

# Utjecaj festivalskog turizma na održivi turizam grada Novalje

---

**Meštrović, Livio**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2023**

*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:162:738771>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-04-02**



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

*Repository / Repozitorij:*

[University of Zadar Institutional Repository](#)



Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti  
Diplomski studij Poduzetništvo u kulturi i turizmu

**Livio Meštrović**

**Utjecaj festivalskog turizma na održivi turizam  
grada Novalje**

**Diplomski rad**

Zadar, 2023.

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti  
Diplomski studij Poduzetništvo u kulturi i turizmu

Utjecaj festivalskog turizma na održivi turizam grada Novalje

Diplomski rad

Student/ica:

Livio Meštrović

Mentor/ica:

doc. dr. sc Tomislav Klarin

Zadar, 2023.



## Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Livio Meštrović**, ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Utjecaj festivalskog turizma na održivi turizam grada Novalje** 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. veljače 2023.

## SADRŽAJ

1.	UVOD.....	1
1.1.	PROBLEM I PREDMET ISTRAŽIVANJA.....	1
1.2.	CILJEVI ISTRAŽIVANJA.....	3
1.3.	HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA.....	3
1.4.	ZNANSTVENE METODE KORIŠTENE U RADU.....	3
1.5.	STRUKTURA RADA.....	4
2.	TURIZAM U GOSPODARSKOM SUSTAVU.....	5
2.1.	TURIZAM I TURISTIČKA DESTINACIJA.....	5
2.1.1.	Razvoj turizma i turistički trendovi.....	7
2.1.2.	Turistička destinacija u suvremenom okruženju.....	10
2.2.	TURISTIČKA INFRASTRUKTURA.....	13
2.3.	SPECIFIČNI OBLICI TURIZMA.....	15
2.4.	FESTIVALSKI TURIZAM.....	23
2.5.	ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA.....	31
3.	TURIZAM GRADA NOVALJE.....	41
3.1.	GEPROMETNI POLOŽAJ GRADA NOVALJE I OTOKA PAGA.....	41
3.2.	RESURSNO-ATRAKCIJSKA OSNOVA OTOKA PAGA.....	43
3.2.1.	Prirodne atrakcije.....	44
3.2.2.	Kulturna baština.....	47
3.2.3.	Turistički kapaciteti i turizam otoka Paga.....	49
3.2.4.	Festivalski turizam na otoku Pagu.....	53
3.2.5.	Ostale atrakcije.....	58
4.	EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE.....	61
4.1.	METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA.....	61
4.2.	REZULTATI ANKETNOG ISTRAŽIVANJA.....	61
4.3.	REZULTATI ISTRŽAIVANJA PROVEDENOG PUTEM INTERVJUA.....	73
4.4.	TESTIRANJE ISTRAŽIVAČKIH HIPOTEZA.....	76
4.5.	OGRANIČENJA ISTRAŽIVANJA.....	80
4.6.	PREPORUKE ZA DALJNJA ISTRAŽIVANJA IZ PODRUČJA INTERESA.....	80

5. RASPRAVA REZULTATA ISTRAŽIVANJA I PREPORUKE USMJERENE KA ODRŽIVOM UPRAVLJANJU RAZVOJEM TURIZMA GRADA NOVALJE.....	81
6. ZAKLJUČAK .....	84
SAŽETAK .....	85
SUMMARY .....	86
LITERATURA.....	87
POPIS TABLICA.....	95
POPIS ILUSTRACIJA .....	97
PRILOZI .....	98
ŽIVOTOPIS .....	105

## **1. UVOD**

Turizam je danas jedan od najvažnijih gospodarskih segmenata Hrvatske koji generira značajne prihode. Turistički promet u Hrvatskoj iz godine u godinu raste te se je u zadnjih deset godina značajno promijenio. Tako je 2007. godine ostvareno 10 351 442, dok je 2019. godine ostvareno 19 566 146 turističkih dolazaka. Broj noćenja pratio je povećanje broja dolazaka, pa je tako u Hrvatskoj 2007. godine ostvareno 54 627 053, a 2019. godine 91 242 931 turističkih noćenja (DZS, 2022).

Prema istom izvoru, od 2007. godine do 2019. godine broj turističkih dolazaka se povećao za gotovo 90 %. Sukladno povećanju turističkog prometa u RH, u gradu Novalji na otoku Pagu je 2007. godine zabilježeno 114 350, a 2019. godine 266 130 turističkih dolazaka. Broj turističkih noćenja u Novalji 2007. godine je iznosio 794 462, dok je 2019. godine ostvareno 1 689 897 noćenja. Iz navedenih podataka moguće je utvrditi kako se od 2007. godine do 2019. godine broj turističkih dolazaka i noćenja u Novalju povećao preko 100 % (TZ Novalja, 2021).

### **1.1. PROBLEM I PREDMET ISTRAŽIVANJA**

Porastom turističkih dolazaka i noćenja u zadnjih deset godina, grad Novalja postaje destinacija masovnog turizma. Destinacijama masovnog turizma potrebno je upravljati i razvijati ih na održivi način radi mogućih negativnih posljedica neprovođenja istog. Pod održivim razvojem turizma podrazumijeva se „turizam koji maksimizira pozitivne učinke za lokalnu zajednicu, minimizira negativne socijalne i prirodne učinke te pomaže lokalnom stanovništvu sačuvati svoju kulturu i okoliš“ (Bučar et al., 2010).

Značajan udio današnjeg turizma Novalje čini festivalski turizam, pri čemu značajan udio u ukupnim turističkim dolascima ostvaruju turisti mlađe životne dobi čiji je jedan od glavnih motiva uživanje u različitim festivalskim sadržajima koji se odvijaju na obližnjoj plaži Zrće (TZ Novalja, 2022). Na takva događanja dolaze domaći turisti, ali i strani turisti dobre platežne moći. Svi ti turisti žele prisustvovati festivalskim sadržajima koje obilježava neobična atmosfera, upoznavanje ljudi sličnih interesa i upoznavanje svijeta (Cudny, 2013). Razvoj

festivalskog turizma uzrokuje mnoge promjene, a koje imaju pozitivan i negativan učinak na turističku destinaciju.

Najozbiljniji negativni učinci festivalskog turizma koji utječu na kulturnu i prirodnu baštinu, infrastrukturu i lokalno stanovništvo su (Cudny, 2013):

1. prijetnje prirodnom okolišu (voda, atmosfera, klima) uzrokovane većim zagađenjem okoliša zbog masovnosti festivalskog turizma
2. moguća degradacija zelenih površina u slučaju otvorenih festivala
3. gubitak autentičnosti lokalne i regionalne baštine zbog prilagodbe potrebama turista
4. opasnost povezana s predstavljanjem lažne kulturne baštine, "prilagođena" kako bi zadovoljila očekivanja turista
5. brže trošenje određenih elemenata infrastrukture, npr. prijevoz, uzrokovan teškim turističkim prometom te moguća oštećenja infrastrukture kao rezultat vandalizma
6. mogući sukobi između festivalskih turista i stanovnika područja gdje se održavaju festivali
7. zloupotreba alkohola i droga tijekom nekih festivala
8. zločini počinjeni tijekom događaja, pobune.

S obzirom na potencijalne negativne učinke turizma u destinaciji, definiran je **problem ovog istraživanja**, a to je negativni učinak turizma uzrokovan masovnošću turizma i festivalskim turizmom kao specifičnim oblikom turizma. Prema ovome, **predmet istraživanja** je istražiti i analizirati negativne učinke masovnog i festivalskog turizma u turističkoj destinaciji. U tom kontekstu u radu će se analizirati utjecaj masovnog i festivalskog turizma na lokalno stanovništvo grada Novalje i njihovo zadovoljstvo istima. Osim toga, u radu će se analizirati mogućnosti koegzistencije dominantnog festivalskog turizma i ostalih potencijalnih oblika turizma, poput obiteljskog i kulturnog turizma, na cjelokupnom području Novalje, ali i otoka Paga. Osim analize sekundarnih podataka, a kako bi se prikupili relevantni podaci u utjecaju festivalskog turizma na lokalnu zajednicu, u radu će se provesti empirijsko istraživanje korištenjem polustrukturiranog upitnika na lokalnom stanovništvu i polustrukturiranog intervjua s dionicima turizma grada Novalje. Sintezom dobivenih rezultata, utvrdit će se glavni problemi turizma Novalje, kao i potencijalna rješenja usmjerena održivom razvoju turizma grada Novalje.



## **1.2. CILJEVI ISTRAŽIVANJA**

S obzirom na dominaciju festivalskog turizma u Novalji, potrebno je utvrditi pozitivne i negativne učinke festivalskog turizma i moguće prilike za razvijanjem novih oblika turizma. Ciljevi rada su:

- utvrditi učinke masovnog i festivalskog turizma
- utvrditi specifičnosti atrakcijske i resursne osnove grada Novalje i otoka Paga
- utvrditi stavove lokalnog stanovništva o utjecaju turizma u Novalji
- utvrditi mogućnosti razvoja drugih oblika turizma u Novalji
- predložiti smjernice budućeg razvoja turizma grada Novalje.

## **1.3. HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA**

U radu su postavljene sljedeće istraživačke hipoteze:

**H1:** „Postoje razlike u stavovima građana o utjecaju turizma na grad Novalju s obzirom na dob građana.“

**H2:** „Postoje razlike u stavovima građana o utjecaju turizma na grad Novalju s obzirom na uključenost građana u turizam.“

**H3:** „Postoje razlike u stavovima građana o utjecaju turizma na grad Novalju s obzirom na područje stalnog prebivališta građana Novalje.“

## **1.4. ZNANSTVENE METODE KORIŠTENE U RADU**

U pregledu literature prikupljeni su sekundarni podaci iz područja interesa koji su obrađeni relevantnim metodama, poput metoda analize i sinteze, dedukcije i indukcije, metode komparacije i drugim znanstveno-istraživačkim metodama.

Za provođenje istraživanja o utjecaju festivalskog turizma na održivi razvoj turizma grada Novalje, njegovim učincima i mogućim budućim smjerovima razvitka turizma u gradu Novalji, korišten je polustrukturirani anketni upitnik koji je proveden na lokalnom stanovništvu i polustrukturirani intervju koji je proveden s dionicima turizma grada Novalje. Intervjuirano je pet dionika turizma grada Novalje, a anketnim je upitnikom prikupljen 101 odgovor. Prikupljeni podaci obrađeni su odgovarajućim statističkim metodama. Dobiveni rezultati

prikazani su grafički i tablično kako bi se utvrdio utjecaj turizma u gradu Novalji i kako bi se testirale istraživačke hipoteze.

## 1.5. STRUKTURA RADA

Rad se sastoji od šest međusobno povezanih poglavlja. Prvo poglavlje, **Uvod**, predstavlja problem, predmet, ciljeve, hipoteze i znanstvene metode istraživanja. Drugo poglavlje naslova **Turizam u gospodarskom sustavu** daje teorijski pregled teme turizma u suvremenom kruženju, specifičnih oblika turizma s naglaskom na festivalski turizam i održivi razvoj turizma. Treće poglavlje naslova **Turizam grada Novalje** daje detaljan uvid u položaj grada i otoka, kao i detaljan uvid u resursno-atraksijsku osnovu grada. Četvrto poglavlje naslova **Empirijsko istraživanje** centralni je dio rada u kojem su predstavljeni rezultati istraživanja. Peto poglavlje naslova **Rasprava rezultata istraživanja i preporuke usmjerene održivim upravljanjem razvoja turizma grada Novalje** sintetizira ključne rezultate istraživanja i daje preporuke za daljnje djelovanje. Šesto poglavlje je **Zaključak** rada.

## **2. TURIZAM U GOSPODARSKOM SUSTAVU**

S obzirom na povećanje mobilnosti ljudi unatrag nekoliko desetljeća i razvoja prometnih sustava, dolazi do lakšeg i svima pristupačnijeg načina putovanja u različite turističke destinacije. Razvojem prometnica, turističkih destinacija i same svijesti ljudi o mogućnosti putovanja, raste i uloga turizma u gospodarskom sustavu. Većom ponudom usluga smještaja, kao i oblika prijevoza, u turističkoj sezoni i izvan nje, potencijalni turisti se lakše odlučuju na odmor u nekoj stranoj destinaciji, kako zbog prometne pristupačnosti tako i zbog cjenovne pristupačnosti za sve profile gostiju (Čavkek et al., 2011). Definicija turista preuzeta za potrebe rada glasi: “Turist je svaka osoba koja u mjestu izvan svog prebivališta provede najmanje jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj gostiju, radi odmora ili rekreacije, zdravlja, studija, sporta, religije, obitelji, poslova, javnih misija i skupova” (DZS, 2022).

### **2.1. TURIZAM I TURISTIČKA DESTINACIJA**

U počecima turističkih putovanja, ona su bila rezervirana samo za bogatije slojeve društva, dok su danas turistička putovanja pristupačna svima. Sve većom posjetom stranih turista razvijaju se popratne djelatnosti koje se vežu uz turizam te je utjecaj turizma na gospodarstvo neke države značajan zbog veće potražnje za određenim proizvodima i uslugama za vrijeme turističkih kretanja. U društvenom i privrednom razvoju Hrvatske, turizam ima dominantno značenje. Turizam utječe na gotovo sve privredne djelatnosti, direktno ili indirektno. Turizam i turistički promet tako predstavljaju izvore zarade za djelatnosti poput trgovine, sporta, prijevoza, zabave, građevine i slično, što direktno utječe na razvoj navedenih djelatnosti. Turizam također ima značajan direktan pozitivan utjecaj na BDP države, zaposlenost, platnu bilancu, razvoj nerazvijenih područja zemlje i standard stanovništva destinacija.

Mnoge zemlje i regije u razvoju uspjele su razviti svoja gospodarstva uz povećano gospodarsko sudjelovanje kroz razvoj turizma. Turizam se smatra alatom regionalnog razvoja koji pomaže u stvaranju novih lokalnih gospodarskih aktivnosti (Meyer & Meyer, 2015). Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji Ujedinjenih naroda (UNWTO), na globalnoj razini, a posebno u zemljama u razvoju, turizam se smatra značajnim alatom za promicanje gospodarskog razvoja i ublažavanje siromaštva kao alternativa drugim tradicionalnim gospodarskim sektorima kao što je industrijalizacija (UNWTO, 2002).

Na globalnoj razini, turizam se pokazao kao gospodarski sektor koji je neophodan za stvaranje radnih mjesta, kako direktno tako i indirektno, poboljšanje kvalitete života i privlačenje deviza. Sektor također služi kao alternativni oblik izvoza, poboljšanje platne bilance zemlje ili regije i općenito povećanje gospodarskih aktivnosti. Prema Organizaciji za ekonomsku koordinaciju i razvoj (OECD), sektor turizma je radno intenzivan i omogućuje relativnu lakoću ulaska na tržište, s ograničenim preprekama. Kreatori politike prepoznali su razvoj turizma kao rješenje za zapošljavanje velikog broja nezaposlenih mladih i niskokvalificiranih ljudi. To ovisi o ljudima i čimbenicima, kao što su prirodni resursi, infrastruktura i kapitalna ulaganja kako bi se osigurala isporuka kvalitetnih usluga i proizvoda. Dobro obučena radna snaga osigurat će veću konkurentnost ovog sektora i potencijalno povećati učinkovitost tržišta koje se brzo mijenja (OECD, 2000). Najvažnija gospodarska značajka djelatnosti koja se odnosi na turizam je da pridonosi bitnim ciljevima zemalja poput stvaranja prihoda, zapošljavanja i deviznih prihoda. Samim time, sektor turizma ima značajnu ulogu u pokretanju razvoja gospodarstva. Utjecaj turizma u različitim fazama razvoja gospodarstva različit je u svakoj državi, a ovisi o njenim specifičnostima. S obzirom na to da je turistička potrošnja složena, njezin se gospodarski utjecaj naširoko osjeća i u drugim proizvodnim sektorima (Meyer & Meyer, 2015).

Učinci turizma na gospodarstvo, s naglaskom na lokalno gospodarstvo, mogu se kategorizirati u izravne, neizravne i inducirane. Ovi učinci često se mogu razlikovati među zemljama na temelju strukture sektora, ali, najvažnije od toga, koliko su turističke aktivnosti dobro povezane s lokalnim gospodarstvom. Veće veze općenito se pretvaraju u višu razinu lokalne ekonomske aktivnosti (i rasta), što se obično događa kada turistička poduzeća nabavljaju svoja dobra i usluge (uključujući radnu snagu) lokalno, dok se niske razine ekonomskih veza javljaju kada turistička poduzeća ovise o uvozu (uključujući osoblje) zadovoljavajući njihove zahtjeve. Ukupni učinci sektora su zbroj izravnih, neizravnih i induciranih učinaka (Lemma, 2014). Izravni učinak predstavlja BDP generiran aktivnostima koje se izravno bave turizmom, kao što su hoteli, putničke agencije, zračni prijevoznici i turoperatori, kao i restorani i druge aktivnosti koje služe turistima. Neizravni utjecaji su učinci koji nastaju zbog aktivnosti koje poduzima sektor, a funkcija su tri različita čimbenika: 1. kapitalna ulaganja u turizam: uključuju kapitalna ulaganja unutar svih sektora koji su izravno uključeni u turističku industriju, kao i potrošnju poduzeća u drugim sektorima na turističkoj imovini, kao što su prijevoz ili smještaj; 2. državna potrošnja za turizam: državna potrošnja za potporu turističkom sektoru, koja može uključivati i nacionalnu i lokalnu potrošnju. Aktivnosti uključuju promociju turizma, usluge posjetitelja, administraciju itd.; 3. učinci lanca opskrbe: predstavljaju kupnju domaćih dobara i usluga, kao

inputa za proizvodnju njihovih konačnih proizvoda, od poduzeća u sektoru turizma. Inducirani utjecaji predstavljaju širi doprinos turizma kroz rashode onih koji su izravno ili neizravno zaposleni u turističkom sektoru (WWTC, 2020).

### **2.1.1. Razvoj turizma i turistički trendovi**

Kao pojam, turizam je sveobuhvatan, mnogoznačan i raznolik te je samim time današnji turizam široko rasprostranjen i općeprihvaćeni društveno-ekonomski fenomen koji u svom razvoju ne prepoznaje granice. Razvojem modernih, bržih, učinkovitijih te samim time i komfornijih oblika prijevoza, u modernom dobu gotovo da nema osobe koja barem jednom nije bila turist ili putnik. Posredno time i najzabačeniji dijelovi svijeta postaju pristupačniji ljudima željnim putovanja, upoznavanja novih područja te stjecanju novih iskustava. U današnje moderno vrijeme turističke potrebe zbog razvoja novih tehnologija i sve većih mogućnosti putovanja turističke potrebe gotovo da se izjednačuju s onima primarne potrebe. S obzirom na sve veći utjecaj turizma na današnji način života dovelo je do potrebe da ga se znanstveno proučava te da ga se definira i pokuša razumjeti. Jedna od najsveobuhvatnijih definicija turizma je ona koju su iznijeli Hunziker i Krapf 1942. godine, a kasnije ju je prihvatio i nadopunio AIEST, a glasi: „Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije vezana nikakva njihova gospodarska djelatnost” (Pirjevec & Keser, 2002, str. 5). Turizam bez ljudi koji ga prakticiraju i konzumiraju ne bi mogao postojati te se ti ljudi nazivaju turistima. Pirjevec i Keser (2002, str. 5) su preuzeli Cohenovu definiciju turista koja ih definira kao „dobrovoljne i privremene putnike koji putuju u očekivanju zadovoljstva koje im mogu priuštiti novosti i promjene doživljene na relativno dugom i neučestalom kružnom putovanju”.

Kroz navedene definicije može se zaključiti da turizam definira promjena lokacije koja se odvija kada turist želi zadovoljiti svoju potrebu i kako bi doživio zadovoljstvo. Turistima se ne smatraju osobe koje prilikom putovanja obavljaju neku od lukrativnih djelatnosti, ali i ako na putovanju ne ostvare barem jedno noćenje. Turisti koji putuju na jedan dan, bez noćenja, nazivaju se izletnicima. Kao osnovni preduvjet putovanja turista individualno navod se motiv. Motivi mogu biti različiti, a različiti turisti putuju iz različitih motiva. Dok neki putuju kako bi upoznali novu kulturu i destinaciju, drugi putuju, primjerice, samo zbog zabave ili događanja koje se odvija na mjestu turističkog posjeta. Na motivima se temelje i različite atrakcije, poput prirodnih atrakcija, povijesne baštine, znamenitih osoba, manifestacija i slično (Kušen, 2001). Tri primarna čimbenika koja utječu na razinu turističke potražnje su: ukupni rast turizma, rast

specijaliziranih putovanja te povećanje svijesti i brige za okoliš. Na svaki od ovih čimbenika pak utječu brojni elementi. Očekuje se da će ukupni turizam nastaviti rasti brže od svjetske ekonomske proizvodnje kao rezultat čimbenika, kao što su rast stanovništva, rast prihoda i zaposlenosti, kraći radni tjedni u mnogim dijelovima svijeta i sve veća integracija svjetskih gospodarstva i društva. Brzi rast specijaliziranih putovanja potaknut je nekim od istih čimbenika, ali postoji niz dodatnih objašnjenja - popularnost rekreacije na otvorenom i novi interes za zdrav način života. Ekološka zaštita je još jedan od elemenata koji su promijenili stavove ljudi o tome kako bi trebali provoditi svoj odmor (OECD, 2000).

Kako je ranije navedeno, sukladno motivima i atrakcijama razvijaju se oblici turizma koji postaju sve specifičniji, sukladno zahjevima i trendovima tržišta. Turizam se tijekom povijesti mijenjao i prilagođavao, a razvoj turizma moguće je pratiti uz razvoj čovječanstva. Drugim riječima, turizam postoji od kada postoji čovječanstvo. Putovanja u ranijoj povijesti zahtijevala su sredstva i posebnu organizaciju, stoga su bila rezervirana samo za najbogatije, no mogućnosti su tijekom godina povećane, a poseban rast i razvoj turizma bilježi se pojavom i razvojem tehnologije. Troškovi turističkih putovanja smanjeni su, informacije i prijevozna sredstva dostupni su kao nikad ranije, turističke destinacije prilagođene su, a u modernom dobu većina ljudi je barem jednom u svom životu bila turist. Kada se promatraju teorije razvoja turizma, razlikuju se dvije dominantne gdje jedna tvrdi kako se razvoj turizma može pratiti još iz antičkog doba, dok druga navodi kako se počeci turizma mogu pratiti od industrijalizacije. Kao najčešća podjela faza turizma koristi se ona W. Ferrera, prema kojem je turizam podijeljen u četiri faze: „1. faza - do 1850. godine, a karakteriziraju ga putovanja visokog elitnog društvenog sloja ili nomadstvo i ratovi nižeg sloja; 2. faza – od 1850. do 1914.; 3. faza – od 1914. do 1945. obje navedene faze karakterizira postepeno širenje putovanja na šire slojeve i napredak tehnologije pa su dostupna i putovanja u dalje krajeve koja prije nisu bila moguća, prvenstveno zbog razvoja različitih sredstava prometovanja. Četvrta faza traje od 1945. godine do danas, a karakteriziraju je motivi odmora, zabave i opuštanja i širenje turističkih putovanja na sve slojeve društva.“ (Čavlek et al., 2011)

Ostale teorije i klasifikacije kao temeljne prekretnice uglavnom navode industrijske revolucije i svjetske ratove. Kao razloge ovakvih klasifikacija navode se dinamičnosti u kretanju stanovništva, preraspodjela bogatstva i moći, tehnološki napredak, niži troškovi putovanja i slično. Današnji turizam na globalnoj razini bilježi velike brojke. Godišenje izvješće UNWTO-a za 2019. godinu ukazuje kako je u toj godini ostvareno preko 1 460 000 000 turističkih

dolazaka na svjetskoj razini. U odnosu na godinu ranije, zabilježen je porast od 4 % (UNWTO, 2020). Tako je 2019. bila još jedna godina snažnog rasta, iako su međunarodni dolasci rasli ispod iznimnih stopa zabilježenih u 2017. (+7 %) i 2018. (+6 %). Nešto je slabija potražnja za putovanjima u destinacije s naprednim gospodarstvom u različitim regijama, a neizvjesnost oko Brexita, geopolitičke i trgovinske napetosti te usporavanje globalne ekonomije utjecali su na rast. Godina 2019. je također bila godina velikih pomaka u sektoru s kolapsom turističke grupe Thomas Cook i nekoliko niskotarifnih zračnih prijevoznika u Europi. Sve regije bilježe porast dolazaka u 2019., predvođene Bliskim istokom (+8 %). Azija, Pacifik te Europa zabilježile su rast od 4 %. U pozadini globalnog gospodarskog usporavanja, potrošnja u turizmu nastavila je rasti, ponajviše među deset najvećih potrošača u svijetu. Francuska je izvijestila o najvećem porastu rashoda za međunarodni turizam među deset najvećih svjetskih odlaznih tržišta (+11 %), dok su Sjedinjene Američke Države predvodile rast u apsolutnom iznosu (+8 milijardi USD) (UNWTO, 2020).

Kao prijevozno sredstvo, u turizmu se najviše koristi zračni prijevoz (59 %), a najmanje su zastupljeni vodni i željeznički prijevoz (zajedno 6 %). Cestovni prijevoz nalazi se na drugom mjestu zastupljenosti. S obzirom na motiv i svrhu putovanja, turisti najčešće putuju zbog odmora i rekreacije (55 %), dok su na drugom mjestu posjeti prijateljima i rodbini te zdravstveni i religijski motivi i ostalo (28 %). Poslovni motivi nalaze se na trećem mjestu (11 %). Suvremeni turistički trendovi vezani su uglavnom za održivost i održivi razvoj turizma. Održivost se u turizmu manifestira kroz pet točaka (UNWTO, 2020):

1. održivi ekonomski razvoj
2. povećanje zaposlenosti, socijalna uključenost i smanjenje siromaštva
3. učinkovitost resursa, zaštita okoliša i klimatske promjene
4. očuvanje i njegovanje kulturne baštine i raznolikosti
5. uzajamno razmijevanje, mir i sigurnost

Sve navedene točke teže odmicanju od masovnog turizma. Također, ovakvim se razvojem nastoji minimizirati negativne, a maksimizirati pozitivne učinke turizma. „Suvremeni turisti traže kompenzacijski efekt brzog života pa su glavni čimbenici na kojima počiva suvremeni turizam: sigurnost, zdravlje, ekologija i kultura.“ (Vidak & Sindik, 2015) Također, „turisti traže onu vrstu ponude koja im nudi aktivno provođenje odmora, nove doživljaje i iskustva te dokoličarsku edukaciju. Sve ovo također treba biti u granicama održivog turizma na način da

pomaže i poboljšava život lokalne zajednice, donosi ekonomski probitak, štiti okoliš i klimu i slično“ (Krešić, Miličević, & Marković, 2010).

### **2.1.2. Turistička destinacija u suvremenom okruženju**

Gore navedeni trendovi u turizmu povezani su s današnjim životnim trendovima, što posebno dolazi do izražaja u segmentu zdravog i aktivnog načina života, kao i trenda očuvanja okoliša. Navedeni životni trendovi utječu i na trendove u turizmu, stoga turisti sve više referiraju destinacije s očuvanim okolišem i novom ponudom koja je u skladu s filozofijom prirodnog i održivog življenja. Takve destinacije brzo se pozicioniraju na heterogenom tržištu. Turističko se tržište, kao i svako drugo, sastoji od ponude i potražnje. Može se definirati kao „skup odnosa ponude i potražnje u području usluga i dobara što služe za podmirenje turističkih potreba na određenom prostoru“ (Vukonić & Čavlek, 2001, str. 407). Turistička ponuda se definira „kao količina roba i usluga koja se nudi turistima na određenom turističkom tržištu, u određeno vrijeme i po određenoj cijeni“ (Pirjevec & Keser, 2002, str. 107). Isti izvor navodi kako se turistička ponuda temelji na četirima elementima: atraktivnost prostora, prometna dostupnost, izgrađeni receptivni kapaciteti i promocija u turizmu. Samim time, jedna od temeljnih značajki turističke destinacije je atraktivnost.

Isti izvor ukazuje kako se turistička ponuda mora temeljiti na četirima elementima, a to su: „Atraktivnost je mjera u kojoj neka destinacija ili atrakcija privlači turiste. U današnjem svijetu atraktivnost prostora je preduvjet za bilo kakav turizam, ali sama atraktivnost ne jamči uspješnost. Ostali navedeni elementi također trebaju biti prisutni da bi turizam donosio pozitivne učinke. Mnoge turističke destinacije posjeduju atraktivne elemente ponude, no zbog nedovoljnog ulaganja u ostale elemente turističke ponude nisu dosegle puni turistički potencijal.“ (Pirjevec & Keser, 2002, str. 107)

„Turistička potražnja se definira kao ona količina dobara, usluga i robe koju su turisti skloni pribaviti uz određenu cijenu, odnosno uz određeni devizni tečaj, ako je potražnja inozemna.“ (Senečić & Vukonić, 1997, str. 27) Isti autori navode kako „potražnja ovisi o objektivnim i subjektivnim činiteljima. Objektivni činitelji su životni standard te životna i radna okolina, slobodna sredstva i slobodno vrijeme. U subjektivne činitelje spadaju moda, oponašanje, prestiž i slično.“ Kako su elementi koji utječu na potražnju raznoliki, potražnja je samim time heterogena i sa značajnim utjecajem na ponudu. Ponuda se kreira s obzirom na potražnju koja se često mijenja i varira. „Turističko tržište je specifično po tome što se razmjena događa tek



kada potražnja dođe na mjesto ponude. Osim toga, specifičnost je i u postojanju mnoštva posrednika koji nastoje spojiti turističku ponudu i potražnju.“ (Senečić & Vukonić, 1997, str. 27)

Mjesto na kojem se susreću turistička ponuda i potražnja je destinacija. Turistička destinacija je „mjesto konzumacije turističkog proizvoda i provođenja slobodnog vremena (odvijanja aktivnosti). Promatra se kao prostorna jedinica u kojoj se ostvaruje turistički promet temeljem raspolaganja turističkim kapacitetima“ (Gržinić, 2019, str. 79). Magaš, Vodeb i Zadel (2018, str. 47) destinaciju definiraju kroz pet različitih aspekata. To su: prostorni i geografski aspekt, aspekt sadržaja turističke ponude, aspekt stavova turista, poslovni (strateški) aspekt i sustavni aspekt. Prema Galičić i Laškarin (2016, str. 186-187), „turističku destinaciju čini skup komponenata, odnosno amalgami koji se mogu svesti na koncept 6A“:

- *Attractions* (atrakcije)
- *Amenities* (receptivni sadržaji)
- *Accessibility* (pristup)
- *Available packages* (dostupni paket-aranžmani)
- *Activities* (aktivnosti)
- *Ancillary services* (pomoćne usluge)

Uz termin turistička destinacija, u literaturi se koristi i termin turistička regija. Turističku regiju predstavlja „prostorna cjelina u određenim administrativnim granicama unutar kojih se provodi turističko planiranje i politika.“ Uži pojam od turističke destinacije, turističko mjesto predstavlja preteču današnje destinacije (Galičić & Laškarin, 2016). Različite su definicije autora vezano za turističku destinaciju, međutim, sažeto, turistička destinacija označava prostor u kojem se turistički proizvod i potrošači ciljane tržišne grupe spajaju, odnosno mjesto gdje se turizam odvija. Prema UNWTO-u, razlikuju se tri vrste destinacija koje su objašnjene u sljedećoj tablici.

Tablica 1. Vrste destinacija prema UNWTO-u

Udaljena destinacija	Najudaljenija je od domicila turista.
----------------------	---------------------------------------

Glavna destinacija	Mjesto gdje turisti provedu najviše vremena na putovanju.
Motivirajuća destinacija	Mjesto je ili područje koje turist bira kao primarno odredište svog putovanja.

Izvor: (UNWTO, 2020)

„Turistička destinacija daje odgovor na suvremena kretanja u načinu korištenja slobodnog vremena. Ona odražava i bitne promjene u filozofiji turističke politike, koja tržište razvoja prebacuje od smještajnog objekta na cjelokupni prostor koji raspolaže dostatnim elementima ponude, koje tržište preferira neovisno o administrativnim granicama.“ (Magaš, Vodeb, & Zadel, 2018) Turistička destinacija se razvija razvojem turizma u njoj i upravo tu leži poveznica turizma i turističke destinacije. Destinacija je podložna promjenama u turizmu, odnosno turizam uvjetuje smjer kretanja destinacije. Tako, npr. masovni nekontrolirani ili neodrživi turizam podliježe destinaciju degradaciji i njenom uništenju, dok, npr. održivi razvoj turizma u destinaciji pomaže destinaciji u njezinom rastu i razvoju koji će biti na dobrobit cijeloj zajednici. Nedvojbeno je kako turizam koristi zemljama i zajednicama. Možda se najočitija korist od turizma vidi u gospodarstvu zemlje ili regije kako je ranije prikazano. Ranije je glavni fokus istraživanja u sektoru turizma bio razvoj strategija za optimizaciju turističkih posjeta i ekonomskih koristi destinacijskih područja. Međutim, zajedno s razvojem turizma, istraživanja su se počela pomicati prema nastojanjima da se poboljša održivost turizma (Uysal et al., 2016).

Destinacijski gledano, razvoj turizma stvara prilike za zapošljavanje i prihod lokalnoj zajednici. Turizam također može stvoriti tržište za lokalne obrte, dajući novčani poticaj za nastavak tradicionalne ili lokalne umjetnosti i običaje. Također, može osigurati tržište za lokalne proizvode. Drugi način na koji turizam može biti od koristi lokalnom stanovništvu je da infrastruktura potrebna za turizam postane dostupna lokalnom stanovništvu, kao što su autoceste i zračne luke. To također može omogućiti bolji pristup širim tržištima za lokalno stanovništvo (Glup, 2021). Nadalje, turizam igra ulogu u širenju tehničkog znanja te istraživanju i razvoju u destinaciji. Osim ekonomskih koristi, turizam može potaknuti bolje razumijevanje različitih načina života i bolje uvažavanje problema specifičnih za određenu destinaciju. Turizam, kako domaći tako i međunarodni, može potaknuti očuvanje i održavanje kulture, tradicije i kulturno značajnih destinacija. Oni koji putuju na odredište zbog svog

prirodnog okruženja mogu pomoći u očuvanju i zaštiti destinacije od daljnjeg ekološkog propadanja. Prihodi od turizma mogu doprinijeti ili omogućiti očuvanje i obnovu povijesnih mjesta (Kreag, 2001).

Sve je više dokaza da turizam ne može imati samo pozitivan učinak, već može i negativno utjecati na gospodarstvo, socio-kulturu i okoliš u područjima turističkih destinacija. Svijest o ovoj činjenici uzrokuje pomak u dosadašnjoj agendi politike razvoja turizma. Razvoj turizma više nije usmjeren samo na napore za unapređenje gospodarstva, već i na napore za poboljšanje dobrobiti zajednica u turističkim destinacijskim područjima, uključujući njihovu kvalitetu života (Mathew & Sreejesh, 2017). Sve više dokaza pokazuje da su pozitivne percepcije zajednice o utjecaju turizma na njihovu kvalitetu života povezane s jačom potporom zajednice turizmu, što je važan uvjet za održivost turizma u destinacijama.

## **2.2. TURISTIČKA INFRASTRUKTURA**

Infrastruktura je presudna za kvalitetni razvoj destinacije, a može utjecati čak na izbor destinacije kod turista. Ulaganjem u javnu turističku infrastrukturu, stvara se nova atrakcijska osnova i novi motivi za dolazak posjetitelja. Da bi se turistički objekti i usluge uopće mogli koristiti, neophodna je adekvatno razvijena infrastruktura. Turistička infrastruktura općenito obuhvaća „transport (zračni, cestovni, željeznički, na vodi, moru), opskrbu vodom, električnom energijom, odlaganje otpadnog materijala i telekomunikacije. Osiguranje adekvatnih infrastrukturnih uvjeta također je važno da bi se zaštitio okoliš. Na taj način osigurava se visoka kvaliteta okoliša, što je neophodno za uspješan razvoj turizma, a poželjno i za lokalno stanovništvo“ (Magaš, Vodeb, & Zadel, 2018, str. 95).

Turistička infrastruktura obuhvaća skup objekata i sadržaja kojima je određeno područje opremljeno za potrebe turističkih tokova. Naime, riječ je o infrastrukturi koja je povezana s komunikacijom, smještajem, ugostiteljstvom i povezanim uslugama. Struktura turističke infrastrukture sastoji od sljedećih elemenata: tipično turistička infrastruktura (smještajni kapaciteti, objekti za opsluživanje dolazaka, turističke informacije i staze), paraturistička infrastruktura (prometni objekti – ceste i prometne točke), lokalni sadržaji – komunalni i javni prijevoz, trgovački i uslužni objekti), gastronomski i popratni sadržaji (sport, odmor, zabava) (Blazeska, Strezovski, & Milenkovska Klimoska, 2018). Turistička infrastruktura osigurava

realizaciju turističkih usluga kao što su smještaj, ugostiteljstvo, prijevoz i druge povezane usluge. Turistička infrastruktura obuhvaća (Magaš, Vodeb, & Zadel, 2018, str. 33):

- opskrbu energijom
- opskrbu vodom
- odlaganje otpada
- transportnu mrežu
- telekomunikacije
- smještaj
- mogućnost rekreacije
- otvoreni prostor.

U širem smislu, infrastruktura uključuje fizičke, pravne, ekološke i mentalne pogodnosti koje doprinose da turistički proizvod bude ugodan, pouzdan i održiv. Fizička infrastruktura od izravnog značaja za turizam uključuje rekreacijske sadržaje koji, uz hotele i druge oblike smještaja, toplice i restorane, čine glavnu turističku infrastrukturu. Infrastruktura se također može smatrati zbrojem ekonomskog i društvenog režijskog kapitala. Dok se ekonomski kapital usredotočuje na potporu proizvodnim aktivnostima (npr. ceste, ulice, mostovi itd.), društveni kapital usredotočuje se na povećanje ljudskog kapitala uglavnom putem javnih društvenih usluga (npr. javno zdravstvo i obrazovanje). Opseg turističke infrastrukture je širok i povezan sa svim onim elementima u destinaciji koji omogućuju i potiču razvoj turizma. Na taj se način različiti aspekti infrastrukture i rekreacijskih sadržaja mogu smatrati elementima turističke infrastrukture. U širem smislu, uključuje sve one sadržaje koje turisti koriste kada napuste svoje domove, stignu na odredište i vrate se kući (Mandić, Mrnjavac, & Kordić, 2018).

Prema Coviellu, Winklhoferu i Hamiltonu (2006), turistička infrastruktura je niz uređaja i institucija koji čine materijalnu i organizacijsku osnovu za razvoj turizma. Sastoji se od četiriju osnovnih elemenata: smještajnih kapaciteta, objekata za hranu i piće, popratnih sadržaja i komunikacijskih objekata. Adebayo i Iweka (2014) ističu da se turistička infrastruktura može smatrati fizičkim elementima koji su dizajnirani i podignuti za pružanje usluga posjetiteljima. Snažan odnos između razvoja turizma i infrastrukture teorijski su utvrdili brojni autori. Destinaciju, osim njenih atrakcija, smještajnih i drugih ugostiteljskih objekata, kao i popratnih sadržaja, čini i infrastruktura te je izuzetno važno da se ulaže u sve segmente koji u destinaciji čine cjelokupnu turističku priču.

Infrastruktura čini jedan od faktora razvoja turističke ponude, pogotovo segmenti prometne komunalno-tehničke i takozvane velike infrastrukture. Radi se o materijalnim preduvjetima, a analiza ukazuje na stanje, prilagođenost i iskorištenost te pogodnost za budući razvoj neke destinacije. Galičić i Laškarin (2016) faktore turističke ponude dijele na: faktore atraktivnosti, faktore receptivnosti i faktore komunikativnosti. U infrastrukturnom smislu, značajni su faktori komunikativnosti i prometni faktori jer omogućavaju turistima da stignu na destinaciju. Faktore komunikativnosti čine različite vrste prometa, poput željezničkog, brodskog i zračnog. Faktori komunikativnosti važna su pretpostavka kvalitetnog povezivanja destinacije s potražnjom.

### 2.3. SPECIFIČNI OBLICI TURIZMA

Turizam se često percipira kao alat za postizanje razvoja zajednice. Zbog društvenih promjena, sve veće važnosti održivosti i izazova specifičnih za turizam (npr. prekomjerni turizam), sve su važniji specifični oblici turizma koji zadovoljavaju potrebe turista za autentičnim iskustvima. Specifični turizam također može podržati šire razvojne ciljeve zajednice promicanjem sudjelovanja uz kulturne i ekološke aspekte (Herbold , Thees, & Philipp, 2020). Specifični oblici turizma, nazvani još selektivnim ili posebnim oblicima, odnose se na turističke interese za bilo koja specifična područja turizma. Specifični oblici turizma rastući su segment na globalnom tržištu putovanja i turizma. Ipak, broj turista s posebnim interesom i dalje je nizak u usporedbi s masovnim turistima i to je pitanje temeljni problem održivosti u turizmu (Trauer, 2006).

Pregledom literature vidljivo je kako postoji više klasifikacija i vrsta specifičnih oblika turizma, ovisno o autoru. Kako navode Galičić i Laškarin (2016, str. 65): „posebni oblici turizma odnose se na skup pojava i odnosa povezanih s aktivnostima turista, koji putuju i borave u mjestima izvan uobičajenog mjesta boravka zbog nekih posebnih razloga ili posebnih obilježja destinacije.“ Isti autori kao najčešće kriterije podjele posebnih oblika turizma navode duljinu boravka u destinaciji, mobilnost turista, vrstu posjećenoga turističkog prostora, način organizacije putovanja i sadržaje (aktivnosti) tijekom boravka u destinaciji. Tablica u nastavku predstavlja specifične oblike turizma prema autorima Galičić i Laškarin.

Tablica 2. Specifični oblici turizma prema kriterijima podjele

DULJINA BORAVKA	NAČIN ORGANIZACIJE PUTOVANJA	MOBILNOST	SADRŽAJ BORAVKA	OBILJEŽJA DESTINACIJE	DOB
-----------------	------------------------------	-----------	-----------------	-----------------------	-----

<b>glavni (godišnji) odmor drugi (ili čak treći) odmor u godini izletnički (vikend)</b>	grupni (skupni) individualni	boravišni (stacionarni) turizam tranzitni turizam kružna putovanja	zdravstveni lovni ribolovni vjerski sportsko- rekreacijski kongresni kulturni nautički moto-turizam	primorski planinski jezerski gradski seoski	dječji omladinski obiteljski turizam treće dobi
---	---------------------------------	--	--	---	--

Izvor: Obrada autora prema: (Galičić & Laškarin, 2016, str. 65)

Geić (2011) daje uvid u specifične oblike turizma prema autoru Kasper (1975), gdje se specifični oblici turizma klasificiraju prema motivima, prema uzrocima i vanjskim učincima, kako je prikazano tablicom u nastavku.

Tablica 3. Podjela specifičnih oblika turizma (prema Kasperu)

PREMA MOTIVACIJI	PREMA UZROCIMA I VANJSKIM UČINCIMA
<b>rekreativni turizam</b>	prema podrijetlu
<b>kulturni turizam</b>	prema trajanju boravka
<b>socijalni turizam</b>	prema sezonama
<b>sportski turizam</b>	prema broju sudionika
<b>komercijalni turizam</b>	prema dobi sudionika
<b>politički turizam</b>	prema vrstama prijevoza
	prema vrsti smještaja
	prema učincima na platnu bilancu
	prema načinu plaćanja
	prema sociološkim kategorijama

Izvor: Obrada autora prema: (Geić, 2011, str. 225)

Kao bitna značajka selektivnog turizma navodi se diversifikacija. Diversifikacija podrazumijeva široku mogućnost aktivnosti i sadržaja zbog kojih ljudi odlaze na turistička putovanja (Galičić & Laškarin, 2016). Jedna od podjela selektivnog turizma je i s obzirom na njihov karakter pa se tako razlikuje: turizam sportskog karaktera, kulturno-sociološkog karaktera, zdravstvenog karaktera i kategorija ostalo. Podjela s obzirom na karakter prikazana je tablicom u nastavku.

Tablica 4. Selektivni oblici turizma s obzirom na karakter

SPORTSKI	<p><b>Flyboard</b> – „daska za surfanje s mlaznicama“, nova vodena adrenalinska atrakcija, vrsta morske aktivnosti, koju je izumio prvak jet-ski utrka, Franky Zapata</p> <p><b>Backpack</b> - oblik posebne turističke ponude, specijalizirani oblik turizma gdje osobe putuju autostopom a sve što im je potrebno nose u naprtjačama.</p> <p><b>Caving</b> - „špiljarenje“, adrenalinski sport, pustolovni oblik turističke ponude u područjima gdje postoje špilje.</p> <p><b>Kanjoning</b> - put kroz kanjon, uz korištenje različitih tehnika, koje mogu uključivati hodanje, penjanje, skakanje i/ili plivanje te druge aktivnosti.</p> <p><b>Wakeboarding</b> – vrsta vodenog sporta (skijanje na vodi), koji je vrlo sličan snowboardu ili skateboardu.</p> <p><b>Kite bugging</b> – sport na zemlji, pijesku ili travi, pri kojem se sjedi svega par centimetara od zemlje u metalnom „buggyu“ gdje snaga zmaja poteže i gura naprijed dok se nogama upravlja smjerom buggya, a rukama kontrolira snaga i smjer kretanja zmaja.</p> <p><b>Kite skating</b> – sport kod kojega se koriste koturaljke, ukoliko se vozi po zemlji, gdje se znaju dostići brzine veće od šezdeset km/h.</p> <p><b>Kite wakeskating</b> – prvenstveno je nastao kao inačica wakeboardinga.</p> <p><b>Kiteboarding (kitesurfing)</b> – ispravni su i jedan i drugi naziv, razlika je jedino u tome gdje se prakticira ovaj sport.</p> <p><b>Snowkiting</b> – skijanje uz zmaja, kombinacija skijanja i zmajarenja.</p> <p><b>Ice windsurfing</b> – „jedrenje na ledu“, sport koji kombinira elemente surfanja i jedrenja na zaleđenoj površini vode.</p> <p><b>Cikloturizam</b> – podijeljen je na nekoliko segmenata: trkaći bicikli, mont-bike te trekking i e-bike.</p> <p><b>Geocaching</b> – svojevrsna igra „potrage za blagom“, brzorastući segment turizma i dopunska turistička ponuda usmjerena ka promociji određene turističke destinacije.</p> <p><b>Hike &amp; bike geocaching</b> – kombinacija turističke ponude, koja se sastoji od odlaska na izlet biciklom u „potrazi za blagom“.</p> <p><b>BASE jumping (Building, Antennas, Span &amp; Earth)</b> – skakanje sa zgrada i visokih objekata, slobodni pad skokom s visokogradnje ili nedovršene novogradnje, pri kojem je cilj otvoriti padobran što kasnije.</p> <p><b>Boot-kamp</b> – oblik adrenalinskog turizma, pri kojem su sudionici, koji plaćaju boravak izloženi brutalnim metodama vojnčkog drila.</p> <p><b>Freeclimbing</b> – „slobodno penjanje“, vrsta alpinizma, penjanje po vrlo strmim stijenama bez uobičajene alpinističke opreme.</p> <p><b>Dirboarding</b> – također poznat kao „Mountain boarding“, „Off-road boarding“, „Grass boarding“ i „All-Terrain boarding - ATB“, dobro je uspostavljen ali malo poznati akcijski sport, izveden iz „snowboardinga“.</p> <p><b>Mountain boarding</b> – smještaj u vanjskim (prirodnim) smještajnim kapacitetima i ujedno adrenalinski sport, koji kombinira najbolje aspekte snowboardinga (na snijegu), skateboardinga i surfanja.</p> <p><b>Rafting</b> – splavarenje na riječnim brzacima.</p> <p><b>Paragliding</b> – padobransko jedrenje.</p> <p><b>Sandboarding</b> – „pješčano surfanje“, surfanje na pješčanim dinama umjesto na snježnim padinama.</p> <p><b>Škraping</b> – „trekking po škrapama“, u kojem se sudionici utrkuju po škrapama, teško prohodnom krškom prostoru.</p> <p><b>Wildwatching</b> – predstavlja aktivnost promatranja životinja, a u rijetkim slučajevima uključuje i kontakt s turistima u kontekstu hranjenja i diranja, te se kao takva razlikuje od lova i ribolova</p>
KULTURNO SOCIOLOŠKI	<p><b>Literarni turizam (Literary Tourism)</b></p> <p><b>Halal turizam</b> - selektivni oblik turističke ponude, kojega obilježava standard „halal“.</p> <p><b>Egzistencijalni turizam</b> – vrsta turizma u kojem se osoba u potpunosti posvećuje nekom precizno odabranom „centru“ izvan vlastitog društva i kulture.</p> <p><b>Socijalni turizam</b> - s aspekta podjele turizma prema ekonomskim efektima, to je turizam koji se razvija s ciljem da se u turistička kretanja uključe najširi slojevi stanovništva, i kojemu nije osnovni cilj da se ostvare maksimalni ekonomski rezultati.</p> <p><b>Etički turizam</b> – u razvijenim zemljama, prije svega na sjevernim dijelovima zemaljske kugle, za etički turizam (ponegdje ga zovu i „ekoturizam“).</p>
ZDRAVSTVENI	<p><b>Medicinski turizam</b> – kombinacija medicine i turizma, relativno nov tip turizma, koji bilježi visoke stope rasta, te danas vrijednost tržišta medicinskog turizma iznosi preko 60 milijardi dolara.</p> <p><b>Medicinski spa (Medical SPA).</b></p> <p><b>Spa s mineralnim vrelom (Mineral Springs SPA).</b></p>
OSTALI (dopunski)	<p><b>City break</b> – kratko turističko putovanje, obično 3-4 dana, u jedan grad, bez noćenja u nekoj drugoj destinaciji.</p> <p><b>Kongresni turizam</b> – prema podjeli turizma s obzirom na motive turističkih putovanja i specifičnosti sadržaja, to je turizam koji se razvija na osnovu političkih i stručnih skupova ljudi.</p> <p><b>Naturizam</b> – s obzirom na podjelu turizma prema slobodi ponašanja turista u turističkim objektima, to je vrsta turizma, koji se razvija na osnovu boravka turista u turističkim objektima bez odjeće.</p> <p><b>Ekoturizam</b> predstavlja specifični oblik turizma, vrstu putovanja kojem je cilj zaštita svijeta prirode i održavanje kulture lokalnog stanovništva.</p> <p><b>Evazivni turizam</b> – „turizam bijega“, kojega prakticiraju oni koji „bježe od centra“ vlastitog društva.</p> <p><b>Gay/Lesbian turizam</b> – ponuda aranžmana homoseksualnim osobama od strane specijaliziranih agencija.</p> <p><b>Glamping („Glamouros“ i „Camping“)</b> – forma turizma u kojoj gosti imaju prirodu nadohvat ruke, ali i udobnost luksuznih hotela.</p> <p><b>Tanaturizam</b> – „mračnjački turizam“, koji se organizira i odvija u krajevima i područjima, gdje je ili koje je „kosila smrt“, gdje se dogodila kakva tragedija ili nesreća (Auschwitz, Černobil, Waterloo, Srebrenica, Vukovar, Jack Trbosjek, World Trade Center, Kambodžanska „Polja smrti“ i dr.).</p> <p><b>Unplugged turizam</b> – : gosti na odmoru traže detoksikaciju od on-line komunikacije.</p> <p><b>LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability)</b> – segment turističkog tržišta, koji se sastoji u prakticiranju i provođenju životnog stila, zdravlja i održivost.</p> <p><b>Svemirski turizam</b> - novi oblik turističke potrošnje, koji se javlja potkraj 20. i početkom 21. stoljeća, kada su s razmakom od godine dana prva tri putnika krenula na putovanje svemirom.</p>

Izvor: Obrada autora prema: (Galičić & Laškarin, 2016, str. 329-342)

Tablica 4. ukazuje kako selektivni oblik turizma zapravo predstavlja gotovo svaka turistička aktivnost na destinaciji, a koja izlazi iz okvira klasičnog odmora u okvirima koncepta „sunca i mora“. No kada je riječ o specifičnim oblicima turizma, naglasak bi ipak trebalo staviti na početnu ideju, a to je odmak od masovnog turizma i pronalazak modela turističkog razvoja koji vodi prema održivosti. Prema teoriji, ali i praksi, turizam se često i dijeli na masovni i alternativni, odnosno održivi turizam gdje se fokus stavlja na zadovoljavanje specifičnih potreba jednog dijela (segmenta) tržišta (Hrvatska enciklopedija, 2021). Na tragu toga, autor Jadrešić (2001) specifične oblike turizma dijeli na: ekološki, alternativni, edukativno-komunikacijski, ekskluzivni, zdravstveno-rekreativni i na ostale vrste. Također, spominje turizam specijalnih interesa (eng. *special interest tourism* – SIT). Povijesno posebno interesantni turizam (SIT), i kao proizvodni sektor sam po sebi i kao posebna cjelina unutar cjelokupnog turističkog spektra, uvelike je zanemaren kao važno područje proučavanja u području turizma općenito. Kod SIT-a, turist s posebnim interesom ima specifičnu motivaciju temeljenu na interesu za svoje putovanje na drugu destinaciju. To je u suprotnosti s onim što se može opisati kao turizam općeg interesa (GIT), gdje opća destinacija i njezine karakteristike predstavljaju glavni dio komponenti turističkog proizvoda i cjelokupne motivacije za turističko putovanje (Brotherton & Himmetoğlu, 1997). Turizam specijalnih interesa dijeli se na (Jadrešić, 2001):

- okolišni turizam: eko-turizam, turizam prirode i divljine
- kulturni turizam: gradski, gastro, baštinski, religijski
- događajni turizam: festivali, karnevali, sportovi
- ostali oblici: pustolovni, kružni, obrazovni, zdravstveni, ruralni.

Kako je vidljivo iz svih prikazanih podjela i teorija, oblici turizma isprepliću se i interpretiraju ovisno o autoru, ali i prostoru i vremenu pisanja. Najšire, specifični oblici turizma mogu se podijeliti na one zasnovane na prirodnim resursima i one zasnovane na društvenim resursima. Gejić (2011) u konačnici nudi podjelu koja se može smatrati osnovnom i na koju se oslanjaju svi specifični oblici turizma, to je podjela na:

- zdravstveni turizam
- sportski i rekreacijski turizam
- ruralni ili rustikalni turizam
- eko turizam
- kulturni turizam.



**Zdravstveni turizam** je posebni oblik turizma gdje se maksimalno koristi kombinacija prednosti prirodne sredine i medicinskih postupaka i sadržaja. Prema UNWTO-u (2018), zdravstveni turizam definira se kao „granično područje medicine i turizma, u kojem gospodarski subjekti iz područja turizma i zdravstvene ustanove organiziraju boravak turista u klimatskim i lječilišnim mjestima prvenstveno radi prevencije oboljenja, rehabilitacije, ali i liječenja uz pomoć prirodnih činitelja.“ Kao četiri temeljna oblika zdravstvenog turizma navode se *welness* turizam, zdravstveni turizam, lječilišni turizam i bolnički turizam. Tijekom posljednjih godina, kako su zdravstveni i socijalni sustavi postali napeti, a rashodi i premije osiguranja porasli u brojnim zemljama, potrošači su tražili isplativiju skrb, što zauzvrat dovodi do porasta zdravstvenog turizma.

Rast ove tržišne niše brzo su prepoznali pružatelji medicinskih usluga koji su prepoznali prilike za promicanje pristupa kvalitetnoj skrbi, sigurnosti, privatnosti, nižih troškova postupaka i postupaka koji nisu dostupni u matičnim zemljama pacijenata. Zdravstveni turizam, kojeg Međunarodni monetarni fond (MMF) naziva „osobna putovanja vezana za zdravlje“, definira se kao proizvodi i usluge koje kupuju ljudi koji putuju u inozemstvo prvenstveno iz zdravstvenih i medicinskih razloga. To uključuje potrošnju na hranu, smještaj i lokalni prijevoz – bilo od pojedinaca ili, ponekad, financirano ili čak potaknuto od vlada (WTTC, 2019). Na globalnoj razini, zdravstveni turizam bilježi značajan rast. Tako je vrijednost globalnog tržišta u 2016. godini iznosila 24,3 milijarde američkih dolara, a procjenjuje se kako će taj iznos do 2027. godine narasti na 207,9 milijardi američkih dolara (Statista, 2022).

**Sportski i rekreacijski turizam** značajan je element u svjetskom turizmu i postao je visokokonkurentna niša poslovanja. Kako interes i sudjelovanje u sportu raste unutar industrije razonode, raste i želja ljudi da putuju radi natjecanja ili gledanja. Jasno je da su koncepti turizma i sporta povezani i preklapaju se. Sport je važna djelatnost u turizmu, a turizam je temeljna karakteristika sporta. Specifična povezanost ovih dvaju koncepata varira u pogledu perspektiva onih koji se bave temom i definicija koje usvajaju. Hall (1992) sportski i rekreacijski turizam definira kao putovanje iz nekomercijalnih razloga radi sudjelovanja ili promatranja sportskih aktivnosti daleko od doma. Nadalje, radi se o odmoru koji uključuje sportsku aktivnost bilo kao gledatelja ili sudionika.

Standeven i De Knop (1999) sportski i rekreacijski turizam definiraju kao sve oblike aktivnog i pasivnog uključivanja u sportske aktivnosti, sudjelovanje u slučajnom ili organiziranom

sportskom događanju iz nekomercijalnih ili poslovnih/komercijalnih razloga, koji zahtijevaju putovanje daleko od kuće i radnog mjesta. Kao tematske cjeline sportskog i rekreacijskog turizma, navode se: sportski manifestacijski turizam, zimski sportski turizam, pomorski turizam, golf turizam, pustolovni turizam i sportski turizam u okvirima spa i zdravstveno rekreativnog turizma (Geić, 2011).

Svjetsko tržište sportskog turizma segmentirano je na temelju proizvoda, vrste, kategorije i regije. Na temelju proizvoda tržište se kategorizira na nogomet, kriket, motosport, tenis i druge. Po vrsti se dijeli na domaće i međunarodne. Na temelju kategorije, tržište sportskog turizma se dijeli na aktivno i pasivno. Regijski gledano, tržište sportskog turizma analizirano je diljem Sjeverne Amerike, Europe, Azije i Pacifika i LAMEA-e (Kadam & Deshmukh, 2021). Sportski turizam dobro je uspostavljena tržišna niša u industriji putovanja, bilo da se radi o profesionalnim sportašima ili dužnosnicima koji sudjeluju na turnirima i događajima ili navijačima koji lete u neku zemlju kako bi svjedočili globalnoj sportskoj ligi. Veličina globalnog tržišta sportskog turizma procijenjena je na 323.420,00 milijuna dolara u 2020., a predviđa se da će dostići 1.803.704,00 milijuna dolara do 2030. (Kadam & Deshmukh, 2021)

**Ruralni turizam** potječe iz pokreta romantizma koji je započeo u kasnom osamnaestom stoljeću. Romantizam, koji se razvijao kao suprotstavljanje industrijalizmu, započeo je u prirodnom svijetu. Prva kreativna putovanja u ruralna područja bila su ruralna zasnovana na konceptu odmora, no moderni seoski turizam započeo je nakon Drugoga svjetskog rata. Dodatno, utjecaji ovog pokreta na razvoj ruralnog turizma mogu se bilateralno smatrati turističkom potražnjom i turističkom ponudom. Potrebe obje strana otkrile su ruralni turizam (Lane, 2009).

Prema mnogim istraživačima turizma, turisti traže cjelovitost u različitim stvarima koje ne mogu vidjeti u svom životu. Ljudima je više stalo do zdravlja i dobrobiti, žele pobjeći od svoje svakodnevne rutine, preferirajući osobnija i autentičnija iskustva, a ne standardne odmore koje pruža masovni turizam te shvaćaju svoj utjecaj radeći pritisak na turističke tvrtke. Kao rezultat ovih čimbenika, dolazi do kretanja prema prirodi među mnogim ljudima. Prema Nulty (2004), industrijalizacija, urbanizacija i poboljšanja u prijevozu u zapadnim društvima usmjerili su ljude koji traže drugačije iskustvo u ruralnim područjima. Ovi turisti žele nova i prilagođena iskustva u svom odmoru. Ljudi u urbanoj populaciji sve su više počeli tražiti opuštanje i rasonodu u ruralnim područjima. U tom kontekstu, sve su popularnije neke tradicionalne

aktivnosti, kao što su hodanje, jahanje i promatranje ptica te avanturističke aktivnosti, poput kajaka, daskanja na dasci i jedrenja. Mnogi ljudi doživljavaju ruralni turizam kao ugodan način sudjelovanja u vježbanju za bolji život i zdravlje. Među takvim turistima postala je popularna i autentična hrana (Dashper, 2014).

Najvažnija turistička odredišta, osobito u zemljama u razvoju, uključuju nacionalne parkove, područja divljine, planine, jezera i kulturna mjesta, od kojih je većina uglavnom ruralna. Stoga je turizam već važno obilježje ruralnog gospodarstva na ovim specifičnim mjestima. Ruralni turizam ima mnogo različitih oblika i razvija se iz različitih razloga. Postoje razvojni razlozi za promicanje turizma kao stupa rasta, kao što je regeneracija nakon agroindustrijskog kolapsa ili diverzifikacija udaljenog rubnog poljoprivrednog područja u avanturistički ili kulturni turizam (Okech, Haghiri, & George, 2012). Ruralna područja su heterogena. Definicija ruralnog područja je problematična u literaturi – većina ljudi poznaje ruralno područje kada ga vidi, ali se rijetki slažu oko definicije u nekoliko rečenica. Kako navode Ashley i Maxwell (2001), karakteristike ruralnog prostora su:

- prostori u kojima ljudska naselja i infrastruktura zauzimaju samo male dijelove krajolika, od kojih većinom dominiraju polja i pašnjaci, šume, voda, planine i pustinja
- mjesta gdje većina ljudi većinu svog radnog vremena provodi na farmama
- obilje i relativna povoljnost zemljišta
- visoki transakcijski troškovi, povezani s velikim udaljenostima i lošom infrastrukturom
- zemljopisni uvjeti koji povećavaju troškove.

Zbog komplementarnosti s ostalim gospodarskim granama, kao i doprinosa BDP-u te otvaranja radnih mjesta, ruralni turizam ima značajan potencijal u poticanju rasta gospodarstva. UNWTO shvaća ruralni turizam kao „vrstu turističke aktivnosti u kojoj je iskustvo posjetitelja povezano sa širokim rasponom proizvoda koji su općenito povezani s aktivnostima temeljenim na prirodi, poljoprivredom, ruralnim stilom života / kulturom, ribolovom i razgledavanjem. Aktivnosti ruralnog turizma odvijaju se u neurbanim (ruralnim) područjima sa sljedećim karakteristikama: i) niska gustoća naseljenosti, ii) krajolik i korištenje zemljišta kojim dominiraju poljoprivreda i šumarstvo i iii) tradicionalna društvena struktura i način života.“ (UNWTO, 2021)

**Ekoturizam** je podskup turističke industrije koji odražava etos odgovorne uključenosti u okoliš i lokalne kulture. Ekoturizam uključuje, ali nije ograničen na, planinarenje, ronjenje, promatranje divljih životinja i kulturni turizam, obično s određenom pažnjom koja se posvećuje

ekosustavu, obrazovanje o biološkoj raznolikosti ili održivost. Termin je službeno uveo 1983. meksički ekolog i arhitekt Héctor Ceballos-Lascuráin, a prva organizacija posvećena ekoturizmu — International Eco-tourism Society (TIES) — osnovana je 1990. godine. Od tada je ekoturizam jedan od najbrže rastućih sektora globalnog turizma. Ekoturizam je naširoko promoviran kao važan alat za očuvanje okoliša i jedan od načina pozitivnog ponašanja ljudi prema okolišu. Ekoturizam ima potencijal poboljšanja obrazovanja javnosti o kulturnoj i biološkoj raznolikosti, očuvanja divljih staništa i poboljšanja gospodarskih uvjeta za zemlje domaćine (Mckinney, 2016).

Ekoturizam pomaže u razvoju zajednice tako što lokalnoj zajednici pruža alternativni izvor života koji je održiviji. Njegov je cilj očuvati resurse, posebice biološku raznolikost, te održati održivo korištenje resursa, koji putnicima donose ekološko iskustvo, očuvati ekološki okoliš i ostvariti ekonomsku korist. Međutim, postizanje ciljeva u ekoturizmu ovisi o tome jesu li ekološki održivi i ekonomski primjenjivi. Ekoturizam pomaže u uključivanju lokalne zajednice u očuvanje ekologije i bioraznolikosti područja, a biološka raznolikost zauzvrat daje ekonomske poticaje lokalnoj zajednici. Ekoturizam doprinosi očuvanju biološke raznolikosti; održava dobrobit lokalnog stanovništva; podrazumijeva odgovorno djelovanje turista i turističkog gospodarstva; promiče mala i srednja turistička poduzeća; zahtijeva najmanju moguću potrošnju prirodnih resursa; naglašava lokalno sudjelovanje, vlasništvo i poslovne prilike, posebno za ruralno stanovništvo (Kiper, 2013). Ekoturizam nastoji podići ekološku svijest istraživanjem ekologije i ekosustava te pružanjem iskustava. Aktivno sudjelovanje u ekologiji i stjecanje dojmova iz prve ruke o tome kako funkcioniraju ekosustavi utječu na način razmišljanja ljudi, što konačno podiže svijest o očuvanju i zaštiti prirode.

**Kulturni turizam** čine putovanja koja su motivirana kulturnim događanjima, festivalima, posjetima raznih lokaliteta od povijesne važnosti, s ciljem proučavanja prirode, folkloru ili umjetnosti (Geić, 2011). Kulturni turizam ima dugu povijest, a sa svojim korijenima u Grand Touro nedvojbeno je izvorni oblik turizma. Uvidom u literaturu vidljivo je kako postoji više definicija kulturnog turizma. Kultura sama po sebi je vrlo složen pojam. Općenito, na „kulturu“ se gleda kao na složenu cjelinu koja donosi ujedinjujući koncept za vrlo raznolike načine života (Richards, 1996). Kulturni turizam u prošlosti se uglavnom povezivao s poviješću, no danas se taj pojam veže za turizam baštine, umjetnički turizam, etnički turizam i niz drugih pojmova. Široka priroda fenomena kulturnog turizma također je generirala širok raspon različitih definicija. Većina ovih definicija formulirana je za određenu svrhu, stoga imaju tendenciju da

obrađuju samo jedan glavni aspekt kulturnog turizma. U svom pregledu definicija, McKercher i Du Cros „identificirali su četiri različite vrste definicija kulturnog turizma: definicije izvedene iz turizma, motivacijske definicije, iskustvene ili aspiracijske definicije i operativne definicije“ (Richards, 2003).

Kulturni turizam je vrsta turizma posebnog interesa koji uključuje putovanja u slobodno vrijeme u svrhu razgledavanja ili doživljaja osebujnog karaktera mjesta, njegovih naroda i njegovih proizvoda ili produkcija. Širok raspon destinacija i kulturnih aktivnosti spada pod krovni naslov kulturnog turizma: posjete UNESCO-ovim mjestima svjetske baštine; obilasci povijesnih gradova, arhitektonskih mjesta, katedrala i bojnih polja; izleti u muzeje; izleti na kušanje tipične regionalne hrane; obilasci etničkih četvrti; putovanja na lokalne glazbene festivale i kulturne priredbe; posjete autohtonim selima ili osebujnim kulturnim krajolicima (npr. promatranje poljoprivrednih praksi u azijskim poljima riže). Iako su motivi kulturnih turista različiti, neke uobičajene teme uključuju želju za doživljajem „autentičnog“ kulturnog krajolika, zanimanje za druge kulture i interesantni krajolik koji potiče povezanost s prošlošću (Adams, 2008). „Glavna upotreba pojma kulturni turizam uključuje konzumaciju široke lepeze kulturnih manifestacija poput baštine, umjetnosti, folklora i sl. od strane turista. Kulturni turizam se općenito može promatrati kao sociokulturni odnos između ljudi koji promiče, moderira i posreduje niz različitih aktera, uključujući planere, političare, istraživače, marketinške stručnjake, putničke agencije i tako dalje.“ (Mousavi, Doratli, Mousavi, & Moradiahari, 2016)

U kategoriji kulturnog turizma nalazi se i festivalski turizam kao tema ovog diplomskog rada. Teorijske odrednice, dosadašnja saznanja i statistički podaci festivalskog turizma prikazani su u nastavku rada.

## **2.4. FESTIVALSKI TURIZAM**

Rast broja, raznolikosti i popularnosti festivala učinio ih je jednim od najbrže rastućih segmenata u turističkoj industriji, što je privuklo svjetsko priznanje i pozornost. Getz i Page (2016) ističu kako pokretačka snaga festivalskog turizma leži u njegovoj atraktivnosti. Dosada su se istraživanja uglavnom fokusirala na atraktivnost različitih turističkih destinacija, a neka istraživanja tretirala su festivale kao jednu od dimenzija atraktivnosti destinacije. Festival se definira kao tematska javna velika prigoda ili godišnja proslava koja uključuje elemente turizma, razonode i kulture (Getz, 2007). Kulturne proslave, uključujući festivale, karnevale,

vjerske događaje te umjetnost i zabavu općenito (uglavnom koncerte i kazališne produkcije), često su obuhvaćene literaturom o kulturnom turizmu. Festivali su posebno ispitani u kontekstu marketinga mjesta, urbanog razvoja, turizma i novije društvene promjene.

Koncept „turizma događaja“, koji uključuje „festivalski turizam“, prvi se put pojavio tijekom 1980-ih. Istraživači su shvatili nužnost proučavanja ovog sektora i pokušali definirati i opisati specifičnosti ovog oblika turizma koji je povezan s posebnim događajima i festivalima. Getzov članak iz 1989. u *Tourism Management* (Special Events: Defining the Product) razvio je okvir za planiranje „turizma događanja“. Prije toga bilo je normalno govoriti o posebnim događajima, karakterističnim događajima, mega događajima i specifičnim vrstama događaja (Getz, 2007). Getz (1991, prema Crompton, 2003) je povezo Maslowljevju naširoko citiranu hijerarhiju ljudskih potreba s generičkom motivacijom za putovanja turista i dobrobitima koje događaj i festival mogu pružiti. Pritom je Getz sugerirao da se potrebe posjetitelja i motivacija za putovanjem mogu zadovoljiti sudjelovanjem na festivalima i posebnim događajima. Drugim riječima, posjećivanje događanja i festivala učinkovit je način da se zadovolje nečije socijalno-psihološke potrebe. Povezanost socijalno-psiholoških potreba turista i njihove motivacije za sudjelovanjem u događajima pružila je smislen temelj za studije o motivaciji festivala i događaja (Crompton, 2003).

Dugoročno gledano, ponavljajući i uspješan festival može biti dio lokalnog (ili nacionalnog) turističkog proizvoda kako bi se privukao interes posjetitelja i povećao broj turista. Svaki festival, uz odgovarajuće planiranje, ima potencijal obogatiti i unaprijediti ponudeni turistički proizvod te, u konačnici, povećati konkurentnost cijele destinacije (Skoultos, 2014). Festivali igraju važnu ulogu u turizmu. Mnogi autori (npr. De Bres i Davis 2001, Kowalczyk 2001, Gotham 2005, Markwell i Waitt 2009, Cudny 2011, Cudny i Rouba 2011, Markova i Boruta 2012) smatraju da su festivali turističko bogatstvo (Cudny, 2013). Štoviše, festivali se također tretiraju kao turistički proizvodi. Getz (2007) turizam, čiji je cilj prisustvovanje festivalima, tretira kao dio *event* turizma. Održavanje i razvijanje tradicije masovnih kulturnih događanja – posebice festivala – oblik je stvaralaštva. Festivali su važan aspekt istraživanja događaja i od posebnog su interesa za znanstvenike iz mnogih disciplina jer se radi o svestranosti festivala i popularnosti festivalskog iskustva. Posebnu privlačnost festivala određuje njihova sposobnost stvaranja uvjeta za kreativnost, uključivanja velike skupine ljudi i dobivanja značajne ekonomske koristi za stranku domaćina. Razmatrajući kulturni turizam kao simbiozu gospodarstva i kulture, treba naglasiti da on promišlja ne samo poznavanje kulturne baštine

turističke destinacije, već i uključivanje turista u moderno kulturno okruženje – aktivno uključivanje u kulturna događanja i prakse karakteristične za određeni teritorij (Dychkovskyy & Ivanov, 2020).

Festival je manifestacija čiji je cilj pružiti publici kvalitetno zajedničko zabavno ili slobodno vrijeme, s fokusom na jednu ili više tema, koja se redovito organizira na jednoj ili više scena, s kulturnim, umjetničkim, gastronomskim, sportskim ili ostalim programima. Festivali se mogu svrstati u različite kategorije na temelju različitih čimbenika. Prema njihovom trajanju, razlikuju se jednodnevni, višednevni, jednotjedni ili čak višemjesečni festivali. Prema zoni privlačnosti festivala, razlikuju se lokalni, regionalni, nacionalni i međunarodni. Turistički stručnjaci kažu da su događaji, koji su popraćeni putovanjem od minimalno 60 km i minimalnim noćenjem, važni s turističkog stajališta. Učestalost organiziranja također je važna - postoje pojedinačni i periodični događaji (Getz, 2007).

Danas postoje različite vrste festivala, što uglavnom ovisi o temi festivala. Najveća specifična tema je glazba, s brojnim potkategorijama kao što su *pop*, *rock*, klasična, narodna, crkvena glazba, elektronika, *jazz*, *country*, *metal*, *punk* i *blues*. Druga kategorija su filmski festivali s potkategorijama dokumentarnog filma, djece i mladih, homoseksualaca i lezbijki, etničke pripadnosti, kratkog filma, fokusa na mlade talente i običnih filmskih festivala. Festivali umjetnosti i dizajna uključuju festivale za različite vrste skulptura (i dugovječne i kratkotrajne, kao što su festivali skulptura od pijeska ili leda). Postoji nekoliko drugih kategorija, npr. festivali slika, plesni festivali, književni festivali, festivali vina, festivali hrane, festivali piva, dječji festivali, sportski festivali, kazališni festivali, festivali antikviteta, festivali automobila, festivali stakla, operni festivali, glazbeni festivali, festivali zračnih sajmovi, računalni festivali, šivanje, festivali pletenja, tkanja i rukotvorina, motociklistički festivali, festivali bicikala, modni festivali, festivali za osobe s invaliditetom, festivali kave, festivali pića, tehnološki festivali, povijesni festivali, festivali književnosti, festivali kulture itd. Festivali koji se temelje na specifičnim temama često su okarakterizirani na sljedeći način: 1) često se organiziraju iz hobija, 2) angažiraju (veliku) dobrovoljnu radnu snagu uz niske ili nikakve cijene rada, 3) mogu se razviti iz lokalnih u regionalne, nacionalne, međunarodne i svjetske, 4) uključuju neprofitne i profitne djelatnosti, 5) mnogi festivali su događaji na otvorenom (Lyck et al., 2012).

Poznato je da festivali i posebni događaji igraju važnu ulogu u razvoju destinacije kao atrakcije, kreatori su imidža, animatori statičnih atrakcija i katalizatori za drugi razvoj. Osim ekonomske koristi koja proizlazi iz povećanog broja turista, festivali i posebna događanja također proširuju turističku sezonu destinacije, pružaju kulturne i obrazovne mogućnosti, potiču osjećaj ponosa u zajednici, pomažu u očuvanju osjetljivih prirodnih, društvenih i kulturnih okoliša i doprinose održivom razvoju. Turizam događanja i festivala jedan je od najbrže rastućih oblika turizma. Postaje sve popularniji u ruralnim područjima kao sredstvo za revitalizaciju lokalnog gospodarstva. Prema istraživanju koje je provela Međunarodna udruga za festivale i događaje (IFEA), procjenjuje se da industrija posebnih događanja uključuje oko 4 do 5 milijuna događaja koji se redovito ponavljaju i ima značajan ekonomski utjecaj na globalnoj razini (Irshad, 2011).

Festivali se danas smatraju jednim od temeljnih stupova turističke industrije. Festivali su cijenjeni, između ostalog, zbog svoje sposobnosti stvaranja imidža u destinacijama i zbog toga što su i sama turistička ponuda (Rao, 2001). Prema Chang (2006), ovaj iskustveni proizvod je bitan za promociju turizma i jasan je marketinški alat za destinaciju. Festivali pomažu zaštititi lokalne kulturne tradicije, razvijaju turizam i promiču gospodarski, društveni i kulturni razvoj destinacije. Konkretno, uspjeh festivala pomaže privlačenju velike publike, čime se jača atraktivnost gradova, zajednica ili turističkih destinacija. Osim toga, promiču gospodarski razvoj destinacije, a također omogućuju turistima iz različitih mjesta da budu izloženi i razumiju jedinstvenu kulturnu baštinu, kao i etničke i lokalne običaje (McKercher et al., 2008). Iz globalne perspektive, mnoge turističke destinacije koriste festivale kao važno sredstvo za privlačenje turista, čineći festivale važnim dijelom turističkog proizvoda za privlačenje turista iz cijelog svijeta. Stoga, postoji neraskidiva veza između festivalske atraktivnosti i destinacije za gostovanje. Kao važna turistička atrakcija, festivali mogu poboljšati interakcije ljudi i mjesta kroz raznolike aktivnosti, kako bi utjecali na turističku lojalnost (Li et al., 2020).

Turizam, kada se općenito govori, može imati pozitivan ili negativan utjecaj na destinaciju. Njegovi pozitivni aspekti, kao što je stvaranje mogućnosti za opuštanje i posjeta mjestima ili stvaranje radnih mjesta, su turističke funkcije. Ako je turizam povezan s patološkim pojavama, kao što su povećana stopa kriminaliteta, degradacija okoliša ili veća inflacija, govori se o turističkim disfunkcijama. No svaka vrsta turizma ima svoje, dijelom individualne, funkcije i disfunkcije. Isto vrijedi i za festivalski turizam koji se, u kontekstu njihova utjecaja na turistički prostor, sastoji od četiriju elemenata: prirodne i kulturne baštine, infrastrukture i ljudi kao



njegovih subjekata (Cudny, 2013). Festivalni turizam i turistički promet koji on generira, pozitivno i negativno, utječu na sve te elemente (tablica 5).

Tablica 5. Glavne funkcije i disfunkcije festivalnog turizma u kontekstu elemenata destinacije

Elementi turističke destinacije	Funkcije festivalnog turizma	Disfunkcije festivalnog turizma
Prirodna baština	Promicanje ideja zaštite prirodnog okoliša i održivog razvoja	Prijetnje prirodnom okolišu (voda, atmosfera, klima), uzrokovane većim onečišćenjem okoliša. Moguća degradacija zelenih površina u slučaju festivala na otvorenom
Kulturna baština	Privlačenje novih posjetitelja u objekte materijalne baštine, kao što su muzeji ili galerije. Mogućnost njegovanja i razvoja lokalne i regionalne kulturne baštine. Omogućiti turistima kontakt s kulturnom baštinom. Promicanje visoke kulture, npr. tijekom umjetničkih festivala	Gubitak autentičnosti lokalne i regionalne baštine prilagođavajući je potrebama turista. Opasnost vezana uz predstavljanje lažne kulturne baštine, "skrojene" da zadovolji očekivanja turista
Infrastruktura	Izgradnja objekata u svrhu organiziranja velikih festivala, razvoj turističke infrastrukture vezane uz kulturu i zabavu. Razvoj smještajne i ugostiteljske infrastrukture u svrhu zadovoljavanja potreba festivalskih turista.	Brže trošenje pojedinih elemenata infrastrukture, na npr. prijevoz, uzrokovan gustim turističkim prometom. Moguća šteta na infrastrukturi kao posljedica vandalizma
Čovjek kao subjekt destinacije	Stvaranje mjesta gdje turisti mogu na zanimljiv način provesti svoje slobodno vrijeme i ostvariti svoje interese. Područje razmjene ideja i pogleda, kao i edukacije. Mjesto gdje se pokreću i razvijaju međuljudski odnosi. Promicanje ideje multikulturalnosti kroz festivale, što je posebno važno u multietničkim društvima. Stvaranje prostora za izražavanje seksualnih manjina. Otvaranje radnih mjesta za lokalno stanovništvo u sektoru festivalskih usluga	Mogući sukobi između festivalskih turista i stanovnika područja u kojima se festivali održavaju. Mogućnost isključivanja dijela neprihvaćenih stanovnika iz prostora koji festival zauzima. Zloupotreba alkohola i droga tijekom nekih festivala. Zločini počinjeni tijekom događaja, nereda

Izvor: Obrada autora prema: (Cudny, 2013, str. 109)

Što se tiče prirodne baštine, festivali mogu promovirati ideje vezane uz njezino očuvanje (zaštita okoliša, zaštićena prirodna područja), kao i ideje održivog razvoja i turizma. Festival koji promiče takve vrijednosti i stavove je Međunarodni festival filmova prirode Włodzimierz Puchalski koji se održava svake godine u Lodzu (Poljska). Festival se održava pod sloganom "Promocija prirode i krajolika Europe" i ne samo da je najveća projekcija filmova o prirodi u Poljskoj, već je prije svega veliko slavlje ekologa, filmaša, prirodoslovaca, fotografa i slikara koji su upoznati s problemima današnjeg svijeta i okolne prirode. Festival se održava svake dvije godine u Łódźu, počevši od 1980. godine, a od 2001. provodi se na međunarodnoj razini (The Włodzimierz Puchalski International Nature Festival, 2022). Sličan festival pod nazivom EKOTOPFILM – Međunarodni festival održivog razvoja organizira se u Slovačkoj (Ekotopfilm, 2022). Slične funkcije obavlja i FICA festival (Festival Internacional de Cinema e Vídeo Ambiental – International Environmental Film and Video Festival), posvećen ekološkim problemima (FICA, 2022). S druge strane, najozbiljnije disfunkcije festivalskog turizma vezane uz prirodnu baštinu su prijetnje prirodnom okolišu zbog onečišćenja uzrokovanog festivalskim turizmom. Povećan priljev posjetitelja na određeno područje uvijek je povezan s većim onečišćenjem. Emisije ispušnih plinova vozila su veće, koristi se više vode i proizvodi više otpada. Zanimljiv slučaj negativnog utjecaja festivala na okoliš je Diwali – indijski festival svjetla, tijekom kojeg se diljem Indije koriste ogromne količine vatrometa.

Slika 1. Diwali festival Indija



Izvor: (Scotsman, 2021)

Disfunkcije također uključuju opasnost od uništavanja zelenih površina tijekom događanja na otvorenom, koja privlače veliki broj turista (Irshad, 2011).

Festivali vrlo pozitivno utječu na još jedan element turističkog prostora, a to je kulturna baština. Sastoji se od svih materijalnih i nematerijalnih elemenata proizvedenih kao dio ljudske kulture, koji su turistička atrakcija na određenom području. Festivali se često održavaju u muzejima, galerijama, kazalištima, glazbenim dvoranama i drugim objektima materijalne kulturne baštine. Ovdje se može navesti primjer festivala u Bratislavi, u srednjovjekovnom dvorcu Devin u Bratislavi, a radi se o festivalu povijesnog mačevanja, glazbe, plesa i zanata (Cudny, 2013). Festivali omogućuju njegovanje i razvoj lokalne nematerijalne kulturne baštine. Umjetnike privlače festivali kao mjesta na kojima mogu predstaviti svoju glazbu, ples ili zanatske radove. Zbog festivala turisti mogu otkriti nematerijalnu baštinu, često nedostupnu drugdje. Ovdje je riječ o nepoznatim domaćim umjetnicima, običajima i folkloru. Kao primjer ovdje se može navesti Špancirfest, festival koji se održava u gradu Varaždinu, po varaždinskim ulicama i trgovima (Špancirfest, 2022). No postoje i negativni učinci festivalskog turizma na kulturnu baštinu, uglavnom u pogledu njezinih nematerijalnih elemenata. Festivali često riskiraju gubitak svoje autentičnosti jer su njihovi programi i prezentacije umjetnika često prilagođeni ukusu turista. Kako bi ih zadovoljili, organizatori festivala mogu pratiti aktualnu modu na turističkom tržištu, držati se kulturnih stereotipa na danom području itd. Ovako modificirana kulturna baština šalje neautentičnu poruku (Prentice & Andersen, 2003). U tom kontekstu, festivali mogu izazvati i lažnu percepciju lokalne kulture jer je ona banalizirana i prilagođena ukusu masovne publike (komercijalizacija), ali i neautentična (npr. u slučaju smotra folkloru ili one vezane uz povijest, prilagođene uobičajenim stereotipima).

Što se tiče utjecaja festivalskog turizma na infrastrukturu, on je također pozitivan i negativan. Funkcije uključuju, prije svega, izgradnju i razvoj festivalskih sadržaja (koji se tretiraju kao komplementarna turistička infrastruktura vezana uz kulturu) i drugih elemenata infrastrukture (npr. prometnih objekata) potrebnih za organizaciju velikih festivala i usluge posjetitelja. Ovu ulogu filmskih festivala istaknuo je de Valck (2007) osvrnuvši se na primjere velikih festivalskih objekata izgrađenih za filmske festivale u Cannesu (Palais des Festivals) i Berlinu (Berlinale Palast).

Slika 2. Palais des Festivals



Izvor: (trip.com, 2019)

U područjima gdje se tijekom godine organiziraju brojni festivali ili gdje pojedinačni događaji privlače tisuće ljudi (npr. festivali u Cannesu i Berlinu svake godine privlače 100 000 do 150 000 posjetitelja), razvija se i ugostiteljska i hotelska infrastruktura. Disfunkcije festivalskog turizma uključuju brže trošenje nekih elemenata, kao što je prometna infrastruktura, a što je posljedica gušćeg turističkog prometa. Priljev festivalskih turista može uzrokovati brže trošenje cesta, željezničkih pruga ili degradaciju gradskog prijevoza. Moguća je i šteta uslijed vandalskih djela ili nereda koji se mogu dogoditi tijekom festivala.

Sljedeći sastavni dio turističkog prostora su ljudi, tretirani kao subjekti koji svojim odlukama i aktivnostima oblikuju turistički prostor. Festivali su oblik organiziranja slobodnog vremena, kako stanovnika tako i turista. Događaji im omogućuju da uživaju u kulturi i zabavi, oslobode se svakodnevice, upoznaju nove ljude i provedu dodatno vrijeme s obiteljima. Štoviše, festivali omogućuju ljudima da slijede svoje interese (Li et al., 2020). Festivali omogućuju ljudima da razviju međuljudske odnose, stvarajući tako široko shvaćeni društveni kapital. Razlikuje se od ostalih vrsta kapitala (financijski, intelektualni ili ljudski), budući da je formiran međuljudskim odnosima i društvenim normama. Festivali jačaju društveni kapital jer su prostori u kojima se susreću ljudi sličnih interesa i istog društvenog porijekla. Važna funkcija festivala je davanje mogućnosti predstavljanju različitih manjinskih skupina. Festivali posvećeni njima trenutno

postaju sve popularniji. Njihova je svrha približiti kulturu manjina i boriti se protiv netolerancije ili rasizma (Cudny, 2013). Primjer takvog festivala je World Roma Festival, odnosno Khamoro - međunarodni romski festival koji se svake godine održava u gradu Pragu u Češkoj (Khamoro, 2022). U multietničkim društvima, kao što su Sjedinjene Američke Države, Australija i Novi Zeland, multikulturalni festivali koji predstavljaju kulture etničkih manjina vrlo su popularni (Li et al., 2020). No, s druge strane, ovakvi događaji mogu izazvati društvene proteste, primjerice među skupinom ljudi koji ne prihvaćaju manjine, kao što je Gay pride. Česte negativne posljedice festivala su sukobi između stanovnika i festivalskih turista. Oni proizlaze iz neugodnosti uzrokovanih organizacijom događanja, kao što su dojam da ih "napadaju" stranci (osobito jaki u malim mjestima), prometne gužve, problemi s parkiranjem, gužva u blizini festivalskih objekata, buka ili povećane cijene usluga i robe zbog veće potražnje (Cudny, 2013).

## **2.5. ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA**

Specifični oblici turizma često se vežu za pojam održivog razvoja, s obzirom na to da po svojoj prirodi odmiču od koncepta masovnog turizma. Održivost je popularan trend u današnjem životu, što se tiče razvoja i poslovanja, a također i u turističkom sektoru. Brzi društveno-ekonomski razvoj utemeljen na korištenju prirodnih resursa, kao što su prostor, mineralni resursi i voda, degradiraju okoliš do te mjere da je postalo nužno revidirati pravila korištenja okoliša. Uzimajući u obzir nepovratnost i ograničenja mnogih elemenata prirodnog okoliša, sve veća razina uplitanja u prirodni okoliš kroz eksploataciju, uništavanje, onečišćenje dovest će do situacije u kojoj je društveno-ekonomski razvoj nemoguć bez resursa.

Analizirajući trendove razvoja turizma u svijetu, mogu se izvući barem tri glavna zaključka u vezi s turizmom (UNWTO, 2013):

- Turizam je jedan od najdinamičnijih gospodarskih sektora u mnogim zemljama, razvijenim, ali i onima u razvoju.
- Turistička kretanja prema zemljama u razvoju i najmanje razvijenim zemljama rastu brže nego u razvijenom svijetu, čineći sada gotovo 50 % ukupnih međunarodnih dolazaka turista.
- Turizam u mnogim zemljama u razvoju i najnerazvijenijim zemljama jedan je od glavnih izvora, a u nekim zemljama i glavni izvor deviznih prihoda i, vrlo često,

najizvodljivija i najodrživija opcija gospodarskog razvoja, s pozitivnim učincima na smanjenje razine siromaštva.

Utjecaj turizma kao pokretača razvoja osjetio se u mnogim zemljama. Na primjer, posljednjih godina turizam je bio glavni čimbenik u povlačenju Bocvane, Maldiva i Zelenortskih otoka iz statusa LDC-a<sup>1</sup>. Iako je turizam glavna sila razvoja, on ima niz negativnih aspekata (UNWTO, 2013):

- Turizam je značajan i rastući doprinositelj klimatskim promjenama, koji trenutno čini oko 5 % globalnih emisija CO<sub>2</sub>, uglavnom uzrokovanih prometom, ali i djelovanjem turističkog sadržaja kao što je smještaj.
- Lokalno onečišćenje zemljišta i vode lošim tretmanom krutog i tekućeg otpada od turističkih poduzeća i turističkih aktivnosti može predstavljati problem u nekim područjima.
- Poduzeća za smještaj često su glavni korisnici neobnovljivih i dragocjenih resursa, poput zemljišta, energije i vode. U nekim područjima odmaralište može potrošiti višestruko više vode po osobi nego lokalna zajednica s kojom se natječe za opskrbu.
- Loše pozicionirani turistički razvoj i neprikladne aktivnosti mogu biti vrlo štetni za biološku raznolikost u osjetljivim područjima.
- Turizam može imati negativan utjecaj na lokalno društvo kroz ograničavanje pristupa zemljištu i resursima i dovesti do porasta kriminala, seksualnog iskorištavanja i prijetnji društvenim i kulturnim tradicijama i vrijednostima.
- Iako je turizam u dobroj poziciji za stvaranje pristupačnih radnih mjesta, ponekad su u sektoru loši uvjeti rada.
- Gospodarska izvedba sektora podložna je utjecajima na izvorna tržišta, kao što su gospodarski uvjeti, prirodni događaji i sigurnosni problemi, iako oporavak može biti brz kada se okolnosti promijene.

Održivost je jedan od najčešćih koncepata koji se koriste u kontekstu suvremenog turističkog razvoja. Istodobno, to je i jedan od najmanje shvaćenih koncepata te su i akademici i praktičari još uvijek jako daleko od postizanja konsenzusa u pogledu njegove definicije. Analitički okvir održivosti je širok, obuhvaća ekonomska, ekološka i socio-kulturna pitanja, a kao instrumente

---

<sup>1</sup> LDC: Least developed country - popis zemalja u razvoju koje, prema podacima Ujedinjenih naroda, pokazuju najniže pokazatelje društveno-ekonomskog razvoja, s najnižim ocjenama Indeksa humanog razvoja od svih zemalja u svijetu.

rasprave koristi etiku i platforme unutar međugeneracijske jednakosti. Iako svoje korijene pronalazi u poljoprivredi s pojmom održivog prinosa ("sveti gral" šumarstva) u srednjem vijeku, kretanje prema današnjoj platformi održivog razvoja može se pratiti unatrag do kasnog devetnaestog stoljeća kada su se prvi formalni znakovi zabrinutosti za planet Zemlju očitovali u formiranju zaštitnih društava i nacionalnih parkova (Yellowstone National Park, SAD, 1872.; Kraljevsko društvo za zaštitu ptica, UK, 1889; National Trust, UK, 1894). Nacionalni parkovi su formirani u mnogim zemljama Commonwealtha (Australija, Kanada i Novi Zeland) u kasnijim fazama devetnaestog stoljeća i unutar Ujedinjenog Kraljevstva početkom dvadesetog stoljeća. Ekonomija nikada nije bila daleko od pitanja održivosti zbog svoje usredotočenosti na optimalno korištenje oskudnih resursa, a pitanja održivosti istražuju se već veći dio stoljeća. Šezdesete su bile katalitičko desetljeće koje je doživjelo prve velike pokrete prema masovnoj brizi za planet, možda kao odgovor na poslijeratno razdoblje brzog ekonomskog razvoja i spoznaje krhkosti planeta potaknute prvim slikama Zemlje iz svemira (Fletcher, Fyall, Gilbert, & Wanhill, 2018).

Glavnu ulogu u izgradnji svijesti o degradaciji okoliša i iscrpljivanju njegovih resursa odigralo je izvješće „Granice rasta“ D.L. Meadows i „Čovjek i njegova okolina“ U'Thanta koji su objavljeni kasnih 60-ih. Oni su postali temelj za međunarodne rasprave. Početkom 1970-ih u Stockholmu je održana prva konferencija Ujedinjenih naroda (UNEP) o ljudskom okolišu kojom je predsjedao U'Thant. Izradio je akcijski plan za okoliš koji se temelji na (Fletcher, Fyall, Gilbert, & Wanhill, 2018):

- Program globalne procjene okoliša – Earthwatch
- Aktivnosti upravljanja okolišem
- Međunarodne mjere za potporu nacionalnim i međunarodnim aktivnostima procjene i upravljanja.

Posljednjih godina, popis međunarodnih organizacija, nevladinih organizacija i akademika koji se bave konceptom održivog razvoja dramatično se povećao. Takvi napori sežu od velikih teorija usmjerenih na stvaranje općeprihvaćenog konceptualnog okvira koji odgovara svima. Jedno od specifičnih područja istraživanja koncentrira se na koncept održivog turizma. Kao i u ostalim potpodručjima literature o održivom razvoju, održivi turizam je područje gdje je popis postojećih analiza dug i impresivan. U svojoj bibliografiji s komentarima iz 1999., Svjetska turistička organizacija (WTO-OMT) pregledala je oko 100 knjiga i više od 250 članaka o održivom turizmu. Unatoč ovim kontinuiranim istraživačkim naporima i neovisno o usvojenom

pristupu, zasluge i korisnost takvih analiza još nisu u potpunosti jasne, a njihovi nalazi i dalje nedovoljno iskorišteni. To je, dijelom, zato što se sam koncept ne koristi dosljedno. WTO-OMT definira održivi turizam na sljedeći način: „Održivi razvoj turizma zadovoljava potrebe sadašnjih turista i regija domaćina, istovremeno štiteći i povećavajući mogućnosti za budućnost. Predviđeno je da vodi upravljanju svim resursima na način da se ekonomske, društvene i estetske potrebe mogu zadovoljiti uz održavanje kulturnog integriteta, bitnih ekoloških procesa, biološke raznolikosti i sustava za održavanje života.” (Cernat & Gourdon, 2007)

Međutim, definicija je dovoljno fleksibilna da dopušta različite pristupe i tumačenja koncepta. Na primjer, u WTO-OMT-ovoj bibliografiji s napomenama, unutar izraza „održivi turizam“ uključena su pitanja povezana s ruralnim razvojem, ekoturizmom, utjecajem na okoliš, kulturnom i prirodnom baštinom, urbanim razvojem, alternativnim turizmom, autohtonim stanovništvom, divljim životinjama, prirodnim parkovima itd. Ova raznolikost pogleda na održivi turizam i složenost koncepta naveli su neke turističke akademike i praktičare da čak dovode u pitanje njegovu korisnost (Hawkins & Middleton, 1998).

Postoje mnoge varijacije navedene definicije koje koriste regije i zemlje diljem svijeta. Na primjer, Organizacija istočnokaripskih država (OECS) daje sljedeću definiciju: „Optimalno korištenje prirodnih i kulturnih resursa za nacionalni razvoj na pravednoj i samoodrživoj osnovi kako bi se osiguralo jedinstveno iskustvo posjetitelja i poboljšana kvaliteta života kroz partnerstvo među vladom, privatnim sektorom i zajednicama.“ Koja god se definicija od stotine objavljenih činila najrelevantnijom, ključni čimbenici koji proizlaze iz rasprave o definicijama održivosti su da održivost zahtijeva odgovarajuće razmatranje dugoročne ekonomske, ekološke, sociokulturne i političke dobrobiti svih dionika (Fletcher, Fyall, Gilbert, & Wanhill, 2018).

Turizam nije industrija koja se lako uklapa u koncept održivosti. Međunarodni turizam, na primjer, uključuje glavne transportne komponente, kulturne mješavine i jaku konkurenciju u resursima. Aspekti koji djeluju protiv održivog turizma s obzirom na turističku aktivnost i razvoj su (Fletcher, Fyall, Gilbert, & Wanhill, 2018):

- **Ekonomski aspekti** koji djeluju protiv održivog turizma: ekonomski učinak turizma znači da se turizam natječe s drugim industrijama za čimbenike proizvodnje i kao takav može stvoriti inflaciju cijena, povećavajući cijenu resursa, zemlje i rada. Oskudna investicijska sredstva mogu se privući u turističku industriju na temelju obećanja brzog



povrata i priljeva deviza. To može dugoročno narušiti raspodjelu resursa i dovesti do strukturne nezaposlenosti. Tamo gdje se razvoj turizma odvija u industrijaliziranim urbanim područjima, gore navedeno možda neće predstavljati ozbiljne prepreke, ali za manje razvijene zemlje ili rijetko naseljena područja učinci povezani s razvojem turizma mogu biti ekonomski traumatični.

- **Aspekti zaštite okoliša** koji djeluju protiv održivog turizma: zračni prijevoznici su odgovorni za veliki aspekt onečišćenja zraka i većina zračnog prometa je u turističke svrhe. Turizam se bavi razvojem nekretnina i stoga se natječe za korištenje zemljišta i pritom iscrpljuje prirodne zalihe okoliša. Turističke aktivnosti mogu ozbiljno narušiti biološku raznolikost, od ekstremnih aktivnosti lova i ribolova do manje očitih poremećaja kroz promatranje divljih životinja i hodanje po brdima. Uvođenje velikog broja posjetitelja u ekološki osjetljiva područja uvijek će biti popraćeno napetostima između prirodnog okoliša i turizma.
- **Društveno-kulturni aspekti** koji djeluju protiv održivog turizma: turisti, bilo da su prilagođeni lokalnim normama ili masovni turisti koji se uopće ne prilagode, uvijek će imati socio-kulturni utjecaj na lokalnu zajednicu. Oni mogu proizlaziti iz prirodne znatiželje, gdje je empatični posjetitelj zaintrigiran lokalnim običajima i tradicijama pa odlazi promatrati i to promatranje može pokrenuti proces komercijalizacije koji će, prije ili kasnije, promijeniti događaje.
- **Nosivi kapaciteti:** činjenica da turistička aktivnost utječe na društvene, kulturne, ekološke i ekonomske aspekte destinacije sa sobom nosi značajne implikacije na održivost. Čak i sa svjesnijom turističkom industrijom ili ekološki prihvatljivijim vrstama turističkih aktivnosti, postojat će pragovi iznad kojih negativni učinci mogu lako nadmašiti neto ekonomske koristi.

Temeljni zahtjev turističkog sektora je da prihvati načela održivog turizma i da se usredotoči na postizanje ciljeva održivog razvoja. Održivi turizam ne treba promatrati kao zasebnu komponentu turizma, kao skup specifičnih proizvoda, već kao uvjet turističkog sektora u cjelini, koji treba raditi na tome da postane održiviji. UNWTO (2013, str. 17) je definirao održivi turizam kao „turizam koji u potpunosti uzima u obzir svoje sadašnje i buduće ekonomske, društvene i ekološke učinke, obraćajući se potrebama posjetitelja, industrije, okoliša i zajednica domaćina.“ Daljnja razrada održivog turizma UNWTO-a odnosi se na potrebu da se:

- optimalno iskoriste resursi okoliša koji su ključni element u razvoju turizma, održavajući bitne ekološke procese i pomažući u očuvanju prirodne baštine i biološke raznolikosti
- poštuje socio-kulturna autentičnost zajednica domaćina, čuva njihova izgrađena i živa kulturna baština i tradicionalne vrijednosti te da se pridonosi međukulturnom razumijevanju i toleranciji
- osigura održivo, dugoročno gospodarsko poslovanje, pružajući socio-ekonomske koristi svim dionicima koje su pravedno raspoređene, uključujući stabilno zapošljavanje i mogućnosti za stjecanje prihoda i socijalne usluge za zajednice domaćina te doprinoseći smanjenju siromaštva.

UNWTO i UNEP (2005) identificirali su 12 ciljeva održivog turizma koji su prikazani tablicom u nastavku.

Tablica 6. 12 ciljeva održivog turizma

<b>Ciljevi</b>	<b>Opis</b>
EKONOMSKA ODRŽIVOST	Osigurati održivost i konkurentnost turističkih destinacija i poduzeća, kako bi oni mogli nastaviti napredovati i dugoročno donositi koristi.
LOKALNI PROSPERITET	Maksimizirati doprinos turizma prosperitetu destinacije domaćina, uključujući udio potrošnje posjetitelja koji se zadržava lokalno
KVALITETA ZAPOŠLJAVANJA	Ojačati broj i kvalitetu lokalnih radnih mjesta stvorenih i podržanih turizmom, uključujući razinu plaće, uvjete usluge i dostupnost svima bez diskriminacije prema spolu, rasi, invaliditetu ili na druge načine
SOCIJALNA JEDNAKOST	Tražiti široku distribuciju ekonomskih i društvenih koristi od turizma u cijeloj zajednici primatelja, uključujući poboljšanje mogućnosti, prihoda i usluga dostupnih siromašnima
ISPUNJENJE POSJETITELJA	Pružiti sigurno, zadovoljavajuće i ispunjavajuće iskustvo za posjetitelje, dostupno svima bez diskriminacije prema spolu, rasi, invaliditetu ili na druge načine
LOKALNA KONTROLA	Angažirati i osnažiti lokalne zajednice u planiranju i donošenju odluka o upravljanju i budućem razvoju turizma na svom području, uz konzultacije s drugim dionicima
BLAGOST ZAJEDNICE	Održavati i jačati kvalitetu života u lokalnim zajednicama, uključujući društvene strukture i pristup resursima, pogodnostima i sustavima za održavanje života, izbjegavajući svaki oblik društvene degradacije ili iskorištavanja
KULTURNO BOGATSTVO	Poštivati i unapređivati povijesno naslijeđe, autentičnu kulturu, tradiciju i posebnost zajednica domaćina
FIZIČKI INTEGRITET	Održavati i poboljšavati kvalitetu krajolika, urbanih i ruralnih, te izbjegavati fizičku i vizualnu degradaciju okoliša
BIOLOŠKA RAZNOLIKOST	Podupirati očuvanje prirodnih područja, staništa i divljih životinja, te minimizirati štetu na njima
UČINKOVITOST RESURSA	Minimizirati korištenje oskudnih i neobnovljivih resursa u razvoju i radu turističkih objekata i usluga
ČISTOĆA OKOLIŠA	Minimizirati onečišćenje zraka, vode i zemlje te stvaranje otpada od strane turističkih poduzeća i posjetitelja.

Izvor: Obrada autora prema: (UNWTO i UNEP, 2005)

Sve se više literature bavi procjenom održivosti, pokušavajući razviti pokazatelje i pružiti metodologije za održivi turizam. Miller (2001) se usredotočuje na razvoj pokazatelja koji mjere održivost turizma. Za razliku od mnogih studija koje pokrivaju samo fizički i ljudski okoliš, Miller predstavlja nekoliko pokazatelja koji pokrivaju sve aspekte održivosti: pitanja okoliša (fizičke i ljudske), zapošljavanje, financijska curenja i aspekte kupaca (razine zadovoljstva itd.). Ko (2005) razvija konceptualni okvir za procjenu održivosti turizma koji se temelji na osam dimenzija: politički, gospodarski, društveno-kulturni, aspekti povezani s proizvodnjom, utjecaj na okoliš, kvaliteta ekosustava, biološka raznolikost i politike zaštite okoliša. Svaka se dimenzija ocjenjuje na temelju nekoliko kvantitativnih i kvalitativnih pokazatelja koji su skalirani i grupirani kako bi se procijenila održivost turističke destinacije. Cernat i Gourdon (2007) nude jedinstvenu metodologiju za procjenu održivosti turizma, temeljenu na nizu kvantitativnih pokazatelja. Predloženi metodološki okvir (Sustainable Tourism Benchmarking Tool – STBT) pruža niz mjerila prema kojima se može ocjenjivati održivost turističkih aktivnosti u različitim zemljama. Korištena metodologija uključuje sljedeće korake: identifikaciju dimenzija (ekonomske, socio-ekološke, infrastrukturne) i indikatora, metodu skaliranja i prikaz. STBT analizira sedam ključnih dimenzija održivosti turizma:

- turistička sredstva
- turistička aktivnost
- prihodi
- propuštene prilike
- ekološka i društvena održivost
- cjelokupna infrastruktura
- atraktivnost.

Turistička sredstva, aktivnost, prihodi i propuštene prilike predstavljaju dimenzije ekonomske održivosti. Socijalna dimenzija kvantificira uključenost lokalnih zajednica u različite turističke aktivnosti. Ekološki aspekt ocjenjuje provedbu standarda zaštite okoliša i kvalitete dogovorenih od relevantnih međunarodnih organizacija za turističke projekte i raspodjelu prihoda od turizma kako bi se spriječila degradacija resursa u zemlji destinacije. Turizam u zajednici bitan je pristup turizmu, koji učinkovito i snažno podupire održivost na razini zajednice, odnosno lokalnoj razini. Turizam se tako u zajednici sve više prepoznaje kao ključno pitanje u kontekstu održivosti. Srž turizma u zajednici je razvoj zajednice kroz turizam gdje se njegova vrijednost proteže izvan razvoja gospodarstva. Iako se raspravljalo o odnosu između razvoja zajednice i turizma u zajednici, sugerirano je da turizam u zajednici donosi različite pozitivne rezultate

(npr. društveno-ekonomski razvoj, vlasništvo lokalne zajednice, razvoj ljudskih potencijala, snaga i jedinstvo zajednice, zajednica osnaživanje, ekološki doprinos/očuvanje), koji vodi održivom razvoju lokalne zajednice (Jones, 2005). Puna uključenost lokalnih zajednica u turistički sektor ne samo da koristi njima i okolišu općenito, već i poboljšava kvalitetu turističkog iskustva. Projekti nametnuti izvana i motivirani težnjom za brzim gospodarskim rastom često nadmašuju lokalne potrebe, uvjete i resurse i rezultiraju neprihvatljivim ekološkim, društvenim i kulturnim troškovima. Uključenost lokalne zajednice ključni je igrač ili ključni dionik, između ostalih, u procesu razvoja održivog turizma (Kilipiris, 2005).

Lokalna uključenost i zajedničko donošenje odluka ključni su za održivi razvoj. Strategija lokalnog razvoja neophodna je, posebno u ugroženim i udaljenim područjima. Programi kao što je Akcija lokalnog razvoja zapošljavanja (LEDA), koju financira Europska unija, imaju za cilj osigurati zapošljavanje u ugroženim područjima kroz partnerstva između poduzeća, lokalne samouprave, radničkih organizacija, dobrovoljnih grupa i grupa u zajednici te potaknuti bolje razumijevanje lokalnih uvjeta, načina rješavanja problema - rješavanje i mobiliziranje i upravljanje resursima. Slični projekti u drugim zemljama, poput Ujedinjenog Kraljevstva, predlažu koordinaciju između poslovnih, vladinih i nevladinih organizacija kako bi se potaknuo održivi razvoj koji koristi lokalnoj, kao i poslovnoj zajednici. Lokalna uključenost čini zajednicu potpornijom, sigurnijom i produktivnijom, s osjećajem ponosa i predanosti budućnosti. Od vitalnog su značaja obrazovni programi koji pripremaju ljude za sudjelovanje u procesu definiranja i provedbe razvojnih strategija koje su socijalno i ekološki osjetljive (Tosun, 2000). „Lokalna uključenost ključna je za turizam: lokalni ljudi, njihova kultura, okoliš, način života i tradicija važni su čimbenici koji privlače turiste na lokaciju. Stoga se moraju u potpunosti podržati potrebe i težnje lokalnog stanovništva. Pažljivo razvijeni turizam može pružiti stvarne ekonomske, ekološke i kulturne koristi zajednici. Zauzvrat, istinsko sudjelovanje zajednice može obogatiti turističko iskustvo i proizvod.“ (Kilipiris, 2005)

Nedvojbeno, turizam je na globalnoj razini gospodarska grana koja se najbrže razvija i raste. Turističke destinacije stječu globalnu popularnost na temelju resursne osnove i ponude. Turistički trendovi kreću se u smjeru održivosti, a turisti sve više traže autentičnost i doživljaj destinacije. Proteklih se godina, osim masovnog turizma koji sve više gubi na popularnosti, ubrzano razvijaju specifični oblici turizma. Jedan od specifičnih oblika je i festivalski turizam, gdje se na prvom mjestu nalazi glazbeni turizam u obliku raznih festivala i glazbenih događanja. Iako se ova vrsta turizma često promatra u negativnom kontekstu utjecaja na okoliš,

gospodarstvo i kulturu, festivalski turizam ima niz pozitivnih strana, pogotovo kada se promatra iz aspekta razvoja i dobrobiti destinacije i lokalne zajednice. Neki od ranije prikazanih primjera to i potvrđuju. No, kako bi pozitivne strane došle do izražaja, neophodan je razvoj u kontekstu održivosti, kao i razvoj s fokusom na lokalnu zajednicu. Nakon pregleda turizma u gospodarskom sustavu, u nastavku rada slijedi uvid u turizam grada Novalje, destinacije koja se profilirala kao *party* destinacija.

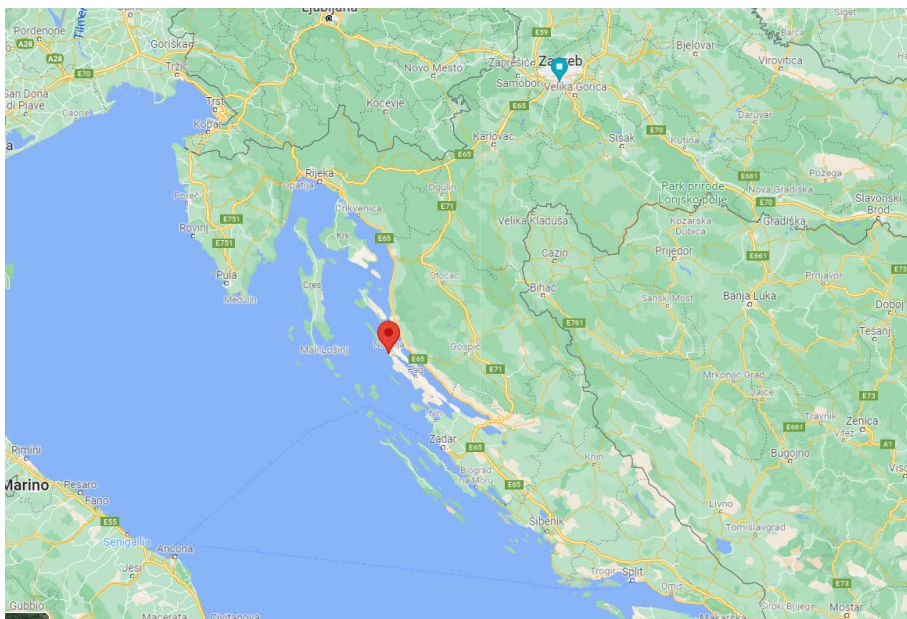
### 3. TURIZAM GRADA NOVALJE

Grad Novalja, u turističkom kontekstu, danas se veže za plažu Zrće kao *party* destinaciju. Povijest Novalje i okolice duga je više od 2 000 godina. Rimljani su Casku na Pagu koristili kao važnu luku na Jadranu. Danas su ostaci njihovih naselja pod vodom. U ovom dijelu rada uvid se daje u turizam grada Novalje i otoka Paga. Poglavlje obuhvaća uvid u geo-prometni položaj destinacije, nakon čega slijedi uvid u turizam destinacije.

#### 3.1. GEO-PROMETNI POLOŽAJ GRADA NOVALJE I OTOKA PAGA

Novalja je grad na sjeveru otoka Paga u hrvatskom dijelu Jadrana, poznat po svojoj izvornoj paškoj čipki, svjetski poznatom paškom siru i janjetini, najboljim jadranskim plažama i dobro očuvanoj prirodi pošteđenoj bilo kakvog onečišćenja. Položaj grada Novalje i otoka Paga prikazan je slikom u nastavku.

Slika 3. Položaj Novalje i otoka Paga



Izvor: (Google Maps, 2022)

Novalja je turistički centar i središnja luka otoka Paga te županije Ličko-senjske, površine od 93,36 km<sup>2</sup>. Otok Pag je trajektom i mostom (Paški most) povezan s kopnom. Grad Novalja obuhvaća 10 naselja/sela: Caska, Gajac, Kustići, Lun, Metajna, Novalja, Potočnica, Stara Novalja, Vidalići i Zubovići. Prema popisu stanovništva iz 2021. godine (DZS, 2021), grad

Novalja broji 3 667 stanovnika. Novalja ima dugu, živopisnu i zanimljivu povijest, s brojnim arheološkim nalazištima u gradu i okolici, a posebno mjesto među njima zauzimaju tri ranokršćanske bazilike iz 4. i 5. stoljeća. S arheološkog aspekta, područje oko Caske je vrlo zanimljivo, a u posljednje vrijeme intenzivirana su istraživanja rimskog naselja Cissa. Prema legendi, ovo naselje je uništeno u potresu u 4. stoljeću. Novalja je u posljednjih 40 godina doživjela intenzivan razvoj zahvaljujući turizmu koji je u potpunosti promijenio način života i otvorio širok spektar mogućnosti za razvoj. Kontinuirani razvoj infrastrukture i komunalnog sustava osiguravaju dodatne uvjete za razvoj koji pridonosi povećanju ukupne kvalitete života na području grada (Grad Novalja, 2021). U razvoju modernog turizma ističe se nezaobilazna plaža Zrće koja je po svojoj atraktivnosti i ponudi u vrhu jadranskog i europskog turizma, a po broju gostiju nosi titulu „hrvatska Ibiza“ – jer ovdje zabava traje 24 sata dnevno. Osim Zrća, postoji niz drugih plaža i kampova na kojima se može uživati: Straško, Caska, Trinćel, Babe, Planjka, Sv. Duh, Ručica itd. Jednom riječju, Novalja je turistički *one stop shop* – mjesto gdje će mladi, obitelji s djecom i starije osobe podjednako uživati u delicijama i prirodnim ljepotama (Grad Novalja, 2021).

Klima na otoku Pagu je mediteranska - najveći dio otoka je kamenito tlo, dok je manji dio prekriven makijom. Mikroklima se značajno razlikuje od sjeverozapadne do jugoistočne obale. S jedne strane karakteristična je jaka bura, dok je druga strana pod jakim utjecajem mora. Cijeli otok Pag izrazito je krškog tipa. Većina otoka izgrađena je od karbonatnih stijena, a znatno manju površinu zauzimaju eocenski fliš, lapori i pješčenjaci. Područje je bogato šumom bijelog graba i hrasta medunca te šumom crnike koja stvara mediteranski ugođaj (Denona Bogović, Bezić, Bagarić, Klanac, & Šverko-Grdić, 2010).

U dolinama i poljima (Novaljsko, Poveljansko, Vlašičko i Dinjsko) uzgaja se vino, povrće i voće. Područje poluotoka Luna uglavnom je zasađeno maslinama pa je proizvodnja ulja dobro razvijena. Stanovnici uzgajaju i ovce te prave poznati paški sir (Grad Novalja, 2021). Akvatorij Grada Novalje nalazi se u istočnom dijelu Kvarnera, a obuhvaća dijelove Velebitskog kanala, Kvarnerića, Paškog kanala i Paškog zaljeva. Obalno područje Grada Novalje obiluje uvalama, rtovima, otočićima i hridima (Denona Bogović, Bezić, Bagarić, Klanac, & Šverko-Grdić, 2010).

Otok Pag je dobro povezan s kopnom državnom cestom D-106 i D-107 i trajketnom vezom. „Glavna okosnica prometne mreže ovog dijela županije (D-106 i D-107) uz postojeću



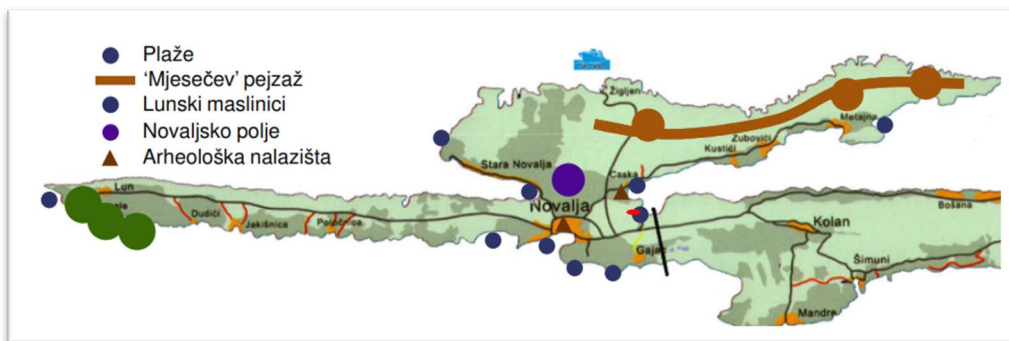
županijsku cestu Ž 5150 na dijelu Luna, omogućava približavanje područja Grada (preko drugih državnih cesta na kopnu) okolnim makroregionalnim središtima (Rijeka, Zadar, Split), te središtu Županije Gradu Gospiću. Osim preko trajektne veze povezanost s kopnenim dijelom Županije i ostalim državnim cestama postiže se i zaobilazno putem državne ceste D-106 - preko Paškog mosta. Uz navedene prometnice veza s Rijekom uspostavljena je i katamaranskom vezom Novalja – Rab – Rijeka.“ (Denona Bogović, Bezić, Bagarić, Klanac, & Šverko-Grdić, 2010, str. 18)

Iz svega navedenog, vidljivo je kako grad Novalja ima iznimno povoljan geo-prometni položaj, pogotovo kada se u obzir uzme činjenica da se radi o mjestu na otoku koji su po prirodi često prometno degradirani.

### 3.2. RESURSNO-ATRAKCIJSKA OSNOVA OTOKA PAGA

Turizam Novalje i otoka Paga općenito razvija se na temeljima prirodnih atrakcija i kulturne baštine. Turističke atrakcije koje čine resursnu osnovu otoka Paga prikazane su slikom u nastavku.

Slika 4. Turističke atrakcije otoka Paga



Izvor: (Institut za turizam, 2014)

Resursnu osnovu čine prirodne atrakcije i kulturna baština, a nezaobilazno turističko odredište za turiste koji žele provod svakako je plaža Zrće.

### 3.2.1. Prirodne atrakcije

Na području Grada Novalje postoji uspostavljena planska zaštita u kategoriji značajnog krajobrazba za područja (Denona Bogović, Bezić, Bagarić, Klanac, & Šverko-Grdić, 2010):

- **Područje poluotoka Luna** - područje ima karakterističnu obalnu liniju, a proteže se na 1300 ha površine. Područje je posebno poznato zbog maslinika, odnosno Vrtova lunjskih maslina. Na području raste oko 80 000 stabala divljih maslina koje se cijepe kultiviranim sortama. Neke masline dosežu visinu od 5 do čak 8 metara. Područje ima veliku botaničku vrijednost i radi se o jedinom takvom području na Jadranu. Područje je također proglašeno botaničkim rezervatom. Najstarija maslina stara je preko 2 000 godina i jedna je od 3 najstarije masline na svijetu (pored maslina u Grčkoj i Izraelu).

Slika 5. Lunjski maslinici



Izvor: (Visit Novalja, 2021)



- **Uvale (Veli Svetojanj, Rt Glavina, Krivača i Mali Svetojanj)** - nalaze se istočno od Stare Novalje i duboko su uvučene u kopno.
- **Poluotok Zaglava - Uvala Slana - Poluotok Furnaža** - cijelo područje obuhvaća teritorij površine 825 ha i nalazi se istočno od naselja Metajna do Rta Krištofor. Geomorfološki najzanimljiviji dio otoka predstavljaju padine prema Paškom zaljevu.

- **Paške stijene velebitskog kanala** - padine otoka od na potezu rt Lun - Uvala Trinčel / Rt Deda - Rt Krištofor, okrenute Velebitu, karakteriziraju ih prirodne, iznimno strme i stjenovite goleti. S uvalom Svetojanj. ovo područje ima površinu 4200 ha.
- **Otoci Škrda i Dolfin** - posebna krajobrazna vrijednost s površinom od 245 ha.




Uz navedeno, Prostornim planom uređenja Grada Novalje uspostavljena je i „planska zaštita u kategoriji posebnog rezervata šumske vegetacije za područje Šume "Straško". Nedostatak šuma na središnjem otočnom hrptu posljedica je dvostrukog utjecaja, bure - posolice i milenijskog stočarenja na otoku (a sve skupa u uvjetima nedostatka kiše u vegetacijskom periodu). “Radi toga „šuma Straško površine 12,0 ha formira atraktivni krajobraz i ima posebni značaj u formiranju ekološko-biološkog okruženja na obalnom potezu. U kategoriji ugroženih i rijetkih staništa nalaze se močvarni dijelovi Novaljskog polja, Planjka kod Stare Novalje i zapadni dio polja Caske, kao općenito rijetka i ugrožena staništa, predstavljaju prirodne vrijednosti na području Grada koje treba očuvati.“ (Denona Bogović, Bezić, Bagarić, Klanac, & Šverko-Grdić, 2010, str. 21)

U kategoriju prirodnih atrakcija ubrajaju se i plaže koje su vrlo prostrane, pješčane i šljunčane, s čistim morem te dobrim pristupom i ulazima u more, što ih čini privlačnima obiteljima s djecom. Udaljene su od Novalje od 1 do 3 km. Do svih se plaža može doći automobilom i sve imaju parkirališta za automobile. Popis plaža prikazan je tablicom u nastavku.

Tablica 7. Plaže Grada Novalje i okolice

Plaža	Opis	Fotografija
CASKA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• istočno od Novalje na mjestu nekadašnjeg rimskog grada</li> <li>• duboka plaža</li> <li>• ugostiteljska ponuda i kreativni sadržaji</li> </ul>	
ZRČE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• jugoistočno od Novalje</li> <li>• najljepša i najatraktivnija novaljska plaža</li> <li>• razni sportsko-rekreativni i zabavni sadržaji te kvalitetna ugostiteljska ponuda</li> <li>• atraktivno uređeni klubovi</li> <li>• mogućnost danonoćne zabave</li> </ul>	

<p>STRAŠKO</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• južno od Novalje dužine oko 1,5 km</li> <li>• jedan od najvećih i prirodno najljepših kampova na Jadranu s ugostiteljskom, zabavnom i sportsko-rekreativnom ponudom, raznim radionicama, dječjim igralištima itd.</li> <li>• od ljeta 2004. godine ima Plavu zastavu</li> </ul>	
<p>PLANJKA - TRINČEL</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• sjeverno od Novalje</li> <li>• uz jugoistočnu obalu uvale Stare Novalje</li> <li>• topla je i plitka i odlično uređena</li> <li>• ugostiteljska ponuda i rekreacijski sadržaji</li> <li>• od ljeta 2004. ima Plavu zastavu</li> </ul>	
<p>LOKUNJE</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• novaljska gradska plaža</li> <li>• šljunčana, plitka i topla</li> </ul>	
<p>BABE</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zapadno od Novalje</li> <li>• najplića i najtoplija novaljska plaža</li> <li>• ugostiteljski i rekreacijski sadržaji</li> </ul>	

<p>BRANIČEVICA</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• do plaže Straško</li> <li>• ugostiteljski i rekreacijski sadržaji</li> </ul>	
<p>RUČICA</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 km od Metajne</li> <li>• ugostiteljski sadržaj</li> </ul>	
<p>BERIKINICA</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nedaleko od plaže Ručice</li> <li>• prepoznatljiva je po trima stijenama posloženim u plicaku</li> <li>• bez dodatnih sadržaja</li> </ul>	
<p>JADRA I MATA</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• manje plaže</li> <li>• bez dodatnih sadržaja</li> </ul>	

Izvor: (Grad Novalja, 2021)

Od prirodnih atrakcija otoka Paga, potrebno je svakako izdvojiti i Mjesečev pejzaž, dio otoka koji se uspoređuje s Mjesečevom površinom jer je kamenit, prekriven posolicom i malom količinom raslinja.

### 3.2.2. Kulturna baština

Grad Novalja obiluje kulturnom baštinom, a u nastavku slijedi uvid u registrirane spomenike kulture.

Tablica 8. Registrirana kulturna dobra Grada Novalje

Naziv kulturnog dobra	Adresa	Status
Antički kamenolom	Novalja, RIMSKA KAVA	Zaštićeno kulturno dobro
Arheološka zona Novalja	Novalja	Zaštićeno kulturno dobro
Antički vodovod "Talijanova buža"	Novalja	Zaštićeno kulturno dobro
Hidroarheološko nalazište u uvali Vlaška mala	Novalja	Zaštićeno kulturno dobro
Ostaci starokršćanske bazilike u Gaju	Novalja, ŠETALIŠTE LUKE ČEMELJIĆA 39	Preventivno zaštićeno dobro
Hidroarheološko nalazište u uvali Slatina	Stara Novalja	Preventivno zaštićeno dobro
Crkva sv. Ivana i Pavla i ostaci ranokršćanske bazilike	Novalja, LOKUNJE	Zaštićeno kulturno dobro
Crkva sv. Marije od Ružarija	Novalja, TRG BAZILIKE 7	Zaštićeno kulturno dobro
Crkva sv. Kristofora	Stara Novalja, SVETA MARIJA 5a	Zaštićeno kulturno dobro
Kula zvana "Kaštel"	Stara Novalja, KAŠTEL 22A	Zaštićeno kulturno dobro
Crkva sv. Katarine	Novalja, ULICA BISKUPA S.BADURINE 4	Zaštićeno kulturno dobro
Utvrda Svetojanj– Sutojanj	Stara Novalja	Zaštićeno kulturno dobro
Olupina potonulog parobroda „Albanien”	Lun	Zaštićeno kulturno dobro
Olupina potonulog parobroda „Euterpe”	Lun	Zaštićeno kulturno dobro
Etno zona Lun	Lun	Zaštićeno kulturno dobro
Tradicijska pjevanja otoka Paga	Više adresa	Zaštićeno kulturno dobro
Crkva sv. Anđela Čuvara	Lun, LUN 161	Zaštićeno kulturno dobro
Hidroarheološko nalazište u uvali Caska	Caska	Zaštićeno kulturno dobro
Arheološko nalazište Caska	Caska	Zaštićeno kulturno dobro
Ruševine crkve sv. Jurja	Caska	Zaštićeno kulturno dobro
Tunera	Caska	Zaštićeno kulturno dobro
Ostaci ladanjskog kompleksa biskupa Palčića s crkvom sv. Antuna Padovanskog	Caska	Zaštićeno kulturno dobro

Izvor: (Ministarstvo kulture i medija, 2022)

Kulturna baština koja se posebno ističe - župna crkva Sv. Katarine izgrađena 1908. godine u centru Novalje i Crkva Majke Božje od Ružarija, nazivana i Mala crkva, nalazi se u samom središtu Novalje i u današnjoj veličini sagrađena je u 17. st. na temeljima ranokršćanske bazilike, odnosno srednjovjekovne crkve. Nadalje, tu je i središnja kulturna ustanova Novalje – Gradski muzej koji je najpoznatiji po, tzv. Talijanovoj buži, odnosno antičkom podzemnom vodovodu, dugačkom oko 1,2 km, čiji se ulaz nalazi unutar muzeja, odakle se može vidjeti njegov početni dio. Zanimljivo je također i otkriće amfora u uvali Vlaška Mala. Radi se o otkriću potonulog trgovačkog broda s teretom amfora iz 1. stoljeća prije Krista. Gospodin Dražen Peranić, stanovnik Stare Novalje, 2004. godine otkrio je na morskome dnu amfore i dijelove antičkog sidra. Nalazište je zaštićeno iste godine, a otvoreno je svim „podmorskim posjetiteljima“.

Slika 6. Amfore



Izvor: (Visit Novalja, 2021)

Kulturna baština obuhvaća i uvalu Caska. Caska se nalazi na zapadnom dijelu Paške uvale u neposrednoj blizini Novalje. Na prostoru ovog malog mjesta bogate povijesti nekad se nalazila Cissa, rimski grad, koji je, prema povjesničarima, potonuo u 4. stoljeću uslijed potresa. Brojna istraživanja su pokazala kako se ipak radilo o velikom i značajnom gradu. Da je Caska imala neko osobito značenje, svjedoči i činjenica da je u njoj raskošni ljetnikovac imala poznata i bogata senatorska obitelj iz Rima, Calpurnia. Kulturna baština obuhvaća i nematerijalnu kulturno-povijesnu baštinu: čipkarstvo i tradicionalnu proizvodnju sira.

### 3.2.3. Turistički kapaciteti i turizam otoka Paga

Razvoj turizma pretpostavlja, prije svega, uspostavu odgovarajuće infrastrukture i supstrukture. Područje otoka napaja se električnom energijom dalekovodom 110 kV na trasi Nin-Pag-Novalja-Rab-Krk-Omišalj-Melina i poprečnom vezom Novalja-Karlobag-Lički Osik. U Novalji je instalirana Trafostanica Novalja snage 110/10 (20). Lokalnu distribuciju pokriva 10(20) kV mreža. U svim naseljima na području Grada Novalje distribucijska mreža je podzemna. Električnu energiju osigurava HEP d.o.o. Zagreb. Postojeći elektroenergetski sustav s dalekovodima 110 kV i trafostanicom 110/20 kV predstavlja dio regionalnog sustava šireg županijskog značaja. Opskrba plinom domaćinstava, turizma i drugih korisnika obavlja se putem trgovačke mreže čeličnim bocama. Na području grada Novalje nalaze se dva izvora pitke vode koji su izvan eksploatacije, a obuhvaćaju kaptažu »Škopalj« u novljanskom polju, kapaciteta oko 8 l/sek, i kaptažu u naselju Metajna, vrlo malog kapaciteta. Vodoopskrba područja Grada Novalje osigurana je iz tlačnog tunela hidroelektrane «Senj» iznad Sv. Jurja te od Hrnotina cjevovodom kopnom i podmorskim cjevovodom na otok Pag u glavnu vodospremu »Komorovac« blizu Novalje. Što se tiče telekomunikacija, područje grada Novalje bilježi dobru pokrivenost (Denona Bogović, Bezić, Bagarić, Klanac, & Šverko-Grdić, 2010).

Javni cestovni prijevoz putnika obavljaju prijevoznačka poduzeća i obrti za prijevoz putnika. Morski prijevoz putnika i robe obavlja Jadrolinija Rijeka s trajektima i katamaranima. Brodska pristaništa Jadrolinije nalaze se u Staroj Novalji i Prizni. Između Grada Raba i naselja Lun postoji brodska veza koju održava Rapska plovidba (Denona Bogović, Bezić, Bagarić, Klanac, & Šverko-Grdić, 2010).

Odvodnja otpadnih voda organizirana je samo u naselju Novalja i Gajac. Komunalni i proizvodni otpad na području grada Novalje prikuplja se organizirano i zbrinjava na odlagališu Caska koje je udaljeno tri kilometra od naselja Novalje, a postoji od 1970. godine (Denona Bogović, Bezić, Bagarić, Klanac, & Šverko-Grdić, 2010).

Što se tiče stambene izgradnje, dominira samostojeća individualna gradnja, a višestambene građevine postoje u naseljima Novalja, Stara Novalja, Vidalići i Gajac. Objekti su uglavnom namijenjeni povremenom stanovanju. Od ukupnog broja stanova njih 15 % namijenjeno je obavljanju poslovnih djelatnosti, prvenstveno ugostiteljsko-turističkih. Nadalje, objekti društvenih djelatnosti obuhvaćaju knjižnicu i čitaonicu, Centar za kulturu i regionalni arhiv.

Muzej, kao registrirana ustanova, nalazi se u Zvonimirovoj ulici u Novalji u sklopu kojeg djeluje i arheološka zbirka Stomorica. Kazališta, scenski prostori i kina u Novalji su dostupna tijekom ljeta na ljetnoj pozornici (Denona Bogović, Bezić, Bagarić, Klanac, & Šverko-Grdić, 2010).

Temeljnu turističku infrastrukturu predstavljaju smještajni kapaciteti. Smještajni kapaciteti prikazani su tablicom u nastavku.

Tablica 9. Smještajni kapaciteti grada Novalje (2018. – 2020.)

	Hoteli i sličan smještaj		Odmarališta i slični objekti za kraći odmor		Kampovi i prostor za kampiranje		UKUPNO	
	Sobe	Postelje	Sobe	Postelje	Sobe	Postelje	Sobe	Postelje
2018	404	955	5836	22 273	2253	6759	8493	29 987
2019	548	1210	5952	22 854	2253	6759	8753	30 823
2020	473	1048	5022	19 037	2353	7059	7848	27 144

Izvor: (Državni zavod za statistiku, 2022)

Kako je vidljivo iz tablice, na području grada Novalje dominira smještaj u odmaralištima i sličnim objektima za kraći odmor. U ovoj kategoriji nalazi se privatni, odnosno apartmanski smještaj. Ukupni smještajni kapaciteti u 2019. godini rasli su za 2,8 % u odnosu na godinu ranije, dok se u 2020. godini bilježi godišnji pad od gotovo 12 %. Razlog smanjenja broja smještajnih kapaciteta je globalna pandemija izazvana virusom Covid-19. Prema podacima TZ Novalja, na području grada danas posluje 9 hotela kategorizacije od dvije do četiri zvjezdice. Također, na području grada posluje 16 vila i pansiona kategorizacije od dvije do četiri zvjezdice, a registrirano je i 200 privatnih smještajnih jedinica koje nude sobe i apartmane. Na području grada posluje četiri hostela u sedam kampova (TZ Novalja, 2022).

Tablicom u nastavku prikazani su turistički dolasci i noćenja u periodu od 2003. do 2021. godine.



Tablica 10. Dolasci i noćenja turista na području grada Novalje od 2003. do 2021. godine

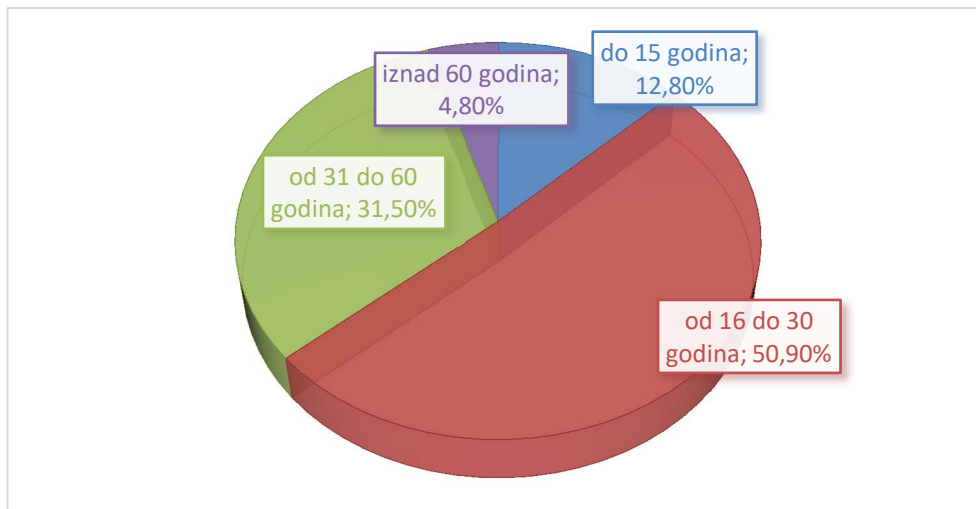
godina	DOLASCI TURISTA			NOĆENJA TURISTA		
	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO	DOMAĆI	STRANI	UKUPNO
2003.	9.741	73.613	83.354	65.355	516.833	582.188
2004.	12.597	80.698	93.295	76.747	559.376	636.123
2005.	10.692	81.416	92.108	65.695	580.499	646.194
2006.	11.165	85.042	96.207	69.370	621.196	690.566
2007.	11.913	102.437	114.350	75.152	719.310	794.462
2008.	11.157	114.398	125.555	67.938	795.291	863.229
2009.	12.505	126.226	138.731	73.525	872.479	946.004
2010.	9.963	134.791	144.754	66.239	911.897	978.136
2011.	10.073	147.354	157.427	63.168	996.674	1.059.842
2012.	10.444	158.850	169.294	62.458	1.054.040	1.116.498
2013.	8.826	170.717	179.543	56.905	1.135.705	1.192.610
2014.	10.248	183.098	193.346	60.362	1.221.092	1.281.454
2015.	11.101	199.392	210.493	67.986	1.304.841	1.372.827
2016.	11.811	209.900	221.711	66.503	1.366.447	1.432.950
2017.	12.826	232.601	245.427	71.243	1.488.061	1.559.304
2018.	14.259	241.042	255.301	76.356	1.538.704	1.615.060
2019.	17.522	248.608	266.130	91.738	1.598.159	1.689.897
2020.	18.199	107.878	126.077	101.470	791.088	892.558
2021.	21.095	190.078	211.173	109.209	1.264.109	1.373.318

Izvor: (TZ Novalja, 2022)

Tablica ukazuje na značajan rast turističkih dolazaka u promatranom razdoblju. Ukupan broj turističkih dolazaka u 2003. godini bio je 83 354 turista, da bi taj broj do 2019. godine narastao na čak 266 130 dolazaka. Istovremeno, noćenja su porasla s 582 188 u 2003. na 1 689 897 u 2019. godini. Ovakav trend rasta svakako je rezultat razvoja Zrća kao *party* destinacije koji rast bilježi od 2007. godine, kako je ranije navedeno. Očekivano, 2020. godina bila je, uslijed pandemije virusa Covid-19, znatno slabija u odnosu na godinu ranije, no vidljivo je kako je već 2021. godina (iako i dalje pandemijska) ostvarila gotovo 80 % dolazaka i 81 % noćenja iz 2019. godine.

Za detaljniju analizu odabrana je 2019. godina, s obzirom na to da se radi o godini prije pandemije, stoga se podaci mogu smatrati relevantnima u kontekstu turističkih kretanja u destinaciji. Prema podacima za 2019. godinu, prosječna dužina boravka turista iznosi 6,3 dana. Dobna struktura turista prikazana je slikom u nastavku.

Slika 7. Dobna struktura turista na području grada Novalje u 2019. godini



Izvor: (TZ Novalja, 2021)

Na slici je vidljivo kako većinu turista čine osobe mlađe od 30 godina, što ukazuje na posjećenost Novalje u svrhu zabave i festivala na plaži Zrće. Ovakva dobna struktura posjetitelja u kojoj prevladavaju mladi (16 - 30 godina), već je godinama ustaljena. No, u odnosu na godine ranije, vidljiv je trend porasta udjela starijih gostiju. Što se tiče posjećenosti po mjesecima, većina dolazaka i noćenja ostvaruje se očekivano u srpnju i kolovozu. S obzirom na velik broj smještajnih kapaciteta i izraženu sezonalnost, prosječna popunjenost smještajnih kapaciteta je loša i iznosi svega 31 %. Dolasci turista prema zemlji porijekla prikazani su u nastavku.

Tablica 11. Dolasci turista prema zemlji porijekla 2019.

	DOLASCI	NOĆENJA
Njemačka	54.985	378.163
Italija	43.951	265.784
Slovenija	33.455	249.099
Austrija	19.124	108.190
Češka	13.161	91.365
Poljska	10.271	73.491
V. Britanija	10.932	65.780
Slovačka	6.888	39.566
Ostale zemlje	41.877	220.642
<b>UKUPNO</b>	<b>234.644</b>	<b>1.492.080</b>

Izvor: (TZ Novalja, 2021)

Od emitivnih zemalja dominiraju Njemačka, Italija i Slovenija. U odnosu na godinu ranije, Nijemci su ostvarili 10 % više dolazaka i 9 % više noćenja. Talijani su ostvarili 9 % više dolazaka i 8 % više noćenja. Slovenci imali 3 % više dolazaka i noćenja. S druge strane, Britanci su ostvarili čak 20 % manje dolazaka i 18 % manje noćenja. Britansko emitivno turističko tržište bilo je iznimno snažno, s obzirom na platežnu sposobnost i potrošnju britanskih turista, stoga smanjenje promata s ovog tržišta ima veliki značaj. To se djelomično može objasniti mogućim zasićenjem ove skupine turista dosadašnjom ponudom sadržaja na Zrću što je bio glavni motiv njihova dolaska.

#### 3.2.4. Festivalski turizam na otoku Pagu

Uz prirodne ljepote i kulturnu baštinu, otok Pag posljednjih je godina ipak najpoznatiji po *party* destinaciji – plaži Zrće, koja predstavlja temelj festivalskog turizma otoka Paga. Zrće je posljednjih godina postala svjetski najpoznatija *party* plaža, a nazivaju ga i „hrvatska Ibiza“. Na hrvatskoj *party* plaži svatko će pronaći ono što traži. Promjena događanja s nekoliko glazbenih stilova, festivali i svjetski poznati DJ-i donose ljetni program. Na plaži se nalaze najbolji klubovi na svijetu. Svi klubovi su u top 100 svjetske ljestvice. Osim toga, tu su i mali barovi i klubovi, kao što su Euphoria, Backstage Bar ili Rocks (Zrće, 2022).

Povijesno, turizam je na Zrću, kao i u Novalji, započeo 60-ih godina 20. stoljeća, a prvi objekt sagrađen na Zrću bio je diskoklub kasnih 70-ih godina 20. stoljeća. Počeci današnjeg festivalskog turizma datiraju iz 80-ih godina 20. stoljeća kada se otvorio klub Kalypso, a 2002. godine otvaraju se Papaya i Aquarius. Internacionalizacija i popularnost Zrća kreće pet godina kasnije, prvim gostovanjem DJ Tišta koji je tad bio „broj jedan“ u svijetu. Za njim su počele dolaziti i druge zvijezde te je Zrće postalo svjetska atrakcija poznata svima. Danas na plaži Zrće posluje sedam klubova: Papaya, Kalypso, Aquarius, Cocomo, Nomad, Noa i Partyboat, a zabava u njima traje bez prestanka (Novalja turist, 2017).

Slika 8. Plaža Zrće



Izvor: (Zrće, 2022)

Životni stil Zrća je sloboda, glazba, ples i bezbrižno vrijeme. Plaža Zrće jedna je od najboljih *party* plaža na svijetu i idealno mjesto za ljude koji tijekom odmora ne žele samo uživati u suncu, plaži i moru, već žele i zabavu u elegantnim klubovima s dobrom glazbom. Četiri *open air* kluba (Papaya, Aquarius, Noa i Kalypso) rade 24 sata dnevno. Legendarni su *after beach partyji* koji se održavaju svaki dan tijekom ljetnih mjeseci. Mnogi festivali i događaji održavaju se u ljetnim mjesecima. Gotovo svi najpopularniji DJ-evi već su svirali u jednom od 4 velika *beach cluba*. Svake godine na plažu Zrće dolaze novi DJ-evi. Međunarodne zvijezde elektro scene oduševljene su zabavama u Hrvatskoj. Posljednjih godina na *party* plaži Zrće gostovale su zvijezde poput Armina Van Buurena, Timmyja Trumpeta, Marshmella, Swedish House

Mafie, Don Diabla, Fritza Kalkbrennera, Erica Prydza i mnogih drugih. I mnogi umjetnici dolaze iznova svake godine (Zrće, 2022).

Pregledom programa za 2022. godinu, vidljivo je kako festivalska sezona počinje već krajem svibnja, a traje sve do kraja rujna. Na rasporedu je čak 19 festivala i događanja, a u nastavku slijedi pregled najpopularnijih.

Sezona 2022. otvara se 26. 5. festivalom **Big Beach Spring Break**. Zahvaljujući ovom festivalu, plaža Zrće je posljednjih godina najveća europska *party* destinacija za proljetne praznike. Organizator festivala je Papaya Club, a lokacije događanja su klubovi Papaya, Cocomo i Nomad. Muzika koja dominira festivalom je *house*, EDM i *mash-up*, a svira više od deset međunarodnih DJ-eva i rezidenti DJ-evi. Cijene ulaznica kreću se od 69,00 € do 369,00 €, a paketi ulaznica uključuju od samo ulaznice na festival do prijevoza, smještaja i dodatnih sadržaja (Zrće, 2022).

**Summer Peak** festival traje od 27. 8. do 2. 9. 2022. godine i predstavlja vrhunac zabave na Zrću. Festival se 2022. godine održava sedmi put. Summer Peak Festival održava se svake večeri u jednom od velikih otvorenih klubova na plaži Zrće i u Novalji - Cocomo, Papaya, Kalypso i Nomad. Muzika koja dominira festivalom je *house*, *deep House*, EDM, *techno*. Cijene ulaznica kreću se od 59,00 € do 549,00 €, a paketi ulaznice uključuju od msao ulaznice na festival do prijevoza, smještaja i dodatnih sadržaja (Zrće, 2022).

Festival **Spring Break Europe – The Original** traje od 3. 6. do 6. 6. 2022. godine, a od svjetski poznatih DJ-eva goste će zabavljati i Robin Schulz. Lokacije događanja su klubovi Papaya, Cocomo i Nomad. Muzika koja dominira festivalom je *house*, EDM, *hardstyle*, *mash-up*. Cijene ulaznica kreću se od 69,00 € do 309,00 €, a paketi ulaznice uključuju od samo ulaznice na festival do prijevoza, smještaja i dodatnih sadržaja (Zrće, 2022).

Od 7. 6. do 14. 6. traje festival naziva **Spring Break / Beach Bites Beats**. Muzika koja dominira festivalom je EDM, a lokacije događanja su klubovi Papaya, Aquarius i Noa. **Hideout Festival** održat će se od 3. 7. do 7. 7. 2022. godine, a ugostit će vrhunske zvijezde elektronske glazbe poput Fishera. Godine 2022. obilježava se više od desetljeća vodećeg europskog festivala elektronske glazbe, a također i jubilarnog izdanja povodom 12. obljetnice. Muzika koja

dominira festivalom je *tech-house* i *house*, a lokacije događanja su klubovi Papaya, Auquarius, Noa i Kalypso.

Kombinacija spektakularnog krajolika i svjetski poznatih noćnih klubova podsjeća na onu drugu mediteransku prijestolnicu hedonizma, Ibizu. Poput Ibize, i Novalja je stavila sigurnost, odnose sa zajednicom i održivost u središte svoje strategije za odgovoran rast turizma. Smanjenje poreza potaknulo je izgradnju luksuznih hotela, ruralna imanja diljem regije pretvaraju se u luksuzne vile za odmor, a marina se planira za 2024. godinu. Fenomen i svjetski *brand* Zrća osigurao je Novalji status poznate turističke destinacije diljem svijeta, pogotovo u segmentu *party* i festivalskog turizma. No lokalnoj je zajednici jasno kako nastavak dosadašnjeg razvoja festivalskog turizma Zrća nije održiv, što je prepoznato i u Master planu turizma grada Novalje – strateškog plana destinacije do 2025. godine. Cilj je poboljšati proizvod festivalskog turizma. Vlasnici klubova na plaži Zrće moraju stalno reinvestirati novac u svoje klubove. Također, neki od njih trebaju promijeniti koncept i poboljšati ponudu. Na primjer, Aquarius, koji je jedan od najboljih klubova destinacije, želi privući goste od 30 do 40 godina. Imat će *cabaret* večeri i otmjeni restoran. Investitorima je jasno da će, kada se ponudi kvaliteta, dobiti vrhunske turiste (Newsweek, 2019).

Pristup *party* turizmu problem je koji često podijeli javnost. Za dio javnosti *party* destinacija dobra je promocija, dok drugi drže kako su stvari izmakle kontroli. Organizatori festivala i sami posjetitelji festivala žele što višu razinu sigurnosti tijekom festivala te što veći broj policajaca i zaštitara jer sigurnost odgovara svima. Svaka organizacija festivala započinje s nekoliko radnih sastanaka s organizatorom, policijom, hitnom službom i ostalim čimbenicima koji su na bilo koji način uključeni u projekt. Organizatori festivala svjesni su važnosti ovog segmenta pa su po pitanju sigurnosti uložili u brojne resurse u ljudstvu. Primjer je organizacija Sonus festivala tijekom kojeg organizatori dodatno unajme i do 100 zaštitara koji pokrivaju prostor plaže, u klubovima i ispred njih, te na punktovima ukrcaja i iskrcaja iz autobusa (Kolobarić, 2017).

Jedan od problema, koji se razvojem Zrća kao *party* destinacije pojavio, je buka. Primjerice, na Ibizi festival na otvoren može trajati do ponoći, a nakon toga svi moraju ući u klubove. Zrće je destinacija koja ima *openair* festivale cijelu noć do zore. Ovo je svojevrsno posebno iskustvo za partijanere. No bilo je potrebno riješiti buku koja je predstavljala veliki problem jer su gosti počeli napuštati kampove u blizini. Ovaj problem riješen je pametnim softverom patentiranim u Španjolskoj i proizvedenim u Britaniji. Novalja ga je prva naručila iz tvornice, a vlasnici

klubova morali su kupiti ovaj softver pa su grad i vlasnici klubova podijelili troškove rješavanja problema buke. Kada buka dosegne 104 decibela, automatski se počinje smanjivati (Newsweek, 2019). Program je prikazan slikom u nastavku.

Slika 9. Softver s prikazom jačine buke



Izvor: (Kolobarić, 2017)

U svakom klubu jačina glazbe određena je na najviše 102 decibela. Kad je razina buke u klubovima normalna, oznake klubova su na karti zelene boje, a ako prijeđu u crveno, sustav automatski reagira i vraća zvuk na dopuštenu jačinu. Softver s prikazom jačine buke imaju komunalni redari, voditelji komunalnog redarstva i gradonačelnik. Ugradnjom limitatora je smanjena emisija buke i uvedena je kvalitetna kontrola jačine zvuka.

Sljedeći problem s kojim se destinacija susreće je bonton, odnosno problem ponašanja na javnim mjestima. Problem ponašanja turista na javnom mjestu rezultirao je nezadovoljstvom domaćeg stanovništva, povremenog stanovništva kao i nezadovoljstvom ostalih gostiju koji također dolaze u Novalju. Grad Novalja prva je destinacija koja je javno progovorila o ovom problemu te se promptno krenulo s provedbom niza aktivnosti: jačanje komunalnog redarstva (dodatno zapošljavanje, edukacija, opremanje), donesene su odluke kojima su im dane ovlasti, uspostavljena je suradnja s klubovima i agencijama. Educiranje gostiju o javnom redu i miru obavlja se odmah, pri dolasku u grad.

Slika 10. Letak s kodeksom ponašanja u gradu Novalji



Izvor: (Kolobarić, 2017)

Rezultat uvođenja bontona je značajno smanjenje neprihvatljivog ponašanja i veće zadovoljstvo lokalnog stanovništva i gostiju. Sve navedene aktivnosti provedene su u sklopu projekta „Novalja – Siguran grad 2014-2020“ (Udruga gradova, 2022).

### 3.2.5. Ostale atrakcije

Od ostalih atrakcija grada Novalje i otoka Paga mogu se izdvojiti (Institut za turizam, 2017):

- zaštićeni posebni geološko paleontološki rezervat Crnika
- uvala Pag kao mjesto bogato ponudom sportova na vodi
- ljekovito blato na predjelu Lokunja, u samom središtu grada Paga
- bazeni soli i Solana Pag
- paška čipka (UNESCO nematerijalna baština)
- tradicionalna proizvodnja paškog sira
- tradicionalni način života (pomorska tradicija, ribarstvo, kolo)
- eno-gastronomija (janjetina, sir, sol, vino)
- penjačke i planinarske staze
- biciklističke staze
- Paški trokut.



U središtu grada Paga, na predjelu Lokunja, smješteno je lječilište bogato prirodnim taložnim blatom koje se koristi u liječenju reumatskih i dermatoloških bolesti (TZ Pag, 2020). Paška čipka svakako je jedna od najpoznatijih atrakcija otoka Paga. U gradu Pagu zabilježena je izrada čipke već polovicom 15. stoljeća za potrebe ženskog i crkvenog ruha. Godine 2009. „paška čipka uvrštena je na listu nematerijalne kulturne baštine UNESCO-a. Paška čipka upisana je u registar UNESCO-a zajedno s hvarskom i lepoglavskom čipkom te je time postala jedno od sedam nematerijalnih kulturnih dobara koja su iz Hrvatske upisane u ovaj registar.“ (TZ Pag, 2020) Sol je, uz čipku, drugo bijelo zlato grada Paga s tisućljetnom organiziranom proizvodnjom. Paške solane spadaju u najstarije na istočnoj jadranskoj obali. Danas se „Solana Pag“ prostire površinom od oko 2 milijuna m<sup>2</sup> i čini prostorno najveći proizvodni pogon u RH (TZ Pag, 2020). Paški trokut je megalitski otisak koji su istraživali mnogi, od ufologa do geologa i paleontologa. Po prvoj teoriji, koju zastupaju ufolozi, Paški trokut je „posljedica spuštanja izvanzemaljske letjelice. Prema drugoj teoriji, Paški trokut je djelo visokorazvijene civilizacije koja je prije više desetaka tisuća godina postojala na Zemlji“ (Pag Tours, 2020).

Posljednjih godina posjetitelji su također mogli sudjelovati u potpuno drugačijoj vrsti turizma, sudjelovanju u jednoj od najslikovitijih i najzahtjevnijih europskih *trail* utrka - takozvanoj manifestaciji "Život na Marsu". Nazvana prema klasičnoj pjesmi Davida Bowieja u znak priznanja spektakularnom stjenovitom terenu novaljskog kraja, utrka svake godine privlači veliki broj natjecatelja iz Hrvatske i cijele Europe. Sada već uvriježeno mjesto u europskom sportskom kalendaru, "Život na Marsu" jedna je u nizu inicijativa koje pomažu da se Novalja repositionira kao destinacija ne samo za ljubitelje glazbe, već i za turiste avanturiste i gastronome. Iskustvo mjesečevog krajolika na Pagu je jedinstveno te staze imaju veliki potencijal. Ulaganjem u sportska događanja, kulturne festivale i gastronomiju može se produžiti turistička sezona i mogu se privući vrhunski turisti (Hiking Croatia, 2022). Uslijed pandemije Novalja se dodatno usmjerila na razvoj "outdoor" turizma. Kako navodi Marinko Glavan u Novom Listu (2021): „U širenju outdoor ponude sudjeluje cijeli otok, sve četiri jedinice lokalne samouprave, zajedno s Turističkim zajednicama, povezujući već postojeće staze i puteve koje su do nedavno koristili uglavnom lokalni uzgajivači ovaca i poneki avanturist koji bi se odvažio na istraživanje otočnih ljepota u vlastitom aranžmanu, oslanjajući se na vlastitu sposobnost snalaženja u prirodi i usmene upute domaćina.“

Kako je vidljivo, otok Pag i grad Novalja obiluju prirodnim, kulturnim i ostalim dobrima koji čine resursnu osnovu razvoja turizma na destinaciji. Osim festivalskog turizma, Novalja i otok

Pag pozicioniraju se kao destinacija sportskog turizma, za što svakako postoji resursna osnova. Također je vidljivo kako se dodatni naponi ulažu u održivost, kako u festivalski tako i u ostale oblike turizma. S obzirom na to da je Novalja globalno prepoznata kao *party* destinacija, pozitivno je što su prepoznate prednosti i nedostaci, a njihovo isticanje (prednosti), odnosno rješavanje (nedostaci), dodatno će približiti destinaciju održivosti s fokusom na dobrobit lokalne zajednice. Nakon detaljnog uvida u turizam grada Novalje, u nastavu rada slijedi empirijsko istraživanje provedeno za potrebe pisanja ovog rada.

## **4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE**

Empirijsko istraživanje obuhvaća rezultate istraživanja provedenog za potrebe pisanja ovog diplomskog rada. Poglavlje obuhvaća uvid u metodologiju, rezultate istraživanja, ograničenja i preporuke za daljnja istraživanja.

### **4.1. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA**

Primarni podaci prikupljeni su anketom koja se sastojala od pitanja kategoriziranih u dvije grupe. Prva grupa pitanja odnosi se na opće podatke, odnosno demografske karakteristike ispitanika (predstavlja nezavisne varijable). Pitanja u ovom dijelu su zatvorena s mogućnošću više odgovora. Pitanja u drugoj kategoriji odnose se na temu istraživanja, u kojoj ispitanici izražavaju svoja iskustva, stavove i mišljenja o utjecaju festivalskog turizma na održivi turizam grada Novalje. Pitanja su postavljena na Likertovoj ljestvici od pet stupnjeva. Podaci su prikupljeni *online* putem anonimno, a ispitanici nisu ostavljali svoje osobne podatke i svi odgovorili dolazili su skupno na jedno mjesto. Anketa je provedena tijekom travnja i svibnja 2022. godine i skupljen je 101 odgovor. Uz anketu, proveden je i polustrukturirani intervju s pet dionika turizma grada Novalje, a rezultati kojega će biti prikazani nakon rezultata ankete.

Za proces obrade podataka korišten je MS Excel i IBM SPSS 26.0. program za statističku obradu podataka. Za osnovnu analizu podataka korištena je opisna statistika. Za nominalne i ordinalne varijable izračunani su deskriptivni pokazatelji izraženi u frekvencijama (f) i postocima (%). Za usporednu analizu podataka s obzirom na demografske karakteristike ispitanika korišteni su odgovarajući neparametrijski testovi.

### **4.2. REZULTATI ANKETNOG ISTRAŽIVANJA**

Tablicom u nastavku prikazani su demografski podaci ispitanika.

Tablica 12. Demografski podaci ispitanika

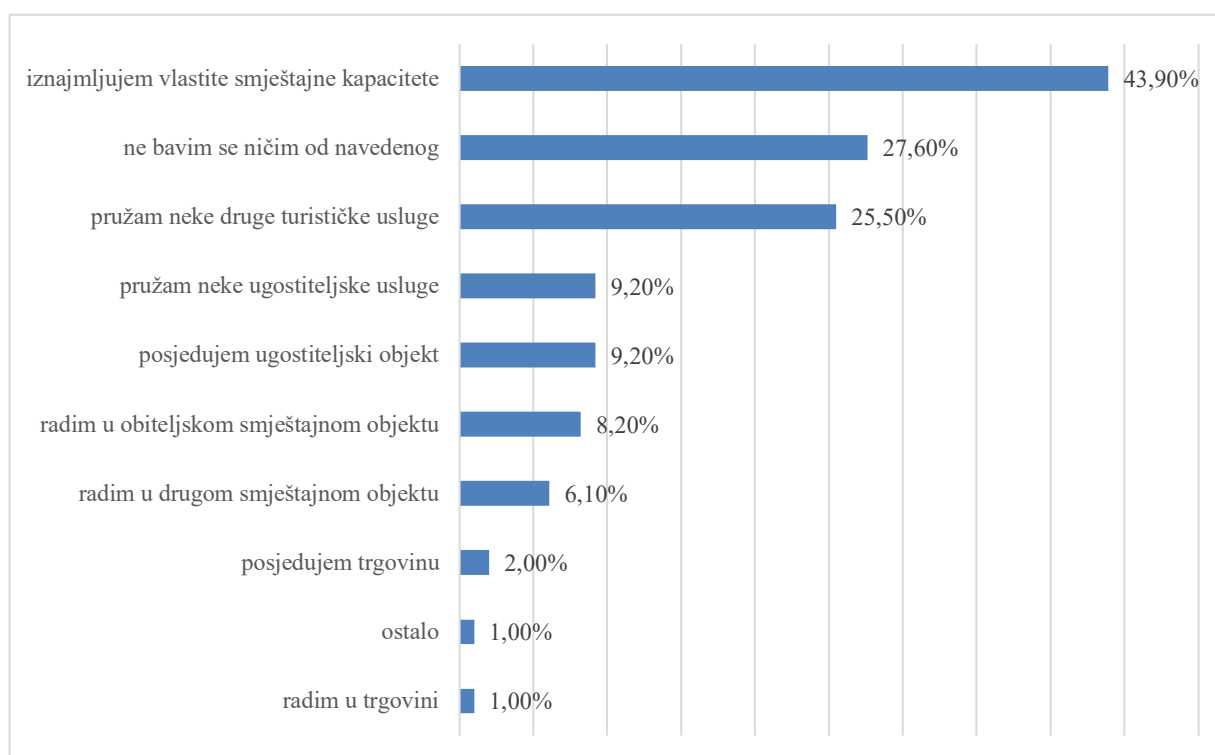
		Ispitanici	
		Frekvencija (n=101)	Struktura (%)
Spol	Muško	48	47,5
	Žensko	<b>52</b>	<b>51,5</b>
	Bez odgovora	1	1,0
Stručna sprema	Srednja škola/gimnazija	<b>41</b>	<b>40,6</b>
	Prvostupnik(ca)	8	7,9
	VŠS	13	12,9
	VSS	29	28,7
	Magisterij ili doktorat	10	9,9
Dob	18-25	13	12,9
	26-35	<b>39</b>	<b>38,6</b>
	36-45	18	17,8
	46-55	18	17,8
	56-65	10	9,9
	66 i više	3	3,0
Bračni status	Izvanbračna zajednica	25	24,8
	Oženjen(a)	<b>48</b>	<b>47,5</b>
	Razveden(a)	2	2,0
	Samac	24	23,8
	Udovac(ica)	2	2,0
Radni status	Nazaposlen(a)	14	13,9
	Učenik(ca)/Student(ica)	9	8,9
	Umirovljen(ca)	5	5,0
	Zaposlen(a) kao samostalni poduzetnik(ca)	14	13,9
	Zaposlen(a) u javnom sektoru	18	17,8
	Zaposlen(a) u privatnom sektoru	<b>41</b>	<b>40,6</b>
Područje stalnog prebivališta	Grad Novalja	<b>55</b>	<b>54,5</b>
	Okolica grada Novalje	11	10,9
	Ostalo	26	25,7
	Nema odgovora	9	8,9
Boravak u gradu Novalji	Povremeno	49	48,5
	Stalno	<b>51</b>	<b>50,5</b>
	Nema odgovora	1	1,0
Iznos osobnih neto mjesečnih prihoda u kunama	do 1.000 kn	1	1,0
	1.001 do 2.000 kn	1	1,0
	2.001 do 3.000 kn	4	4,0
	3.001 do 4.000 kn	2	2,0
	4.001 do 6.000 kn	25	24,8
	6.001 do 8.000 kn	19	18,8
	8.001 do 12.000 kn	25	24,8
	više od 12.000 kn	11	10,9
	nemam mjesečnih prihoda	6	5,9
	ne želim odgovoriti	7	6,9

Izvor: Izradio autor

Istraživanju je pristupio 101 ispitanik, lokalni stanovnik grada Novalje i okolice. Od ukupnog broja ispitanika, 51,5 % su žene, a najveći udio ispitanika (40,6 %) ima srednju stručnu spremu. Najčešća dob ispitanika je 26 do 35 godina starosti (38,6 %). Gotovo polovica ispitanika, 47,5 %, su osobe u braku, a 40,6 % njih zaposleno je u privatnom sektoru. Nadalje, u gradu Novalji stalno prebivalište ima 54,5 % ispitanika. Što se tiče mjesečnih osobnih prihoda, oni su podjednako raspoređeni u kategorijama 4.001 do 6.000 kn i 8.001 do 12.000 kn (24, 8%).

Kako bi se dobio uvid u uključenost ispitanika u turističke aktivnosti, postavljeno im je pitanje o bavljenju aktivnostima u turizmu. Odgovori su prikazani grafikonom u nastavku.

Grafikon 1. Bavljenje turizmom ispitanika

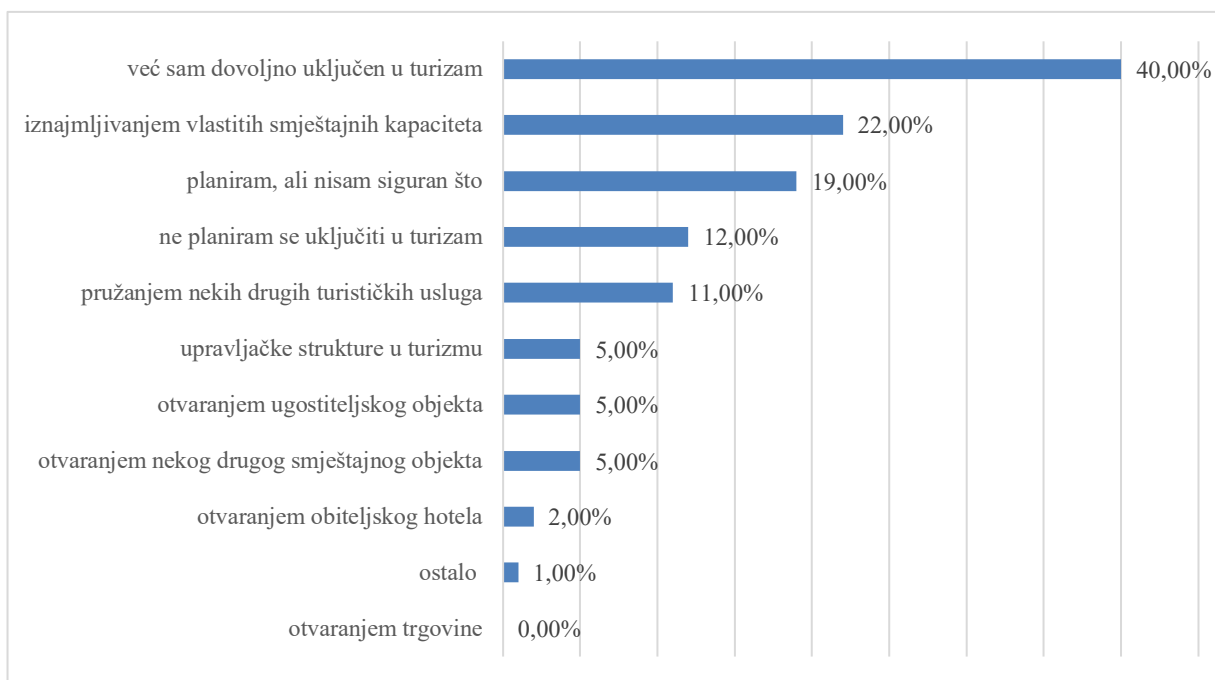


Izvor: Izradio autor

Kako je vidljivo iz prikaza, 43,9 % ispitanika bavi se iznajmljivanjem vlastitih smještajnih kapaciteta, što se može povezati s ranije prikazanom strukturom smještajnih kapaciteta gdje je vidljivo kako na području Grada Novalje dominira privatni smještaj, odnosno apartmani. Nadalje, 9,2 % ispitanika navodi kako posjeduje ugostiteljski objekt, što se također može povezati s ranijim prikazom gdje je vidljivo kako je od ukupnog broja stanova njih 15 % namijenjeno obavljanju poslovnih djelatnosti, prvenstveno ugostiteljsko-turističkih. Ostalim

navedenim aktivnostima bavi se manje od 10 % ispitanika, a 25,5 % ispitanika navodi pružanje nekih drugih turističkih usluga. Čak 27,6 % ispitanika navodi kako se ne bavi ničim od navedenog. Nadalje, ispitanicima je postavljeno pitanje planiraju li se u skorijoj budućnosti uključiti u turizam.

Grafikon 2. Plan uključivanja u turizam u skorjoj budućnosti



Izvor: Izradio autor

Da su već dovoljno uključeni u turizam navodi 40 % ispitanika, što je vidljivo i iz prethodnog pitanja gdje značajan udio ispitanika (više od 70 %) navodi kako je uključeno u turizam. No, vidljivo je i kako 22 % njih u skorijoj budućnosti planira iznajmljivanje vlastitih smještajnih kapaciteta, što će utjecati na rast broja smještajnih kapaciteta na području grada Novalje. Da se planira uključiti u turizam, ali još ne zna na koji način, navodi 19 % ispitanika, a 12% ispitanika nema namjeru uključivati se u turizam u skorijoj budućnosti. Drugim riječima, od trenutno gotovo 28 % ispitanika koji se ne bave turizmom, većina ih se u skorijoj budućnosti planira uključiti u turizam, ali još ne zna na koji način. Tek manji udio ispitanika u turizam se ne planira uključiti. Nadalje, ispitanici su dali uvid u svoje ukupne neto godišnje prihode od turizma.

Tablica 13. Ukupni godišnji neto prihodi ispitanika od turizma (kn)

		F	%
Valid	Bez odgovora	1	1,0
	120.001 do 150.000 kn	5	5,0
	15.001 do 30.000 kn	6	5,9
	150.001 do 200.000 kn	5	5,0
	30.001 do 60.000 kn	10	9,9
	60.001 do 90.000 kn	10	9,9
	90.001 do 120.000 kn	13	12,9
	Do 15.000 kn	4	4,0
	Ne želim odgovoriti	10	9,9
	<b>Ne ostvarujem prihode od turizma</b>	<b>28</b>	<b>27,7</b>
	Više od 200.000 kn	9	8,9
	Total	101	100,0

Izvor: Izradio autor

Da ne ostvaruje prihode od turizma navodi 27,7 % ispitanika, što je, prema ranijim prikazima, onaj udio ispitanika koji nisu uključeni u turizam pa je logično da od njega niti ne ostvaruju prihode. Nadalje, njih 12,9 % ostvaruje prihode od 90.001 do 120.000 kn godišnje, a prema odgovorima o načinu bavljenja turizmom može se zaključiti kako se uglavnom radi o prihodima od iznajmljivanja smještajnih kapaciteta. Na ovo pitanje nije željelo odgovoriti 9,9 % ispitanika. Sljedeće kategorije pitanja odnosile su se na mišljenja, stavove i percepciju ispitanika o turizmu u gradu Novalji. Tipični gosti Novalje prikazani su tablicom u nastavku.

Tablica 14. Tipični gosti Novalje

		F	%
Valid	Bez odgovora	1	1,0
	<b>Mladi</b>	<b>94</b>	<b>93,0</b>
	Obitelji s djecom	4	4,0
	Osobe svih dobnih skupina	1	1,0
	Sve od navedenog	1	1,0
	Total	101	100,0

Izvor: Izradio autor

Većina, odnosno 93 % ispitanika, navodi kako su tipični gosti Novalje mladi. Glavni motivi dolaska prikazani su u nastavku. Odgovori su distribuirani na skali od 1 do 5 gdje 1 označava – uopće nije motiv dolaska, a 5 označava – najčešći motiv dolaska.

Tablica 15. Glavni motivi dolaska

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<b>Zabava i festivali</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>4,58</b>	<b>,831</b>
Manifestacije i događanja	95	1	5	3,62	1,265
Odmor i opuštanje uz more	98	1	5	3,53	1,151
Gastronomija	93	1	5	3,03	1,137
Priroda	95	1	5	2,89	1,162
Sport i rekreacija	95	1	5	2,83	,986
Kultura i umjetnost	94	1	4	2,13	,858

Izvor: Izradio autor

U prosjeku, ispitanici smatraju kako su najčešći motivi dolaska u grad Novalju zabava i festivali. Kao česte motive dolaska ispitanici u prosjeku navode manifestacije i događanja te odmor i opuštanje uz more. Kao manje česte motive dolaska ispitanici u prosjeku navode gastronomiju, prirodu te sport i rekreaciju. Kultura i umjetnost, prema prosječnom mišljenju ispitanika, nije motiv dolaska turista u destinaciju. Ispitanici su nadalje ocijenili utjecaj turizma na zajednicu i osobe. Odgovori su distribuirani na skali od 1 do 5, gdje 1 označava – izrazito negativan utjecaj, a 5 označava – izrazito pozitivan utjecaj.

Tablica 16. Utjecaj turizma na odabrane zajednice i osobe

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Republiku Hrvatsku	97	2	5	4,35	,878
Otok Pag	98	1	5	4,38	,856
<b>grad Novalju</b>	<b>98</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>4,51</b>	<b>,864</b>
Vašu obitelj	97	1	5	3,72	1,205
Vas osobno	96	1	5	3,68	1,349

Izvor: Izradio autor



Ispitanici u prosjeku smatraju kako turizam ima izuzetno pozitivan utjecaj na grad Novalju, dok utjecaj na Republiku Hrvatsku, otok Pag, svoju obitelj i sebe osobno u prosjeku smatraju pozitivnim. Kod stavova o utjecaju na obitelj i ispitanike osobno, vidljiva je velika raspršenost odgovora (standardna devijacija), što ukazuje kako utjecaj turizma na obitelj i ispitanike osobno ovisi od osobe do osobe. Ovi odgovori se također mogu povezati i s uključenosti ispitanika u turizam. Razlike u odgovorima ispitanika koji su uključeni i onih koji nisu uključeni u turizam prikazane su tablicom u nastavku.

Tablica 17. Mišljenja o utjecaju turizma na odabrane zajednice i osobe s obzirom na uključenost ispitanika u turizam

	Uključeni u turizam		Nisu uključeni u turizam	
	N	Mean	N	Mean
Republiku Hrvatsku	68	4,34	29	4,38
otok Pag	69	4,38	29	4,38
grad Novalju	69	4,48	29	4,59
<b>Vašu obitelj</b>	<b>69</b>	<b>4,03</b>	<b>29</b>	<b>2,96</b>
<b>Vas osobno</b>	<b>69</b>	<b>3,94</b>	<b>29</b>	<b>3,00</b>

Izvor: Izradio autor

Razlike u stavovima ispitanika o utjecaju turizma vidljive su kod utjecaja na obitelj ispitanika i ispitanika osobno. Naime, ispitanici koji su uključeni u turizam smatraju kako turizam pozitivno utječe na njihovu obitelj i njih osobno, dok ispitanici koji nisu uključeni u turizam navode kako utjecaj turizam na njih osobno i njihovu obitelj nije niti pozitivan niti negativan.

Ispitanici su iskazali svoje mišljenje o gradu Novalji kao turističkoj destinaciji te su procijenili svoje zadovoljstvo svakim od navedenih elemenata. Odgovori su distribuirani na skali od 1 do 5 gdje 1 označava – izrazito nezadovoljstvo, a 5 označava – izrazito zadovoljstvo.

Tablica 18. Zadovoljstvo elementima

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<b>Onim što grad Novalja dobiva od turizma</b>	<b>99</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>3,92</b>	<b>1,047</b>
Novaljom kao turističkom destinacijom općenito	98	1	5	3,55	0,975
Radom privatnih poduzetnika u funkciji turizma u gradu Novalji	101	1	5	3,43	0,931
Smjerom razvoja turizma grada Novalje	97	1	5	3,25	1,071
Turistima koji borave u gradu Novalji	99	1	5	3,1	1,005
Iskorištenost turističkih potencijala grada Novalje	100	1	5	3,08	1,032
Radom lokalnih tijela javne uprave grada Novalje u funkciji turizma	99	1	5	3,02	0,979

Izvor: Izradio autor

Ispitanici su u prosjeku zadovoljni onim što grad Novalja dobiva od turizma i gradom Novaljom kao turističkom destinacijom općenito. Ostalim elementima ispitanici su u prosjeku osrednje zadovoljni. Ispitanici su također naveli glavne prednosti i nedostatke grada Novalje kao turističke destinacije. Odgovori su grupirani i prikazani u nastavku.

Tablica 19. Glavne prednosti grada Novalje kao turističke destinacije

		F	%
Valid	Party turizam	56	55,4
	Prirodne ljepote	28	27,7
	Dostupnost	11	10,9
	Kultura, tradicija i gastronomija	5	5
	Ništa	1	1
	Total	101	100,0

Izvor: Izradio autor

Većina ispitanika, 55,4 %, kao glavnu prednost grada Novalje kao turističke destinacije navodi *party* turizam. Prirodne ljepote kao prednost navodi 27,7 % ispitanika, a dostupnost destinacije 10,9 % ispitanika.

Tablica 20. Glavni nedostatak grada Novalje kao turističke destinacije

	F	%
Valid		
Ograničena ponuda usmjerena na party turizam	39	38,6
Infrastruktura	23	22,8
Gužva i neredi u sezoni	13	12,9
Apartmanizacija	7	6,9
Nema odgovora	6	5,9
Razina usluge	6	5,9
Trajanje sezone	4	4
Gastronomija	2	2
Nepovoljan položaj domaćih stanovnika u odnosu na sezone	1	1
Total	101	100,0

Izvor: Izradio autor

Kao glavni nedostatak grada Novalje kao turističke destinacije, 38,6 % ispitanika navodi ograničenu ponudu usmjerenu na *party* turizam. Značajan udio ispitanika, 22,8 %, kao glavni nedostatak navodi infrastrukturu, dok 12,9 % ispitanika smatra kako su gužva i neredi u sezoni glavni nedostatak grada Novalje kao turističke destinacije.

Ispitanici su također procijenili svoje zadovoljstvo elementima turističke ponude u gradu Novalji. Odgovori su distribuirani na skali od 1 do 5 gdje 1 označava potpuno nezadovoljstvo, a 5 označava potpuno zadovoljstvo.

Tablica 21. Zadovoljstvo elementima ponude

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<b>Ponuda festivalskog turizma</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>4,24</b>	<b>1,026</b>
Aktualna ponuda Zrća	100	1	5	3,95	1,095
Ljepota i čistoća prirode i okoliša	100	1	5	3,58	0,955
Raznovrsnost zabavnih događanja i sadržaja	99	1	5	3,55	1,052
Ukupno zadovoljstvo Novaljom kao destinacijom	100	1	5	3,55	0,903
Kvaliteta smještaja	100	1	5	3,4	0,943

Sigurnost	100	1	5	3,24	1,046
Ponuđena vrijednost za novac u destinaciji	100	1	5	3,08	0,918
Razina cijena općenito	100	1	5	2,8	1,146
Pogodnost za provođenje obiteljskog odmora	100	1	5	2,66	1,047

Izvor: Izradio autor

Ispitanici su u prosjeku zadovoljni ponudom festivalskog turizma, aktualnom ponudom Zrća, ljepotom i čistoćom prirode i okoliša, kao i Novaljom kao destinacijom općenito. Ostalim elementima turističke ponude ispitanici su osrednje zadovoljni. Nadalje, ispitanici su procijenili pozitivne učinke turizma na grad Novalju. Odgovori su distribuirani na skali od 1 do 5, gdje 1 označava – uopće ne utječe, a 5 označava – izrazito utječe.

Tablica 22. Procjena pozitivnih učinaka turizma na grad Novalju

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Povećanje zaposlenosti	101	1	5	4,04	1,038
Povećanje potrošnje	100	1	5	3,96	1,024
Poticanje poduzetništva na otoku	101	1	5	3,78	1,055
Ukupno podizanje životnog standarda i kvalitete života	101	1	5	3,78	1,045
Zapošljavanje mladih i sprječavanje odlaska s otoka	99	1	5	3,6	1,22
Stvaranje novih komercijalnih aktivnosti	100	1	5	3,55	1,086
Unaprjeđenje kulturne i zabavne ponude	100	1	5	3,41	1,156
Bolje održavanje javnih prostora i infrastrukture	99	1	5	3,34	1,108
Nešto drugo	63	1	5	3	1,122

Izvor: Izradio autor

Ispitanici procjenjuju kako turizam grada Novalje ima pozitivan učinak na povećanje zaposlenosti, povećanje potrošnje, poticanje poduzetništva na otoku, ukupno podizanje životnog standarda i kvalitete života, zapošljavanje mladih i sprječavanje odlaska s otoka te

stvaranje novih komercijalnih aktivnosti. Ispitanici, nadalje, procjenjuju kako turizam ima srednje pozitivan utjecaj na unaprjeđenje kulturne i zabavne ponude te na bolje održavanje javnih prostora i infrastrukture.

Tablica 23. Procjena neželjenih učinaka turizma na grad Novalju

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Poskupljenje svakodnevnih potrepština	100	1	5	4,33	0,888
Gužva	100	2	5	4,19	0,95
Prevelika ovisnost lokalnog gospodarstva o turizmu	99	1	5	4,17	0,937
Povećana upotreba droge i alkohola	101	1	5	4,08	1,12
Onečišćavanje okoliša	100	1	5	4,06	0,952
Buka, posebice u noćnim satima	100	1	5	3,98	1,044
Povećanje cijena zemljišta i nekretnina	101	1	5	3,97	1,127
Nemoralno ponašanje turista	100	1	5	3,86	1,101
Povećanje broja krađa i kriminalnih djela	100	1	5	3,74	1,088
Devastacija kulturne i prirodne baštine	98	1	5	3,73	1,031
Netrpeljivost lokalnog stanovništva naspram turista	99	1	5	3,56	1,09
Smanjenje kvalitete komunalnih usluga (odvodnja i zbrinjavanje otpada)	98	1	5	3,55	1,076
Smanjenje kvalitete plaža za kupanje	99	1	5	3,39	1,185
Smanjenje kvalitete ugostiteljskih objekata	97	1	5	3,25	1,1
Povećanje prostitucije	97	1	5	3,11	1,282
Nemoralno ponašanje lokalnog stanovništva	99	1	5	3,1	1,182
Nešto drugo	56	1	5	2,73	1,152
Iseljavanje ljudi	100	1	5	2,62	1,229

Izvor: Izradio autor

Ispitanici procjenjuju kako turizam grada Novalje ima neželjene učinke u kontekstu gužve, buke, povećane upotrebe droge i alkohola, povećanog broja krađa i kriminalnih djela,

nemoralnog ponašanja turista, povećanja cijena zemljišta i nekretnina, poskupljenja svakodnevnih potrepština, onečišćenja, devastacije, prevelike ovisnosti o turizmu, netrpeljivosti lokalnog stanovništva naspram turistima i smanjenja kvalitete komunalnih usluga. Srednje neželjene učinke, prema procjeni ispitanika, turizam grada Novalje ima u kontekstu povećanja prostitucije, nemoralnog ponašanja lokalnog stanovništva, iseljavanja ljudi, smanjenja kvalitete plaža i smanjenja kvalitete ugostiteljskih objekata.

Osobno mišljenje o turistima i svom odnosu prema njima ispitanici su iskazali slaganjem s tvrdnjama na skali od 1 do 5, gdje 1 označava – uopće se ne slažem, a 5 označava – u potpunosti se slažem.

Tablica 24. Mišljenje o turistima i odnos prema njima

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Potrebno nam je da sezona traje dulje	100	1	5	4,47	0,846
Potrebni su nam drugačiji turisti	99	1	5	3,66	1,239
Potrebno nam je više turista	100	1	5	3,42	1,224
Postoji niz mjesta koja pružaju turistima slično što i moje mjesto	100	1	5	3,15	1,167
Zbližavam se s turistima dok su u destinaciji	100	1	5	3,04	1,34
Ne želim određene skupine turista u svojem mjestu	100	1	5	2,91	1,45
Želio bih više mladih turista u svojem mjestu	99	1	5	2,9	1,241
Zadržavam kontakte s turistima koje sam upoznao	100	1	5	2,8	1,303

Izvor: Izradio autor

Ispitanici se u prosjeku uglavnom slažu s tvrdnjom kako je potrebno da sezona u destinaciji traje dulje i kako su destinaciji potrebni drugačiji turisti. Prema ostalim tvrdnjama, ispitanici u prosjeku iskazuju srednje slaganje. Ispitanici koji su se složili s tvrdnjom kako ne žele određene skupine turista u svojem mjestu, naveli su i o kojim skupinama se radi. Podaci su kategorizirani i prikazani u nastavku.

Tablica 25. Skupine turista koje ispitanici ne žele na destinaciji

		F	%
Valid	Nema odgovora	73	72,2
	Problematične party turiste	16	15,8
	Ne podržava ovu vrstu diskriminacije	2	2,0
	Druge rase	3	3,0
	Obitelji	4	4,0
	Slabe potrošače	1	1,0
	Nekulturne turiste	1	1,0
	Turiste koji nemaju razumjevanija za mlade festivalske turiste	1	1,0
	Total	101	100,0

Izvor: Izradio autor

Od neželjenih skupina turista izdvajaju se problematični *party* turisti.

### 4.3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA PROVEDENOG PUTEM INTERVJUA

Uz anketno istraživanje, intervjuirano je pet dionika turizma grada Novalje. Intervju je bio otvorenog tipa, a ispitanici su iznijeli svoje stavove o utjecaju turizma na grad Novalju. Skraćeni odgovori prikazani su tablicom u nastavku.

Tablica 26. Rezultati intervjuja

	Ispitanik 1	Ispitanik 2	Ispitanik 3	Ispitanik 4	Ispitanik 5
Turistička djelatnost	Najam vlastitih apartmana	Najam vlastitih apartmana	Vlasnik ugostiteljskog objekta	Vlasnik ugostiteljskog objekta	Taksi prijevoznik
Tipični gosti Novalje	Party gosti	Party gosti	Party gosti	Party gosti	Party gosti
Opće osobno zadovoljstvo turizmom grada	Osrednje, Novalja ima puno više za ponuditi, što dolazi do izražaja tek posljednjih nekoliko godina, pogotovo sportske aktivnosti	Zadovoljan, party turisti su dobri potrošači, a problemi koje stvara ova vrsta gostiju dobrim se dijelom uspijevaju riješiti kontrolama i kaznama	Zadovoljan, prije Zrća Novalja je bila slabo razvijena sa slabim turističkim prometom. Od Zrća svi profitiraju	Zadovoljan, jedino bi trebalo više poraditi na produljenju sezone	Niti zadovoljan niti nezadovoljan. Tko je direktno uključen u turizam zadovoljan je, ali tko se turizmom ne bavi ne može biti zadovoljan
Prednosti Novalje kao turističke destinacije	Prepoznata party destinacija	Zrće	Festivali	Ima za svakog ponešto, osim mladih partijanera, u Novalji svatko	Zrće

				može pronaći nešto za sebe	
Nedostaci Novalje kao turističke destinacije	Nedovoljno kvalitetnog smještaja	Premalo događanja koji nisu vezani za Zrće	Infrastruktura koja ne prati potražnju i broj gostiju	Apartmanizacija	Loše planiranje
Pozitivni učinci turizma	Razvoj grada i okolice, zaposlenost, veći životni standard	Zaposlenost, prepoznatljivost destinacije	Veći životni standard građana	Zaposlenost	Zaposlenost
Negativni učinci turizma	Gužva, buka, cijene	Gužva, neredi	Gužva	Gužva i devastacija grada	Gužva i buka, uništavanje imovine

Izvor: Izradio autor

Kako je vidljivo iz tablice, intervjuu su pristupila dva vlasnika apartmana za najam, jedna vlasnica i jedan vlasnik ugostiteljskog objekta te jedan taksi prijevoznik. Ispitanici su u dobi od 40 do 50 godina, a što se tiče spola, intervjuirane su četiri muške i jedna ženska osoba. Sve intervjuirane osobe stalno borave u gradu Pagu. Intervjui su provedeni kao razgovori otvorenog tipa. Svi intervjuirani navode kako su tipični gosti Novalje *party* gosti i kako je upravo po *party* turizmu Novalja globalno poznata. Ovi rezultati slažu se i s rezultatima provedene ankete, gdje 93 % ispitanika navodi kako su tipični gosti Novalje mladi, a ispitanici smatraju kako su najčešći motiv dolaska u grad Novalju zabava i festivali.

Intervjuirane osobe turizmom grada Novalje osrednje su zadovoljne. Prvi ispitanik navodi kako Novalja ima puno više toga za ponuditi, što je tek sada, u doba pandemije došlo do izražaja. Turistička ponuda sve se više fokusira na sportski turizam, što je dobro. Ispitanik navodi kako ne smatra da treba maknuti *party* turizam jer je na temelju njega izgrađen imidž destinacije, no smatra kako ponudu treba obogatiti jer Novalja i okolica imaju što za ponuditi. Drugi ispitanik, s druge strane, navodi kako je zadovoljan trenutnim stanjem. *Party* turiste smatra dobrim gostima i, prije svega, dobrim potrošačima. Također, smatra kako se svi eventualni problemi rješavaju na odgovarajući način. Tu prvenstveno misli na nedolična ponašanja koja se kažnjavaju. Treći ispitanik, vlasnik ugostiteljskog objekta, također je zadovoljan turizmom grada te ističe kako je prije Zrća Novalja bila slabo razvijena, a sve što je Novalja danas treba zahvaliti upravo *party* turizmu. Također, navodi kako gotovo da i nema osobe koja od ove vrste turizma u gradu Novalji ne profitira, direktno ili indirektno. Drugi vlasnik ugostiteljskog objekta također je zadovoljan trenutnim stanjem, no smatra kako treba više napora uložiti u produljenje sezone, jer, kako navodi, neopravdano je da sezona završava već početkom rujna. Cijeli rujan i listopad mogu biti iznimno zanimljivi za posjet Novalji, no za to je potrebno



proširiti ponudu. Peti ispitanik, taksi prijevoznik, osrednje je zadovoljan trenutnim stanjem. Kao taksi prijevoznik isključivo u sezoni, navodi problem s kojim se stanovništvo susreće izvan sezone, a to je „sanacija štete“ od sezone i *party* turista. Kaže kako stanovinci koji su direktno uključeni u turizam mogu biti zadovoljni, no stanovnici koji nemaju direktne koristi od turizma, odnosno oni koji nisu uključeni, ne mogu biti zadovoljni postojećim stanjem. No svi ispitanici se slažu kako je Zrće glavna prednost grada Novalje. Svi ovi odgovori slažu se i s rezultatima ankete.

Što se tiče glavnih nedostataka, prvi ispitanik navodi kako je to nedostatak kvalitetnog smještaja. Kako navodi, visoka razina potražnje rezultirala je pretvaranjem svake garaže, podruma i ostave u apartman. Ispitanik, nadalje, navodi kako je samim time i kvaliteta smještaja drastično pala. Većina iznajmljivača ovakve vrste smještaja vodi se mišlju kako tipičnim partijanerima smještaj nije važna stavka kod boravka u Novalji, no ispitanik se s time ne slaže. Drugi ispitanik navodi kako je glavni nedostatak premalo događanja koja nisu usko vezana za Zrće, iako navodi kako se to polako proteklih godina mijenja. Čak postoje i programi, odnosno paketi ponuda koji objedinjuju festivalska i sportska događanja, no to je sve još nedovoljno razvijeno. Četvrti ispitanik navodi istu problematiku kao i prvi ispitanik, koji kao glavni problem vidi apartmanizaciju bez plana i reda. Kako navodi, problem je loše ili nikakvo planiranje i dozvole gradnje koje nisu opravdane. Četvrti ispitanik objedinjuje sve probleme u loše planiranje. Pod loše planiranje navodi ponudu koja je fokusirana na festivale, kao i ponudu smještaja čija je kvaliteta na niskoj razini. Također, ovdje navodi i problem infrastrukture koja ne prati potražnju, a problem infrastrukture navodi i treći ispitanik koji smatra da je to goruće pitanje i problem koji treba rješavati prije svega.

Svi intervjuirani slažu se kako turizam ima pozitivne učinke, pogotovo u segmentu zaposlenosti, rasta standarda i razvoja grada i okolice. No slažu se i oko negativnih strana gdje se u prvi plan stavlja buka i gužva.

Prikaz rezultata intervjua ukazuje kako se odgovori ispitanika poklapaju s odgovorima iz ankete. Može se reći kako je lokalno stanovništvo prepoznalo prednosti i nedostatke turizma grada Novalje, što je preduvjet razvoja u smjeru održivosti.

#### 4.4. TESTIRANJE ISTRAŽIVAČKIH HIPOTEZA

Kako bi se potvrdile ili odbile postavljene hipoteze, provedeni su testovi. Kako bi se utvrdilo postoje li razlike u stavovima građana o utjecaju turizma na grad Novalju s obzirom na dob, proveden je Kruskal Wallis Test čiji rezultati su prikazani tablicom u nastavku. Kruskal Wallis test odabran je s obzirom na to da se analizira više skupina neovisnih varijabli (šest dobnih skupina prikazanih u demografskim podacima ispitanika – tablica 12).

U svrhu propitivanja stavova ispitanika s obzirom na demografske karakteristike, postavljene su tri hipoteze rada.

Prva hipoteza glasi: **H1**: Postoje razlike u stavovima građana o utjecaju turizma na grad Novalju s obzirom na dob građana.

Rezultati su prikazani tablicom u nastavku.

Tablica 27. Razlike u stavovima građana o utjecaju turizma na grad Novalju s obzirom na dob

Test Statistics <sup>a,b</sup> a. Kruskal Wallis Test b. Grouping Variable: dob ispitanika		Kruskal-Wallis H	df	Asymp. Sig.
		POZITIVNI UČINCI	Povećanje zaposlenosti	4,004
	Zapošljavanje mladih i sprječavanje odlaska s otoka	3,752	5	0,586
	Poticanje poduzetništva na otoku	5,544	5	0,353
	Stvaranje novih komercijalnih aktivnosti	4,605	5	0,466
	Povećanje potrošnje	6,424	5	0,267
	Unaprjeđenje kulturne i zabavne ponude	5,579	5	0,349
	Bolje održavanje javnih prostora i infrastrukture	7,002	5	0,220
	Ukupno podizanje životnog standarda i kvalitete života	1,432	5	0,921
	Nešto drugo	7,976	5	0,158
NEGATIVNI UČINCI	Buka, posebice u noćnim satima	5,870	5	0,319
	Gužva	1,999	5	0,849
	Povećanje prostitucije	2,235	5	0,816
	Povećana upotreba droge i alkohola	2,999	5	0,700
	Povećanje broja krađa i kriminalnih djela	2,543	5	0,770
	Nemoralno ponašanje turista	2,330	5	0,802
	Nemoralno ponašanje lokalnog stanovništva	2,173	5	0,825
	Povećanje cijena zemljišta i nekretnina	8,491	5	0,131
	Poskupljenje svakodnevnih potrepština	1,487	5	0,915
	Onečišćavanje okoliša	1,917	5	0,860
	Devastacija kulturne i prirodne baštine	4,700	5	0,454
	Iseljavanje ljudi	13,258	5	0,021

	Prevelika ovisnost lokalnog gospodarstva o turizmu	2,788	5	0,733
	Netrpeljivost lokalnog stanovništva naspram turista	3,476	5	0,627
	Smanjenje kvalitete komunalnih usluga (odvodnja i zbrinjavanje otpada)	8,285	5	0,141
	Smanjenje kvalitete plaža za kupanje	3,355	5	0,645
	Smanjenje kvalitete ugostiteljskih objekata	10,517	5	0,062
	Nešto drugo	10,054	5	0,074

Izvor: Izradio autor

S obzirom na p-vrijednosti (Asymp. Sig.) koje su gotovo sve veće od 0,05, osim kod negativnog učinka iseljavanja stanovništva, može se zaključiti kako razlike u odgovorima ispitanika s obzirom na dob nisu statistički značajne. Sukladno rezultatima, **H1**: Postoje razlike u stavovima građana o utjecaju turizma na grad Novalju s obzirom na dob građana, **odbija se**.

Nadalje, testirana je i druga hipoteza koja glasi - H2: Postoje razlike u stavovima građana o utjecaju turizma na grad Novalju s obzirom na uključenost građana u turizam. Razlike u stavovima građana o utjecaju turizma na grad Novalju s obzirom na uključenost građana u turizam prikazane su u nastavku.

Za utvrđivanje razlike korišten je Mann-Whitney U test, s obzirom da se testiraju dvije skupine neovisnih varijabli (građani koji su u ključni i građani koji nisu uključeni u turizam grada Novalje).

Tablica 28. Razlike u stavovima građana o utjecaju turizma na grad Novalju s obzirom na uključenost u turizam

		Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)	
<b>Test Statistics<sup>a</sup></b> a. Grouping Variable: uključenost ispitanika u turizam	<b>POZITIVNI UČINCI</b>	Povećanje zaposlenosti	820,500	1285,500	-1,842	0,065
		Zapošljavanje mladih i srječavanje odlaska s otoka	983,000	1448,000	-0,647	0,518
		Poticanje poduzetništva na otoku	769,500	3254,500	-1,950	0,051
		Stvaranje novih komercijalnih aktivnosti	1044,500	3600,500	-0,159	0,874
		Povećanje potrošnje	951,500	1416,500	-0,770	0,441
		Unaprjeđenje kulturne i zabavne ponude	979,500	1444,500	-0,559	0,576
		Bolje održavanje javnih prostora i infrastrukture	907,000	1372,000	-1,114	0,265
		Ukupno podizanje životnog standarda i kvalitete života	1017,000	1482,000	-0,143	0,886
		Nešto drugo	1006,500	1471,500	-0,455	0,649

NEGATIVNI UČINCI	Buka, posebice u noćnim satima	352,000	605,000	-1,519	0,129
	Gužva	945,000	3430,000	-0,832	0,405
	Povećanje prostitucije	944,500	3429,500	-0,860	0,390
	Povećana upotreba droge i alkohola	774,500	3120,500	-1,721	0,085
	Povećanje broja krađa i kriminalnih djela	1025,500	3581,500	-0,316	0,752
	Nemoralno ponašanje turista	1024,000	3509,000	-0,204	0,839
	Nemoralno ponašanje lokalnog stanovništva	916,500	3401,500	-1,049	0,294
	Povećanje cijena zemljišta i nekretnina	926,500	3341,500	-0,856	0,392
	Poskupljenje svakodnevnih potrepština	1043,000	3599,000	-0,173	0,863
	Onečišćavanje okoliša	959,000	3444,000	-0,760	0,447
	Devastacija kulturne i prirodne baštine	799,500	3284,500	-1,996	0,046
	Iseljavanje ljudi	902,000	3248,000	-0,949	0,342
	Prevelika ovisnost lokalnog gospodarstva o turizmu	912,000	3397,000	-1,076	0,282
	Netrpeljivost lokalnog stanovništva naspram turista	966,000	3381,000	-0,564	0,572
	Smanjenje kvalitete komunalnih usluga (odvodnja i zbrinjavanje otpada)	825,500	3240,500	-1,651	0,099
	Smanjenje kvalitete plaža za kupanje	778,000	3124,000	-1,946	0,052
	Smanjenje kvalitete ugostiteljskih objekata	804,500	3219,500	-1,808	0,071
Nešto drugo	893,500	3239,500	-0,755	0,450	

Izvor: Izradio autor

S obzirom na p-vrijednosti (Asymp. Sig.) koje su gotovo sve veće od 0,05, osim kod negativnog učinka devastacije kulturne i prirodne baštine, može se zaključiti kako razlike u odgovorima ispitanika, s obzirom na uključenost u turizam, nisu statistički značajne. Sukladno rezultatima, hipoteza **H2**: Postoje razlike u stavovima građana o utjecaju turizma na grad Novalju s obzirom na uključenost građana u turizam, **odbija se**.

Nadalje, testirana je i treća hipoteza koja glasi: H3: Postoje razlike u stavovima građana o utjecaju turizma na grad Novalju s obzirom na područje stalnog prebivališta građana Novalje.

Razlike u stavovima građana o utjecaju turizma na grad Novalju, s obzirom na područje stalnog prebivališta građana Novalje, prikazane su u nastavku. Za utvrđivanje razlike korišten je Mann-Whitney U test s obzirom na to da se testiraju dvije skupine neovisnih varijabli (građani sa stalnim i građani s povremenim prebivalištem u gradu Novalji).

Tablica 29. Razlike u stavovima građana o utjecaju turizma na grad Novalju s obzirom na područje stalnog prebivališta građana Novalje

		Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)	
<b>Test Statistics<sup>a</sup></b> a. Grouping Variable: područje stalnog prebivališta	<b>POZITIVNI UČINCI</b>	Povećanje zaposlenosti	1161,500	2436,500	-0,474	0,636
		Zapošljavanje mladih i srječavanje odlaska s otoka	1236,000	2562,000	-0,099	0,921
		Poticanje poduzetništva na otoku	1035,500	2260,500	-1,211	0,226
		Stvaranje novih komercijalnih aktivnosti	1001,500	2327,500	-1,782	0,075
		Povećanje potrošnje	1045,500	2320,500	-1,306	0,191
		Unaprjeđenje kulturne i zabavne ponude	1077,000	2403,000	-1,084	0,278
		Bolje održavanje javnih prostora i infrastrukture	1133,000	2358,000	-0,667	0,504
		Ukupno podizanje životnog standarda i kvalitete života	1079,500	2304,500	-0,897	0,370
		Nešto drugo	1118,500	2444,500	-0,945	0,345
	<b>NEGATIVNI UČINCI</b>	Buka, posebice u noćnim satima	394,000	1097,000	-1,049	0,294
		Gužva	1177,000	2402,000	-0,354	0,723
		Povećanje prostitucije	1185,000	2460,000	-0,304	0,761
		Povećana upotreba droge i alkohola	916,000	2092,000	-1,784	0,074
		<b>Povećanje broja krađa i kriminalnih djela</b>	<b>980,500</b>	<b>2205,500</b>	<b>-1,995</b>	<b>0,046</b>
		Nemoravno ponašanje turista	1079,000	2304,000	-1,063	0,288
		Nemoravno ponašanje lokalnog stanovništva	1147,000	2372,000	-0,570	0,569
		Povećanje cijena zemljišta i nekretnina	1045,500	2320,500	-1,138	0,255
		Poskupljenje svakodnevnih potrepština	1061,500	2387,500	-1,372	0,170
		Onečišćavanje okoliša	1070,500	2246,500	-1,195	0,232
		Devastacija kulturne i prirodne baštine	1049,000	2324,000	-1,305	0,192
		Iseljavanje ljudi	1068,500	2293,500	-0,810	0,418
		Prevelika ovisnost lokalnog gospodarstva o turizmu	1070,500	2345,500	-1,121	0,262
		Netrpeljivost lokalnog stanovništva naspram turista	1161,000	2337,000	-0,297	0,766
		Smanjenje kvalitete komunalnih usluga (odvodnja i zbrinjavanje otpada)	1020,500	2245,500	-1,324	0,186
		Smanjenje kvalitete plaža za kupanje	1169,500	2345,500	-0,049	0,961
Smanjenje kvalitete ugostiteljskih objekata	1133,000	2358,000	-0,494	0,621		
Nešto drugo	1069,000	2197,000	-0,626	0,531		

Izvor: Izradio autor

S obzirom na p-vrijednosti (Asymp. Sig.) koje su gotovo sve veće od 0,05, osim kod negativnog učinka povećanja broja krađe i kriminalnih djela, može se zaključiti kako razlike u odgovorima ispitanika, s obzirom na područje stalnog prebivališta građana Novalje, nisu statistički značajne.

Sukladno rezultatima, hipoteza **H3**: Postoje razlike u stavovima građana o utjecaju turizma na grad Novalju s obzirom na područje stalnog prebivališta građana Novalje, **odbija se**.

#### **4.5. OGRANIČENJA ISTRAŽIVANJA**

Istraživanje je dalo zanimljive i korisne odgovore u kontekstu utjecaja festivalskog turizma na održiv turizam grada Novalje. No rezultate je potrebno uzeti s rezervom zbog mogućih ograničenja. Od ispitanika se tražilo da na pitanja odgovore sukladno vlastitom stavovima, mišljenjima i iskustvima, no ne može se dokazati točnost i istinitost odgovora, već se isto može samo pretpostavljati. Drugo ograničenje odnosi se na način prikupljanja podataka. S obzirom na to da su podaci prikupljeni *online* putem, iz samog istraživanja isključene su osobe koje se ne koriste internetom. Anketom provedenom osobnim kontaktom, u kombinaciji s *online* anketom, mogao bi se dobiti bolji uvid u stavove i mišljenja stanovnika grada Novalje. Treće ograničenje odnosi se na relativno mali uzorak. Anketirana je 101 osoba, a za buduće istraživanje predlaže se obuhvatiti veći broj ispitanika kako bi podaci bili što vjerodostojniji.

#### **4.6. PREPORUKE ZA DALJNJA ISTRAŽIVANJA IZ PODRUČJA INTERESA**

Provedeno istraživanje, s obzirom na ciljeve, prvenstveno je od koristi lokalnoj zajednici grada Novalje. Ostvareni ciljevi istraživanja mogu pomoći lokalnoj zajednici u boljem razumijevanju utjecaja festivalskog turizma na održivi razvoj destinacije i donošenju konkretnih odluka u skladu s potrebama. Preporuke za daljnja istraživanja odnose se na obuhvat većeg broja ispitanika i provedbu istraživanja usmeno i *online* putem kako bi se obuhvatio što širi uzorak relevantnih ispitanika. Također, istraživanje se može proširiti i na turiste i njihovu percepciju, stavove i mišljenja o utjecaju festivalskog turizma na destinaciju. Na taj način bi se dobio širi uvid u tematiku.

## 5. RASPRAVA REZULTATA ISTRAŽIVANJA I PREPORUKE USMJERENE KA ODRŽIVOM UPRAVLJANJU RAZVOJEM TURIZMA GRADA NOVALJE

Cilj ovog rada bio je utvrditi pozitivne i negativne učinke festivalskog turizma i moguće prilike za razvijanjem novih oblika turizma. Ciljevi su također bili:

- utvrditi učinke masovnog i festivalskog turizma
- utvrditi specifičnosti atrakcijske i resursne osnove grada Novalje i otoka Paga
- utvrditi stavove lokalnog stanovništva o utjecaju turizma u Novalji
- utvrditi mogućnosti razvoja drugih oblika turizma u Novalji
- predložiti smjernice budućeg razvoja turizma grada Novalje.

Rezultati anketnog istraživanja, kao i rezultati intervjua, pokazuju kako su ispitanici osrednje zadovoljni stanjem turizma u gradu Novalji. Ograničenost ponude na *party* turizam također smatraju jednim od najvećih nedostataka destinacije. Što se tiče pozitivnih učinaka, rezultati pokazuju kako su pozitivni učinci vidljivi u segmentima povećanja zaposlenosti i životnog standarda lokalnog stanovništva, razvoja destinacije, potrošnje, što se podudara s teorijskim pretpostavkama pozitivnih učinaka turizma na destinaciju. No osrednje pozitivan učinak turizma prepoznat je u segmentu unaprjeđenja kulturne i zabavne ponude te na bolje održavanje javnih prostora i infrastrukture. Ovakvi stavovi u skladu su s pretpostavkama kako se grad Novalja godinama profilirala kao *party* destinacija gdje je zanemareno ulaganje u druge oblike turizma.

Također, festivalski turizam iznimno je sezonalnog karaktera, što dovodi do infrastrukturne opterećenosti u špici sezone i nemogućnosti održavanja javnih prostora i infrastrukture na zadovoljavajućoj razini kvalitete. Što se tiče negativnih učinaka, oni su tipični za *party* turizam, pogotovo u kontekstu buke, povećane upotrebe droge i alkohola, nemoralnog ponašanja, onečišćenja i slično, što festivalski turizam grada Novalje čini neodrživim. Ove tvrdnje potkrjepljuju i rezultati anketnog istraživanja i provedenih intervjua.

Što se tiče mogućnosti razvoja drugih oblika turizma u Novalji, analizom resursno-atrakcijske osnove, kao i analizom rezultata anketnog istraživanja i intervjua, vidljivo je kako Novalja ima potencijala za razvoj sportskog turizma. Kao najbolji primjer ovdje se može izdvojiti projekt “Život na Marsu”, kao jedna u nizu inicijativa koje pomažu da se Novalja repositionira kao

destinacija ne samo za ljubitelje glazbe, već i za turiste avanturiste i gastronome. Uslijed pandemije, Novalja se dodatno usmjerila na razvoj “outdoor” turizma, što i ispitanici anketnog istraživanja i intervjuirane osobe prepoznaju kao mogući smjer daljnjeg razvoja turizma Novalje izvan okvira *party* turizma.

Ako grad Novalja planira ići u smjeru održivog turističkog razvoja, potrebno je više ulaganja u tom smjeru. Analizom dosadašnjih projekata, a u okviru Master plana turizma grada Novalje – strateškog plana destinacije do 2025. godine, vidljivo je kako su poduzete mjere s ciljem poboljšanja proizvoda festivalskog turizma i približavanja ove vrste ponude održivom razvoju turizma. Problemi buke, bontona i sigurnosti sustavno se rješavaju uvedenim rješenjima. No, prema rezultatima istraživanja u ovom radu, vidljivo je kako se destinacija i dalje susreće s problemima koje će biti potrebno sustavno rješavati. Nadalje, lokalno stanovništvo se uglavnom slaže kako je potrebno da sezona u destinaciji traje dulje i kako su destinaciji potrebni drugačiji turisti. S obzirom na to da je analizom resursno-atraktivne osnove utvrđeno kako grad Novalja ima što za ponuditi svojim gostima i izvan okvira festivalskog turizma, predlaže se smjer razvoja koji je na tragu turističke ponude nuđene tijekom protekle dvije pandemijske godine, a to su “outdoor” aktivnosti.

Kao glavne preporuke usmjerene na održivi razvoj turizma navode se:

- podizanje kvalitete festivalskog turizma
- intenzivniji razvoj “outdoor” turizma
- razvoj kamping turizma.

Festivalski turizam svakako je važan i cilj nije maknuti ga iz destinacije, već prilagoditi standardima i zahtjevima održivosti, od rješavanja problema buke, zagađenja do ponašanja turista na destinaciji i odnosa prema lokalnoj zajednici i slično. Važnost festivalskog turizma prepoznata je i kod lokalnog stanovništva, što je vidljivo iz rezultata anketnog istraživanja i rezultata provedenog intervjua. Festivalski turizam je svakako pozitivno utjecao na razvoj Novalje, no ako se destinacija želi usmjeriti održivom turističkom razvoju, potrebno je podizanje kvalitete ove vrste turističke ponude. Festivalski turizam preporuča se podići na novu razinu, kako je prikazano primjerom kluba koji u planu ima proširenje ponude na starije dobne skupine koje traže profinjeniji i luksuzniji tip festivalske zabave.



Uz navedeno, predlaže se daljnji razvoj “outdoor” turizma koji može produžiti sezonu destinacije i pozitivno utjecati na destinaciju i lokalnu zajednicu. „Outdoor“ turizam može promicati ideju zaštite prirodnog okoliša i održivog razvoja, približiti turistima kulturnu i povijenu baštinu destinacije i pomoći u podizanju kvalitete infrastrukture. S time se slažu i intervjuirane osobe, koje prepoznaju kako sportski „outdoor“ turizam može biti odlična nadopuna festivalskom turizmu.

Uz „outdoor“ turizam, grad Novalja i okolica također imaju kapacitete i mogućnosti razvoja kamping turizma. Na destinaciji već postoje kampovi: Straško, Olea, Terra park Phalaris, Dražica i Kanić, a kapaciteti ovakvog tipa smještaja proširuju se. Kamping turizam svojevrsna je nadopuna cjelokupnoj filozofiji „outdoor“ turizma te može utjecati na porast kvalitete smještajnih kapaciteta, što je prepoznato kao jedan od nedostataka destinacije. Također, iz analize je vidljivo kako Novalja obiluje prirodnim plažama koje dodatno mogu potaknuti razvoj kamping turizma u neposrednim blizinama plaža.

Kako su u radu postavljene hipoteze s ciljem da se ustanovi postojanje razlike u stavovima ispitanika s obzirom na dob, uključenost u turizam i područje stalnog prebivališta građana, provedeno je testiranje gdje je ustanovljeno kako ne postoje razlike u stavovima po niti jednoj zadanoj demografskoj karakteristici. Navedeni rezultati ukazuju kako su stavovi ispitanika, odnosno stanovnika Novalje, homogeni.

## 6. ZAKLJUČAK

Turizam već godinama bilježi iznimno ubrzani razvoj na globalnoj razini, a osim masovnog turizma sve više do izražaju dolaze i specifično oblici turizma poput festivalskog turizma. Turizam općenito stvara pozitivne i negativne učinke kako na cjelokupni gospodarstvo, tako i na destinaciju i lokalnu zajednicu. Pozitivni učinci impliciraju se kroz povećanje prihoda, zaposlenost, rast opće razine blagostanja i slično. No, s druge strane, turizam, a posebno kada je riječ o masovnom turizmu, ima niz negativnih efekata, poput zagađenja, devastacije i slično. Stoga se turističke destinacije na globalnoj razini sve češće odlučuju na održivi razvoj turizma koji je moguć uz određene pretpostavke i akcije. Kada se govori o festivalskom turizmu, on se često spominje u negativnom kontekstu jer se upravo festivalski turizam smatra generatorom negativnih učinaka. No festivalski turizam također ostvaruje pozitivne učinke, a moguće ga je razvijati u okvirima održivosti.

Kada se govori o gradu Novalji kao turističkoj destinaciji, prva asocijacija gotovo svima je Zrće, poznata *party* destinacija. No, osim ove atrakcije, grad Novalja obiluje prirodnim ljepotama i bogatom kulturnom baštinom. Što se tiče turističkih kapaciteta, u destinaciji prevladava privatni smještaj, odnosno apartmani, što je usklađeno s potražnjom i činjenicom kako u dobnoj strukturi gostiju prevladavaju mladi u dobi od 16 do 30 godina koji dolaze isključivo na festivale i zanima ih najam apartmana. Festivalski turizam bez sumnje prevladava, što potvrđuju i statističke brojke i lokalno stanovništvo s kojim je provedeno istraživanje. Što se tiče stavova lokalnog stanovništva o utjecaju turizma na grad Novalju, ispitanici se slažu kako festivalski turizam ima pozitivne učinke na destinaciju, ali je potrebno raditi na održivom razvoju kako ove vrste turizma, tako i razvijati ostale oblike turizma. Analiza odgovora ispitanika s obzirom na dob, uključenost u turizam i s obzirom na područje stalnog prebivališta građana Novalje, pokazala je kako nema razlike u stavovima, što se može protumačiti kao zajednička želja cijele lokalne zajednice da turizam ide u smjeru održivosti. Od ostalih oblika turizma prikladnim se utvrđuje „outdoor” turizam koji može imati pozitivne učinke na produljenje sezone, zaštitu okoliša, održivog razvoja te očuvanje kulturne i povijesne baštine.

## SAŽETAK

Predmet istraživanja u ovom diplomskom radu je istražiti i analizirati negativne učinke masovnog i festivalskog turizma u turističkoj destinaciji. Ciljevi istraživanja su utvrditi učinke masovnog i festivalskog turizma, utvrditi specifičnosti atrakcijske i resursne osnove grada Novalje i otoka Paga, utvrditi stavove lokalnog stanovništva o utjecaju turizma u Novalji, utvrditi mogućnosti razvoja drugih oblika turizma u Novalji, predložiti smjernice budućeg razvoja turizma grada Novalje. Za provođenje istraživanja o utjecaju festivalskog turizma na održivi razvoj turizma grada Novalje, njegovim učincima i mogućim budućim smjerovima razvitka turizma u gradu Novalji korišten je polustrukturirani anketni upitnik koji je proveden na lokalnom stanovništvu i polustrukturirani intervju koji je proveden s dionicima turizma grada Novalje. Intervjuirano je pet dionika turizma grada Novalje, a anketnim je upitnikom prikupljen 101 odgovor. Što se tiče stavova lokalnog stanovništva o utjecaju turizma na grad Novalju, ispitanici se slažu kako festivalski turizam ima pozitivne učinke na destinaciju, ali je potrebno raditi na održivom razvoju kako ove vrste turizma, tako i razvijati ostale oblike turizma. Analiza odgovora ispitanika s obzirom na dob, uključenost u turizam i s obzirom na područje stalnog prebivališta građana Novalje, pokazala je kako nema razlike u stavovima, što se može protumačiti kao zajednička želja cijele lokalne zajednice da turizam ide u smjeru održivosti. Od ostalih oblika turizma prikladnim se utvrđuje „outdoor” turizam koji može imati pozitivne učinke na produljenje sezone, zaštitu okoliša, održivog razvoja te očuvanje kulturne i povijesne baštine.

Ključne riječi: *turizam, masovni turizam, festivalski turizam, održivi turizam, grad Novalja*

## **SUMMARY**

The impact of festival tourism on sustainable tourism in the city of Novalja.

The subject of research in this thesis examines and analyzes the negative effects of mass and festival tourism in tourist destinations. The objectives of the research are to determine the effects of mass and festival tourism, to determine the specifics of the attraction and resource base of Novalja and the island of Pag, to determine the attitudes of local people about the impact of tourism in Novalja, to identify opportunities for other forms of tourism in Novalja. To conduct research on the impact of festival tourism on the sustainable development of tourism in Novalja, its effects and possible future directions of tourism development in Novalja, we used a semi-structured questionnaire conducted by the local population and a semi-structured interview with stakeholders in Novalja. Five stakeholders of tourism in the city of Novalja were interviewed, and 101 answers were collected through a questionnaire. Regarding the attitudes of the local population about the impact of tourism on the city of Novalja, respondents agree that festival tourism has positive effects on the destination, but it is necessary to work on sustainable development of these types of tourism and other forms of tourism. Analysis of respondents' responses with regard to age, involvement in tourism and the area of residence of Novalja citizens, shows that there is no difference in attitudes, which can be interpreted as a common desire of the whole local community that tourism goes in the direction of sustainability. Among other forms of tourism, "outdoor" tourism is considered appropriate, which can have positive effects on seasonal production, environmental protection, sustainable development, and cultural and historical heritage.

Keywords: *tourism, mass tourism, festival tourism, sustainable tourism, city of Novalja*

## LITERATURA

- (1) Adams, K. M. (2008). Cultural Tourism. U W. Darity, *International Encyclopedia of the Social Sciences* (str. 201-202). Macmillian.
- (2) Adebayo, K. A., & Iweka, A. (2014). Optimizing the Sustainability of Tourism Infrastructure in Nigeria through Design for Deconstruction Framework. *American Journal of Tourism Management*, 1A, str. 13-19.
- (3) Ashley, C., & Maxwell, S. (2001). Rethinking Rural Development. *Development Policy Review*, 4, str. 395-425.
- (4) Blazeska, D., Strezovski, Z., & Milenkovska Klimoska, A. (2018). The Influence of Tourist Infrastructure on the Tourist Satisfaction in Ohrid. *UTMS Journal of Economics*, 1, str. 85-93.
- (5) Brotherton, B., & Himmetoğlu, B. (1997). Beyond Destinations—Special Interest Tourism. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 3, str. 11-30.
- (6) Bučar, K., Škorić, S., & Prebežac, D. (2010). Pravila ponašanja u turizmu i njihov utjecaj na održivi turizam. *Acta turistica*, 2, str. 131-252.
- (7) Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., & Kesar, O. (2011). *Turizam - Ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Zagreb: Školska knjiga.
- (8) Cernat, L., & Gourdon, J. (2007). *IS THE CONCEPT OF SUSTAINABLE TOURISM SUSTAINABLE?* New York and Geneva: UN.
- (9) Chang, J. (2006). Segmenting tourists to aboriginal cultural festivals: An example in the Rukai tribal area. *Tourism Management*, 27(6), str. 1224-1234.
- (10) Coviello, N., Winklhofer, H., & Hamilton, K. (2006). Marketing Practices and Performance of Small Service Firms: An Examination in the Tourism Accommodation Sector. *Journal of Service Research*, 1, str. 38-58.
- (11) Crompton, J. L. (2003). A Review of Festival and Event Motivation Studies. *Tourism*, str. 15-24.
- (12) Cudny, W. (2013). Festival tourism - The concept, key functions and dysfunctions in the context of tourism geography studies. *GEOGRAPHICAL JOURNAL*, str. 105-118.

- (13) Dashper, K. (2014). Rural Tourism: Opportunities and Challenges. U K. Dashper, *Rural Tourism: An International Perspective* (str. 1-16). Cambridge Scholars Publishing.
- (14) de Valck, M. (2007). *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*. Amsterdam : Amsterdam University Press.
- (15) Denona Bogović, N., Bezić, H., Bagarić, L., Klanac, A., & Šverko-Grdić, Z. (2010). *Strategija gospodarskog razvitka Grada Novalje*. Rijeka-Novalja: Ekonomski fakultet Rijeka, Grad Novalja.
- (16) Državni zavod za statistiku. (2022). *T4. Smještajni kapaciteti po vrstama objekata u naseljima primorskih gradova i općina*. Preuzeto 12. veljače 2022 iz [https://www.dzs.hr/PXWeb/Selection.aspx?px\\_path=Turizam\\_\\_Turizam+u+primorski+m+gradovima+i+op%u0107inama&px\\_tableid=BS\\_T4.px&px\\_language=hr&px\\_db=Turizam&rxid=3ca4641b-893d-43cf-82c0-958bfef88f4c](https://www.dzs.hr/PXWeb/Selection.aspx?px_path=Turizam__Turizam+u+primorski+m+gradovima+i+op%u0107inama&px_tableid=BS_T4.px&px_language=hr&px_db=Turizam&rxid=3ca4641b-893d-43cf-82c0-958bfef88f4c)
- (17) Dychkovskyy, S., & Ivanov, S. (2020). Festival Tourism as Part of International Tourism and a Factor in the Development of Cultural Tourism. *Informacijos mokslai*, str. 73-82.
- (18) DZS. (2021). *Prvi rezultati Popisa 2021*. Zagreb: DZS.
- (19) DZS. (2022). *Turizam*. Preuzeto 2. veljače 2022 iz [https://www.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px\\_language=hr&px\\_type=PX&px\\_db=Turizam](https://www.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_language=hr&px_type=PX&px_db=Turizam)
- (20) Ekotopfilm. (2022). *Festival filmov o trvalo održatel'nom razvoju*. Preuzeto 5. svibnja 2022 iz <https://www.ekotopfilm.sk/o-festivale/>
- (21) FICA. (2022). *On*. Preuzeto 6. svibnja 2022 iz <http://www.ficafestival2022.com.br/>
- (22) Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2018). *Tourism: Principles and practice* (6 izd.). Harlow: Pearson Education Limited.
- (23) Galičić, V., & Laškarin, M. (2016). *Principi i praksa turizma i hotelijerstva*. Rijeka: FMTU.
- (24) Geić, S. (2011). *Menadžment selektivnih oblika turizma*. Split: Sveučilište u Splitu .
- (25) Getz, D. (2007). *Event Studies: Theory, Reseach and Policy for Planned Events*. Oxford: Butterworth-Heinemann Oxford.

- (26) Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tour. Manag*, str. 593-631.
- (27) Glavan, M. (2021). *Najpoznatija hrvatska party destinacija mijenja koncept u koronakrizi: Umjesto partijanera zdrav život na Zrću*. Preuzeto 5. svibnja 2022 iz <https://www.novolist.hr/novosti/zrce-nakon-zrca/>
- (28) Glup, M. (2021). Tourism's Impacts on Local Populations. *Nebraska Anthropologist*, 29, str. 51-66.
- (29) Google Maps. (2022). *Novalja*. Preuzeto 10. veljače 2022 iz <https://www.google.com/maps/place/Novalja/@44.7248847,14.5699345,8z/data=!4m5!3m4!1s0x47624a294fa4057f:0xad9d6e81c8014d6e!8m2!3d44.5561811!4d14.8854242>
- (30) Grad Novalja. (2021). *O Novalji*. Preuzeto 10. veljače 2022 iz [https://www.novalja.hr/5/grad\\_novalja.html](https://www.novalja.hr/5/grad_novalja.html)
- (31) Gržinić, J. (2019). *Uvod u turizam-povijest, razvoj, perspektive*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.
- (32) Hall, C. M. (1992). Adventure, sport and health tourism. U B. Weiler, & C. M. Hall, *Special Interest Tourism* (str. 141-158). London: Belhaven Press.
- (33) Hawkins, R., & Middleton, V. (1998). *Sustainable tourism : a marketing perspective*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- (34) Herbold , V., Thees, H., & Philipp, J. (2020). The Host Community and Its Role in Sports Tourism—Exploring an Emerging Research Field. *Sustainability*, str. 1-26.
- (35) Hiking Croatia. (2022). *Life on Mars trail*. Preuzeto 2. svibnja 2022 iz <https://www.hikingcro.com/blog/life-on-mars-pag>
- (36) Hrvatska enciklopedija. (2021). *Turizam*. Preuzeto 2. veljače 2022 iz Leksikografski zavod Miroslav Krleža: <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763>
- (37) Institut za turizam. (2014). *Masterplan turizma Grada Novalje: Strateški plan destinacije do*. Novalja: Grad Novalja.
- (38) Institut za turizam. (2017). *Strateški plan razvoja turizma grada Paga za razdoblje od 2016. do 2020. godine*. Zagreb: Institut za turizam.
- (39) Irshad, H. (2011). *Impacts of community events and festivals on rural places*. Alberta: Government of Alberta.

- (40) Jadrešić, V. (2001). *Turizam - U interdisciplinarnoj teoriji i primjeni - Zbornik istraživanja*. Zagreb: Školska knjiga.
- (41) Jones, S. (2005). Community-based ecotourism: The significance of social capital. *Ann. Tour. Res.*, str. 303-324.
- (42) Kadam, A., & Deshmukh, R. (2021). *Sports Tourism Market Expected to Reach \$1,803,704.0 million by 2030—Allied Market Research*. Allied Market Research.
- (43) Khamoro. (2022). *World's largest festival of Romani culture*. Preuzeto 3. svibnja 2022 iz <https://www.khamoro.cz/en>
- (44) Kilipiris, F. (2005). SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT AND LOCAL COMMUNITY INVOLVEMENT. *Tourism and Hospitality Management*, 11(2), str. 27-39.
- (45) Kiper, T. (2013). Role of Ecotourism in Sustainable Development. U M. Ozyavuz, *Advances in Landscape Architecture* (str. 773-802). Intech Open.
- (46) Ko, T. G. (2005). Development of a tourism sustainability assessment procedure: a conceptual approach. *Tourism Management*, 3, str. 431-445.
- (47) Kolobarić, M. (2017). Case study Novalja – spoj noćnog života i sigurnosti lokalnog stanovništva. *SIGTUR*. Preuzeto 2. svibnja 2022 iz <https://www.zastita.info/UserFiles/file/zastita/SIGG/SIGG%202018/prezentacije/08.%20Ante%20Dabo.pdf>
- (48) Kreag, G. (2001). *Impacts of tourism*. Minnesota : University of Minnesota.
- (49) Krešić, D., Miličević, K., & Marković, I. (2010). Suvremeni turizam – popularni oblici turizma. *Turizam BiH - časopis za turizam i kulturu življenja*, 3, str. 96-111.
- (50) Kušen, E. (2001). Turizam i prostor: klasifikacija turističkih atrakcija. *Prostor*, 1(21), str. 1-13.
- (51) Lane, B. (2009). Rural Tourism: An Overview. U T. Jamal, & M. Robinson, *The SAGE Handbook of Tourism Studies* (str. 354-370). SAGE Publications.
- (52) Lemma, A. F. (2014). *Tourism Impacts: Evidence of Impacts on employment, gender, income*. London: Overseas Development Institute.
- (53) Li, J., Dai, G., Tang, J., & Chen, Y. (2020). Conceptualizing Festival Attractiveness and Its Impact on Festival Hosting Destination Loyalty: A Mixed Method Approach. *Sustainability*, 12, str. 1-17.



- (54) Lyck, L., Long, P., & Grige, A. X. (2012). *Tourism, Festivals and Cultural Events in Times of Crisis*. Copenhagen: Copenhagen Business School Publications.
- (55) Magaš, D., Vodeb, K., & Zadel, Z. (2018). *Menadžment turističke organizacije i destinacije*. Rijeka: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.
- (56) Mandić, A., Mrnjavac, Ž., & Kordić, L. (2018). Tourism Infrastructure, Recreational Facilities And Tourism Development. *Tourism and Hospitality Management, 1*, str. 41-62.
- (57) Mathew, P. V., & Sreejesh, S. (2017). Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations. *J Hosp Tour., 31*, str. 83-89.
- (58) McKercher, B., Mei, W. S., & Tse, T. S. (2008). Are short duration cultural festivals tourist attractions? *J. Sustain. Tour., 14*, str. 55-66.
- (59) Mckinney, T. (2016). Ecotourism. U A. Fuentes, *The International Encyclopedia of Primatology*. John Wiley & Sons, Inc.
- (60) Meyer, D. F., & Meyer, N. (2015). The role and impact of tourism on local economic development: A comparative study. *African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance, 21*(1:1), str. 197-214.
- (61) Miller, G. (2001). The development of indicators for sustainable tourism: Results of a Delphi survey of tourism researchers. *Tourism Management, 4*, str. 351-362.
- (62) Ministarstvo kulture i medija. (2022). *Pretraživanje Registra kulturnih dobara Republike Hrvatske*. Preuzeto 12. veljače 2022 iz <https://registar.kulturnadobra.hr/#/>
- (63) Mousavi, S. S., Doratli, N., Mousavi, S. N., & Moradiahari, F. (2016). Defining Cultural Tourism. *International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development* (str. 70-75). London: CASD-2016.
- (64) Newsweek. (2019). *Dalmatia Sustainability is responsibility*. Newsweek. Preuzeto 2. svibnja 2022 iz <https://d.newsweek.com/en/file/459609/dalmatia-country-report.pdf>
- (65) Novalja turist. (2017). *Zrčee*. Preuzeto 10. veljače 2022 iz <https://novaljaturist.hr/zrce>
- (66) Nulty, P. M. (2004). *Keynote Presentation: Establishing the Principles for Sustainable Rural Tourism, Rural Tourism in Europe: Experiences, Development and Perspectives*. WTO.

- (67) OECD. (2000). *Measuring the Role of Tourism in OECD Economies*. Paris: OECD.
- (68) Okech, R., Haghiri, M., & George, B. P. (2012). Rural tourism as a sustainable development alternative: An analysis with special reference to Luanda, Kenya. *Cultur*, 3, str. 36-54.
- (69) Pag Tours. (2020). *OTOK PAG, Atrakcije*. Preuzeto 12. veljače 2022 iz [https://www.pagtours.eu/?l=hr&ispis=staticna&id=3799&old\\_id=3797](https://www.pagtours.eu/?l=hr&ispis=staticna&id=3799&old_id=3797)
- (70) Pirjevec, B., & Keser, O. (2002). *Počela turizma*. Zagreb: Mikrorad.
- (71) Prentice, R., & Andersen, V. (2003). Festival as creative destination. *Annals of Tourism Research*, 30, str. 7-30.
- (72) Rao, V. (2001). Celebrations as social investments: festival expenditures, unit price variation and social status in rural India. *Journal of Development Studies*, 38(1), str. 71-97.
- (73) Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford: CAB International.
- (74) Richards, G. (2003). What is cultural tourism? U A. van Maaren, *Erfgoed voor Toerisme*. Weesp: Nationaal Contact Monumenten.
- (75) Scotsman. (2021). *Diwali 2021: What is Diwali? Who celebrates the 'Festival of Light', when Diwali is and how long it lasts*. Preuzeto 3. svibnja 2022 iz <https://www.scotsman.com/news/world/diwali-2021-what-is-diwali-who-celebrates-the-festival-of-light-when-diwali-is-and-how-long-it-lasts-3444529>
- (76) Senečić, J., & Vukonić, B. (1997). *Marketing u turizmu*. Zagreb: Mikrorad.
- (77) Skoultzos, S. (2014). The potential of festivals and their contribution to culture and tourism. *Greek Economic Outlook*, str. 61-66.
- (78) Špancirfest. (2022). *O Špancirfestu*. Preuzeto 6. svibnja 2022 iz <https://www.spancirfest.com/o-spancirfestu/>
- (79) Standeven, J., & De Knop, P. (1999). *Sport Tourism*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- (80) Statista. (2022). *Medical tourism global market size, from 2016 to 2020 with a forecast for 2027*. Preuzeto 2. veljače 2022 iz <https://www.statista.com/statistics/1084720/medical-tourism-market-size-worldwide/>

- (81) The Włodzimirz Puchalski International Nature Festival. (2022). *About the festival*. Preuzeto 5. svibnja 2022 iz <http://www.festiwalpuchalskiego.pl/en/about-the-festival>
- (82) Tosun, C. (2000). Limits to Community Participation in the Tourism Development Process in Developing Countries. *Tourism Management*, 21, str. 613-633.
- (83) Trauer, B. (2006). Conceptualizing special interest tourism - Frameworks for analysis. *Tourism Management*, 2, str. 183-200.
- (84) trip.com. (2019). *Palais des Festivals*. Preuzeto 2. svibnja 2022 iz <https://www.trip.com/travel-guide/attraction/cannes/palais-des-festivals-et-des-congres-10758278/>
- (85) TZ Novalja. (2021). *STATISTIČKI PRIKAZ OSTVARENJA FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA NA PODRUČJU TZ GRADA NOVALJE U TURISTIČKOJ SEZONI 2019. GODINE*. Preuzeto 15. veljače 2022 iz <https://visitnovalja.hr/wp-content/uploads/2021/08/Statistika-2019.godina.pdf>
- (86) TZ Novalja. (2022). *Godišnji turistički promet* Preuzeto 15. veljače 2022 iz <https://visitnovalja.hr/wp-content/uploads/2022/02/Statistika-2003-2021..pdf>
- (87) TZ Novalja. (2022). *Smještaj*. Preuzeto 14. veljače 2022 iz <https://visitnovalja.hr/category/>
- (88) TZ Pag. (2020). *Lokunja - Ljekovito blato*. Preuzeto 10. veljače 2022 iz <https://tzgpag.hr/hr/posebnosti/ljekovito-blato.html>
- (89) TZ Pag. (2020). *Paška čipka*. Preuzeto 14. veljače 2022 iz <https://tzgpag.hr/hr/posebnosti/%C4%8Dipka.html>
- (90) TZ Pag. (2020). *Paška sol*. Preuzeto 12. veljače 2022 iz <https://tzgpag.hr/hr/vodic/gastronomija/40-pa%C5%A1ka-sol.html>
- (91) Udruga gradova. (2022). *Novalja – Siguran grad 2014-2020*. Preuzeto 3. svibnja 2022 iz <https://www.udruga-gradova.hr/inpuls/novalja-siguran-grad-2014-2020/>
- (92) UNWTO. (2002). *Tourism and Poverty Alleviation*. Madrid: WTO.
- (93) UNWTO. (2013). *Sustainable Tourism for Development Guidebook*. Madrid: World Tourism Organization .
- (94) UNWTO. (2018). *Exploring Health Tourism*. ETC/UNWTO.
- (95) UNWTO. (2020). *International Tourism Highlights*. Madrid: UNWTO.

- (96) UNWTO. (2020). *Methodological Notes to the Tourism Statistics Database, 2020 Edition*. Madrid: UNWTO.
- (97) UNWTO. (2021). *Rural Tourism*. Preuzeto 1. veljače 2022 iz <https://www.unwto.org/rural-tourism>
- (98) UNWTO i UNEP. (2005). *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*. Madrid, Paris: UNWTO i UNEP.
- (99) Uysal, M., Sirgy, M. J., Woo, E., & Kim, H. L. (2016). Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. *Tour Manag.*, 53, str. 244-261.
- (100) Vidak, N., & Sindik, J. (2015). Pravci razvoja suvremenog turizma - pretpostavke za održivi turizam u Hrvatskoj. *Radovi Zavoda za znanstvenoistraživački i umjetnički rad u Bjelovaru*, str. 295-302.
- (101) Visit Novalja. (2021). *Atrakcije*. Preuzeto 10. veljače 2022 iz <https://visitnovalja.hr/atrakcije/>
- (102) Vukonić, B., & Čavlek, N. (2001). *Rječnik turizma*. Zagreb: Masmedia.
- (103) WTTC. (2019). *THE AUTHORITY ON WORLD TRAVEL & TOURISM*. Preuzeto 3. veljače 2022 iz <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2019/Medical%20Tourism-Nov%202019.pdf?ver=2021-02-25-182803-880>
- (104) WTTC. (2020). *WTTC/Oxford Economics 2020 Travel & Tourism Economic Impact Research Methodology*. Oxford Economics .
- (105) Zrće. (2022). *Zrce Beach*. Preuzeto 10. veljače 2022 iz <https://zrce.eu/en/this-is-zrce/#infos>

## POPIS TABLICA

<a href="#">Tablica 1. Vrste destinacija prema UNWTO-u</a> .....	11
<a href="#">Tablica 2. Specifični oblici turizma prema kriterijima podjele</a> .....	15
<a href="#">Tablica 3. Podjela specifičnih oblika turizma (prema Kasperu)</a> .....	16
<a href="#">Tablica 4. Selektivni oblici turizma s obzirom na karakter</a> .....	17
<a href="#">Tablica 5. Glavne funkcije i disfunkcije festivalskog turizma u kontekstu elemenata destinacije</a> .....	27
<a href="#">Tablica 6. 12 ciljeva održivog turizma</a> .....	37
<a href="#">Tablica 7. Plaže Grada Novalje i okolice</a> .....	45
<a href="#">Tablica 8. Registrirana kulturna dobra Grada Novalje</a> .....	47
<a href="#">Tablica 9. Smještajni kapacitete Grada Novalje (2018. – 2020.)</a> .....	50
<a href="#">Tablica 10. Dolasci i noćenja turista na području Grada Novalje od 2003. do 2021. godine</a> ..	51
<a href="#">Tablica 11. Dolasci turista prema zemlji porijekla 2019.</a> .....	53
<a href="#">Tablica 12. Demografski podaci ispitanika</a> .....	62
<a href="#">Tablica 13. Ukupni godišnji neto prihodi ispitanika od turizma (kn)</a> .....	65
<a href="#">Tablica 14. Tipični gosti Novalje</a> .....	65
<a href="#">Tablica 15. Glavni motivi dolaska</a> .....	66
<a href="#">Tablica 16. Utjecaj turizma na odabrane zajednice i osobe</a> .....	66

<a href="#"><u>Tablica 17. Mišljenja o utjecaju turizma na odabrane zajednice i osobe s obzirom na uključenost ispitanika u turizam</u></a> .....	67
<a href="#"><u>Tablica 18. Zadovoljstvo elementima</u></a> .....	68
<a href="#"><u>Tablica 19. Glavne prednosti grada Novalje kao turističke destinacije</u></a> .....	68
<a href="#"><u>Tablica 20. Glavni nedostatak grada Novalje kao turističke destinacije</u></a> .....	69
<a href="#"><u>Tablica 21. Zadovoljstvo elementima ponude</u></a> .....	69
<a href="#"><u>Tablica 22. Procjena pozitivnih učinaka turizma na grad Novalju</u></a> .....	70
<a href="#"><u>Tablica 23. Procjena neželjenih učinaka turizma na grad Novalju</u></a> .....	71
<a href="#"><u>Tablica 24. Mišljenje o turistima i odnos prema njima</u></a> .....	72
<a href="#"><u>Tablica 25. Skupine turista koje ispitanici ne žele na destinaciji</u></a> .....	73
<a href="#"><u>Tablica 26. Rezultati intervjua</u></a> .....	73
<a href="#"><u>Tablica 27. Razlike u stavovima građana o utjecaju turizma na grad Novalju s obzirom na dob</u></a> .....	76
<a href="#"><u>Tablica 28. Razlike u stavovima građana o utjecaju turizma na grad Novalju s obzirom na uključenost u turizam</u></a> .....	77
<a href="#"><u>Tablica 29. Razlike u stavovima građana o utjecaju turizma na grad Novalju s obzirom na područje stalnog prebivališta građana Novalje</u></a> .....	79

## POPIS ILUSTRACIJA

<a href="#">Slika 1. Diwali festival Indija</a> .....	28
<a href="#">Slika 2. Palais des Festivals</a> .....	30
<a href="#">Slika 3. Položaj Novalje i otoka Paga</a> .....	41
<a href="#">Slika 4. Turističke atrakcije otoka Paga</a> .....	43
<a href="#">Slika 5. Lunjski maslinici</a> .....	44
<a href="#">Slika 6. Amfore</a> .....	48
<a href="#">Slika 7. Dobna struktura turista na području grada Novalje u 2019. godini</a> .....	52
<a href="#">Slika 8. Plaža Zrće</a> .....	54
<a href="#">Slika 9. Softver s prikazom jačine buke</a> .....	57
<a href="#">Slika 10. Letak s kodeksom ponašanja u gradu Novalji</a> .....	58
<a href="#">Grafikon 1. Bavljenje turizmom</a> .....	63
<a href="#">Grafikon 2. Plan uključivanja u turizam u skoroj budućnosti</a> .....	64

## PRILOZI

Anketni upitnik:

Poštovani!

Molimo Vas da odvojite nekoliko minuta Vašeg vremena za popunjavanje ovog upitnika. Upitnik je namijenjen osobama starijim od 18 godina koje privremeno ili stalno borave na području grada Novalje. Rezultati istraživanja koristit će se isključivo za potrebe pisanja diplomskog rada naslova UTJECAJ FESTIVALSKOG TURIZMA NA ODRŽIVI TURIZAM GRADA NOVALJE. Sudjelovanje je anonimno, te se Vaši podaci neće povezivati s Vama osobno nego će biti prikazani isključivo kao statistički pokazatelji.

Izrazi koji se koriste za osobe u muškom su rodu, neutralni su i odnose se na muške i ženske osobe.

Zahvaljujemo na Vašem sudjelovanju!

Livio Meštrović, Studij poduzetništva u kulturi i turizmu, Odjel za turizam i komunikacijske znanosti, Sveučilište u Zadru.

Opći podatci:

1. Označite spol
  - a) M
  - b) Ž
  
2. Koliko imate godina?
  - a) 18-25
  - b) 26-35
  - c) 36-45
  - d) 46-55
  - e) 56-65
  - f) 66 i više
  
3. Koji je Vaš trenutni bračni status?
  - a) Samac
  - b) Izvanbračna zajednica
  - c) Oženjen
  - d) Razveden
  - e) Udovac
  
4. Koji je Vaš najviši završen stupanj obrazovanja?
  - a) osnovna škola
  - b) srednja škola / gimnazija
  - c) viša stručna sprema
  - d) prvostupnik
  - e) visoka stručna sprema
  - f) magisterij i doktorat



5. Koji je Vaš trenutni radni status?
  - a) Zaposlen u javnom sektoru
  - b) Zaposlen u privatnom sektoru
  - c) Zaposlen kao samostalni poduzetnik
  - d) Učenik/student
  - e) Nezaposlen
  - f) Umirovljenik
  
6. Koje je područje Vašeg stalnog prebivališta?
  - a) Grad Novalja
  - b) Otok Pag (izvan grada Novalje)
  - c) Drugo, što? \_\_\_\_\_
  
7. U gradu Novalji boravite
  - a) Stalno, tokom cijele godine
  - b) Sezonski
  
8. Bavite li se Vi s nečim od sljedećeg ? (mogućnost više odgovora)
  - a) iznajmljujem vlastite smještajne kapacitete
  - b) radim u obiteljskom smještajnom objektu
  - c) radim u drugom smještajnom objektu
  - d) posjedujem ugostiteljski objekt
  - e) pružam neke ugostiteljske usluge
  - f) posjedujem trgovinu
  - g) radim u trgovini
  - h) pružam neke druge turističke usluge
  - i) ne bavim se ničim od navedenog
  - j) nešto drugo, što? \_\_\_\_\_
  
9.
  10. U prosjeku, koliko iznose Vaši osobni neto mjesečni prihodi u kunama (HRK)?
    - a) do 1.000 kn
    - b) 1.001 do 2.000 kn
    - c) 2.001 do 3.000 kn
    - d) 3.001 do 4.000 kn
    - e) 4.001 do 6.000 kn
    - f) 6.001 do 8.000 kn
    - g) 8.001 do 12.000 kn
    - h) više od 12.000 kn
    - i) nemam mjesečnih prihoda
    - j) ne želim odgovoriti
  
  11. U prosjeku, koliko iznose ukupni godišnji neto prihodi ostvareni od turizma u Vašem kućanstvu u kunama (HRK)?
    - a) Do 15.000 kn
    - b) 15.001 do 30.000 kn
    - c) 30.001 do 60.000 kn
    - d) 60.001 do 90.000 kn
    - e) 90.001 do 120.000 kn

- f) 120.001 do 150.000 kn
- g) 150.001 do 200.000 kn
- h) više od 200.000 kn
- i) ne ostvarujem prihode od turizma
- j) ne želim odgovoriti

12. Planirate li se u skoroj budućnosti uključiti u turizam? AKO DA: Na koji način?  
(mogućnost više odgovora)

- a) već sam dovoljno uključen u turizam
- b) iznajmljivanjem vlastitih smještajnih kapaciteta
- c) otvaranjem obiteljskog hotela
- d) otvaranjem nekog drugog smještajnog objekta
- e) otvaranjem ugostiteljskog objekta
- f) otvaranjem trgovine
- g) upravljačke strukture u turizmu
- h) pružanjem nekih drugih turističkih usluga
- i) planiram nešto drugo, ŠTO? \_\_\_\_\_
- j) planiram, ali nisam siguran što
- k) ne planiram se uključiti u turizam

**Sada malo razmislite o turizmu u Gradu Novalji.**

1. Prema Vašem mišljenju, koji su tipični gosti grada Novalje

- a) Mladi
- b) Obitelji s djecom
- c) Osobe treće životne dobi
- d) Drugi, koji? \_\_\_\_\_

2. Molim procijenite glave motive dolaska turista u grad Novalju. Možete koristiti ocjene od 1 do 5, gdje 1 znači „uopće nije motiv dolaska“, a 5 znači „isključivi motiv dolaska“, dok 9 znači „ne mogu procijeniti“.

Odmor i opuštanje uz more	1	2	3	4	5
Priroda	1	2	3	4	5
Zabava i festivali	1	2	3	4	5
Sport i rekreacija	1	2	3	4	5
Kultura i umjetnost	1	2	3	4	5

3. Ocijenite u kojoj mjeri turizam utječe na svaku od odabranih zajednica i osoba. Možete koristiti ocjene 1 do 5 gdje 1 znači „izrazito negativno utječe“, a 5 znači „izrazito pozitivno utječe“

Republiku Hrvatsku	1	2	3	4	5
Otok Pag	1	2	3	4	5
Grad Novalju	1	2	3	4	5
Vašu obitelj	1	2	3	4	5
Vas osobno	1	2	3	4	5

4. Razmislite malo o gradu Novalji kao o turističkoj destinaciji te procijenite svoje zadovoljstvo sa svakim od sljedećih elemenata. Možete koristiti ocjene na ljestvici od 1 do 5 gdje 1 znači „izrazito nezadovoljan“ a 5 znači „izrazito zadovoljan“

Novaljom kao turističkom destinacijom općenito	1	2	3	4	5
Onim što grad Novalja dobiva od turizma	1	2	3	4	5
Iskorištenošću turističkih potencijala grada Novalje	1	2	3	4	5
Radom lokalnih tijela javne uprave grada Novalje u funkciji turizma	1	2	3	4	5
Turistima koji borave u gradu Novalji	1	2	3	4	5
Radom privatnih poduzetnika u funkciji turizma u gradu Novalji	1	2	3	4	5
Smjerom razvoja turizma grada Novalje	1	2	3	4	5

5. Što je po Vašem mišljenju glavna prednost grada Novalje kao turističke destinacije?

\_\_\_\_\_

6. Što je po Vašem mišljenju glavni nedostatak grada Novalje kao turističke destinacije?

\_\_\_\_\_

7. Procijenite svoje zadovoljstvo svakim od sljedećih elemenata turističke ponude u gradu Novalji. Možete koristiti ocjene na ljestvici od 1 do 5 gdje 1 znači „potpuno nezadovoljan“, a 5 označava „potpuno zadovoljan“, dok broj 9 označava „ne mogu procijeniti“

Sigurnost	1	2	3	4	5	9
Pogodnost za provođenje obiteljskog odmora	1	2	3	4	5	9
Ljepota i čistoća prirode i okoliša	1	2	3	4	5	9
Raznovrsnost zabavnih događanja i sadržaja	1	2	3	4	5	9
Ponuda festivalskog turizma	1	2	3	4	5	9
Aktualna ponuda Zrća	1	2	3	4	5	9
Razina cijena	1	2	3	4	5	9
Kvaliteta smještaja	1	2	3	4	5	9
Struktura gostiju koji dolaze	1	2	3	4	5	9
Ponuđena vrijednost za novac u destinaciji	1	2	3	4	5	9
<b>Ukupno zadovoljstvo Novaljom kao destinacijom</b>	1	2	3	4	5	9

8. Turizam ostvaruje pozitivne učinke u gradu Novalji. Molim procijenite u kojoj mjeri turizam utječe na navedene elemente. Možete koristiti ocjene od 1 do 5, gdje 1 znači „uopće NE utječe“, a 5 znači „izrazito utječe“, dok 9 znači „ne mogu procijeniti“.

Povećanje zaposlenosti	1	2	3	4	5	9
Zapošljavanje mladih i sprječavanje odlaska s otoka	1	2	3	4	5	9
Poticanje poduzetništva na otoku	1	2	3	4	5	9
Stvaranje novih komercijalnih aktivnosti	1	2	3	4	5	9
Povećanje potrošnje	1	2	3	4	5	9
Unaprjeđenje kulturne i zabavne ponude	1	2	3	4	5	9
Bolje održavanje javnih prostora i infrastrukture	1	2	3	4	5	9
Ukupno podizanje životnog standarda i kvalitete života	1	2	3	4	5	9
Nešto drugo, što? _____	1	2	3	4	5	9

9. Turizam donosi neke neželjene učinke. Molim procijenite u kojoj mjeri turizam u gradu Novalji utječe na pojavu negativnih učinaka u lokalnoj zajednici. Možete koristiti ocjene od 1 do 5, gdje 1 znači „uopće NE utječe“, a 5 znači „izrazito utječe“, dok 9 znači „ne mogu procijeniti“.

Buka, posebice u noćnim satima	1	2	3	4	5	9
Gužva	1	2	3	4	5	9
Povećanje prostitucije	1	2	3	4	5	9
Povećana upotreba droge i alkohola	1	2	3	4	5	9
Povećanje broja krađa i kriminalnih djela	1	2	3	4	5	9
Nemoralno ponašanje turista	1	2	3	4	5	9
Nemoralno ponašanje lokalnog stanovništva	1	2	3	4	5	9
Povećanje cijena zemljišta i nekretnina	1	2	3	4	5	9
Poskupljenje svakodnevnih potrepština	1	2	3	4	5	9
Onečišćenje okoliša	1	2	3	4	5	9
Devastacija kulturne i prirodne baštine	1	2	3	4	5	9
Iseljavanje ljudi	1	2	3	4	5	9
Prevelika ovisnost lokalnog gospodarstva o turizmu	1	2	3	4	5	9
Netrpeljivost lokalnog stanovništva naspram turista	1	2	3	4	5	9
Smanjenje kvalitete komunalnih usluga (odvodnja i zbrinjavanje otpada)	1	2	3	4	5	9
Smanjenje kvalitete plaža za kupanje	1	2	3	4	5	9
Smanjenje kvalitete ugostiteljskih objekata	1	2	3	4	5	9
Nešto drugo, što? _____	1	2	3	4	5	9

10. Procijenite u kojoj mjeri se slažete sa sljedećim tvrdnjama koristeći ocjene od 1 do 5, gdje 1 znači „uopće se ne slažem“, a 5 „u potpunosti se slažem“.

Zbližavam se s turistima dok su u destinaciji	1	2	3	4	5
Zadržavam kontakte s turistima koje sam upoznao	1	2	3	4	5
Postoji niz mjesta koja pružaju turistima slično što i moje mjesto	1	2	3	4	5
Potrebno nam je više turista	1	2	3	4	5
Potrebni su nam drugačiji turisti	1	2	3	4	5
Potrebno nam je da sezona traje dulje	1	2	3	4	5
Ne želim određene skupine gostiju u svojem mjestu, <b>KOJE?</b>	1	2	3	4	5
Želio bih više mladih gostiju u svojem mjestu	1	2	3	4	5
NE trebaju nam gosti	1	2	3	4	5

**Još jednom hvala na Vašem vremenu i trudu!**

**Vodič za intervju:**

Poštovani, ovaj intervju zamišljen je kao otvoreni razgovor, a pitanja služe samo kao smjernice razgovora. Rezultati istraživanja koristit će se isključivo za potrebe pisanja diplomskog rada

naslova UTJECAJ FESTIVALSKOG TURIZMA NA ODRŽIVI TURIZAM GRADA NOVALJE. Sudjelovanje je anonimno, te se Vaši podaci neće povezivati s Vama osobno nego će biti prikazani isključivo kao statistički pokazatelji.

1. Vaša dob
2. Turistička djelatnost kojom se bavite
3. Opišite tipične goste Novalje
4. Koliko ste općenito zadovoljni turizmom grada?
5. Koje su po Vama glavne prednosti Novalje kao turističke destinacije?
6. Koji su po Vama glavni nedostaci Novalje kao turističke destinacije?
7. Koji su po Vama glavni pozitivni učinci turizma za Novalju?
8. Koji su po Vama glavni negativni učinci turizma za Novalju?

# ŽIVOTOPIS



europass



## Livio Meštrović

**Datum rođenja:** 11/01/1995 | **Državljanstvo:** hrvatsko | **Spol:** Muško |

**Telefonski broj:** (+385) 916200774 (Mobilni telefon) | **E-adresa:**

[liviomestrovic@gmail.com](mailto:liviomestrovic@gmail.com) | **Adresa:** Stanići 29, 53291, Novalja, Hrvatska (Kućna)

### ● RADNO ISKUSTVO

01/10/2019 – TRENUTAČNO Novalja, Hrvatska

**VODITELJ ODJELA PRODAJE TE RECEPCIJSKOG POSLOVANJA OLEA CAMPING, KAMP OLIVA D.O.O.**

Voditelj odjela prodaje

- pravovremeno odgovaranje na upite za rezervacije te javljanje na telefon
- organiziranje poslovanja prodaje

Voditelj recepcijskog poslovanja

- zapošljavanje te edukacija sezonskih radnika za poslovanje kampa
- rješavanje tekućih problema u poslovanju
- podnošenja izvještaja o poslovanju te izvještaja o mogućnostima unaprijeđenja poslovanja

**Poduzeće ili sektor** Usluge Smještaja | Gastronomija |

**Adresa** Šonjevi Stani 38 b, 53291, Novalja, 53291, Novalja, Hrvatska |

**Internetske stranice** <https://oleacamping.com>

2016 – 2019 Novalja, Hrvatska

**VODITELJ I VOZAČ U OBITELJSKOJ TAKSI SLUŽBI FEROX D.O.O.**

Vozač i voditelj sezonskog poslovanja

- prijevoz putnika
- zapošljavanje sezonskih radnika za potrebe poslovanja
- vođenje poslovanja tvrtke

**Adresa** Stanići 29, 53291, Novalja

2012 – 2015

**RECEPCIONIST KAMP STRAŠKO**

Sezonski posao

- customer service
- check in i check out

**Adresa** Novalja

01/05/2015 – 14/05/2015

**RECEPCIONIST TURISTIČKA AGENCIJA ADRIATICUM**

- 2 tjedna prakse u sklopu studija

**Adresa** Zadar

2009 – 2010

**DJELATNIK NA PARKINGU ARBUROŽA D.O.O.**

- sezonski posao

**Adresa** Novalja