

# Klupski turizam kao dio turističke ponude otoka Paga

---

**Lozovina, Dario**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2021**

*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:162:382945>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-12-27**



**Sveučilište u Zadru**  
Universitas Studiorum  
Jadertina | 1396 | 2002 |

*Repository / Repozitorij:*

[University of Zadar Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

Sveučilište u Zadru

Odjel za geografiju

Diplomski dvopredmetni sveučilišni studij geografije: nastavnički smjer

**Dario Lozovina**

**Klupski turizam kao dio turističke ponude otoka**

**Paga**

**Diplomski rad**



Zadar, 2021.

Sveučilište u Zadru

Odjel za geografiju

Diplomski dvopredmetni sveučilišni studij geografije: nastavnički smjer

Klupski turizam kao dio turističke ponude otoka Paga

Diplomski rad

Student/ica:

Dario Lozovina

Mentor/ica:

izv. prof. dr. sc. Lena Mirošević

Zadar, 2021.



## Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Dario Lozovina**, ovime izjavljujem da je moj diplomski rad pod naslovom **Klupski turizam kao dio turističke ponude otoka Paga** 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 uređenoga rada.

Zadar, 22. siječnja 2021.

# TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

**Sveučilište u Zadru**

Diplomski rad

Odjel za geografiju

## KLUPSKI TURIZAM KAO DIO TURISTIČKE PONUDE OTOKA PAGA

DARIO LOZOVINA

Klupski turizam sve je popularniji oblik turizma za mlade željne zabave i dobrog provoda. Na prostoru Hrvatske, jedna od destinacija koja razvija ovakav oblik turizma je i otok Pag. Rad donosi povijesni pregled ove vrste turizma s osvrtom na trenutnu turističku ponudu na otoku, orijentiranu na klupske turiste. Analizira se prostorni obuhvat klupskog turizma te njegov utjecaj na gospodarstvo kroz kretanje ukupnog broja turističkih dolazaka i ukupnog broja ostvarenih noćenja. Također, rad analizira smještajne kapacitete na otoku, ali i stavove lokalnog stanovništva o klupskom turizmu kroz anketni upitnik koji potvrđuje lokaliziranost klupskog turizma na prostoru Novalje, ali i visok stupanj neodobravanja daljnjeg razvoja ove vrste turizma na otoku.

49 stranica, 13 grafičkih priloga, 2 tablice, 37 bibliografskih referenci; izvornik na hrvatskom jeziku

Ključne riječi: klupski, Novalja, Pag, turizam, Zrće

Voditelj: izv. prof. dr. sc. Lena Mirošević

Povjerenstvo: doc. dr. sc. Jadranka Brkić-Vejmelka, izv. prof. dr. sc. Lena Mirošević, izv. prof. dr. sc. Ana Pejdo

Rad prihvaćen: travanj, 2019.

Rad je pohranjen u Knjižnici Odjela za geografiju Sveučilišta u Zadru, Ulica dr. F. Tuđmana 24 i, Zadar, Hrvatska.

BASIC DOCUMENTATION CARD

**University of Zadar**

Graduate thesis

Department of geography

CLUBBING TOURISM AS A PART OF THE TOURIST OFFER OF THE ISLAND OF  
PAG

DARIO LOZOVINA

Clubbing tourism is an increasingly popular type of tourism aimed at young people searching for fun and a good time. In Croatia, one of the destinations developing this type of tourism is the island of Pag. The paper provides a historical overview of this type of tourism with a review of the current tourist offer on the island, oriented towards clubbing tourists. Spatial boundaries of clubbing tourism and its impact on the economy through the changes in the total number of tourist arrivals and the total number of overnight stays are analysed. Also, the paper analyses the structure of the accommodation on the island, as well as the attitudes of the local people towards clubbing tourism through a questionnaire which confirms the localization of clubbing tourism in Novalja area, together with a high degree of disapproval of further development of this type of tourism on the island.

49 pages, 13 figures, 2 tables, 37 references; original in Croatian

Keywords: clubbing, Novalja, Pag, tourism, Zrce

Supervisor: Lena Mirošević, PhD, Associate Professor

Reviewers: Jadranka Brkić-Vejmelka, PhD, Assistant Professor, Lena Mirošević, PhD, Associate Professor, Ana Pejdo, PhD, Associate Professor

Thesis accepted: April, 2019.

Thesis deposited in Library of Department of Geography, University of Zadar, Ulica dr. F. Tuđmana 24 i, Zadar, Croatia.

## Sadržaj:

<b>1. Uvod</b> .....	4
<b>2. Objekt, cilj, prostorni obuhvat istraživanja i hipoteze</b> .....	5
<b>3. Pregled dosadašnjih istraživanja</b> .....	6
<b>4. Metodologija</b> .....	7
<b>5. Klupski turizam</b> .....	7
<b>5. 1. Kratki povijesni razvoj i problemi klupskog turizma na primjeru Ibize</b> .....	8
<b>6. Rezultati i rasprava</b> .....	9
<b>6. 1. Turistički razvoj otoka Paga</b> .....	9
<b>6. 1. 1. Pag i Novalja</b> .....	11
<b>6. 1. 2. Klupski turizam na otoku – primjer plaže Zrće</b> .....	14
<b>6. 2. Analiza smještajnih kapaciteta</b> .....	19
<b>6. 3. Prometna povezanost otoka Paga</b> .....	23
<b>6. 3. 1. Utjecaj klupskog turizma na međugradski promet otoka</b> .....	27
<b>6. 4. Stavovi lokalnog stanovništva o klupskom turizmu</b> .....	29
<b>6. 5. Anketno istraživanje o stavovima stanovnika otoka Paga o klupskom turizmu kao dijelu turističke ponude na otoku</b> .....	32
<b>6. 6. Budući trendovi turizma na otoku</b> .....	37
<b>7. Zaključak</b> .....	39
<b>8. Izvori i literatura</b> .....	41
<b>Prilozi</b> .....	43
<b>Sažetak</b> .....	45
<b>Summary</b> .....	46

## 1. Uvod

Sve izraženiji razvoj turističkog sektora u Hrvatskoj sa sobom donosi i razvoj nekih novih oblika turizma koji još nisu u potpunosti istraženi. Radi se o različitim oblicima provođenja odmora koji se baziraju na nekom od interesa pojedinca, kao što su rekreacija, želja za druženjem, upoznavanje kulture, bavljenje sportom, posjet sajmovima, kongresima i drugo.

Diplomski rad analizira turističku ponudu otoka Paga s naglaskom na klupski turizam. Naime, otok Pag jedna je od popularnijih turističkih destinacija na prostoru Hrvatske, a posljednjih godina došlo je do sve snažnije diferencijacije turističke ponude. Na otoku Pagu su sve izraženije i razlike u broju turističkih dolazaka po naseljima, ali i u samoj strukturi turista koji ga posjećuju. Također, razlike su prisutne, kako u smještajnim kapacitetima, tako i u popratnim sadržajima, njihovoj cijeni i ciljanoj skupini turista. Jedan od razloga za takvu situaciju, zasigurno je moguće potražiti na plaži Zrće, kraj Novalje, koja svake godine bilježi sve veću popularnost u svjetskim razmjerima.

Klubovi na Zrću i općenito klupska scena utjecali su na promjene u turističkim kretanjima, ali i na način života lokalnog stanovništva koje se sve više okreće turizmu kao značajnoj gospodarskoj grani i glavnom izvoru prihoda. Razvoj klupskog turizma na otoku prati i razvoj turističke ponude, odnosno sve značajnija ulaganja u postojeće smještajne kapacitete i popratne sadržaje, ali i gradnja novih.

Ipak, uz gospodarski razvoj temeljen na klupskom turizmu, sve su izraženiji i brojni negativni utjecaji ove vrste turizma, kao što je i inače slučaj u drugim svjetskim destinacijama ovog tipa. Naime, za klupski turizam je karakteristično da sa sobom donosi i porast konzumacije droga i alkohola, nasilje, buku, devastaciju okoliša i brojne druge negativne čimbenike, što rezultira nezadovoljstvom kod lokalnog stanovništva i neodobravanjem ove vrste turizma.



## 2. Objekt, cilj, prostorni obuhvat istraživanja i hipoteze

Objekt istraživanja je klupski turizam kao dio turističke ponude otoka Paga (Slika 1.), njegov prostorni obuhvat, utjecaj na turistička kretanja te stavovi lokalnog stanovništva o samom fenomenu.

Cilj istraživanja je analizirati razvoj i trenutnu situaciju vezanu uz klupski turizam na otoku Pagu. Također, cilj je analizirati koliki je prostorni obuhvat klupskog turizma, koji su dominantni oblici turizma po naseljima te kakvi su stavovi stanovništva o ovom obliku turizma.



Slika 1. Geografski položaj otoka Paga

Hipoteze diplomskog rada su:

- Klupski turizam Grada Novalje pozitivno utječe na ukupna turistička kretanja cijelog otoka Paga
- Klupski turizam, izuzev Novalje, nema značajan utjecaj na turistička kretanja otoka Paga
- Percepcija stanovništva otoka Paga o klupskom turizmu:
  - a) Na području sjevernog dijela otoka (Grad Novalja) je pozitivna
  - b) Na području južnog dijela otoka (Grad Pag, Općina Povljana i Općina Kolan) je negativna

### 3. Pregled dosadašnjih istraživanja

Pri analizi dosadašnjih istraživanja vezanih uz ovu temu treba istaknuti kako mnogi autori detaljno analiziraju turističke kapacitete i ukupnu turističku ponudu pojedinih gradova i općina u Hrvatskoj. Tako među radovima koji općenito govore o turističkim kretanjima I. Avelini Holjevac (1996.) donosi podatke o razvoju turizma Opatijske rivijere u proteklih sto godina, odnosno, obujam i strukturu smještajnih kapaciteta, kretanje broja turista i broja noćenja te prednosti i slabosti dosadašnjeg razvoja turizma. H. Kuvedžić (1999.) analizira turističke pokazatelje otoka Brača i naglasak stavlja na održivi razvoj u budućnosti. A. Vizjak (1995.) definira poveznice između jadranskog i kontinentalnog turizma u Hrvatskoj i analizira njihovu važnost u funkciji razvoja nacionalnog gospodarstva RH. S. Veraja (2001.) donosi najvažnije turističke pokazatelje Elafitskih otoka od Prvog svjetskog rata do danas. Također, prisutni su i radovi koji detaljnije razrađuju turistički potencijal ili valorizaciju jednog ili više dijelova kulturne baštine ili prirodnih dobara poput R. Slunjski (2018.) za prostor Međimurja i T. Kovačević (2006.) za Đurovića jamu. U većini takvih radova značajna je usmjerenost na održivi razvoj, odnosno smanjenje negativnih posljedica za stanovnike i okoliš prostora koji se u radu analizira.

Fenomen klupskog turizma koji se razvija na Pagu, ali i na nekoliko mikrolokacija diljem hrvatske obale te njegov utjecaj na lokalnu zajednicu do sada nije pobudio interes kod većeg broja domaćih autora. Također, ne postoji ni veći broj stranih autora koji se bave ovom tematikom, a naročito ne iz gledišta geografije. Ipak, najveći broj relevantnih istraživanja na temu klupskog turizma, uglavnom iz područja ekonomije i sociologije, odnosi se na područje Ibize, kao svjetski poznat primjer destinacije poznate po ovoj vrsti turizma. O Ibizi pišu A. Serra-Cantalops i J. Ramon-Cardona (2016.) i J. Krendzelak (2008.). Upravo je na Ibizi započeo klupski turizam, a samim time, tamo i najduže traje. Stoga je logično da je na tom prostoru najlakše analizirati utjecaje i predviđati buduća kretanja. O klupskom turizmu na drugim svjetskim lokacijama pišu J. Nofre (2017.) za prostor La Barcelonete i H. El Maalouf za grad Bejrut (2015.).

Među radovima o klupskom turizmu na prostoru Hrvatske značajan je diplomski rad pod naslovom *Utjecaj clubbing turizma na transformaciju Grada Novalje*, autora D. Kožula (2018.), koji među prvima analizira klupski turizam u Novalji, a samim time je i jedan od prvih radova koji se bavi direktno ovom problematikom sa stajališta geografije.

Treba istaknuti kako je uz gore navedene radove koji se direktno bave klupskim turizmom, te su poslužili kao okosnica ovog diplomskog rada, korišten i veći broj radova koji

analiziraju prostor otoka Paga, odnosno gradova Paga i Novalje (D. Magaš (2011.), V. Marinković (2018.), L. Mirošević i B. Vukosav (2009.)), ponajprije zbog relevantnih statističkih podataka o promatranom prostoru.

#### **4. Metodologija**

Za izradu rada analizirana je dostupna literatura koja se bavi problematikom rada u užem ili širem smislu. Za analizu turističkih kretanja korišteni su dostupni podaci o broju noćenja i strukturi gostiju (URL 1). Za potrebe analize mišljenja lokalnog stanovništva o klupskom turizmu provedeno je anketiranje stanovništva otoka Paga, prema unaprijed definiranom uzorku. Analiza smještajnih kapaciteta provedena je uz pomoć podataka koji su preuzeti sa stranice za oglašavanje smještaja Booking.com.

Za potrebe boljeg razumijevanja situacije na terenu i problematike o kojoj se piše, napravljen je niz vlastitih fotografija. Uz navedeno, korišteni su i dostupni kartografski prikazi prostora i dostupne snimke iz zraka (URL 2).

#### **5. Klupski turizam**

Za bolje razumijevanje ovog rada i korištene terminologije, prije svega je nužno objasniti što točno podrazumijeva pojam klupski turizam. Uz to, potrebno je i ukratko opisati povijesni razvoj ove vrste turizma i istaknuti neke od glavnih karakteristika koje se odnose na klupski turizam, a nisu prisutne u ostalim vrstama turizma.

Klupski turizam relativno je nov oblik selektivnog turizma koji se uglavnom odnosi na mlađu generaciju. Upravo zahvaljujući tome što ovakav oblik turizma nije dugo prisutan u svijetu te što rijetko čini jedini oblik turističke ponude neke destinacije, o samom fenomenu nema puno podataka. Također, treba naglasiti da iako brojne destinacije svoju ukupnu turističku ponudu nadopunjuju klupskom ponudom, rijetke su one kojima je to gotovo jedini vid privlačenja turista.

D. Kožul (2018.) navodi kako točnu definiciju klupskog turizma nije moguće pronaći u domaćoj literaturi, koja je općenito siromašna po pitanju ove vrste turizma. Također, sam naziv nije ustaljen pa se u nekim radovima govori o klupskom turizmu, a u nekim o „*clubbing*“ turizmu, ili pak „*party*“ turizmu. P. Tadej (2006.) donosi i pojmove poput „omladinskog turizma“ ili „hedonizmom motiviran turizam omladine“. Svi navedeni pojmovi u sebi sadrže i opisuju glavni motiv klupskog turizma, a to je zabava u noćnim klubovima. Prema tome, klupski turizam se može definirati kao putovanje motivirano željom za boravkom i zabavom u noćnim klubovima i provodom u destinacijama koje su bogate ovom vrstom turističke ponude.

## 5. 1. Kratki povijesni razvoj i problemi klupskog turizma na primjeru Ibize

Prvi oblici onoga što se danas naziva klupskim turizmom pojavili su se na otoku Ibizi. Kroz povijest, turizam se na otoku razvijao u različitim smjerovima, dok je onaj dio koji se odnosi na klupski turizam započeo sedamdesetih godina prošlog stoljeća s otvaranjem prvih klubova na plažama otoka. To su bili *Pacha* (1973.), *Es Paradis* (1975.), *Amnesia* (1976.) i *Privilege* (1978.) koji su ubrzo počeli privlačiti posjetitelje iz cijelog svijeta. Razvoj klupske scene nastavio se otvaranjem klubova *Space* (1986.), *Eden* (1999.), *DC-10* (2000.), *Plastik* (2002.), *Sankeys Ibiza* i *Ushuaia* (2011.) i *Hi Ibiza* (2017.) (Kožul, 2018.). Uz spomenute klubove, danas postoji i niz manjih popratnih objekata istog karaktera koji dodatno upotpunjuju turističku ponudu.

Može se reći kako je Ibiza postala sinonim za dobru zabavu i razvijenu klupsku scenu u svjetskim razmjerima. Ujedno, činjenica da je klupski turizam na tom prostoru prisutan već dugi niz godina, čini ga povoljnim za provedbu raznih istraživanja na temu dugotrajnog učinka klupskog turizma na neki prostor. Samim time, dobiveni zaključci mogu biti korisni i za druge destinacije ovog tipa jer je za očekivati da će se s odmakom vremena i tamo javljati isti trendovi kao na Ibizi.

Kada se govori o klupskom turizmu, gotovo uvijek se ističu brojne negativne strane koje su sastavni dio ovog oblika turizma. Neki od problema koji su najučestaliji su visok postotak konzumacije alkohola i drugih opojnih sredstava, porast stope kriminala, povećano zagađenje okoliša, buka, nezadovoljstvo lokalnog stanovništva, gubitak ostalih vrsta turista i slično. Istovremeno, kao glavne prednosti se navode dobra zarada, promocija u svijetu, ekonomski razvoj lokalne zajednice i ulaganje u infrastrukturu (Kožul, 2018.).

Upravo je zbog specifičnosti klupskog turizma i svega što on nosi potrebno istražiti, kako pozitivne, tako i negativne utjecaje na stanovništvo i okoliš. Međutim, većina radova usmjerena je na ekonomski dio, odnosno na analizu statističkih pokazatelja koji uzimaju u obzir broj noćenja, strukturu gostiju i ostvarene prihode, poput J. Krendzelak (2008.). Istovremeno, u obzir se ne uzima mišljenje lokalnog stanovništva, odnosno kako na ovakvu vrstu turizma gleda domicilno stanovništvo te kakva je percepcija javnosti i koji su mogući negativni čimbenici, kako za ljude, tako i za okoliš.

Iznimka je rad autora A. Serra-Cantallops i J. Ramon-Cardona (2016.) u kojem su razmatrani stavovi lokalnog stanovništva prema dominantnoj vrsti turizma na otoku (Ibiza), uzimajući u obzir važnost i veličinu ovog dijela turističke ponude, ali i mišljenje lokalnog stanovništva i njihove stavove o klupskom turizmu. Njihov rad temelji se na anketi provedenoj

među lokalnim stanovništvom, a rezultati ukazuju da je stanovništvo podijeljenog mišljenja prema klupskom turizmu. Tako pozitivnije mišljenje o klupskom turizmu imaju oni koji rade upravo u turističkom sektoru, dok su stavovi sve negativniji kako je zanimanje pojedinca udaljenije od rada u turizmu. Nadalje, autori zaključuju kako lokalna zajednica zapravo i nema visok stupanj odobravanja klupskog turizma, već ga doživljava kao nužno zlo u poboljšanju ekonomske situacije na otoku i gospodarskog razvitka. Stanovništvo je itekako svjesno da klupski turizam pozitivno djeluje na ekonomsku situaciju na otoku te da drugi oblici turizma ne nude jednake mogućnosti zarade (Serra-Cantalops i Ramon-Cardona, 2016.).

U konačnici se može zaključiti kako se neke značajnije promjene u pogledu turističke ponude Ibize neće dogoditi jer je stanovništvo izgubilo kontrolu nad prostorom na kojem živi, te netko drugi odlučuje za njih. Ibiza pokazuje kako je profit zapravo glavni faktor pri razvoju klupskog turizma. Naime, sve dok je klupski turizam jedan od profitabilnijih oblika turizma, on će se i razvijati i poticati, bez obzira na želje lokalnog stanovništva. Jasno je da takva situacija dovodi do nezadovoljstva i želje za promjenom. Budućnost i dugoročna održivost ovakvog turizma je upitna, kako zbog nedostatka radne snage na otoku, tako i zbog nepovratnog uništenja okoliša (Serra-Cantalops i Ramon-Cardona, 2016.).

## **6. Rezultati i rasprava**

### **6. 1. Turistički razvoj otoka Paga**

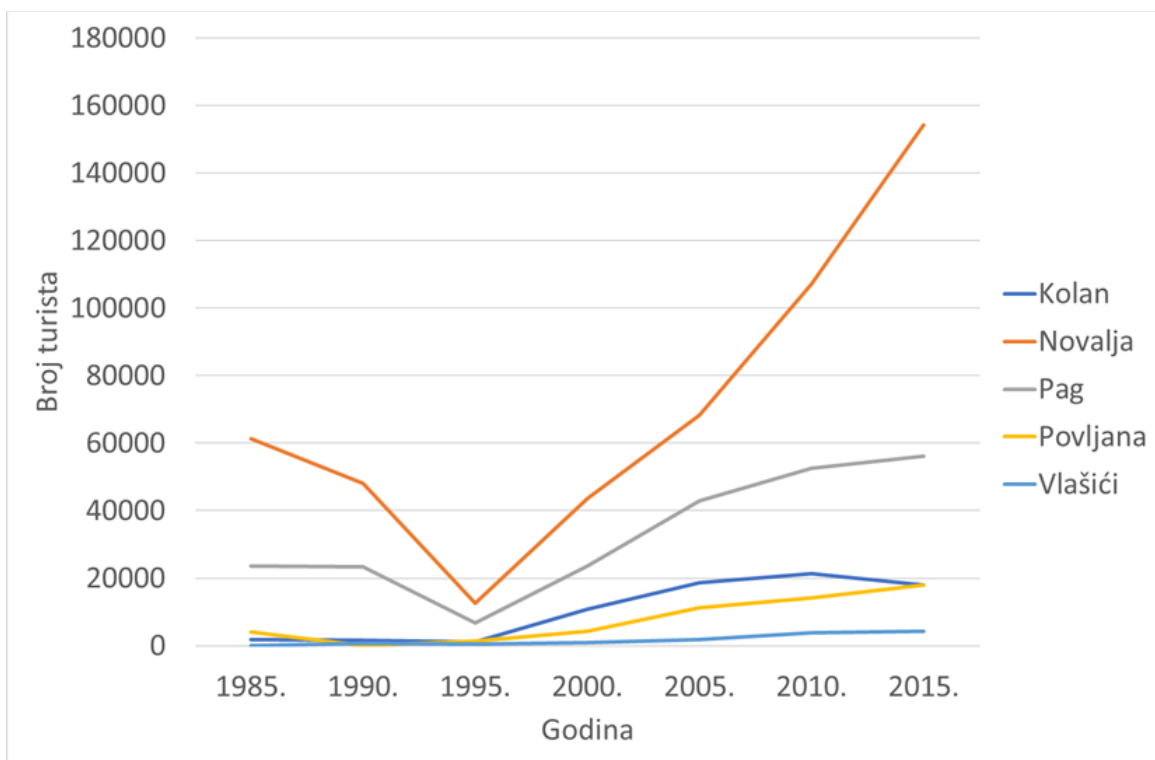
Jedan od razloga za razvoj turizma na otoku Pagu zasigurno je povoljan geografski položaj, usprkos činjenici da se radi o otoku. Zbog relativne blizine kopna, Pag ima dobru prometnu povezanost, bilo mostom ili trajektnim vezama. D. Magaš (2011.) navodi kako nakon izgradnje mosta koji otok spaja s kopnom 1968. godine, dolazi do visokog porasta broja turista na cijelom otoku.

Analiza kretanja ukupnog broja turista na otoku Pagu u razdoblju od 1985. do 2015. prema statističkim podacima Državnog zavoda za statistiku (URL 1) ukazuje na kontinuirani rast broja turista, izuzev Domovinskog rata (Slika 2.). Nakon smirivanja ratnih zbivanja u Hrvatskoj, turizam na otoku ponovno jača, dok u posljednjih nekoliko godina dolazi do značajnije ekspanzije.

Broj turista na otoku raste s veličinom naselja, ali prisutna su i odstupanja od tog trenda. Naime, iz podataka je vidljivo kako Novalja ima značajniji porast broja turista u odnosu na ostala naselja na Pagu, osobito od 2005. godine. Dobre turističke rezultate Novalja je imala i prije Domovinskog rata, a oni se mogu pripisati većem broju dostupnih smještajnih kapaciteta nego što je tu u ostalim naseljima na otoku. Prvenstveno treba istaknuti smještajne kapacitete u

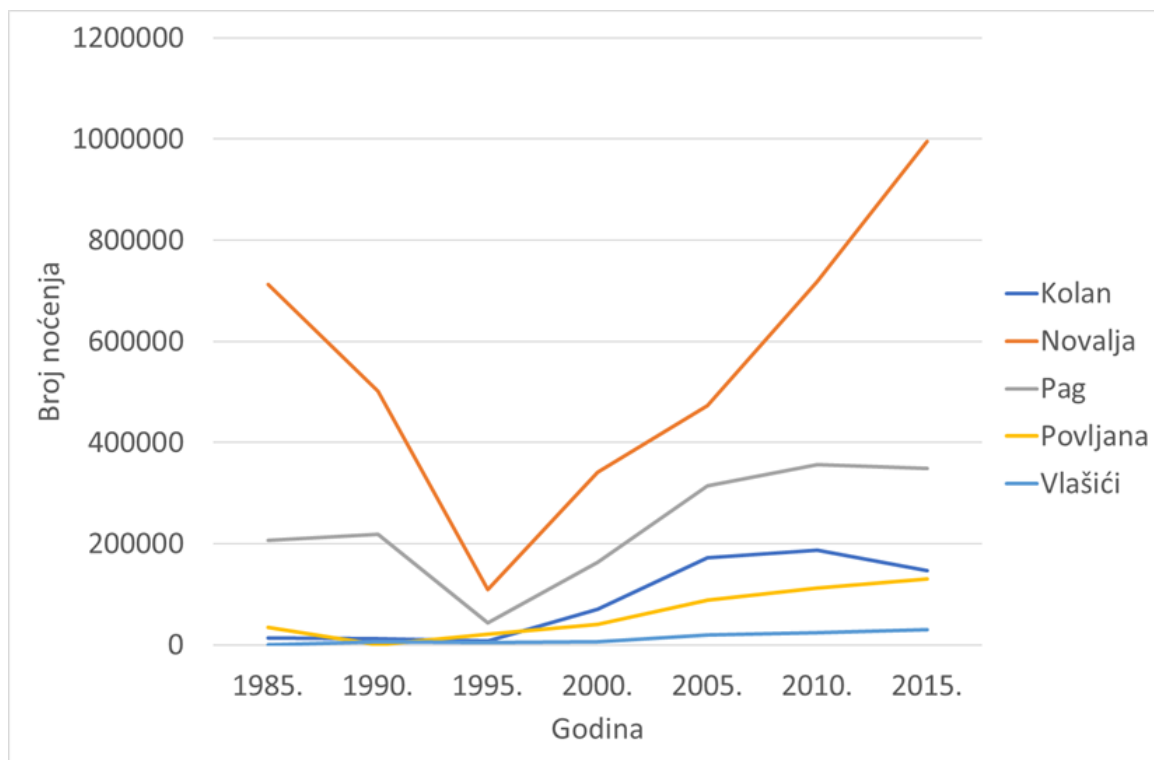
kampovima koji nisu prisutni u tolikom broju u ostalim naseljima. Tu je i više privatnog smještaja koji je zajedno s kampovima omogućio inicijalni turistički rast. Od 2005. godine, paralelno s počecima klupskog turizma, Novalja još značajnije odstupa od ostalih naselja na otoku, a prije svega od Grada Paga koji je veličinom najsličniji.

Grad Pag također bilježi porast ukupnog broja turista nakon Domovinskog rata, ali je trend sporiji nego u Novalji i bazira se uglavnom na privatnom smještaju. Broj turista je porastao i u ostalim naseljima na otoku, ali zbog njihove veličine u njima nije ostvaren ozbiljniji turistički promet (URL 1).



Slika 2. Kretanje ukupnog broja turističkih dolazaka na otoku Pagu od 1985. do 2015. (po naseljima)  
(URL 1)

Kao što je i očekivano s obzirom na broj turista na otoku, slični trendovi su prisutni i kod ukupnog broja ostvarenih noćenja (Slika 3.).



Slika 3. Kretanje broja ostvarenih noćenja na otoku Pagu od 1985. do 2015. (po naseljima) (URL 1)

Positivno kretanje broja turista i broja ostvarenih noćenja prati i širenje turističke ponude, odnosno sve veći broj dostupnih kreveta i obogaćivanje ponude brojnim popratnim sadržajima. Također, sve veći broj lokalnog stanovništva se okreće turizmu kao primarnoj djelatnosti koja postaje glavni izbor prihoda, dok su do tada tradicionalne djelatnosti poput stočarstva i poljoprivrede stavljene u službu turizma (Magaš, 2011.).

S obzirom na udio domaćih ili stranih turista u ukupnom broju turista na otoku, treba istaknuti kako je razdoblje Domovinskog rata ujedno i prekretnica u trendovima. Naime, prije Domovinskog rata, većina turista na otoku Pagu bili su stranci. Nakon kraja Domovinskog rata i ponovnog porasta broja turista, na otoku dolazi do sve snažnije diferencijacije po ovom pitanju. Jugoistočni dio otoka (Kolan, Pag, Povaljana) bilježi sve veći broj domaćih turista koji sada čine većinu, što je promjena u odnosu na razdoblje prije Domovinskog rata. Istovremeno, na sjeverozapadnom dijelu otoka (Novalja) nakon rata je značajno više stranih turista, dok je broj domaćih turista na ovom dijelu otoka gotovo zanemariv (URL 1).

### 6. 1. 1. Pag i Novalja

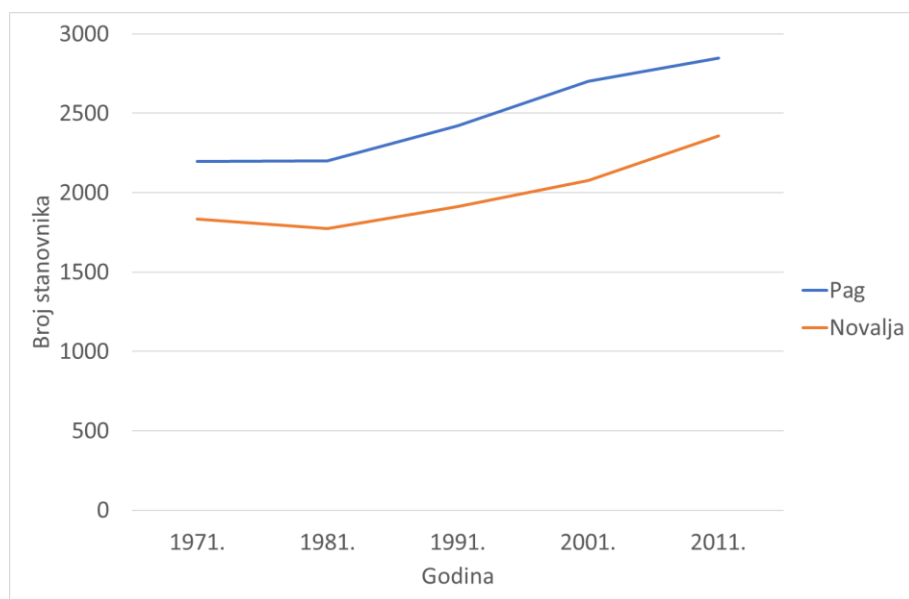
Kao što je vidljivo iz statističkih podataka, u turističkom prometu na otoku izdvajaju se gradovi Pag i Novalja, koji su ujedno i najrazvijenija naselja. Iako je otok upravno-teritorijalno

podijeljen na Zadarsku i Ličko-senjsku županiju, sama podjela ne dolazi do izražaja kada se govori o turizmu jer turisti iste nisu niti svjesni.

Za Pag i Novalju, zbog svoje blizine, ali i sličnih geografskih obilježja, moglo bi se očekivati da će se razvijati na sličan način, odnosno da će imati sličan demografski, ali i gospodarski razvoj. Samim time, i turistička kretanja bi trebala biti slična, kako međusobno, tako i prema ostalim manjim otočnim mjestima.

Analiza kretanja broja stanovnika Paga i Novalje u međupopisnim razdobljima (Slika 4.) ukazuje da je trend kretanja broja stanovnika sličan u svim godinama popisa. Naime, zabilježen je porast broja stanovnika u oba naselja, a Pag je u svim popisima imao neznatno više stanovnika od Novalje.

Prema najrecentnijim podacima iz Popisa stanovništva 2011. Pag je najveće naselje na otoku s 2 849 stanovnika, dok je Novalja blizu s 2 358 stanovnika. Treba napomenuti kako ovi podaci u obzir uzimaju samo naselja Pag i Novalju, a ne Grad Pag i Grad Novalju kao administrativne cjeline, kako bi bili usporedivi s turističkim pokazateljima.

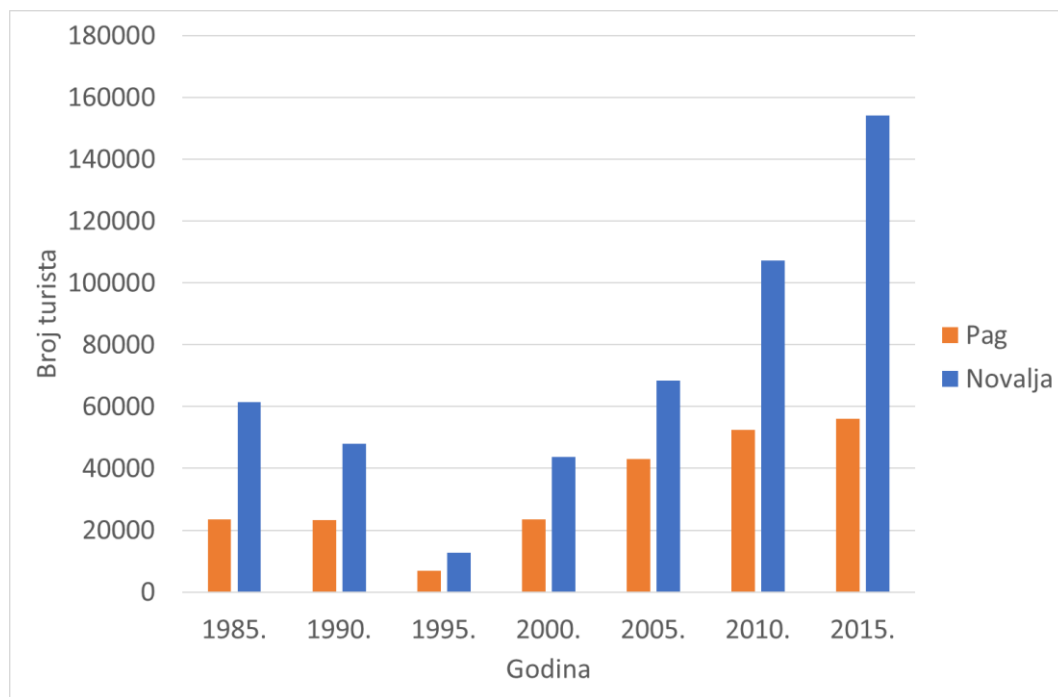


Slika 4. Kretanje broja stanovnika Paga i Novalje od 1971. do 2011. (Državni zavod za statistiku)

Ipak, bez obzira na sličnosti u veličini, kada je u pitanju turizam, postoje značajne razlike. Naime, iz kretanja ukupnog broja turista Paga i Novalje (Slika 5.) je vidljivo kako Novalja konstantno ima veći broj turista od Paga. Prije Domovinskog rata, u Novalji je bilo gotovo dvostruko više turista nego u Pagu, a Domovinski rat donio je pad ukupnog broja turista za oba naselja.



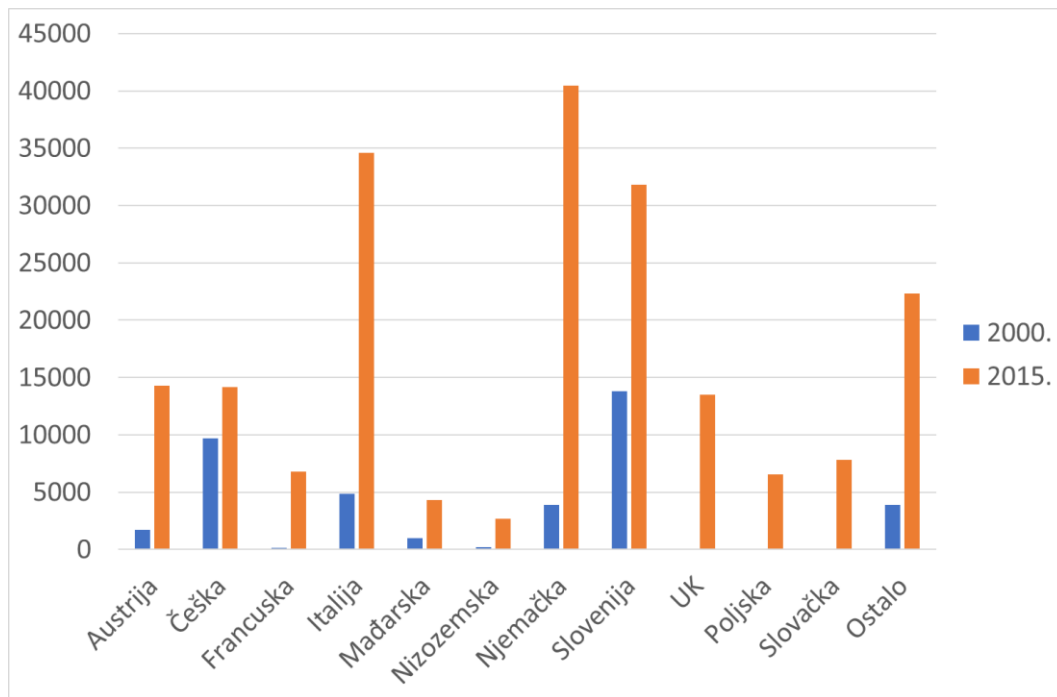
Nakon završetka rata dolazi do oporavka turizma te broj turista raste i u Pagu i u Novalji. Međutim, u ovom periodu dolazi do značajnije ekspanzije turizma u Novalji koja se turističkim rezultatima sve više udaljava od Paga. Tako je 2015. godine zabilježeno 154 179 turista u Novalji i 56 082 u Pagu. To rezultira i proporcionalnim povećanjem broja ostvarenih noćenja od 995 593 u Novalji i 348 513 u Pagu. Prema tome, u odnosu na period prije rata, razlika između ukupnog broja turista za ova dva naselja sada je znatno veća.



Slika 5. Kretanje ukupnog broja turističkih dolazaka u Pagu i Novalji od 1985. do 2015. (URL 1)

Razloge za streloviti porast broja turista u novije vrijeme (od 2000. godine), moguće je pripisati činjenici da je na prostoru Novalje snažno izražen utjecaj klupskog turizma, odnosno taj oblik turizma čini okosnicu turističke ponude i rezultira stalnim porastom turističkog prometa. Paralelno s porastom broja dolazaka i broja noćenja dolazi i do značajnih promjena u strukturi turista te njihovim navikama. Smanjuje se prosječno vrijeme boravka turista u destinaciji što upućuje na činjenicu da većina posjetitelja boravi u Novalji za vrijeme trajanja nekog od glazbenih festivala. Festivali su inače jedno od glavnih obilježja klupskog turizma te nakon završetka istog, turisti nastavljaju svoj odmor u nekoj drugoj destinaciji (Kožul, 2018.).

Uz navedeno, zabilježene su i promjene u nacionalnoj strukturi turista (Slika 6.). Naime, najbrojniji turisti u Novalji 2000. godine bili su iz Slovenije. Nakon njih, to su turisti iz Češke, Italije i Njemačke, dok turisti iz drugih država nisu ostvarili značajniji broj dolazaka.



Slika 6. Strani turisti prema zemlji dolaska u Novalji u 2000. i 2015. godini (URL 1)

Analiza nacionalne strukture turista u Novalji u 2015. pokazuje znatno drugačije rezultate nego za 2000. godinu. Većina turista je iz Njemačke i Italije, a Slovenci su i dalje pri vrhu. Međutim, u 2015. godini zabilježen je i veći broj turista iz zemalja koje prije nisu bile značajne za turizam u Novalji. To su Austrija, Francuska, Mađarska, Nizozemska, Ujedinjeno kraljevstvo, Poljska i Slovačka. Potrebno je istaknuti i znatno veći udio turista iz kategorije ostalih zemalja, a sve navedeno ukazuje kako je nacionalna struktura turista u Novalji sada znatno drugačija nego prije. Ovo je još jedno od bitnih obilježja klupskog turizma. Naime, klupski turizam privlači goste iz cijeloga svijeta te blizina i dostupnost same destinacije više nisu od primarne važnosti u trenutku kada turisti planiraju svoje putovanje.

Istovremeno, analiza nacionalne strukture turista za Pag, za iste godine, ne pokazuje veća odstupanja. Iznimka su turisti iz Poljske i Slovačke koji su u 2015. godini pri vrhu po broju dolazaka, dok u prošlosti nisu niti bili svrstani u zasebnu kategoriju u statističkim podacima (URL 1).

### 6. 1. 2. Klupski turizam na otoku – primjer plaže Zrće

Već je navedeno u sklopu ovog rada kako je temeljna razlika u obilježjima turističke ponude na otoku Pagu to što Novalja, za razliku od ostalih naselja, posljednjih godina snažno razvija klupski turizam te radi na privlačenju turista kojima je to primarni razlog za putovanje. Kao glavni adut klupskog turizma u Novalji izdvaja se plaža Zrće, a ostali popratni turistički

sadržaji služe samo kao nadopuna i razvijali su se kao odgovor na povećanje broja turista na Zrću.

Počeci turističke valorizacije na plaži Zrće dogodili su se još 1987. kada je otvoren prvi ugostiteljski objekt. Ipak, u to vrijeme nije moguće govoriti o klupskom turizmu jer se radi o običnom proširenju turističke ponude u kojoj je glavni naglasak i dalje bio na obiteljskim turistima. Slični objekti otvarani su i na drugim lokacijama na otoku te nisu značajnije utjecali na turistička kretanja. Interesantno je spomenuti da je prvi otvoreni ugostiteljski objekt na Zrću kasnije izrastao u noćni klub *Kalypso* (URL 3).

Početak razvoja klupskog turizma na plaži Zrće moguće je odrediti 2002. godine kada je otvoren noćni klub *Papaya*. Iste godine je otvoren i *Aquarius*, dok je 2005. ponuda proširena i noćnim klubom *Euphoria*. Noćni klubovi na Zrću ubrzo postaju jako popularni kako u granicama Hrvatske, tako i šire. Upravo u ovom periodu dolazi do promjene dotadašnjih trendova te zbog rastuće popularnosti klubova dolazi i do reorijentacije lokalnog turizma na klupski turizam. Klupski turizam lokalnom stanovništvu donosi povećanje prihoda koje je vidljivo u boljoj platežnoj moći klupskih turista u odnosu na tradicionalne obiteljske turiste, ali ujedno i ukupan porast broja turista i turističkog prometa. Lokalna zajednica također profitira ekspanzijom klupskog turizma čiji prihodi omogućuju ulaganje u infrastrukturu i projekte (Kožul, 2018.).

Pojednostavljeno, glavna atrakcija na plaži su zapravo noćni klubovi (Slika 7.), odnosno svjetske zvijezde klupske scene koje nastupaju u njima. Neka od imena koja su gostovala su DJ Tiesto, Timmy Trumpet, Martin Garrix, R3hab, NERVO, David Guetta, Pitbull, Brennan Heart i mnogi drugi, a svi oni su razlog zašto ljubitelji klupske scene iz cijeloga svijeta dolaze u Novalju.



Slika 7. Noćni klub Noa na Zrću

Na Zrću se svake godine organizira sve veći broj glazbenih festivala koji služe kao dodatan poticaj za privlačenje turista (Tablica 1.). Festivali su i inače jedno od glavnih obilježja klupskog turizma, a prosječan klupski turist planira svoja putovanja s obzirom na njihov raspored. To je vidljivo i u Novalji, a broj noćenja značajno raste u tjednima kada se odvija neki od festivala. Tako primjerice u vrijeme *Hideout* festivala Novalju posjeti gotovo 15 tisuća Britanaca, a slična situacija je i sa drugim poznatijim festivalima (URL 4).

Tablica 1. Popis festivala održanih na Zrću u 2019. godini

<b>Festival</b>	<b>Period održavanja</b>
Zrće Spring Break	31. 05. – 03. 06.
Hideout	25. 06. – 29. 06.
Hard Island Festival	02. 07. – 05. 07.
Fresh Island Festival	10. 07. – 12. 07.
Area 4 Festival	16. 07. – 19. 07.
Summer Treat Festival	21. 07. – 28. 07.
Black Sheep Festival	30. 07. – 02. 08.
Barrakud Croatia	13. 08. – 16. 08.
Alan Walker in Aquarius	13. 08. – 14. 08.
Sonus Festival	19. 08. – 23. 08.

Izvor: URL 5

Rast popularnosti same plaže Zrće kao jedne od svjetskih destinacija klupske scene prati i paralelni razvoj infrastrukture na području Grada Novalje, ali dolazi i do stalnog proširivanja turističke ponude, kako na samoj plaži, tako i u ostalim dijelovima Grada. Uz navedene klubove na plaži otvoren je veći broj ugostiteljskih objekata koji nude usluge posluživanja hrane i pića. Iako se većina događanja na Zrću zbiva noću jer su glavni ugostiteljski objekti noćni klubovi, zabaviti se može i preko dana. Tako se turisti koji su u potrazi za adrenalinom mogu okušati i u nekim od adrenalinskih i vodenih sportova koji se nude (Slika 8.).



Slika 8. *Adrenalinski i vodeni sportovi na Zrću*

Na Zrću se nalazi i jedan od najmodernijih ski-liftova u Europi sa 600 metara sajlje prosječne visine do 10 metara za sve ljubitelje wakeboardinga. Uz to, 41 metar visoka dizalica za bungee jumping smještena je samo nekoliko metara od mora. Na plaži je i teren za paintball, a moguće je unajmiti i jet-ski, motorni čamac, ili se provozati na tubi ili banani (URL 6). Sve navedeno izrazito je privlačno za mlađu populaciju koja je okosnica klupskog turizma te odlično nadopunjuje već postojeću turističku ponudu.

Kada se govori o Zrću, potrebno je osvrnuti se i na upravno-teritorijalnu podjelu otoka na dvije županije. U slučaju same plaže, radi se ujedno i o granici između prostora koji administrativno pripada Gradu Novalji na sjeverozapadu, odnosno, Općini Kolan na jugoistoku. Sami počeci klupskog turizma, kako je već i objašnjeno, bili su na dijelu plaže koji pripada Novalji te je u tom smjeru i išao daljnji razvoj. Međutim, u posljednjih nekoliko godina, Općina Kolan na različite načine nastoji valorizirati granična područja uz samu plažu i samim time *ugrabiti dio kolača* klupskog turizma koji donosi veliki potencijal za rast turističkog prometa.

Tako je na prostoru Općine Kolan uređeno parkiralište s naplatom za posjetitelje Zrća. Napravljeno je i taksi stajalište te otvoren čitav niz manjih objekata s uslužnim djelatnostima, sve kako bi se središte zabave na plaži prebacilo preko granice dviju općina, u korist Kolana.

Među posljednjim takvim projektima je i kamp *Noa Glamping Resort*, površine 60 000 metara kvadratnih i kapaciteta 174 osobe (URL 7). Kamp (Slika 9.) raspolaže s nekoliko vrsta mobilnih kućica, bungalova ili apartmana te bazenom i vezom za brodice.



Slika 9. *Noa Glamping Resort*

Cijeli projekt kampa zamišljen je i realiziran kao *eko glamping resort*. To podrazumijeva da su *glamping* šatori i kućice proizvedene od balirane slame. Također, postavljeni su solarni paneli kako bi se potrošnja struje svela na minimum, a svaka kućica ima i bio jamu, pri čemu se pročišćena voda koristi za navodnjavanje okoliša. Na krovovima kućica je zemlja i kokosov supstrat, svojevrsni zeleni krov, koji omogućava bolju toplinsku izolaciju. Sva ta ulaganja dovela su do toga da kamp nosi četiri zvjezdice te nastoji spojiti klupski turizam i ekologiju (URL 8). Prihodi od boravišne pristojbe i komunalnih naknada u slučaju ovog kampa idu u blagajnu Općine Kolan, a multiplikativni učinci ovog vida turističke ponude su također izraženi i prema drugim turistički orijentiranim poslovnim subjektima.

S obzirom na dosadašnju lokaliziranost klupskog turizma na plažu Zrće, odnosno prostor Grada Novalje, ostaje vidjeti koliko će se utjecaj klupskog turizma u budućnosti širiti, odnosno, koliko će ovaj pokušaj Kolana u širenju na klupski turizam slijediti i druga mjesta na otoku, a samim time i kako će se lokalno stanovništvo nositi s negativnim utjecajima koji su dosta izraženi kod klupskog turizma.

Budući da se turistička ponuda na Zrću i oko njega bazira isključivo na klupskom turizmu, ostali oblici turizma, iako imaju potencijal za razvijanje, ne dolaze do izražaja i u pravilu su zanemareni. Razlog za to je moguće pronaći u dobro poznatoj činjenici da je klupski turizam zapravo turizam za specifičnu grupu mladih ljudi, koji osim klubova ne pokazuju pretjerani interes za ostalim oblicima aktivnog ili pasivnog odmora. Prema tome, upravo su sadržaji na plaži Zrće razlog zbog kojega oni posjećuju Novalju te bez Zrća ne bi bilo ni klupskog turizma, a ni povećanog turističkog prometa kao posljedice.

Kada je u pitanju vlasništvo nad klubovima na Zrću, ali i ostalim popratnim sadržajima, a samim time i ubiranju glavnine prihoda, treba istaknuti kako je tek manji broj sadržaja u rukama lokalnog stanovništva. Većina klubova je u vlasništvu firmi koje pretežito posluju u Zagrebu i dobro su poznate u ugostiteljskim krugovima. Također, dodjela koncesija za plažu uvijek je obilježena kontroverzama te u konačnici glavnina prihoda ne ostaje na otoku (URL 9). Iz navedenog je vidljivo kako je lokalno stanovništvo zapravo izgubilo moć donošenja odluka, a istovremeno je izloženo svim negativnim utjecajima klupskog turizma.

U konačnici, ovakav razvoj događaja je i za očekivati jer se već odigrao na sličan način u destinacijama koje su prije započele s klupskim turizmom, poput Ibize. Na Ibizi je profit glavni faktor pri odlučivanju o budućnosti klupskog turizma, a u obzir se ne uzimaju potrebe lokalnog stanovništva. Stanovništvo je izgubilo kontrolu nad prostorom na kojem živi, te netko drugi ubire glavninu prihoda (Serra-Cantallops i Ramon-Cardona, 2016.). Nema sumnje kako su isti trendovi sve izraženiji i u Novalji.

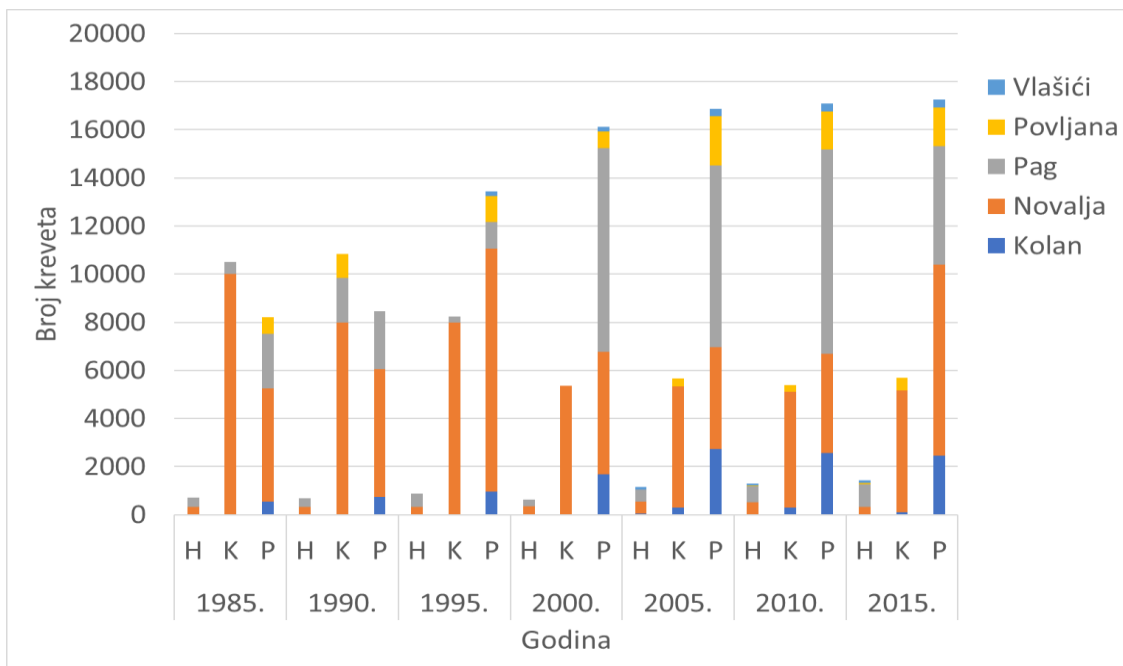
## **6. 2. Analiza smještajnih kapaciteta**

Smještajni kapaciteti važan su faktor za razvoj turizma jer direktno utječu na strukturu gostiju i mogućnosti destinacije za razvoj pojedine vrste turizma. Naime, ovisno o kvaliteti i broju dostupnih smještajnih kapaciteta, varira i profil turista koji posjećuju samu destinaciju. Jasno je da podizanjem kvalitete smještaja dolazi do podizanja kvalitete usluge u turizmu, a samim time i veće zarade. Isto tako, bez adekvatnih smještajnih kapaciteta neće ni doći do putovanja u neku destinaciju pa se može reći kako su upravo adekvatni smještajni kapaciteti prvi korak u lancu turističke potrošnje (URL 10).

Za podizanje kvalitete smještaja nužne su investicije. Ipak, dobro je poznata činjenica da se turizam u Hrvatskoj bazira na velikom broju malih privatnih iznajmljivača, najčešće apartmana, soba i kampova, dok istovremeno, broj hotela, pogotovo onih visoke kategorije, nije dovoljan. To rezultira relativno kratkom sezonom te izraženim sezonalnim karakterom, gdje su smještajni kapaciteti popunjeni samo nekoliko mjeseci u godini, a ostatak vremena su prazni i



neiskorišteni. Upravo je gradnja hotela i podizanje kvalitete postojećih jedini način kako produžiti sezonu i razviti neke vrste turizma koje su do sada bile zapostavljene poput zdravstvenog ili kongresnog turizma. Sukladno tome, rast kvalitete pratit će i rast prihoda od turizma i donijeti jačanje turističkog sektora. Ipak, iz službenih statističkih podataka je vidljivo kako ukupan broj smještajnih kapaciteta na otoku Pagu raste iz godine u godinu (Slika 10.).



Slika 10. Broj kreveta u hotelima (H), kampovima (K) i privatnom smještaju (P) na otoku Pagu od 1985. do 2015. (po naseljima) (URL 1)

Analiza statističkih podataka prema vrsti smještajnih kapaciteta na otoku pokazuje kako je u razdoblju prije Domovinskog rata najviše smještaja bilo dostupno u kampovima, uz visok udio privatnog smještaja. Istovremeno, broj smještajnih kapaciteta u hotelima je iznimno nizak. Nakon Domovinskog rata situacija se mijenja pa je od tada najviše dostupnog privatnog smještaja, dok je broj kapaciteta u kampovima u padu. Broj hotela na otoku raste, ali i dalje nema velik značaj u ukupnom broju dostupnih kreveta.

Analiza statističkih podataka prema naselju pokazuje kako na cijelom otoku vladaju isti trendovi, odnosno da, u novije vrijeme, dominiraju privatni iznajmljivači. Kampova je uvjerljivo najviše u Novalji, ali su u manjem broju prisutni i u svim ostalim naseljima, ovisno



o promatranoj godini. Hotela je svega nekoliko i to samo u najvećim naseljima, odnosno u Pagu<sup>1</sup> i Novalji<sup>2</sup>.

Kada se usporede podaci za Pag i Novalju, vidljivo je kako u cijelom promatranom razdoblju Novalja ima izraženo velik broj kampova, dok ih istovremeno, u Pagu niti nema od 2000. godine. To je zasigurno jedan od razloga za bolje turističke rezultate u Novalji, odnosno ukupno veći broj turista. Hotela je u oba naselja podjednako, iako Pag u ovom pogledu ima veći trend porasta. S obzirom na privatni smještaj, iako je prije rata privatnog smještaja bilo znatno više u Novalji, danas su brojevi podjednaki u oba naselja.

Uvid u trenutnu ponudu smještajnih kapaciteta na otoku moguće je napraviti i internetskom pretragom neke od poznatih stranica za iznajmljivanje smještaja kao što su Booking.com ili Airbnb. Tako je na stranici Booking.com (URL 11) moguće pronaći 487 oglasa za apartmane koji se iznajmljuju u Pagu. Većina ponuđenih apartmana označena je s tri zvjezdice, ukupno 367 oglasa. Istovremeno, u Pagu se za najam nudi i 56 kuća za odmor, a ponuđeno je i nekoliko ostalih vrsta smještajnih objekata. Što se tiče hotela, ponuđeno je 8 objekata, a podjednako ih je s tri ili četiri zvjezdice. Na području Paga nije oglašen niti jedan kamp.

U usporedbi s Pagom, u Novalji je situacija bitno drugačija. Na stranici Booking.com u Novalji je moguće pronaći čak 1154 apartmana. I u Novalji većina apartmana nosi oznaku tri zvjezdice, njih 806. Oglašene su i 93 kuće za odmor, znatno više nego u Pagu. U Novalji je više i hotela, njih 10 od kojih većina nosi četiri zvjezdice. U ponudi su i dva kampa.

Kao što je već navedeno, i ostala mjesta na otoku ostvaruju dobre turističke rezultate pa je sukladno tome moguće pronaći i različite smještajne kapacitete u drugim dijelovima otoka. Ipak, trend dominacije apartmana u odnosu na ostale vrste smještaja je i dalje prisutan. Tako su, primjerice, u Povaljani ponuđena 223 apartmana i 1 hotel. U Mandrama također prednjače apartmani, 144 oglašena, dok ih je u Staroj Novalji 101. U ostalim naseljima na otoku brojevi su nešto manji, ali u konačnici dovode do podatka da je na otoku oglašeno ukupno 2616 apartmana, 20 hotela i 6 kampova (URL 11).

Pri analizi navedenog treba biti svjestan kako ovakva metoda prikupljanja podatka ima svoja ograničenja. Primjerice, broj oglasa je podložan variranju, a dio smještajnih kapaciteta nije uopće oglašen na nekoj od online platformi već se prodaja kapaciteta provodi nekim drugim kanalima. Također, broj zvjezdica malo govori o kvaliteti samog smještaja, pogotovo kada su

---

<sup>1</sup> Plaža, Pagus, Belveder, Intermezzo, Meridijan, Tony, Yellow House, Frane

<sup>2</sup> Kaneo, Loža, Liberty, Liberty Plaza, Joel, Happy Sun of Pag, In Excelsis, Olea, Bok, Trcol

u pitanju apartmani, a ocjena smještaja na platformi je previše subjektivna. Ipak, s ovim podacima moguće je dobiti uvid u općenite trendove koji vladaju na otoku kada su u pitanju smještajni kapaciteti, ali i još jednom potvrditi nesrazmjer između Paga i Novalje koji je uzrokovan orijentacijom Novalje na klupski turizam. Podaci dobiveni internetskom pretragom o vrstama smještajnih kapaciteta koji se nude, uglavnom ne odstupaju od službenih statističkih podataka. Ipak, sitna odstupanja su moguća bilo zbog neprijavljivanja djelatnosti u svrhu izbjegavanja plaćanja poreza ili pak zbog već spomenute prodaje kapaciteta drugim kanalima osim interneta.

Kada se govori o smještajnim kapacitetima na otoku potrebno je istaknuti i kako se situacija rapidno mijenja. Naime, u posljednje vrijeme dolazi do sve većih ulaganja u izgradnju novih hotela (Slika 11.) i kuća za odmor s bazenom, posebice na prostoru Novalje.



Slika 11. *Novoizgrađeni hotel Olea u Novalji*  
(URL 12)

Također, sve je više ulaganja u postojeće apartmane te se radi na podizanju kvalitete i u tom dijelu turističke ponude. Uz porast popularnosti kampova moguće je očekivati i sve više takvih smještajnih kapaciteta, ali i popularizaciju nekog novog oblika smještaja kao odgovor na promjenu turističkih trendova.

S obzirom na kvalitetu smještaja moglo bi se reći kako trenutna situacija pogoduje daljnjem razvoju klupskog turizma, a ujedno je i jedan od odgovora zašto se on tako značajno razvio u Novalji. Podaci istraživanja o navikama mladih na putovanjima, pokazuju da mladi

turisti (iako troše više), zbog svoje fleksibilnosti za smještaj biraju objekte koje karakterizira niži cjenovni razred, te nešto niža razina pruženih usluga. Prema tome, nizak udio hotela, a veliki broj privatnih apartmana upravo je ono što mladi turisti koji su glavni posjetitelji klubova u Novalji i traže. Dok se trenutna situacija ne promjeni, odnosno udio hotela ne poveća, malo je vjerojatno da će se razviti neki drugi oblici turizma (Kožul, 2018.).

U konačnici, postavlja se pitanje koliko je poboljšanje postojećih smještajnih kapaciteta pozitivno za lokalno stanovništvo. Za razvoj su potrebne investicije koje dolaze izvan otoka pa onda, iako postoji prostora za povećanje turističkog prometa, nije sigurno bi li to zapravo odgovaralo lokalnom stanovništvu jer se trenutni prihodi uglavnom slijevaju u njihove blagajne, jer su apartmani većinski u privatnom vlasništvu. Većim dolaskom vanjskog kapitala u Novalju zarada od klupskog turizma sve više napušta otok, a ostaje i pitanje koliko se isplati podnositi negativne učinke ovakve vrste turizma uz minimalnu zaradu u konačnici.

### **6. 3. Prometna povezanost otoka Paga**

Jedna od glavnih pretpostavki za razvoj turizma neke destinacije je dobra prometna povezanost. To podrazumijeva vrijeme trajanja putovanja do destinacije, ali i jednostavnost u organiziranju putovanja, odnosno dostupnost različitih prometnih pravaca za potencijalne turiste. Svaka destinacija može biti povezana prometnim pravcima kopnom, morem ili zrakom. Sama činjenica da se u slučaju Paga radi o otoku dodatno komplicira prometnu dostupnost.

Dostupnija destinacija će imati bolju iskorištenost kapaciteta nego ona koja to nije. Također, kad se govori o dostupnosti turističke destinacije, ne radi se samo o kraćem ili duljem vremenu putovanja, nego i o cijeni putovanja, te najviše o udobnosti putovanja. Stoga se putovanje do turističke destinacije nastoji pretvoriti u turistički doživljaj, a to znači stvaranje atraktivne ponude koju turisti koriste tijekom svog puta do odabrane destinacije i koja znatno prelazi njihove primarne potrebe tijekom putovanja (Lončar, 2007.).

S obzirom na vrstu prijevoza koja se najviše koristi za turistička putovanja u Hrvatskoj, naglasak treba staviti na cestovni prijevoz. Zbog dominacije cestovnog prometa u turističkim dolascima na Jadran, sjevernije turističke destinacije su u boljem tržišnom položaju od južnih, jer su dostupnije i pružaju mogućnost učestalijih dolazaka. Južnije pak destinacije, koje su gotovo u pravilu prirodno atraktivnije, teže valoriziraju tu svoju prednost zbog lošije prometne dostupnosti (Lončar, 2007.). Prema tome, otok Pag ima dobre mogućnosti za turističku valorizaciju i prometno je u povoljnijem položaju od mnogih drugih otoka. To je i rezultiralo porastom turističkog prometa i jačanjem turističkog sektora na otoku.

U kontekstu cestovnog prometa, kao dominantne vrste prijevoza za turiste otoka Paga, najvažnija prometna veza za otok je Paški most. Most je otvoren za promet 1968. godine. Zanimljivo je i spomenuti kako je izravna asfaltna cestovna veza na relaciji Pag – Ražanac – Zadar dovršena tek 20 godina nakon otvaranja mosta. Sam most znatno je poboljšao prometnu povezanost otoka, a time i učvrstio veze s područjem grada Zadra, pa je otok još snažnije počeo gravitirati ovom području, posebice južni dijelovi otoka zbog relativne blizine u odnosu na sjeverna naselja (Magaš, 2011.).

Paški most uvelike je otok Pag pretvorio u poluotok jer su zbog bolje prometne povezanosti ojačale dnevne migracije stanovništva, ali je i pala cijena prijevoza robe te su naselja na otoku postala konkurentnija u gospodarskom smislu. Ipak, zbog specifičnog položaja samog otoka u Velebitskom kanalu, odnosno, izrazite vjetrovitosti, postoje periodi kada je promet mostom zabranjen.

Bura koja na otok puše s Velebita čini oko 35 % ukupnih vjetrova. Upravo je bura problematična jer često dosegne olujnu i orkansku jačinu što otežava promet mostom. Bura je zimi izraženija, dok je ljeti u pravilu rjeđa i slabija. Takav godišnji raspored vjetrova pozitivno djeluje na turizam pa iako se most zatvara zbog bure, to gotovo nikada nije u ljetnim mjesecima. Samim time, nema ni problema u prometu, odnosno, bura u konačnici nema izraženiji negativan efekt na turizam (Magaš, 2011.).

Potrebno je naglasiti i činjenicu da je jaka bura manji problem za cestovni promet preko mosta, nego za trajektne i brzobrodske linije koje također povezuju otok s kopnom. Tako se u slučaju nepovoljnih vremenskih prilika prvo prekidaju pomorske veze otoka s kopnom, a tek u slučaju još snažnijeg vjetra dolazi i do zatvaranja mosta. Ovo je još jedna od činjenica koja ide u prilog važnosti Paškog mosta za lokalno stanovništvo jer je upravo most često jedina prometna veza s kopnom.

Kada se u obzir uzmu ostali oblici prometne povezanosti otoka s kopnom, a prije svega se ovdje radi o pomorskim vezama, potrebno je još jednom naglasiti sezonalni karakter turističkih kretanja na Pagu. Naime, broj ljudi na otoku se u ljetnom periodu godine višestruko poveća, a samim time dolazi i do veće potrebe za prometnim vezama s kopnom. To utječe na broj pomorskih linija i njihovu učestalost, a posljedično i na njihovu popunjenost i isplativost.

Pag je s kopnom pomorski povezan trajektima i brzobrodskim linijama (katamaranima). Ove pomorske veze veći značaj imaju za sjeverozapadni dio otoka, odnosno prostor Ličko-senjske županije, dok jugoistočni dio više gravitira prostoru Zadra pa je most primarni oblik prometne povezanosti za stanovništvo. Slični trendovi prisutni su i kod turista pa tako oni koji

se zadržavaju na sjeverozapadnom dijelu otoka više dolaze morskim putem, a oni na jugoistočnom dolaze mostom, što je i logično, s obzirom na vrijeme trajanja putovanja.

Trajekt na liniji Prizna (kopno) – Žigljen (otok) najznačajnija je prometna veza u Velebitskom kanalu. Učestalost polazaka ovisi o periodu godine, ali i o broju putnika. Od 30. svibnja do 30. rujna trajekt na liniji kopno (Prizna) - otok Pag (Žigljen) plovi danonoćno, a u ostalom dijelu godine plovi 13 puta dnevno u oba smjera od 05:30 do 22:30. Ipak, zbog vremenskih prilika, linija je često u prekidu. Također, ovo je jedina trajektna linija na otoku što podrazumijeva da je ovo ujedno i važan prometni pravac u turističkom smislu (URL 13).

Brzobrodaska (katamaranska) linija Rijeka – Rab – Novalja važna je veza za povezivanje otoka s regionalnim središtem Rijekom, a i sa susjednim otokom Rabom. Plovidba brzim brodom (katamaranom) do Rijeke traje otprilike 2 sata i 30 minuta, a za održavanje linije odgovoran je nacionalni brodar Jadrolinija. Kao što je slučaj i s trajektnom vezom, raspored plovidbe katamarana ljeti je gušći, a uz učestalost polazaka raste i cijena putne karte. Treba istaknuti i kako u ljetnim mjesecima linija ima dobru popunjenost, ali je od veće važnosti za ostale vrste turista, a ne primarno za one koje interesira klupski turizam (URL 14).

Od brodskih prometnih veza potrebno je spomenuti i liniju Lun (Tovarnele) – Rab koja spaja najsjeverniju točku otoka Paga sa susjednim otokom Rabom. Ipak, u turističkom smislu ovaj prometni pravac nema veliku važnost te nije primarni način dolaska na otok. Samim time, broj polazaka nije velik, te se čak i u turističkoj sezoni radi o samo nekoliko plovidbi dnevno. U kontekstu klupskog turizma, ova linija ima izrazito mali značaj jer sam otok Rab za klupske turiste ne predstavlja interesantnu destinaciju (URL 15).

Vezano uz navedene brodske linije, još jednom je nužno spomenuti kako su podložne vremenskim prilikama, prije svega, buri. Prema podacima Agencije za obalni linijski pomorski promet, upravo su ova katamaranska i trajektna linija dvije s najvećim brojem neodržanih veza zbog nepovoljnih vremenskih uvjeta na teritoriju Republike Hrvatske. Čak dvije trećine neodržanih veza su u periodu od studenog do siječnja. Tako linija Prizna – Žigljen u 2017. godini nije prometovala 275 puta, dok linija Novalja – Rab – Rijeka nije prometovala 51 put. (Marinković, 2018.).

Kao još jedan od segmenata prometne povezanosti treba se dotaknuti i autobusnog prometa. Više puta spomenuta sezonalnost turizma očituje se i u broju linija na otoku ovisno radi li se o zimskim ili ljetnim mjesecima. Jedini značajniji međugradski autobusni prijevoznik na otoku je *Antonio tours* koji svakodnevno održava linije između Novalje i Paga te ih povezuje sa Zadrom. U vrijeme turističke sezone broj polazaka je dosta veći, a uvode se i linije za Zagreb i Split. Osim linija spomenutog prijevoznika sa Paga, u sezoni, preko otoka prolazi i nekoliko

drugih autobusnih linija ostalih prijevoznika iz Zagreba, Rijeke i Splita pa je dolazak autobusom na otok dosta jednostavna opcija, iako u konačnici nije prvi odabir za većinu turista.

Uz navedene prometne opcije nužno je sagledati i širu prometnu situaciju. To znači ne samo uzeti u obzir primarne načine kako doći na otok, već i analizirati ukupnu prometnu situaciju u okruženju. U tom smislu na samu prometnu povezanost otoka izrazito povoljno djeluje autocesta A1 Zagreb – Split – Dubrovnik. Ovaj prometni pravac osigurava brzu i sigurnu vezu primorskog djela Hrvatske sa unutrašnjošću, a samim time i povezuje Jadransko more s ostatkom Europe. Upravo je autocesta jedan od razloga za povećanu turističku aktivnost jer je nakon otvaranja autoceste hrvatska obala postala konkurentnija i dostupnija svim potencijalnim europskim turistima koji na odmor planiraju putovati automobilom.

Iako je više puta spomenuto kako je primarni način dolaska turista u Hrvatsku automobilom, pa je i logično da je takva prometna povezanost najbitnija, u posljednje vrijeme moguće je primijetiti nove trendove. Radi se o sve većem broju turista koji za prijevoz biraju neki od niskotarifnih letova koji su sve popularniji. Upravo zbog toga je blizina *Zračne luke Zadar* izrazito važna i za turizam otoka Paga. To je ujedno i jedan od uvjeta za razvoj klupskog turizma jer je struktura gostiju takva da je veliki broj posjetitelja iz udaljenih država ili sa drugih kontinenata pa je let avionom zapravo jedina opcija za dolazak.

Zračna luka Zadar udaljena je oko 60 kilometara od Paga, odnosno otprilike 85 kilometara od Novalje. Za povezanost otoka sa zračnom lukom još jednom treba istaknuti prometni pravac preko Paškog mosta koji je u ovom smislu najbrža i najkraća cestovna veza. Značaj zračne luke, u turističkom smislu, snažno je utjecao prije svega na grad Zadar pa je upravo zahvaljujući niskotarifnim letovima došlo do povećanja broja noćenja i turističkih dolazaka te duljeg trajanja sezone. Ipak, snažan utjecaj je ostao uglavnom i lokaliziran na Zadar, dok okolica bilježi blagi porast, ali je automobil i dalje primarno sredstvo dolaska.

Upravo je za klupski turizam prometna dostupnost zrakom jedan od glavnih preduvjeta za razvoj, prvenstveno zbog strukture turista koja podrazumijeva velik broj dolazaka iz udaljenih zemalja i različitih kontinenata, odnosno, emitivne države iz kojih inače ne dolazi velik broj turista u Hrvatsku.

Zračna luka Zadar služi kao veza s brojnim europskim gradovima, a konstantno se radi i na povećanju broja letova i broja destinacija. Kao neke od najbitnijih trenutno treba izdvojiti London, Manchester, Dublin, Pariz, Amsterdam, Frankfurt, Berlin, Prag, Budimpešta (URL 16). Ujedno, letove obavljaju i brojni svjetski avioprijevoznici kao što su *Ryanair*, *Eurowings*, *Lufthansa*, *Easyjet*, *Luxair*. Od velike važnosti je i činjenica da su neki od avioprijevoznika

Zračnu luku Zadar izabrali za svoju bazu iz koje se vrši organizacija letova, a tu se prvenstveno radi o jednom od najvažnijih niskotarifnih prijevoznika *Ryanairu* (URL 16).

Uz zračnu luku u Zadru treba još spomenuti i zračnu luku u Splitu. Naime, zbog cijene letova i cestovnih transfera, neki turisti se odlučuju za let u Split. Uz to, *Zračna luka Split* povezuje znatno veći broj međunarodnih destinacija od one u Zadru, pa je za neke turiste koji žele posjetiti klubove na Pagu to jedina opcija. Ipak, ovdje se radi o manjem broju turista te je *Zračna luka Zadar* ipak glavna avionska veza za otok.

### **6. 3. 1. Utjecaj klupskog turizma na međugradski promet otoka**

Nakon analiziranja prometnih veza otoka Paga s kopnom, odnosno prometnih pravaca koji se najviše koriste kako bi gosti došli do otoka te njihove uloge u samoj turističkoj ponudi, nužno je dotaknuti se i posebnosti koje je donio klupski turizam, u smislu prometne povezanosti na samom otoku. Naime, većinski klupski turisti koji borave u Novalji i okolnim naseljima imaju izraženu potrebu za prijevozom zbog jednostavne činjenice da su zbog konfiguracije naselja udaljenosti prevelike za hodanje. To se prije svega odnosi na posjet plaži Zrće, u popodnevnim ili večernjim satima te povratak u smještaj u ranim jutarnjim. Iako je klupski turizam lokaliziran na prostoru Novalje i okolnih naselja, udaljenosti ipak prelaze nekoliko kilometara pa je potreba za prijevozom sasvim jasna. Na to treba nadodati i činjenicu da mnogi klupski turisti ne dolaze automobilom, a kada ga i imaju, ne odlučuju se za vožnju zbog alkoholiziranosti ili sličnih razloga.

Navedeno je rezultiralo sa snažnom potrebom za javnim prijevozom u vidu autobusa ili taksija, pogotovo na području Grada Novalje. Odnosno, razvila se potreba za gradskim prijevozom koji je usporediv sa znatno većim gradovima te nije za očekivati da će se takav razviti u gradu veličine Novalje. Tu treba napomenuti da je i u ovom segmentu izražena sezonalnost turizma pa je gradski prijevoz praktički aktivan samo ljeti, dok se zimi svede na svega par polazaka.

Što se tiče gradskog autobusnog prijevoza organiziran je kroz dvije autobusne linije koje povezuju Novalju i Gajac s plažom Zrće. Uz to, u gradu je nekoliko autobusnih stanica, a ovisno o dobu dana, a čak i ovisno o trenutnom broju turista linije prometuju i do šest puta u satu. Cijene prijevoza ovise o vrsti karte (dnevna, tjedna), a za vrijeme trajanja nekih festivala nude se i posebne pogodnosti (URL 17).

Kao zanimljivost, ali i potvrdu razvijenosti klupskog turizma u Novalji, treba spomenuti i činjenicu da za vrijeme trajanja festivala *Hideout* ili *Sonus* broj posjetitelja značajno naraste, a samim time naraste i potreba za prijevozom, odnosno autobusima. Budući da lokalni



prijevoznik nije u mogućnosti odgovoriti tolikim zahtjevima, godinama su angažirani vanjski prijevoznici, najviše Autotrolej iz Rijeke. Tako je 2012. bilo angažirano dodatnih 9 autobusa za potrebe prijevoza za vrijeme trajanja festivala. Slijedeće godine broj je porastao na 19, a uz gradske linije, uspostavljene su i one koje pokrivaju čitav otok (URL 18).

Uz prijevoz autobusom, gradski prijevoz u Novalji oslanja se i na razvijeno taksi tržište. Slično kao i u ostalim segmentima, i taksi prijevoz u Novalji je znatno razvijeniji nego u ostalim naseljima te veličine drugdje na obali, a prvenstveno kada ga se uspoređi s najbližim i najbližim gradom Pagom. Velik broj taksija angažiran je na prijevozu turista od smještaja do plaže Zrće i natrag, a tome svjedoči i red na taksi stajalištu na Zrću (Slika 12.).



Slika 12. *Taksi na Zrću (Novalja)*

Već je spomenuto kako je uslijed rasta popularnosti plaže Zrće, a samim time i porasta turističkog prometa došlo i do širenja utjecaja klupskog turizma na susjedne općine i gradove. To je najizraženije na prostoru Općine Kolan, kod već spomenutog kampa *Noa Glamping Resort*, ali i u taksi prijevozu pa je taksi stajalište napravljeno i na drugom ulazu na plažu Zrće, na području općine Kolan (Slika 13.).





Slika 13. *Taksi na Zrću (Kolan)*

#### **6. 4. Stavovi lokalnog stanovništva o klupskom turizmu**

Na temelju statističkih podataka u radu je objašnjeno kakav značaj klupski turizam ima u ukupnoj turističkoj ponudi otoka Paga. Podaci ukazuju kako je razvoj klupskog turizma rezultirao povećanim brojem turističkih dolazaka i noćenja, a samim time i povećanjem turističkog prometa. Također, objašnjen je i prostorni obuhvat klupskog turizma na otoku, odnosno činjenica da je isti lokaliziran gotovo isključivo na prostoru Grada Novalje. Uz to, u obzir su uzete i promjene koje su uzrokovane orijentacijom na ovakvu vrstu turizma, kako u strukturi smještajnih kapaciteta, tako i u prometnoj povezanosti. Ipak, uz sve navedeno, nužno je uzeti u obzir i stavove lokalnog stanovništva prema klupskom turizmu. Upravo je lokalno stanovništvo najbitniji čimbenik jer je ono izloženo svim pozitivnim i negativnim stranama rasta turističkog sektora. Ujedno, o lokalnom stanovništvu ovisi i budućnost ovakve vrste turizma te je nužno uvažiti i njihovo mišljenje.

Relevantno istraživanje na ovu temu proveo je Institut za turizam pod naslovom „Analiza stavova stanovnika grada Novalje o razvoju turizma u destinaciji“ u prosincu 2013. godine. Istraživanje ispituje općenite stavove o turizmu u destinaciji, ali je dio pitanja posvećen i klupskom turizmu. Iako sada već postoji vremenski odmak u odnosu na vrijeme kada je provedeno ovo istraživanje, ono je i dalje relevantno jer se trendovi u turizmu Novalje nisu previše promijenili. Također, u vrijeme provođenja ovog istraživanja klupski turizam je već dugi niz godina bio dominantna vrsta turizma u Novalji pa su ispitanici bili dobro upoznati s temom.

U istraživanju se još jednom naglašava važnost stavova lokalnog stanovništva te se navodi kako je pozitivan stav stanovnika prema razvoju bilo kojeg oblika turizma jedan od ključnih elemenata uspješnosti razvoja turizma na nekom području. Razvoj turizma zahtijeva infrastrukturna ulaganja javnog sektora koja se financiraju iz poreznih obveza građana. Tamo gdje turizam nije podržan može se očekivati otpor stanovnika prema takvim ulaganjima. Istovremeno, gostoljubivi domaćini jedan su od ključnih čimbenika u formiranju cjelokupnog zadovoljstva posjetom. Konačno, stanovnici u načelu mogu podržavati turizam, ali ne moraju nužno prihvatiti sve vrste turističkih aktivnosti. Stoga je pri planiranju razvoja turizma nužno utvrditi stavove stanovnika prema turizmu i njegovom razvoju te planirati one vrste turističkog razvoja koje su usklađene s težnjama građana (URL 19).

Prema rezultatima istraživanja (2013.) na uzorku od 300 ispitanika, za njih 28.7 % turizam je glavni izvor prihoda. Za 41 % turizam je dodatni izvor prihoda, a samo 30.3 % ne ostvaruje prihode izravno u turizmu. Ipak, zbog multiplikativnih učinaka turizma i ova skupina stanovništva ovisi o turističkom prihodu iako nije moguće u potpunosti odrediti o kolikom postotku se radi. Ovi podaci direktno pokazuju koliko je važna uloga turizma u svakom kućanstvu te koliko obitelji ovisi o turističkim kretanjima.

Većina ispitanika se slaže kako se turizam tiče svih njih, čak 83 %. Interesantno je da je iz podataka vidljivo kako ispitanici nisu zadovoljni sadašnjom strukturom gostiju pa čak 88 % njih tvrdi kako Novalja zaslužuje kvalitetnije goste, a 86 % da je poželjna prisutnost turista izvan ljetne sezone. Na tragu tog razmišljanja je i činjenica da samo 33 % ispitanika smatra kako je turistička ponuda Zrća izuzetno važna za turistički razvoj Novalje. Prema tome, iako je Zrće rezultiralo širenjem turističke ponude i povećanjem turističkog prometa, evidentno je da to nije smjer u kojem stanovništvo vidi razvoj Novalje.

Stanovništvo pak, za razvoj, većinski smatra kako je nužno ulagati u druge vrste turizam, a to su sportski i rekreativno/avanturistički turizam, zdravstveni turizam i wellness turizam, turizam za obitelji, nautički turizam, turizam hrane i vina. Daljnja ulaganja i razvijanje klupskog turizma smatra potrebnim tek 18 % ispitanika. Uz to, istaknuta je i važnost gradnje novih hotela, uređivanje novih vezova za turiste/nautičare te nove šetnice, pješačke i biciklističke staze (URL 19).

Najznačajniji dio ovog istraživanja kada je u pitanju klupski turizam odnosi se na direktna pitanja o stavovima upravo o klupskom turizmu. Tako 67 % ispitanika smatra da klupski turizam omogućava međunarodnu prepoznatljivost Novalje kao turističke destinacije. Ujedno je to i najpozitivnija činjenica kada se govori o klupskom turizmu. Istovremeno, 39 % ispitanika smatra kako je suživot klupskog turizma i ostalih turističkih proizvoda moguć.

Interesantno je da samo 34 % ispitanika drži kako je razvoj klupskog turizma povećao kvalitetu života stanovnika Novalje. Dakle, jasno je da iako su porasli prihodi od turizma, stanovništvo ne smatra kako danas živi bolje nego prije.

Na pitanje je li klupski turizam dovoljan generator turističkog razvoja Novalje potvrdno je odgovorilo samo 21 % ispitanika. Razloge za to moguće je pronaći u već spomenutoj činjenici da orijentacija na samo jednu vrstu turizma ima ograničene mogućnosti u smislu rasta turističke potrošnje, ali i u posebnostima klupskog turizma, odnosno opterećenjima za lokalno stanovništvo i infrastrukturu koji su sastavni dio (URL 19).

Iz rezultata ovog istraživanja moguće je zaključiti kako stanovništvo Novalje nije zadovoljno turističkom ponudom koju trenutno ima te da razvoj turizma vide u nekom drugom smjeru. Paradoksalno je to da im je upravo trenutna turistička ponuda donijela snažan razvoj odnosno veliku financijsku korist. Svoje nezadovoljstvo sve češće ističu i u medijima pa je takvih primjera sve više.

Tako se već 2012. počelo govoriti o referendumu stanovnika Novalje na kojem bi se odlučila budućnost Zrća. Na jednoj od javnih tribina vlasnik poznatog ugostiteljskog objekta Boškinac rekao je: “Hoćemo li imati štale u kojima ćemo gostima ponuditi samo vreće za spavanje ili turizam koji će privući i značajne i vrijedne investicije, ali i goste koji su visoke platežne moći? To što klubovi imaju imena za novaljski turizam i ne znači puno ako gosti imaju slab budžet, a lokalna zajednica mizernu zaradu.” (URL 20).

Brojne primjedbe upućene su i na račun turista koji većinski dolaze zbog klubova pa i sam gradonačelnik navodi kako „prolazeći ovih dana ulicama našeg grada, obilazeći okolna mjesta, slušajući iskustva i doživljaje naših sugrađana i da ne nabrajam dalje, u meni se izmjenjuju osjećaji tuge, gorčine i odgovornosti kao gradonačelnika grada koji je obeščašćen i ponižen barbarizmom i nekulturom značajnog dijela mladih gostiju iz Engleske. Sama činjenica da su engleski gosti za naše prilike izrazito visoke platežne moći, nikome, pa ni njima, ne daje za pravo da se ponašaju na ovakav način koji domaće stanovnike ostavlja gotovo bespomoćnim pred naletom primitivizma, golotinje, pijanstva i razularenosti koju pokazuju ulicama našeg grada i apartmanima koje iznajmljuju i koriste u našem gradu.“ (URL 21).

Sličan stav zastupaju i stručnjaci pa tako Ivo Kunst sa Instituta za turizam kaže kako „Novalja nije razvila svoje potencijale do maksimuma. Turizam se ondje odvija mjesec i pol i poslije je sve mrtvo. Mi radimo dugoročni plan razvoja, treba dopuniti i nadograditi taj party turizam. On je na Ibizi potpuno drugačiji nego u Novalji. U Novalji dolaze gosti starosti od 18 do 25 godina koji nemaju previše ili nemaju dovoljno novaca. Tek su ušli u turističku potražnju,

glasni su, nasilni, ometaju druge ljude u njihovim navikama i izazivaju javnu sablazan ponašanjem, što nije dugoročno prihvatljivo za lokalnu populaciju." (URL 22).

## **6. 5. Anketno istraživanje o stavovima stanovnika otoka Paga o klupskom turizmu kao dijelu turističke ponude na otoku**

Navedeni rezultati istraživanja o stavovima lokalnog stanovništva prema klupskom turizmu, ali i navedeni citati, jasno govore kako situacija u Novalji nije nimalo jednostavna. Naime, stanovništvo je izrazito nezadovoljno načinom na koji se njihov grad profilirao kao destinacija u svijetu. Ipak, to je rezultiralo znatnom financijskom koristi, ali ujedno i onemogućilo razvoj ostalih vrsta turizma. Prema tome, Novalja se nalazi u zahtjevnoj situaciji gdje je ovakva vrsta turizma dugoročno neodrživa, a bilo kakav pokušaj da se uvedu promjene može rezultirati smanjenjem turističkog prometa.

S obzirom na navedeno, a u svrhu što boljeg uvida u stavove i razmišljanja lokalnog stanovništva o problematici klupskog turizma provedeno je vlastito anketno istraživanje tijekom lipnja–kolovoza 2020. na području cijeloga otoka Paga. Na ovaj način su prikupljeni najaktualniji podaci te je na temelju njih moguće analizirati kako se stavovi stanovništva mijenjaju s obzirom na faktore poput mjesta prebivališta, dobne skupne, stupnja naobrazbe i slično.

Kako bi dobiveni podaci realno prikazivali stanje na terenu odabran je reprezentativan uzorak prema mjestu prebivališta i broju stanovnika pojedinog naselja. Stratificiranim proporcionalnim uzorkovanjem došlo se do ukupnog broja od N=196 ispitanika koji su odgovarali na pitanja o vlastitim stavovima i razmišljanjima o klupskom turizmu. Nakon uzorkovanja po mjestu prebivališta, daljnji ispitanici birani su slučajnim odabirom ovisno o dostupnosti i mogućnostima, a istovremeno se nastojalo obuhvatiti što raznolikiji uzorak. Kao što je to i inače slučaj, sve ankete bile su anonimne.

Već na samom početku provođenja istraživanja pokazalo se kako velik dio stanovnika nije zainteresiran za sudjelovanje u istraživanju te znatan dio njih sumnja u anonimnost istraživanja zbog čega nisu htjeli sudjelovati u anketi. Također, tema istraživanja kod mnogih nije pobudila interes, a u određenim naseljima na otoku i sami ispitanici su potvrdili kako o klupskom turizmu ne znaju puno te da nisu dovoljno upoznati s takvom vrstom turizma. Istovremeno, bilo je onih koji su o klupskom turizmu imali izrazito definirane stavove te su spremno dočekali iznositi svoje razmišljanje o ovoj problematici.

U konačnici je u istraživanju sudjelovalo 196 ispitanika, iz svih naselja na otoku. U uvodnom dijelu anketnog upitnika, od ispitanika je traženo da navedu osnovne podatke o sebi,

odnosno, mjesto stanovanja, spol, dobnu skupinu te stupanj obrazovanja. S obzirom na spol, ispitano je 100 muškaraca i 96 žena. Prema dobnoj skupini sudjelovalo je 24 % mlađih od 19 godina, 27 % od 20 do 29 godina, 18 % od 30 do 39 godina, 13 % od 40 do 59 godina i 19 % starijih od 60 godina. S obzirom na stupanj obrazovanja, rezultati nisu proporcionalno podijeljeni jer čak 64 % ispitanika ima srednju stručnu spremu, dok je ostatak ispitanika otprilike ravnomjerno podijeljen u preostale skupine.

Drugi dio anketnog upitnika bio je usmjeren na pitanja o turizmu općenito, te na klupski turizam. Rezultati ukazuju da čak 83 % ispitanika ostvaruje prihod od turizma, što je pokazatelj da je lokalno stanovništvo uvelike ovisno o turizmu koji je glavni pokretač gospodarstva, ali i otvara pitanje ukupnog utjecaja turizma na gospodarstvo otoka. Stoga je teško zaključiti jesu li i ispitanici koji su odgovorili negativno (17 %) u konačnici zapravo ovisni o turizmu, a da toga nisu ni svjesni.

Prema uključenosti u turističke djelatnosti 59 % ispitanika nudi usluge smještaja, a 23 % njih se bavi ugostiteljstvom. Preostali ispitanici prihode u turizmu ostvaruju kroz usluge prijevoza, trgovine ili nečeg drugog. U ovom pitanju moguć je bio višestruki odabir odgovora ako se neki od ispitanika bavi s više djelatnosti. Takvih je bilo svega 8, iz čega se može zaključiti da se velika većina stanovnika orijentirala na samo jednu od djelatnosti te se u potpunosti posvetila istoj, bez da kombinira različite djelatnosti kako bi povećali zaradu od turizma.

U nastavku na prethodno pitanje, ispitanici su se izjasnili i koliki je postotak njihovih ukupnih prihoda zarađen u turizmu. Odgovori su proporcionalno raspoređeni pa za 24 % ispitanika to iznosi do 25 % ukupnih prihoda, odnosno za 23 % od 25 % do 50 % ukupnih prihoda. Od 50 % do 75 % ukupnih prihoda dolazi iz turizma za 33 % ispitanika, a 20 % njih gotovo u potpunosti ovisi o turizmu jer je između 75 % i 100 % njihovih prihoda zarađeno u nekoj od djelatnosti orijentiranih na turizam. Razloge za ovakve rezultate moguće je pronaći u činjenici da se velik dio stanovništva turizmom bavi kako bi ostvarili dodatan, ali značajan prihod, i podigli kvalitetu življenja dok je primarni izvor zarade ili stalan posao izvan turizma ili mirovina u slučaju starijeg stanovništva. Tome u prilog ide i činjenica da većina ispitanika nudi samo usluge smještaja koje je moguće obavljati uz stalno zaposlenje ili u starijoj životnoj dobi, pogotovo ako se radi o manjem broju jedinica za iznajmljivanje.

Kako bi se stekao što bolji uvid u zastupljenost klupskih turista na razini cijelog otoka, postavljeno je pitanje o postotku klupskih turista u odnosu na ostale u ukupnom poslovanju. Za čak 49 % svih ispitanika udio klupskih turista je do 25 % u odnosu na ostale skupine gostiju. Za njih 19 % zastupljenost klupskih turista je između 25 % i 50 %, a za njih 14 % između 50

% i 75 %. 17% ispitanika svoje poslovanje bazira na klupskom turizmu pa je udio klupskih turista za njih između 75 % i 100 %. Rezultati potvrđuju činjenicu da klupski turizam, iako značajan u turističkom sektoru, nije dominantna vrsta turizma na otoku. Samim time postavlja se i pitanje upućenosti ispitanika u realnu situaciju, odnosno jesu li njihovi odgovori bazirani na stvarnom iskustvu s klupskim turistima ili su posljedica negativnih mišljenja i stereotipa koji su postali neodvojivi od klupskog turizma.

U nastavku anketnog upitnika od ispitanika je zatraženo da ocijene koliko se slažu s ponuđenim tvrdnjama. Rezultati njihovih odgovora su prikazani u Tablici 2. Ponuđene tvrdnje ispituju stajališta ispitanika vezano uz klupski turizam, klupske turiste, ali i njihovo viđenje cjelokupnog procesa.

Tablica 2. Slaganje ispitanika s ponuđenim tvrdnjama

	Uopće se ne slažem	Uglavnom se ne slažem	Niti se slažem niti se ne slažem	Uglavnom se slažem	Slažem se
<b>Osobna potrošnja klupskih turista veća je u odnosu na ostale turiste</b>	5 % (10)	6 % (11)	15 % (29)	42 % (82)	33 % (64)
<b>Visok udio klupskih turista pozitivno utječe na percepciju destinacije</b>	16 % (31)	13 % (25)	36 % (70)	23 % (45)	13 % (25)
<b>Uz klupski turizam moguće je istodobno razvijati i ostale vrste turizma</b>	25 % (49)	31 % (61)	23 % (45)	11 % (21)	10 % (20)
<b>Klupski turizam je dugoročno održiv</b>	6 % (12)	9 % (18)	22 % (43)	34 % (66)	29 % (57)
<b>Klupski turizam grada Novalje je turistički promotor otoka Paga</b>	5 % (9)	5 % (9)	12 % (23)	42 % (83)	37 % (72)
<b>Vaša lokalna zajednica treba razvijati klupski turizam</b>	35 % (69)	24 % (47)	15 % (30)	14 % (27)	12 % (23)
<b>Vaša lokalna zajednica u turističkoj ponudi treba imati više klubova za mlade</b>	10 % (19)	13 % (25)	27 % (52)	24 % (47)	27 % (53)
<b>Vaša lokalna zajednica ne treba ništa mijenjati u turističkoj ponudi</b>	22 % (44)	26 % (51)	19 % (37)	14 % (28)	18 % (36)
<b>Vaša lokalna zajednica treba privući što veći broj klupskih turista</b>	31 % (61)	22 % (44)	28 % (55)	7 % (13)	12 % (23)

Prema navedenim rezultatima većina ispitanika na otoku smatra kako je osobna potrošnja klupskih turista veća u odnosu na ostale turiste. Ispitanici su podijeljeni oko utjecaja visokog udjela klupskih turista na percepciju destinacije pa se većina s navedenom tvrdnjom niti slaže niti ne slaže. Samo 10 % ispitanika se slaže da je uz klupski turizam moguće razvijati

ostale oblike turizma što ukazuje na činjenicu da su ispitanici svjesni negativnih učinaka ove vrste turizma. Usprkos tome, većina njih smatra kako je klupski turizam dugoročno održiv.

Za većinu ispitanika klupski turizam grada Novalje je dobar promotor cijelog otoka. Ipak, ispitanici većinski ne žele da baš njihova lokalna zajednica radi na razvoju klupskog turizma. Istovremeno, žele vidjeti više klubova za mlade i promjene u svojoj lokalnoj zajednici, ali su u konačnici protiv privlačenja većeg broja klupskih turista.

Navedeni rezultati pokazuju kako stanovništvo otoka u cjelini smatra kako klupski turizam može poslužiti kao dobar način obogaćivanja postojeće turističke ponude i kao dobra reklama za cijeli otok. Ipak, zbog brojnih negativnih strana klupskog turizma stanovnici ne žele njegov snažniji razvoj, pogotovo ne u svom naselju, niti smatraju kako klupski turizam treba biti okosnica turističke ponude.

Dobivene rezultate je moguće analizirati i prema nekim od izabраниh kriterija kako bi se bolje razumjele činjenice koje utječu na oblikovanje mišljenja o klupskom turizmu. Tako je moguće analizirati odgovore ispitanika prema mjestu prebivališta, odnosno rezultate koje su ponudili stanovnici Grada Paga ili Grada Novalje.

Prije svega, na pitanje o zastupljenosti klupskih turista u poslovanju, čak 81 % ispitanika iz Paga je odgovorilo da se nalazi u rasponu između 0 % i 25 %, a niti jedan od ispitanika nije odgovorio da se zastupljenost kreće u rasponu od 75 % i 100 %. Istovremeno, u Novalji, za 55 % ispitanika zastupljenost klupskih turista je između 75 % i 100 %, a za 2 % zastupljenost je od 0 % do 25 %. Prema tome, jasno je kako je situacija u Pagu i Novalji zapravo u potpunosti obrnuta te da se struktura gostiju zapravo značajno razlikuje.

Zbog razlike u strukturi gostiju različita su i stajališta ispitanika prema klupskim turistima. I u Pagu i u Novalji smatraju kako je osobna potrošnja klupskih turista veća u odnosu na ostale. Ipak, više ispitanika u Novalji smatra kako klupski turizam pozitivno utječe na percepciju destinacije te da je klupski turizam dobar promotor otoka, nego što je to slučaj u Pagu. Također, dok u Novalji smatraju kako lokalna zajednica treba razvijati klupski turizam, u Pagu se tome izrazito protive. Obe kategorije ispitanika se slažu da se u turističkoj ponudi nešto mora mijenjati, ali u Novalji je broj takvih znatno izraženiji. Na pitanje treba li privući što veći broj klupskih turista, u Pagu uglavnom smatraju da ne treba, dok se u Novalji s tom tvrdnjom uglavnom niti slažu, niti ne slažu.

Odgovori koje su ponudili ispitanici na području Grada Paga većinski se podudaraju s odgovorima stanovnika Kolana i Poveljane. Ta činjenica još jednom potvrđuje lokaliziranost klupskog turizma na otoku, odnosno mogućnost podjele otoka na dio s klupskim turizmom koji



se podudara s prostorom Novalje i na dio bez izraženog klupskog turizma, odnosno prostor Kolana, Paga i Poveljane.

## **6. 6. Budući trendovi turizma na otoku**

U kontekstu turizma na otoku i budućih trendova koje je moguće očekivati nužno je još jednom podijeliti otok na onaj dio turističke ponude koji je orijentiran primarno na klupski turizam i onaj dio koji svoju ponudu temelji na tradicionalnijim oblicima turizma. O drugoj skupini već je dosta napisano jer ona reflektira većinu turističke ponude u Hrvatskoj pa je i interes za to područje jako velik tako da sada nema potrebe detaljnije ulaziti u to područje.

Predvidjeti buduće trendove na turističkom tržištu iznimno je zahtjevno jer je ono podložno vanjskim utjecajima i općenitim gospodarskim prilikama države i svijeta. Stoga je predvidjeti budućnost klupskog turizma, kao samo jedne od grana turizma, još teže. Naime, realno je za očekivati da će klupski turizam kao jedan od selektivnih oblika turizma i u budućnosti privlačiti velik broj posjetitelja te da će doći do još izraženije diferencijacije s obzirom na želje i potrebe pojedinog gosta. Ipak, nije sigurno koliko će se klupski turizam zadržati na otoku u ovakvoj mjeri ili u ovakvom obliku.

Naime, zbog sve izraženijeg nezadovoljstva lokalnog stanovništva evidentno je da su promjene nužne. One se prije svega mogu očitovati kroz poboljšanje turističke ponude kroz izgradnju luksuznijih smještajnih kapaciteta i orijentiranje na goste bolje platežne moći. U ovom radu je navedeno kako je taj proces zapravo već počeo kroz recentnu izgradnju novih hotela, kampova i privatnog smještaja više kategorije. Na ovaj način bilo bi moguće smanjiti masovnost turizma i opterećenje za infrastrukturu dok bi prihodi ostali isti ili veći. Ipak, posljedica ovakvog razvoja događaja bit će postepeno prebacivanje vlasništva sa lokalnog stanovništva na vanjsko, što također neće imati povoljan utjecaj na domicilno stanovništvo otoka, prije svega Grada Novalje.

S obzirom na prostorni obuhvat klupskog turizma nije realno za očekivati njegovo širenje na ostatak otoka jer je dokazano da to prije svega ne odgovara lokalnom stanovništvu, a ujedno takav trend nije niti zabilježen do sada, osim na graničnom djelu između Novalje i Kolana. Isto tako, moguće je da s vremenom, kada negativni utjecaji klupskog turizma postanu previše izraženi dođe i do potpunog napuštanja ovakvog oblika turizma. Nužno je spomenuti i nedostatak radne snage koji posljednjih nekoliko godina postaje sve izraženiji problem u turizmu Hrvatske, a sigurno je da će negativno utjecati na sve oblike turizma, pa tako i na klupski turizam. Također, klupski turizam donosi i veliki pritisak na okoliš, a upravo je održivi

razvoj nešto na čemu se u novije vrijeme sve više inzistira. Nije u potpunosti jasno kako će se klupski turizam učiniti održivijim i postoji li za to volje.

U konačnici, treba istaknuti i najrecentniji problem, kako klupskog turizma, tako i turizma općenito, a to je pandemija koronavirusa koja se svijetom raširila početkom 2020. godine. Naime, uslijed pandemije došlo je do snažnog smanjenja putovanja, a posebice u destinacije u kojima nije moguće održavati socijalnu distancu. Upravo klupski turizam je jedan od najpogođenijih oblika turizma ovom krizom. U trenutku pisanja ovog rada sezona završava i već sada je jasno kako je broj turističkih dolazaka na otoku znatno manji. Potrebno je istražiti koliki je zapravo pad te kako će se to odraziti na klupski turizam, ali i ukupnu turističku ponudu Paga. U svakom slučaju, pred klupskim turizmom je neizvjesna budućnost, a tek ostaje za vidjeti u kojem smjeru će se kretati neki novi trendovi.

## 7. Zaključak

Klupski turizam bitna je sastavnica ukupne turističke ponude otoka Paga. Nakon analize statističkih podataka Državnog zavoda za statistiku o broju turista i strukturi smještajnih kapaciteta te provedenog istraživanja moguće je doći do nekoliko zaključaka.

Prva ponuđena hipoteza koja tvrdi kako klupski turizam Grada Novalje pozitivno utječe na ukupna turistička kretanja cijelog otoka Paga može se prihvatiti jer je prema statističkim podacima vidljivo kako je s pojavom klupskog turizma na otoku došlo i do povećanja broja noćenja, a paralelno s tim i povećanja prihoda od turizma (Slika 2., Slika 3., Slika 5.). To je rezultiralo širenjem turističke ponude kroz veći broj kreveta (Slika 10.) i podizanje kvalitete postojećeg smještaja, ali i ulaganja u ostale oblike turističke ponude na otoku.

Druga hipoteza je da klupski turizam, izuzev Novalje, nema značajan utjecaj na turistička kretanja otoka Paga te se također može prihvatiti jer je potvrđena kroz rad. Naime, iako su sva naselja na otoku zabilježila rast turističkog sektora, u Novalji je on znatno izraženiji od ostalih jer je direktna posljedica razvoja klupskog turizma. Kroz anketno istraživanje je potvrđeno kako klupski turizam nije izražen u ostalim naseljima na otoku, izuzev Novalje, jer stanovništvo nema pretjeranog doticaja s klupskim turistima ili je njihova zastupljenost slabo izražena u poslovanju lokalnog stanovništva.

Treća ponuđena hipoteza, koja je podijeljena u dvije, a govori o percepciji lokalnog stanovništva otoka Paga o klupskom turizmu također se u potpunosti može prihvatiti jer:

a) Na području sjevernog dijela otoka (Grad Novalja) stanovništvo je prema anketnom istraživanju svjesno svih nedostataka klupskog turizma, ali istovremeno ima pozitivne stavove prema klupskom turizmu zbog gospodarskog razvitka koji je donio za njihovo naselje

b) Na području južnog dijela otoka (Grad Pag, Općina Poveljana i Općina Kolan) percepcija stanovništva je negativna jer je prema anketnom istraživanju stanovništvo zadovoljno sa sadašnjom vrstom turizma te smatra kako bi širenje klupskog turizma na njihova naselja rezultiralo s više problema nego stvarne koristi.

S obzirom na gore navedeno može se zaključiti kako klupski turizam čini važan dio turističke ponude otoka Paga, iako nije prostorno raširen na svim dijelovima otoka ili u jednakoj mjeri zastupljen. Isto tako, u budućnosti je nužno provesti više istraživanja na ovu temu kako bi se osigurao održivi razvoj svih oblika turizma na otoku. Time bi se istovremeno osigurala i bolja kvaliteta života za ono stanovništvo koje se trenutno bavi s klupskim turizmom, a čiji se problemi zanemaruju jer je financijska korist trenutno jedini bitan element. Također, tek ostaje za vidjeti u kojem će se smjeru razvijati klupski turizam na otoku, pogotovo s obzirom na

izazove koji mu prijete kroz nezadovoljstvo stanovništva, nedostatak radne snage i promjene u navikama nekih budućih turista i turizma općenito.

## 8. Izvori i literatura

1. Avelini Holjevac, I. (1996): *Statistička analiza turističkih kapaciteta Opatijske rivijere*, Tourism and hospitality management, 217-240.
2. Kuvedžić, H. (1999): *Razvoj i suvremeno stanje turizma na otoku Braču*, Acta Geographica Croatica, 34, 127-139.
3. Vizjak, A. (1995): *Jadranski i kontinentalni turizam u turističkoj ponudi Republike Hrvatske*, Tourism and hospitality management, 215-227.
4. Veraja, S. (2001): *Pregled turističkog razvitka Elafitskih otoka*, Geoadria, 6, 57-69.
5. Slunjski, R. (2018): *Turistička valorizacija nepokretne materijalne kulturne baštine u Međimurju*, Hrvatski geografski glasnik, 80, 111-137.
6. Kovačević, T. (2006): *Đurovića jama-špilja, novi speleološki biser u turističkoj ponudi „Lijepa naše“*, Subterranea Croatica, 4, 16-22.
7. Serra-Cantalops, A., Ramon-Cardona, J. (2016): *Host community resignation to nightclub tourism*, Current Issues in Tourism.
8. Krendzelak, J. (2008): *Tourism in Ibiza Island and its destination life cycle*, Dissertation (University of Nottingham).
9. Nofre, J. (2017): *Tourism, nightlife and planning: challenges and opportunities for community liveability in La Barceloneta*, Tourism Geographies.
10. El Maalouf, H. (2015): *Nightlife Tourism: A Blessing or a Curse for Host Communities?*, Journal of Tourism Research & Hospitality.
11. Kožul, D. (2018): *Utjecaj clubbing turizma na transformaciju Grada Novalje*, Diplomski rad, Prirodoslovno-matematički fakultet, Geografski odsjek, Zagreb.
12. Tadej, P. (2006): *Omladinski turizam*, Hrvatski turizam - plavo, bijelo, zeleno, Institut za turizam, Zagreb.
13. Magaš, D. (2011): *Zemljopisna obilježja otoka Paga u funkciji upoznavanja njegove toponimije*, Sveučilište u Zadru, Centar za jadranska onomastička istraživanja.
14. Lončar, J. (2007): *Međuovisnost prometa i turizma u Hrvatskoj*, Geografija.hr.
15. Marinković, V. (2018): *Hrvatski otoci – uvid u prometnogeografske značajke dostupnosti*, Geoadria, 23, 177-205.
16. URL 1 Promet turista u primorskim općinama 1985., Republički zavod za statistiku, Zagreb, 1987., Promet turista u primorskim općinama 1990., Republički zavod za statistiku, Zagreb, 1991., Promet turista u primorskim gradovima i općinama 1995., Državni zavod za statistiku, Zagreb, 1996., Promet turista u primorskim gradovima i općinama u 2000., Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2001., Promet turista u primorskim gradovima i općinama u 2005., Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2006., Promet turista u primorskim gradovima i općinama u 2010., Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2011., Promet turista u primorskim gradovima i općinama u 2015., Državni zavod za statistiku, Zagreb, 2016., <https://www.dzs.hr>, 20. 10. 2020.
17. URL 2 <https://www.google.com/maps/place/Pag/@44.4953086,14.4354777,9z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x4762312ac48a1c53:0xd0d304bc0cb83143!8m2!3d44.4672189!4d14.9916876>, 20. 10. 2020.
18. URL 3 <https://visitnovalja.hr/zabava-na-zrcu/>, 21. 10. 2020.
19. URL 4 <https://dnevnik.hr/showbuzz/clubzone/hideout-festival-na-zrce-privukao-preko-13-000-britanaca---481081.html>, 12. 11. 2020.

20. URL 5 <https://novaljaturist.hr/novosti/dogadanja/zrce-2019>, 21. 10. 2020.
21. URL 6 <https://visitnovalja.hr/adrenalinski-i-vodeni-sportovi/>, 1. 8. 2020.
22. URL 7 <https://www.tzkolan-mandre.com/hr/22-kampovi/91-noa-glamping-resort>, 10. 6. 2020.
23. URL 8 <https://www.poslovni.hr/hrvatska/na-korak-do-plaze-zrce-otvaraju-glamping-resort-342321>, 1. 8. 2020.
24. URL 9 <https://www.tportal.hr/biznis/clanak/partijaneri-na-zrcu-potrose-milijune-ali-koliko-od-toga-zavrshi-u-dzepovima-vlasnika-klubova-foto-20180723>, 21. 10. 2020.
25. URL 10 <https://poslovnipuls.com/2015/07/15/evo-sto-sve-morate-znati-o-konkurentnosti-hrvatskog-turizma/>, 21. 10. 2020.
26. URL 11 <https://www.booking.com>, 31. 8. 2020.
27. URL 12 <https://www.azurtours.hr/wp-content/uploads/2019/02/Hotel-Olea-Novalja.jpg>, 1. 8. 2020.
28. URL 13 <http://www.novalja.info/prometna-povezanost.shtml>, 1. 8. 2020.
29. URL 14 <https://tzgpag.hr/hr/planiraj-putovanje/putovanjem-katamaranom.html>, 1. 8. 2020.
30. URL 15 <https://www.croatiaferries.com/rab-luntovarnele-ferry.html>, 1. 8. 2020.
31. URL 16 <https://www.zadar-airport.hr/>, 5. 8. 2020.
32. URL 17 <https://www.citybus.hr/>, 29. 7. 2020.
33. URL 18 <https://torpedo.media/dobar-posao-na-pagu-autotrolej-prevozeci-partijanere-na-zrce-zaradio-300-tisuca-kuna-vijecnici-smatraju-da-je-mogao-puno-vise/>, 1. 8. 2020.
34. URL 19 [https://www.novalja.hr/db/db\\_dir/news/extra\\_dir/08012014a7e5/analiza\\_stavova\\_stanovnika\\_novalje\\_o\\_razvoju\\_turizma.pdf](https://www.novalja.hr/db/db_dir/news/extra_dir/08012014a7e5/analiza_stavova_stanovnika_novalje_o_razvoju_turizma.pdf), 10. 8. 2020.
35. URL 20 <https://net.hr/danas/hrvatska/izjavama-o-ukidanju-zrca-zeli-se-zlo-turizmu/>, 1. 8. 2020.
36. URL 21 <https://zadarski.slobodnadalmacija.hr/zadar/regional/gradonacelnik-novalje-se-okomio-na-turiste-ogorcen-zbog-mladih-partijanera-nemocni-smo-pred-naletom-primitivizma-i-golotinje-nije-sve-u-novcu-493873>, 1. 8. 2020.
37. URL 22 <https://www.index.hr/vijesti/clanak/Partijaneri-sele-sa-Zrca-Stanovnici-Novalje-zale-se-na-buku-a-u-tjedan-dana-uberu-20-milijuna-eura/762274.aspx>, 2. 8. 2020.

## Prilozi

Prilog 1. Anketni upitnik o stavovima stanovnika otoka Paga o klupskom turizmu kao dijelu turističke ponude na otoku

Poštovani,

Ispunjavanjem upitnika sudjelujete u praktičnom dijelu diplomskog rada na temu ***Klupski turizam kao dio turističke ponude otoka Paga***. Sudjelovanje u anketnom upitniku je u potpunosti anonimno, a dobiveni podaci koristit će se za potrebe pisanja diplomskog rada.

Unaprijed se zahvaljujem na izdvojenom vremenu i trudu te iskrenosti u odgovorima.

1. Mjesto stanovanja: \_\_\_\_\_

*U sljedećim pitanjima zaokruži pripadajući odgovor:*

2. Spol:    M    Ž

3. Dobna skupina : a) do 19    b) od 20 do 29    c) od 30 do 39    d) od 40 do 59    e) od 60

4. Stupanj obrazovanja : a) NSS    b) SSS    c) VŠS    d) VSS

5. Ostvarujete li prihod od turizma?    a) DA    b) NE

6. Kojom se od navedenih turističkih djelatnosti bavite (*moгуć je višestruki odabir*):

a) usluga smještaja    b) ugostiteljstvo    c) prijevoz    d) trgovina    e) nešto drugo:  
\_\_\_\_\_ (*upiši vrstu turističke usluge*)

7. Koliki postotak Vaših prihoda ovisi o turizmu?

a) 0% - 25%    b) 25% - 50%    c) 50% - 75%    d) 75% - 100%

8. Kolika je zastupljenost klupskih turista u odnosu na ostale u Vašem poslovanju?

a) 0% - 25%    b) 25% - 50%    c) 50% - 75%    d) 75% - 100%

Ocijenite Vaše slaganje sa sljedećim tvrdnjama koristeći ljestvicu u rasponu od 1 (uopće se ne slažem) do 5 (slažem se).

	Uopće se ne slažem	Uglavnom se ne slažem	Niti se slažem niti se ne slažem	Uglavnom se slažem	Slažem se
Osobna potrošnja klupskih turista veća je u odnosu na ostale turiste					
Visok udio klupskih turista pozitivno utječe na percepciju destinacije					
Uz klupski turizam moguće je istodobno razvijati i ostale vrste turizma					
Klupski turizam je dugoročno održiv					
Klupski turizam grada Novalje je turistički promotor otoka Paga					
Vaša lokalna zajednica treba razvijati klupski turizam					
Vaša lokalna zajednica u turističkoj ponudi treba imati više klubova za mlade					
Vaša lokalna zajednica ne treba ništa mijenjati u turističkoj ponudi					
Vaša lokalna zajednica treba privući što veći broj klupskih turista					



## Sažetak

### KLUPSKI TURIZAM KAO DIO TURISTIČKE PONUDE OTOKA PAGA

Klupski turizam sve je popularniji oblik turizma za mlade željne zabave i dobrog provoda. Zbog toga brojne destinacije razvijaju svoju turističku ponudu u ovom smjeru. Na prostoru Hrvatske, kao destinacija koja razvija ovakav oblik turizma, ističe se otok Pag, a glavna atrakcija za klupske turiste je plaža Zrće, kraj Novalje.

Rad analizira povijesni razvoj klupskog turizma i nudi osvrt na Ibizu, destinaciju najpoznatiju upravo po klupskom turizmu. Kroz analizu statističkih podataka o ukupnom broju turističkih dolazaka i broju ostvarenih noćenja definira se prostorni obuhvat klupskog turizma te njegov utjecaj na gospodarstvo otoka. Rad analizira smještajne kapacitete na otoku te uspoređuje statističke podatke sa strukturom smještaja oglašenog na internetu. Kroz anketni upitnik o stavovima lokalnog stanovništva o klupskom turizmu istražuje se zastupljenost klupskih turista na otoku i stavovi stanovništva prema ovoj vrsti turizma.

Razvoj klupskog turizma je rezultirao ekspanzijom turističkog sektora i većom zaradom od turizma. Ipak, snažniji utjecaj klupskog turizma ostao je lokaliziran na prostoru Novalje, dok nije izražen u drugim naseljima na otoku. Zbog brojnih negativnih čimbenika klupskog turizma, stanovništvo ne želi njegov daljnji razvoj, bez obzira na ekonomsku korist. S obzirom na navedeno, ostaje vidjeti u kojem smjeru će se razvijati turistička ponuda na otoku u budućnosti.

## Summary

### CLUBBING TOURISM AS A PART OF THE TOURIST OFFER OF THE ISLAND OF PAG

Clubbing tourism is an increasingly popular type of tourism for young people searching for fun and a good time. Therefore, many destinations are developing their tourist offers in this direction. The island of Pag stands out as one of such destinations, with Zrce beach, near Novalja, as one of the main attractions for clubbing tourists in Croatia.

The paper analyses the historical development of clubbing tourism and offers a review of Ibiza, a destination best known for clubbing tourism. Through the analysis of statistical data on the total number of tourist arrivals and the number of overnight stays, spatial boundaries of clubbing tourism and its impact on the island's economy are defined. The paper analyses accommodation on the island and compares statistical data with the structure of accommodation advertised on the Internet. The questionnaire on the attitudes of the local people towards clubbing tourism investigates the importance of clubbing tourists on the island and the attitudes of the people towards this type of tourism.

The development of clubbing tourism has resulted in the expansion of the tourism sector and higher earnings. Nevertheless, stronger influence of clubbing tourism remained localized in the Novalja area, while it is not pronounced elsewhere on the island. Due to a high number of negative factors associated with clubbing tourism, the local residents on the island do not want to see further development of clubbing tourism, regardless of the strong economic benefits. Therefore, it remains to be seen in which direction the tourist offer on the island will develop in the future.