

Razvoj turizma i očuvanje tradicijskih djelatnosti na otocima

Fain, Tomislav

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://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:129:604008>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-24**

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
Zaprešić

Preddiplomski stručni studij Poslovanje i upravljanje
Poslovna ekonomija i financije

TOMISLAV FAIN

RAZVOJ TURIZMA I OČUVANJE TRADICIJSKIH
DJELATNOSTI NA OTOCIMA

STRUČNI ZAVRŠNI RAD

Zaprešić, 29.listopad 2019. godine

VELEUČILIŠTE
s pravom javnosti
BALTAZAR ZAPREŠIĆ
Zaprešić

Preddiplomski stručni studij Poslovanje i upravljanje
Poslovna ekonomija i financije

STRUČNI ZAVRŠNI RAD

RAZVOJ TURIZMA I OČUVANJE TRADICIJSKIH
DJELATNOSTI NA OTOCIMA

Mentor:
dr. sc. Pave Ivić

Naziv kolegija:
TURISTIČKO POSLOVANJE I
UPRAVLJANJE

Student:
Tomislav Fain

JMBAG studenta:
0018036040

SADRŽAJ

SAŽETAK	3
ABSTRACT	4
1. UVOD	5
1.1. Cilj i svrha	4
1.2. Struktura rada	4
2. EKONOMIJA DOŽIVLJAJA I TURIZAM	6
3. UPRAVLJANJE DESTINACIJOM	8
4. RAZVOJ TURIZMA ZADARSKE ŽUPANIJE I ZADARSKIH OTOKA	9
4.1. Obilježja turizma u Hrvatskoj.....	9
4.2. Turistička potražnja – Motivi dolaska turista u Hrvatsku	<u>11</u>
4.3. Obilježja i potencijali razvoja turizma u Zadarskoj županiji.....	11
4.4. Turistička potražnja – Motivi dolaska turista u Zadarsku županiju	15
4.5. Stupanj zadovoljstva elementima turističke ponude – Top 10	15
4.6. Geografski položaj i osnovne značajke zadarskih otoka	16
4.7. Prirodna obilježja.....	18
4.8. Stanovništvo	18
4.9. Klimatska obilježja, tlo, flora i fauna	19
5. ODRŽIVI RAZVOJ OTOČNOG TURIZMA U HRVATSKOJ	21
5.1. Hrvatski otočni proizvod	22
5.2. Kulturno-povijesna baština i tradicijske djelatnosti zadarskih otoka	23
5.2.1. Dugi otok.....	24
5.2.2. Otok Iž.....	28
5.2.3. Otok Pag.....	30
5.3. Uloga tradicijskih djelatnosti u funkciji razvoja turizma	34
6. ZAKLJUČAK	37
7. IZJAVA	38
8. POPIS LITERATURE	409
8.1. KNJIGE	419

8.2. INTERNETSKI IZVORI.....	39
9. POPIS SLIKA I TABLICA.....	442
ŽIVOTOPIS.....	43

SAŽETAK

Zbog još uvijek dobro očuvane izvornosti, prirodnih ljepota, očuvanog okoliša, bogate kulturno-povijesne baštine, običaja, tradicije i autohtonih proizvoda, hrvatski otoci privlače sve veći broj turista i tako postaju važna turistička odredišta. Njihovim turističkim i ukupnim gospodarskim razvojem potrebno odgovorno i sustavno upravljati, uvažujući principe održivog razvoja. Strategija razvoja turizma i drugih gospodarskih aktivnosti na otocima treba se temeljiti na očuvanju okoliša i biti usmjerena na očuvanje i unaprjeđenje otočnih zajednica. U radu su prikazane specifičnosti, stanje turističke ponude i perspektive razvoja turizma u Hrvatskoj te na prostorima tri otoka zadarskog arhipelaga - Dugi otok, Iž i Pag. U fokusu razmatranja je prikaz baštine i tradicijskih djelatnosti pojedinog otoka, kakvu ulogu ima turizam u očuvanju tih djelatnosti, važnost upravljanja otokom kao jedinstvenom prostornom cjelinom (destinacijski menadžment) te, s obzirom na specifičnosti, koje bi vrste turističkih proizvoda trebalo razvijati u budućnosti.

Ključne riječi: turizam, destinacija, tradicija, otok, Dugi otok, Pag, Iž, održivi razvoj

Title in English: TOURSIM DEVELOPMENT AND PRESERVATION OF TRADITIONAL ACTIVITIES IN THE ISLANDS

ABSTRACT

Due to their natural beauties, well-preserved environment, rich cultural and historical heritage, customs, traditions and indigenous products, the Croatian islands are attracting an increasing number of tourists, and thus becoming important tourist destinations. Their tourism and overall economic development should be managed responsibly and systematically, respecting principles of sustainable development. Tourism should be an engine of overall economic and social development, but not to the detriment of development of other activities, including centuries-old traditional activities. Its strategy should be based on environmental protection and be focused on the conservation and improvement of island communities. The paper presents the specifics of the tourist offer and perspectives of tourism development in Croatia and the territories of the three islands of Zadar archipelago – Dugi otok, Iž and Pag. The focus is on the heritage and traditional activities, what role plays tourism in preserving tradition and cultural heritage, the importance of managing the island as a single and unique destination and, given the specifics, what types of tourism products could or should be developed in the future.

Keywords: tourism, destination, tradition, island, Dugi otok, Pag, Iž, sustainable development

1. UVOD

Hrvatska ima dugu turističku tradiciju i danas se ubraja među značajnije turističke destinacije u Europi s velikim razvojnim potencijalima među koje svakako spadaju otoci kao jedan od najatraktivnijih resursa hrvatskog turizma. Prihodi od turizma u 2018. godini prešli su brojku od 10 milijardi EUR-a čime udio turizma u BDP-u iznosi visokih 19,6%.¹

Hrvatska je prepoznatljiva po razvedenosti svoje obale te preko 1200 otoka koji čine drugo po veličini otočje Mediterana. Otočni prostor obuhvaća 6% hrvatskog kopna (3300 km²) i predstavlja specifičnu cjelinu s obzirom na svoja prirodna obilježja, društveni i gospodarski razvoj. Gotovo svi naši otoci su položeni u smjeru obale te je iz tog razloga nastao naziv „Dalmatinski tip obale“. Hrvatski otočki niz sastoji se od 78 otoka, 524 otočića te 642 hridi i grebena, ukupno 1244 (Zakon o otocima NN 118/18). Stalno je nastanjeno 47 otoka i poluotok Pelješac.

Zbog još uvijek dobro očuvane izvornosti, prirodnih ljepota, očuvanog okoliša, bogate kulturno-povijesne baštine, običaja, tradicije i autohtonih proizvoda, hrvatski otoci privlače sve veći broj turista. Posljedično, oni postaju važna turistička odredišta te je njihovom turističkom i ukupnom gospodarskom razvoju potrebno pristupiti odgovorno i sustavno. Izoliranost otoka, loša infrastruktura, slaba prometna povezanost, nedostatak radno aktivnog stanovništva kao i manjak strateških razvojnih investicija, imaju negativan učinak na gospodarstvo otoka. Prema Lockhartu (1997.) temeljni čimbenici gospodarskog razvoja su: ljudski kapital, prirodni resursi, kapitalni resursi, tehnološki razvoj te društveni i politički čimbenici. Među pozitivne učinke razvoja turizma na otocima spadaju: gospodarski rast, povećana zaposlenost, unaprjeđenje kvalitete života, pojačano zanimanje za kulturu, tradiciju, okoliš i dr. Negativni učinci razvoja turizma ponajviše se ogledaju u prevelikom oslanjanju otočnog gospodarstva na turizam, sezonalnost (turisti uglavnom dolaze u ljetnoj sezoni), nedostatku resursa (dovoz dobara sa kopna), odumiranju tradicionalnih gospodarskih aktivnosti, promjeni ponašanja i stila života lokalnog stanovništva (zanemarivanje tradicionalnih vrijednosti i običaja), komercijalizacija povijesti, kulturno-povijesne baštine, tradicije i običaja.

Nacionalni program razvitka otoka² temelj je politike razvoja hrvatskih otoka. Njegov osnovni cilj je izjednačavanje uvjeta kvalitete života na našim otocima i kopnu. Zakonom o otocima (NN 116/18) uređuje se način upravljanja razvojem hrvatskih otoka, njihova zaštita, određuje politika otočnog razvoja, tijela koja su nadležna za upravljanje otočnim razvojem te propisuje niz drugih mjera u svrhu revitalizacije hrvatskih otoka. Uspješnost provedbe programa revitalizacije otoka ovisi o angažiranosti svih dionika i njihovoj međusobnoj sinergiji – od državnih, regionalnih i lokalnih tijela i institucija, do lokalnog stanovništva. Na

¹ Turizam u brojkama 2018., HTZ, dostupno na https://htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR_%202018_0.pdf

² Dostupno na <https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/djelokrug-1939/otoci/strateski-dokumenti-i-propisi/142>

taj način će se stvoriti preduvjeti za učinkovitije planiranje, održivi razvoj i upravljanje otokom kao jedinstvenoj prostornoj cjelini, tj. turističkoj destinaciji koja će biti interesantna i prepoznatljiva na tržištu po svojim autentičnim turističkim proizvodima koji ih razlikuje od ostalih konkurentnih tržišta, posebice onih u neposrednom okruženju i na području Mediterana.

1.1. Ciljevi i svrha

Cilj ovog rada je utvrditi ključne čimbenike koji otoke svrstavaju u atraktivne resurse hrvatskog turizma, ukazati na potrebu razvoja turizma u Hrvatskoj i na njenim otocima koji se temelji na vrijednostima (konceptu) održivosti, kao i ukazati na značaj i potrebu brendiranja otoka na temelju njegovog izvornog identiteta u funkciji uravnoteženog razvoja njegove ukupne turističke ponude. Poseban osvrt u radu daje se stanju i potencijalima turističke ponude Zadarske županije, specifičnostima ponude otoka Paga, Dugog otoka i otoka Iža i perspektivi razvoja atraktivne i održive turističke ponude kroz očuvanje tradicijskih djelatnosti na tim otocima.

1.2. Strukutra rada

Rad je strukturiran u devet poglavlja. Nakon uvoda, slijedi poglavlje koje obrađuje temu ekonomije doživljaja, njenoj važnosti u jačanju poslovne uspješnosti turističke industrije, nužnosti identificiranja kvalitetnih nositelja turističkog doživljaja (kreatora i isporučitelja) koji izravno ili neizravno utječu na stvaranje jedinstvenih doživljaja i iskustava, na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini. U trećem poglavlju obrađuje se tema upravljanja destinacijom, potrebi kontinuiranog praćenja tržišnih trendova kako bi se identificirale potrebe i želje turista, pozitivnim i negativnim učincima koji razvoj turizma može uzrokovati i značaju odgovornog i pažljivog planiranja i upravljanja održivim razvojem turističke destinacije. U četvrtom poglavlju obrađuje se razvoj turizma grada Zadra i zadarskih otoka. U poglavlju se govori o obilježjima hrvatskog te turizma Zadarske županije, turističkoj potražnji i motivima dolaska turista, stupnju zadovoljstva turista turističkom ponudom u Hrvatskoj i Zadarskoj županiji (TOMAS Ljeto 2017.). Nadalje, u ovom poglavlju se govori o geografskom položaju i osnovnim značajkama zadarskog otočja, njihovim prirodnim obilježjima, stanovništvu, klimi, tlu, flori i fauni. Peto poglavlje se bavi aspektima održivog razvoja turizma, specifično otočnog turizma, ključnim politikama razvoja hrvatskih otoka, mjerama (strateški, programski i pravni okviri; Pametni otok), projektima (Hrvatski otočni proizvod) koje se poduzimaju na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini, te važnosti angažmana svih dionika i njihovoj međusobnoj sinergiji u svrhu učinkovite i održive revitalizacije hrvatskih otoka. U poglavlju se nadalje prikazuje i analizira kulturno-povijesna baština i tradicijske djelatnosti triju zadarskih otoka – Dugi otok, Iž i Pag, značaj njihove adekvatne valorizacije, njegovanja i očuvanja, ulogama DMO i DMK u kreiranju, promoviranju i komercijalizaciji turističkih proizvoda, potrebi brendiranja otočnog prostora kao jedinsvene prostorne cjeline (destinacijski menadžment), te koje vrste turističke ponude

treba razvijati u budućnosti na ovim otocima. Nakon zaključka (šesto poglavlje) slijede poglavlja s popisom korištene literature, popis slika i tablica te na kraju životopis.

2. EKONOMIJA DOŽIVLJAJA I TURIZAM

Danas živimo u razdoblju tzv. „ekonomije doživljaja“ (engl. *experience economy*). Koncept ekonomije doživljaja značajnije se uvriježio krajem 20. stoljeća. Prema teoretičarima Gilmore i Pine II (1998.)³, ekonomija se razvijala u četiri faze:

1. Agrarna ekonomija – naglasak na robi
2. Industrijska ekonomija – naglasak na proizvodu
3. Ekonomija usluga – naglasak na usluzi
4. Ekonomija doživljaja – naglasak na doživljaju

Za razliku od prijašnjih ekonomija koje su nudile materijalna zadovoljstva, ekonomija doživljaja naglašava učinke koje usluge ili proizvodi mogu imati na živote ljudi. Ljudi su danas u potrazi za jedinstvenim i nezaboravnim doživljajima i iskustvima te je ekonomija doživljaja itekako primjenjiva u turizmu.

Prema Vraneševiću (str.10)⁴, turistički doživljaj je „ukupno očekivanje, koje u sebi sadržava nesvakidašnje obećanje i nastojanje da se to obećanje isporuči potrošaču/turistu na određenoj lokaciji/destinaciji u određeno vrijeme u skladu sa svime što je preneseno.“ Za razliku od dojučerašnjih turista, u čijem je fokusu primarno bila kvaliteta usluga i proizvoda, današnji turisti žele upoznati i doživjeti lokalnu kulturu i tradiciju te aktivno sudjelovati u kreiranju autentičnih doživljaja i iskustava koje će dugo pamtiti. Doživljaj služi kao ključni element u istraživanju destinacije, tj. turisti traže jedinstven doživljaj i iskustvo koje nemaju u svom svakodnevnom životu.

Potražnja za jedinstvenim i nezaboravnim doživljajima i iskustvima stoga traži drugačiji pristup prilikom promišljanja razvoja te zahtijeva dodatnu vrijednost proizvoda i usluga. Uz klasičnu ponudu, prema Pine II i Gilmore (1999.), potrebno je također imati ponudu koja kreira nezaboravne doživljaje i iskustva kod turista te smatraju da je ekonomija doživljaja važna u jačanju poslovne uspješnosti turističke industrije. Doživljaj u turizmu se odnosi na turistički doživljaj i iskustvo tijekom posjeta i razgleda destinacije, učenje, uživanje, interakciji i stjecanju iskustva o različitim stilovima života lokalnog stanovništva. Posljedično, sve što turisti dožive i iskuse (pozitivno ili negativno) tijekom boravka u destinaciji jest doživljaj, neovisno o tome o kojoj vrsti doživljaja se radi (bihevioralnom, emocionalnom ili kognitivnom).

³ Pine II, B.J., Gilmore, J.H., *The Experience Economy*, Harvard Business Press, 1999.

⁴ HTZ Priručnik o doživljajima, 2016 - prof. dr. sc. Tihomir Vranešević, HTZ, dostupno na <https://www.htz.hr/sites/default/files/2017-01/Prirucnik-o-doživljajima.pdf>

Koncept ekonomije doživljaja u stvaranju jedinstvenih turističkih proizvoda koji će kod turista izazvati posebne doživljaje i iskustva prilika je i način na koji se može razvijati hrvatski turizam. Turizam je dinamična pojava te je stoga važno kontinuirano pratiti trendove, identificirati želje i potrebe turista i prilagođavati se. Pritom treba identificirati, tj. uzeti u obzir i svoje prednosti i slabosti te pažljivo i odgovorno planirati budući razvoj. Također, u promišljanju razvoja važno je identificirati kvalitetne nositelje turističkog doživljaja u destinaciji (kreatore i isporučitelje turističkih proizvoda) koji izravno ili neizravno utječu na stvaranje jedinstvenih doživljaja i iskustava, na nacionalnoj, regionalnoj te lokalnoj razini. Njihova kvalitetna komunikacija i suradnja od presudnog je značaja za učinkoviti razvoj kvalitetne i atraktivne turističke ponude, koja će biti prepoznatljiva i konkurentna na međunarodnom tržištu te kod potencijalnih turista izazvati percepcije Hrvatske i njenih otoka kao poželjne destinacije.

Hrvatski turizam, unatoč nedaćama koje su pratile Hrvatsku u proteklom razdoblju (domovinski rat, globalna kriza), bilježi stalni trend rasta, pri čemu treba istaći da je taj rast viši u odnosu na nama neposredno konkurentna tržišta u okruženju i Mediteranu. Hrvatska je i u Europskoj uniji prepoznata kao turistička destinacija s velikim potencijalom te su pred njom veliki izazovi i prilike da svoje, još nedovoljno iskorištene razvojne potencijale, prepozna i maksimalno mudro iskoristi s ciljem gospodarskog rasta koji će se temeljiti na principima održivog razvoja.⁵

⁵ Ministarstvo turizma: Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2020.godine: <http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>

3. UPRAVLJANJE DESTINACIJOM

Navike i očekivanja današnjih turista ubrzano se mijenjaju pod snažnim utjecajem globalizacije i konkurencije. Svoju konačnu odluku kamo će putovati današnji turisti temelje na tome što im destinacija može ponuditi, ispunjava li njihove potrebe i želje za novim iskustvima i doživljajima. Kako bi bile konkurentne, turističke destinacije moraju biti sposobne kontinuirano prilagođavati se promjenama, ponuditi atraktivne i inovativne proizvode te osigurati kvalitetno upravljanje destinacijom. „Drugim riječima, destinacije prolaze kroz ciklus evolucije koji je sličan životnom ciklusu drugih proizvoda gdje prodaja raste kako se proizvod razvija: kroz plasman, razvoj, zrelost i propadanje.“ (Magaš, D., 1997., str.22).

Važan dio strateškog upravljanja destinacijom je i branding destinacije, koji se ne odnosi isključivo na imidž i promociju destinacije, nego uključuje i druge čimbenike. Stvaranje jedinstvenog brenda destinacije izazovan je i kompleksan zadatak s obzirom da se radi o kombinaciji različitih proizvoda i usluga na nekom geografskom području. One destinacije koje mogu suvremenim turistima ponuditi autentične i specijalizirane proizvode i usluge bit će prepoznate na tržištu po svojoj atraktivnosti te posljedično izazvati pojačano zanimanje i potražnju. Učinkovito upravljanje turističkom destinacijom zahtijeva maksimalnu suradnju svih, kako na nacionalnoj tako i na regionalnoj i lokalnoj razini. Važno je osigurati i poticati povezivanje i umrežavanje svih dionika (javnog i privatnog) turističkog sektora kao i drugih sektora koji su indirektno povezani s turizmom.

Također, turističke destinacije moraju omogućiti dugoročni održivi razvoj i napredak lokalnom stanovništvu koje živi na tom području. Prisutnost turista može kod lokalnog stanovništva izazvati pozitivne, ali i negativne osjećaje i reakcije. Stoga je važno pažljivo, stručno i odgovorno planirati materijalnu i nematerijalnu osnovu koja je potrebna za razvoj turizma (Vujović, S., Turizam, No. 7, 2003., str. 93-95), tj. uskladiti želje i potrebe turista i lokalnog stanovništva. Lokalno stanovništvo bit će više zadovoljno ako taj razvoj znači napredak uz očuvanje prirode, okoliša, kulturno-povijesne baštine, običaja i tradicije. No, ako taj razvoj za posljedicu ima npr. devastaciju prostora, prekomjerni broj turista, prometne gužve, ugrožavanje sigurnosti, pojačani kriminalitet i sl., bit će nezadovoljni. Sve veći broj europskih gradova kao i otoka suočava se s problemom prekomjernog turizma i negativnih učinaka koji takav turizam ima na prirodu, okoliš i život lokalnog stanovništva (npr. Barcelona, Venecija, Dubrovnik, Ibiza i dr.). Održive turističke destinacije su one koje vode brigu o svojoj zajednici i brinu o njenom okolišu, prirodnim resursima, kulturno-povijesnoj baštini, običajima i tradiciji. Kao takve, bit će prepoznatljive i cijenjene kod potencijalnih turista koji su visoko ekološki osviješteni i educirani u pogledu održivosti te preferiraju destinacije koje im takve vrijednosti uistinu mogu ponuditi kroz svoje turističke proizvode.

4. RAZVOJ TURIZMA ZADARSKE ŽUPANIJE I ZADARSKIH OTOKA

Strategija razvoja turizma republike Hrvatske do 2020. (NN 55/2013) te Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije 2013. – 2020.⁶ temeljni su dokumenti kojima se određuje strateški okvir razvoja turizma Zadarske županije. Prema nacionalnoj strategiji, vizija turizma Republike Hrvatske je da 2020. bude globalno prepoznatljiva turistička destinacija, konkuretna i atraktivna za investicije, koja stvara radna mjesta i na održiv način upravlja razvojem na svom cjelokupnom prostoru, njeguje kulturu kvalitete, a svojim gostima tijekom cijele godine pruža gostoljubivost, sigurnost te autentične sadržaje i doživljaje. Glavni razvojni cilj hrvatskog turizma je ulazak u vodećih 20 turističkih destinacija na svijetu po kriteriju konkurentnosti.⁷

Strateški cilj razvoja Zadarske županije je gospodarski konkurentna i inovativna, resursno učinkovita te povećana i uravnotežena kvaliteta života stanovništva Zadarske županije. Kada je riječ o turizmu, razvoj bi trebao biti usmjeren prema smanjenu sezonalnosti turizma te jačanju kvalitete turističkih sadržaja kroz razvoj sustava upravljanja destinacijom, razvoju turističke infrastrukture te razvoju specifičnih oblika turizma.⁸

Ostali nacionalni dokumenti koje imaju utjecaj na aspekte razvoja turizma Zadarske županije su: Nacionalni program razvitka otoka, Zakon o otocima, Akcijski plan razvoja cikloturizma, Nacionalni program razvoja malog i srednjeg poduzetništva u turizmu, Nacionalni program razvoja socijalnog turizma - Turizam za sve, Akcijski plan razvoja kulturnog turizma, Nacionalni program - Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma, Nacionalni program upravljanja i uređenja morskih plaža - Akcijski plan. Od regionalnih strateških dokumenata koji imaju posredan ili neposredan učinak na razvoj turizma Zadarske županije treba istaći Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama Zadarske županije.

4.1. Obilježja turizma u Hrvatskoj

Premda Hrvatska ima bogatu povijesno-kulturnu baštinu i brojne prirodne atrakcije, to nije dovoljno za kvalitetno i dugoročno pozicioniranje hrvatske turističke ponude na vrlo konkurentnom međunarodnom tržištu. Osnovni nedostaci hrvatske turističke ponude, kako se

⁶ Županijska razvojna strategija Zadarske županije 2016. - 2020. dostupno na [www. https://www.zadarska-zupanija.hr/images/dokumenti/Zupanijska%20razvojna%20strategija%20Zadarske%20zupanije%202016.%20-%202020..pdf](https://www.zadarska-zupanija.hr/images/dokumenti/Zupanijska%20razvojna%20strategija%20Zadarske%20zupanije%202016.%20-%202020..pdf)

⁷ Strategija razvoja turizma republike Hrvatske do 2020. (NN 55/2013)

⁸ Županijska razvojna strategija Zadarske županije 2016. - 2020. dostupno na [www. https://www.zadarska-zupanija.hr/images/dokumenti/Zupanijska%20razvojna%20strategija%20Zadarske%20zupanije%202016.%20-%202020..pdf](https://www.zadarska-zupanija.hr/images/dokumenti/Zupanijska%20razvojna%20strategija%20Zadarske%20zupanije%202016.%20-%202020..pdf)

navodi u Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020., su nedovoljna diferenciranost proizvoda i usluga; pomanjkanje inovativnih i kvalitetnijih sadržaja boravka gostiju; rast temeljen ponajviše na ekspanziji obiteljskog smještaja u kućanstvima; nedostatak kvalitetne hotelske ponude praćen nedovoljnom investicijskom aktivnošću; nedovoljno dobra povezanost zračnim i morskim putem; statičan sustav nacionalnog marketinga; premalen broj globalno brendiranih destinacija; neadekvatna destinacijska turistička infrastruktura; naslijeđena orijentacija lokalnog stanovništva prema sezonskom poslovanju.

Hrvatsku je, prema podacima Hrvatske narodne banke, u 2018. godini posjetilo 19,4 milijuna turista koji su ostvarili 106 milijuna noćenja, čime je ostvaren rast od 6,5%. Prihodi od turizma prešli su brojku od 10 milijardi EUR-a čime udio turizma u BDP-u iznosi visokih 19,6%.⁹

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku (DZS) objavljenim 15.02.2019., glavina turističkog prometa odvijala se u komercijalnim smještajnim objektima: 18,7 milijuna dolazaka i 89,7 milijuna noćenja turista. U odnosu na 2017., ostvaren je porast dolazaka turista za 7,1% te porast noćenja za 4,0%.

Tablica 1 Dolasci i noćenja turista u 2018.

	Dolasci			Noćenja				
	2017.	2018.	indeksi 2018. 2017.	2017.	2018.	indeksi 2018. 2017.	struktura noćenja %	prosječan broj noćenja po dolasku
Ukupno	17 430 580	18 666 580	107,1	86 200 261	89 651 789	104	100	4,8
Domaći turisti	1 837 681	2 021 709	110	5 978 264	6 476 646	108,3	7,2	3,2
Strani turisti	15 592 899	16 644 871	106,7	80 221 997	83 175 143	103,7	92,8	5

Izvor: DZS*¹⁰

2018. godine najviše dolazaka i noćenja ostvarili su Njemački turisti (2,8 milijuna dolazaka i 20 milijuna noćenja ili 16,7% od ukupno ostvarenih dolazaka stranih turista te 3,7% više u odnosu na 2017.) Slijede turisti iz Slovenije (8,8%), Austrije (8,5%), Poljske (7,3%), Češke (6,2%), Italije (6%) te Ujedinjene Kraljevine (5%).

⁹ Turizam u brojkama 2018., HTZ, dostupno na https://htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR_%202018_0.pdf

¹⁰ DZS – dostupno na https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/04-03-02_01_2018.htm

4.2. Turistička potražnja - Motivi dolaska turista u Hrvatsku

Prema istraživanju „Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj“ koje je proveo Institut za turizam (skraćeno TOMAS Ljeto 2017.)¹¹ u sedam županija, više od polovice posjetitelja (54,9%) odabralo je Hrvatsku primarno radi pasivnog odmora i opuštanja.

Slijede dolasci koji su motivirani novim iskustvima i doživljajima (31,1%), gastronomijom (29,0%), upoznavanjem prirodnih ljepota (26,2%), zabavom (24,2%) bavljenje sportom i rekreacijom (19,8%) te upoznavanjem kulturnih znamenitosti i događanja (12,3%).

Tablica 2 10 top motiva dolaska turista u Hrvatsku¹²

Rang	Motivi	%
1.	Pasivni odmor, opuštanje	54,9
2.	Nova iskustva i doživljaji	31,1
3.	Uživanje u jelu i piću, gastronomija	29,0
4.	Upoznavanje prirodnih ljepota	26,2
5.	Zabava	24,2
6.	Bavljenje sportom i rekreacijom	19,8
7.	Upoznavanje kulturnih znamenitosti i događanja	12,3
8.	Posjet rodbini i prijateljima	9,8
9.	Wellness	7,6
10.	Zdravstveni razlozi	6,9

4.3. Obilježja i potencijali razvoja turizma u Zadarskoj županiji

Zadarska županija ima dugu turističku tradiciju uz kontinuirani rast broja turističkih dolazaka i noćenja tijekom posljednjih nekoliko godina te posljedično na rast broja zaposlenih i prihoda ostvarenih od turizma. Turističko gospodarstvo Zadarske županije uglavnom je koncentrirano na priobalje, gdje po broju turističkih dolazaka i noćenja prednjače biogradska i zadarska rivijera.

Turizam Zadarske županije, kao i mnoge druge naše županije, karakterizira izrazita sezonalnost. Najveći broj dolazaka je u ljetnom periodu, tijekom srpnja i kolovoza dok je u zimskom periodu turistički promet smanjen i odvija se uglavnom u većim gradovima, što dokazuje da je turizam Zadarske županije još uvijek primarno usmjeren na kupališni turizam. Međutim, Zadarska županija raspolaže velikim potencijalima za razvoj atraktivne i

¹¹ „Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj“ (TOMAS Ljeto 2017.), str. 31, Institut za turizam, dostupno na <http://www.iztg.hr/hr/institut/tomas-ljeto/>

¹² Obrada autora prema TOMAS Ljeto 2017.

konkurentne turističke ponude temeljene na prednostima svog prirodnog položaja, dobre prometne povezanosti, bogate kulturno-povijesne i prirodne baštine, običaja, tradicije i dr.

U već ranije spomenutoj Županijskoj razvojnoj strategiji do 2020., turistička ponuda Zadarske županije u budućnosti trebala bi se temeljiti „na održivom razvoju, specifičnim oblicima turizma i kvalitetnim turističkim sadržajima koji bi utjecali na smanjenje sezonalnosti i stvaranje turističke destinacije izvrsnosti“ (str. 240 -241).

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Izuzetno dobra prometna povezanost (autocesta, zračna luka, pomorska luka) ▪ Povezanost s velikim brojem europskih destinacija posredovanjem niskotarifnih aviokompanija ▪ Tradicija i razvojni potencijal nautičkog turizma i s njime povezanih djelatnosti ▪ Trend jačanja Zadra kao kruzerske destinacije ▪ Dugogodišnja tradicija u turizmu ▪ Dobre mogućnosti za obrazovanje u turizmu i ugostiteljstvu ▪ Trend jačanja Zadra kao „city break“ destinacije ▪ Postojanje Glavnog plana razvoja turizma Zadarske županije 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zadarska županija je prepoznata kao isključivo ljetna (sezonska) destinacija kupališnog turizma ▪ Nedostatak kvalitetnih turističkih sadržaja ▪ Loša struktura smještajnih kapaciteta s naglaskom na privatni smještaj ▪ Manjak kvalitetnih smještajnih kapaciteta, (kategorije 4 i 5 zvjezdica) ▪ Slaba koordiniranost turističkih dionika, javnog i privatnog sektora ▪ Slabo udruživanje u stvaranju zajedničke turističke ponude i promocije ▪ Nedostatak kvalificirane radne snage u turizmu ▪ Gastronomska uniformiranost
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dobar geostrateški položaj u odnosu na nacionalne parkove i druge važnije atrakcije ▪ Bogata prirodna i kulturna baština, dobro očuvane prirodne plaže ▪ Razvedenost obale i veliki broj otoka kao vrijedna atrakcijska osnova ▪ Korištenje EU fondova i drugih izvora financiranja turističkih projekata ▪ Razvoj novih tehnologija u funkciji unaprjeđenja poslovanja i promocije hotelijerstva, nautičkog i drugih vrsta turizma ▪ Bolje povezivanje turizma s drugim sektorima (npr. integriranje poljoprivredne proizvodnje - ekološke) u turizam ▪ Prirodni resursi kao platforma za razvoj selektivnih oblika turizma ▪ Različita dobna struktura gostiju kao dobra osnova za razvoj različitih vrsta selektivnog turizma 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nemogućnost financiranja javne turističke infrastrukture iz EU fondova ▪ Nepoticajno poduzetničko okruženje (visoke takse, porezi i nestalna porezna politika, slaba prilagođenost nacionalnih zakonskih okvira) ▪ Zastarjela kategorizacija smještajnih objekata neprilagođena potrebama i zahtjevima suvremenog gosta ▪ Onečišćenje okoliša i povećanje buke kao posljedica nekontroliranog razvoja masovnog turizma ▪ Smanjenje autohtonosti destinacije i devastacija prostora („apartmanizacija“) ▪ Smanjenje turističke potražnje kao posljedica mogućih ratnih sukoba, pojave epidemija ili ekološke katastrofe u bližem okruženju ▪ Ovisnost o jednoj niskotarifnoj aviokompaniji

Slika 1 SWOT analiza turizma Zadarske županije¹³

¹³ Obrada autora prema Županijska razvoja strategija Zadarske županije 2016. -2020. (str. 221-222) dostupno na <https://www.zadarska->

Razvoj i jačanje pozicije Zadarske županije kao globalno prepoznatljive turističke destinacije, kako se navodi u Županijskoj razvojnoj strategiji, predviđen je kroz tri mjere. Sinergijom svih triju mjera nastoji se produljiti turistička sezona te, što je osobito značajno za zadarske otoke, potaknuti uravnotežen razvoj cjelokupne županije, a ne samo njenog priobalja.

Prva mjera odnosi se na aktivnosti usmjerene na razvoju i jačanju sustava upravljanja destinacijom. Ona treba obuhvatiti niz aktivnosti u svrhu jačanja prepoznatljivosti destinacije, a što uključuje umrežavanje ključnih dionika turističkog sustava, razvoj odgovarajućih alata i programa za upravljanje destinacijom, umrežavanje marketinških aktivnosti, poticanje događanja izvan glavne sezone i dr. Pritom se posebna pozornost treba posvetiti promicanju održivog razvoja turizma.

Druga mjera odnosi se na unapređenje kvalitete smještajne infrastrukture. Ova mjera obuhvaća razvoj i podizanje kvalitete smještajnih objekata u funkciji razvoja turizma, podizanje razine kvalitete plaža, razvoj sustava turističkih informativnih centara te u konačnici razvoj infrastrukture namijenjene specifičnim oblicima turizma.

Treća mjera predviđa razvoj turističke ponude koja se temelji na specifičnim oblicima turizma sukladno specifičnim komparativnim prednostima i resursima pojedine razvojne cjeline. U navedenoj strategiji razvoja predviđa se, ovisno o postojećoj atrakcijskoj osnovi i drugim dostupnim resursima, razvoj **kulturnog turizma, gastro turizma, cikloturizma, pustolovnog/avanturističkog turizma, agroturizma, nautičkog turizma, ronilačkog turizma, speleoturizma, MICE turizma** i drugih oblika turizma za tržišta posebnih interesa.¹⁴

[zupanija.hr/images/dokumenti/Zupanijska%20razvojna%20strategija%20Zadarske%20zupanije%202016.%20-%202020..pdf](https://www.zadarska-zupanija.hr/images/dokumenti/Zupanijska%20razvojna%20strategija%20Zadarske%20zupanije%202016.%20-%202020..pdf)

¹⁴ Županijska razvojna strategija Zadarske županije 2016. - 2020. dostupno na <https://www.zadarska-zupanija.hr/images/dokumenti/Zupanijska%20razvojna%20strategija%20Zadarske%20zupanije%202016.%20-%202020..pdf>

Tablica 3 Dolasci i noćenja turista u 2018. u Zadarskoj županiji¹⁵

	Dolasci Noćenja	Ukupno	Domaći	Strani	Indeksi 2018. 2017.		
					ukupno	domaći	strani
Zadarska županija	dolasci	1 664 467	211 114	1 453 353	106,7	111,5	106,1
	noćenja	9 590 846	1 015 987	8 574 859	104	108,3	103,6
Gradovi i općine - otoci							
Pag	dolasci	117 635	11 061	106 574	103,7	114,7	102,6
	noćenja	813 669	61 911	751 758	100,6	107,7	100
	noćenja	1 862 847	197 412	1 665 435	101,6	103,4	101,4
	noćenja	238 869	18 792	220 077	103,8	105,7	103,6
	noćenja	97 748	8 759	88 989	104	112,3	103,2
Kali	dolasci	4 689	568	4 121	113	124	111,6
	noćenja	38 348	4 203	34 145	109,9	107	110,3
Kolan	dolasci	26 121	1 867	24 254	106,1	114,1	105,5
	noćenja	198 521	13 042	185 479	103,6	107,5	103,3
Kukljica	dolasci	7 417	1 252	6 165	99,8	114	97,3
	noćenja	62 865	10 093	52 772	101,3	114,6	99,1
	noćenja	614 261	63 113	551 148	102,1	110,8	101,2
Pašman	dolasci	20 419	2 635	17 784	109,9	120,2	108,5
	noćenja	182 436	21 940	160 496	109,2	113,3	108,7
	noćenja	84 540	8 443	76 097	109,1	118,2	108,1
Povljana	dolasci	19 912	2 275	17 637	96,7	109,4	95,3
	noćenja	149 774	15 788	133 986	98,1	106,1	97,3
Preko	dolasci	22 186	3 673	18 513	108	116,2	106,5
	noćenja	186 080	27 975	158 105	105	109,8	104,1
	noćenja	162 067	12 782	149 285	110,5	107,3	110,8
Sali	dolasci	27 956	5 325	22 631	102,1	105	101,4
	noćenja	191 655	32 698	158 957	99,7	102,9	99
	noćenja	437 061	81 486	355 575	100,5	104,6	99,6
Tkon	dolasci	8 685	915	7 770	111,1	109,1	111,3
	noćenja	79 804	6 834	72 970	115,8	115,2	115,8
Vir	dolasci	93 453	12 806	80 647	120,8	126,7	119,9
	noćenja	711 704	87 236	624 468	119	128,7	117,7
	noćenja	6 885	179	6 706	105,2	136,6	104,6

¹⁵ Obrada autora prema DZS – Dolasci i noćenja turista u 2018., 15.02.2019., dostupno na https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/04-03-02_01_2018.htm

Najveći broj dolazaka i noćenja ostvario je grad Zadar, a slijede ga Biograd na Moru, Nin, Pag, Vir i Pakoštane. U Tablici 3 su prikazani podaci za deset otoka koji su obuhvaćeni statistikom DZS-a. Učešće tih otoka u ukupnim dolascima turista u Zadarsku županiju u 2018. godini iznosio je 21% dok je njihovo učešće u ukupno ostvarenim noćenjima 27,3%.

4.4. Turistička potražnja - Motivi dolaska turista u Zadarsku županiju

TOMAS Ljeto 2017. istraživanje u Zadarskoj županiji obuhvatilo je sljedeća mjesta: Biograd na Moru, Nin, Pag, Pakoštane, Petručane, Starigrad, Sveti Filip i Jakov, Šimuni, Vir, Zadar i Zaton.

Tablica 4 10 top motiva dolaska turista u Zadarsku županiju¹⁶

Rang	Motivi	%
1.	Pasivni odmor, opuštanje	70,2
2.	Nova iskustva i doživljaji	24,8
3.	Uživanje u jelu i piću, gastronomija	29,1
4.	Upoznavanje prirodnih ljepota	28,6
5.	Zabava	25,7
6.	Bavljenje sportom i rekreacijom	16,1
7.	Upoznavanje kulturnih znamenitosti i događanja	16,8
8.	Ronjenje	8,3
9.	Posjet rodbini i prijateljima	7,0
10.	Zdravstveni razlozi	3,7

Kao što se može vidjeti iz Tablice 2, rezultati istraživanja za prvih sedam rangiranih trendova motiva dolaska posjetitelja u Zadarsku županiju su identični onima koji se odnose na Hrvatsku kao cjelokupnu destinaciju. Ovi podaci kao i ostali koje prezentira TOMAS Ljeto 2017. vrijedni su izvori informacija u pogledu sadašnjih turističkih kretanja i potražnje te ukazuju na mogući smjer razvoja hrvatske turističke ponude u budućnosti, tj. Zadarske županije.

4.5. Stupanj zadovoljstva elementima turističke ponude – Top 10

Pema istraživanju TOMAS Ljeto 2017., najbolje ocijenjeni elementi ponude Hrvatske su ljepota prirode i krajolika, ljubaznost osoblja u smještajnom objektu, osobna sigurnost,

¹⁶ Obrada autora prema TOMAS Ljeto 2017., Prilog B, str. 101

pogodnost za provođenje obiteljskog odmora, ugođaj (atmosfera). Manje (srednje) zadovoljni su bili kvalitetom informacija, ponude izleta, kvalitete i raznolikosti gastronomske ponude, manjkavosti kvalitete označavanja znamenitosti i prezentacijom kulturne baštine kao i ponude sadržaja za zabavu. Jednako tako, manje su bili zadovoljni iskazanom gostoljubivošću lokalnog stanovništva, prilagođenošću destinacije osobama s posebnim potrebama, pješačkim stazama u destinaciji i njenoj okolini te kvaliteti usluga lokalnog prijevoza. Najmanje su zadovoljni organizacijom prometa u mjestu, biciklističkim stazama, raznolikošću kulturnih događanja, slabom ponudom sportskih sadržaja te mogućnostima za kupnju. U Tablici 5 prikazani su rezultati istraživanja za prvih 10 elemenata ponude na nivou Hrvatske te Zadarske županije.

Tablica 5 Stupanj zadovoljstva elementima turističke ponude¹⁷

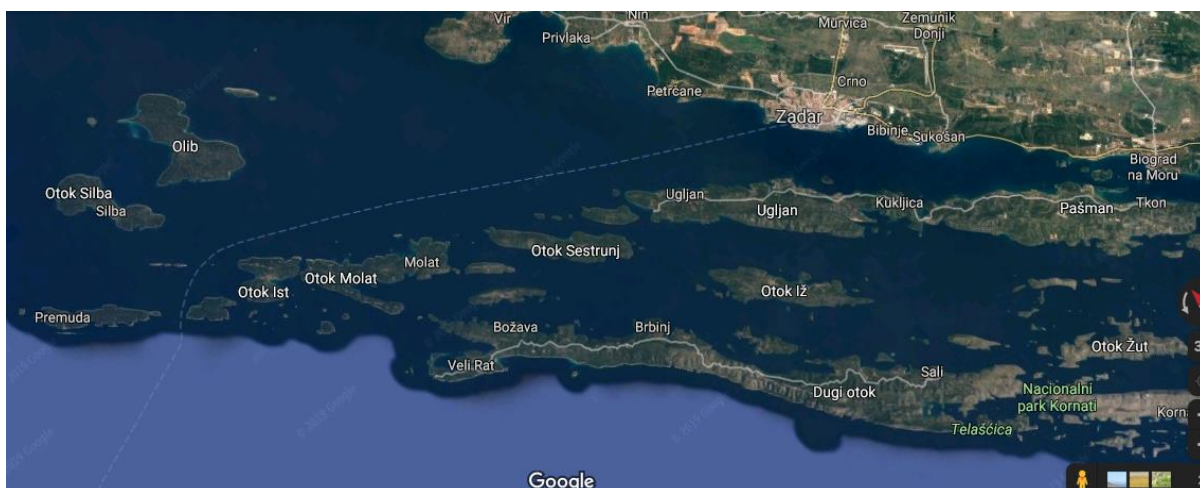
	Element ponude	Ukupno Hrvatska	Zadarska županija
1	Ljepota prirode i krajolika	84,60	81,90
2	Ljubaznost osoblja u smještanom objektu	83,40	79,30
3	Osobna sigurnost	82,60	81,50
4	Pogodnost za provođenje obiteljskog odmora	80,70	82,00
5	Atmosfera, ugođaj	80,40	75,60
6	Kvaliteta usluga u smještajnom objektu	79,70	75,40
7	Kvaliteta hrane u smještajnom objektu	78,50	70,50
8	Slikovitost i uređenost mjesta	77,90	64,40
9	Komfor smještaja	77,00	75,30
10	Ekološka očuvanost	76,00	57,20

4.6. Geografski položaj i osnovne značajke zadarskih otoka

Jadranski otoci dijele se u tri skupine s obzirom na veličinu i stupanj društveno-gospodarskog razvitka: velike (koji su uglavnom relativno razvijeni) te srednje i male koji se, uz autonomne posebnosti i razlike, ističu i svojom tradicionalno manjom ili većom nerazvijenosti. (Jadrešić, Vlatko, 2001.).

Zadarsku skupinu otoka čini 110 otoka i otočića na prostoru od 320 km² te su naše najrazvedenije otočje (Jadrešić, Vlatko, Jurić Boris, 1985.). Sjeverno od njih nalaze se Kvarnerski otoci pa se zadarske otoke smatra graničnim dalmatinskim područjem. Morfološku granicu čine otoci Premuda, Silba i Olib. Specifičnost zadarskih otoka ogleda se i u načinu kako su poredani - gotovo u pravilnom nizu kojeg čine Dugi otok, Pašman i Ugljan s obližnjim otocima.

¹⁷ Obrada autora prema TOMAS Ljeto 2017., str. 45-46; 114



Slika 2 **Karta zadarskog otočja**¹⁸

Tablica 6 **Površina i dužina obale zadarskog otočja**¹⁹

Zadarsko otočje	Površina (km ²)	Dužina obale (km ²)
Dugi otok	113,30	1.821,08
Ist	9,73	23,03
Iž	16,51	35,22
Molat	22,17	51,59
Olib	26,14	33,34
Ošljak	0,33	2,40
Pag	284,18	302,47
Pašman	60,11	702,05
Premuda	8,66	25,73
Rava	3,63	15,99
Rivanj	3,61	10,34
Sestrunj	15,12	29,34
Silba	14,27	26,23
Ugljan	51,04	78,74
Vir	22,07	31,94
Vrgada	2,31	9,18
Zverinac	4,17	14,27
UKUPNO:	657,35	3.212,94

¹⁸ Izvor: <https://www.google.com/maps/@44.2704273,15.0693904,63445m/data=!3m1!1e3>

¹⁹ Obrada autora prema Hrvatska enciklopedija, <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=46950>

Tablica 7 20 najvećih hrvatskih otoka po površini

Otok	Površina u km ²	Otok	Površina u km ²
Krk	405,8	Lošinj	74,7
Cres	405,8	Pašman	63,3
Brač	394,6	Šolta	59,0
Hvar	299,7	Ugljan	50,2
Pag	284,6	Lastovo	46,9
Korčula	276,0	Kornat	32,3
Dugi otok	114,4	Čiovo	28,8
Mljet	100,4	Olib	26,1
Rab	90,8	Vir	22,4
Vis	90,3	Murter	18,6

Izvor: Državni zavod za statistiku RH, Statistički ljetopis RH, Zagreb 2015.

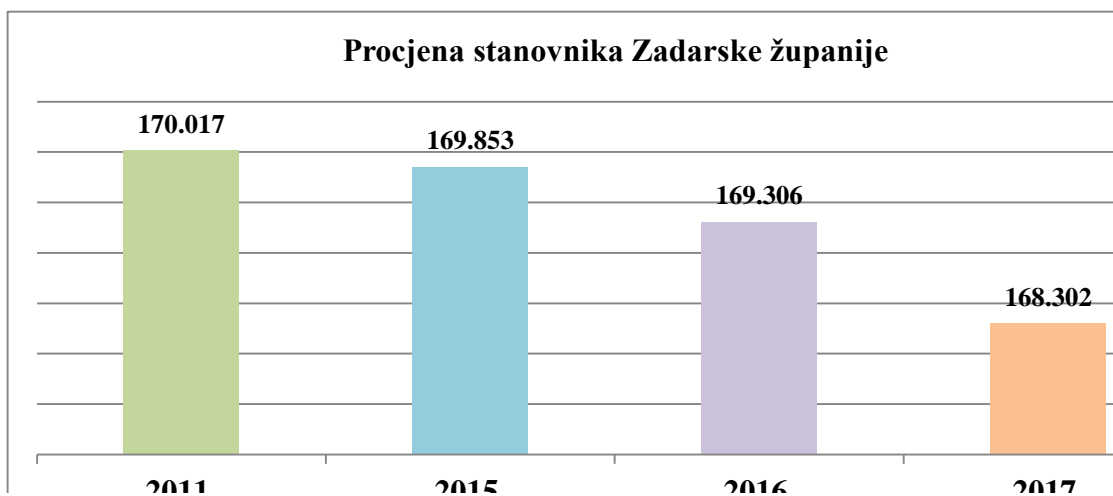
Kao što se može vidjeti iz Tablice 3, među 20 najvećih hrvatskih otoka po površini, šest pripada zadarskom arhipelagu: Pag, Dugi otok, Pašman, Ugljan, Olib i Vir.

4.7. Prirodna obilježja

Područje zadarskog otočja ubraja se u vrlo vrijedne prirodne resurse Zadarske županije. Zadarsko otočje je uglavnom vapnenačke građe, sa škrapama (žlijebovi ili brazde u vapnencu), strmih ili blagih padina te uglavnom slabo pošumljeno. Geološka struktura i sastav obalnog pojasa i zadarskog otočja su identični. Krški reljef zadarskog otočja sadrži također špilje, ali se ne zna njihov stvarni broj zbog nedovoljnog istraživanja. Poznate su špilje na Malom Ižu te na Dugom otoku kod mjesta Savar. Podmorje je vrlo kršovito, uglavnom kamenito.

4.8. Stanovništvo

Prema podacima dostupnim u Županijskoj razvojnoj strategiji Zadarske županije do 2020., Zadarsko otočje obuhvaća 20% površine Zadarske županije i jedan je od najugroženijih dijelova Županije budući da ga karakterizira kontinuirano starenje stanovništva, raseljavanje i odumiranje gospodarskih aktivnosti. Iznimku čine otoci Ugljan i Pašman koji se razvijaju kao prigradske zone obalnih gradova Zadra i Biograda na Moru. Gustoća naseljenosti tog područja iznosi 27 stanovnika po km². Posebna specifičnost je otok Pag koji je jedini hrvatski otok podijeljen između dvije županije. Sjeverni dio otoka Paga (Grad Novalja) pripada Ličko-senjskoj županiji, a južni dio (Grad Pag, Općina Kolan i Općina Povljana) Zadarskoj županiji (200,17 km², s pripadajućim otocima Maun i Škrda što čini 70% površine). Prema Popisu stanovništva iz 2011. godine, Zadarska županija imala je 170.017 stanovnika. U periodu od 2015. do 2017. bilježi se pad broja stanovnika - broj stanovnika smanjio se za 1985.



Slika 3 Procjena broja stanovnika Zadarske županije 2015.-2017.²⁰

Podaci DZS-a također pokazuju da Zadarsku županiju prati trend negativnog nacionalnog prirodnog prirasta broja stanovnika, ali znatno manjeg intenziteta u odnosu na razinu Republike Hrvatske. Kao što je već ranije spomenuto, stanovništvo Zadarske županije posljednjih 20 godina doživljava značajne promjene u pogledu starenja. Uz starenje stanovništva, dodatni problem čini iseljavanje mladih ljudi (odlazak na kontinentalni dio ili pak u inozemstvo) te smanjenje rodosti. Posljedično, takva kretanja mogu imati negativne učinke na gospodarstvo i društvenu zajednicu u cjelini. Kada je riječ o ekonomskoj migraciji, iz dostupnih podataka saznajemo da se radi uglavnom o mladoj, vrlo obrazovanoj i radno sposobnoj populaciji, što znači da se Zadarska županija, kao i država u cjelini, suočava s nedovoljnim brojem aktivnog radnog stanovništva i kvalitetnom radnom snagom. Posebno se to osjeća u turističkom sektoru.

4.9. Klimatska obilježja, tlo, flora i fauna

Zbog reljefne konfiguracije i raznolikosti, morskog utjecaja modificiranog brdsko-planinskim barijerama, klimatska obilježja Zadarske županije u njenim pojedinim dijelovima se razlikuju. Otoke karakterizira mediteranska klima s dosta vrućim i suhim ljetima, kada temperature dosežu i 40°C. Kišna razdoblja pojavljuju se u hladno doba godine, a snijeg je prava rijekost. Bura i jugo su tipični vjetrovi u zimskim mjesecima. Bura je osobito jaka na području otoka Paga i Velebitskog kanala. Jugo je vlažni vjetar, popraćen velikim valovima. U ljetnom

²⁰ Obrada autora prema DZS, Pokazatelji - Stanovništvo – Procjena i prirodno kretanje dostupno na https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/Pokazatelji/Stanovnistvo%20-%20pregled%20po%20zupanimama.xlsx

periodu karakterističan je maestral, sjeverozapadni vjetar. Prevladava tlo crvenica. Na otocima dominira zimzelena sredozemna vegetacija – bor, čempres i hrast crnika. Također, na otocima nalazimo i kamenjare, biljne zajednice koje se sastoje od bodljikavog i mirisnog bilja – drač, kadulja, kovilje, pelin, smilje i trn. Najvećim dijelom otoka prevladava makija.

Zadarska županija stanište je više od 1.000 različitih vrsta biljaka, od toga je više od 80 endemičnih. Životinjski svijet Zadarske županije sadrži i brojne rijetke i zaštićene vrste poput smeđeg vuka i medvjeda (područje Paklenice i Velebita), kao i velikog kormorana, kornjače čančare, macaklina, daždevnjaka i drugih (područje Ravnih Kotara).

Posebno se ističe ornitološki rezervat Kolanjsko blato na otoku Pagu s preko 163 različite vrste ptica. Na području Vranskog jezera obitava preko 240 vrsta i gnjezdilišta 102 različite vrste ptica, među kojima se nalaze četiri ugrožene vrste na EU razini i sedam ugroženih na nacionalnoj razini.

More Zadarske županije stanište je brojnih ribljih vrsta (brancin, hobotnica, lignja, palamida, panula, podlanica, sipa, zubatac i dr.). Također, tu je i rijetko obitavalište zaštićene Sredozemne medvjedice.

Na području Zadarske županije nalazi se 20 zaštićenih područja kojima upravljaju javne ustanove (Natura Jadera, NP Paklenica, PP Vransko jezero, Telašćica i Velebit), četiri posebna rezervata, četiri spomenika prirode, četiri značajna krajobraza i dva spomenika parkovne arhitekture.²¹

²¹ Županijska razvojna strategija Zadarske županije 2016. - 2020. dostupno na <https://www.zadarska-zupanija.hr/images/dokumenti/Zupanijska%20razvojna%20strategija%20Zadarske%20zupanije%202016.%20-%202020..pdf>

5. ODRŽIVI RAZVOJ OTOČNOG TURIZMA U HRVATSKOJ

Geografski položaj, prometna povezanost, infrastruktura, demografske specifičnosti, poljoprivreda, turizam samo su neki od čimbenika koji utječu na ukupni gospodarski razvoj pojedinih otoka. (Nejašmić, I., 1999.). Koncept održivog razvoja hrvatskih otoka nameće se kao strateško razvojno rješenje. Pritom, veliku ulogu ima država i njene institucije, od pokretanja investicija u infrastrukturu do odgovarajuće pravne regulative.

U članku 35 Zakona o otocima (NN 118/18), taksativno su navedene djelatnosti koje su važne za gospodarski razvoj otoka i koje će podupirati država. To su: „proizvodnja bilja na postojećim i novim nasadima na otvorenom i u zaštićenim prostorima (maslinarstvo, vinogradarstvo, voćarstvo, berba i prerada samoniklog bilja, uzgoj i prerada aromatičnog i ljekovitog bilja, povrćarstvo), ekstenzivno i poluintenzivno ovčarstvo i kozarstvo te pčelarstvo, s posebnim naglaskom na proizvodnju i preradu proizvoda u sklopu sustava kvalitete i ekološkog uzgoja; proizvodnja i prerada proizvoda s oznakom »Hrvatski otočni proizvod«; školjkarstvo, ulov plave ribe, a na području vanjskog ribolovnog mora i bijele ribe, mrijest, uzgoj i prerada ribe i drugih morskih organizama; tradicijski ribolov; trgovina svježom i prerađenom ribom; ronilaštvo; uzgoj, selektivno i kontrolirano vađenje, obrada i konfekcioniranje koralja i spužvi, uvažavajući odredbe donesene posebnim propisima iz područja zaštite prirode i okoliša te mjere iz relevantnih strateških dokumenata; eksploatacija mineralnih sirovina za potrebe klesarstva i građevinarstva; klesarstvo; eksploatacija morske soli; jedrarstvo; proizvodnja ribarskih alata; lončarstvo; izrada posebnih otočnih suvenira; čuvanje i obnova materijalnih i nematerijalnih kulturnih dobara; turizam održivih razmjera u novim i postojećim obnovljenim i prenamijenjenim objektima; ekoturizam; kulturni turizam i ostali selektivni oblici turističke ponude, zdravstveni turizam; tradicionalna gradnja koja uključuje upotrebu kamena kao građevnog materijala; mala brodogradnja, proizvodnja brodske opreme i remont brodova; djelatnosti koje uključuju znanstveno-tehnološka istraživanja i upotrebu visokih tehnologija; informatička djelatnost; okolišu prikladna industrijska proizvodnja završnog stupnja prerade i proizvodnja gotovih industrijskih proizvoda; proizvodnja i korištenje obnovljivih izvora energije na otocima i u moru; pomorski, otočni cestovni i zračni prijevoz; tradicijski obrt; umjetničke radionice, radionice za obnovu kulturne baštine; djelatnost socijalne skrbi i zdravstva; djelatnost humanitarnih organizacija i organizacija civilnog društva“ te sve djelatnosti koje se provode na temelju odrednica Pametnog otoka.²² Odrednice Pametnog otoka su:

1. aktivno sudjelovanje u prilagodbi i ublažavanju klimatskih promjena na lokalnoj razini
2. uvođenje i korištenje naprednih tehnologija radi osiguranja optimalnog upravljanja i korištenja lokalnih resursa i infrastrukture kroz različite poslovne modele

²² Zakon o otocima (NN 118/18, čl. 35)

3. smanjenje upotrebe fosilnih goriva povećanjem održivog korištenja obnovljivih izvora energije i energetske učinkovitosti
 4. promicanje održive mobilnosti na otocima
 5. smanjenje i konačno uklanjanje nedostatka i oskudice vode primjenom nekonvencionalnih i pametnih načina upravljanja vodnim resursima
 6. stvaranje područja bez odlaganja otpada promicanjem kružnog gospodarstva
 7. očuvanje karakteristične prirodne i kulturne baštine otoka
 8. diverzificiranje otočnog gospodarstva iskorištavanjem posebnosti otoka u stvaranju novih i inovativnih lokalnih djelatnosti
 9. jačanje i promoviranje socijalne uključenosti, edukacije i participacije građana
- 10. prelazak na alternativne, dugoročne, održive i odgovorne oblike turizma na otocima²³**

Pored uloge državnih tijela i institucija, jednako važnu ulogu u revitalizaciji otoka imaju dionici na regionalnoj i lokalnoj razini, uključujući i lokalno stanovništvo. Održivi razvoj hrvatskih otoka treba se temeljiti na tradicionalnom načinu života lokalnog stanovništva koji se primarno oslanja na more i zemlju. Stoga treba pokrenuti aktivnosti i projekte čiji je cilj očuvanje i obogaćivanje tradicije i tradicijskih djelatnosti čiji je opstanak ugrožen.

Suvremeni turisti očekuju autentične doživljaje te iskazuju veliko zanimanje za sadržaje odnosno turističku ponudu koja se vezuje za stil života, običaje i tradiciju lokalnog stanovništva - njihove tradicijske djelatnosti kao što je npr. ribarstvo, maslinarstvo, uzgoj vinove loze, tradicijski zanati i dr. Od posebnog značaja za revitalizaciju naših otoka je pokretanje projekta „Hrvatski otočni proizvod“.

5.1. Hrvatski otočni proizvod

Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije pokrenulo je 2007. godine projekt „Hrvatski otočni proizvod“. Temeljni cilj ovog projekta je da se identificiraju i distribuiraju kvalitetni otočni proizvodi koji će biti prepoznatljivi u Hrvatskoj i inozemstvu. Riječ je o proizvodima koji su rezultat otočne tradicije, razvojno istraživačkog rada, inovacije i invencije čija razina mora biti mjerljiva.²⁴

Proizvodi potječu s ograničenih otočnih lokaliteta i rade se uglavnom u malim serijama. Vizualnu oznaku mogu dobiti isključivo proizvodi koji udovoljavaju svim propisanim uvjetima. Oznaka „Hrvatski otočni proizvod“ (HOP) dodjeljuje se godišnje, u vidu plakete i

²³ Zakon o otocima (NN 118/18, čl. 22)

²⁴ Hrvatski otočni proizvod, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije dostupno na <https://otocni proizvod.hr/hr/o-hopu/o-projektu/1>

makete proizvođačima koji imaju sjedište na otocima i tamo ih i izrađuju. Riječ je o prehrambenim (vina, rakije, likeri, maslinova ulja, sirevi, slastice, ribe, salatne marinade, džemovi, med), kozmetičkim i odjevnim proizvodima te suvenirima.

Ukupno su do sada oznaku HOP-a dobila 324 otočna proizvođača (28 ekoproizvođača, 32 proizvođača s oznakom zemljopisnog podrijetla i 13 proizvođača s oznakom izvornosti) za 1121 proizvod i proizvodnu liniju s 26 otoka (Brač, Hvar, Vis, Korčula, **Pag**, Krk, Lastovo, **Dugi Otok**, Rab, Cres, Lošinj, Prvić, **Ugljan**, Mljet, Šolta, Žirje, **Pašman**, Iž, Murter, **Olib**, Kornat, **Rava**, **Silba**, Zlarin, Kaprije, Krapanj) i poluotoka Pelješca.

5.2. Kulturno-povijesna baština i tradicijske djelatnosti zadarskih otoka

Zadarsko otočje posjeduje vrlo vrijednu pokretnu i nepokretnu kulturno-povijesnu te tradicijsku baštinu koja predstavlja značajan potencijal za razvoj turizma.

U Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske upisao je 131 zaštićeno nematerijalno dobro, od toga sa područja Zadarske županije: govor zadarskih Arbanasa, **Tovareća mužika iz Sali**, otkanje ili orzanje, glagoljaško pjevanje, **paška čipka**, **paški teg**, **pivanje na kanat na otoku Pagu**, tradicionalna **proizvodnja paškog sira**, **tradicijsko lončarstvo otoka Iža**, umijeće gradnje suhozida, posmrtni običaji vezani uz mirila ili počivala, priprema sira iz mješine s područja Dalmatinske zagore, Velebita i Like, priprema tradicijskog ličkog sira škripavca, svetkovina Gospe od Zečeva iz Nina, umijeće izrade ukrasnog vezagrađa/četverokuka na području zapadnog dijela Dinarida u Hrvatskoj te klapsko pjevanje na razini Republike Hrvatske. Treba istaći da su na području Zadarske županije posljednjih godina pokrenuti brojni projekti revitalizacije i turističke valorizacije kulturne baštine i tradicije.²⁵

Na području Zadarske županije dugu tradiciju imaju poljoprivredna proizvodnja, posebice uzgoj maslina i proizvodnja kvalitetnog maslinovog ulja, vinogradarstvo i proizvodnja vina, proizvodnja ranih povrtnarskih kultura i stočarstvo (ovčarstvo i kozarstvo). Tradicionalni visokokvalitetni proizvodi koji dolaze iz ekološke proizvodnje sve se više traže na tržištu te kao takvi imaju važno mjesto u razvoju turizma i gastronomske ponude destinacije. Međutim, pokretanje ekološke proizvodnje zahtjevan je i dugotrajan proces te se na povrat uloženog novca (profit) čeka dugo. Pristupanjem Hrvatske Europskoj uniji kao i pokretanje projekata na nacionalnoj, regionalnoj te lokalnoj razini otvorile su se mogućnosti povlačenja sredstava te je prisutan porast broja ekoloških proizvođača.

²⁵ Županijska razvojna strategija Zadarske županije 2016. - 2020. dostupno na <https://www.zadarska-zupanija.hr/images/dokumenti/Zupanijska%20razvojna%20strategija%20Zadarske%20zupanije%202016.%20-%202020.pdf>

Autohtoni prehrambeni proizvodi zbog načina proizvodnje, kvalitete i posebnosti konkuriraju ostalim prehrambenim proizvodima na globalnom tržištu. Stoga ih je važno adekvatno zaštititi (zaštićena oznaka izvornosti, zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla ili oznaka zajamčenog tradicionalnog specijaliteta). Identificirane ključne autohtone namirnice s područja Zadarske županije su: *višnja maraska*, *plava riba* (u zadarskom akvatoriju), *maslinovo ulje*, *Ninska sol*, *šokol*, *janjetina* i *jaretina*, *med*, *češnjak*, *crno vino*, *prošek*, *daginja* (Novigradska daginja) i *smokva*.²⁶

Neplanska i nekontrolirana izgradnja, stil gradnje koji nije u skladu s tradicijom, korištenje zaštićenih građevina kao građevinski materijal, prenamjena postojećih objekata, neuređena odlagališta otpada i loš sustav odvodnje otpadnih voda (kanalizacija), uništavanje prirodnih rezervata, nedopušteni lov i ribolov, neovlašteno prisvajanje arheoloških nalazišta u podmorju, destruktivni oblici turizma i turističke izgradnje, zanemarivanje običaja i tradicionalnih kulturnih vrijednosti, samo su neki od čimbenika koji su doveli do pojave devastacije i propadanja prirodne i kulturne baštine na pojedinim dijelovima naše obale i otoka. Također, negativan utjecaj na kontinuitet kulturnog razvitka otoka, očuvanje običaja, govora, starih zanata, tradicije i stila života ima loša demografska slika – trend rasta iseljavanja stanovnika.

Ipak, u usporedbi s nekim drugim tržištima na Mediteranu (npr. Italija, Grčka, Španjolska), naši su otoci u velikoj mjeri uspjeli sačuvati svoju izvornost, prirodne ljepote, okoliš, kulturno-povijesnu baštinu, običaje, tradiciju i autohtone proizvode te kao takvi predstavljaju veliki turistički potencijal.

U sljedećim poglavljima daje se prikaz stanja i potencijala razvoja turističke ponude kroz očuvanje tradicijskih djelatnosti na primjeru Dugog otoka, Iža i Paga.

5.2.1. Dugi otok

Dugi otok je najveći otok u zadarskom arhipelagu. Obuhvaća 113,3 km². Dug je oko 43 km, širok do 4,6 km. Pruža se u smjeru sjeverozapad–jugoistok, u nizu u kojem je sjevernije otok Molat, a južnije otok Kornat.

²⁶ Županijska razvojna strategija Zadarske županije 2016. - 2020. dostupno na <https://www.zadarska-zupanija.hr/images/dokumenti/Zupanijska%20razvojna%20strategija%20Zadarske%20zupanije%202016.%20-%202020..pdf>



Slika 4 **Karta Dugog otoka**²⁷

Na istočnoj strani od otoka smješteni su brojni manji otoci (Sestrunj, Iž, Rava, Zverinac, Ugljan, Pašman, Žut i dr.). Građen je uglavnom od donjokrednih rudistnih vapnenaca i dolomita. Najviši vrh na otoku je Vela Straža (337 m) smješten u središnjem dijelu otoka. Tu se također nalaze i brojne špilje (Strašna peć, Kozja peć, Veli Badanj, Crvene rupe, Pećina).

Dugi otok, zajedno s otokom Pagom, spada u naše najrazvedenije otoke. Obala (dužina 182,1 km) je uglavnom niska, osobito istočna. Na njoj su mnogobrojne pješčane uvale i plaže (Sakarun i dr.). Na sjeverozapadnoj strani otoka su uvale Solišćica i Pantera, a na jugoistoku se smjestio Park prirode Telašćica. Zapadna obala je visoka i strma koju karakteriziraju litice osobujne ljepote, a posebno se ističe najviša hrid na Jadranu Grpašćak (166 m). Između vapnenačkih otočkih uzvisina nalaze se krška polja Arnjevo, Dugo, Krajnje, Slotino, Stivanje i Srednje te brojne uvale. Na Dugom otoku nema izvora ni vodenih tokova. U južnom dijelu otoka nalazi se slano jezero Mir. Makija i šuma raste na tlu središnjeg i zapadnog dijela otoka, dok na južnom dijelu dominiraju kamenjari.²⁸

Dugi otok s kopnom je povezan trajektnim vezama (Zadar–Brbinj). Krajem srednjeg vijeka na otok se doseljava obalno stanovništvo te su izgradili naselja koja su se održala do danas. Glavno naselje je Sali. Ostala naselja su: Božava, Brbinj, Dragove, Luka, Savar, Soline, Veli Rat, Verunić, Zaglav i Žman. Dugi otok je bio naseljen već u prapovijesti što dokazuju paleolitički i neolitički ostaci te nekropole ranoga željeznog doba. U Maloj Proverisi, Stivanjem polju i Brbinju su nađeni ostaci iz rimskog razdoblja.²⁹ Dugi otok je tijekom II. Svjetskog rata bio pripojen Italiji. U svibnju 1943. godine talijanske okupacijske trupe su do temelja uništile naselja Savar i Poljane, koja su u međuvremenu obnovljena.

Stanovništvo Dugog otoka uglavnom se bavi ribarstvom, poljoprivredom (maslina, vinova loza, smokva, povrće, žitarice i dr.) i stočarstvom (ovca, koza) te u novijoj povijesti

²⁷ Izvor: <https://www.google.com/maps/@44.0282047,15.0241927,42351a,35y,41.62h,4.02t/data=!3m1!1e3>

²⁸ Hrvatska enciklopedija dostupno na <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=16498>

²⁹ Hrvatska enciklopedija dostupno na <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=16498>

turizmom. Najstarije spominjanje ribarske djelatnosti u Hrvatskoj vezuje se upravo za Zadarsku županiju, tj. njene otoke. O tome svjedoči darovnica kojom su oko 995 godine zadarski plemići prepustili samostanu sv. Krševana u Zadru pravo ribarenja u uvali Molašćica na otoku Molatu i na otoku Tilagu, tj. na prostoru današnjeg Parka prirode Telašćica na Dugom otoku.³⁰

Uvale Dugog otoka u prošlosti su bile bogata lovišta raznolikih vrsta ribe (palamida, plavica, skuša, srdela, šarun, tuna). Ribarstvo je lokalnom stanovništvu bio dobar izvor prihoda jer je većina mještana ljeti bila uključena u ribolov i soljenje ribe. Ribarstvo na Dugom otoku osobito se razvilo tijekom 16. i 17. stoljeća te su ribari na području saljske luke počeli graditi skladišta i solionice ribe kao i svoje obiteljske kuće. Početkom 20. stoljeća (1905.) u Salima započinje gradnja tvornice za preradu ribe čija proizvodnja započinje 1907., što je za posljedicu imalo zapošljavanje velikog broja lokalnog stanovništva i njihov ostanak na otoku. Tradiciju proizvodnje danas nastavlja tvrtka Mardešić d.o.o. čiji proizvodi od srdele, incuna, tune i skuše nose oznaku „Hrvatskog otočnog proizvoda“ (HOP).³¹

Treba istaći da Zadarska županija ostvaruje preko 40% ukupnog ulova ribe i drugih morskih organizama u Republici Hrvatskoj. Zadarska županija sudjeluje s oko 60% u ukupnoj proizvodnji marikulture Republike Hrvatske. Ukupan broj uzgajališta u Republici Hrvatskoj je 344, a u Zadarskoj županiji nalazi se ukupno 56 uzgajališta. Uzgajališta ribe nalaze se na području otoka Pašmana, Ugljana, Iža, Vrgade i Dugog otoka (najviše u Srednjem kanalu - uvale Ugljana i Pašmana) i na južnoj panti Pašmana. U Ninu se pak nalazi najveće mrjestilište bijele ribe u Republici Hrvatskoj.³²

Stoljetna tradicija bavljenja ribarstvom na Dugom otoku ovjekovječena je u kulturno-zabavnoj manifestaciji „**Saljske užance**“ koja ima tradiciju od preko 50 godina. Manifestacija „Saljske užance“ u sklopu kojih nastupa i „**Tovareća mužika**“ primjer je dobre prakse osmišljavanja turističke ponude koja se temelji na očuvanju i njegovanju tradicije i običaja.

Ova manifestacija održava se svake godine vikend prije Velike Gospe i traje tri dana. U sklopu programa manifestacije održavaju se razna događanja, prezentacije tradicionalnih običaja iz života lokalnog stanovništva, natjecanja i zabavni program u kojem sudjeluje lokalno stanovništvo i njihovi gosti. Program počinje u petak uz podizanje zastave i nastup „Tovareće mužike“. Tijekom „Ribarske noći“ mještani se natječu u gastro natjecanjima – pripravaljaju se tradicionalna jela od različitih vrsta ribe i plodova mora dok se u luci odvija zabavni program uz nastup klapa. Subota („Saljska noć“) je rezervirana za razne sportske

³⁰ Županović, Šime, Ribarstvo i ribarska terminologija zadarskog područja, Čakavska rič, 1994.,2, Split dostupno na <https://hrcak.srce.hr/file/203414>

³¹ Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, HOP Katalog 2019., dostupno na <https://razvoj.gov.hr/dokumenti/10>

³² Županijska razvojna strategija Zadarske županije 2016. - 2020. dostupno na <https://www.zadarska-zupanija.hr/images/dokumenti/Zupanijska%20razvojna%20strategija%20Zadarske%20zupanije%202016.%20-%202020..pdf> str.95

susrete i natjecanja (utrke romobila, vrića, potakača, potezanje konopa) te zabavni program uz bogatu gastro ponudu tradicionalnih jela. Nedjeljno jutro započinje budnicom. Poslijepodne je na saljskoj rivi tradicionalna „Trka tovarov“. Nakon utrke slijedi nastup „Tovareće mužike“ te zabavni program na saljskoj rivi.

Saljska „**Tovareća mužika**“ zaštitni je znak mjesta Sali i svojim atraktivnim nastupima privlači i oduševljava brojne posjetitelje Dugog otoka. Kao što je već ranije spomenuto, „Tovareća mužika“ je zaštićeno nematerijalno dobro Republike Hrvatske. Kao specifičnoj glazbenoj praksi dodijeljena joj je i oznaka „Hrvatski otočni proizvod“.

„Tovareća mužika“ svoje korijene crpi iz tradicije bavljenja ribarstvom (svaki je brod morao imati rog kojim su ribari davali znak ostalim brodovima kada će upotrijebiti mreže) i davnog pučkog običaja *Batarela*, a što je naziv za skup nasumičnih zvukova s ciljem stvaranja buke kojom su mještani tjerovali zle duhove i uroke te su se veselili i zbijali šale. Većina je kuća imala svoj rog koji je mlađim članovima obitelji služio za zabavu, najčešće zbijanje šala na račun onih koji su stupali u brak u poznijim godinama, posebice udovice i udovci. Takve „serenade mladencima“ nazivali su tovaréca mužika, o čemu postoji i legenda. Naime, 1959. godine nekoliko je mladića saznalo da će se u selu dogoditi vela batarela, tj. vjenčanje stare cure Paškvala. Mladenci su htjeli vjenčanje obaviti u tajnosti, ali im to nije uspjelo. Mladići su se brzo opremili instrumentima. Postrojeni u dvored kao svirači limene glazbe, hodali su za svatovima pušući u svoje rogove, udarajući u metalne dijelove alatki i u željezne pegle, intonirajući dobro poznatu koračnicu i pjesmu *Šjora Mare*, na veliko oduševljenje mještana. S vremenom su u nastup „Tovareće mužike“ uvedena neka dodatna pravila vezano za instrumentarij, koreografiju kao i način odijevanja. Svirači su u jednom dijelu nastupa odjeveni u tradicionalnu ribarsku nošnju s mornarskim kapama (*rašketama*). U drugom dijelu nastupa imaju svečane odore. Mužiku vodi kapelnik koji upravlja sviračima, održava red i započinje figure koje „Tovareća mužika“ izvodi dok svira.



Slika 5 Saljska Tovareća mužika³³

S ciljem daljnjeg održivog razvoja obje gospodarske grane - turizma i ribarstva - potrebno je intenzivnije uključivanje marikulture u turističku ponudu. To može biti putem aktivnog uključivanja turista u djelatnost ribarstva i marikulture – otvaranje muzeja i interpretacijskih

³³ Izvor <http://www.dugiotok.hr/atrakcije-tovareca-muzika>

centara, obilazak pogona proizvodnje, kreiranje turističkih programa kao što je odlazak u ribolov, promatranje i sudjelovanje u aktivnostima uzgoja ribe, edukacija, kulinarske radionice, degustacije, izrada autohtonih suvenira i sl.). Među strateškim ciljevima razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. je i poticanje izvrsnosti u gastronomiji, uvrštavanju hrvatske eno-gastro ponude u svjetske gourmet vodiče, brendiranje gastro ponude (regionalne i nacionalne), kao i poticanje lokalnih proizvođača i ugostitelja na umrežavanje. Dugi otok ima sve predispozicije da se razvija u tom smjeru, samo treba identificirati i valorizirati svoje potencijale.

5.2.2. Otok Iž

Otok Iž je smješten između Ugljana na istoku te Rave i Dugog otoka na zapadu. Površina mu je 16,5 km². Dug je 12,3 km, širok do 2,6 km. Građen je od krednih vapnenaca i dolomita. Najviši vrh na otoku je Korinjak (168 m). Obala je duga 35,2 km. Okružuju ga brojni otočići: Beli, Fulija, Glurović, Knežak, Kudica, Mali, Mrtovnjak, Rutnjak, Sridnji i Temešnjak.



Slika 6 Karta otoka Iža³⁴

Oko 60% površine otoka obraslo je borovom šumom. Stanovništvo se bavi pomorstvom, ribarstvom, poljoprivredom (uzgoj maslina, vinove loze, smokve, rogače, naranči, limuna) te turizmom. Klima je blaga mediteranska. Trajektnim vezama povezan je sa Zadrom i otokom Ravom. Na istočnoj obali otoka smjestila su se naselja Veli Iž i Mali Iž. Otok je bio naseljen u pretpovijesti (ilirske gradine). U antičko doba bio je rimsko naselje. U povijesnim izvorima spominje se od X. st. (Konstantin Porfirogenet). U srednjem vijeku otok je bio u sastavu otočnoga dijela zadarskoga distrikta. Na Ižu su zemljišne posjede imale zadarske crkvene ustanove (ženski benediktinski samostan sv. Marije, nadbiskupija, sjemenište »Zmajević«) i patricijske obitelji (Benja, Fanfonja, Nassi, Soppe, Civalleli, Grisogono i dr.). Za mletačko-turskih ratova u XV. i XVI. st. otok su naselili prebjeci s kopna (uglavnom s područja Ravnih

³⁴ Izvor: <https://www.google.hr/maps/@44.0497523,15.0349483,17645a,35y,53.72h,6.78t/data=!3m1!1e3?hl=hr>

kotara). U XVIII. i XIX. st. Iž je postao jedno od vodećih pomorsko-trgovačkih središta na zadarskom arhipelagu.³⁵

Lončarstvo na otoku Ižu – Iški lopižar

Iž je jedini hrvatski otok na kojem od starine (od vremena Liburna) postoji lončarstvo – izrada zemljanog posuđa na ručnom lončarskom kolu koje se peče na otvorenoj vatri. „Orovich detto Licear“, tj. *lopižar* (lopiž – od lat. 'lapideus', kamenit, zemljani lonac) spominje se 1530. godine. Iški *lopižari*, kako su ih tada nazivali, radili su 18 uporabnih predmeta od gline i nekoć su bili najveći lončari na Jadranu.



Slika 7 Nika Petrović – prezentacija izrade iških lopižara^{*36}

Ižani su lopiže koristili u različite svrhe: kao lonce za kuhanje brudeta i palente, čripnju (peku) za pečenje kruha, teću za zelje, lubove za pravljenje sira, pićone za kuhanje kave, pohranjivanje mirodija, skladištenje usoljene ribe, mesa, funjere za grijanje prostorija ili fugone za grijanje na brodu i škadline za grijanje ruku itd. Posude su napravljene od crvene gline, vrlo funkcionalne, jednostavnih ukrasa zarezima ili točkama, bez glazure.

Umijeće lončarstva bilo je važno za Veleižane i prenosilo se unutar obitelji, s oca na sina. Međutim, ovaj stari zanat s vremenom je zbog modernizacije polako izumirao te je na Ižu svake godine bilo sve manje lopižara. 1987. bilo je devet lončara, ali samo njih šest-sedam povremeno je radilo.³⁷ Krajem 80-tih godina prošlog stoljeća tu je tehniku od Romana Vlahova, posljednjeg autohtonog lončara, naučio nastavnik iz Zagreba Predrag „Pepi“ Petrović, koji se njome bavio sve do svoje smrti 2015. godine. Pepi je znanje prenio svojoj kćeri Niki Petrović kao i Frani Šuniću, voditelju radionice pri zadarskom Arheološkom muzeju. Nika Petrović tijekom godine održava prezentacije iškog lončarstva, a turisti se također mogu okušati u ovom starom zanatu i otkupiti proizvode na radionicama koje se često upriliče tijekom turističke sezone.

³⁵ Hrvatska enciklopedija <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=28399>

³⁶ Izvor: <https://www.otoci.eu/iz-odrzana-prezentacija-izrade-tradicionalnog-iskog-loncarstva-lopiza/> Foto Udruuga Tarabuži, Veli Iž

³⁷ Izvor: <https://www.zadarskilist.hr/clanci/11122018/iski-lopiz-otrgnut-zaboravu>

Zadarska Škola primijenjene umjetnosti i dizajna 2018. godine je izradila „Priručnik o iškoj keramici“ u kojem je prikazana povijest iške keramike te izrada tradicionalne keramičke posude – iškog lopiža, što predstavlja vrijedan doprinos očuvanju tradicije izrade keramike od zaborava te može poslužiti za buduću edukaciju novih naraštaja.

Tradicijsko lončarstvo otoka Iža vrijedna je nematerijalna kulturna baština jadranskog područja, koja svjedoči o kontinuitetu života i rada njegovih stanovnika te valja i dalje raditi na njegovu očuvanju. Dugoročno očuvanje tradicije lončarstva moguće je kroz ulaganja (pokretanje obrta) te poticanje edukacije lokalnog stanovništva (i ostalih kao npr. učenike srednjih strukovnih škola), koji bi izrađivanjem lopiža (suvenira) mogli ostvariti dodatni prihod. Turističke agencije (DMK) u suradnji s lokalnim stanovništvom i turističkom zajednicom (DMO) te ostalim institucijama (muzeji, galerije) trebaju osmisliti turističke proizvode koje u sebi sadrže tradicijski obrt lončarstva otoka Iža s ciljem privlačenja većeg broja turista, posebno u predsezoni i posezni.

Za Iž je također vrijedno spomenuti i tradicionalnu “Išku feštu”, na kojoj se bira “mjesni kralj” s mandatom na godinu dana. Običaj je inače dio tradicije cijelog zadarskog arhipelaga, a nestao je negdje krajem 19. stoljeća. Fešta se održava krajem srpnja. Mještani se oblače u tradicionalne nošnje, izvode se stari otočki plesovi i pjesme, pripremaju se domaća jela, organiziraju razna sportska natjecanja za mlade i odrasle te glazbeni program do ranih jutarnjih sati.

5.2.3. Otok Pag

Otok Pag je jedini hrvatski otok podijeljen između dvije županije. Sjeverni dio otoka Paga (Grad Novalja) pripada Ličko-senjskoj županiji, a južni dio (Grad Pag, Općina Kolan i Općina Poveljana) Zadarskoj županiji (200,17 km², s pripadajućim otocima Maun i Škrda što čini 70% površine. Površina mu je 284,18 km². Pruža se u smjeru sjeverozapad–jugoistok. Dug je 59 km, a širok do 9,5 km. Građen je od vapnenaca, dolomita, fliša (polja), pješčenjaka i pijeska. Najviši vrh na otoku je Sveti Vid (349 m). Obala je duga 302,5 km. Pag je, uz Dugi otok, naš najrazvedeniji otok.³⁸ Sjeveroistočna obala je visoka i strma dok je jugozapadna niža.

³⁸ Hrvatska enciklopedija <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=46105>



Slika 8 Karta otoka Paga³⁹

Klima na otoku je mediteranska. Veći dio otoka karakterizira kamenjar koji služi za ispašu koza i ovaca. Sačuvane su šume hrasta medunca i crnike, a na nekim dijelovima se zadržala autohtona zimzelena šikara. U poljima i udolinama (Dinjiško, Kolansko, Povljansko, i Vlašičko) uzgaja se vinova loza, maslina, žitarice, povrće, voće (smokva, badem, breskva). Nadalje, otok je poznat po ovčarstvu i proizvodnji sira, kućnoj radinosti (čipkarstvo) te proizvodnji soli (solane). Mostom kod Posedarja te trajektnim vezama povezan je s kopnom (Žigljen–Prizna) te otokom Rabom. Na otoku se posljednjih desetljeća snažnije razvija turizam. Uz gradove Pag i Novalju veća su naselja: Mandre, Povljana, Kolan, Lun, Stara Novalja, Vlašići i Metajna.

Pag je bio naseljen u neolitiku, o čem svjedoče mnogobrojna gradinska naselja ilirskih Liburna. U antici središte otoka bila je *Cissa* (kraj današnje Caske na zapadnom dijelu Paškoga zaljeva). U kasnoj antici snažnije se razvila vanjska luka *Navalia* (današnja Novalja), odakle potječe i najviše tragova ranoga kršćanstva (bazilika sv. Marije). Od XIII. st., osobito nakon što su Zadranjci 1203. spalili Kissu, središte se naseljenosti seli na jugoistočni dio Paškoga zaljeva. Podjela otoka uzrokovala je u srednjem vijeku nejednolik razvoj otoka. Sjeverni dio, pod vlašću Raba (okolica Novalje i poluotok Lun), ostao je slabo razvijen (pretežito ruralan i stočarski rubni posjed). Južni dio, pod vlašću Zadra, zbog potreba solana, snažnije se razvija (središte je grad Pag). Otok 1409. dolazi pod mletačku vlast. Pag je tijekom XVI. st. znatno osiromašio, ponajviše zbog oslabjelih veza sa susjednim hrvatskim kopnom. Paške solane ipak ostale najvažniji izvor mletačkih prihoda u Dalmaciji od XV. do XVIII. st. Nakon pada Mletačke Republike 1797., otok Pag je došao pod austrijsku vlast (s iznimkom razdoblja francuske uprave 1805–14.). Nakon 1905., zbog bolesti vinove loze, velik se broj stanovnika otoka iselio u SAD, Kanadu i Australiju. Za II. svjetskoga rata Pag je od travnja 1941. bio pod talijanskom, a od 1943. pod njemačkom okupacijom. Oslobođen je u travnju 1945.⁴⁰

³⁹ Izvor <https://www.google.hr/maps/@44.4917634,14.9330253,49518a,35y,42.19h,5.25t/data=!3m1!1e3?hl=hr>

⁴⁰ Izvor Hrvatska enciklopedija <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=46105>

Paška čipka

Tradicija izrade čipke na iglu stoljećima se njeguje u Pagu. Njena izrada u gradu Pagu za potrebe ženskog i crkvenog ruha zabilježena je već polovicom 15. stoljeća. Paška čipka upisana je 2009. godine u UNESCO-ov registar nematerijalne kulturne baštine.

Mjesto gdje su paške koludrice od davnina podučavale žensku djecu u pismenosti i izradi čipaka je samostan sv. Margarite. O tome svjedoče arhivski izvori iz 1579. godine. O njejoj ljepoti i savršenstvu pročulo se nadaleko pa su Paškinje pozivane u Beč kod nadvojvotkinje Marije Jozefe, carice majke, kako bi pokazale kako nastaje paška čipka. Izrada paške čipke pojačava se nakon osnivanja **Čipkarske škole** u Pagu koja je osnovana 1906. godine te je radila do 1945. godine.



Slika 9 Paška čipka⁴¹

S ciljem očuvanja ove vrijedne i jedinstvene rukotvorine, u gradu Pagu od 1998. godine djeluje **Galerija paške čipke** u organizaciji Društva paških čipkarica „Frane Budak.“ Posjetitelji galerije mogu vidjeti kako se izrađuje paška čipka te uživati u umjetničkim radovima vrijednih ruku paških čipkarica. U bogatoj galerijskoj zbirci nalaze se čipke različitih povijesnih razdoblja (replike paške čipke po starim Budakovim nacrtima, različiti tekstilni predmeti kao dijelovi interijera paške kuće, zatim dio odjevnih predmeta koje su kroz povijest koristili stanovnici grada Paga, kao i brojni radovi iz novijeg razdoblja otočke povijesti.

Paška sol

Uz čipkarstvo, sol je također poznata tradicijska djelatnost otoka Paga. Sol se nazivala drugim *bijelim zlatom* i bila je stoljećima strateški proizvod otoka. Tisućljetna organizirana proizvodnja soli Pagu je donosila bogatsvo. Pažani su zbog soli u prošlosti često ratovali.

⁴¹ Izvor: <https://tzgpag.hr/hr/posebnosti/%C4%8Dipka.html>



Slika 10 Berba soli na na Pagu⁴²

Paške solane spadaju u najstarije na istočnoj jadranskoj obali. Na Pagu se još uvijek može vidjeti proizvodnja soli starim postupkom prirodnog isparavanja u manjim glinenastim bazenima. Na otoku je bilo više solana do dolaska Venecije 1409. (Dinjiška, Povljana, Vlašići, Stara Novalja) kada u funkciji ostaje samo solana na Pagu. Venecija je uzimala 70% cjelokupne proizvodnje soli, a preostalih 30% dijelili su vlasnici solana i radnici u solanama, u omjeru svakom 50%. Venecija nije nikada bila vlasnik solane. Vlasnici solana bili su uglavnom zadarski (i paški plemići), ženski benediktinski samostan i crkva. Nakon propasti Mletačke republike dolazi Austrija koja je detaljno popisala solane i izradila katastarske planove. Nakon 8 godina vladavine Austrije ovo područje, na kratko, ulazi u sastav Napoleonovih Ilirskih provincija. Tada nastaje i ideja da se otkupe sve solane, ali nije provedena zbog propasti Napoleona. Povratkom Austrije realizira se ideja otkupa privatnih solana. Stvara se državni monopol koji je donosio veći prihod, ali od njega radnici nisu imali veće koristi te dolazi i do prvih štrajkova. U vrijeme Jugoslavije solana ostaje državno vlasništvo, a nakon nastanka današnje Republike Hrvatske, solana je privatizirana.

Tvornica soli - Solana Pag d.d. – danas je najveći proizvođač morske soli u Hrvatskoj. Smještena je južno od grada Paga na površini od 225 hektara. U sastavu solane nalaze se i bazeni u mjestu Dinjiška, površine 33 hektara. Zajedno s bazenima južno od Paga imaju površinu od približno 258 hektara. Tereni u Dinjiški povezani su slanovodom sa terenima, odnosno solanom u Pagu.⁴³ Paška sol nositelj je oznake „Hrvatski otočni proizvod“.

Paški sir

Najpoznatiji gastronomski brend otoka paga je sir. Izrađuje se isključivo od mlijeka autohtone paške ovce. Paška ovca jede velebitskom burom posoljeno raslinje, bilje i ljekovite trave te daje mlijeko specifičnog okusa i mirisa. Zreli paški sir (mora biti stariji od pet mjeseci) ima karakterističan okus, miris i blagu zrnatu strukturu.

⁴² Izvor: <https://tzgpag.hr/hr/vodic/gastronomija/40-pa%C5%A1ka-sol.html>

⁴³ Izvor <https://solana-pag.hr/upoznajte-nas/>



Slika 11 Paški sir⁴⁴

Danas se Paški sir može kušati i kupiti u domaćinstvima koja se bave proizvodnjom sira ili u nekoj od poznatih sirana na otoku (npr. Paška sirana d.d., Sirana Gligora, MIH Sirana,) koje su spojile tradiciju i tehnologiju te otvorile vrata posjetiteljima. Npr. Sirana Gligora za svoje posjetitelje organizira prezentaciju sirane (priča o Paškom siru), razgledaju proizvodnju, posjećuju zrionicu sira koja je smještena 6m pod zemljom, kušaju sireve te mogu obaviti kupnju u trgovini sirane u Kolanu. Sir MIH Sirane iz Kolana nositelj je oznake „Hrvatski otočni proizvod“. Paški sir je nositelj oznake „Izvorno Hrvatsko“.⁴⁵

Paška janjetina

Među ključne autohtone prehrambene proizvode Zadarske županije spada i paška janjetina. Zbog načina uzgoja i ishrane, meso paške janjetine ima poseban okus te je svjetski gastronomi smatraju vrhunskim gastronomskim specijalitetom. Autohtona paška ovca hrani se na kršu i kamenjaru na kojem raste razno ljekovito bilje, sitna trava obasuta posolicom koju nanosi zimska bura te stoga ima specifičan i prepoznatljiv okus.



Slika 12 Paška ovca na paši⁴⁶

⁴⁴ Izvor: <https://www.paskasirana.hr/hr/proizvodi/sirevi/paski-sir>

⁴⁵ Izvor <https://tzgpag.hr/hr/vodic/gastronomija/38-delikatesa-pa%C5%A1ki-sir.html>

⁴⁶ Izvor <https://tzgpag.hr/hr/vodic/gastronomija/39-pa%C5%A1ka-janjetina.html>

Stoljetnu tradiciju na Pagu ima uzgoj grožđa i proizvodnja vina. Proizvodilo se uglavnom bijelo vino od nekoliko sorata, a zbog svoje boje dobilo je ime „**Paška Žutica**“. Glavna sorta za proizvodnju tog vina bio je **Gegić**, nosilac sortimenta na otoku.

Valja još spomenuti tradiciju benediktinki iz samostana sv. Margarite u Pagu koje preko 300 godina njeguju proizvodnju slastice pod nazivom *baškotini*. To je tvrdi slatki prepečenac spravljen po posebnoj recepturi. Baškotinom se dočekivalo goste i obilježavali značajni obiteljski događaji. Baškotin nosi oznake „Izvorno Hrvatsko“ te „Hrvatski otočni proizvod“.

U paške posebnosti i atrakcije spadaju još Paški tanac, pučki igrokaz Robinja, tradicionalna gradnja suhozida, narodne nošnje te Ornitološki rezervat Velo koji se nalazi na južnom dijelu otoka Paga. Rezervat je od iznimne biološke važnosti jer je stanište preko 160 vrsta ptica močvarica od kojih je 66 vrsta gnjezdarica. Rezervat privlači brojne ljubitelje ptica iz cijelog svijeta koji sa osmatračnica mogu promatrati i fotografirati ptice i ostali močvarni svijet. Na predjelu Lokunja, u samom središtu grada Paga, nalazi se prirodno lječilište bogato taložnim blatom pogodnim za liječenje reumatskih i raznih dermatoloških oboljenja. Ovo prirodno lječilište predstavlja odličan potencijal za razvoj ponude zdravstvenog turizma i wellnesa, za što će biti potrebno izgraditi odgovarajuću infrastrukturu (projekt je tek u idejnoj fazi).

5.3. Uloga tradicijskih djelatnosti u funkciji razvoja turizma

Iz primjera Dugog otoka, Iža i Paga može se vidjeti da su tradicijske djelatnosti na nekim zadarskim otocima, unatoč problemima, još uvijek postojane, ali nisu dovoljno iskorištene za poboljšanje i obogaćivanje turističke ponude. Otoci Pag, Dugi otok i Iž, kao i većina hrvatskih otoka, moraju poraditi na strategiji razvoja turističkih proizvoda s ciljem produljenja turističke sezone, poglavito kroz razvoj sadržajnije turističke ponude usmjerene na ciljne skupine tržišta posebnih interesa (kulturni, ribolovni, ruralni, eno-gastro, aktivni i pustolovni turizam, cikloturizam, nautički turizam i dr.).

Osim slabe infrastrukture i nedostatka kvalitetne ponude, otocima nedostaje adekvatna promocija. Otok Pag, Dugi otok i otok Iž trebali bi poput nekih drugih otoka (npr. Mali Lošinj) izgraditi jedan ključni faktor po kojem će biti drugačiji od drugih, interesantni i prepoznatljiviji na tržištu. Npr. Dugi otok ima bogatu povijest i tradiciju ribarstva i to bi trebalo valorizirati kao jedno od glavnih obilježja razvoja turizma u njegovoj budućnosti. Turistička ponuda ne može se temeljiti samo na jednoj manifestaciji i skromnom ponudom nekoliko izleta koji se uglavnom odvijaju tijekom glavne turističke sezone. Bogato iskustvo može se primijeniti u razvoju turističkih proizvoda kao što je turističko ribarenje, posjet tvornici Mardešić, posjet lokalnim OPG-ovima, organiziranje radionica kulinarstva, degustacije autohtonih proizvoda, otvaranje muzeja i interpretacijskog centra, edukaciji posjetitelja o nekadašnjem i današnjem načinu života ribara, maslinara, vinara i sl.

Jednako tako i otoci Pag i Iž trebaju izgraditi jedan ključni faktor po kojem će biti interesantni i prepoznatljivi. Potrebno je obogaćivati postojeću i razvijati novu turističku ponudu otoka koja će biti dostupna tijekom cijele godine.

Na brendiranju otoka kao jedinstvene prostorne cjeline još uvijek se ne radi dovoljno, ponajviše iz razloga što npr. ne postoji jedinstveni master plan razvoja turizma pojedinog otoka te što ne postoji destinacijska menadžment organizacija koja će ga provoditi u praksi. Novi Zakon o turističkim zajednicama i promociji hrvatskog turizma (NN 52/19) donosi promjene koje su usmjerene u pravcu razvoja i jačanja destinacijskog menadžmenta na lokalnoj i regionalnoj razini i redefiniranju uloge turističke zajednice – stvaranju destinacijske menadžment organizacije. Zakonom se potiče udruživanje turističkih zajednica u provođenju zajedničkih projekata i zadataka što bi u budućnosti trebalo dati bolje rezultate po pitanju upravljanja turističkom destinacijom i njenoj promociji.

Sva tri otoka imaju veliki potencijal za razvoj složenih turističkih proizvoda za ciljne skupine tržišta posebnih interesa. Međutim, ponuda je siromašna jer takvih proizvoda nema u dovoljnoj mjeri. Određeni pomaci jesu učinjeni, prije svega zahvaljujući projektu Potpore programima destinacijskih menadžment kompanija (DMK) koji je Hrvatska turistička zajednica pokrenula 2012. godine. Potpore se dodjeljuju programima razvoja i uvođenja na tržište složenih turističkih proizvoda za tržište posebnih interesa koji pridonose aktiviranju neiskorištenih turističkih resursa i kreiranju novih motiva dolazaka turista na cijelom području Hrvatske, obogaćivanju turističke ponude, razvoju inovativnih proizvoda koji omogućavaju produljenje turisticke sezone i smanjenje sezonalnosti te povećanje turističkog prometa, posebice u razdoblju pred i posezone te na kontinentu, stvaranju prepoznatljivog imidža Hrvatske kao destinacije turizma posebnih interesa te tržišnoj valorizaciji složenih turističkih proizvoda kao razloga dolaska turista u pojedinu destinaciju u Hrvatskoj.⁴⁷ Za potpore se mogu kandidirati destinacijske menadžment kompanije isključivo s programima paket aranžmana ili tura koji se odvijaju na području Hrvatske te zadovoljavaju određene uvjete u pogledu grupe proizvoda (npr. kulturne i povijesne ture, turizam baštine, kreativni turizam, cikloturizam i aktivni odmor, gastronomske ture, tematske gastronomske ture, vinske ture, zdravstveni turizam, wellness i spa programi i sl.) kao i drugih kriterija (doprinos programa imidžu Hrvatske, inovativnost programa, storyline itd.).

Pag je, u odnosu na Dugi otok i otok Iž, u boljoj poziciji jer na samom otoku ima sjedište nekoliko turističkih agencija (DMK). Ipak, samo nekolicina njih odlučila se za razvoj složenih turističkih proizvoda za tržišta posebnih interesa. Među njima se ističu dvije (Maricom i Sunturist) koje su na tržište plasirale inovativne programe (paket aranžmana i ture) koji se temelje na kulturno-povijesnoj baštini, običajima i tradiciji otoka i za čiji su razvoj i plasman dobile potporu kroz spomenuti projekt Hrvatske turističke zajednice. Stoga je važno nastaviti projekt Potpore programima destinacijskih menadžment kompanija kao i inicirati nove projekte (na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini) s ciljem poboljšanja postojeće i razvoja nove turističke ponude otoka.

⁴⁷ <https://htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/potpore-hrvatske-turisticke-zajednice/2019/potpore-programima-dmk>

6. ZAKLJUČAK

Zbog svojih specifičnosti te odvojenosti od kopna, zadarsko otočje predstavlja zasebne jedinice s posebnim razvojnim potencijalom. Udaljenost od kopna, loša prometna povezanost i trend iseljavanja osnovni su ograničavajući čimbenici jačeg razvoja turizma izvan glavne turističke sezone. Unatoč navedenim ograničenjima, brojni turisti dolaze na otoke jer ih privlači njihova priroda, kulturno-povijesna baština, običaji i tradicija te posebice mir od svakodnevnih buke i stresa.

Statistički podaci potvrđuju da je ponuda ljetno-kupališnog turizma još uvijek dominantna osnova turističke ponude zadarskog otočja, a ključni resurs je čisto more, netaknuta priroda te razvedena obala s brojnim plažama. Turizam zadarskog otočja karakterizira visoka sezonalnost jer se većina turističkog prometa odvija tijekom srpnja i kolovoza, dok u zimskom periodu (predsezona i posezona) na otocima (uglavnom zbog slabije infrastrukture i nedostatka sadržajne turističke ponude) bilježimo vrlo mali dolazak turista, koji se radije zadržavaju u priobalju, u urbanim centrima.

Međutim, posebnosti zadarskog otočja ukazuju na postojanje prednosti u odnosu na konkurenciju iz bližeg okruženja (Mediterran) i povoljnih uvjeta za daljnje razvijanje turističke ponude koja će privlačiti turiste tijekom cijele godine. Osim ljetno-kupališnog, otoci imaju potencijal za razvoj kulturnog, ruralnog, eno-gastro, ribolovnog, lovnog, ronilačkog, pustolovnog, sportsko-rekreacijskog, nautičkog i drugih oblika turizma za ciljne skupine posebnih interesa.

Razvoj turizma na otocima u budućnosti zahtijeva kvalitetniju prezentaciju kulturno-povijesne baštine, poput ribarstva, maslinarstva, vinogradarstva, stočarstva, poljoprivrede, tradicijske gradnje suhozida, kuća i brodova, tradicijskih običaja i zanata, kulinarske, gastronomije i dr. Mnogi elementi kulturno-povijesne baštine i tradicijskih djelatnosti oslikavaju život na otocima koji su u određenoj mjeri još uvijek prisutni. Stoga je važno da budu adekvatno valorizirani i integrirani u turističku ponudu.

Razvoj turizma na otocima mora biti pažljivo planiran i temeljiti se na održivom konceptu razvoja (tzv. ekonomija malih razmjera). Turizam ne može biti sam sebi svrha. On treba biti pokretač ukupnog gospodarskog i socijalnog razvitka, ali ne na uštrb razvoja drugih aktivnosti i djelatnosti, uključujući i tradicijske djelatnosti.

Kako bi se na otocima omogućili povoljniji i kvalitetniji uvjeti za život, potrebno je primarno stvoriti povoljnije uvjete za cjelogodišnji život njihovih stanovnika - smanjiti trend iseljavanja, poboljšati prometnu povezanost te poduzeti mjere koje će revitalizirati tradicijske djelatnosti specifične za pojedinu destinaciju, a koje će biti u funkciji razvoja inovativne i konkurentne turističke ponude, ponude koja će kod turista pobuditi zanimanje i potaknuti ih da posjete Hrvatsku i njene otoke te sa sobom ponesu neponovljive doživljaje i iskustva.

7. IZJAVA

Izjava o akademskoj čestitosti

Ime i prezime studenta: Tomislav Fain

Matični broj studenta: 0018036040

Naslov rada: Razvoj turizma i očuvanje tradicijskih djelatnosti na otocima

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 Zaprešić ili drugim obrazovnim ustanovama.
- Da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj te da je to verzija rada koju je odobrio nastavnik.

Potpis studenta

8. POPIS LITERATURE

8.1. KNJIGE

Jadrešić, Vlatko: Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni, Školska knjiga, Zagreb, 2001. Jadrešić, Vlatko, Jurić Boris: Turizam zadarskog kraja, Turistički savez općine, Zadar, 1985.

Lockhart, D.G. and Drakakis-Smith, D., Island tourism: Trends and Prospects, London, Pinter, 1997.

Magaš, D., Turistička destinacija, Tipograf, Rijeka, 1997.

Nejašmić, I., Uloga turizma u diferenciranom razvitku otočnih naselja: primjer srednjodalmatinskih otočja, Hrvatski geografski glasnik, Vol. 61, No. 1, 1999., str. 37-38.

Pine II, B.J., Gilmore, J.H., *The Experience Economy*, Harvard Business Press, 1999.

Vujović, S., Uloga potencijalnih turističkih destinacija u razvoju turizma, Turizam, No. 7 2003.

8.2. INTERNETSKI IZVORI

- Turizam u brojkama 2018., HTZ, dostupno na https://htz.hr/sites/default/files/2019-06/HTZ%20TUB%20HR_%202018_0.pdf
- Nacionalni program razvitka otoka RH, dostupno na <https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/djelokrug-1939/otoci/strateski-dokumenti-i-propisi/142>
- Zakon o otocima NN 118/18, dostupno na https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2018_12_118_2350.html
- HTZ Priručnik o doživljajima, 2016 - prof. dr. sc. Tihomir Vranešević, HTZ, dostupno na <https://www.htz.hr/sites/default/files/2017-01/Prirucnik-o-doživljajima.pdf>
- Ministarstvo turizma: Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2020.godine: <http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>
- Županijska razvojna strategija Zadarske županije 2016. - 2020. dostupno na www.zadarska-zupanija.hr/images/dokumenti/Zupanijska%20razvojna%20strategija%20Zadarske%20zupanije%202016.%20-%202020..pdf
- DZS – Dolasci i noćenja turista u 2018., dostupno na https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/04-03-02_01_2018.htm
- DZS, Pokazatelji - Stanovništvo – Procjena i prirodno kretanje dostupno na https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/Pokazatelji/Stanovnistvo%20-%20pregled%20po%20zupanijama.xlsx

- „Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj“ (TOMAS Ljeto 2017.), str. 31, Institut za turizam, dostupno na <http://www.iztg.hr/hr/institut/tomas-ljeto/>)
- Karta zadarskog otočja, Izvor: <https://www.google.com/maps/@44.2704273,15.0693904,63445m/data=!3m1!1e3>
- Hrvatska enciklopedija, otoci, dostupno na <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=46950>
- Hrvatski otočni proizvod (HOP), Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije, dostupno na <https://otocniiproizvod.hr/hr/o-hopu/o-projektu/1>
- Karta Dugog otoka, Izvor: <https://www.google.com/maps/@44.0282047,15.0241927,42351a,35y,41.62h,4.02t/data=!3m1!1e3>
- Hrvatska enciklopedija, Dugi otok, dostupno na <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=16498>
- Županović, Šime, Ribarstvo i ribarska terminologija zadarskog područja, Čakavska rič, 1994.,2, Split dostupno na <https://hrcak.srce.hr/file/203414>
- Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, HOP Katalog 2019., dostupno na <https://razvoj.gov.hr/dokumenti/10>
- TZ Dugi otok, Tovareća mužika, fotografija, Izvor <http://www.dugiotok.hr/atracije-tovareca-muzika>
- Karta otoka Iža, Izvor: <https://www.google.hr/maps/@44.0497523,15.0349483,17645a,35y,53.72h,6.78t/data=!3m1!1e3?hl=hr>
- Hrvatska enciklopedija, otok Iž, dostupno na <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=28399>
- Iški lopiž, članak, dostupno na <https://www.zadarskilist.hr/clanci/11122018/iski-lopiz-otrgnut-zaboravu>
- Nika Petrović, Presentacija izrade iškog lopiža, Izvor: <https://www.otoci.eu/iz-odrzana-prezentacija-izrade-tradicionalnog-iskog-loncarstva-lopiza/> Foto: Udruga Tarabuži, Veli Iž
- Karta otoka Paga, Izvor <https://www.google.hr/maps/@44.4917634,14.9330253,49518a,35y,42.19h,5.25t/data=!3m1!1e3?hl=hr>
- Hrvatska enciklopedija, otok Pag, dostupno na <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=46105>
- TZ grada Paga, fotografija Paška čipka, Izvor: <https://tzgpag.hr/hr/posebnosti/%C4%8Dipka.html>
- TZ grada Paga, fotografija Paška sol, Izvor: <https://tzgpag.hr/hr/vodic/gastronomija/40-pa%C5%A1ka-sol.html>
- Solana Pag, Izvor: <https://solana-pag.hr/upoznajte-nas/>
- Paška sirana d.d., Paški sir, dostupno na <https://www.paskasirana.hr/hr/proizvodi/sirevi/paski-sir>, <https://tzgpag.hr/hr/vodic/gastronomija/38-delikatesa-pa%C5%A1ki-sir.html>

- TZ grada Paga, fotografija Paška ovca, Izvor: <https://tzgpag.hr/hr/vodic/gastronomija/39-pa%C5%A1ka-janjetina.html>

9. POPIS SLIKA I TABLICA

Slika 1 SWOT analiza turizma Zadarske županije	14
Slika 2 Karta zadarskog otočja	19
Slika 3 Procjena broja stanovnika Zadarske županije 2015.-2017.....	21
Slika 4 Karta Dugog otoka	27
Slika 5 Saljska Tovareća mužika.....	29
Slika 6 Karta otoka Iža.....	30
Slika 7 Nika Petrović – prezentacija izrade iških lopižara*	31
Slika 8 Karta otoka Paga	33
Slika 9 Paška čipka	34
Slika 10 Berba soli na na Pagu	35
Slika 11 Paški sir	36
Slika 12 Paška ovca na paši.....	36
Tablica 1 Dolasci i noćenja turista u 2018.	12
Tablica 2 10 top motiva dolaska turista u Hrvatsku.....	13
Tablica 3 Dolasci i noćenja turista u 2018. u Zadarskoj županiji	16
Tablica 4 10 top motiva dolaska turista u Zadarsku županiju	17
Tablica 5 Stupanj zadovoljstva elementima turističke ponude	18
Tablica 6 Površina i dužina obale zadarskog otočja	19
Tablica 7 20 najvećih hrvatskih otoka po površini	20

ŽIVOTOPIS

OSOBNJE INFORMACIJE

Tomislav Fain



📍 Alberta Hallera 33, 23000 Zadar

📞 098 756 998

✉️ tom@terratravel.hr / tomislav.fain@uhpa.hr

Spol M | Datum rođenja 18/02/1978 | Državljanstvo Hrvatsko

RADNO ISKUSTVO

od 2011. do danas

Vlasnik i CEO

Terra Travel d.o.o.

- Upravljanje i koordiniranje poslovanja putničke agencije sa 6 stalno zaposlenih suradnika

od 2010. do danas

Turizam

Vlasnik i CEO

Cidaris d.o.o.

- Upravljanje i koordiniranje poslovanja 7 ugostiteljskih objekata na području Zadarske županije

od 2002. do 2011.

Turizam i ugostiteljstvo

Vlasnik i CEO

Turistički obrt Terra

- Upravljanje i koordiniranje poslovanja 2 ugostiteljska objekta

od 1996. do 2003.

Turizam i ugostiteljstvo

Suradnik

Fain d.o.o.

- Suradnik u operativnom poslovanju

Graditeljstvo

OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

od 1996.-2000.

Sveučilište u Splitu – Pravni fakultet

Nedovršen

Studij prava

od 1992.-1996.

Tehnička škola Zadar

SSS

Tehničar za elektroniku

OSOBNJE VJEŠTINE

Materinski jezik

Hrvatski

Ostali jezici

RAZUMJEVANJE		GOVOR		PISANJE
Slušanje	Čitanje	Govorna interakcija	Govorna produkcija	

Engleski jezik	C1	C1	C1	C1	C1
Njemački jezik	A1	A1	A1	A1	A1

Stupnjevi: A1/2: Temeljni korisnik - B1/B2: Samostalni korisnik - C1/C2 Iskusni korisnik
[Zajednički europski referentni okvir za jezike](#)

Komunikacijske vještine

- dobre komunikacijske vještine stečene tijekom dugogodišnjeg rada na rukovodećim poslovima
- bogato iskustvo komuniciranja u javnom prostoru

Organizacijske / rukovoditeljske vještine

- upravljanje (kao vlasnik i CEO, koordiniram više ekipa na više lokacija svakodnevno)
- visoki stupanj organizacijskih vještina – usklađivanje javnih angažmana s privatnim zaduženjima

Poslovne vještine

- izvrsno vladanje postupcima upravljanja kvalitetom i ljudskim resursima, kao i aktivnostima u odnosu na komuniciranje u javnom prostoru

Digitalne vještine

SAMOPROCJENA				
Obrada informacija	Komunikacija	Stvaranje sadržaja	Sigurnost	Rješavanje problema
Samostalni korisnik	Samostalni korisnik	Samostalni korisnik	Samostalni korisnik	Samostalni korisnik

Stupnjevi: Temeljni korisnik - Samostalni korisnik - Iskusni korisnik
[Digitalne vještine - tablica za samoprocjenu](#)

- dobro upravljanje software-ima za upravljanje uredskim protokolom (procesorom teksta, tablica, prezentacija)

Ostale vještine

- položen ispit za zapovjednika jahte kategorije A
- položen ispit za voditelja poslovnice (2008.)

Vozačka dozvola B

DODATNE INFORMACIJE

- predsjednik *Udruga hrvatskih putničkih agencija*, vodeće strukovne udruge u turizmu RH
- člana *Vijeća Hrvatske turističke zajednice*, *Vijeća TZ grada Zadra*, *Vijeća TZ Zadarske županije* te Upravnog odbora *Udruženja putničkih agencija pri HGK*
- zamjenik direktora pri *Europskom udruženju putničkih agencija i tour operatora* ispred Hrvatske