

Odnos turizma i marikulture s osvrtom na Zadarsku županiju

Jaša, Nina

Master's thesis / Diplomski rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:222878>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-15**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti

Diplomski sveučilišni studij poduzetništva u kulturi i turizmu (jednopedmetni)



Nina Jaša

**Odnos turizma i marikulture s osvrtom na Zadarsku
županiju**

Diplomski rad

Zadar, 2016.

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti

Diplomski sveučilišni studij poduzetništva u kulturi i turizmu (jednoprredmetni)

Odnos turizma i marikulture s osvrtom na Zadarsku županiju

Diplomski rad

Student/ica:

Nina Jaša

Mentor/ica:

Doc.dr.sc. Đani Bunja

Zadar, 2016.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Nina Jaša**, ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Odnos turizma i marikulture s osvrtom na Zadarsku županiju** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uredenoga rada.

Zadar, 28. studenog 2016.

SADRŽAJ:

1. UVOD	3
2. OPIS ISTRAŽIVANJA	6
2.1. PREDMET ISTRAŽIVANJA	6
2.2. CILJEVI ISTRAŽIVANJA	8
2.3. HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA	9
2.4. KORIŠTENE ZNANSTVENE METODE	10
3. TURIZAM	11
3.1. ZNAČAJKE I RAZVOJ TURIZMA U RH	16
3.2. TURIZAM U ZADARSKOJ ŽUPANIJI	23
4. MARIKULTURA	28
4.1. ZNAČAJKE I RAZVOJ MARIKULTURE U RH	33
4.2. MARIKULTURA U ZADARSKOJ ŽUPANIJI	39
5. MEĐUODNOS TURIZMA I MARIKULTURE	44
5.1. PRIMJER ZADARSKE ŽUPANIJE	48
6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA	54
6.1. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	54
6.2. REZULTATI I ANALIZA PODATAKA ISTRAŽIVANJA ..	56
6.3. RASPRAVA	62
7. ZAKLJUČAK	66
8. SAŽETAK	68
9. SUMMARY	69

LITERATURA	70
POPIS TABLICA	77
POPIS GRAFIKONA	78
POPIS SLIKA	80
PRILOZI	81
ŽIVOTOPIS	86

1. UVOD

Obalna područja su oduvijek bila privlačna za naseljavanje i razvoj ljudskih aktivnosti. Ona obuhvaćaju izrazito produktivan okoliš, bogat prirodnim resursima, biološkom raznolikošću i potencijalom za razvoj komercijalnih aktivnosti. Važnost obalnog područja povećat će se u budućnosti zbog sve većeg broja ljudi koji bi tu željeli pronaći svoje "mjesto pod suncem". Istovremeno, to je područje sustav mnogih korisnika. „Privatna i javna tijela koriste se prirodnim resursima kao sredstvom za život (voda i hrana), za ekonomske aktivnosti (prostor, živi i neživi resursi, energija) i za rekreaciju (plaže i vodna područja)“ (Koboević i ostali, 2012). „U razvijenim i državama u razvoju, obalna su područja središta stanovništva i gospodarskih djelatnosti. Iako ona čine manje od 10 % ukupno naseljenog teritorija Zemlje, oko 60 % ukupnog stanovništva koncentrirano je na tim područjima, a isti taj postotak obalnog stanovništva nastanjen je u gradovima. U budućnosti će obalna područja biti izložena još većem pritisku populacijskog rasta te ekspanziji i diversifikaciji nacionalnog gospodarstva“ (Šverko-Grdić, 2015).

Prema Snow i ostali (2009) obzirom na ukupan broj stanovnika obalnih područja potreba za održivim razvojem postaje sve važnija, pogotovo stoga što je stopa rasta populacije u obalnim područjima veća od prosjeka. Osjetljiva obalna područja širom svijeta suočavaju se s porastom stanovništva, razvojem industrije i turizma te intenzivnom eksploatacijom morskih resursa. Zbog visoke koncentracije populacije i ekonomskih aktivnosti, na obalnom području dolazi do sukoba oko načina upotrebe resursa, intenzivnog korištenja zemljišta, urbanizacije obalne linije te ekološke degradacije. Rješenje u prevladavanju sukoba na obalnom prostoru vidi se u upravljanju radi postizanja održivog razvoja koji se zasniva na zapažanju da se gospodarstvo, okoliš i društveni napredak ne mogu razdvajati. Održivi razvoj i korištenje obalnih i morskih resursa su od kritične važnosti s obzirom na njihovu ulogu u proizvodnji hrane, te socijalne i ekonomske učinke. U rješavanju upravljanja obalnim područjem i razvoja marikulture i turizma bitno je postići ravnotežu između potrebe za gospodarskim razvojem i potrebe za očuvanjem prirodnih resursa.

Prema Kranjčević (2015) rastuće ekonomske aktivnosti turizma dovesti će do daljnjeg rasta potražnje za prostorom. Ako se uzme u obzir činjenica da je prostor ograničeno dobro i da se prostor za potrebe turizma ne može kao sirovina dopremiti s druge lokacije (Marinović-Uzelac, 2001) prilikom prostornog planiranja i planiranja razvoja turizma potrebno je voditi računa o njihovim složenim odnosima. Stoga je proizašla potreba za sustavnim i

interdisciplinarnim prostornim planiranjem i integralnim upravljanjem obalnim područjem (IUOP).

Nema sumnje da će najvažniji sektori ekonomskog razvoja RH posebice u obalnom području biti turizam, uslužne djelatnosti, ribarstvo i marikultura. Od brojnih aktivnosti koje su koncentrirane na mediteranskim obalnim područjima, turizam je svakako najutjecajnija, kako u terminima stalno rastuće turističke potražnje, koja se, prema podacima UNWTO (2016) za 2015. godinu, samo za europski dio Mediterana procjenjuje na oko 343 milijuna turističkih dolazaka (gotovo 20 % svjetskog tržišta), tako i u terminima turističke ponude koja je prati. Gotovo 51% ukupnog broja hotelskih smještajnih kapaciteta unutar EU 28 je koncentrirano u obalnim područjima (European Commission, Maritime Affairs), dok je u RH ovaj postotak daleko izraženiji. Prema podacima EUROSTAT za 2012. godinu, 95% smještajnih kapaciteta RH se nalazi unutar 10km od obalnog područja. Predviđeni porast turističke potražnje na mediteranskim obalnim područjima, zahtijeva daljnju diversifikaciju turističkih proizvoda i destinacija, s posebnim naglaskom na turističke proizvode okrenute prirodnim sadržajima, uključujući eko turizam, gastro turizam, ruralni turizam i sl. Turisti postaju sve sofisticiraniji u svojim zahtjevima, a to se ne očituje samo u potražnji za luksuznim smještajnim kapacitetima koje koriste, nego posebno u terminima očekivanih sadržaja i iskustva putovanja, koji uključuju aspekte poput kulturne autentičnosti, kontakta s lokalnim zajednicama, lokalnoj eno-gastro ponudi, učenje o flori, fauni, specijalnim ekosustavima i prirodi općenito. Očekivanja potrošača za jedinstvenim-autohtonim doživljajem shodno dovode i do povećane potražnje za autohtonom hranom koja dolazi iz mora, a posljedično i većeg pritiska na okoliš, povećanog onečišćenja i, potencijalno, sve izraženijeg međudnosa različitih korisnika obalnog područja. Prema Katavić (2004) mogući konflikti između turizma i marikulture mogu biti posebno naglašeni. Poradi toga, razvoj sveobuhvatnog plana gospodarenja obalnom zonom, kojim bi se odredila područja namijenjena za pojedine korisnike obalnog i otočnog prostora, može pružiti multifunkcionalnu povezanost s turizmom, te istodobno stvoriti mogućnosti za organiziranje ponude i oblika turizma povezanoga izravno s ribarstvom i marikulturom. Posebno stoga što Hrvatska ima znatne, još neiskorištene potencijale za snažan razvitak industrije uzgoja ribe i drugih morskih organizama. Prema Katavić (2001) neprijeporno je da Hrvatske raspolaže ne samo jedinstvenim prirodnim pogodnostima za razvitak marikulture nego ima i dugu tradiciju uspješnog bavljenja kaveznim uzgojem morske ribe, a napose tradicionalnim uzgojem školjkaša. Osim toga, sigurno je da će Hrvatska svoj gospodarski razvitak umnogome temeljiti na turizmu kojemu je i te kako kompatibilna djelatnost marikulture. Ona mu može služiti kao nadomjestiv izvor vrhunske

gastronomske ponude i dopunski sadržaj za sportsko-rekreacijske i izletničko-turističke sadržaje. Budući razvoj i modernizaciju nacionalne marikulture treba najtješnje sagledavati na osnovi gospodarskih programa razvitka i obnove otoka, posebno s obzirom na djelatnu i poticajnu potporu mješovitim obiteljskim gospodarstvima. Nadalje, turizam kao temeljna okosnica gospodarskog razvoja treba marikulturu, i zbog gospodarskih i zbog ekoloških razloga. Snažniji zamah turizma mora biti praćen obogaćivanjem turističke ponude, među ostalim, i prepoznatljivim gastronomskim učincima. Također, znakovito je da i turizam i marikultura trebaju čisto more i podjednako su zainteresirani za njegovu zaštitu i očuvanje. Daljnji usmjereni i kontrolirani razvoja marikulture u RH nužan je i očekivan, te je u skladu sa Strategijom razvoja turizma RH do 2020. godine.

2. OPIS ISTRAŽIVANJA

2.1. PREDMET ISTRAŽIVANJA

Predmet istraživanja rada je utvrđivanje trenutnog stanja, mogućnosti razvoja i međuočnos dvije važne gospodarske grane RH i Zadarske županije, turizma i marikulture.

Turizam, koji je prepoznat u nacionalnim i županijskim planskim dokumentima kao jedan od glavnih pokretača razvoja, zahtijeva temeljito planiranje kojim bi se omogućio održivi razvoj područja i veća kvaliteta života stanovništva. Zadarska županija sa svojim prirodnim položajem, dobrom prometnom povezanošću, vrijednom kulturno-povijesnom i prirodnom baštinom, te sa svim ostalim turističkim resursima ima dugu turističku tradiciju. Trend rasta turističkog prometa koji se bilježi u godinama nakon Domovinskog rata potvrđuje da je turizam jedan od glavnih generatora gospodarskog razvoja Zadarske županije. Također, unatoč svim nedaćama koje su pratile Hrvatsku u proteklom razdoblju, turistički je sektor značajno podigao svoje poslovne rezultate, osobito od 2000. godine. „U vrijeme globalne krize proteklih nekoliko godina također je pokazao visoku rezistentnost, što je potvrđeno stopama rasta višim od onih što su ih postigle zemlje u konkurentskom okruđu (Mediteran)“ (Strategija razvoja turizma RH do 2020.godine, 2013).

Prema Kozulić i Franićević (2015) najznačajniji razvojni resurs Zadarske županije upravo je obalno područje. Čitav je niz gospodarskih aktivnosti koje se razvijaju na tom području, naročito turizam, promet na moru, luke i ribarstvo. Najmlađa djelatnost na ovom području je marikultura koja se tijekom posljednjeg desetljeća, kada doživljava svoj najveći razvoj, morala izboriti za ravnopravan položaj u prostoru. S istim problemom susreću se i druge županije, međutim ne u tolikoj mjeri, s obzirom na to da je Zadarska županija oduvijek bila glavni zamašnjak razvoja ove djelatnosti. Marikultura je jedna od vrlo značajnih gospodarskih djelatnosti na području Zadarske županije. Dovoljno je naglasiti da upravo ovo područje nosi više od 70 % ukupne proizvodnje morske ribe u Republici Hrvatskoj. Premda potencijalno važan sektor u proizvodnji hrane, hrvatsko ribarsko gospodarstvo trenutno malo participira u ukupnom društvenom proizvodu, pa ipak ovo je jedna od rijetkih djelatnosti u agrokompleksu Hrvatske koja ostvaruje pozitivnu deviznu bilancu s 0,8% izvoza i samo 0,4% uvoza (Rudolf, 2008). Globalno gledano akvakultura je jedna od najbrže rastućih aktivnosti u proizvodnji hrane u posljednjih nekoliko desetljeća, s prosječnom godišnjom stopom rasta od 6-8% (Nacionalni strateški plan razvoja akvakulture RH 2014-2020 NACRT, Republika Hrvatska,

2013). Ipak, premda proizvodnja na globalnoj skali raste, proizvodnja u EU, pa tako i u RH stagnira posljednjih godina.

Tradicija ribarstva i marikulture u Zadarskoj županiji seže u daleku prošlost. S ciljem daljnjeg održivog razvoja obje gospodarske grane potrebno je intenzivnije uključivanje marikulture u turističku ponudu, bilo posredstvom muzeja i interpretacijskih centara ribarstva ili aktivnim uključivanjem turista u djelatnost ribarstva i marikulture kroz različite vidove turističkih proizvoda (organiziranje ribolova za turiste, promatranje i sudjelovanje u aktivnostima uzgoja ribe, edukativni i gastro proizvodi).

2.2. CILJEVI ISTRAŽIVANJA

Osnova za određivanje ciljeva rada je kvalitativno sagledavanje trenutnog položaja turizma i marikulture, te njihov međudnos s naglaskom na Zadarsku županiju. U svrhu postizanja postavljenih ciljeva istraživanja potrebno je identificirati ključne dionike u zajednici (Zadarskoj županiji) te utvrditi njihovu razinu percepcije međudnosa ove dvije gospodarske grane. Obzirom na postavljene hipoteze neki od ciljeva istraživanja su:

- Pojasniti postojeće stanje i strategiju razvoja turizma u Zadarskoj županiji;
- Identificirati ulogu turizma u razvoju Zadarske županije;
- Analizirati i pojasniti međudnos turizma i marikulture;
- Utvrditi mehanizme za daljnji razvoj, smanjenje sezonalnosti i povećanje konkurentnosti turizma Zadarske županije kroz marikulturu;
- Pojasniti postojeće stanje i strategiju razvoja marikulture u Zadarskoj županiji;
- Analizirati postojeće stanje u prostornom planiranju Zadarske županije; analizirati kako učinkovito upravljati prostorom uzimajući u obzir negativne i pozitivne utjecaje turizma i marikulture na prostor.

2.3. HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA

H0: ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA I MARIKULTURE POZITIVNO UTJEČE NA RAZVOJ ZADARSKE ŽUPANIJE

Nulta hipoteza definira održivi razvoj turizma i marikulture te međuodnos ovih gospodarskih grana, koje se na obalnom području Zadarske županije egzistiraju i razvijaju unutar istog, definiranog geografskog prostora.

H1: Razvoj marikulture može doprinijeti povećanju konkurentnosti i razvoju turizma Zadarske županije.

Razvoj marikulture kao izvora hrane ali i sportskih, pustolovnih i edukativnih sadržaja može doprinijeti povećanju konkurentnosti i razvoju turizma. Novi i inovativni turistički proizvodi, posebno u smislu pustolovnog i sportskog turizma mogu doprinijeti smanjenju sezonalnosti turizma u obalnim područjima. Provedeno istraživanje će nastojati identificirati obilježja povezanosti turizma i marikulture te identificirati u kojem smislu i u kolikoj mjeri su ove dvije djelatnosti komplementarne.

H2: Integralnim upravljanjem obalnim područjem (IUOP) moguć je razvitak turizma i marikulture.

Prostornim planiranjem i održivim razvojem obalnog područja moguć je daljnji kontrolirani razvoj obje gospodarske grane unutar definiranog geografskog područja. Dosljedna primjena IUOP-a omogućava koordinaciju i integrirani pristup u dijelu upravljanja okolišem i prirodom, transparentnost kroz uključivanje relevantnih dionika i bolje razumijevanje učinaka i interakcija među korisnicima prostora, kao i između korisnika i okoliša. IUOP predstavlja i efikasan mehanizam postizanja održivosti, i što je iznimno važno, unosi transparentnost u politiku i proces odlučivanja. Ukoliko se dosljedno provodi, IUOP donositeljima odluka daje izvrsne alate, odnosno potrebne podloge i smjernice, te onemogućava bilo kakav oblik nedosljednosti i izlaženja izvan strateški zacrtanih okvira razvoja.

Obradom prikupljenih podataka i dosadašnjih spoznaja postavljene hipoteze će se potvrditi ili odbaciti.

2.4. KORIŠTENE ZNANSTVENE METODE

Kako bih dokazala/odbacila navedene hipoteze, koristit ću se primarnim i sekundarnim istraživanjem.

Metoda primarnog istraživanja sastoji se od formiranja strukturiranog anketnog upitnika, cilj kojega je dobiti adekvatne podatke koje ću analizirati na način da se grafički prikažu i tabelarno interpretiraju, kako bih došla do primjenjivih rezultata. Struktura anketnog upitnika sastojat će se u najvećoj mjeri od pitanja s višestrukim izborom, dihotomnih pitanja, te primjene Likertove skale. Ciljevi istraživanja su u potpunosti neprikriveni, te su ispitanici, koje čine ključni dionici, u svakom trenutku svjesni ciljeva istraživanja. Kao dionici istraživanja identificirani su dionici javnog, privatnog i civilnog sektora i to:

- Javne ustanove
- Akcijske grupe-neprofitne udruge
- Turističke zajednice
- Poduzeća i obrti iz sektora turizma
- Poduzeća i obrti iz sektora marikulture

Provođenjem sekundarnog istraživanja, analizirat ću statističke podatke objavljene na internetskim stranicama Državnog zavoda za statistiku, <http://www.dzs.hr/>, Ministarstva poljoprivrede, <http://www.mps.hr/>, Ministarstva turizma, <http://www.mint.hr/default.aspx>, te podatke s internetske stranice Eurostata, <http://ec.europa.eu/eurostat>, Maritime Affairs http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/index_en.htm i UNWTO <http://www2.unwto.org/en>. Metodom kompilacije će se predstaviti tuđi rezultati znanstveno-istraživačkog rada, odnosno tuđih opažanja i stavova.

Dobiveni rezultati će biti analizirani metodama deskriptivne statistike te će se tablično i grafički prikazati te na kraju poslužiti i kao argument za pobijanje odnosno potvrđivanje postavljenih hipoteza. Prikupljeni podaci će služiti kao osnova za definiranje problema i predmeta istraživanja te kao pomoć pri postavljanju i rješavanju hipoteza.

3. TURIZAM

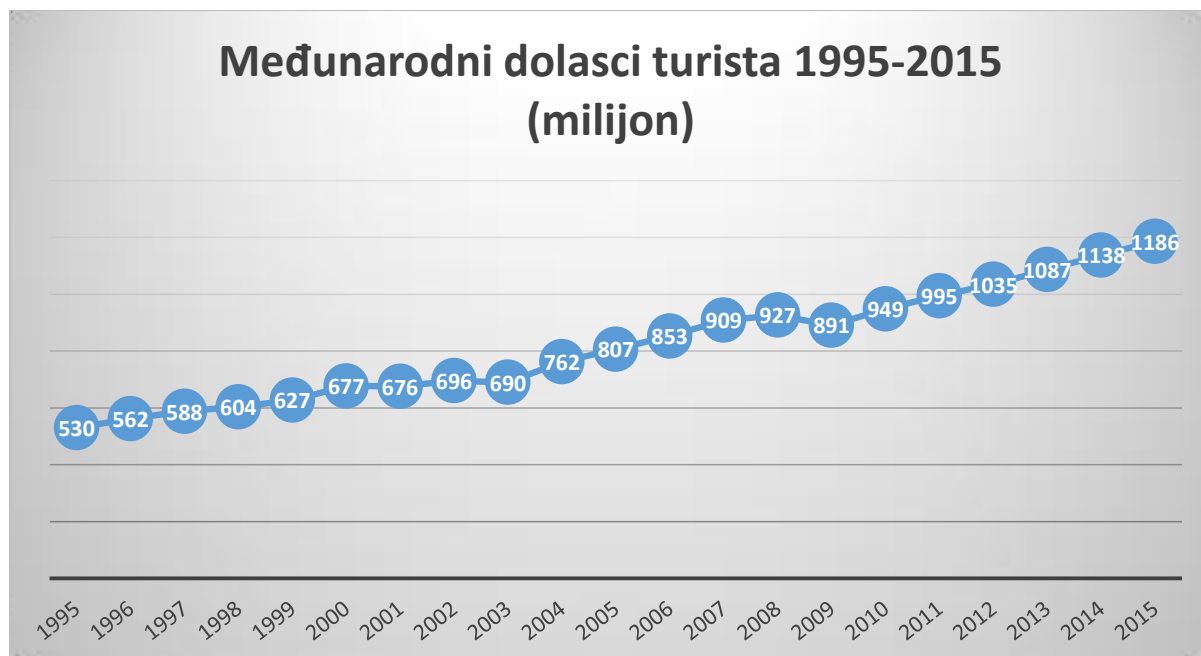
Turizam s opravdanjem ima status iznimno važne komponente nacionalnih gospodarstava mnogih zemalja. Turizam za pojedine zemlje predstavlja izlaz iz socijalnih i gospodarskih problema, dok za druge razvijene zemlje, predstavlja dodatni poticaj općem gospodarskom rastu i razvoju. Ekonomske koristi turizma se mogu sagledati kroz rast dohotka, zapošljavanja, kapitalnih ulaganja, javnih prihoda te poticanje regionalnog razvoja. Usprkos oscilacijama u svjetskoj ekonomiji i raznim događajima koji narušavaju globalnu stabilnost, turizam pokazuje fascinantnu otpornost na promjene u ekonomskom i društvenom okruženju, što dokazuje činjenica da dosad na globalnoj razini nisu zabilježene značajnije negativne stope rasta.

Turizam možemo definirati kao visoko sofisticiran integralni sustav u okviru nacionalnog gospodarstva čiji djelokrug i struktura nadilazi ekonomske kategorije djelatnosti, grane, industrije i sektora, a čine ga međusobno povezani, heterogeni, međuovisni i komplementarni fragmenti različitih gospodarskih grana i djelatnosti koji zajedno čine logičku, funkcionalnu i uravnoteženu cjelinu. Iz objektivne nemogućnosti potpunog definiranja obuhvata turizma u nacionalnom gospodarstvu proizlazi i nemogućnost potpunog utvrđivanja njegovih ukupnih ekonomskih učinaka. Možemo smatrati da će jedan dio ekonomskih učinaka turizma uvijek ostati skriven u ekonomskim učincima niza gospodarskih djelatnosti koje čine sustav turizma, odnosno prema Šutalo i ostali (2011) postojeća statistika turizma ne može sagledati njegovu punu ekonomsku važnost i utjecaje. Ovakav nedostatak odgovarajućeg ekonomskog mjerenja turizma često vodi prema podcjenjivanju koristi od turizma, posebice u usporedbi s ostalim gospodarskim sektorima. Svaki predmet razmjene na turističkom tržištu, bilo da se radi o proizvodu ili usluzi, treba promatrati kao učinak pojedinih gospodarskih grana i djelatnosti u okviru nacionalnog gospodarstva. Možemo smatrati da najveća tržišna vrijednost i snaga turizma proizlazi upravo iz sinergijskog učinka koji nastaje zbrajanjem učinaka svake od gospodarskih djelatnosti koja ga čini, stvarajući tako novu dodanu vrijednost.

Tijekom proteklih šest desetljeća, turizam je doživio nastavak ekspanzije i diversifikacije, te postao jedan od najvećih i najbrže rastućih ekonomskih sektora u svijetu. Turizam je imao gotovo neprekidni razvoj tijekom vremena, bez obzira na povremene šokove, što dokazuje snagu i otpornost sektora. Međunarodni turistički dolasci su porasli s 25 milijuna na globalnoj razini 1950. godine, na 278 milijuna 1980., te 674 milijuna 2000. godine (Tourism Highlights, UNWTO, 2016). Prema podacima UNWTO broj međunarodnih turističkih dolazaka u 2015.

godini dosegno je ukupno 1.186 milijuna, što je porast od 52 milijuna u odnosu na prethodnu godinu, odnosno gotovo 5%, nastavljajući trend natprosječnog rasta nakon globalne ekonomske krize 2009. godine, s godišnjim porastom međunarodnih dolazaka od 4% ili više.

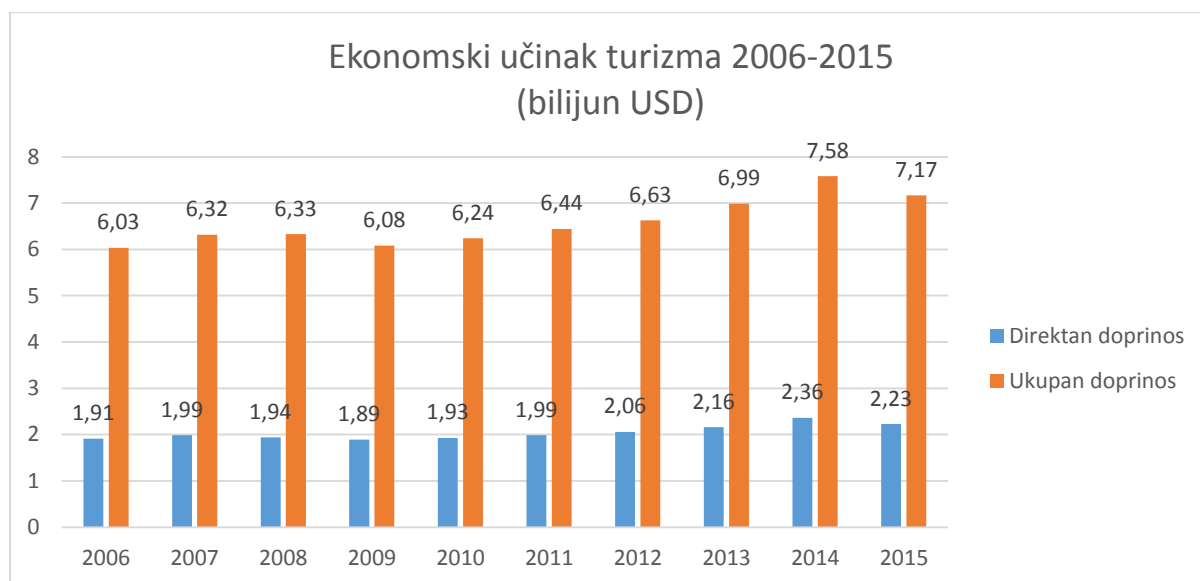
Graf 1. Međunarodni dolasci turista u razdoblju 1995. – 2015.



Izvor: Obrada autora prema podacima UNWTO

Prema podacima UNWTO porastom turističkih dolazaka međunarodni prihodi od turizma diljem svijeta su porasli s 2 milijarde USD 1950. godine, na 104 milijarde 1980., 495 milijardi 2000, i 1.260 milijardi u 2015. godini. Dodatno, globalni turizam je generirao 211 milijardi USD kroz međunarodne usluge prijevoza putnika pružene nerezidentima u 2015. godini, čime je ukupna vrijednost turističkog izvoza dostigla 1.500 milijardi USD, odnosno gotovo 4 milijarde USD dnevno u prosjeku. Posljednje četiri godine turizam raste brže od trgovine. Međunarodni turizam danas predstavlja 7% svjetskog izvoza roba i usluga, što predstavlja porast od 1% u odnosu na 2014. godinu. Kao izvozna kategorija na globalnoj razini turizam zauzima treće mjesto nakon goriva i kemikalija a ispred hrane i automobilskih proizvoda. Prema WTTC direktan doprinos turizma svjetskom bruto domaćem proizvodu (BDP) i zapošljavanju u 2015. godini iznosio je 2,2 bilijuna USD i 108 milijuna radnih mjesta. Uzevši u obzir širi utjecaj, uključujući i neizravne i inducirane doprinose, ukupni doprinosi turizma globalnom gospodarstvu u 2015. godini iznosili su 7,2 bilijuna USD, što je gotovo 9,8% ukupnog svjetskog BDP-a, odnosno ukupno 284 milijuna radnih mjesta.

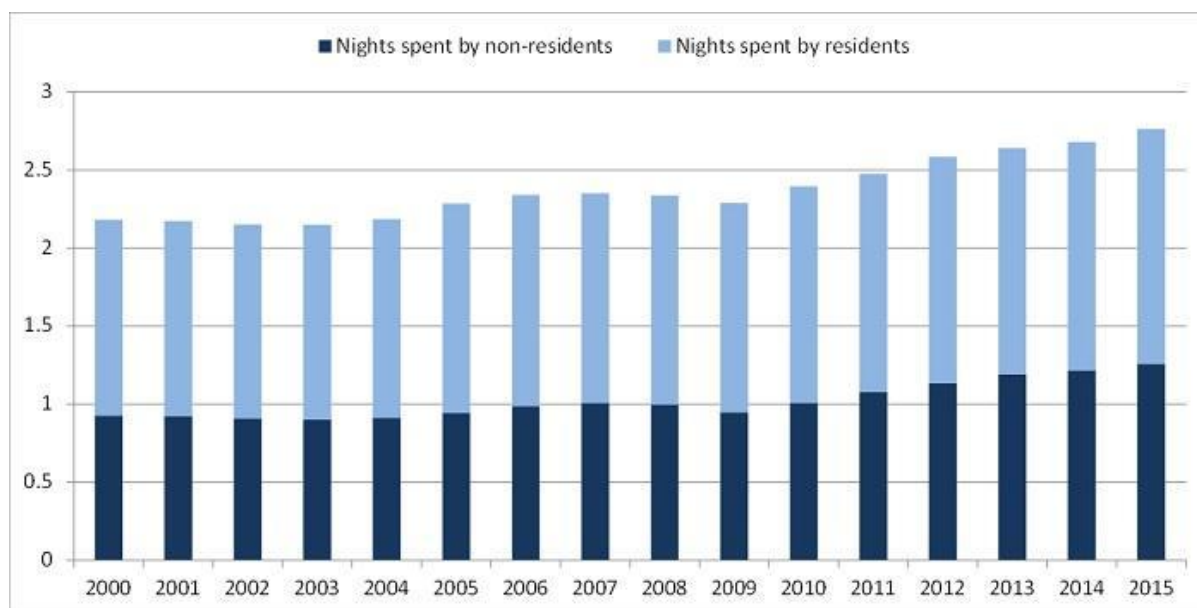
Graf 2. Ekonomski učinci turizma kroz direktan i ukupan doprinos u razdoblju 2006. – 2015.



Izvor: Obrada autora prema podacima UNWTO

Prema podacima UNWTO međunarodni turistički dolasci u Europi porasli su u 2015. na 608 milijuna, odnosno 51% ukupnih dolazaka na svjetskoj razini. Europa je najbrže rastuća regija u apsolutnom smislu, s 27 milijuna više turista nego u 2014. godini. U 2015. godini, broj noćenja u turističkim smještajnim objektima u Europskoj uniji (EU) su dostigli novu rekordnu razinu od oko 2,8 milijardi noćenja, što je za 3,2% više u usporedbi s 2014. godinom. Od svjetske krize 2009. godine postoji stabilan trend porasta broja noćenja u turističkim smještajnim objektima u EU koji je prije svega potaknut rastom međunarodnih dolazaka (EUROSTAT).

Graf 3. Broj noćenja u turističkim smještajnim objektima unutar EU (milijarda)

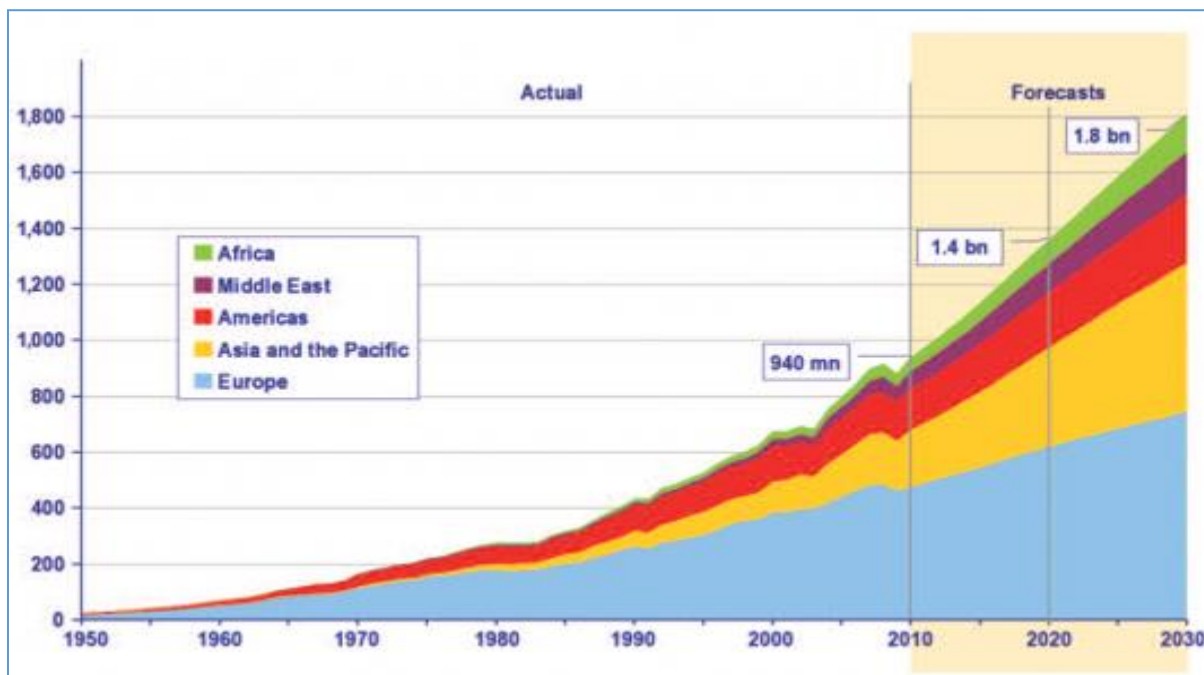


Izvor: EUROSTAT News Release 2016; Odnos broja noćenja rezidenata i nerezidenata

Prihodi od međunarodnog turizma u odnosu na 2014. godinu su porasli za 3% te dosegli 406 milijardi EUR, odnosno 36% udjela na globalnoj razini. Gospodarska važnost međunarodnog turizma može se mjeriti promatranjem omjera prihoda od međunarodnog turizma u odnosu na BDP. Omjer između prihoda od putovanja i BDP-a među državama članicama EU-a bio je 2014. najveći u Hrvatskoj (17,2 %), Malti (14,4 %) i Cipru (12,3 %), čime se potvrđuje važnost turizma u tim zemljama (na razini EU 28 iznosio je 0,8%).

UNWTO (Tourism Towards 2030, UNWTO, 2011) predviđa da će broj međunarodnih turističkih dolazaka u svijetu rasti po prosječnoj godišnjoj stopi od 3,3% u razdoblju od 2010. do 2030. godine, predstavljajući u apsolutnim brojkama povećanje od oko 43 milijuna godišnje. Tijekom vremena, stopa rasta postupno će opadati s 3,8% na početku razdoblja na 2,9% u 2030. godini. Prema projiciranim stopama rasta, međunarodni turistički dolasci na globalnoj razini će doseći 1,4 milijarde do 2020. godine te 1,8 milijardi do 2030. godine. Prema predviđanja WTTC utjecaj turizma na globalni BDP će kontinuirano rasti u sljedećih deset godina, po prosječnoj godišnjoj stopi od 4%. Do 2026 smatra se da će na svjetskoj razini u sektoru putovanja i turizma biti zaposleno 370 milijuna ljudi.

Graf 4. Razvoj turizma: aktualni trendovi i predviđanja 1950. – 2030. (broj dolazaka turista)



Izvor: *Tourism Highlights*, UNWTO, 2016; Aktualni trendovi i predviđanja razvoja turizma prema destinacijama: Europa, Bliski istok, Sjeverna i južna Amerika, Azija i Oceanija

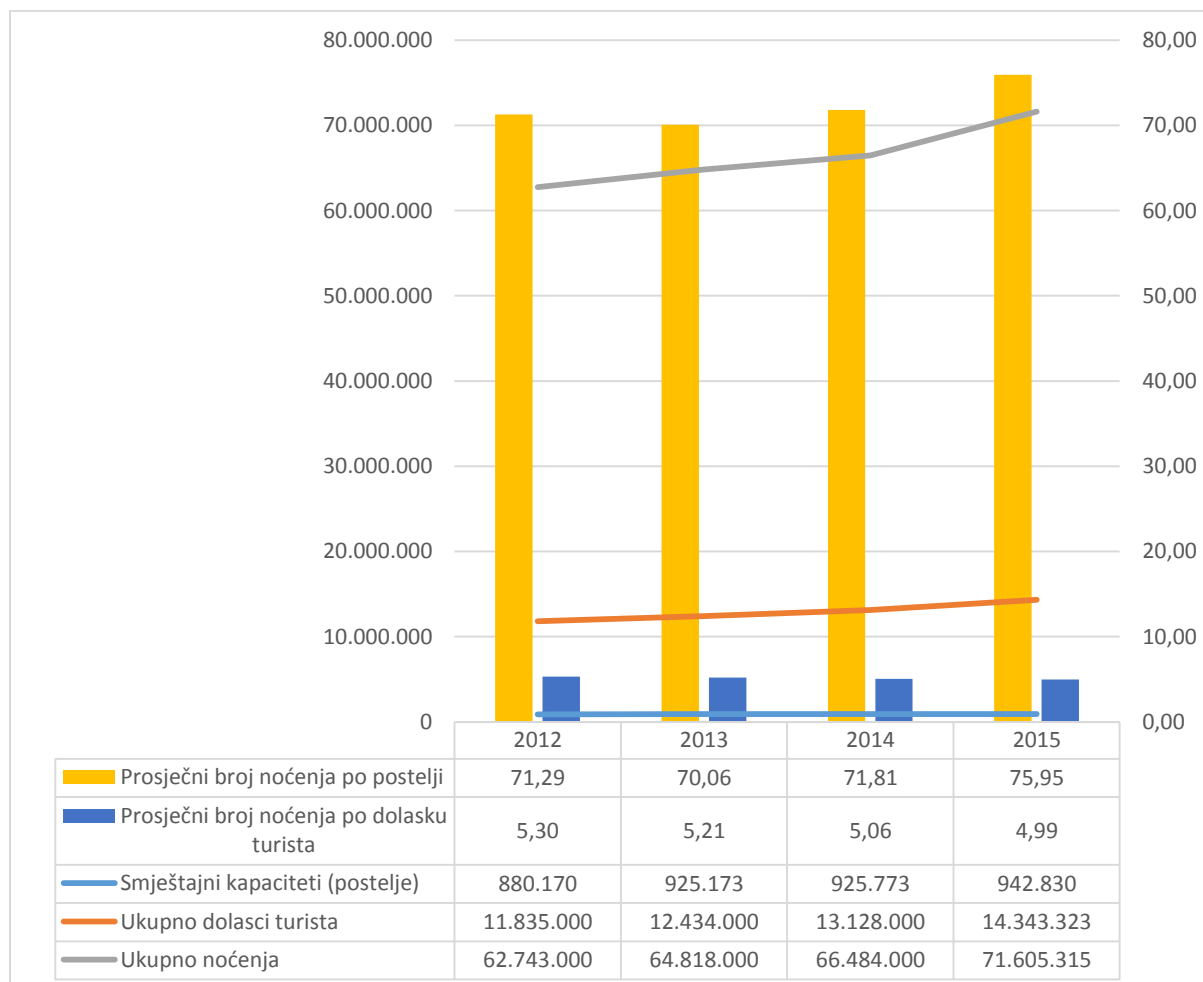
3.1. ZNAČAJKE I RAZVOJ TURIZMA U RH

Turizam je danas najunosniji gospodarski sustav koji snažno utječe na ukupno gospodarstvo Republike Hrvatske. Ovakav trend razvoja turizma u RH započeo je još nakon Drugog svjetskog rata kada je turizam na jadranskoj obali Hrvatske poprimao neočekivane razmjere. „Njegov razvoj očitovao se u spontanom i naglom povećanju turističkih smještajnih kapaciteta, snažnom porastu najprije domaćeg, a kasnije sve više inozemnoga turističkog prometa te porastu investicijskih zahvata u turizmu“ (Kranjčević, 2015). Turizam nije prodirao samo na pojedine prostore hrvatskog Jadrana, već je nezadrživo prodirao na cijelo područje, ne čekajući osiguranje tehničkih, organizacijskih, administrativnih, pravnih, ekonomskih ili prostorno planskih uvjeta. Poradi nagle turističke izgradnje turizam je počeo pokazivati znakove neorganiziranosti i nekoordiniranosti u prostoru s različitim sektorima s kojima je imao izravne i/ili neizravne veze. „Potkraj 50-ih godina prošlog stoljeća počeli su se stvarati društveno-ekonomski preduvjeti za prostorni aspekt turizma na cijelom jadranskom području Hrvatske. Izrađivane su projekcije dugoročnog razvoja turizma i njegov utjecaj na prostor“ (Kranjčević, 2015). Izrada takvih planova bazirala se na analizi prirodno - geografskih, demografskih, ekonomskih i prometnih uvjeta, prirodne i kulturne baštine, kao i prostornim mogućnostima turizma s različitih aspekata (cestovnog, željezničkog, poštanskog i zračnog prometa, poljoprivredne proizvodnje, industrije, infrastrukture, ugostiteljskih usluga, itd.).

Hrvatski turizam je nakon uspostave državne samostalnosti prošao dvadesetogodišnji proces tranzicije bremenit svim problemima i proturječnostima gospodarskog i društvenog razvitka zemlje. Noseći teret naslijeđene i razmjerno neefikasne poslovne strukture, suočavajući se s posljedicama rata i s efektima različitih i često suboptimalnih modela privatizacije, hrvatski turizam je ipak pokazao svoju vitalnost zahvaljujući snazi i interesu inozemnog tržišta, i osobito otpornosti turizma na povremene globalne poremećaje. Unatoč svim nedaćama koje su pratile Hrvatsku u proteklom razdoblju, turizam je značajno podigao svoje poslovne rezultate, osobito od 2000. godine, a u vrijeme globalne krize proteklih nekoliko godina pokazao visoku rezistentnost, što je potvrđeno stopama rasta višim od onih što su ih postigle zemlje u konkurentskom okružju (Mediteran) (Strategija razvoja turizma RH do 2020, Vlada Republike Hrvatske, 2013). U periodu od 2000. do 2011. godine, a posebice do 2005. godine, hrvatski turizam ostvaruje prosječne godišnje stope rasta od 3,9%, gotovo 3% više od prosječnih godišnjih stopa rasta turizma u EU (0,9%). Osnovni pokazatelji razvoja turizma

pokazuju daljnje stope rasta u pogledu ukupnih smještajnih kapaciteta, broja turista i broja noćenja.

Graf 5. Osnovni pokazatelji razvoja turizma RH u razdoblju 2012. – 2015.

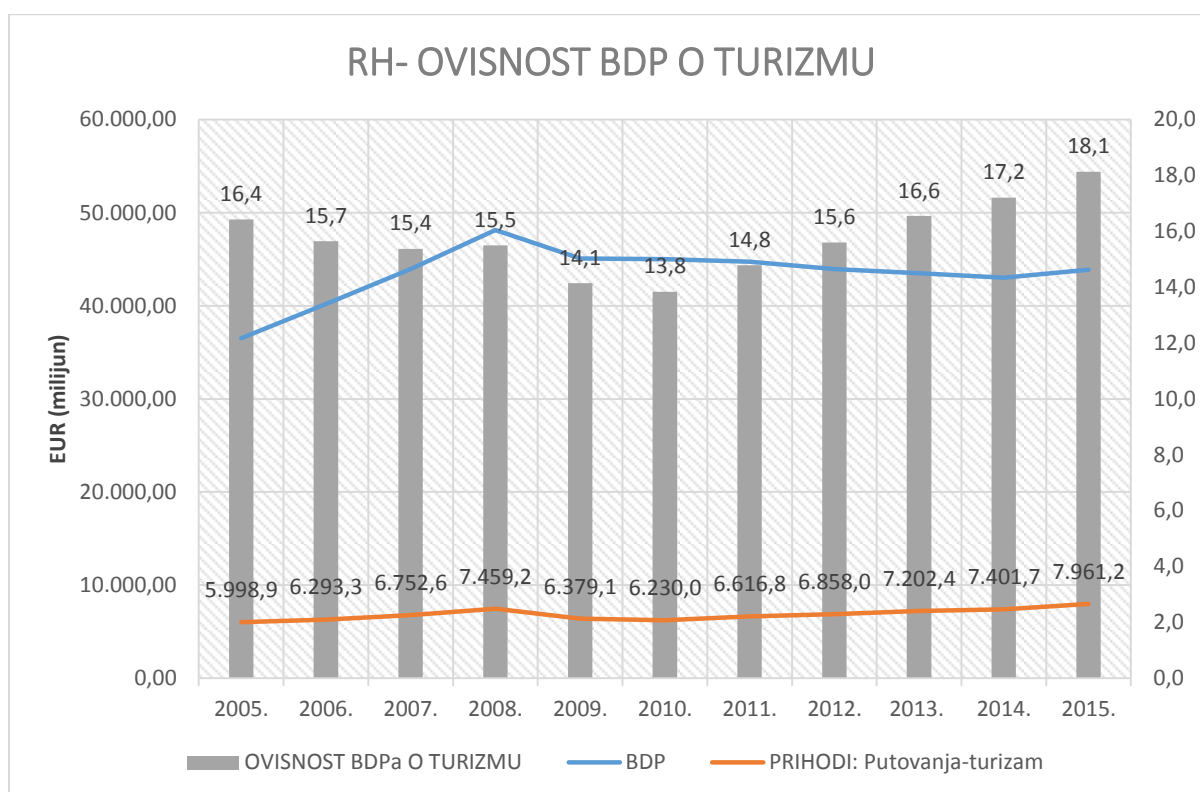


Izvor: Obrada autora prema podacima DZS

Prema WTTC (Economic Impact Croatia 2016) direktan broj zaposlenika u sektoru putovanja i turizma u 2015. godini je bio na razini od 9,8% (130.500) ukupno zaposlenih osoba u RH. Ukupni značaj turizma na zapošljavanje je kudikamo značajniji ukoliko pribrojimo radna mjesta na koja turizam djeluje neizravno (22,7% ukupne zaposlenosti, odnosno 301,500 radnih mjesta).

Iako turizam RH pokazuje konstantnu tendenciju rasta, Hrvatska više od svih ostalih članica Europske unije ovisi o turizmu što dokazuju podaci o deviznom prihodu od turizma koji se u Hrvatskoj ostvari a iznosi 18,1% posto BDP-a (2015. godina), najviše u Europi, s trendom daljnjeg povećanja.

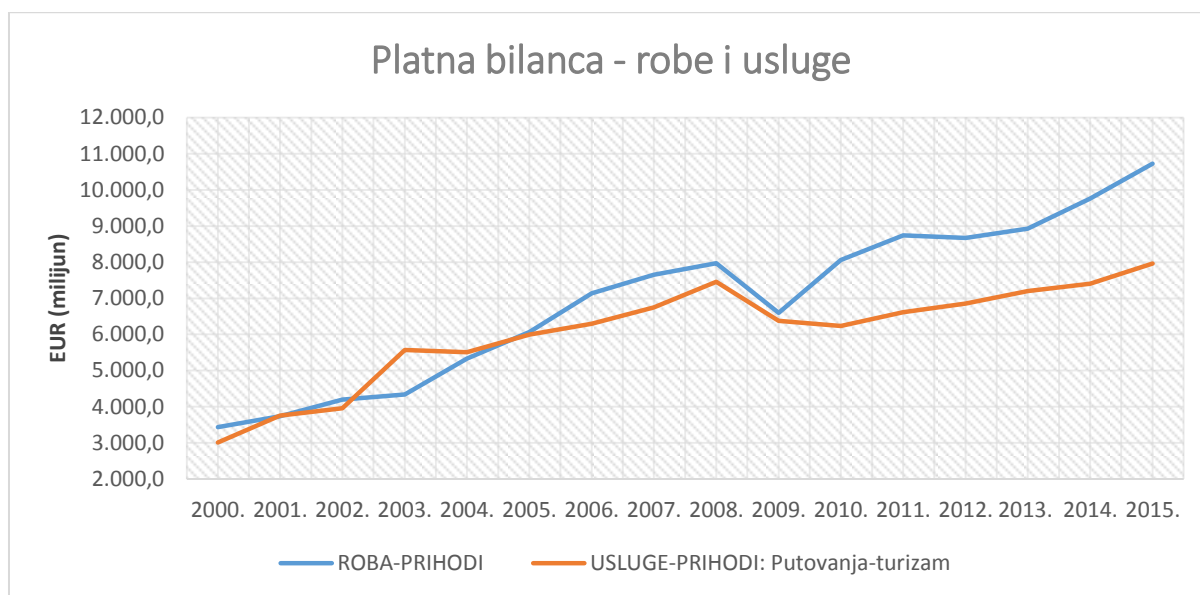
Graf 6. Ovisnost BDPa o turizmu za razdoblje 2005. – 2015.



Izvor: Obrada autora prema podacima HNB, DZS i EUROSTAT

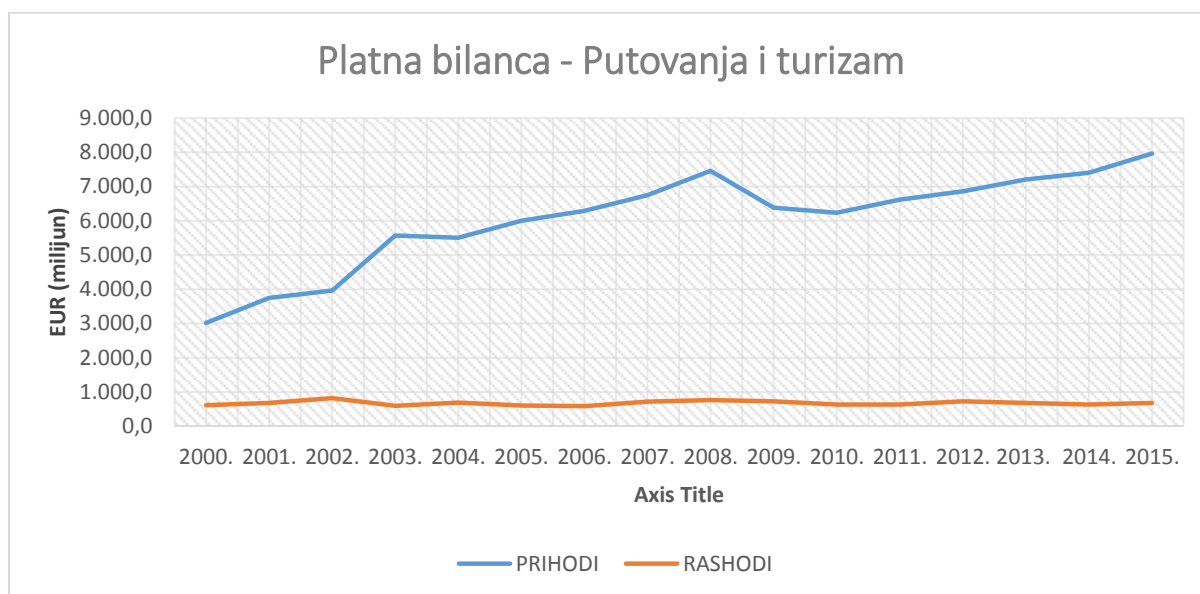
Devizni prihod od turizma u Hrvatskoj raste od 2010. godine, pri čemu je u 2014. godini dosegnuo rekordnu razinu, i premašio pretkriznu 2008. godinu. Od pretkrizne 2008. godine Hrvatski BDP ima tendenciju pada s oporavkom posljednjih nekoliko godina, stoga je i rast udjela deviznog prihoda od turizma u BDP-u vidljiviji. Sa 17,2 posto udjela deviznih prihoda od turizma (2014. godina) Hrvatska je vodeća u EU, a slijede je otočne države Malta i Cipar, s po 14,3 posto odnosno 12,1 posto udjela. Grčka, primjerice, ima taj udio na razini od 7,5 posto. Posebno velik efekt na platnu bilancu (PB) došao je od računa usluga na kojem se bilježe rezultati turističke sezone. Prihodi od turizma u 2015. godini su porasli 7,6% i dosegli gotovo osam milijardi eura što je povijesno gledano najviša nominalna vrijednost. Rastući prihodi od usluga, posebice putovanja i turizma financiraju deficit bilance robne razmjene. Prihodi od usluga pruženih stranim putnicima i turistima, kao i rashodi koje su domaći putnici i turisti imali u inozemstvu prikazuju se na poziciji putovanja-turizam. Prihodi od turizma tradicionalno su u suficitu, te visina prihoda na toj osnovi utječe na poboljšanje salda tekućeg računa PB.

Graf 7. Platna bilanca prihodi robe i usluge u razdoblju 2000. – 2015.



Izvor: Obrada autora prema podacima HNB

Graf 8. Platna bilanca putovanja i turizam, prihodi i rashodi u razdoblju 2000. – 2015.

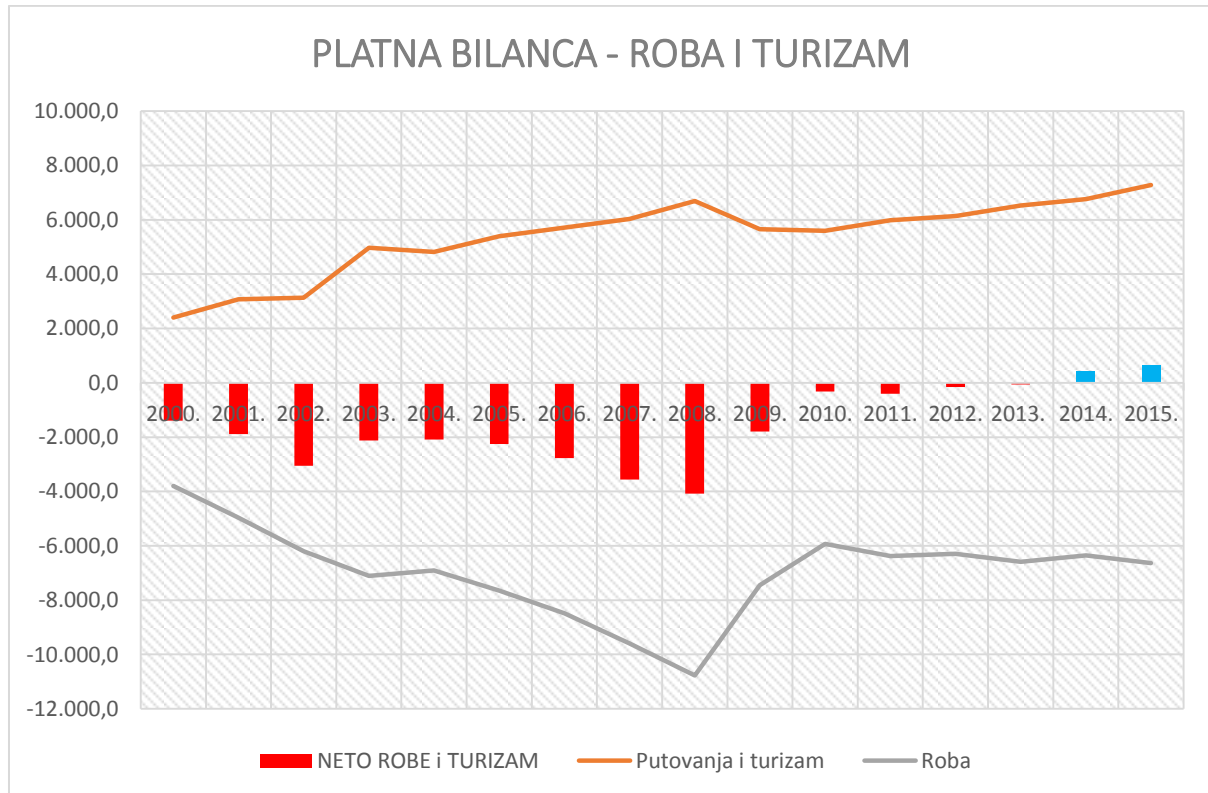


Izvor: Obrada autora prema podacima HNB

Posebno velik efekt na platnu bilancu (PB) došao je od računa usluga na kojem se bilježe rezultati turističke sezone. Prihodi od turizma u 2015. godini su porasli 7,6% i dosegli gotovo osam milijardi eura što je povijesno gledano najviša nominalna vrijednost. Rastući prihodi od usluga, posebice putovanja i turizma financiraju deficit bilance robne razmjene. Prihodi od usluga pruženih stranim putnicima i turistima, kao i rashodi koje su domaći putnici i turisti imali u inozemstvu prikazuju se na poziciji putovanja-turizam.

Prihodi od turizma tradicionalno su u suficitu, te visina prihoda na toj osnovi utječe na poboljšanje salda tekućeg računa PB.

Graf 9. Utjecaj turizma na platnu bilancu

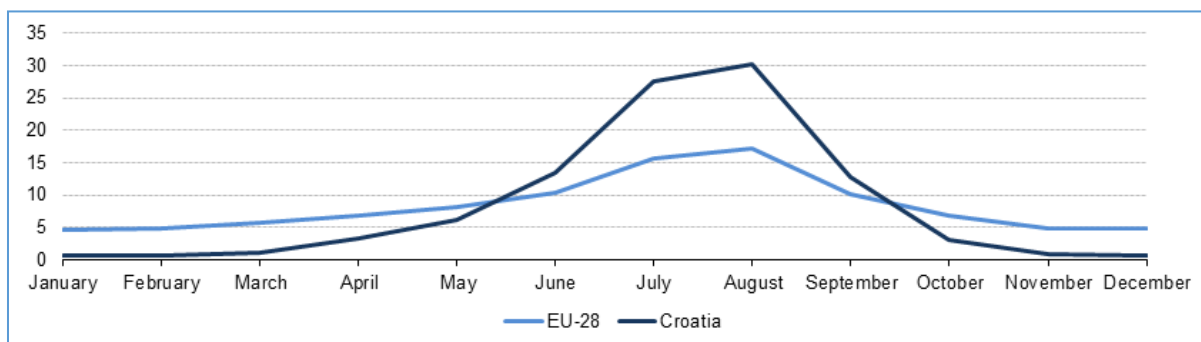


Izvor: Obrada autora prema podacima HNB

Ovakvi pokazatelji u slučaju Hrvatske sugeriraju visok stupanj ovisnosti gospodarstva o turizmu i upućuju na nedovoljnu razvijenost ostalih sektora. Stoga se postavlja pitanje može li se prosperitet nacionalnoga gospodarstva temeljiti na varijabli čija je vrijednost oko petine BDP-a, a istovremeno je pod rizičnim utjecajima, poput raznih prirodnih nepogoda te geopolitičke nestabilnosti.

Hrvatski turizam karakterizira jaka sezonalnost koju potvrđuje mjesečni broj noćenja po turističkim smještajnim objektima. Gotovo 58% svih noćenja na razini RH 2012. godine ostvareno je tijekom srpnja i kolovoza. Pa iako turizam i na razini EU pokazuje odlike sezonalnosti u istom razdoblju udio turizma kroz srpanj i kolovoz iznosio je 33%. Sezonalnost turizma RH najbolje pokazuje usporedba zimskih mjeseci (razdoblje studeni – ožujak 2012. godine) kada je turizam EU imao udio od gotovo 25% ukupnih turističkih noćenja u 2012. godini, dok je za Hrvatsku u istom razdoblju udio iznosio 3,7% (EUROSTAT, Statistics in focus 2/2014).

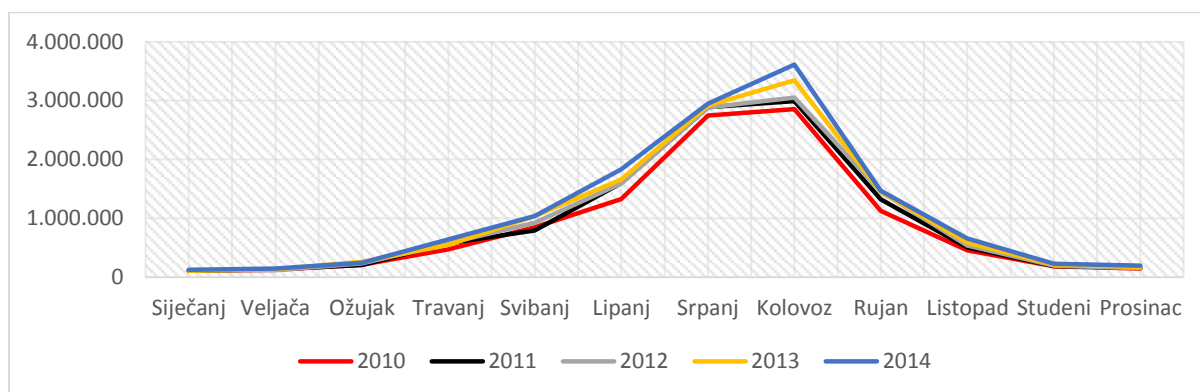
Graf 10. Mjesečna distribucija ukupnog broja noćenja u turističkim smještajnim objektima, EU-28 i Hrvatskoj, 2012. godine (%)



Izvor: EUROSTAT, Statistics in focus 2/2014

Iako strategije razvoja turizma RH ukazuju na potrebu za smanjivanjem sezonalnosti turizma i produženjem turističke sezone prema podacima DZS (Graf 11.) unatoč povećanju ukupnih dolazaka i noćenja, ne dolazi do smanjenja sezonalnosti.

Graf 11. Prikaz sezonalnosti turizma RH



Izvor: Obrada autora prema podacima DZS

U 2012. godini, broj raspoloživih ležaja u hrvatskim turističkim smještajnim objektima bio je nešto manje od 800 000 (oko 2,7% ukupnog broja ležaja u EU), od kojih 20% su bili u hotelima i sličnim objektima, 52% u apartmanskim i sličnim objektima i 28% u kampovima. Zemljišno gledano, većina ležajeva (95%) nalazi se u obalnim područjima, odnosno općinama koje se nalaze na obalnom području ili se većina njihovog teritorija nalazi unutar 10 km od obalne linije (EUROSTAT, Statistics in focus 2/2014). Ovaj snažan fokus na obalni turizam može djelomično objasniti i visok stupanj sezonalnosti hrvatskog turizma.

Prema WTTC (Economic Impact Croatia 2016) Hrvatsku očekuje daljnji rast prihoda od turizma, čiji bi ukupni doprinos do 2026. godine mogao dosegnuti 29,6% BDPa. Prema

strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine Hrvatska ima potencijal u 2025. godini ostvariti oko 107 milijuna noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima, odnosno ukupno 114 milijuna noćenja. Uz očekivani rast prosječne potrošnje od 11%, procjenjuje se da će turistička potrošnja u 2025. godini dostići 18,5 milijardi eura, pri čemu bi inozemna turistička potrošnja dostigla oko 16,3 milijarde eura, a domaća oko 2,2 milijarde eura. Ukupni komercijalni smještajni kapacitet hrvatskog turizma u 2025. godini kretao bi se na razini od oko 1,1 milijun ležajeva, od čega bi 22% činio hotelski smještaj, 26% kamp, 39% obiteljski smještaj (kućanstva), dok se preostalih 13% odnosi na ostale komercijalne smještajne kapacitete (turistička naselja, turistički apartmani i sl.). Prema WTTC (Economic Impact Croatia 2016) direktan broj zaposlenika u sektoru putovanja i turizma mogao bi dosegnuti 173.000, odnosno 16,3% ukupno zaposlenih osoba u RH.

3.2. TURIZAM U ZADARSKOJ ŽUPANIJI

Područje Zadarska županije, kao jedinice regionalne samouprave, zahvaljujući svojim povijesnim, prometnim i gospodarskim čimbenicima ima važnu poziciju na karti hrvatske turističke ponude. Županija obuhvaća 3.643,33 km² ili 6,4% kopnene površine RH i 3.632,9 km² ili 11,6% hrvatskog mora (Prostorni plan Zadarske županije, 2006.). Među svim jadranskim županijama, Zadarska ima najdulju obalu (1.300 km), što povoljno utječe na gospodarski te posebno na turistički razvoj.

Prema podacima Ministarstva turizma RH u 2015. godini područje Hrvatske bilježi ukupno 14,34 milijuna dolazaka gostiju ili 9,3% više nego prethodne 2014. godine. Osim toga, u 2015. godini ostvareno je ukupno 71,6 milijuna noćenja, što je 7,7% više nego 2014. godine (Graf 5.). Glavnina turističkog prometa RH koncentrirana je na sedam primorskih županija, što čini udio od 95% u ukupnim turističkim noćenjima za 2015. godinu (Graf 12.).

Tablica 1. Ukupni dolasci turista u razdoblju od 2013. – 2015. za primorske županije

<i>Dolasci turista po primorskim županijama</i>			
ŽUPANIJA	2013	2014	2015
PRIMORSKO-GORANSKA	2.380.000	2.419.864	2.560.726
LIČKO-SENJSKA	493.000	522.857	574.736
ZADARSKA	1.087.000	1.186.908	1.289.862
ŠIBENSKO-KNINSKA	717.000	746.177	797.035
SPLITSKO-DALMATINSKA	2.038.000	2.212.903	2.473.538
ISTARSKA	2.981.000	3.059.226	3.369.905
DUBROVAČKO-NERETVANSKA	1.241.000	1.346.281	1.443.103
UKUPNO RH	12.434.000	13.128.416	14.343.323
Udio primorskih županija (%)	87,96	87,55	87,21
Udio zadarske županije (%)	8,74	9,04	8,99

Izvor: Obrada autora prema podacima MINT

Zadarska županija 2015. godine bilježi stopu rasta broja noćenja od 8,8%, tom se stopom rasta svrstava na drugo mjesto u odnosu na ostale primorske županije. Ukupna stopa rasta broja noćenja za sve primorske županije iznosi 7,4%, što ukazuje da su rezultati koje ostvaruje Zadarska županija veći od prosječnih (Tablica 2., Graf 12.).

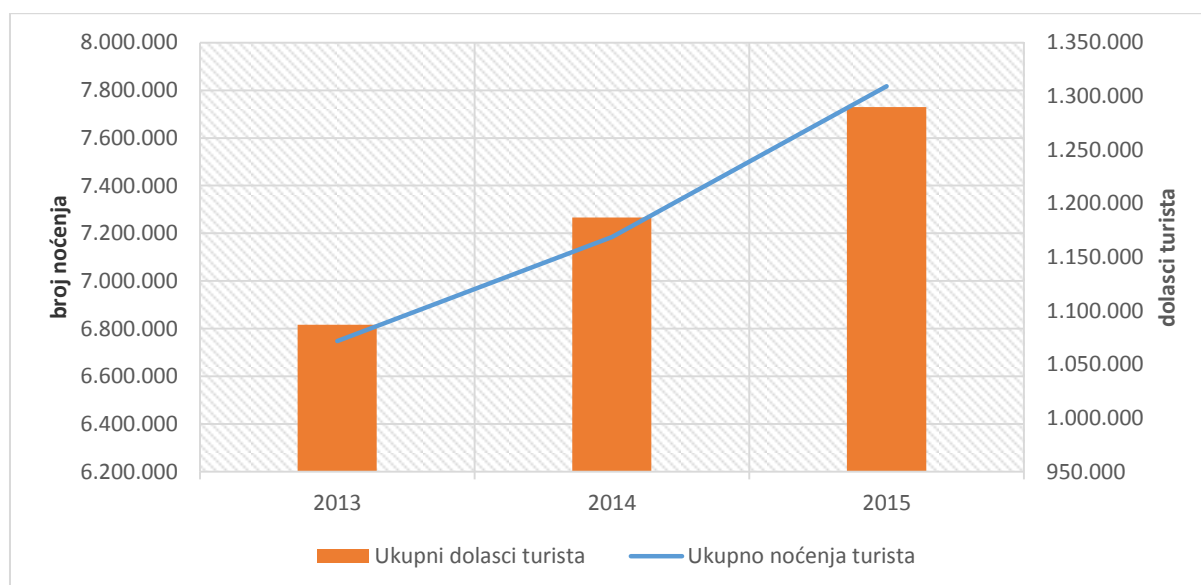
Tablica 2. Ukupno noćenja turista u razdoblju od 2013. – 2015. za primorske županije

<i>Noćenja turista po primorskim županijama</i>			
ŽUPANIJA	2013	2014	2015
PRIMORSKO-GORANSKA	12.348.000	12.212.423	13.070.148
LIČKO-SENJSKA	1.950.000	2.030.496	2.198.348
ZADARSKA	6.748.000	7.184.150	7.816.872
ŠIBENSKO-KNINSKA	4.514.000	4.552.929	4.822.542
SPLITSKO-DALMATINSKA	11.468.000	12.134.612	13.288.805
ISTARSKA	19.445.000	19.545.303	20.966.561
DUBROVAČKO-NERETVANSKA	5.618.000	5.883.802	6.135.891
UKUPNO RH	64.818.000	66.483.948	71.605.315
Udio primorskih županija (%)	95,79	95,58	95,38
Udio zadarske županije (%)	10,41	10,81	10,92

Izvor: Obrada autora prema podacima MINT

Broj dana boravka gostiju na području Zadarske županije u 2015. u prosjeku iznosi 6,1 dan, što je za 21% više u odnosu na prosječnu duljinu boravka gostiju na razini RH (4,99 dana; Graf 5.).

Graf 12. Zadarska županija, ukupni dolasci turista i ukupno noćenja u razdoblju 2013. – 2015.

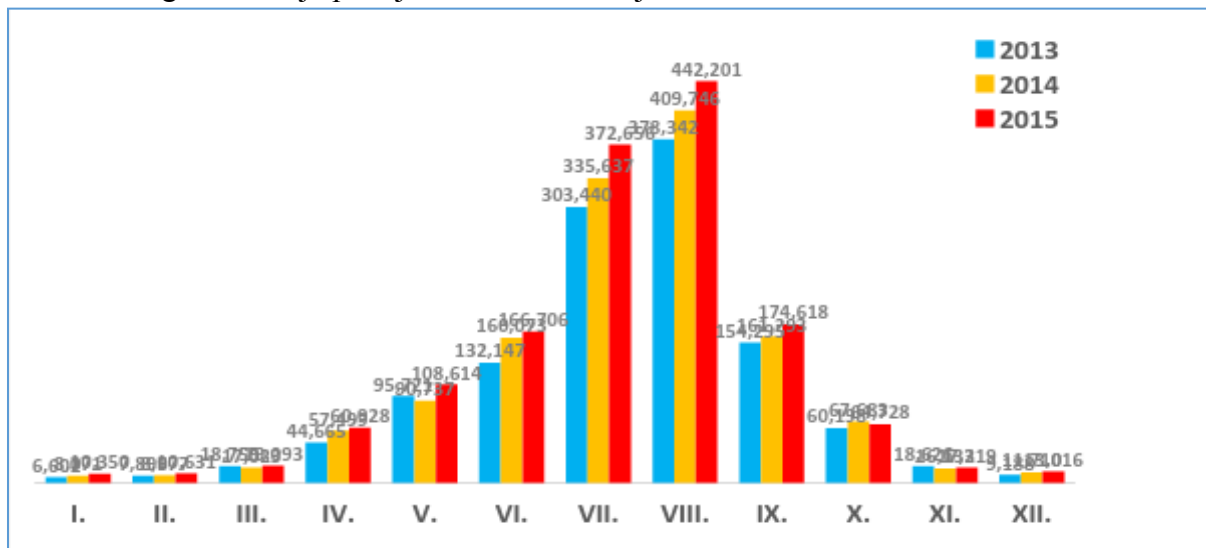


Izvor: Obrada autora prema podacima MINT

Iako Zadarska županija bilježi porast ukupnih dolazaka i broja noćenja pregled po mjesecima ukazuje na još uvijek izraženu sezonalnost, što je i vidljivo iz broja ostvarenih noćenja u grafičkom prikazu usporednih godina (Graf 13.). Prema podacima Glavnog plana razvoja turizma Zadarske županije 2013. – 2023. turisti su kao temeljni motiv dolaska u

Zadarsku županiju odabrali sunce, more i plažu (28,4%). Sezonalnost ovog oblika turizma je nemoguće izbjeći, stoga je negativne učinke masovnosti koje ovaj oblik turizma nosi sa sobom potrebno stalno pratiti i sukladno rezultatima poduzimati mjere za njihovo suzbijanje ili popravljjanje. No, najvažnije je navedeni oblik turizma oplemeniti ponudom usluga iz komplementarnih oblika turizma. Kao jedan od mogućnosti za produžetak sezone u ovom obliku turizma jest orijentacija na turiste koji nisu vezani institucionalnim ograničenjima (školski praznici i godišnji odmori) u periodu lipnja, rujna i listopada – a to su prije svega brzo rastući segment turista treće životne dobi. Nadalje se izgradnja bazena s morskom vodom koji imaju mogućnost grijanja smatra kao jedan od mogućih elementa produžetka sezone za ovaj oblik turizma.

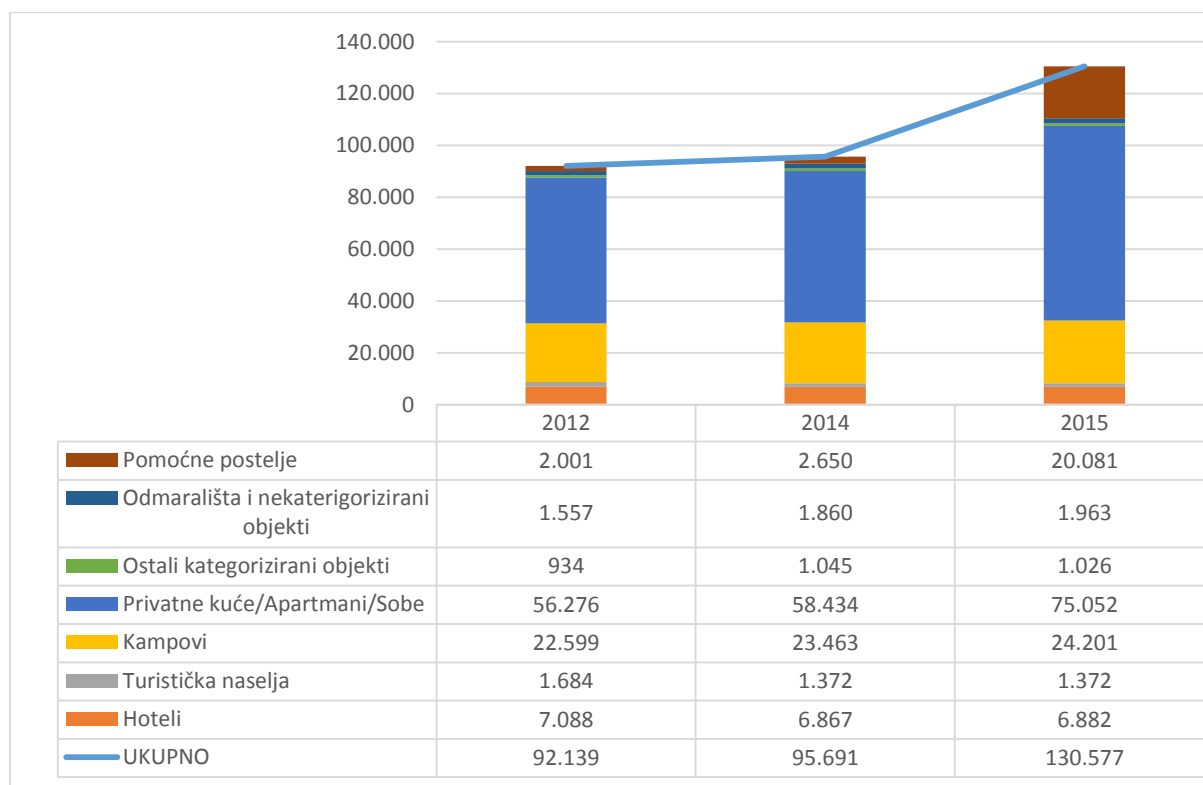
Graf 13. Pregled noćenja po mjesecima u razdoblju 2013. – 2015.



Izvor: <https://bedrudingusic.files.wordpress.com/2016/02/zadar-graf-3.png>

Turistička ponuda smještaja gostiju na području Zadarske županije uključuje hotele i turistička naselja, kampove, privatni smještaj, odmarališta, marine i vikend-kuće (Graf 14.). Prema Glavnom planu razvoja turizma Zadarske županije 2013. - 2023., najveći broj dolazaka i noćenja u 2012. godini ostvaren je u privatnom smještaju koji broji ukupno 416.271 dolazaka ili 32,35% sveukupnih dolazaka, te 3.252.450 noćenja ili 35,32% sveukupnih noćenja turista u Zadarskoj županiji. U strukturi dolazaka slijede hoteli i turistička naselja (26,75%), kampovi (18,23%), vikend-kuće (11,47%), marine (8,64 %) i odmarališta (2,58%).

Graf 14. Smještajni kapaciteti Zadarske županije po vrsti objekata u razdoblju 2012. - 2015.



Izvor: Obrada autora prema podacima TZ Zadarske županije i Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije 2013. – 2023.

Istraživanje provedeno u sklopu izrade Glavnog plana razvoja turizma Zadarske županije ukazalo je da na kontinuirani trend rasta dolazaka i noćenja između ostalog utječe uvođenje niskotarifnih letova koji povezuju gotovo cijelu Europu sa Zadarskom županijom. Specifičnost je Zadarske županije relativno visoki udjel turista koji koriste niskotarifne zrakoplovne prijevoznike (11,4%), dok ukupno 16,9% gostiju kao prijevozno sredstvo koristi zrakoplov. Turisti iz Velike Britanije (58%), Skandinavskih zemlja (42%) i drugih zapadnoeuropskih zemlja najčešće koriste niskotarifne zračne prijevoznike za dolazak u Zadarsku županiju. To je razumljivo jer su upravo ove destinacije najbolje povezane s ovim oblikom prijevoza sa Zadrom, a ujedno su dovoljno udaljene da je gost radije spreman koristiti zrakoplovni prijevoz nego cestovni. Turisti su kao temeljni motiv dolaska u Zadarsku županiju odabrali sunce, more i plažu (28,4%) zatim nova iskustva i doživljaje (18,4%), povoljnu ponudu (10,2%) i blizinu destinacije (9,7%). Zanimljiv je podatak da motivi koji su temelj kulturnom turizmu (upoznavanje kulture i običaja, kulturna događanja i sadržaji, kulturne i sakralne znamenitosti) kao temeljni motiv navodi svega 3% ispitanika.

„Vizija daljnjeg razvoja turizma Zadarske županije treba odrediti elemente koji će privlačiti i usmjeravati turističku potražnju prema prostoru Zadarske županije. Svi njezini dionici trebaju

težiti izvrsnosti svojih proizvoda i usluga. Turistička, kao i cjelokupna ponuda Zadarske županije treba biti usmjerena na očuvanju svoje autentičnosti i posebnosti. Razvoj turizma Zadarske županije bi se trebao temeljiti na raznovrsnosti sadržaja i doživljaja, kao stožernim elementima suvremene turističke ponude. Istovremeno ne treba zanemariti ni očuvanje postojećih prednosti Zadarske županije koja bi i dalje trebala ostati turistička destinacija sigurnog boravaka turista“(Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije 2013-2023).

4. MARIKULTURA

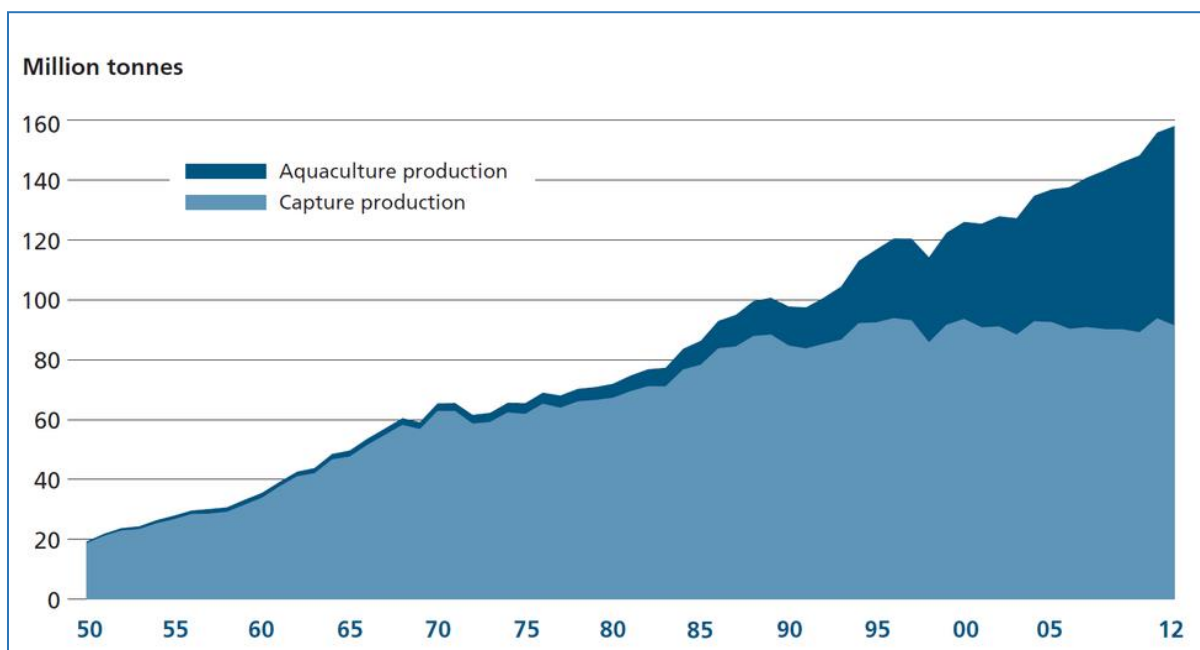
Morsko ribarstvo zauzima važno mjesto u svjetskoj proizvodnji hrane. Zahvaljujući primjeni znanstvenih spoznaja, novoj tehnici i tehnologiji rada, korištenje morskih organizama postaje sve značajnije u prehrani ljudi. Razvijeno morsko ribarstvo ima obilježje privredne djelatnosti, a uzgoj i ulov ribe je primarna proizvodnja.

U svijetu u kojem više od 800 milijuna ljudi i dalje pati od kronične neishranjenosti i gdje se očekuje rast svjetskog stanovništva za još 2 milijarde do 2050. godine, s koncentracijom u obalnim urbanim sredinama, izazov hranjenja našeg planeta uz očuvanje njegovih prirodnih resursa za buduće generacije predstavlja izniman izazov (FAO, 2014). Prema procjeni FAO čovječanstvo može zapasti u ozbiljnu krizu ukoliko se proizvodnja namirnica u dogledno vrijeme ne poveća, s obzirom da svjetska populacija raste brže od proizvodnje hrane. Stoga, se postavlja pitanje kako i u kojoj mjeri riba i drugi morski organizmi mogu pridonijeti izazovima s kojima se svijet suočava.

U nutritivnom pogledu, riba i drugi morski organizmi su važan izvor sastojaka hrane potrebnih čovjeku, posebice bjelančevina. Riblje bjelančevine se ne razlikuju bitno od bjelančevina toplokrvnih životinja. Njihova vrijednost je u lakšoj probavljivosti i boljem iskorištenju što omogućuje pogodniji aminokiselinski sastav. Bjelančevine ribe se iskoriste 93 do 98% u tijelu čovjeka, a probave se za 2 do 3 sata (150g ribe predstavlja 50 do 60% dnevne potrebe za proteinima odrasle osobe). Osim toga riblje meso je bogato vitaminima, posebice A, D, E i vitaminima B kompleksa te mineralnim tvarima u optimalnim omjerima. Riba je hranjivija od drugih osnovnih prehrambenih namirnica kao što su žitarice, posebice esencijalnim masnim kiselinama i mikronutrijentima, te može odigrati vrlo važnu ulogu u poboljšanju nutritivnog statusa pojedinca, posebice rizičnih skupina, kao što su djeca i žene.

Globalna proizvodnja ribe pokazuje stalnu tendenciju rasta kroz posljednjih pet desetljeća (Graf 15.), po prosječnoj godišnjoj stopi od 3,2 posto, nadmašivši na taj način rast svjetske populacije na razini od 1,6 posto (FAO 2014). Potrošnja ribe i drugih morskih organizama po stanovniku povećana je s 9,9 kg u 1960. na 19,2 kg u 2012. godini (Tablica 3.; Graf 16.). U 2010. godini, riba i drugi morski organizmi su predstavljali 16,7% ukupnog unosa proteina životinjskog porijekla (FAO, 2016), odnosno 6,5% ukupnog unosa svih proteina na globalnoj razini (FAO, 2014). Ovaj impresivni razvoj potaknut je kombinacijom rasta stanovništva, povećanjem prihoda i urbanizacijom, te dodatno olakšan snažnim širenjem proizvodnje ribe i drugih morskih organizama i učinkovitijim kanalima distribucije.

Graf 15. Proizvodnja ribe kroz ribarstvo i marikulturu (svijet)



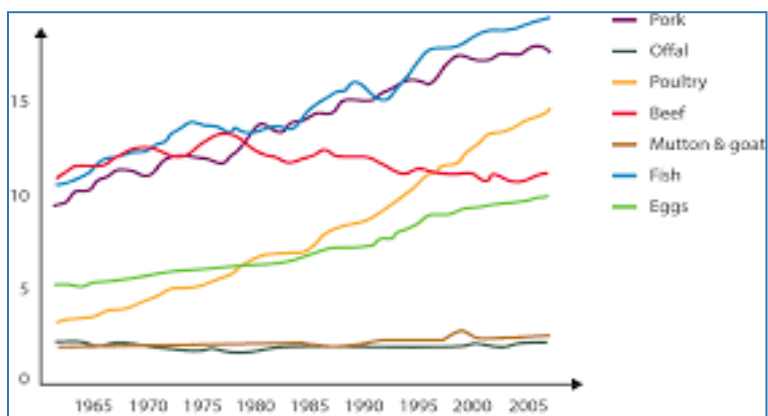
Izvor: *The state of World Fisheries and Aquaculture, FAO, 2014*

Tablica 3. Proizvodnja i iskoristivost ribe (svijet)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
	milijuni tona					
PROIZVODNJA						
Ukupno ribarstvo	90,8	90,1	90,1	89,1	93,7	91,3
Ukupno akvakultura	49,9	52,9	55,7	59,0	62,0	66,6
Marikultura	20,0	20,5	21,4	22,3	23,3	24,7
UKUPNA SVIJETSKO RIBARSTVO	140,7	143,1	145,8	148,1	155,7	158,0
ISKORISTIVOST						
POPULACIJA (milijarda)	6,7	6,8	6,8	6,9	7,0	7,1
POTROŠNJA / ČOVJEK (PER CAPITA) (kg)	17,6	17,9	18,1	18,5	18,7	19,2

Izvor: *The state of World Fisheries and Aquaculture, FAO, 2014*

Graf 16. Opskrba hranom životinjskog prijekla na svijetskoj razini 1960. – 2005. (kg/osobi)

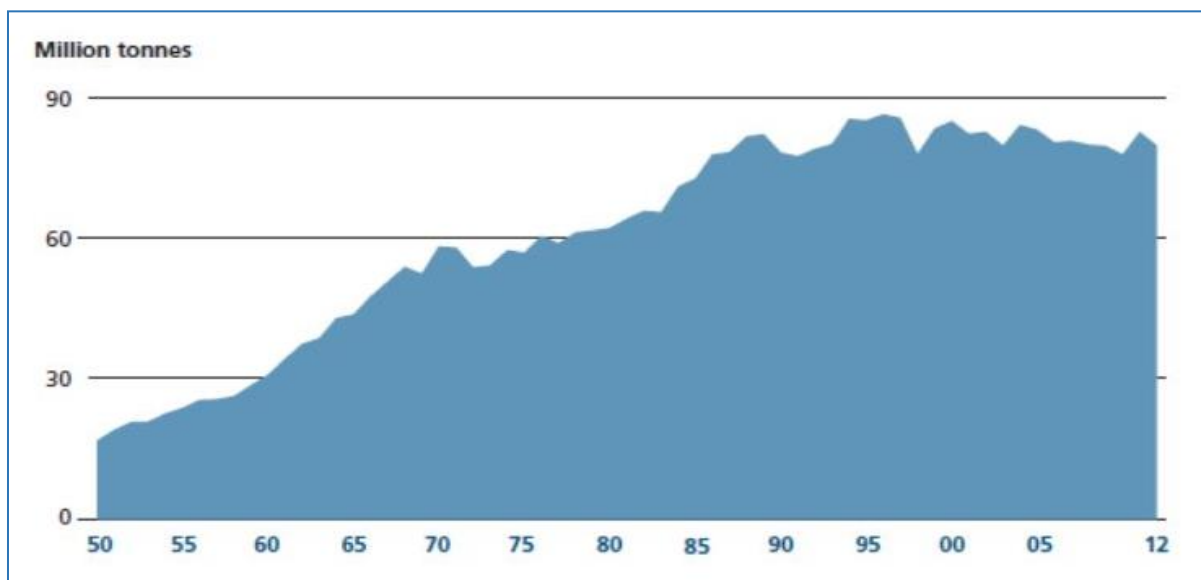


Objašnjenje: svinje, iznutrice, perad, goveda, ovce i koze, riba, jaja

Izvor: *Research Program on Fish Agri-Food Systems, CGIAR, 2015*

Neracionalnim iskorištavanjem živih bogatstava mora i oceana, svjetski ulov je svoj količinski vrhunac dosegao u drugoj polovici devedesetih godina prošlog stoljeća, s oko 94 milijuna tona godišnje. Od tada postoji postepena stagnacija ulova, koja je u 2012. godini za morsko ribarstvo iznosila 79,7 milijuna tona (FAO, 2014).

Graf 17. Svjetski ulov od 1950. do 2012.

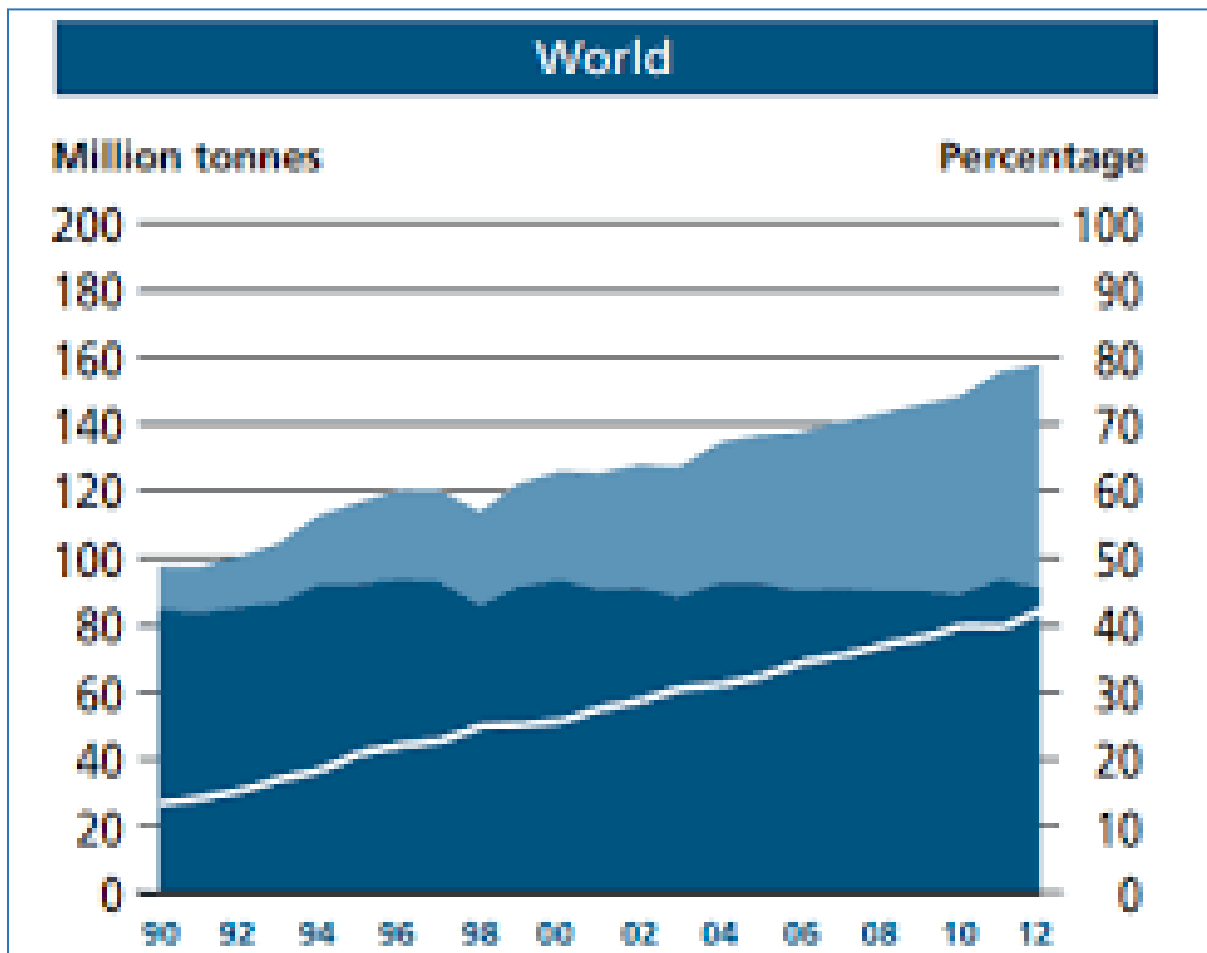


Izvor: *The state of World Fisheries and Aquaculture, FAO, 2014*

Iskustva stečena tijekom XX. stoljeća, napose trendovi prelova i neracionalnog iskorištavanja živih bogatstava mora krajem prošlog stoljeća, srušili su mit o morima i oceanima kao nepresušnom izvoru jeftinih bjelančevina. Stanje ulovnog ribarstva iz godine u godinu je sve

negativnije, a usporede li se vrijednosti ulova s vrijednostima ribolovnog napora sve je jasnije da je za istu količinu ulovljene ribe potrebno uložiti znatno više napora. Veliki broj donedavno najvećih stokova (npr. bakalar u Atlantiku) danas se smatra ili u potpunosti prelovljenima ili na rubu isplativosti (The State of World Fisheries and Aquaculture 2006, FAO, 2007.). Novija kretanja u svjetskom ribarstvu idu u pravcu zaustavljanja daljnjeg osiromašenja mora, stoga se rastući zahtjevi tržišta pokušavaju podmiriti povećanim uzgojem. Naime, uzgoj ribe i drugih morskih organizama jest djelatnost koja na svjetskoj razini bilježi od 1970. godine porast od 10 – 12 %, i kao takva spada u dio najbrže rastućeg sektora proizvodnje hrane uopće (Graf 17.) (FAO, 2000).

Graf 18. Udio akvakulture u ukupnoj svjetskoj proizvodnji ribe i drugih morskih organizama



Izvor: *The state of World Fisheries and Aquaculture, FAO, 2014*

Trenutni svjetski uzgoj ribe i drugih morskih organizama za ishranu je dostigao vrijednost od 66,6 milijuna tona (FAO, 2014), ekvivalent 137,7 milijardi USD, približavajući se tako polovini (u 2012. udio akvakulture u ukupnoj proizvodnji iznosio je 42,4%) ulova u svim

svjetskim morima (Graf 18.), dok je novcem izražena vrijednost uzgajanih vrsta odavno premašila polovicu vrijednosti svjetskog ulova (Grubišić, 2002). Prema najnovijim prikupljenim podacima, FAO procjenjuje da je svjetski uzgoj ribe za ishranu porastao za 5,8% na 70,5 milijuna tona u 2013. godini (FAO,2014).

U usporedbi s proizvodima poljoprivrede, kojima i dalje fosilna goriva predstavljaju glavni izvor energije, proizvodnja ribe i drugih morskih organizama ima manju emisiju ugljičnog dioksida, te se kao takva smatra „energetski pametnom“ hranom. Globalni sektor proizvodnje hrane je ovisan o unosu energije. „Najveći energetski unosi se pojavljuju u proizvodnji hrane bogate proteinima, kao što je meso (govedina ima energetski unos od 75 MJ po kg, piletina 35 MJ po kg, svinjetina i janjetina 40 odnosno 43MJ po kg). Trenutne procjene energije pokazuju da su proizvodi akvakulture u rasponu između 17-27 MJ po kg, te se smatraju jednim od najjeftinijih oblika životinjskih proteina (Energy use in the EU food sector: State of play and opportunities for improvement, EC, 2015). U prilog tome ide i činjenica da je energija potrošena u ribarskom sektoru (uključujući akvakulturu) iznosila tek 5% izravne energije koja se troši u sektoru poljoprivrede za razdoblje 2012. godine na razini EU (Energy use in the EU food sector: State of play and opportunities for improvement, EC, 2015).

Slijedom navedenog, razvijeni ribolov i marikulturu možemo smatrati izvorom ne samo zdravlja, nego i bogatstva. Zaposlenost u ovom sektoru raste brže od svjetske populacije. Sektor osigurava posao za nekoliko desetaka milijuna i podržava egzistenciju stotine milijuna ljudi. Riba i dalje predstavlja jedno od najvažnijih dobara trgovine hrane u svijetu. To je posebno važno za zemlje u razvoju, gdje ponekad riba i riblji proizvodi predstavljaju više od polovine vrijednosti ukupne trgovine. Bez obzira na ekonomske aspekte ribarstva i marikulture fokus treba biti usmjeren i na dobit za okoliš, te njegovu kompatibilnost s ljudskim blagostanjem. U tom smislu, promoviranje odgovornog i održivog ribarstva i marikulture, međusektorska suradnja i integralno upravljanje obalnim područjem mogu doprinijeti dodatnom razvoju daljnjih aspekata marikulture.

4.1. ZNAČAJKE I RAZVOJ MARIKULTURE U RH

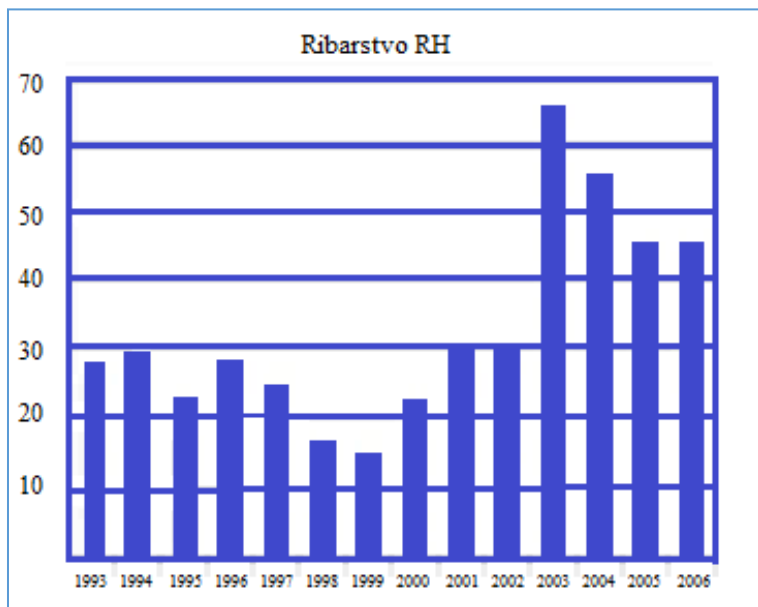
Hrvatska spada u krug mediteranskih zemalja koje su relativno rano prepoznale značaj ove gospodarske grane. Tradicija uzgoja ribe u Hrvatskoj je započeta prije više od 110 godina uzgojem šarana, dok su se stoljećima ranije uzgajali kamenica i dagnja. Nakon 1980. godine započeo je intenzivni razvoj uzgoja riba. Premda je proizvodnja morskih organizama u Hrvatskoj prisutna dugi niz godina, raspoložive prostorne mogućnosti, odgovarajuće ekološke i biološke datosti još uvijek su tek izvrsne predispozicije za njen širi i bolji razvoj kod nas. Snažnija razvojna kretanja u nacionalnoj marikulturi, koja bi bila sukladna našim raspoloživim prirodnim potencijalima, izostala su, što je prije svega posljedica nesigurne političke i makroekonomske okoline u kojoj se marikultura razvijala (Katavić i Vodopija, 2001). Premda je Hrvatska bila jedan od pionira u umjetnoj reprodukciji i kaveznom uzgoju visoko kvalitetnih vrsta morskih riba i premda je sustavnim znanstvenim istraživanjima znatno pridonijela razvoju marikulture, raspoloživo iskustvo i znanje kapitalizirali su drugi, ponajviše Grčka i Turska. Mnoge od mediteranskih zemalja, koje su imale sličnu osnovu za razvoj marikulture kao Hrvatska, danas zauzimaju značajno mjesto u europskoj proizvodnji kontrolirano uzgojenih organizama, dok je proizvodnja ribe i drugih morskih organizama u RH u posljednjem razdoblju stagnerala zadržavajući tek perspektive za ubrzani razvitak u skladu sa stvarnim potencijalima.

Prema Zakonu o morskom ribarstvu Republike Hrvatske (NN 81/2013) morsko ribarstvo jest gospodarenje obnovljivim biološkim bogatstvima mora, a obuhvaća zaštitu, ribolov te uzgoj riba i drugih morskih organizama. U Republici Hrvatskoj marikultura uključuje uzgoj bijele ribe, plave ribe (tuna) i školjkaša. Najznačajnije vrste riba u uzgoju su lubin (*Dicentrarchus labrax*), komarča (*Sparus aurata*) i atlantska plavoperajna tuna (*Thunnus thynnus*), a školjkaša dagnja (*Mytilus galoprovincialis*) i kamenica (*Ostrea edulis*). U 2014. godini u registru uzgajivača Ministarstva poljoprivrede ukupno je upisano 159 uzgajivača, od čega 126 uzgajivača školjkaša, 33 uzgajivača bijele ribe i 4 uzgajivača tuna, koji uzgoj obavljaju na ukupno 345 lokacija, od čega su 267 lokacija za uzgoj školjkaša, 49 lokacija za uzgoj bijele ribe, 10 lokacija polikulture (uzgoj bijele ribe i školjkaša), 15 lokacija za uzgoj tuna i 4 lokacije mrijestilišta bijele ribe.

U ukupnoj ekonomiji Republike Hrvatske djelatnosti poljoprivrede, lova, šumarstva i ribarstva, kao najznačajnije gospodarske djelatnosti u ruralnim područjima, imaju važnu ulogu, sa 6,3 % (2005.) udjela u ukupnom BDP-u, kao i na tržištu rada sa 6,3 % od ukupno zaposlenih (2004.). Ribarski sektor ima relativno mali udjel u BDP-u, ali broji oko 20.000

zaposlenih zbog čega ima izraženu socioekonomsku ulogu (Strategija ruralnog razvoja RH 2008. - 2013., MPS). Premda u skromnim razmjerima, ovo je jedna od rijetkih djelatnosti u agrokompleksu Hrvatske koja ostvaruje pozitivnu deviznu bilancu s 0,8% izvoza i samo 0,4% uvoza (Rudolf, 2008). Prema Grdović Gnip (2008) Republika Hrvatska je suficit robne razmjene kroz razdoblje 1993-2006 ostvarivala samo u djelatnosti ribarstva. Činjenica je da izvozom sirovina poput riba, Hrvatska dobiva manje nego što bi to učinila izvozeći gotove proizvode od navedenih sirovina koji se u njezinoj vanjskotrgovinskoj bilanci nalaze na strani uvoza. Sveobuhvatno razmatrajući može se zaključiti kako Hrvatska ostvaruje suficit u robnoj razmjeni riba i ribljih preradevina.

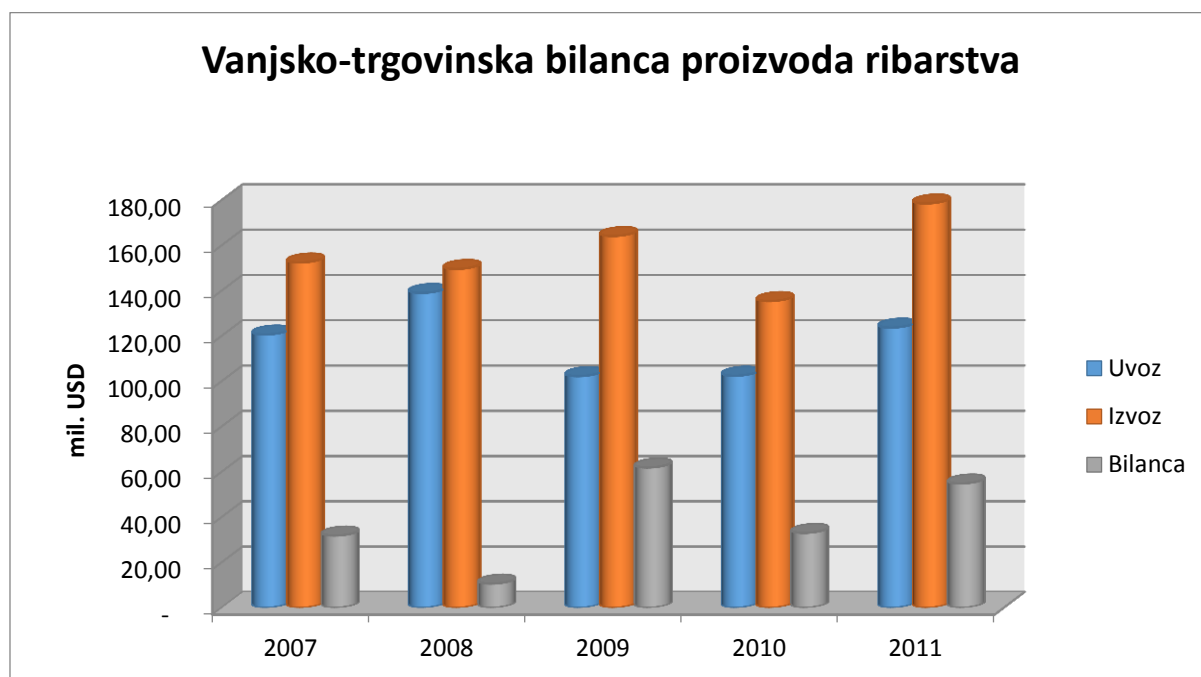
Graf 19. Saldo robne razmjene za RH u razdoblju od 1993. do 2006. godine u mil. USD



Izvor: *Analiza Hrvatske robne razmjene, Gnip, 2008*

Riba i riblje preradevine kao malo koja skupina proizvoda, bilježe u minula tri desetljeća dosta stabilan i gotovo kontinuiran rast vrijednosti izvoza, povećavši udio u vrijednosti izvoza prehrambenih proizvoda u razdoblju 1966/1968.-2002/2003. s 9,0% na 20,4%. Istodobno, ribe i preradevine postale su (2002/2003.) prva skupina proizvoda po vrijednosti izvoza u iznosu od 97,2 milijuna USD na godinu (Grahovac, 2005, pp. 215-216.).

Graf 20. Vanjsko-trgovinska razmjena riba i ribljih preradevina u razdoblju 2007. - 2011.



Izvor: Nacionalni strateški plan razvoja ribarstva, Republika Hrvatska, 2013

Tablica 4. Makroekonomski pokazatelji poljoprivredno - prehrambenog sektora RH

	2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.	2006.	2007.
Poljoprivreda, lov, šumarstvo i ribarstvo, BDP (mil.HRK)	11.240	12.482	13.293	11.880	13.992	14.650	15.603	12.098
(% BDP)	7,4	7,5	7,3	6	6,5	6,3	6,2	5,9
Prosječna mjesečna neto plaća, HRK	2.617	2.754	2.933	3.125	3.293	3.533	3.875	4.169
Ukupno poljoprivredno-prehrambeni sektor, BDP (mil. HRK)	16.749	18.350	19.647	19.016	22.024	-	-	-
(% BDP)	11	11	10,8	9,6	10,2	-	-	-
Broj zaposlenih u poljop. i prehrambenoj industriji, prosjek (tis.)	164	156	151	145	134	128	125	120
(% ukupne zaposlenosti)	12,2	11,6	11,1	10,8	9,5	9	8,5	8,1
Ukupni broj zaposlenih u poljoprivredi, prosjek (tis.)	119	111	106	99	89	84	80	76
(% ukupne zaposlenosti)	8,9	8,3	7,8	7,3	6,3	5,9	5,4	5,1
Vanjskotrgovinska bilanca poljoprivredne razmjene (mil. USD)	-288	-384	-456	-500	-727	-713	-675	-843,2
Izvoz (mil. USD)	423	487	580	790	766	943	1.219	1.341
Uvoz (mil. USD)	710	870	1.035	1.290	1.492	1.656	1.893	2.184
Pokrivenost uvoza izvozom u poljoprivrednoj razmjeni (%)	59,5	55,9	56	61,2	51,3	56,9	64,4	61,4

Izvor: Strategija ruralnog razvoja RH 2008-2013, MPS

U proteklom petogodišnjem razdoblju proizvodnja u akvakulturi pokazuje trend rasta do 2011. godine, nakon čega dolazi do pada u 2012., najviše zbog pada proizvodnje tuna uslijed ribolovnih restrikcija. Udio akvakulture u ukupnom proizvodu ribarstva (primarna proizvodnja) do 2010. godine prelazi 21%, što je više od 20,4% koliko iznosi prosjek EU (Nacionalni strateški plan razvoja akvakulture RH 2014-2020 NACRT, Republika Hrvatska, 2013). U istom razdoblju raste količina izvezenih proizvoda akvakulture i dosiže maksimum od 7.440 tona 2011. godine. Udio akvakulture u ukupnoj količini izvoza proizvoda ribarstva

(ukupna proizvodnja) kontinuirano raste i zadnje dvije godine iznosi 22%. Ukupna proizvodnja u marikulturi u razdoblju 2003. – 2012. godine prikazana je u tablici 5.

Tablica 5. Proizvodnja u marikulturi (t) za razdoblje 2003 – 2012. (gospodarski najvažnije vrste)

Vrsta	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Lubin	1702	2100	2000	2400	2800	2500	2800	2800	2775	2453
Komarča	808	800	1000	1050	1150	2000	2200	2400	1719	2173
Dagnja	2800	2400	2500	3500	3000	3000	2000	2000	3000*	3000*
Kamenica	40	40	50	50	50	50	50	55	150*	150*
Tuna	4679	3777	3425	6700	4180	3711	4200	3592	3223	1907
UKUPNO	10029	9117	8975	13700	11180	11261	11250	10849,65	10906	9707,037

Izvor: Nacionalni strateški plan razvoja akvakulture RH 2014-2020 NACRT, Republika Hrvatska, 2013

U Republici Hrvatskoj do sad je provedeno nekoliko istraživanja na temu stjecanja uvida u stav potrošača o ribi koja je porijeklom iz uzgoja naspram divlje ribe. Između ostalog, ovim se istraživanjima nastojao utvrditi i stupanj informiranosti javnosti o uzgoju ribe u nas, najvažniji razlozi postojećih prehrambenih navika u konzumaciji ribe, kao i osnovni razlozi preferencija različitih vrsta riba kao prehrambenih artikala. Također je važno napomenuti da se potrošnja ukupnih proizvoda ribarstva u RH kreće oko 8-9 kg per capita, što je daleko ispod europskog prosjeka koji iznosi 23 kg per capita. Temeljem provedenih istraživanja potrošnja uzgojene morske ribe u RH ne prelazi 0,5 kg per capita (Nacionalni strateški plan razvoja akvakulture RH 2014-2020 NACRT, Republika Hrvatska, 2013). S obzirom na rezultate ovih istraživanja, razvidno je kako je na domaćem tržištu potrebno provesti ciljane informativne i marketinške aktivnosti u svrhu povećanja potrošnje proizvoda porijeklom iz uzgoja. S obzirom da je proizvodnja u Hrvatskoj akvakulturi daleko od masovne industrijske proizvodnje, kako u morskom, tako i u slatkovodnom dijelu, integracija u okoliš, a time i u društvo predstavlja stalnu priliku i izazov. Upravo zbog toga planiranje daljnjeg razvoja djelatnosti na principu „pristupa ekosistemu“ je od strateške važnosti, temeljem čega akvakultura u RH može postati vodeći sektor za razvoj „plavog-održivog rasta“ strategije EU.

Graf 21. Potrošnja proizvoda ribarstva u RH u razdoblju 2003. – 2012.



Izvor: Nacionalni strateški plan razvoja akvakulture RH 2014-2020 NACRT, Republika Hrvatska, 2013

U RH ribarska djelatnost najčešće je organizirana u obliku obrta s udjelom 2008. godine od 2,3% u ukupnom broju obrta ili 2 316 ribarskih obrta (Bistričić, Agatić, Trošić, 2010.). Broj direktno zaposlenih u sektoru vrlo je teško precizno odrediti na osnovu dostupnih podataka no polazeći od broja ribarskih brodova i potrebne posade kao i objekata vezanih uz ribarstvo dolazi se do procjene broja između 13.000 i 14.000 direktno zaposlenih osoba u sektoru. Kroz ovaj broj analizirani su ribarski brodovi, morska i slatkovodna uzgajališta, objekti za obradu, preradu i uskladištenje riba i drugih morskih organizama kao i dio registrirane trgovine. Na ovaj broj se nadovezuju ostale proizvodne, uslužne i društvene djelatnosti i u omjerima kojima se danas barata veže na sebe još 4-5 zaposlenih iz ostalih djelatnosti. Na kraju možemo zaključiti da se od ribarstva u Hrvatskoj danas prehranjuje i živi oko 80.000 ljudi (Studija izvodivosti izgradnje i adaptacije dijela ribarske infrastrukture sukladno pravnoj stečevini EU, Agronomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu). Gotovo 70% ribolova, uzgoja i prerade odvija se u ruralnim područjima i na otocima gdje su drugi izvori zarade ograničeni. Kombinirana gospodarstva, pogotovo u ruralnim područjima i na otocima, posebna su i jedinstvena mogućnost pronalaženja kompatibilnosti između akvakulture i drugih djelatnosti, naročito turizma te doprinosa ruralnom razvitku. Uz uzgoj morske ribe (marikulturu) vrlo značajan aspekt ruralnog razvoja je i uzgoj slatkovodne ribe koji isto tako omogućava

objedinjavanje turizma i gospodarske djelatnosti, a što također pozitivno utječe na ruralni razvoj (Strategija ruralnog razvoja RH 2008.-2013., MPS).

U marikulturi RH pojavljuju se nekoliko horizontalnih problema, bez obzira o kojoj se vrsti uzgojnog organizma radi. S ciljem osiguravanja potrebnog prostora i izbjegavanja mogućih konflikata u osjetljivim obalnim područjima RH je propisala posebne kriterije za definiranje zona na kojima se planira obavljanje djelatnosti marikulture. Nekoliko obalnih županija razvile su zone za marikulturu u okviru procesa prostornog planiranja koristeći načela integriranog upravljanja obalnim područjem, a isto načelo predviđa se primijeniti i u ostalim županijskim prostornim planovima. Ovakav pristup u skladu je s provedbom elemenata integrirane pomorske politike, u okviru koje integriranje različitih ekonomskih aktivnosti može doprinijeti ukupnom rastu i održivom razvoju obalnih područja. S obzirom na značaj elemenata integrirane pomorske politike u predstojećem razdoblju, očekuje se da će upravo djelatnost marikulture predstavljati značajan zamašnjak razvoja sektora ribarstva u cijelosti (Nacionalni strateški plan razvoja akvakulture RH 2014-2020 NACRT, Republika Hrvatska, 2013).

Tablica 6. Kvantificirani ciljevi rasta (razdoblje 2014. – 2020.)

Vrsta	2012 (t)	2020 (t)
Uzgoj riba u moru (izuzev tuna)	4.650	20.000
Plavoperajna tuna	1.907	2.000*
Školjkaši	3.150	10.000
Toplovodne slatkovodne vrste	3.209	10.000
Hladnovodne slatkovodne vrste	1.000	1.500
UKUPNO	<i>13.916</i>	<i>44.500</i>

*minimalno, ovisno o ulovnim kvotama

Izvor: Nacionalni strateški plan razvoja akvakulture RH 2014-2020 NACRT, Republika Hrvatska, 2013

4.2. MARIKULTURA U ZADARSKOJ ŽUPANIJI

Obalno područje Zadarske županije, koje uključuje obalni pojas kopna, otoke, te zbog njihova broja i rasporeda, gotovo cijeli akvatorij županije, zasigurno je njezin najznačajniji razvojni resurs. Ribarstvo je tradicionalna djelatnost Zadarske obale i otoka i izvor egzistencije za veliki dio obalnog i otočnog stanovništva. Danas, Zadarska županija ostvaruju i do 47 % ukupnog ulova ribe i drugih morskih organizama u Republici Hrvatskoj. U Zadarskoj županiji se obavlja iskrcaj preko 30% od ukupnog ulova riba i drugih morskih organizama u RH i Zadarska županija sudjeluje s oko 60 % u ukupnoj proizvodnji marikulture RH. Stoga ne čudi da je u Županijskoj razvojnoj strategiji Zadarske županije (2011 – 2013) sektor ribarstva prepoznat kao jedan od prioriternih sektora ali i kao sektor koji ima značajan potencijal za daljnji razvoj.

U Zadarskoj županiji registrirano je 20 uzgajivača, od čega 9 uzgajivača bijele ribe (25 lokacija), 2 uzgajivača tuna (12 lokacija) i 9 uzgajivača školjkaša (10 lokacija). Dozvoljeni uzgoj na ovom području iznosi 4925 tona bijele ribe, 20.000.000 milijuna komada mladi bijele ribe, 4520 tona tuna i 735 tona školjkaša. Koncesionirane površine na pomorskom dobru Zadarske županije za uzgoj ribe i drugih morskih organizama iznose ukupno 15.511.346 m² od čega 5.900.000 m² za uzgoj tuna, 8.395.346 m² za uzgoj bijele ribe i 1.216.000 m² za uzgoj školjkaša. Uzgajališta ribe nalaze se na području otoka Pašmana, Ugljana, Iža, Vrgade i Dugog otoka. Najviše je uzgajališta u Srednjem kanalu (uvali Ugljana i Pašmana) i na južnoj panti Pašmana. Koncesionirane površine za uzgoj školjaka nalaze se u Novigradskom moru, u Velebitskom kanalu i u uvali Dinjiška na otoku Pagu (u polikulturi s bijelom ribom). U Ninu se nalazi najveće mrjestilište bijele ribe u RH, ukupnog proizvodnog kapaciteta 20.000.000 komada mladi. Marikultura predstavlja jednu od vrlo značajnih djelatnosti na području Zadarske županije i sudjeluje s oko 60 % u ukupnoj proizvodnji marikulture RH.

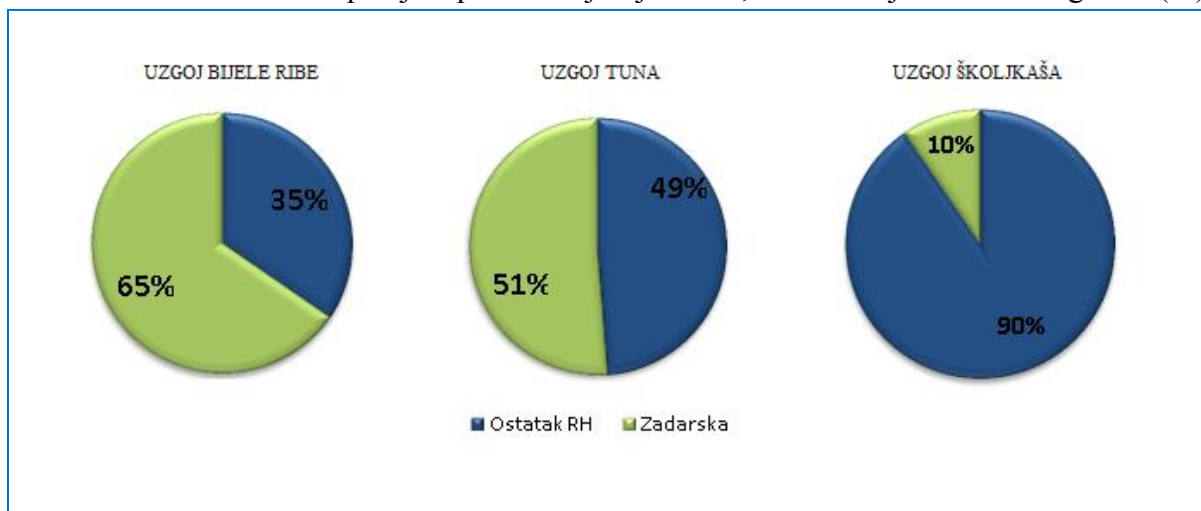
Tablica 7. Proizvodnja bijele ribe i tuna u ZŽ u razdoblju 2006.. – 2010. (tone)

	2006	2007	2008	2009	2010
Bijela riba	2.000,00	2.300,00	2.400,00	2.700,00	3.400,00
Tuna	2.640,00	2.249,00	2.693,00	2.365,00	1.727,00
Ukupno	4.640,00	4.549,00	5.093,00	5.065,00	5.127,00

Izvor: Program razvoja sektora ribarstva Zadarske županije 2013-2015, Zadarska županija, 2012

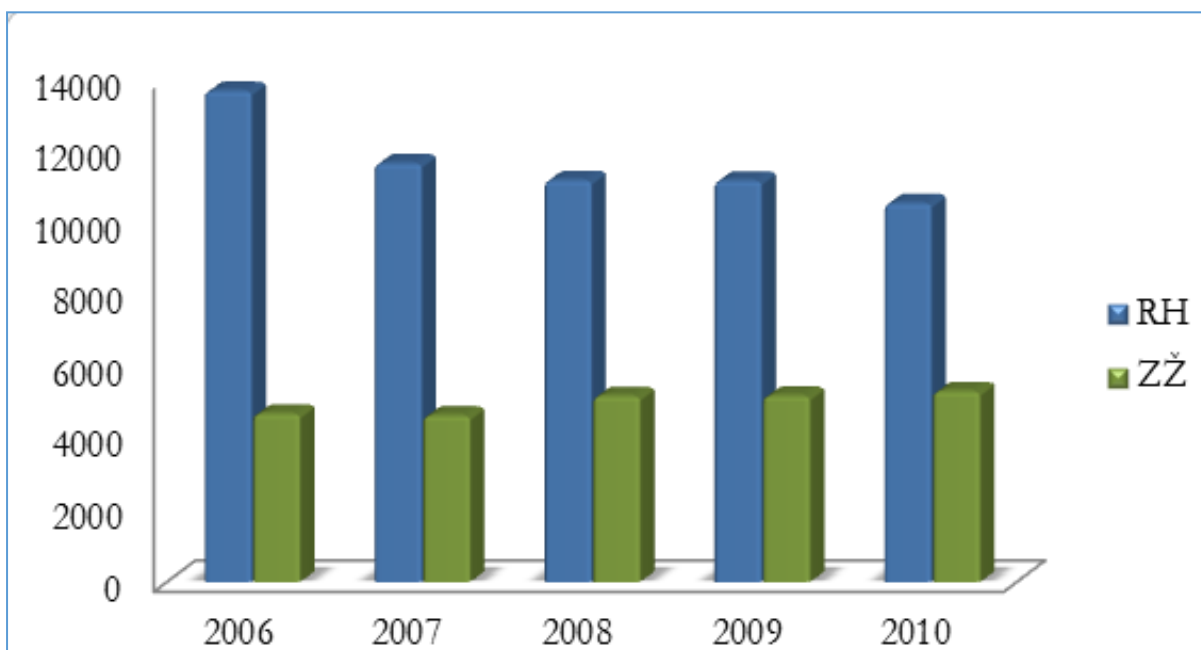
U 2010. godini Zadarska županija sudjeluje sa 65% u ukupnoj proizvodnji bijele ribe RH, 51% u ukupnoj proizvodnji tuna, dok u uzgoju školjkaša sudjeluje tek s 10% (Graf 22.).

Graf 22. Udio Zadarske županije u proizvodnji bijele ribe, tuna i školjkaša u 2010. godini (%)



Izvor: Program razvoja sektora ribarstva Zadarske županije 2013-2015, Zadarska županija, 2012

Graf 23. Proizvodnja u uzgoju morskih organizama u RH i u ZŽ (tone)

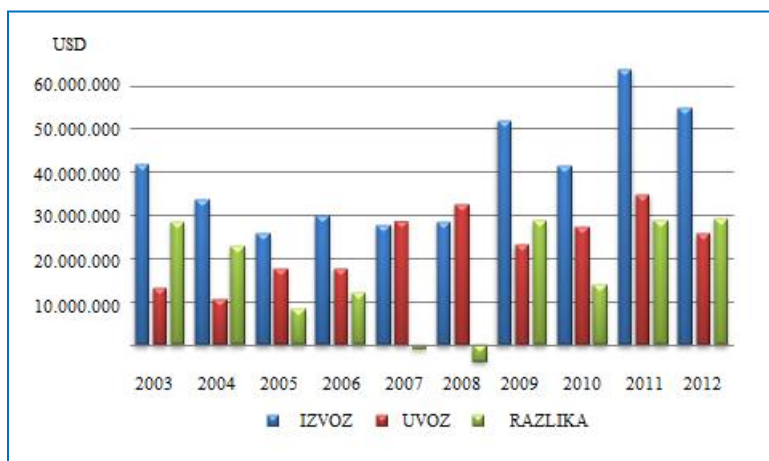


Izvor: Program razvoja sektora ribarstva Zadarske županije 2013-2015, Zadarska županija, 2012

Ribarstvo predstavlja značajan segment u ukupnom izvozu poljoprivrednih proizvoda RH. Ukupna vrijednost izvezenih proizvoda ribarstva u 2010. iznosi 135.395.280 USD (33.950 tona). U istom razdoblju Zadarska županija sudjeluje u ukupnom izvozu proizvoda ribarstva sa 41.266.465 USD – 30,47% (11.073 tona – 32,61%). Djelatnost ribarstva i

akvakulture suficitarna je izvozna djelatnost u Zadarskoj županiji s iznimkama u 2007. i 2008. godini, kada je uvoz bio veći od izvoza. Promatrajući robnu bilancu djelatnosti ribarstva i marikulture vidljiv je rast izvoza u razdoblju od 2009. do 2011., dok je razina uvoza ostala na sličnoj razini.

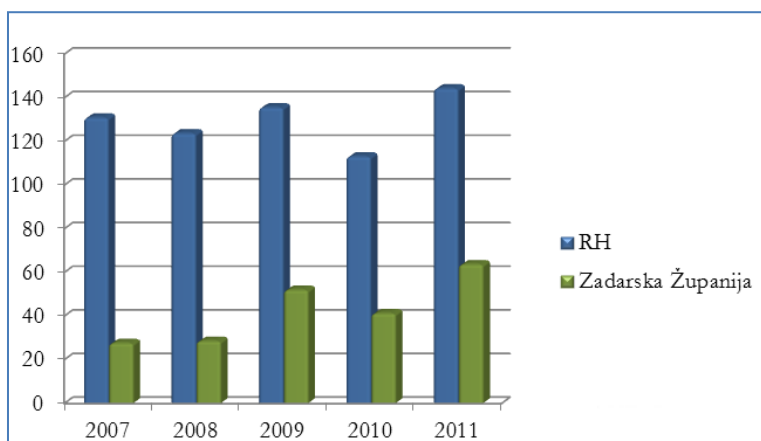
Graf 24. Kretanje robne razmjene djelatnosti ribarstva i akvakulture Zadarske županije u razdoblju 2003. – 2011.



Izvor: Program razvoja sektora ribarstva Zadarske županije 2013-2015, Zadarska županija, 2012

Najznačajniji izvozni proizvod je plavoperajna tuna iz uzgoja koja se izvozi u Japan, i koja zauzima visoko peto mjesto u ukupnom izvozu poljoprivrednih proizvoda RH i to s vrijednošću od 42.775.405 USD. Svježa riba koja se izvozi uglavnom na tržište EU - Italije uključuje najvećim dijelom glavonošce i rakove iz ulova, kao i lubina i komarču porijeklom iz uzgoja. U ukupnom izvozu važno je spomenuti i konzerviranu ribu (tuna i sitna plava riba). S obzirom da se uzgoj tuna temelji na ulovu, proizvodnja kroz proteklo razdoblje pada, kao posljedica sve većih restriktivnih mjera ulova. Maksimum je dosegnut 2006. godine kada je iznosio 6.087 tona, dok se nakon toga izvoz kreće oko 3-4.000 tona godišnje. Primjećuje se pad cijena uslijed krize na Japanskom tržištu. Međutim, vidljivi su znaci oporavka ovog specifičnog tržišta, tako da je za očekivati porast cijena.

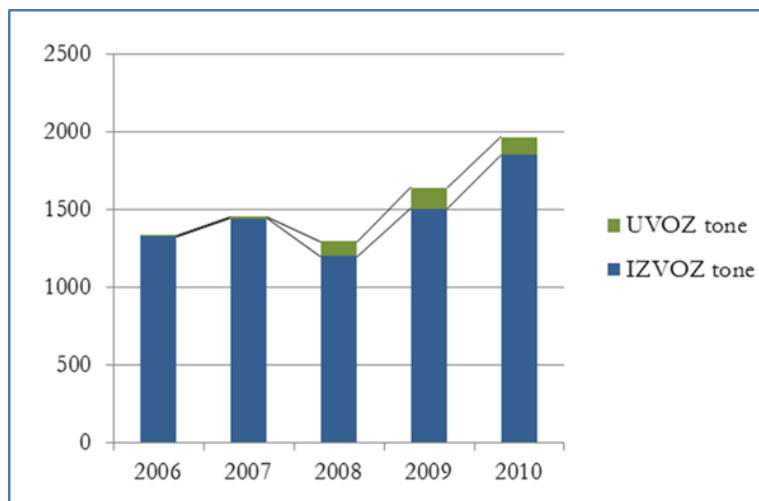
Graf 25. Izvoz proizvoda ribarstva RH i ZŽ za razdoblje 2006. – 2010. (USD)



Izvor: Program razvoja sektora ribarstva Zadarske županije 2013-2015, Zadarska županija, 2012

Izvoz lubina i komarče porijeklom iz uzgoja raste, i u 2010. godini iznosi 1.850 tona. Primjetan je i porast uvoza ovih proizvoda, međutim u beznačajnim količinama u odnosu na izvoz. Iako je tržište za ove proizvode znatno poraslo tijekom posljednjih dvadesetak godina, najznačajnije tržište i dalje ostaje Italija. Nova potencijalna tržišta su Slovenija, Poljska, Njemačka, Rusija. Nedostatak organizirane marketinške strategije za ove proizvode doprinosi poteškoćama u pronalaženju novih tržišta.

Graf 26. Uvoz i izvoz lubina i komarče iz uzgoja u ZŽ za razdoblje 2006. – 2010. (tone)

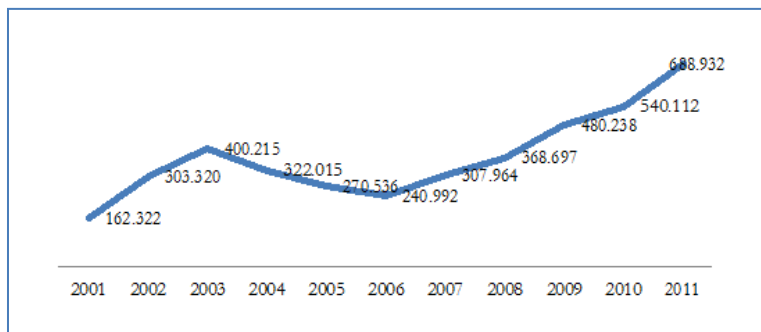


Izvor: Program razvoja sektora ribarstva Zadarske županije 2013-2015, Zadarska županija, 2012

Analiza prihoda u sektoru u razdoblju od 2001. – 2011. godine u ZŽ, ukazuje na činjenicu da su ukupni prihodi porasli više nego četverostruko (za 347%) u 2011. godini u odnosu na 2001.

godinu (Graf 27.). Na razini RH ukupni prihodi u istom periodu porasli su za 88,81 %. Ovaj podatak ukazuje na izuzetno jak razvoj sektora u ZZ u odnosu na prosjek RH (FINA, 2013).

Graf 27. Kretanje prihoda u sektoru ribarstva ZZ u periodu 2001. - 2011. (u tisućama kn)



Izvor: Program razvoja sektora ribarstva Zadarske županije 2013-2015, Zadarska županija, 2012

Analiza ukupnog broja zaposlenih u sektoru ribarstva 2011. godine u RH ukazuje na činjenicu da 29% (FINA, 2013) od ukupnog broja zaposlenih u pravnim osobama je zaposleno u Zadarskoj županiji. Nadalje, broj zaposlenih u sektoru se utrostručio (porast od 208%) u periodu 2001.-2011. Na razini RH broj poduzetnika u istom periodu je porastao za 62%, a broj zaposlenih u sektoru za 49%.

Zadarska županija je jedina županija koja je u svoj prostorni plan uvrstila područja za marikulturu koristeći principe integralnog upravljanja obalnim pojasom. Zahvaljujući takvom multidisciplinarnom planiranju izbjegnuti su potencijalni konflikti s drugim korisnicima prostora i stvoren je optimalni okvir za smještanje ove djelatnosti u prostor (Program razvoja sektora ribarstva Zadarske županije 2013-2015, Zadarska županija, 2012). Zoniranje je provedeno temeljem kriterija koji definiraju područja pogodna za obavljanje različitih oblika akvakulture (uzgoj bijele ribe, uzgoj tuna, uzgoj školjkaša) propisanih Pravilnikom o kriterijima o pogodnosti dijelova pomorskog dobra za uzgoj ribe i drugih morskih organizama (Narodne novine 59/12.). „S obzirom na to da raspoloživost odgovarajućeg prostora uz istodobno međusobno uvažavanje s ostalim djelatnostima u prostoru čini temeljni čimbenik za potencijalne dugoročne investicije u ovu djelatnost, provedena zonacija rezultirala je povećanjem broja uzgajališta i povećanjem ukupne proizvodnje u akvakulturi na području Županije“ (Kozulić i Franičević, 2015).

5. MEĐUODNOS TURIZMA I MARIKULTURE

Uzimajući u obzir da su proizvodi i usluge u turizmu u velikoj većini međusobno komplementarni, a ne konkurentni, na isti način možemo promatrati komplementarnost turizma i marikulture kroz nekoliko segmenata počevši od proizvodnje i plasmana zdrave hrane kontroliranog podrijetla, povećanja autohtone gastro ponude, ili unaprjeđenja turističke ponude te smanjenja sezonalnosti turizma.

Ispravnije je turizam smatrati sektorom koji povezuje brojne djelatnosti i potiče njihov razvoj negoli zasebnom djelatnošću. Stoga, između ostaloga, i ima ulogu plasiranja domaćeg proizvoda turistima. Teško se može zamisliti talijanski ili španjolski hotel bez njihove nacionalne kuhinje, tjestenine, plodova mora ili bez proizvoda koje je njihov proizvođač osmislio ili napravio. Turizam je veliko (izvozno) tržište za domaće proizvode, koje u Hrvatskoj na žalost još uvijek nije dovoljno valorizirano. Značaj turizma kao tržišta za ukupno gospodarstvo proizlazi iz činjenice što se plasmanom domaćih poljoprivrednih i drugih proizvoda kroz turizam postižu znatno više cijene nego u klasičnom izvozu, izbjegavaju carinske i druge izvozne barijere (kvote, zabrane i dr.), mogu plasirati robe koje se vrlo teško ili uopće ne mogu izvoziti (lako kvarljiva roba i sl.), država ubire poreze, trošarine kojih je izvoz oslobođen, te se veliki dio prodaje naplaćuje odmah ili brže nego kad je riječ o klasičnom izvozu (ugostiteljstvo, trgovina). Zbog navedenih prednosti, sve turističke zemlje nastoje kroz turizam plasirati što više proizvoda/roba iz domaće proizvodnje i tako osigurati veće mikro i makro učinke za cjelokupno gospodarstvo. Stoga, u interesu i razvoja turizma i razvoja ukupnog hrvatskog gospodarstva, treba težiti povećanju plasmana domaćih roba/proizvoda kroz turizam.

Prema Williams i sur. (2014) turizam povezan s hranom se odnosi na putovanje u destinacije gdje lokalna hrana i piće predstavljaju primarni ili sekundarni/dodatni motiv putovanja. U najširem smislu gastro-turizam se definira kao namjerna potraga za primamljivim, autentičnim, i pamtljivim kulinarskim iskustvom, prilikom koje je najbitnija kvaliteta i narav istog. Gastronomija ne predstavlja samo hranu već i kulturu, povijest, ekonomski status, religiju i druge aspekte destinacije. U razvijenim zemljama gastro-turizam postaje jedan od najdinamičnijih i najkreativnijih segmenata turizma. Prema istraživanju (UNWTO, 2012) 88,2% ispitanika je navelo gastronomiju kao strateški element u brendiranju destinacije. Prema istoj studiji, 79% gastro-turista pri odabiru destinacije traže festivale hrane i

degustacije, 62% gastronomske ture, kulinarske rute te tečajeve lokalne kuhanje, i 53% gastro turista želi istražiti lokalno tržište i proizvođače hrane.

Gastronomija je složen proizvod koji konzumiraju gotovo svi turisti, iako relativno malen broj međunarodnih turista odabire Hrvatsku kao destinaciju isključivo zbog gastro iskustava, rast potražnje generira uglavnom domaća populacija. Iako su se gastronomija i enologija kao turistički proizvod razvili, sustavan pristup razvoju gastro-enološke turističke ponude još je nedovoljno valoriziran iako je već dugi niz godina sastavni dio turističke promocije zemlje. Jedan od ciljeva razvoja turizma RH do 2020. godine jest i pozicioniranje Republike Hrvatske kao jedne od najbrže rastućih mediteranskih gourmet destinacija. Rast i razvoj ovoga proizvoda temelji se na bogatoj gastro-enološkoj tradiciji te rastućoj ponudi ugostiteljskih objekata s vrhunskom ponudom lokalne gastronomije i enologije. Kao prioritetne aktivnosti razvoja identificirane su upravo aktivnosti poticanja izvrsnosti u gastronomiji, uvrštavanja hrvatske eno i gastro ponude u svjetske gourmet vodiče, brendiranje nacionalne i regionalne gastro ponude, te poticanje povezivanja lokalnih proizvođača poljoprivrednih proizvoda s ugostiteljskim sektorom (klaster). Prema istraživanju TOMAS (2015) pasivni odmor i opuštanje primarni je motiv dolaska koji privlači tri četvrtine gostiju. Slijedi motiv zabave (43%), nova iskustva i doživljaji (30%) i gastronomija (26%). Upravo u segmentu gastronomije razvidan je porast dolazaka u odnosu na 2010. godinu (s 22% na 26%). U segmentu zadovoljstva gastronomska ponuda također je jedan od najbolje ocijenjeni elementa. Prema Bakan i Salopek (2015) ponašanje potrošača je generalno uvjetovano njihovim stavovima koji su pod velikim utjecajem megatrendova. Idućih desetak godina to će biti zdravlje, praktičnost i zadovoljstvo. Najjači od njih je zdravlje iz kojeg proizlazi većina aktualnih trendova u prehrani. Zamjetan je porast svijesti o utjecaju hrane na zdravlje, personaliziranoj prehrani, zaštiti autentičnosti namirnica, konzumaciji ekološki uzgojenih namirnica te općenito organizaciju turističkog lanca vrijednosti u skladu s načelima održivog razvoja

Marikultura svoj turistički potencijal može iskazati i u razvoju dodatnih turističkih atrakcija koje se mogu svrstati u sportsko-rekreacijski, avanturistički i ekoturistički proizvod. „Postoji internacionalni trend povećanja ekoturizma, odnosno turizma koji se temelji na prirodi. Ovakav vid turizma može integrirati marikulturu i rekreativne aktivnosti uz eventualne degustacije proizvoda“ (Nimmo i ostali, 2009). „Razvoj ovakva koncepta marikulture može pružiti multifunkcionalnu povezanost s turizmom, te istodobno stvoriti mogućnosti za organiziranje ponude i oblika turizma povezanoga izravno s ribarstvom i marikulturom“ (Katavić, 2004).

Pozitivan primjer povezanosti lokalne marikulture i turizma je i turistička atrakcija „Swim with the tuna“, koja je razvijena u australskom gradu Port Lincoln. Ribarski grad koji ima populaciju manju od 16.000 stanovnika koji je prepoznat isključivo po ribarstvu te se još naziva i prjestolnicom ribarske industrije Australije postaje sve više poznat i kao turistička destinacija. Iako udaljena od najbližeg grada cestovnim putem preko 640 km, ova turistička atrakcija ostvaruje prosječnu posjećenost od preko 10.000 turista godišnje.

Slika 1. „Swim with the tuna“ - Port Lincoln, Australija



Izvor: <http://adventurebaycharters.com.au/swim-with-tuna/>

Razvojem novih turističkih atrakcija osim proširenja ponude može se pozitivno utjecati na duljinu boravka gosta na turističkoj destinaciji ali također edukativnim pristupom približiti i proizvode marikulture. Strategija razvoja turizma grada Zadra 2016. - 2026. identificira razvoj zabavno-adrenalinskih sadržaja kao prioritetan cilj, pod pretpostavkom da suvremeni turist tijekom svog boravka u turističkoj destinaciji traži sadržaje aktivnog odmora. Potreba za aktivnim turizmom velikim je dijelom rezultat stila i načina života suvremenog čovjeka. Osim tradicionalnih oblika aktivnog odmora (cikloturizam, pješaćenje, penjanje), turističke destinacije svoju ponudu sve više obogaćuju drugim vidovima aktivnoga odmora, odnosno sadržajima koje turistu nisu dostupni u mjestu življenja.

Prema Kranjčević (2015) analizirajući ciljeve važećih prostornih planova županija, gradova i općina u Hrvatskoj možemo primijetiti da je turizam gotovo u svim jedinicama lokalne samouprave jedan od glavnih ciljeva razvoja, a da se pri tome turizam nije adekvatno povezao

uz planove razvoja ostalih sektora. Hofherr i ostali (2015) u studiji analiziraju limitirajuće faktore razvoja marikulture i kompeticiju za prostor na obalnom području. Obuhvatom deset država članica EU koje u ukupnoj proizvodnji ribe participiraju s 95% (uključujući RH), te iskorištavaju 3% ukupnog obalnog područja EU, utvrdili su negativnu prostornu interakciju obalnih gospodarskih aktivnosti, turizma i marikulture. Iako marikultura utječe na vrlo limitirano obalno područje, održivi razvoj ove gospodarske grane zahtjeva detaljne analize interakcije s drugim gospodarskim aktivnostima, te izradu platformi za integrirano upravljanje obalnim područjem.

Možemo konstatirati da turizam pozitivno utječe na razvoj drugih dijelova gospodarstva u jednakoj mjeri u kojoj je razvoj drugih dijelova gospodarstva pozitivno utječe na razvoj turizma. Turizam u Hrvatskoj ima snagu da postane generator razvoja ostalih gospodarskih grana, infrastrukturnih projekata i investicija, međutim moramo biti svjesni da je snaga turističkog sektora gospodarstva ograničena i izložena velikom broju vanjskih utjecaja.

5.1. PRIMJER ZADARSKE ŽUPANIJE

Obalno područje Zadarske županije predstavlja značajan razvojni resurs. „Prihodi i njihov vremenski trend, u okolnostima ponovno oživljenog i dalje brzo rastućeg turizma, intenzivnog razvoja marikulture, te ostalih djelatnosti vezanih uz more i obalu, vrlo su stvarna potvrda ove tvrdnje“ (Škunca, 2006). Čitav je niz gospodarskih aktivnosti koje se razvijaju na tom području, naročito turizam, promet na moru, luke, ribarstvo. Najmlađa djelatnost na ovom području je akvakultura koja se tijekom posljednjeg desetljeća, kada doživljava svoj najveći razvoj, morala izboriti za ravnopravan položaj u prostoru. Prema Bavčević i ostali (2001) marikultura je postavljena u okvire sukoba interesa raznih djelatnosti na obalnom području. Jačanjem intenziteta djelatnosti u obalnom pojasu marikultura je sve više predmet raznih ciljanih rasprava, ponajviše s pozicija njezina utjecaja na okoliš. Sukob interesa u obalnom pojasu neargumentirano postavlja marikulturu u nepovoljni položaj s obzirom na turizam i industriju. Prema Kozulić i Franičević (2015) upravo zbog snažnog razvoja marikulture ali i nedefinirane zakonske legislative Zadarska županija je 2002. godine donijela odluku o izradi stručne podloge za potrebe kvalitetnog definiranja područja za akvakulturu u okviru županijskog Prostornog plana. Tijekom 2003. godine izrađena je Studija korištenja i zaštite mora i podmorja na području Zadarske županije. Cilj Studije bio je pokrenuti proces integralnog upravljanja obalnim područjem na području županije, uz istodobno stvaranje jasno definiranih okvira za zoniranje obalnog područja. Postupkom integralnog upravljanja obalnim područjima Zadarska županija je odredila četiri vrste područja za obavljanje djelatnosti uzgoja, sukladno Pravilniku o kriterijima o pogodnosti dijelova pomorskog dobra za uzgoj riba i drugih morskih organizama:

- Područje Z1 – zona određena za marikulturu
- Područje Z2 – zona visokog prioriteta marikulture
- Područje Z3 – zona ograničenog oblika marikulture
- Područje Z4 – zona koja nije pogodna za uzgoj

Z1 područje za uzgoj je primjer najboljeg načina upravljanja područjem na kojem je djelatnost uzgoja prioritet. Ovako definirano područje znači da je županija pripremila svu potrebnu dokumentaciju vezanu za propise o zaštiti okoliša i prirode te lokacijsku dozvolu, pa je na taj način bitno skraćen postupak dodjeljivanja koncesije. Ovakav način prostornog planiranja

najbolja je praksa za razvoj marikulture, koju je Zadarska županija prepoznala kao važan pokretač gospodarskog razvoja županije. Upravo uvidom u iskorištenost koncesija za uzgoj na razini Zadarske županije možemo utvrditi da ne postoji negativna interakcija turizma i marikulture na obalnom području.

Graf 28. Analiza iskorištenosti dozvoljenog uzgojnog kapaciteta za marikulturu Zadarske županije u 2012. godini

UZGAJANI ORGANIZMI	Dopuštena količina uzgoja (t)	Postotak iskorištenosti (%)
Bijela riba	5810	54,61
Školjkaši	885	4,07
Tune	6080	21,72

Izvor: Obrada autora prema podacima Nacionalnog strateškog plana razvoja akvakulture RH 2014-2020 NACRT

Turizam i marikultura su komplementarne gospodarske grane koje u Zadarskoj županiji egzistiraju i uzajamno djeluju na istom geografski definiranom prostoru. U prijašnjim poglavljima detaljno su opisani gospodarski i socio-ekonomski efekti razvoja ovih djelatnosti na području Zadarske županije. Iako se njihova komplementarnost ne može sagledati direktno postoji niz pozitivnih primjera komplementarnosti marikulture i turizma u Zadarskoj županiji pogotovo u sferi gastroponude te gastro manifestacija. Tijekom 2016. godine na području Zadarske županije osim tradicionalnih ribarskih večeri organizirane su manifestacije koje su osim gastronomije promovirale proizvode ribarstva te imale edukativan karakter:

- TUNA, SUSHI & WINE FESTIVAL 2016. nastao u suradnji Turističke zajednica grada Zadra, Ministarstva turizma i NPO JCEA Japansko-hrvatskim Društvom razmjene te Počasnim Konzulatom Republike Hrvatske u Osaki, u periodu od 03. do 07.02.

Drugi po redu festival predstavlja spoj i razmjenu iskustava kulturnih, povijesnih i prirodnih resursa Hrvatske i Japana zajedno s gastronomskim doživljajem. Festival je podijeljen na stručni dio i program za javnost.

Stručni dio obuhvaća edukaciju i stručnu izobrazbu chefova najboljih zadarskih i hrvatskih restorana u kulinarskim vještinama japanskih sushi majstora. Edukaciji prisustvuju i učenici Hotelijersko turističke i ugostiteljske škole u Zadru. Za japanske uzvanike, novinare i agente turističkih agencija i tour-operatora planiran je višednevni obilazak i upoznavanje Zadra i zadarske županije te poslovna radionica s hrvatskim turističkim agencijama.

- INTERNATIONAL FISHING EXPO u organizaciji lokalne akcijska grupa u ribarstvu FLAG Lostura, u periodu od 27. do 29. 05.

Prvi po redu International Fishing Expo sajam je osmišljen s ciljem promicanja ribarstva, pridonosenjem povećanju potrošnje proizvoda ribarstva te osvještavanja potrošača o visokoj nutritivnoj vrijednosti proizvoda ribarstva.;

- KALJSKE RIBARSKE NOĆI u organizaciji Turističke zajednice Kali i Općine Kali, u periodu od 22. do 23.07.

Tradicionalne „Kualjske ribarske noći“ sastoje se od programa koji kroz niz događanja nastoji ostvariti svoje ciljeve, a to su; promocija ribe kao zdrave hrane – ponuda isključivo ribe i to sitne plave ribe (srdela, inćun), krupne plave ribe (tuna), ribe iz uzgoja (brancin, orada) te riblje preradevine (soljeni i marinirani program), oživljavanje tradicije i tradicijskih vrijednosti kroz organizaciju veslačkog natjecanja, demonstracije ribarskih vještina i pripremu tradicionalnih jela (kualjski brudet). Bitan segment programa je 14. znanstveno-stručni skup o ribarstvu organiziran u suradnji s ministarstvom poljoprivrede, Savjetodavnom službom Zadar, Upravnim odjelom za poljoprivredu Zadarske županije i Institutom za turizam.;

- KALI FISH FESTIVAL u organizaciji lokalne akcijske grupe u ribarstvu FLAG Plodovi mora i Općine Kali, u periodu od 19. do 21.08.

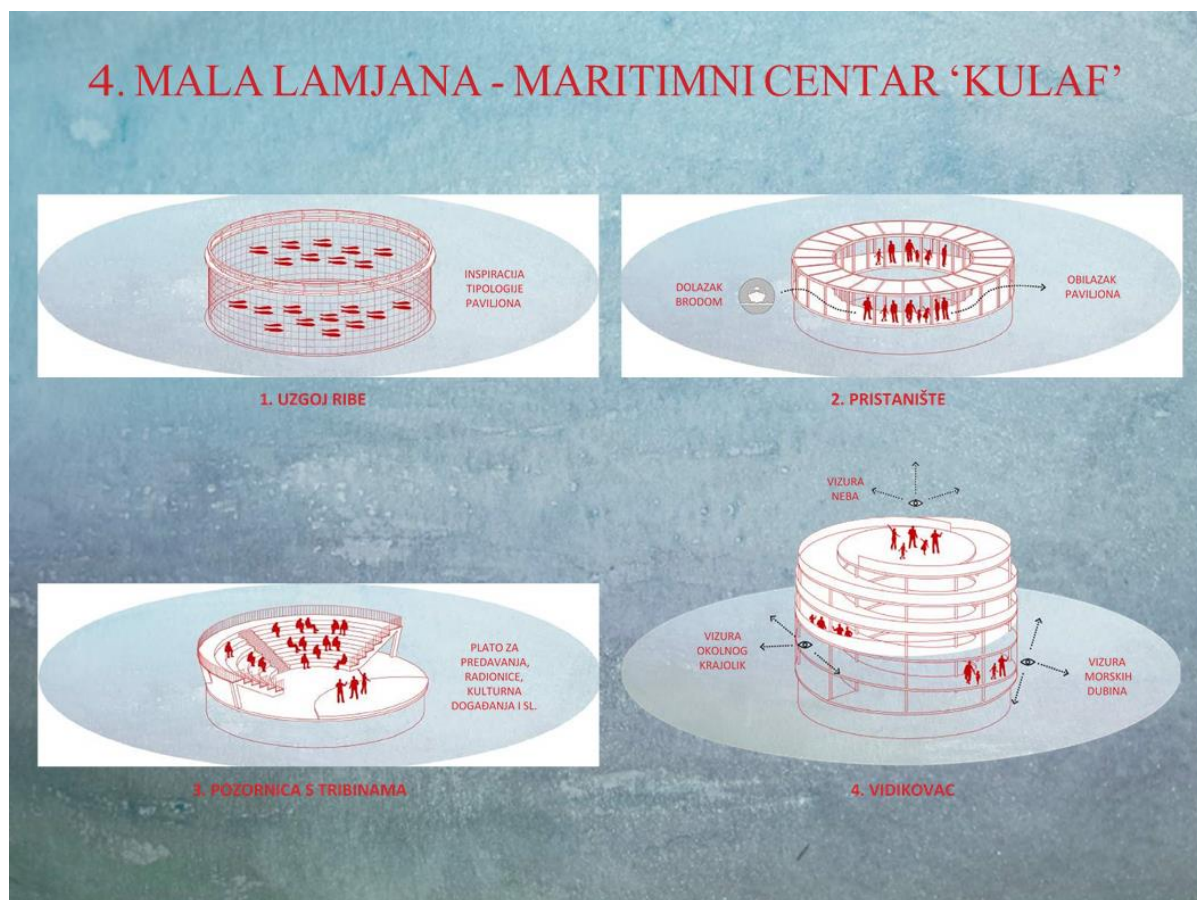
Cilj prvog Kali fish festivala je prezentacija plodova ribarstva uključujući proizvode od ribe i mogućnosti njena spravljanja kroz ukusna, jednostavna, zdrava i zanimljiva jela.

Ovakve gastromanifestacije nisu nužno vezane samo uz ugostiteljsku ponudu u destinaciji, kao jedan od elemenata ove ponude je i suživot s lokalnim stanovništvom i promatranje njihovoga načina življenja kroz gastronomiju. Uz turističke manifestacije moguće je planirati i turističke edukativne radionice o marikulturi koja je posebnost Zadarske županije. Područje Zadarske županije je prepoznatljivo po tradiciji proizvodnje tune i bijele ribe, čiji brend je prepoznatljiv u Europi (Italiji) i Japanu koje su i glavne zemlje uvoza ovih proizvoda. Upravo razvoj ovakvih manifestacija dodatno proširuje turističku ponudu, razvija identitet proizvoda ribarstva te potencijalno ovisno o vremenu događanja utječe na smanjenje sezonalnosti turizma.

Primjer pozitivnog međudnosa je Općina Kali. Orijevirana na ribarstvo i marikulturu, općina Kali jedno je od rijetkih mjesta na Jadranu gdje turizam danas ima tek sporednu ulogu. Strateški plan razvoja turizma Općine Kali 2015.-2020. uključivanjem ribarstva i marikulture u turizam predviđa preoblikovanje dosadašnjeg tipa turizma 'sunca i mora' s izraženom

sezonalnosti poslovanja u turizam znatno veće vrijednosti za što je nužno podizanje razine kvalitete doživljaja.

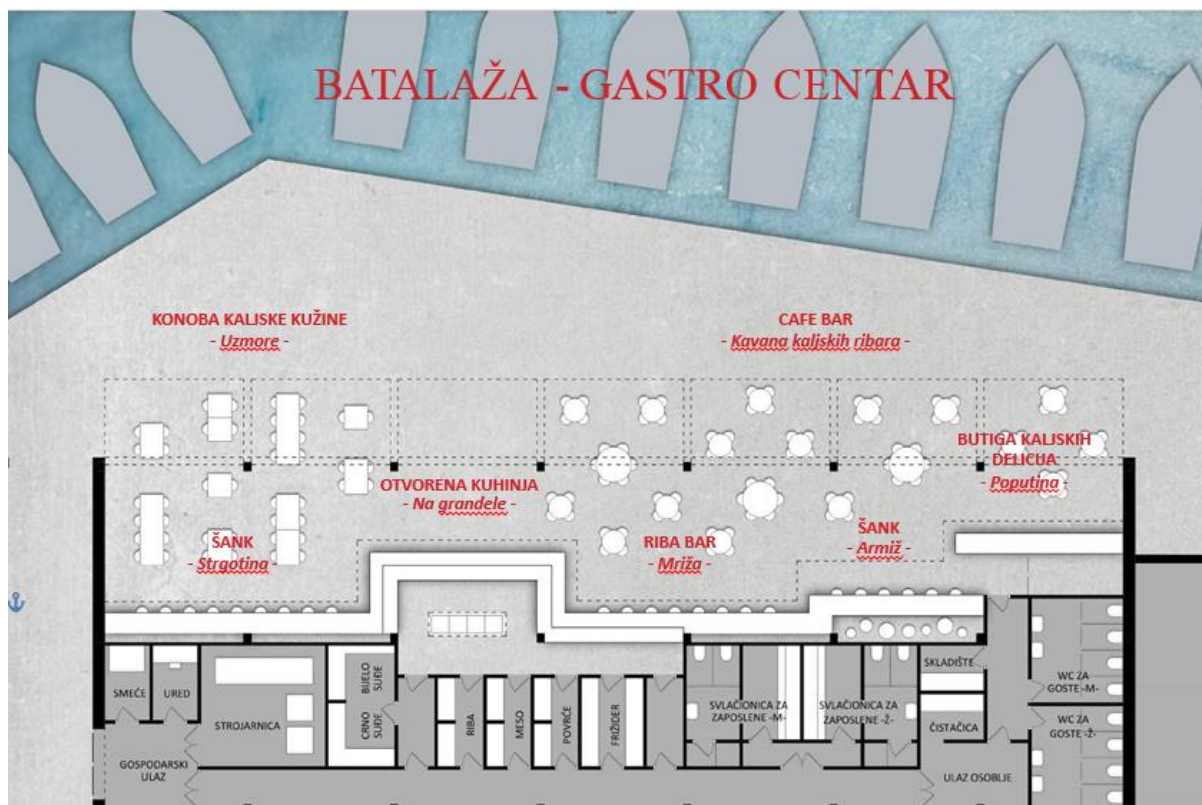
Slika 2. Prostorno testiranje turističkog potencijala Općine Kali - ideja Maritimnog centra



Izvor: *Prostorno testiranje turističkog potencijala Općine Kali prema smjernicama Strateškog plana razvoja turizma Općine Kali 2015.-2020.*

S namjerom osiguranja raznolike i uravnotežene gospodarske strukture u budućnosti, valorizirajući pri tome svoje ukupne resurse, općina Kali opredijelila se na snažnije poticanje i razvoj svojih potencijala u turizmu kroz brend koncept „Mjesto ribe i ribarenja“. Koncept bi se razvijao kroz turističku ponudu: ugostiteljstva (riblja gastro ponuda), trgovina (ribarnice, proizvodi od ribe, specijalizirane trgovine), atrakcija (muzej ribarstva, maritimni centar, akvarij, ribarski brodovi i luke), manifestacija (ribarstvo, gastro) i izleta (ribolov, obilazak maritimnog centra, ronjenje, promatranje i interakcija s uzgajanim organizmima u moru, edukacija).

Slika 3. Prostorno testiranje turističkog potencijala Općine Kali - ideja Gastro centra



Izvor: *Prostorno testiranje turističkog potencijala Općine Kali prema smjernicama Strateškog plana razvoja turizma Općine Kali 2015.-2020.*

Razvoj turizma kroz marikulturu prepoznala je i firma Kali tuna d.o.o. koja je 2015. godine podnijela zahtjev za izmjenu i dopunu Ugovora o koncesiji na pomorskom dobru. Izmjenom Ugovora je zatraženo da se pored obavljanja gospodarske djelatnosti uzgoja tuna, ovlašteniku koncesije na istom pomorskom dobru omogući, odnosno dopusti obavljanje gospodarske turističke djelatnosti. Naime, Ovlaštenik koncesije, kao gospodarski subjekt koji je, pored ostalog, registriran i za obavljanje turističke i ugostiteljske djelatnosti, je namjeravao pokrenuti turistički projekt koji bi gostima, kroz interaktivan i edukativan sadržaj, omogućio upoznavanje biologije tune i uzgoja tuna u RH. U sklopu dnevnih izleta gostima bi bila ponuđena mogućnost upoznavanja s Ovlaštenikom koncesije, kao društvom koje je prvo započelo obavljati djelatnost uzgoja tune na Mediteranu, specifičnim postupkom ulova i teglja divlje tune, te uzgojnim ciklusom trajanja do 30 mjeseci, biologijom i mogućnostima mriješta tune u kontroliranim uvjetima, te naposljetku i direktan kontakt - plivanje s tunama u za to posebno dizajniranom i izrađenom plutajućem i lako uklonjivom objektu. Odlukom Upravnog odjela za more i turizam, prema mišljenju Ministarstva poljoprivrede zahtjev je odbijen uz obrazloženje da Zakon o morskom ribarstvu ne predviđa obavljanje turističkih

djelatnosti na dijelovima koncesioniranog pomorskog dobra na kojima se obavlja gospodarski uzgoj.

Primjetno je da razvoj ovakvih turističkih sadržaja treba pratiti i zakonska regulativa. Najavljenim izmjenama Zakona o morskom ribarstvu te Zakona o akvakulturi predviđaju se i turistički sadržaji na koncesioniranim pomorskim dobrima za gospodarski uzgoj. Za očekivati je da izmjenom zakonske regulative započne snažan razvoj ovakvih turističkih sadržaja.

6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

6.1. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Kvantitativnim istraživanjem provedena je analiza trenutnog stanja hrvatskog turizma i marikulture. Kao ogledni primjer uzeta je Zadarska županija za koju i turizam i marikultura predstavljaju značajne gospodarske grane. Kvantitativnim istraživanjem posebno je obrađeno stanje u Zadarskoj županiji.

Istraživanje je deskriptivno, jednokratno na namjerno izabranom uzorku. Podaci su prikupljeni anketnim upitnikom u on-line verziji, te osobnim anketiranjem. U prikupljanju podataka u on-line verziji korištena je metoda samopopunjavanja. Za istraživanje stupnja zadovoljstva korištena je Likertova 5-stupanjska ljestvica. Cilj ankete je pokušati sagledati percepciju ključnih dionika o važnost i trenutnom stanju turizma i marikulture u Zadarskoj županiji, mogućnostima razvoja unutar istog geografskog područja te njihov međuođnos. U svrhu istraživanja navedenih ciljeva izvršeno je prikupljanje primarnih podataka primjenom anketnog ispitivanja. Identificirani su ključni dionici javnog, privatnog i civilnog sektora koji su podijeljeni u pet grupa prema vrsti organizacije odnosno djelatnosti, a to su:

- Javne ustanove
- Akcijske grupe-neprofitne udruge
- Turističke zajednice
- Poduzeća i obrti iz sektora turizma
- Poduzeća i obrti iz sektora marikulture

Sadržaj istraživanja može se podijeliti u tematske cjeline:

- osnovni podaci o ispitaniku
- podaci o stanju i važnosti turizma za Zadarsku županiju
- podaci o stanju i važnosti marikulture za Zadarsku županiju
- podaci o međuođnosu turizma i marikulture te mogućnostima razvoja ovih djelatnosti unutar istih geografskih područja

Istraživanje je provedeno na uzorku od 14 ispitanika u vremenu od 01. svibnja 2016. do 15. rujna 2016. Prije popunjavanja samog anketnog upitnika, ispitanici su upoznati sa svrhom za

koju se upitnik koristi te da su upoznati da je njihov doprinos dobrovoljan, te da nisu obvezni ispuniti anketni upitnik. Anketni upitnik sastoji se od 13 pitanja čiji bi odgovori trebali pružiti osnove za utvrđivanje percepcije dionika o turizmu i marikulturi te oblikovati smjernice budućeg razvoja.

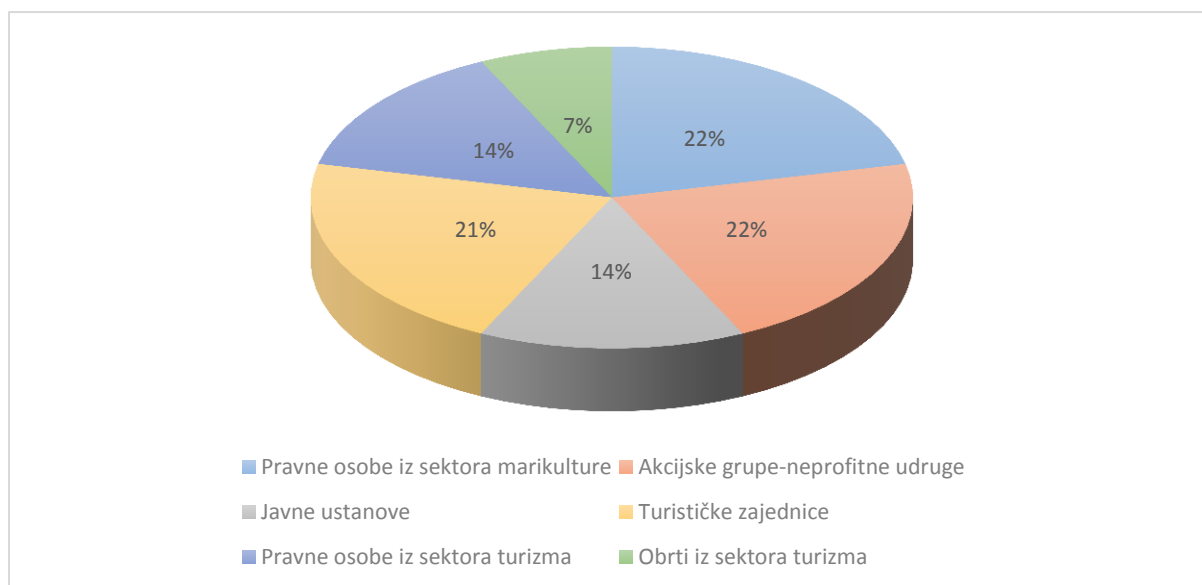
Podaci dobiveni istraživanjem obrađeni su statističkim metodama, uporabom računala i različitih programskih paketa, te su prikazani u sljedećem poglavlju.

6.2. REZULTATI I ANALIZA PODATAKA ISTRAŽIVANJA

Planirana veličina uzorka je 15 anketnih upitnika od čega je u roku vraćeno, odnosno anketirano 14 ispitanika, odnosno 93,33%. Smatra se da se na temelju prikupljenih odgovora može izvršiti kvalitetna računalna statistička obrada podataka. Rezultati istraživanja prikazani su grafički ili tablično, gdje grafikon nije bio primjenjiv, te su svi dobiveni rezultati interpretirani.

Prva tri anketna pitanja su općenita i daju uvid u opće podatke o ispitanicima te je njihova interpretacija deskriptivna. Od ukupno 14 ispitanika, 8 ispitanika su pravne osobe, dok ostatak čine akcijske grupe-neprofitne udruge, javne ustanove i obrti.

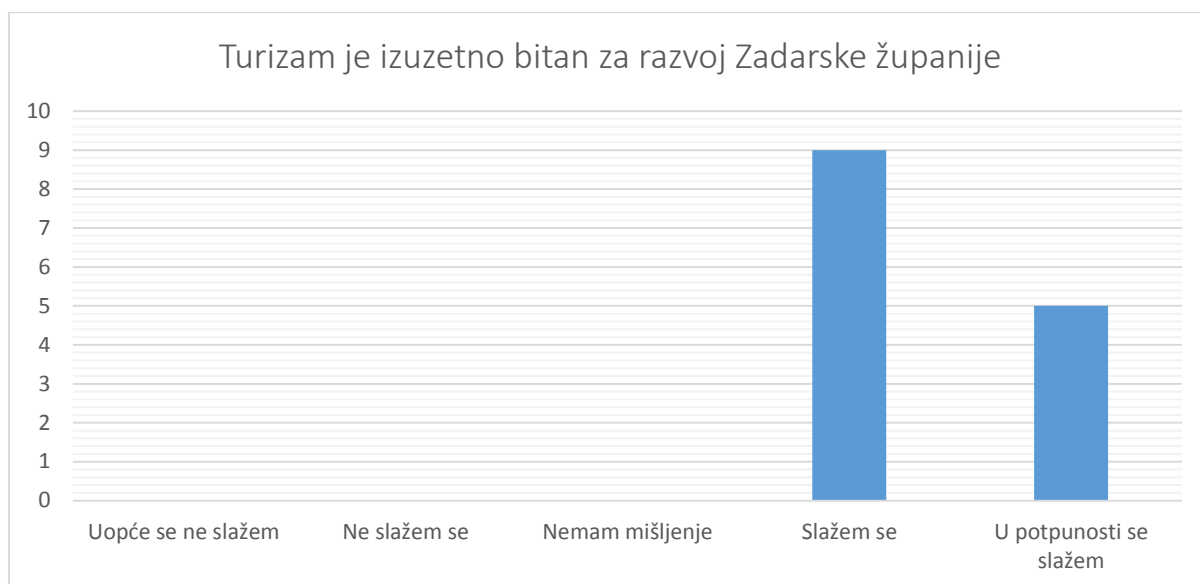
Graf 29. Struktura ispitanika obuhvaćenih istraživanjem



Izvor: Rezultati ankete – obrada autora

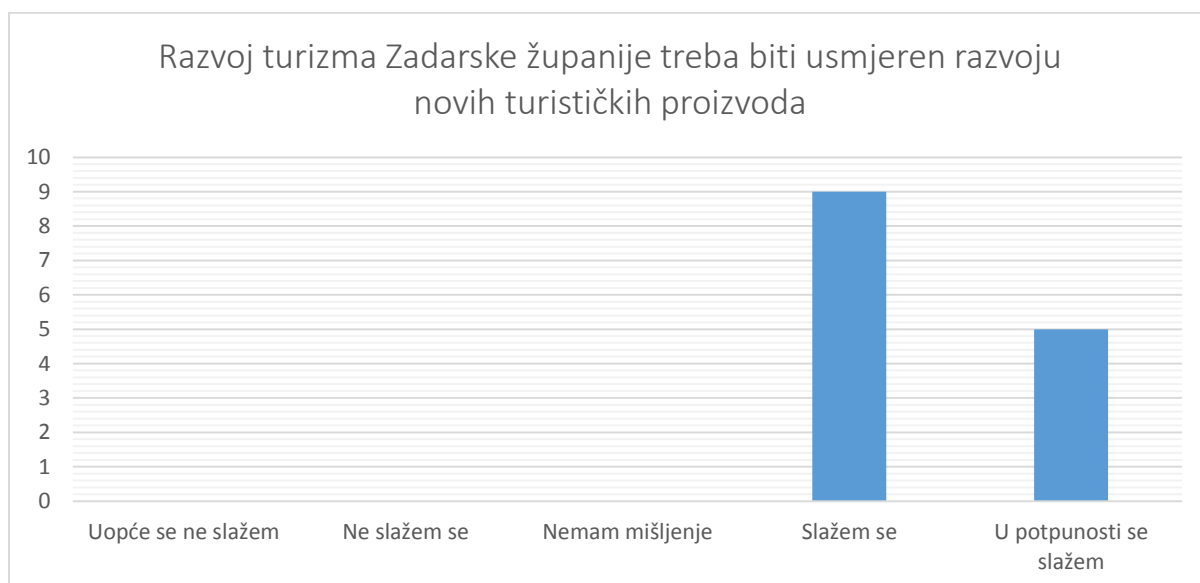
Sljedeći podaci daju nam sliku o percepciji ispitanika o stanju i važnosti turizma za Zadarsku županiju. Većina ispitanika smatra da je razvoj turizma bitan za razvoj Zadarske županije. Razvoj turizma prema mišljenju ispitanika treba težiti razvoju novih turističkih proizvoda. Većina ispitanika (64%) smatra da adrenalinski, rekreacijski ili gastroturistički sadržaji koji turistu nisu dostupni u mjestu življenja mogu biti glavni ili pomoćan razlog za odabir turističke destinacije.

Graf 30. Važnost turizma za razvoj Zadarske županije



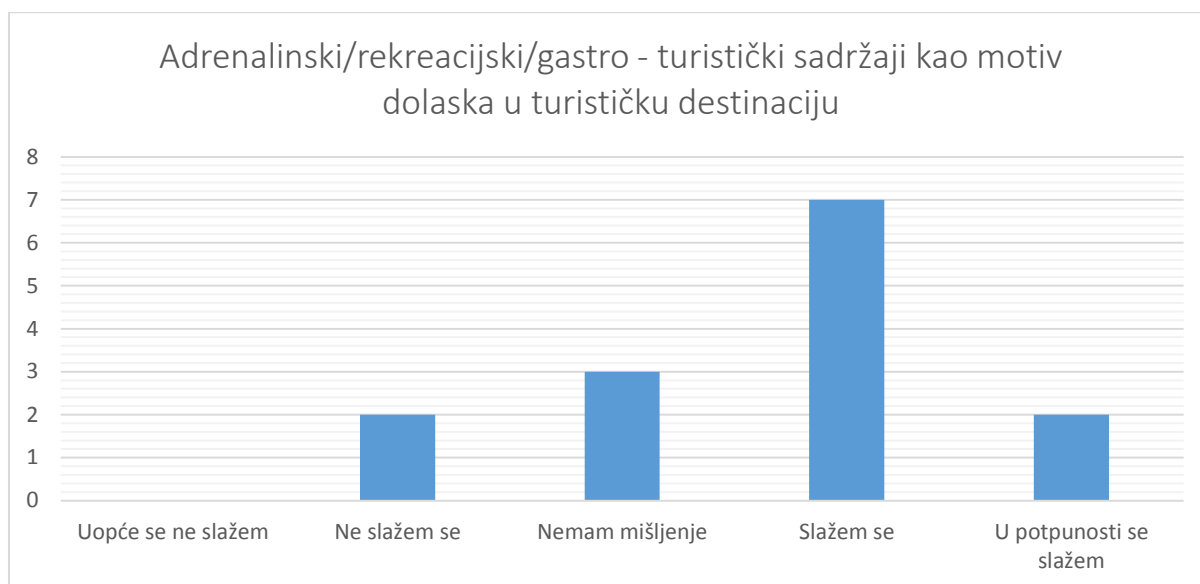
Izvor: Rezultati ankete – obrada autora

Graf 31. Važnost novih turističkih proizvoda za razvoj turizma Zadarske županije



Izvor: Rezultati ankete – obrada autora

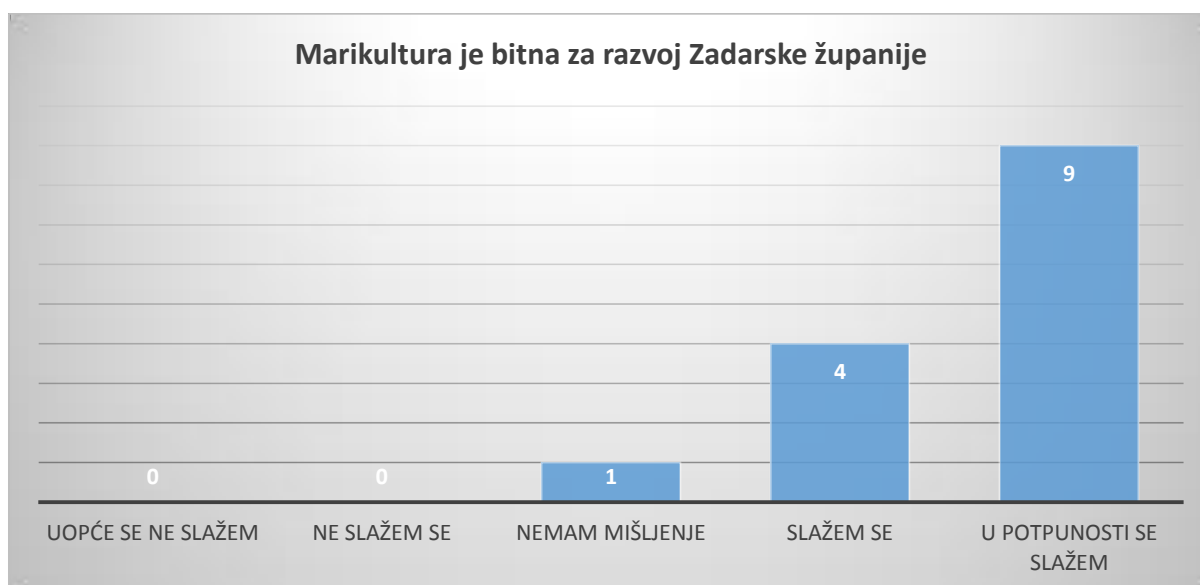
Graf 32. Novi turistički proizvodi kao motiv dolaska u turističku destinaciju



Izvor: Rezultati ankete – obrada autora

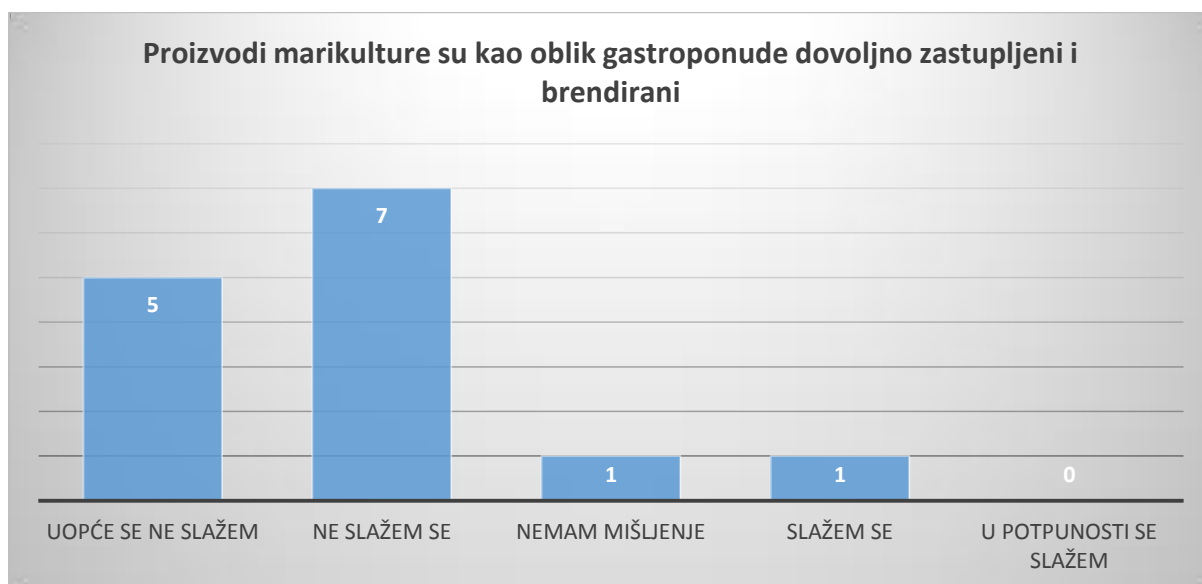
Rezultati ankete ukazuju da ispitanici smatraju marikulturu bitnom za razvoj Zadarske županije. Većina ispitanika smatra da proizvodi marikulture nisu dovoljno zastupljeni u gastroponudi Zadarske županije. Također, ispitanici smatraju da proizvodi marikulture nemaju svoj identitet, nisu prepoznati kao autohtoni gastroproizvod, odnosno nisu u dovoljnoj mjeri „brendirani“. Većina ispitanika (71%) je upoznato s rekreacijskim, adrenalinskim i gastro - turističkim sadržajima izvan RH koji povezuju turizam i marikulturu.

Graf 33. Važnost marikulture za Zadarsku županiju



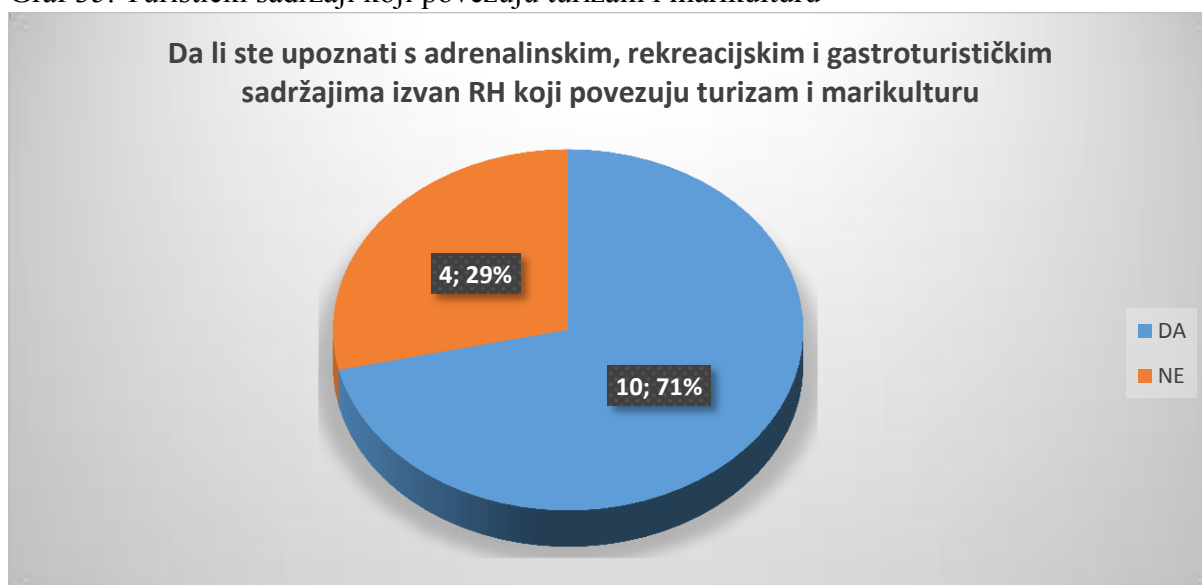
Izvor: Rezultati ankete – obrada autora

Graf 34. Zastupljenost i identitet proizvoda marikulture



Izvor: Rezultati ankete – obrada autora

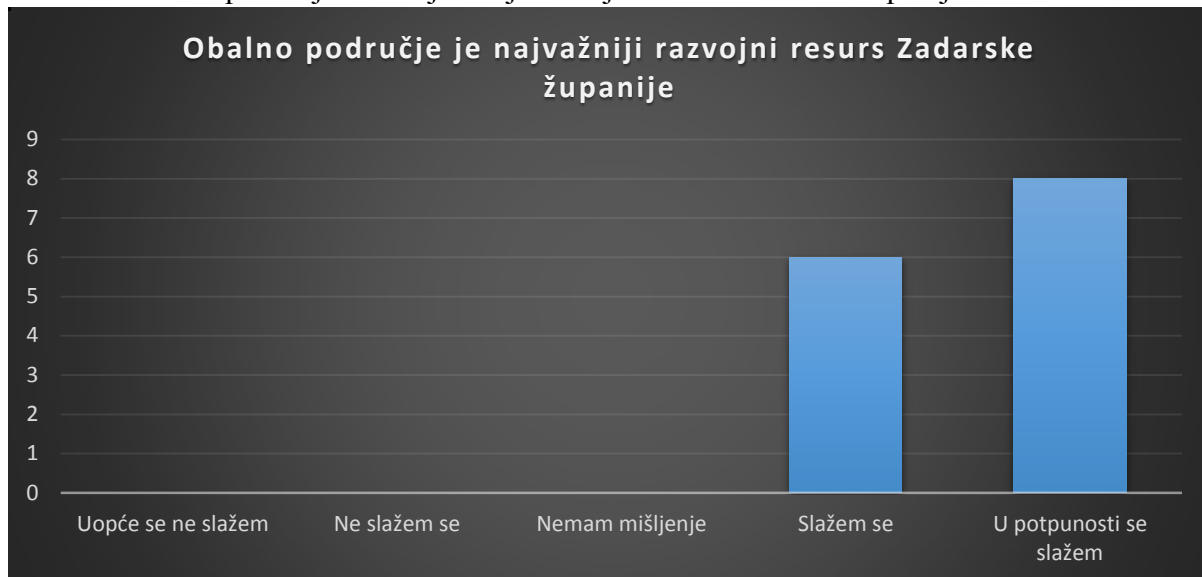
Graf 35. Turistički sadržaji koji povezuju turizam i marikulturu



Izvor: Rezultati ankete – obrada autora

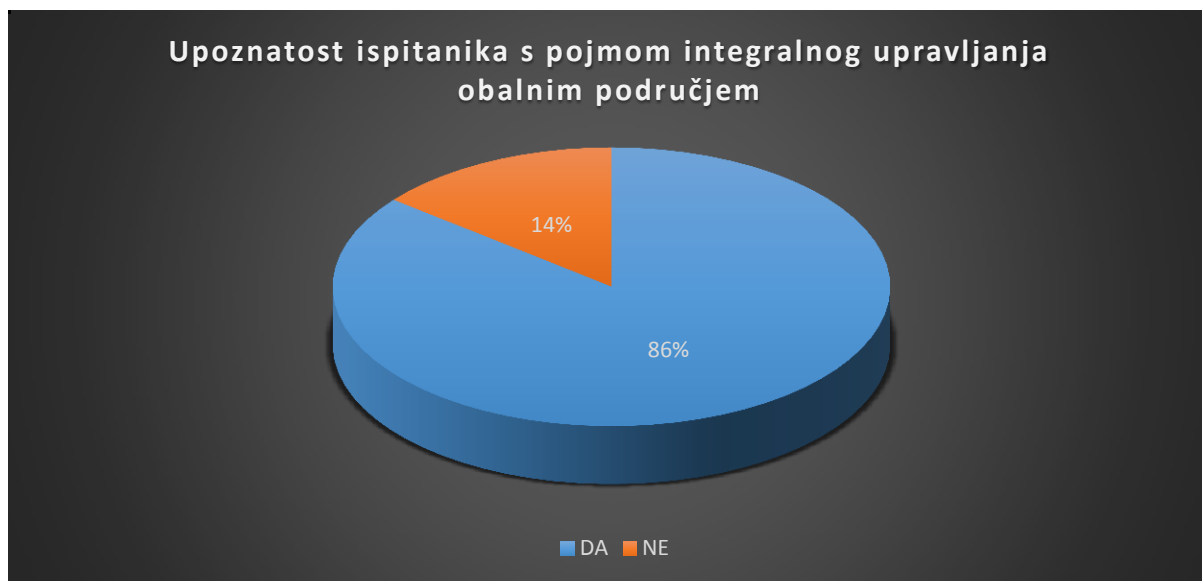
Obradom podataka ankete ustanovljeno je da ispitanici smatraju obalno područje najznačajnijim razvojnim resursom Zadarske županije. Većina ispitanika (86%) je upoznata s pojmom integralnog upravljanja obalnim područjem. Ispitanici smatraju da ne postoji pozitivan međuodnos turizma i marikulture u Zadarskoj županiji, međutim smatraju da je moguć razvoj ove dvije djelatnosti unutar istog geografski definiranog područja.

Graf 36. Obalno područje kao najvažniji razvojni resurs Zadarske županije



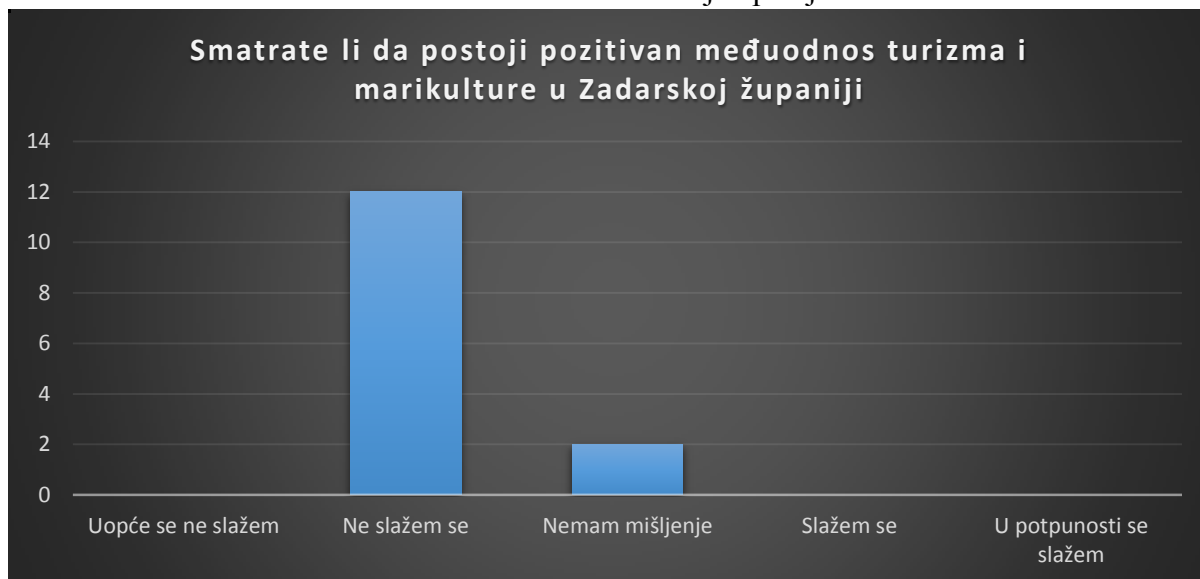
Izvor: Rezultati ankete – obrada autora

Graf 37. Upoznatost ispitanika s IUOP



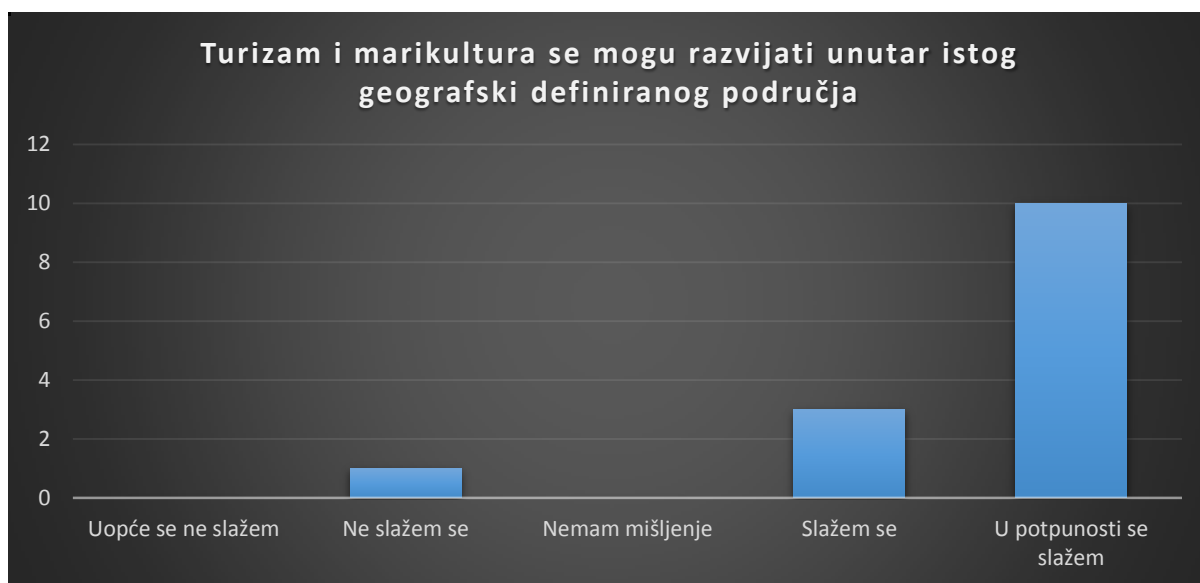
Izvor: Rezultati ankete – obrada autora

Graf 38. Međudnos turizma i marikulture u Zadarskoj županiji



Izvor: Rezultati ankete – obrada autora

Graf 39. Razvoj turizma i marikulture unutar istog geografski definiranog područja



Izvor: Rezultati ankete – obrada autora

6.3. RASPRAVA

Kvantitativnom analizom stanja možemo utvrditi da gospodarstvo i razvoj Zadarske županije i RH uvelike ovisi o turizmu i marikulturi. Obje gospodarske grane pokazuju pozitivnu deviznu bilancu, što je izuzetan podatak, pogotovo stoga što je hrvatsko ribarstvo jedna od rijetkih grana u agrokompleksu Hrvatske koja ostvaruje pozitivan odnos uvoza i izvoza. I dok kretanja na svjetskom nivou upućuju da marikultura spada u najbrže rastući sektor proizvodnje hrane uopće, hrvatska marikultura premda prepoznata kao potencijalno važan sektor u proizvodnji hrane trenutno malo participira u ukupnom bruto društvenom proizvodu. Ipak na razini RH posljednjih godina zabilježen je trend rasta proizvodnje koja bi se prema Nacionalnom strateškom planu razvoja akvakulture do 2020. godine trebala trostruko povećati.

Turizam je danas najunosniji gospodarski sustav koji snažno utječe na ukupno gospodarstvo Republike Hrvatske. Iako turizam RH pokazuje stalne tendencije rasta, Hrvatska više od svih ostalih članica Europske unije ovisi o turizmu što dokazuju podaci o deviznom prihodu od turizma koji se ostvari u Hrvatskoj, a 2015. godine iznosio je 18,1% BDPa, najviše u Europi s trendom daljnjeg povećanja. Broj zaposlenih u sektoru putovanja i turizma u 2015. godini je bio na razini od 9,8% (130.500) ukupno zaposlenih osoba u RH. Ukupni značaj turizma na zapošljavanje je kudikamo značajniji ukoliko pribrojimo radna mjesta na koja turizam djeluje neizravno (22,7% ukupne zaposlenosti, odnosno 301,500 radnih mjesta). Za razliku od EU-28 turizam RH pokazuje iznimnu sezonalnost. Gotovo 60% ukupnih noćenja na razini RH se ostvari u srpnju i kolovožu, dok je udio noćenja u razdoblju studeni-ožujak na razini ispod 4%. Prema Crnjac Milić i Brandalik (2013) turizam čini veliki značaj u gospodarstvu Hrvatske te je iz tog razloga važno predvidjeti što će se događati po pitanju turizma u Hrvatskoj. Unatoč tome što je na primjerima Grčke i Španjolske dokazano da se stabilnost države ne može graditi isključivo na turizmu, turizam i dalje predstavlja važnu kariku u stabilnosti hrvatske ekonomije. Kretanja u turizmu velikim su dijelom stohastički procesi i ne mogu se egzaktno predvidjeti.

Područje Zadarske županije, kao jedinice regionalne samouprave, zahvaljujući svojim povijesnim, prometnim i gospodarskim čimbenicima ima važnu poziciju na karti hrvatske turističke ponude. Županija obuhvaća 6,4% kopnene površine RH i 11,6% hrvatskog mora, te među svim primorskim županijama ima najdulju obalu. Rezultati provedenog istraživanja ukazuju da je upravo obalno područje Zadarske županije prepoznato kao najvažniji razvojni resurs, što je u pozitivnoj korelaciji s podacima Kozulić i Franičević (2015). Ribarstvo je

tradicionalna djelatnost Zadarske obale i otoka te izvor egzistencije za veliki dio obalnog i otočnog stanovništva. Danas, Zadarska županija ostvaruju i do 47 % ukupnog ulova ribe i drugih morskih organizama te gotovo 60 % ukupne proizvodnje marikulture RH. Stoga ne čudi da je u Županijskoj razvojnoj strategiji Zadarske županije (2011 – 2013) sektor ribarstva prepoznat kao jedan od prioritetnih sektora ali i kao sektor koji ima značajan potencijal za daljnji razvoj. Ribarstvo predstavlja značajan segment u ukupnom izvozu poljoprivrednih proizvoda RH. Ukupna vrijednost izvezenih proizvoda ribarstva u 2010. iznosi 135.395.280 USD (33.950 tona). U istom razdoblju Zadarska županija sudjeluje u ukupnom izvozu proizvoda ribarstva sa 41.266.465 USD – 30,47% (11.073 tona – 32,61%), te predstavlja suficitarnu izvoznju djelatnost. Provedeno istraživanje ukazuje da sve grupe ključnih dionika smatraju marikulturu bitnom za razvoj Zadarske županije.

Turizam je iznimno bitan za razvoj i gospodarstvo Zadarske županije, te pokazuje tendenciju rasta u broju dolazaka (8,7%), noćenja (8,8%) te prosječnog boravka gostiju (6,1 dan, što je za 21% više u odnosu na prosječnu duljinu boravka gostiju na razini RH), što je u pozitivnoj korelaciji s provedenim istraživanjem. Svi ispitanici bez obzira na grupe ključnih dionika prepoznaju važnost turizma za razvoj županije. Prema podacima GP razvoja turizma Zadarske županije turisti su kao temeljni motiv dolaska u Zadarsku županiju odabrali sunce, more i plažu (28,4%). Pozitivnu korelaciju s temeljnim motivom dolaska pokazuje sezonalnost turizma Zadarske županije. Nažalost sezonalnost ovog oblika turizma je nemoguće izbjeći, stoga je najvažnije navedeni oblik turizma oplemeniti ponudom usluga komplementarnih oblika turizma, odnosno razvojem novih turističkih proizvoda. Istraživanje ukazuje da sve grupe ključnih dionika smatraju da razvoj turizma županije treba imati usmjerenost razvoju novih turističkih sadržaja. Gotovo 65% ispitanika smatra da temeljni motiv dolaska gostiju na turističku destinaciju mogu biti adrenalinski, rekreacijski i gastro-turistički sadržaji koji turistu nisu dostupni u mjestu življenja. Upravo Strategija razvoja turizma grada Zadra definira ove oblike turizma kao one na kojima bi mogao počivati budući razvoj grada. Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine pozicionira Hrvatsku kao najbrže rastuću mediteransku gourmet destinaciju, kroz prioritetne aktivnosti poticanja izvrsnosti u gastronomiji, brendiranja regionalne gastro ponude i poticanje razvoja gastro tematskih sadržaja. Provedeno istraživanje ukazuje da iako je marikultura iznimno bitna za razvoj županije, 85% ispitanika smatra da proizvodi marikulture nisu dovoljno zastupljeni ni brendirani kao oblik gastro-ponude Zadarske županije. Razvoj turističke ponude kroz razvoj rekreacijskih i adrenalinskih sadržaja kao oblika aktivnog odmora prepoznati su strategijom razvoja turizma RH, kroz razvoj specifičnih sadržaja kao što su top ronilačke destinacije,

ribolov, razgledavanje brodicama, te povezivanje s autohtonom gastronomijom. Upravo ovakvi turistički sadržaji koji povezuju turizam i marikulturu kroz gastronomiju, rekreaciju i aktivni odmor su prepoznati diljem svijeta kao sadržaji koji povećaju konkurentnost turističke destinacije, smanjuju sezonalnost i doprinose razvoju obje gospodarske grane. Provedeno istraživanje ukazuje da je 71% ispitanika upoznato s ovakvim turističkim sadržajima. Provedeno istraživanje kroz analizu važnosti marikulture, usmjerenosti razvoju novih turističkih proizvoda kroz razvoj adrenalinskih, rekreacijskih i gastronomskih sadržaja potvrđuju postavljenu hipotezu H1, da razvoj marikulture može doprinijeti povećanju konkurentnosti i razvoju turizma Zadarske županije. Istraživanje je ukazalo da gotovo 86% ispitanika smatra da ne postoji pozitivan međudnos turizma i marikulture u Zadarskoj županiji. Ovakav stav ispitanika zasigurno nije potaknut kompeticijom za prostorom obalnog područja, obzirom da je iskorištenost postojećih koncesija za uzgoj Zadarske županije ispod 50%. Provedbom strateških planova razvoja turizma na razini grada Zadra, Zadarske županije i RH te stvaranjem novih turističkih proizvoda koji povezuju ove dvije gospodarske grane rezultiralo bi snažnijim razvojem te boljim međudnosom turizma i marikulture.

Prema Kozulić i Franičević (2015) obalno područje često se naziva „interface territory”, odnosno područje na kojem se susreću utjecaji s kopna i mora, kao i utjecaji raznih ljudskih aktivnosti. Iskustva pokazuju kako porast takvih aktivnosti, ukoliko nisu dobro planirane i vođene, u pravilu izaziva sukobe među raznim korisnicima prostora te neželjene i nepovratne posljedice na okoliš. Prema Kranjčević (2015) turizam, nesumnjivo može pridonijeti društveno-ekonomskom razvoju ili obnovi pojedinih područja, ali bez određenih instrumenata, poput prostornih planova, teško može ostvariti zacrtane planove razvoja. Zadarska županija je jedina županija koja je u svoj prostorni plan uvrstila područja za marikulturu koristeći principe integralnog upravljanja obalnim pojasom. Zahvaljujući takvom multidisciplinarnom planiranju izbjegnuti su potencijalni konflikti sa drugim korisnicima prostora i stvoren je optimalni okvir za smještanje ove djelatnosti u prostor. Provedeno istraživanje ukazuje na upoznatost ispitanika s pojmom IUOP. Također, sve grupe ključnih dionika na kojima je izvršeno istraživanje smatraju da je moguć razvoj turizma i marikulture unutar istog geografski definiranog područja što potvrđuje hipotezu H2.

Možemo zaključiti da će Hrvatska svoj gospodarski razvitak umnogome temeljiti na turizmu kojemu je i te kako kompatibilna djelatnost marikulture. Turizam kao temeljna okosnica gospodarskog razvoja treba marikulturu, i zbog gospodarskih i zbog ekoloških razloga. Snažniji zamah turizma mora biti praćen obogaćivanjem turističke ponude, među

ostalim, i prepoznatljivim gastronomskim učincima. Također, znakovito je da i turizam i marikultura trebaju čisto more i podjednako su zainteresirani za njegovu zaštitu i očuvanje.

7. ZAKLJUČAK

Turizam je iznimno značajan za razvoj Zadarske županije. Kvantitativnim istraživanjem utvrđeno je da turizam za sve ključne dionike Zadarske županije predstavlja iznimno značajnu razvojnu snagu. Daljnji razvoj turizma treba biti usmjeren razvoju novih turističkih proizvoda. Provedeno istraživanje ukazuje da novi turistički proizvodi osim što proširuju ponudu turističke destinacije mogu doprinijeti smanjenju sezonalnosti, koja je karakteristična za Zadarsku županiju. Razvoj novih turističkih proizvoda koji turistu nisu dostupni u mjestu življenja mogu biti temeljni motiv za odabir turističke destinacije. Komparativne prednosti Zadarske županije mogu doprinijeti razvoju upravo ovakvih turističkih sadržaja.

Adrenalinski, rekreacijski i gastronomski sadržaji su potencijalni turistički proizvodi koji mogu povezati turizam i marikulturu. I dok su ovakvi turistički sadržaji dostupni i prepoznati u EU i svijetu, u RH nema razvoja ovakvih aktivnosti. Dodatan problem predstavlja trenutno zakonodavstvo koje ne predviđa turističke zahvate unutar zona za obavljanje marikulture, odnosno unutar koncesija za uzgoj.

Provedenim istraživanjem možemo zaključiti da proizvodi marikulture nisu u dovoljnoj mjeri zastupljeni u gastro ponudi Zadarske županije. Također, izostalo je brendiranje autohtonih proizvoda ribarstva i marikulture. Razvojem identiteta proizvoda ribarstva Zadarske županije dodatno bi se razvio segment gastroturizma. Kvalitetnim informiranje o gastronomskoj ponudi proizvodi marikulture bi bili primjerenije valorizirani.

Možemo zaključiti da u Zadarskoj županiji ne postoji značajna kompeticija za obalnim područjem između turizma i marikulture. Zoniranjem Zadarske županije određene su zone za marikulturu. Također, uvidom u iskorištenost postojećih kapaciteta možemo zaključiti da turizam ne sputava daljnji razvoj marikulture. Razvoj turizma i marikulture unutar istog geografskog područja Zadarske županije je poželjan. Kao alat za upravljanje obalnim područjem prepoznat je sustav IUOP, koji se zasniva na održivom razvoju svih djelatnosti obalnog područja.

Iako je provedeno istraživanje pokazalo da ne postoji pozitivan međuodnos turizma i marikulture u Zadarskoj županiji. Strateški razvojni planovi na razini grada i županije ističu kao potencijalne turističke proizvode upravo sadržaje koji povezuju ove dvije djelatnosti, a koji bi potencijalno doveli do njihove komplementarnosti.

Marikultura je bitna za razvoj Zadarske županije. Kvantitativnim istraživanjem utvrđeno je da marikultura za sve ključne dionike Zadarske županije predstavlja iznimno značajnu razvojnu snagu. Iako ne sudjeluje u ukupnom BDP ili zapošljavanju kao turizam, marikultura ostvaruje pozitivne rezultate robne razmjene te predstavlja značajnu razvojnu snagu ruralnog-otočnog dijela županije.

8. SAŽETAK

Obalno područje Zadarske županije predstavlja njen najznačajniji razvojni resurs. Čitav je niz gospodarskih aktivnosti koje se razvijaju na tom području. Upravo zbog gospodarske važnosti, razvoja industrije, turizma, proizvodnje hrane te porasta stanovništva održivi razvoj obalnog područja je od iznimne važnosti. Integralno upravljanje obalnim područjem ima za zadatak uspostaviti balans između potrebe za ekonomskim razvitkom i potrebe za zaštitom okoliša, te spriječiti sukobe oko načina upotrebe resursa, intenzivnog korištenja zemljišta, urbanizacije obalne linije te ekološke degradacije.

Turizam i marikultura predstavljaju snažne zamašnjake gospodarskog razvoja Zadarske županije. Obzirom da se obje djelatnosti razvijaju unutar istog geografski definiranog područja njihova interakcija je iznimno bitna. Razvoj plana gospodarenja obalnom zonom, kojim bi se odredila područja namijenjena za pojedine korisnike obalnog i otočnog prostora, može pružiti multifunkcionalnu povezanost marikulture i turizma, te istodobno stvoriti oblike turizma povezane izravno s marikulturom. Trend utjecaja turizma na BDP ukazuje da će Hrvatska svoj gospodarski razvitak umnogome temeljiti na suficitu ovog gospodarskog sektora, kojem je djelatnost marikulture i te kako kompatibilna. Marikultura može pružiti nenadomjestiv izvor vrhunske gastronomske ponude i dopunski sadržaj za sportsko-rekreacijske i izletničko-turističke sadržaje. Turizam kao temeljna okosnica gospodarskog razvoja treba marikulturu, i zbog gospodarskih ali i zbog ekoloških razloga. Znakovito je da i turizam i marikultura trebaju čisto more i okoliš, te su podjednako zainteresirani za njihovu zaštitu i očuvanje. Snažniji zamah turizma mora biti praćen obogaćivanjem turističke ponude, među ostalim, prepoznatljivim gastronomskim, rekreacijskim i adrenalinskim sadržajima koji mogu povezati ove dvije gospodarske grane, te rezultirati njihovim daljnjim razvojem.

Ključne riječi: turizam, marikultura, obalna područja, Zadarska županija

9. SUMMARY

The relationship of tourism and aquaculture with emphasis on the Zadar County

Coastal area of Zadar County represents its most important development resource. There are a number of economic activities that are developing in this area. Because of its economic importance, development of industry, tourism, food production and population growth, sustainable development of coastal areas is crucial. Integrated Coastal Zone Management has a duty to establish a balance between the need for economic development and the need to protect the environment and prevent conflicts over the use of resources, intensive land use, urbanization of the coastline and ecological degradation.

Tourism and aquaculture are strong forces for economic development of Zadar County. Since both activities are developed inside the same geographical area defining their interaction is extremely important. Development of Coastal Zone Management Plan, would define areas for individual users of the coastal and island territory, providing a multi-functional connection between aquaculture and tourism, and at the same time create forms of tourism related directly to aquaculture. Impact trend of tourism on GDP indicates that Croatia's economic development is largely based on the surplus of this economic sector, to whom aquaculture is compatible sector. Aquaculture can provide an invaluable source of gastronomic offers, additional content for sports and recreation, and excursion tourism. Tourism as a fundamental backbone of economic development needs aquaculture, for economic but also for ecological reasons. It is significant that both tourism and aquaculture strive for clear sea water and clean environment, and are equally interested in its protection and preservation. Stronger momentum of tourism must be accompanied by development of the touristic offer, among other things, with distinctive gastronomic, recreational and adrenaline activities, which could potentially connect these two industries, resulting with their mutual benefits and further development.

Key words: tourism, aquaculture, coastal area, Zadar County

LITERATURA

Crnjac Milić, D., Brandaljk, R. (2013), Predviđanja u turizmu temeljena na metodi najmanjih kvadrata, Praktični menadžment, stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, Vol.4., br.1, pp. 85 – 89

Bakan, R. i Salopek V., (2015) Moderni trendovi u prehrani i njihov utjecaj na ugostiteljsku kuhinju, Praktični menadžment, stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta, Vol. 6, br. 1, pp. 105-110

Bavčević, L., i ostali, (2001), Zoniranje obalnog pojasa za marikulturu – stanje, Ribarstvo, Vol. 59, pp. 150. – 158.

Državni zavod za statistiku

<http://www.dzs.hr/>

Economic impact 2016 WORLD, (2016), World Travel and Tourism Council WTTC

<http://www.wttc.org/->

[/media/files/reports/economic%20impact%20research/regions%202016/world2016.pdf](http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regions%202016/world2016.pdf)

Economic impact 2016 annual update summary, (2016), World Travel and Tourism Council WTTC

<http://www.wttc.org/->

[/media/files/reports/economic%20impact%20research/2016%20documents/economic%20impact%20summary%202016_a4%20web.pdf](http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/2016%20documents/economic%20impact%20summary%202016_a4%20web.pdf)

Economic impact 2016 CROATIA, (2016), World Travel and Tourism Council WTTC

<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries->

[2016/croatia2016.pdf](https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/croatia2016.pdf)

Economic impact 2015 CROATIA, (2015), World Travel and Tourism Council WTTC

<https://www.wttc.org/->

[/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/croatia2015.pdf](https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/croatia2015.pdf)

Energy use in the EU food sector: State of play and opportunities for improvement, (2015), European Commission EC

<http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC96121/Idna27247enn.pdf>

Eurostat, European Commission

<http://ec.europa.eu/eurostat>

Eurostat Newsrelease, *New peak of almost 2.8 bn tourism nights spent in the EU in 2015*, (2016), European Commission

<http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7145051/4-26012016-AP-EN.pdf/af1315ac-5fb3-4ea9-bfe1-e33350a44bb7>

FAO Aquaculture Newsletter 54, (2016), Food and Agriculture Organization of United Nations FAO

<http://www.fao.org/3/a-bc866e.pdf>

Financijska agencija FINA

<http://www.fina.hr/Default.aspx?sec=895>

Generalni plan razvoja turizma Zadarske županije 2013. -2023., (2013), Zadarska županija

<http://www.zadra.hr/wp-content/uploads/2013/01/GP-turizma-Zadarske-zupanije.pdf>

Global Report on Food Tourism, AM Report: Volume four, (2012), World Tourism Organisation UNWTO

http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/food_tourism_ok.pdf

Grahovac, P., (2005), *Ekonomika poljoprivrede*, Zagreb: Golden marketing - tehnička knjiga

Grdović Gnip, A., (2009), *Analiza Hrvatske robne razmjene*, Ekonomska istraživanja, Vol.22 No.1, pp. 98-113

Grubišić, L., (2002), *Biološke i uzgojne značajke zubaca krunaša*, (*Dentex gibbosus*, RAFINESQUE 1810), Doktorska dizertacija, Agronomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu

Hofherr, J., i ostali, (2015), Is lack of space a limiting factor for the development of aquaculture in EU coastal areas?, *Ocean & Coastal Management*, Vol. 116, pp. 27. – 36.

Hrvatska narodna banka

<https://www.hnb.hr/>

Katavić, I., (2004), Strategic plans for the development of Croatian mariculture, *Naše more*, Vol. 51., No.1.-2., pp. 6-11

Katavić, I. i Vodopija, T., (2001), Razvojne mogućnosti marikulture u Republici Hrvatskoj, *Ribarstvo*, Vol. 59., pp.71-84.

Koboević, Ž. i ostali, (2012), Održivi razvoj i integrirano upravljanje obalnim područjem – procesi uspješne zaštite obalnog mora, *Naše more*, Vol. 59., No.3.-4., pp. 176. – 188.

Kozulić, N. i Franičević V., (2015), Utjecaj prostornog planiranja na razvoj akvakulture na primjeru Zadarske županije, Črnjar, M. (ur.), *Prvih 30 godina Zavoda za prostorno uređenje Primorsko-goranske županije (1985. - 2015.)*, Javna ustanova Zavod za prostorno uređenje Primorsko-goranske županije, Rijake: Glosa d. o. o.

Kranjčević, J. (2015), Utjecaj prostornog planiranja na razvoj turizma, Črnjar, M. (ur.), *Prvih 30 godina Zavoda za prostorno uređenje Primorsko-goranske županije (1985. - 2015.)*, Javna ustanova Zavod za prostorno uređenje Primorsko-goranske županije, Rijake: Glosa d. o. o., pp. 399. - 406.

Maritime Affairs, European Commission

http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/coastal_tourism/index_en.htm

Marušić, Z. i ostali, (2015), *TOMAS ljeta 2014. - Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj*, Institut za turizam, Zagreb, Osijek: Gradska tiskara

Ministarstvo poljoprivrede, Uprava ribarstva

<http://www.mps.hr/ribarstvo/default.aspx?id=415>

Rudolf, D., (2008), Europska unija i očuvanje ribljih bogatstava u Jadranu, Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, god. 45, 4/2008., pp. 779.-795.

Snow, M. M., i Snow, R. K. (2009.), Modeling, monitoring and mitigating sea level rise, Management of Environmental Quality: An International Journal, Vol. 20., No. 4.

Statistics in focus 2/2014, (2014), EUROSTAT

[http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism statistics for Croatia](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics_for_Croatia)

Strateški plan razvoja turizma općine Kali 2015. – 2020., (2015), Općina Kali

<http://www.opcina->

[kali.hr/uploads/urednik2015/Kali Strateski plan turizma Radna verzija 112015c.pdf](http://www.opcina-kali.hr/uploads/urednik2015/Kali_Strateski_plan_turizma_Radna_verzija_112015c.pdf)

Strategija razvoja turizma Grada Zadra za razdoblje 2016. – 2026. godine, (2016), Turistička zajednica Grada Zadra, Zadar

http://onama.zadar.travel/strategija_razvoja_turizma_grada_zadra_za_razdoblje_2016_2026_godine.pdf

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, (2013), Vlada Republike Hrvatske

<http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>

Strategija ruralnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje 2008. – 2013., (2008), Ministarstvo poljoprivrede

<http://www.mps.hr/default.aspx?id=3652>

Studija izvodivosti izgradnje i adaptacije dijela ribarske infrastrukture sukladno pravnoj stečevini EU, (2007), Agronomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu,

http://www.mps.hr/UserDocsImages/strategije/Provedbeni_sazetak_Prilagodba_pravnom_red_u_EU.pdf

Studija korištenja i zaštite mora i podmorja na području Zadarske županije - Pokretanje procesa integralnog upravljanja obalnim područjem, (2003), Zadarska županija, Zadar

http://www.zadarska-zupanija.hr/images/stories/IX_jedinica/1_Studijakorištenja_i_zastite_mora_i_podmorjaZz.pdf

Škunca, O., (2006), Pokretanje procesa integralnog upravljanja obalnim područjem Zadarske županije, Drypis-Časopis za primijenjenu ekologiju, Vol 2/1

http://www.drypis.info/2006/studija_kori%C5%A1tenja_zd/tabid/164/Default.aspx

Šutalo, I. i ostali, (2011), Ukupan doprinos turizma gospodarstvu Hrvatske: input-output model i satelitski račun turizma, Ekonomski pregled, Vol.62 No.5-6, pp. 267.-285.

Šverko Grdić, Z., (2015), Održivi razvoj obalnog područja, Črnjar, M. (ur.), Prvih 30 godina Zavoda za prostorno uređenje Primorsko-goranske županije (1985. - 2015.), Javna ustanova Zavod za prostorno uređenje Primorsko-goranske županije, Rijake: Glosa d. o. o., pp. 199 - 206

The state of world fisheries and aquaculture - Opportunities and challenges, (2014), Food and Agriculture Organization of United Nations FAO

<http://www.fao.org/3/a-i3720e.pdf>

The state of world fisheries and aquaculture 2006, (2007), Food and Agriculture Organization of United Nations FAO

<http://www.fao.org/docrep/009/a0699e/a0699e00.HTM>

The state of world fisheries and aquaculture 2000, (2000), Food and Agriculture Organization of United Nations FAO

<http://www.fao.org/docrep/003/x8002e/x8002e00.htm>

Tourism Highlights 2016 edition, (2016), World Tourism Organisation UNWTO

<http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

Tourism Highlights 2015 edition, (2015), World Tourism Organisation UNWTO

<http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>

Tourism Towards 2030 Global overview, (2011), World Tourism Organisation UNWTO
http://media.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_2030_ga_2011_korea.pdf

Turizam u brojkama 2015., (2016), Ministarstvo turizma Republike Hrvatske
<http://www.mint.hr/UserDocsImages/TUB2015HR.pdf>

Turizam u brojkama 2014., (2015), Ministarstvo turizma Republike Hrvatske
<http://business.croatia.hr/Documents/3676/Turizam-u-brojkama-2014.pdf>

Turistička zajednica Zadarske županije
<http://www.zadar.hr/hr/>

Zakon o morskom ribarstvu (2013), Narodne novine 81/13., Zagreb

Županijska razvojna strategija Zadarske županije 2011. – 2013., (2011), Zadarska županija
http://www.agrra.hr/dokumenti/zupanijska_razvojna_strategija.pdf

Williams, H. A. i ostali, (2014), Gastro-tourism as destination branding in emerging markets,
Int. J. Leisure and Tourism Marketing, Vol. 4, No. 1

POPIS TABLICA

Tablica 1. Ukupni dolasci turista u razdoblju od 2013. – 2015. za primorske županije

Tablica 2. Ukupno noćenja turista u razdoblju od 2013. – 2015. za primorske županije

Tablica 3. Proizvodnja i iskoristivost ribe (svijet)

Tablica 4. Makroekonomski pokazatelji poljoprivredno - prehrambenog sektora RH

Tablica 5. Proizvodnja u marikulturi (t) za razdoblje 2003 – 2012. (gospodarski najvažnije vrste)

Tablica 6. Kvantificirani ciljevi rasta (2014. – 2020.)

Tablica 7. Proizvodnja bijele ribe i tuna u ZŽ u razdoblju 2006.. – 2010. (tone)

POPIS GRAFIKONA

- Graf 1. Međunarodni dolasci turista u razdoblju 1995. – 2015.
- Graf 2. Ekonomski učinci turizma kroz direktan i ukupan doprinos u razdoblju 2006. – 2015.
- Graf 3. Broj noćenja u turističkim smještajnim objektima unutar EU (milijarda)
- Graf 4. Razvoj turizma: aktualni trendovi i predviđanja 1950. – 2030. (broj dolazaka turista)
- Graf 5. Osnovni pokazatelji razvoja turizma RH u razdoblju 2012. – 2015.
- Graf 6. Ovisnost BDPa o turizmu za razdoblje 2005. – 2015.
- Graf 7. Platna bilanca prihodi robe i usluge u razdoblju 2000. – 2015.
- Graf 8. Platna bilanca putovanja i turizam, prihodi i rashodi u razdoblju 2000. – 2015.
- Graf 9. Utjecaj turizma na platnu bilancu
- Graf 10. Mjesečna distribucija ukupnog broja noćenja u turističkim smještajnim objektima, EU- 28 i Hrvatskoj, 2012. godine (%)
- Graf 11. Prikaz sezonalnosti turizma RH
- Graf 12. Zadarska županija, ukupni dolasci turista i ukupno noćenja u razdoblju 2013. – 2015.
- Graf 13. Pregled noćenja po mjesecima u razdoblju 2013. – 2015.
- Graf 14. Smještajni kapaciteti Zadarske županije po vrsti objekata u razdoblju 2012. - 2015.
- Graf 15. Proizvodnja ribe kroz ribarstvo i marikulturu (svijet)
- Graf 16. Opskrba hranom životinjskog prijekla na svijetskoj razini 1960. – 2005. (kg/osobi)
- Graf 17. Svijetski ulov od 1950. do 2012.
- Graf 18. Udio akvakulture u ukupnoj svijetskoj proizvodnji ribe i drugih morskih organizama
- Graf 19. Saldo robne razmjene za RH u razdoblju od 1993. do 2006. godine u mil. USD
- Graf 20. Vanjsko-trgovinska razmjena riba i ribljih preradevina 2007. - 2011.
- Graf 21. Potrošnja proizvoda ribarstva u RH u razdoblju 2003. – 2012.
- Graf 22. Udio Zadarske županije u proizvodnji bijele ribe, tuna i školjkaša u 2010. godini (%)
- Graf 23. Proizvodnja u uzgoju morskih organizama u RH i u ZŽ (tone)
- Graf 24. Kretanje robne razmjene djelatnosti ribarstva i akvakulture Zadarske županije u razdoblju 2003. – 2011.
- Graf 25. Izvoz proizvoda ribarstva RH i ZŽ za razdoblje 2006. – 2010. (USD)
- Graf 26. Uvoz i izvoz lubina i komarče iz uzgoja u ZŽ za razdoblje 2006. – 2010. (tone)
- Graf 27. Kretanje prihoda u sektoru ribarstva ZŽ u periodu 2001. - 2011. (u tisućama kn)
- Graf 28. Analiza iskorištenosti dozvoljenog uzgojnog kapaciteta za marikulturu Zadarske županije u 2012. godini
- Graf 29. Struktura ispitanika obuhvaćenih istraživanjem

- Graf 30. Važnost turizma za razvoj Zadarske županije
- Graf 31. Važnost novih turističkih proizvoda za razvoj turizma Zadarske županije
- Graf 32. Novi turistički proizvodi kao motiv dolaska u turističku destinaciju
- Graf 33. Važnost marikulture za Zadarsku županiju
- Graf 34. Zastupljenost i identitet proizvoda marikulture
- Graf 35. Turistički sadržaji koji povezuju turizam i marikulturu
- Graf 36. Obalno područje kao najvažniji razvojni resurs Zadarske županije
- Graf 37. Upoznatost ispitanika s IUOP
- Graf 38. Međuodnos turizma i marikulture u Zadarskoj županiji
- Graf 39. Razvoj turizma i marikulture unutar istog geografski definiranog područja

POPIS SLIKA

Slika 1. „Swim with the tuna“ - Port Lincoln, Australija

Slika 2. Prostorno testiranje turističkog potencijala Općine Kali - ideja Maritimnog centra

Slika 3. Prostorno testiranje turističkog potencijala Općine Kali - ideja Gastro centra

PRILOZI

ANKETNI UPITNIK

Anketni upitnik pred Vama je dio istraživanja pod nazivom „Međudnos turizma i marikulture s osvrtom na Zadarsku županiju“, autorice Nine Jaše, studentice diplomskog sveučilišnog studija Poduzetništvo u kulturi i turizmu, Odjel za turizam i komunikacijske znanosti, Sveučilišta u Zadru.

Rezultati istraživanja biti će korišteni samo u znanstvene svrhe, a Vaši podaci u potpunosti zaštićeni i dostupni isključivo autorici. Ako nalazi ovog istraživanja budu javno objavljeni, objavit će se samo za čitavu grupu sudionika, ne i pojedinačni odgovori.

Molimo Vas da odgovarate što iskrenije možete, te da pri tome ne izostavite niti jedno pitanje. Sudjelovanje u ovom istraživanju je dobrovoljno te bez ikakvih posljedica imate pravo odustati od sudjelovanja ili se iz njega povući.

MOLIM ODABERITE SAMO JEDAN OD PONUĐENIH ODGOVORA

1. Naziv institucije:
2. Vrsta institucije:
3. Pozicija/funkcija osobe koja ispunjava upitnik:
4. Da li ste upoznati s pojmom integralnog upravljanja obalnim područjem?

DA

NE

5. Slažete li se s tvrdnjom da je obalno područje najznačajniji razvojni resurs Zadarske županije?

Uopće se ne slažem

Ne slažem se

Nemam mišljenje

Slažem se

U potpunosti se slažem

6. Slažete li se da je turizam izuzetno bitan za razvoj Zadarske županije?

Uopće se ne slažem

Ne slažem se

Nemam mišljenje

Slažem se

U potpunosti se slažem

7. Smatrate li da daljnji razvoj turizma Zadarske županije treba biti usmjeren razvoju novih turističkih proizvoda?

Uopće se ne slažem

Ne slažem se

Nemam mišljenje

Slažem se

U potpunosti se slažem

8. Smatrate li da adrenalinski/rekreacijski/gastro-turistički sadržaji koji turistu nisu dostupni u mjestu življenja mogu biti glavni ili pomoćni razlog za odabir turističke destinacije?

- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Nemam mišljenje
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

9. Smatrate li da je marikultura bitna za razvoj zadarske županije?

- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Nemam mišljenje
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

10. Smatrate li da su proizvodi marikulture kao oblik gastroponude dovoljno zastupljeni i brendirani?

- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Nemam mišljenje
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

11. Da li ste upoznati s adrenalinskim/rekreacijskim/gastro-turistički sadržajima izvan RH koji direktno povezuju turizam i marikulturu kao što su: razgledavanje uzgajališta riba, degustacija autohtonih proizvoda in situ, direktan kontakt s uzgajanim organizmima – primjer ronjenje i hranjenje tuna u kavezima u Australiji?

- DA
- NE

12. Da li smatrate da se marikultura i turizam mogu razvijati unutar istog geografski definiranog područja?

- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Nemam mišljenje
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

13. Smatrate li da u Zadarskoj županiji postoji pozitivan međuodnos turizma i marikulture?

- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Nemam mišljenje
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

POPIS ISPITANIKA

Turistička zajednica grada Biograd na Moru

Turistička zajednica općine Pašman

Turistička zajednica grada Zadra

Pecten d.o.o.

Kali tuna d.o.o.

Martinović-fish d.o.o.

Agencija za ruralni razvoj Zadarske županije AGRRA

Agencija za razvoj Zadarske županije ZADRA NOVA

Lokalna akcijska grupa u ribarstvu LAGUR „PLODOVI MORA“

Lokalna akcijska grupa LAG „MARETA“

Udruga „Novigradska dagnja“

TRN obrt za ribarstvo i turizam

Feral Tours d.o.o.


Terra Travel d.o.o.

ŽIVOTOPIS

OSOBNJE INFORMACIJE

JAŠA NINA

 Vladimira Ruždjaka 11, 10000 Zagreb (Hrvatska)

 00385 (0)99 393 0202

 nina.jasa1@gmail.com

RADNO ISKUSTVO

01/07/2013 – 30/06/2014

PROGRAM STRUČNOG OSPOSOBLJAVANJA

DIESEL-MOTORI d.o.o., Zagreb (Hrvatska)

01/07/2014 - danas

EKONOMIST MARKETINGA

DIESEL-MOTORI d.o.o., Zagreb (Hrvatska)

Implementacija i usklađivanje marketinških i prodajnih aktivnosti.

Direktan marketing - nastup na sajmovima.

OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

2009–2012

STRUČNI PRVOSTUPNIK MARKETINGA I KOMUNIKACIJA

Visoka poslovna škola Zagreb, Zagreb (Hrvatska)

2012–danas

MAGISTAR EKONOMIJE

Diplomski studij Poduzetništvo u kulturi i turizmu,

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti,

Sveučilište u Zadru

Zadar (Hrvatska)

OSOBNJE VJEŠTINE

Materinski jezik

Hrvatski

Ostali jezici

engleski

njemački

talijski

RAZUMIJEVANJE		GOVOR		PISANJE
Slušanje	Čitanje	Govorna interakcija	Govorna produkcija	
C1	B2	C1	C1	B2
B1	B1	B1	A2	A2
A2	A1	A2	A1	A1

Stupnjevi: A1 i A2: Početnik - B1 i B2: Samostalni korisnik - C1 i C2: Iskusni korisnik
Zajednički europski referentni okvir za jezike

Komunikacijske vještine

Izlaganje i prezentacija pred većim brojem ljudi.

Odlične komunikacijske vještine u verbalnoj i neverbalnoj komunikaciji.

Organizacijske /
rukovoditeljske vještine

Organizator sudjelovanja na sajmovima u RH.

Poslovne vještine

Javno istupanje - prezentiranje tvrtke.
Sposobnost uspostave dobrih poslovnih odnosa unutar radnog tima
Usmjerenost prema zajedničkom cilju.

Digitalna kompetencija

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

Informacijsko-komunikacijske tehnologije - tablica za samoprocjenu

Napredno znanje rada u MS OFFICE programskom paketu.
Napredno poznavanje rada u Windows operativnom sustavu.

Vozačka dozvola

B