadarske županije je iznimno bogato atrakcijama koje nisu u potpunosti valorizirane, stoga prilikom odabira Zadarske županije kao destinacije za odmor porastom

starije dobi turista raste zanimanje i motiviranost prirodnim ljepotama, mirom i zelenilom,

kulturnim znamenitostima i događanjima te uživanjem u jelu i piću. Također, s rastom stupnja

obrazovanja raste i udio turista motiviranih prirodnim ljepotama, kulturno-sakralnim znamenitostima te uživanjem u jelu i piću, a pada motiviranost suncem i morem, blizinom

i

prometnom dostupnošću, preporukom i navikom posjeta destinaciji. Povoljna ponuda kao

motiv iznadprosječno utječe na one kupce koji putuju tri i više puta izvan domicilne države.

⁴ Strategija razvoja turizma,

https://onama.zadar.travel/strategija_razvoja_turizma_grada_zadra_za_razdoblje_2016_2026_godine.pdf, (18.09.2019)

Stranica | 22

3.4.1 Kulturno – povijesna baština

Kulturna baština Zadra i regije, od najstarijih vremena do nedavne prošlosti, bogata je i vrlo

vrijedna. U Zadru se mogu pronaći ostaci iz stare antike, starokršćanskog pa sve do ranog

srednjeg vijeka. U ranokršćansko doba je izgrađen episkopalni kompleks s katedralom, baptisterijem, i episkopijem. Crkva sv. Donata najvrjedniji je primjer predromaničkog graditeljstva u nas. Crkva, kapitul i zvonik sv. Marije, crkva sv. Krševana i sv. Stošije su primjeri romaničkog stila. Gotički je stil zastupljen u crkvama sv. Frane, sv. Dominika i sv.

Mihovila. Gradske zidine su iz razdoblja renesanse. 60% povijesne jezgre srušeno je u

II.

svjetskom ratu (Razvojna strategija Zadarske županije, 2016).

Slika 2. Crkva svetog Donata

Mnogobrojni zadarski otoci posjeduju vrlo vrijednu povijesnu baštinu. Na zadarskim otocima

ima i starih utvrda poput Kašteline na Viru i Svetog Mihovila na Ugljanu, kule Torete na Silbi, a u Velom Ratu na Dugom otoku nalazi se i jedan od najljepših hrvatskih svjetionika.

Najvrijednija kulturna baština zadarskih otoka odnosi se na najveći otok Pag; otok soli, sira i

čipke. Pag predstavlja jedinstveni spomenik srednjovjekovnog urbanizma u Hrvatskoj.

Na otoku Pašmanu nalaze se dva vrijedna samostana – franjevački iz 14. - 18. stoljeća i benediktinski iz 12. - 15. stoljeća. Drugi je vaŕan kao jedini aktivni muški benediktinski samostan u Hrvatskoj, a ističe se i vrijednom zbirkom starih slika i atraktivnim poloŕajem. U

srednjem vijeku Nin je bio prva prijestolnica Hrvata, a biskupsko sjedište bio je od 9. do

19.

stoljeća. Na malom prostoru otočića nalazilo se 12 crkava i 3 samostana od čega su danas

ostale sačuvane crkve: crkva sv (Razvojna strategija Zadarske županije, 2016).

Stranica | 23

Slika 3. Grad Nin

Kopneno zaleđe Zadra u području Ravnih kotara i Bukovice obiluje vrijednim kulturno-povijesnim spomenicima. Među njima posebno mjesto zauzimaju spomenici koji se povezuju

s vitezovima templarima i redom ivanovaca u Hrvatskoj. Središte Ivanovaca bilo je u gradu

Vrani, a čuveni su vranski priori, sve do njegova pada u turske ruke u 16. stoljeću, imali ključnu ulogu u upravljanju hrvatskom srednjovjekovnom državom. Danas su od srednjovjekovne Vrane ostale samo zidine uz istoimeno selo uz obale Vranskog jezera.

U blizini Benkovca nalazi se i stara utvrda Kličevica iz 15. stoljeća te franjevački samostan

Karin iz 15.- 18. stoljeća. Urbana struktura Biograda svoje podrijetlo vuče iz ranog srednjeg

vijeka, premda je sam prostor poluotoka bio naseljen znatno ranije. Pojas obrambenih zidova

s okruglim kulama porušen je krajem 19. st (Razvojna strategija Zadarske županije, 2016).

Zadarska županija bogata je kulturno-povijesnom baštinom te arheološkim lokalitetima i spomenicima. Za godinu početka organiziranoga muzejskog djelovanja u Zadru uzima se

1832. godina. danas su najznačajniji muzeji Zadarske županije:

- Narodni muzej,
- Arheološki muzej Zadar,
- Muzej antičkog stakla.

Bogatu kulturnu baštinu predstavljaju i ustanove koje su se obnovile ili se obnavljaju u sklopu

ranije navedenih projekata. Najpoznatija je Kneževa palača, čija je rekonstrukcija završena. U

tijeku je također obnova Palače Cedulin. Maškovića han je najveći spomenik osmanskog

graditeljstva u RH.

Prema DZS-u, 2015. godine na prostoru Zadarske županije registrirana su ukupno 2

kinematografa ukupnog kapaciteta 1.834 sjedala te dvije kazališne dvorane, Hrvatsko narodno

kazalište kapaciteta 643 sjedala te Kazalište lutaka Zadar kapaciteta 204 sjedala. Za

potrebe

održavanja kazališnih predstava i koncerata koristi se i dvorana Športskog centra Višnjik u Zadru, kapaciteta 6.503 sjedećih mjesta.⁵

3.4.2 Manifestacije

Manifestacije se najvećim dijelom odvijaju tijekom ljetne sezone i s njima se nastoji obogatiti

turistička ponuda. Uglavnom se radi o kulturnim, zabavnim i sportskim manifestacijama koje

se tradicionalno održavaju i kojima je cilj privlačenje velikog broja turista i time promocija mjesta u kojem se manifestacija održava.

Kulturne i zabavne manifestacije uglavnom su sezonskog karaktera, dok se nekoliko sportskih

manifestacija odvija i izvan sezone poput Škrapinga na otoku Pašmanu, maratona i trekkinga

na području NP Paklenica i PP Velebit te Tradicionalnog susreta penjača i natjecanja u brzom

penjanju velikih stijena u NP Paklenici. Škraping je jedinstvena internacionalna trekking utrka po oštrom otočkom kamenju i ubraja se u ekstremne sportove. Svake godine održava se

tijekom ožujka, a naziv je dobio prema škrapama, oštrom kamenju. Penjanje, skakanje,

hodanje, snalaženje u prirodi i pustolovni turizam, glavne su karakteristike ove međunarodne

utrke.⁶

Neke od poznatijih manifestacija:⁷

- Održavaju se Materine uťance koje je tno-gastro manifestacija koja slavi ovu regiju

kroz povijest njenih ȋena, starih obiĉaja i neodoljive spize.

- Highlander Velebit je petodnevno, preko 100 km dugo planinarsko iskustvo kroz spektakularne ljepote parka prirode Velebit, a koje ukljuĉuje i prolazak kroz dva nacionalna parka: Sjeverni Velebit na sjeveru i Paklenicu na jugu.
- Jedna od najsenzacionalnijih meĉunarodnih regata na Jadranu, Shimuni Open je nevjerojatna fuzija adrenalinske zabave i vrhunske atmosfere u kojoj će uȋivati svi ljubitelji windsurfinga, kitesurfinga, jedrenja i stand up paddlinga.

⁵ Drȋavni zavod za statistiku, www.dzs.hr. ⁶ Turistiĉka zajednica Zadarske ȋupanije, <http://www.zadar.hr/hr/skraping-unique-adventure-trekking-race-on-sharp-islands-rocks/> (21.09.2019) ⁷

Turistiĉka zajednica Zadarske ȋupanije, <http://www.zadar.hr/hr/skraping-unique-adventure-trekking-race-on-sharp-islands-rocks/> (21.09.2019)

Stranica | 25

- Najveĉa izloȋba plovila u Hrvatskoj. Sajam je prepoznat po posebnoj, gostoljubivoj atmosferi Biograda, primorskog grada sa Ńarmom, prihvatljivim cijenama i kvalitetnom infrastrukturom organizatora. Svakog dana sajma zalazak sunca oznaĉava kraj izlaganja i poĉetak veĉernjeg programa, nudeĉi vrhunsku hranu i zabavu koja se nastavlja u centru grada, nadomak marine, do kasnih sati.

3.4.3 ZaŃtiĉena podruĉja

Zadarska regija prostor je beskrajno razigrane prirode, fenomena krŃa i morske razvedenosti.

Nacionalni parkovi i parkovi prirode što miješaju stotine otočića s nedalekim jezerima i slapovima, krašku golet s beskrajem šuma, neokrnjenu iskonsku prirodu s milenijskim kultiviranim pejzažima maslina i vinograda. Pitome plaže ili skrovite uvale u sjeni borova, beskrajni suhozidi i obilje mirodijskog bilja, očuvana močvarna staništa, kraške špilje i tiha prostranstva podmorja, dostupna su u ugodnoj blagosti mediteranske klime.⁸

Ljekovitost mora je već spomenuto, a isto se odnosi i na morski zrak čije udisanje povoljno

utječe na imunitet i zdravlje općenito. Posebnu vrijednost ima i ljekovito blato, koje se već

desetljećima koristi za liječenje raznih tegoba. Po ljekovitom blatu najpoznatiji je Ninski zaljev, odnosno Kraljičina plaža, u čijoj se neposrednoj blizini planira izgraditi moderni zdravstveno turistički centar. Ljekovito blato nalazi se takoĀer i na području jezera Mir u PP

Telašćica, u blizini grada Paga u predjelu Lokunje te na području Karina Donjeg. U budućnosti bi se trebala provesti detaljna istraŹivanja o ljekovitosti tih blata te potom komercijalizirati taj vrijedni resurs s kojim bi se iskoristio potencijal za razvoj ljeĉilišnog turizma te time proširila turistiĉka ponuda, produŹila sezona i stvorila nova radna mjesta

Cijelo područje planine Velebit takoĀer obiluje izvorima vode i potocima, a rijeka Zrmanja s

svojim kanjonima već je prepoznata kao turistiĉka atrakcija i odredište za aktivni, sportski,

avanturistiĉki, robinzonski, izletišni i ruralni turizam. geomorfološke znaĉajke prostora –

Zadarsku Źupaniju karakterizira niska i razvedena obala s plitkim morem i mnoštvom uvala te

raznovrsnih plaŹa kao i velikim brojem otoka. Uz priobalnopodručje, atraktivna područja nalaze se i na kopnenom dijelu – najpoznatije je područje JuŹnog Velebita gdje se nalaze

mnogi krški fenomeni (špilje i jame) te brojni prirodni vidikovci na planinskim vrhovima.

⁸ Turistička zajednica Zadarske županije, <http://www.zadar.hr/hr/category/otkrijte/prirodne-ljepote/>

(21.09.2019)

Stranica | 26

Prostor Ravnih kotara takoĀer je vrlo zanimljiv krajobraz s mnogim potencijalnim atrakcijama

kao što su ostaci povijesnih utvrda i kula, razne špilje i jame te vidikovac na brdu Kamenjak s

kojeg se vidi cijelo Vransko jezero, otoci Zadarskog arhipelaga i Kornatsko otoĀje. zaštićena

prirodna baština - na području Zadarske županije nalazi se nacionalni park NP Paklenica, po

proglašenju drugi nacionalni park u Hrvatskoj, proglašen je još 1949. godine.

Tri parka prirode

- PP Velebit - najznaĀajnije endemsko Āvorište flore i kopnene faune u Hrvatskoj;
- PP Vransko jezero - najveće prirodno jezero u Hrvatskoj, posebni ornitološki rezervat

gotovo netaknutih prirodnih staništa ptica vodarica, rijetkog moĀvarnog sustava, velike bioraznolikosti, izuzetne znanstvene i ekološke vrijednosti

- PP Telašćica sa svoja tri temeljna fenomena: uvala Telašćica - najveća i najsigurnija

prirodna jadranska luka, strmci Dugoga Otoka – uzdižu se do 200 m nad morem i spuštaju u dubinu od 90 m te slano jezero Mir, ljekovitih svojstava).

U Zadarskoj županiji nalazi se također i veliki broj zaštićenih područja (posebni rezervati, spomenici parkovne arhitekture, spomenici prirode, značajni krajobrazi) koji su značajan turistički resurs, a predstavljaju i veliki potencijal za razvoj izvansezonskog turizma.

3.4.4 Smještajni kapaciteti u Zadarskoj županiji

Turistička ponuda smještaja gostiju na području Zadarske županije uključuje hotele i turistička naselja, kampove, privatni smještaj, odmarališta, marine i vikend-kuće. Većinu smještajnog kapaciteta u Gradu Zadru zauzima obiteljski ili tzv. privatni smještaj. U

strukturi

smještajnih objekata prevladava privatni smještaj s čak 98,69% registriranih smještajnih objekata, odnosno 57,48% kreveta. U strukturi hotelskih smještajnih kapaciteta prevladavaju

hoteli s tri zvjezdice. Općenito, najveći udio u svim vrstama smještajnih kapaciteta imaju smještajni objekti s tri zvjezdice, a iznimka su kampovi u kojima su najbrojniji kapaciteti s jednom zvjezdicom. Pozitivan pomak u podizanju razine kvalitete smještaja predstavlja hotel

s pet zvjezdica otvoren 2011. godine. Kada se promatra korištenje smještajnih kapaciteta,

hoteli zauzimaju najveći udio, što oslikava i stvarno stanje u Zadru. Do ovoga dolazi zbog

razlike u iskorištenosti kapaciteta po vrsti smještajnih objekata gdje hoteli prednjače. Iznimno

važan dio turističke ponude destinacije predstavlja usluživanje hrane i pića. Ono snažno multiplicira učinke turizma posebno na druge sezonske djelatnosti, poljoprivredu te prehrambeno-prerađivačku industriju čije proizvode koristi za usluživanje turista (Strategija

razvoja turizma grada zadra, 2016).

3.4.5 Nautički turizam u Zadarskoj županiji

Nautički turizam predstavlja ukupnost odnosa i usluga koji nastaju povremenim i dobrovoljnim promjenama boravišta plovilom bez profesionalnih i poslovnih motiva.

Nautički je turizam sezonski manje osjetljiv turistički proizvod. Smještaj plovila na vez se odvija većinom tijekom cijele kalendarske godine, no to je samo jedan od proizvoda.

Ukupnost nautičkoga turizma se postiže boravkom turista na tom plovilu, što je ipak

sezonski

osjetljivi proizvod, bilo da se radi o kruzerskom turizmu ili o boravku nautičara na plovilu za

rekreaciju. Sezonalnost ovoga oblika turizma se očituje u činjenici da se preko 80% noćenja

ostvaruje od lipnja do rujna, bez obzira što je Jadransko more pogodno za plovidbu od ožujka

do studenoga. Ovaj oblik turizma ima jedan od najvećih multiplikativnih efekata u turizmu,

jer osim klasičnih sektora koji pokreću turizam (poljoprivreda, trgovina, graditeljstvo i sl.),

ovaj oblik potiče i brodogradnju te servisnu industriju za plovila. Pod ponudom u nautičkome

Stranica | 28

turizmu smatra sustav luka nautičkoga turizma – marina, vezova i sidrišta, charter ponuda i

kruzerski turizam.⁹

Slika 4. Marina Borik

Prema podacima DZS-a o kapacitetima i poslovanju luka nautičkog turizma u 2015. na datum

31. prosinca 2015. u RH se nalazila 121 luka nautičkog turizma, od kojih se najveći broj (36)

nalazio u Zadarskoj županiji. Zadarska županija ima najveći kapacitet luka nautičkog turizma,

s ukupnom površinom akvatorija od 1.015.499 m² i ukupnim brojem vezova 3.820. Prema

istom izvoru, u Zadarskoj županiji posluju četiri suhe marine, četiri marine druge kategorije i

četiri marine treće kategorije.

U Gradu je Zadruga ponuda luka nautičkoga turizma relativno dobra jer na području grada ima 3

kategorizirane marine međutim ni jedna nije prve kategorije, što predstavlja ograničavajući

čimbenik u razvoju visoko kvalitetnoga nautičkog turizma. Ipak, arhipelag kojim raspolaže

destinacija u širem smislu ima razvijenu mrežu sidrišta i privezišta koji omogućuju kvalitetan

plov. U destinaciji djeluju različite tvrtke koje nude charter usluge, odnosno iznajmljuju plovila za odmor

Zadarska županija zajedno sa Šibensko-kninskom županijom raspolaže s najpoželjnijim arhipelagom za plov na Jadranu, a zasigurno i na Mediteranu. Kornatsko otočje i zadarski

otoci pružaju mogućnosti za razvoj nautičkoga turizma. Ovaj oblik turizma iznimno je važan

za otočne zajednice jer nije opterećen vezom otoka s kopnom, budući da turisti posjeduju

vlastito plovilo čime im udaljene i prometno loše dostupne destinacije postaju lako dostupni

autohtoni i očuvani turistički prostori (Alcover, i sur.

2011).

⁹Vlada Republike Hrvatske (2013). Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. Zagreb: Vlada RH.

Stranica | 29

4. ANALIZA TURISTIČKIH POKAZATELJA ZADARSKE ŽUPANIJE

Turistički sektor, odnosno djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, u

Zadarskoj županiji od 2008. godine bilježi stalan rast fizičkih pokazatelja poslovanja (broj turističkih dolazaka i noćenja), stalan rast broja zaposlenih te rast prihoda. U Zadarskoj županiji u 2015. godini zabilježeno je 10.716.935 noćenja, što ju svrstava na četvrto mjesto u

odnosu na ostale primorske županije.

4.1 DOLASCI I NOĆENJA TURISTA U ZADARSKOJ ŽUPANIJI 2011-2018.

U razdoblju od 2011. do 2015. godine, Zadarska županija bilježi rast u broju turističkih dolazaka, kao i u broju noćenja.

Slika 5. Dolasci i noćenja u Zadarskoj županiji za razdoblje 2011.-2015.

Stranica | 30

Prema podacima DZS-a, stopa rasta broja noćenja u promatranom razdoblju za Zadarsku

županiju iznosi 4,9%, što ju svrstava na peto mjesto u odnosu na ostale primorske županije.

Ukupna stopa rasta broja noćenja za sve primorske županije iznosi 4,2%, što ukazuje da

su

rezultati koje Zadarska županija ostvaruje nešto veći od prosječnih. Zadarska županija bilježi

kontinuirani rast u broju turističkih dolazaka i noćenja.

Turizam Zadarske županije karakterizira izrazita sezonalnost. Glavnina turističke aktivnosti

koncentrirana je na priobalju Zadarske županije. Mjesečna dinamika turističkog prometa ukazuje na izrazitu sezonalnost turizma Zadarske županije, sukladno čemu u ukupnom broju

dolazaka i noćenja Zadarske županije mjeseci srpanj i kolovoz sudjeluju najviše.

Slika 6. Posjećenost zadarske županije tijekom godine

Zadarska županija podijeljena na 8 turističkih, prostorno-razvojnih prepoznatljivih cjelina.

Područje zadarske rivijere bilježi najveći broj dolazaka i noćenja, no ukoliko se

promatraju

podaci o turističkoj gustoći (broj noćenja/površina u km²), najveći broj noćenja po km² ima

područje Rivijere Biograd. Ovakav razmještaj turističkih aktivnosti proizlazi iz usmjerenosti

dosadašnjeg turističkog razvoja Zadarske županije na kupališni turizam s obzirom da je primarni motiv dolaska turista u županiju upravo sunce, more i plaža.

Stranica | 31

Tablica 2. Broj dolazaka i noćenja turista za razdoblje 2017-2018.

Zadarska
županija

Dolasci turista Noćenja
Dolasci turista Noćenja

lja u

Gradovi Zadar i Biograd na Moru najveća su urbana središta Zadarske županije stoga je najveća koncentracija turističkih dolazaka i noćenja zabilježena upravo na ovom području.

Najveća turistička intenzivnost s čak 213 dolazaka po stanovniku zabilježena je na području

Rivijere Pag. Rivijera Pag je po broju dolazaka i noćenja odmah nakon zadarske i biogradske rivijere dok je po broju stanovnika jedno od najrjeđe naseljenih područja Zadarske županije.¹⁰

¹⁰ Turistička zajednica Zadarske županije, <http://www.zadar.hr/hr/category/otkrijte/prirodne-ljepote/>
(21.09.2019)

Godina 2017. 2018. 2017. 2018. 2017. 2018. 2018.

Broj. 160.501 168.790 7.908 8.062 1.559,000 1.664,000 9.591,000

Zadarska županija ima 249.211 svih kreveta, odnosno, 138.465 komercijalnih kreveta (16,6%

svih kreveta, odnosno, 12,8% komercijalnih kreveta) Kada je riječ o hotelima, eVisitorom je

registrirano sveukupno 168.664 osnovnih kreveta, a redoslijed je po županijama kako slijedi:

Zadarska županija – 11.353 kreveta (6,73% svih hotelskih kreveta) Kada je riječ o kempingu,

Zadarska županija – 29.391 kreveta (12,44% svih kamping kreveta).

Slika 7. Vrste smještajnih kapaciteta po županijama/regijama

Kada je riječ o obiteljskom smještaju, Zadarska županija – 86.062 kreveta (15,88% svih kreveta obiteljskog smještaja). Kada je riječ o nekomercijalnom smještaju Zadarska županija

– 110.743 kreveta (26,49% svih kreveta nekomercijalnog smještaja). U pogledu promjena

koje su tijekom 2016. i 2017. godine nastale u domeni broja smještajnih jedinica/kreveta po

vrstama smještajnih kapaciteta i kategorijama, valja imati na umu kako pokazatelji korišteni

prilikom izračuna prosječne popunjenosti podliježu određenim odstupanjima, ovisno o razdoblju godine, što je spomenuto u okviru uvodnih napome

Zadarska županija se ubraja među top pet županija prema broju kreveta koji imaju 5*:

1. Dubrovačko-neretvanska – 6.108 kreveta (51,49% svih hotelskih kreveta s 5*)
2. Istra – 1.655 kreveta (13,95% svih hotelskih kreveta s 5*)
3. Splitsko-dalmatinska županija – 1.645 kreveta (13,87% svih hotelskih kreveta s 5*)
4. Primorsko-goranska županija – 1.624 kreveta (13,69% svih hotelskih kreveta s 5*)
5. Zadarska županija – 420 kreveta (3,54% svih hotelskih kreveta s 5*)
6. Grad Zagreb – 410 kreveta (3,5% svih hotelskih kreveta s 5*)

Stranica | 33

4.3 BUDUĆI RAZVOJ TURIZMA U ZADARSKOJ ŽUPANIJI

Zadarske županije Javnom turističkom infrastrukturom, u smislu Pravilnika o turističkoj infrastrukturi smatra se javna infrastruktura koja na području turističke destinacije izravno ili

neizravno utječe na razvoj turizma i turističke ponude. Prema podacima dobivenim od TZ

gradova i općina Zadarske županije te temeljem Glavnog plana razvoja turizma Zadarske

županije 2013.-2023., na području županije zabilježeno je sljedeće stanje turističke infrastrukture:

- Turistički informativni centri: Na području Zadarske županije aktivno je 29 turističkih zajednica pri kojima djeluju i Turistički informativni centri (TIC).
- Turistička zajednica Grada Zadra, uz središnji TIC raspolaže s još 5 turističkih ureda
(Puntamika, Diklo, Petrcane, Kožino i Veli Iž).
- Kongresni centri, koncertne i kino dvorane: Prema podacima TZ gradova i općina
najveći broj kongresnih centara na području Zadarske županije je u privatnom vlasništvu, najčešće u sklopu hotelskih objekata.

Sportsko-rekreacijske građevine i tereni: Većina sportsko-rekreacijskih sadržaja koja se koristi u turističke svrhe nalazi se na priobalnom urbanom području Zadarske županije.

Tijekom turističke sezone broj navedenih sadržaja se povećava otvaranjem sportskih terena u

sastavu hotela, turističkih naselja, kampova, kao i sportsko-rekreativnih sadržaja na plažama.

Većina je sportsko-rekreacijskih sadržaja na otvorenom prostoru te ih nije moguće koristiti

izvan turističke sezone zbog ovisnosti o vremenskim uvjetima. Na području Ravnih kotara,

Bukovice i Donjeg Pozrmanja te Ličko-pounskog prostora postojeće sportsko-rekreacijske

građevine i tereni (košarkaška igrališta, nogometna igrališta,boćališta i sl.) pretežno zadovoljavaju potrebe lokalnog stanovništva te nisu planirani za turističku ponudu, ali kako su

to javni prostori turisti ih mogu neometano koristiti.

Stranica | 34

Turističke staze i šetnice: Gotovo sva mjesta smještena uz priobalje Zadarske županije imaju

uređenu šetnicu uz more „lungo mare“, međutim većina ih nije povezana sa susjednim naseljima. Na području Zadarske županije postoje obilježene biciklističke i pješačke staze kao

i brojni poljski putovi koji se, iako turistički neobilježeni, koriste za šetnje, planinarenje ili vožnju brdskim biciklom. Problem nepovezanosti među susjednim naseljima uočen je i u korištenju biciklističkih staza.

Kupališta: Regionalnim programom uređenja i upravljanja morskim plažama Zadarske županije evidentirano je ukupno 229 morskih plaža u Zadarskoj županiji. Morske plaže Zadarske županije karakterizira prisutnost različitih tipova plaže (sitni šljunak, šljunak, stijene, kamen, beton) uz naglasak na očuvanosti prirodnih komponenti na što ukazuje visoka

kakvoća mora i prirodnog okoliša. Razmatrajući bazenski sadržaj, većina istih je namijenjena

turistima i nalazi se u sastavu hotela i turističkih naselja, a u gradu Zadru postoji zatvoreni

bazen otvoren za sve korisnike. Većina je sportsko-rekreacijskih sadržaja na otvorenom prostoru i nije ih moguće koristiti izvan turističke sezone zbog ovisnosti o vremenskim uvjetima. Razmatrajući ostalu turističku infrastrukturu koju je potrebno posebno istaknuti za

područje Zadarske županije, najviše se ističu prioritetni turistički projekti javne infrastrukture

čija će realizacija imati značajan utjecaj na turističku ponudu Zadarske županije.

Dakle, potencijali razvoja turizma postoje u sljedećim oblicima turizma: ruralni turizam s njegovim pripadajućim specifičnim oblicima – Zadarska županija iznimno je bogata resursima za razvoj tog oblika turizma. U uvjetima globalizacije i standardizacije ponude na

turističkom tržištu, ruralni turizam svojom diferenciranošću i personaliziranošću, radi mira i

zelenila te radi doživljaja posjetitelja ima odlične potencijale. A kako bi se ti potencijali ostvarili, potrebna su ulaganja, marketing, usavršavanja i ostale aktivnosti koje će unaprijediti

kvalitetu ruralnog turizma. kulturni turizam – kulturna ponuda u Zadarskoj županiji vrlo je dobro razvijena, kako tzv. opipljiva kultura (muzeji, galerije, povijesni lokaliteti) tako i neopipljiva (običaji, tradicije, manifestacije), ali još uvijek nije dovoljno implementirana u turistički proizvod. Nužno je poraditi na inventarizaciji kulturnih i sakralnih atrakcija, poboljšati njihovu prezentaciju i kvalitetu označavanja te prilagoditi radno vrijeme posjetiteljima.

Kulturni resursi u Zadarskoj županiji su odličan temelj za još bolji razvoj kulturnog turizma,

kojim turisti naposljetku konzumiraju i sam način življenja destinacije. gastro turizam – sastavni je dio kulturnog turizma i može pridonijeti revitalizaciji i diverzifikaciji turizma te promociji lokalnog gospodarskog razvoja. Motiv dolaska u tom obliku turizma je uživanje u

lokalnoj hrani i piću i Zadarska županija može, radi svojih domaćih poljoprivrednih proizvoda, domaćih sastojaka, vina, maslinovog ulja, sira i drugih proizvoda, stati uz bok najboljima na svijetu.

Daljnji razvoj i promocija Cesta maslinovog ulja, vina, sira, maraške i pršuta te poticanje poslućivanja autohtonih jela i pića dovest će do stvaranja zasebnog turističkog proizvoda, ali i

do poboljšanja ponude ostalih.

Oblici turizam koje je nužno razvijati u Zadarskoj županiji:

- cikloturizam – oblik turizma koji bilježi pozitivan trend već dugi niz godina. Zadarska županija ima vrlo atraktivan pejzaž koji ima iznimne komparativne prednosti za razvoj ciklo turizma. Najčešće su ciklo turisti dobri potrošači, zanima ih cijela turistička ponuda destinacije čime se razvijaju i ostali oblici turizma.
- MICE turizam je oblik turizma ima slab sezonski utjecaj te vrlo povoljno utječe na produćenje turističke sezone, a pozitivan efekt ogleda se i u razvoju ostalih oblika

turizma (avanturistički programi u okolici za „team building“, kulturna i povijesna baština, gastronomija). Temeljna prednost Zadarske županije kod ovog oblika turizma

je kvalitetna prometna povezanost destinacije, a za razvoj MICE turizma potrebna je

nadalje suradnja svih subjekata koji djeluju u okviru tog turizma te jedinstvenost ponude županije.

- Speleo turizam – područje Južnog Velebita poznato je po mnogim krškim fenomenima

poput špilja i jama, a veliki broj raznih špilja i jama nalazi se i na prostoru Ravnih kotara. Potencijal postoji i u ovom obliku turizma, ali za njegov razvoj potrebna su mnoga ulaganja, kako u same špilje tako i u propagandu, a velika se pažnja mora pritom usmjeriti i na zaštitu od posljedica ljudskog djelovanja.

- ronilački turizam – ronilački turizam svoj procvat je doživio sredinom 90-ih godina prošlog stoljeća. Otvorilo se niz ronilačkih centara i škola duž cijelog Jadrana. I u Zadarskoj županiji postoji značajan broj ronilačkih centara, a bogatstvo i raznolikost podmorskog biljnog i životinjskog svijeta, monumentalni zidovi i grebeni, čistoća

Stranica | 36

mora, olupine brodova i zrakoplova te arheološka nalazišta veliki su motiv dolaska

ronioca.

- avanturistički turizam – turistički potencijal ovog oblika turizma u Zadarskoj županiji postoji ponajprije na prostorima Podvelebitskog kanala i Velebita, Bukovice, Donjeg

Pozrmanja i ličkopounskog prostora. Međutim, i cjelokupna županija može biti osnova

za razvoj ovog oblika turizma obzirom da obiluje prirodnim bogatstvima koja su osnova za razvoj svih oblika aktivnog turizma.

- vjerski turizam – najpoznatija odredišta vjernika u Zadarskoj županiji, koja predstavljaju potencijal za razvoj vjerskog turizma, su crkva Sv. Šimuna u Zadru na čijem se glavnom oltaru nalazi škrinja Sv. Šimuna, s njegovim sačuvanim mumificiranim tijelom i ženski benediktinski samostan sv. Marije u Zadru, u sklopu kojeg se nalazi Stalna izložba crkvene umjetnosti "Zlato i srebro Zadra". Važno je spomenuti i marijansko svetište u Ninu koje na blagdan Gospe od Zečeva okuplja veliki broj hodočasnika obilježavajući tako godišnjicu ukazanja Gospe te benediktinski samostan sv. Kuzme i Damjana - Čokovac na Pašmanu. Uz navedene, tržišni potencijali kriju se i u već razvijenim oblicima turizma, poput kupališnog i nautičkog.

Ovaj današnji oblik turizma koje je ipak najzastupljeniji, odnosno kupališni turizam iznimno

je sezonalni i u vrijeme najveće turističke gustoće može dovesti do ekoloških problema, ali i

problema u fizičkoj i socio-kulturnoj snosljivosti. Stoga je potrebno raditi na održivom razvoju koji bi uključivao inventarizaciju plaća, analize prihvatnog kapaciteta i ugroženosti istih te bi na temelju rezultata trebalo definirati načine upravljanja plaćama. Kupališni turizam

treba obogatiti ponudom usluga iz drugih, već navedenih, komplementarnih oblika turizma.

Nautički turizam koji je, radi poželjnog arhipelaga za plov, već poprilično razvijen u Zadarskoj županiji također ima potencijala za daljnje razvijanje. Prije svega u podizanju kvalitete marina, a i razvoju novih. Vrlo važan segment nautičkog turizma je mogućnost servisa plovila, koji bi imao dvostruki pozitivni učinak – na turizam kao i na očuvanje male brodogradnje.

Stranica | 37

Osmišljavanje ruta i događanja te ponuda usluga drugih specifičnih oblika turizma također bi

doprinijelo razvoju tog vrlo bitnog oblika turizma u Zadarskoj županiji.

4.4 UTJECAJ TURISTIČKE AKTIVNOSTI NA ZADARSKU ŽUPANIJU

Priroda turističke aktivnosti na neko područje može imati pozitivan i negativan utjecaj.

Pozitivan utjecaj turizma najčešće se očituje u gospodarstvu promatranog područja. Tako je u

2015. godini u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane na području

Zadarske županije bilo zaposleno 14,6% ukupne radne snage, dok je udio ovih djelatnosti u

ukupnim prihodima poduzetnika bio veći od 10%. Utjecaj turizma ne može se promatrati samo kroz djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane već je njegov utjecaj

na gospodarstvo višestruko širi (trgovina, proizvodnja, graditeljstvo i drugi sektori). Međutim,

uz pozitivne utjecaje turističke aktivnosti treba sagledati i one negativne kako bi se u budućnosti moglo djelovati na njihovu minimiziranju.

Najčešći negativni utjecaji turizma su povećanje cijena uzrokovano povećanom potražnjom u

turističkoj destinaciji, problem zagušenja prometne infrastrukture, onečišćenje okoliša i povećanje buke.

Tablica 3. Osnovna razvojna ograničenja i potrebe u turizmu

RAZVOJNA OGRANIČENJA RAZVOJNE POTREBE

Zadarska županija je prepoznata kao isključivo ljetna (sezonska) destinacija

županija ima potencijal za razvoj sljedećih vrsta

turizma: ku

gastro turizam, vjerski turizam, agro/seoski

• Kratka turistička sezona kao posljedica prevladavajućeg kupališnog turizma (izrazita sezonalnost turizma Zadarske županije)

urizam, nautički i kamping turizam, MICE

urizam, ciklo turizam, avanturistički turizam te

ipeleoturizam)

• Nedostatak kvalitetnih turističkih sadržaja koji bi privukli goste izvan glavne sezone

• Obogatiti ponudu turističkih i kulturnih sadržaja izvan glavne sezone, iskoristiti trend vikend putovanja tzv. „city-break“

• Nedostatak kvalitetnih turističkih sadržaja koji bi privukli goste u kontinentalno zaleđe Zadarske županije

• Razviti turističku ponudu u turistički slabije razvijenim područjima

Razvoj selektivnih vrsta turizma (Zadarska

Stranica | 38

• Loša struktura smještajnih kapaciteta s naglaskom na privatni smještaj (u strukturi smještajnih objekata prevladava

privatni smještaj s čak 98,26% registriranih smještajnih objekata)

• Nedostatak kvalitetnih (luksuznih)

smještajnih kapaciteta, a osobito hotelskog smještaja (u strukturi hotelskih smještajnih kapaciteta prevladavaju hoteli s tri zvjezdice) · Veliki broj ilegalnih kampova na području županije

- Nedovoljno korištenje postojećih kapaciteta /resursa zbog slabe koordiniranosti turističkih dionika, javnog i privatnog sektora · Slabo udruživanje u stvaranju zajedničke turističke ponude i promocije
- Nedovoljno korištenje novih tehnologija u turističkoj promociji Zadarske županije
- Ne postoji marketing i strategija manifestacija (ima puno manifestacija, u nekim dijelovima i previše, ali nisu usklađene i nisu ciljane)
- Nedostatak kvalificirane sezonske radne snage u turizmu
- Problem zagušenja prometne infrastrukture i vodoopskrbnog sustava kao posljedica velikog broja gostiju u vrijeme glavne sezone županije · Potaknuti daljnji razvoj hotelijerstva s naglaskom na povećanje hotelskih kapaciteta te njihove kvalitete (kategorije)
- Pобоljšanje kvalitete i poticanje profesionalizacije jedinica privatnog smještaja kroz njihovu prenamjenu u male obiteljske hotele i razvoj difuznih hotela
- Potaknuti investicije u turizam te potaknuti ulaganje u poboljšanje kvalitete postojeće turističke ponude kroz subvencioniranje

5. ZAKLJUČAK

- Unaprijediti informacije o destinacijskoj ponudi te ih približiti turistima kroz nove tehnologije

- Unaprijediti sustav upravljanja destinacijom kroz umrežavanje dionika turističkog sustava

- Ojačati ljudske potencijale u turizmu kroz razvoj novih kurikuluma za potrebe turizma te razvoj sustava cjeloživotnog obrazovanja sukladno potrebama turističkog tržišta

Na osnovu iznesenog u radu, može se zaključiti kako turizam Zadarske županije ističe se kontinuirani rast fizičkih pokazatelja poslovanja kao što je broj turističkih dolazaka i noćenja.

Također zadarska županija bilježi i stalan rast broja zaposlenih i rast prihoda, stoga se može

potvrditi teza o turizmu kao jednoj od najvažnijih gospodarskih grana u Zadarskoj županiji.

Uz brojne prednosti, turizam u Zadarskoj županiji ima i određene slabosti, od kojih se primarno uočava znakovita sezonalnost uzrokovana suncem, morem i plažom kao temeljnim

motivima dolaska gostiju u Županiju, odnosno kupališnim turizmom kao najzastupljenijim oblikom. Posljedice turističke sezonalnosti projiciraju se na ukupan razvoj gospodarstva

Županije, iz razloga što se manifestiraju na naglu promjenu razine zaposlenosti i prihoda,

odnosno sezonsku oscilaciju niza gospodarskih varijabli poput cijena, tečaja valute, poreznih

prihoda i sl. Ograničavajući čimbenik razvoja Zadarske županije još uvijek predstavljaju minski sumnjiva područja.

Za nadilaženje sezonalnosti turizma Zadarske županije nameće se potreba stvaranja dodatnog

turističkog prometa u izvansezonskom razdoblju i to prvenstveno kroz obogaćenje ponude

turističkih i kulturnih sadržaja kroz koje se promoviraju sve kulturne, prirodne, društvene i ljudske vrijednosti zemlje koju se posjećuje. Obzirom na interkulturalizam u turizmu važan je

značajan čimbenik afirmacije kulture i uvažavanja svih vrijednosti receptivne zemlje.

Druga

istaknuta potreba pri nadilaženju sezonalnosti je razvijanje turističke ponude u turistički slabije razvijenim područjima županije, točnije zadarskom zaleđu i otocima. Ta mjesta mogu dodatno obogatiti dodatnim turističkim sadržajima, temeljenim na domaćim poljoprivrednim proizvodima i tradiciji kao svojevrsnim načinom produljenja turističke sezone. Dakle, Zadarska županija ima još uvijek mnogo neiskorištenih potencijala u vidu prirodne i kulturne baštine te razvijanja različitih oblika turizma koji bilježe pozitivne trendove u svijetu.

Stranica | 40

IZJAVA

**Izjava o akademskoj
čestitosti**

Ime i prezime studenta:

Matični broj studenta:

Naslov rada:

Svojim potpisom jamčim:

- Da sam jedini/a autor/ica ovog rada.
- Da su svi korišteni izvori, kako objavljeni, tako i neobjavljeni, adekvatno citirani i parafrazirani te popisani u bibliografiji na kraju rada.
- Da ovaj rad ne sadrži dijelove radova predanih na Veleučilište Baltazar Zapešić ili drugim obrazovnim ustanovama.
- Da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj te da je to verzija rada koju je odobrio nastavnik.

Potpis studenta

Stranica | 41

6. POPIS LITERATURE

6.1 KNJIGE I ČLANCI

1. Alcover, A., Alemany, M., Jacob, M., Payeras, M. et al.(2011). The economic impact of yacht charter tourism on the Balearic economy. *Tourism Economics*, vol. 17, no. 3, 625-638.
2. Bartoluci, M. Turizam i sport: razvojni aspekti. Školska knjiga, Zagreb.2007
3. Berc Radišić, B., Marketing turističkog proizvoda destinacije, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji, Opatija 2009.
4. Dulčić, A., Turizam, načela razvoja i praksa, Institut za turizam Zagreb i Ekonomski fakultet Split, 1991. str. 46-50
5. Kušen, E. Skrb za turističku atrakcijsku osnovu: Postojeće stanje i metodološki okvir, *Turizam*, Vol. 48, Br. 3, 2000., str. 313–334.
6. Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu., Opatija, 2018.
7. Marković, Z. Osnove turizma. Školska knjiga, Zagreb.1990.
8. Petrić, L. Osnove turizma, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, 2012.
9. Vodeb, K. (2010). Turistična destinacija kot sistem, Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije – Portorož, Turistica.

10. Vukonić, B. Turizam u dugoročnoj strategiji gospodarskog razvoja Hrvatske. // Ekonomija. 5(1998/1999), 4, str. 647-669.

6.2 INTERNETSKI IZVORI

1. Mihalić, T. Konkurenčnost slovenskega turističnega gospodarstva, dostupno 24.09.2019. na internetu:
<http://www.sigov.si/zmar/sgrs/diskusij/turizem.html>
2.
<https://www.zadarska-zupanija.hr/o-nama/polozaj-i-osnovne-prostorne-karakteristike-zadarske-zupanije>
3. Vlada Republike Hrvatske (2013). Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. Zagreb: Vlada RH.
4. Zadarska županija i Turistička zajednica Zadarske županije (2013). Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije 2013.–2023. Zadar: Zadarska županija.

7. POPIS SLIKA

Slika 1. Zadarska ţupanija.....	17
Slika 2. Crkva svetog Donata	23
Slika 3. Grad Nin	24
Slika 4. Marina Borik	29
Slika 5. Dolasci i noćenja u Zadarskoj ţupaniji za razdoblje 2011.-2015.	30
Slika 6. Posjećenost zadarske ţupanije tijekom godine	31
Slika 7. Vrste smještajnih kapaciteta po ţupanijama/regijama	33

8. POPIS TABLICA

Tablica 1. Osnovni podatci o Zadarskoj županiji	18
--	----

Tablica 2. Broj dolazaka i noćenja turista za razdoblje 2017-2018.
..... 32

Tablica 3. Osnovna razvojna ograničenja i potrebe u turizmu
..... 38

ŢIVOTOPIS

