REPUBLIKA HRVATSKA
ZADARSKA ŽUPANIJA

ŽUPANIJSKA SKUPŠTINA
KLASA: 334-04/26-01/1
URBROJ: 2198-02-26-8

Zadar, 15. lipnja 2026. godine

Na temelju članka 25. stavka 8. Zakona o turizmu („Narodne novine“ broj 156/23), članka 8. stavka 3. i 4. Pravilnika o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom („Narodne novine“ broj 112/24), te članka 12. Statuta Zadarske županije („Službeni glasnik Zadarske županije“ broj 15/09, 7/10, 11/10, 4/12, 2/13, 14/13, 3/18, 5/20, 5/21) Županijska skupština Zadarske županije na 7. sjednici održanoj dana 15. lipnja 2026. godine, d o n o s i

PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM ZA PODRUČJE ZADARSKE ŽUPANIJE DO 2029. GODINE

SADRŽAJ

UVOD 1

1. ANALIZA STANJA TURIZMA ZADARSKE ŽUPANIJE 6

1.1. POPIS TURISTIČKIH PROIZVODA I USLUGA 8

1.2. ANALIZA RESURSNE OSNOVE 16

1.3. ANALIZA JAVNE TURISTIČKE INFRASTRUKTURE 17

1.4. ANALIZA KOMUNALNE INFRASTRUKTURE 18

1.5. ANALIZA PROMETNE INFRASTRUKTURE 19

1.6. ANALIZA STANJA DIGITALIZACIJE 22

1.7. ANALIZA STANJA PRISTUPAČNOSTI DESTINACIJE OSOBAMA S INVALIDITETOM 23

1.8. ANALIZA ORGANIZIRANOSTI I DOSTUPNOSTI USLUGA U DESTINACIJI (JAVNE USLUGE I SERVISI) 24

1.9. ANALIZA STANJA I POTREBA LJUDSKIH POTENCIJALA 25

1.10. ANALIZA KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI 25

1.11. ANALIZA KONKURENCIJE 28

1.12. IZVJEŠĆE O PROVEDENOJ ANALIZI STANJA ZADARSKE ŽUPANIJE 31

2. POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA 34

2.1. *OUTDOOR*/AKTIVNI TURIZAM 35
2.2. NAUTIČKI TURIZAM 36
2.3. ENOGASTRONOMSKI TURIZAM 37
2.4. POSLOVNI/*MICE* TURIZAM 38
2.5. ODMORIŠNI TURIZAM 39
2.6. EKOTURIZAM 40
2.7. RURALNI TURIZAM 42
2.8. KULTURNI TURIZAM 43
3. REZULTATI PROVEDENIH ANKETNIH ISTRAŽIVANJA 45
3.1. REZULTATI ANKETIRANJA TURISTA 45
3.1.1. OBVEZNI I SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI 46
3.1.2. DODATNI POKAZATELJI RAZVOJA DESTINACIJE 46
3.1.3. ZAKLJUČAK ISTRAŽIVANJA 47
3.2. REZULTATI ANKETIRANJA LOKALNOG STANOVNIŠTVA 48
3.2.1. OBVEZNI I SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI 48
3.2.2. OSTALI POKAZATELJI 48
3.2.3. ZAKLJUČAK ISTRAŽIVANJA 49
3.3. REZULTATI ANKETIRANJA DIONIKA 50
3.3.1. SAŽETAK KLJUČNIH NALAZA ISTRAŽIVANJA DIONIKA 50
3.3.2. PREPORUKE KAO REZULTAT ISTRAŽIVANJA DIONIKA 50
3.3.3. ZAKLJUČNA PORUKA ISTRAŽIVANJA DIONIKA 51
4. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE 52
4.1. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI ZADARSKE ŽUPANIJE 53
4.1.1. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA DRUŠTVENE ASPEKTE ODRŽIVOSTI 54
4.1.2. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA OKOLIŠNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI 56
4.1.3. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA EKONOMSKE ASPEKTE ODRŽIVOSTI 58
4.1.4. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA PROSTORNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI DESTINACIJE I ORGANIZACIJU TURIZMA 60
4.2. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI ZADARSKE ŽUPANIJE 61
4.2.1. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA DRUŠTVENE ASPEKTE ODRŽIVOSTI 63

4.2.2. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA OKOLIŠNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI 66
4.2.3. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA GOSPODARSKE ASPEKTE ODRŽIVOSTI 68
5. RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA 71
5.1. SWOT ANALIZA 72
5.2. IDENTIFICIRANJE OPĆIH NAČELA RAZVOJA I CILJEVA 74
5.3. OBLIKOVANJE STRATEŠKOG PRAVCA I PRIORITETA 76
5.4. IDENTIFICIRANJE CILJEVA 77
5.5. MJERE I AKTIVNOSTI 78
5.5.1. DRUŠTVENA DIMENZIJA STRATEŠKIH CILJEVA 78
5.5.2. OKOLIŠNA DIMENZIJA STRATEŠKIH CILJEVA 80
5.5.3. EKONOMSKA DIMENZIJA STRATEŠKIH CILJEVA 82
5.5.4. PROSTORNA DIMENZIJA STRATEŠKIH CILJEVA 86
6. SMJERNICE I PREPORUKE ZA DIONIKE RAZVOJA ZADARSKE ŽUPANIJE 91
6.1. SMJERNICE I PREPORUKE ZA JEDINICE LOKALNE I PODRUČNE (REGIONALNE) SAMOUPRAVE 92
6.2. SMJERNICE I PREPORUKE ZA TURISTIČKE ZAJEDNICE 95
6.3. SMJERNICE I PREPORUKE ZA DRUGE DIONIKE U TURIZMU 97
6.4. SMJERNICE ZA UPRAVLJANJE ODRŽIVIM RAZVOJEM TURIZMA ZADARSKE ŽUPANIJE 98
6.5. SMJERNICE ZA INOVIRANJE MARKETINŠKE STRATEGIJE TURIZMA ZADARSKE ŽUPANIJE 99
7. POPIS PROJEKATA 103
8. MJERENJE NAPRETKA I IZVJEŠĆE O PROVEDBI PLANA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM ZA PODRUČJE ZADARSKE ŽUPANIJE DO 2029. GODINE 120
8.1. DONOŠENJE PLANA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM ZA PODRUČJE ZADARSKE ŽUPANIJE DO 2029. GODINE 121
8.2. PODRŠKA I IMPLEMENTACIJA PLANA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM ZA PODRUČJE ZADARSKE ŽUPANIJE DO 2029. GODINE 122
8.3. PROVEDBA I IZVJEŠTAVANJE O DINAMICI PLANA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM ZA PODRUČJE ZADARSKE ŽUPANIJE DO 2029. GODINE 122
ZAKLJUČAK 124
LITERATURA 130
POPIS TABLICA 133

POPIS GRAFIKONA.....135
PRILOZI.....136
Prilog 1. Izvještaj - Zadovoljstvo turista boravkom u Zadarskoj županiji i Upitnik za istraživanje zadovoljstva turista.....136
Prilog 2. Izvještaj - Zadovoljstvo lokalnog stanovništva u Zadarskoj županiji i Upitnik za istraživanje zadovoljstva stanovnika.....188
Prilog 3. Izvještaj - Identificiranje izazova i potencijala za implementaciju i razvoj održivih praksi i Upitnik za anketiranje gospodarskih subjekata.....228
Prilog 4. Integralna SWOT analiza.....268
9. STUPANJE NA SNAGU..... 279






UVOD

Trendovi suvremenog turizma i izazovi globalizacije postavljaju imperativ održivog razvoja turizma. Sve destinacije su deklarativno usmjerene prema održivoj valorizaciji prirodnih i socijalnih resursa, raste svijest o značaju održivog razvoja bez alternative.

U uvjetima sve bržih i dinamičnijih promjena turističke ponude i potražnje ishodište je definiranje stvarnog položaja turizma Zadarske županije (situacijska analiza – odgovor na pitanje da li je turizam Zadarske županije konkurentan i održiv). Nakon toga je potrebno postaviti scenarij analizu održivog i odgovornog razvoja te ostvarenja konkurentskih prednosti i pozicioniranja na tržištu temeljeno na praćenju pokazatelja održivosti. Izazov je bogatstvo komparativnih prednosti i različitosti mikrodestinacija transformirati u konkurentske prednosti temeljene na inovativnim rješenjima na načelima društvene, okolišne, prostorne i ekonomske održivosti.

Ključni preduvjet razvoja je upravljanje održivim razvojem baziranim na umrežavanju, kulturi učenja i transferu znanja, inovativnosti i poduzetničkim inicijativama u funkciji ostvarenja otpornosti, jačanja konkurentnosti, kreiranja proizvoda više dodane vrijednosti te prepoznatljivosti.

U budućem razvoju potreban je kompromis između kratkoročnih ekonomskih dobitaka i dugoročnih društvenih potreba. Preduvjet privlačenja investicija predstavlja rješavanje urbanističkih problema, pitanja turističkog zemljišta i pomorskog dobra te osiguravanje profitabilnosti projekata s obzirom na aktualno okruženje i regulativu. Paralelno**,** turizam temeljen na poduzetničkim aktivnostima mora unaprijediti razvoj ostalih gospodarskih grana, osobito održive poljoprivrede te poticati sinergiju dionika.

Plan upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine treba odgovoriti na izazove suvremenog turizma (vremenska i prostorna neujednačenost, utjecaj turizma na okoliš i prirodu, međuodnos turizma i klimatskih promjena, prilagodba ubrzanim tehnološkim promjenama u turizmu, kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva, nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti, struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta), te poticati pozitivno poslovno i investicijsko okruženje, utjecati na učinkovit zakonodavni i upravljački okvir, procjenjivati utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista. Mora težiti ostvarenju strateških ciljeva održivog razvoja turizma Hrvatske i razvoja gospodarstva koji se moraju preslikati na Zadarsku županiju uvažavajući njene posebnosti i različitosti.

Zakon o turizmu definira održivi razvoj turizma kao proces unaprjeđenja sustava turizma koji se temelji na prepoznavanju, poticanju i upravljanju razvojnim potencijalima uz održivo i odgovorno korištenje prostora, prirodnih, društvenih i gospodarskih resursa, kulturne baštine te unaprjeđenja uvjeta života lokalnog stanovništva i boravka turista u destinaciji. U Hrvatskoj je uspostavljen indeks turističke razvijenosti (ITR) te sustav pokazatelja održivosti radi praćenja razvoja turizma (županije nisu u obvezi izraditi izračun prihvatnog kapaciteta). Pokazatelji obuhvaćaju gospodarske, društvene, okolišne i prostorne aspekte održivosti destinacije: zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom, zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom, pristupačnost destinacije, sigurnost destinacije, održivo upravljanje destinacijom, upravljanje vodnim resursima, gospodarenje otpadnim vodama, gospodarenje otpadom, zaštita bioraznolikosti, održivo upravljanje energijom, ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama, održivo upravljanje prostorom, turistički promet, turistička infrastruktura te poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu.

Plan upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine donosi strateški pravac i prioritete, misiju, viziju, ciljeve, odluke i mjere za upravljanje razvojem turizma u smjeru održivosti, koji se temelje na aktivnom uključivanju i sinergiji lokalne samouprave, TZ Zadarske županije, svih dionika ponude i lokalnog stanovništva u funkciji zadovoljavanja potreba turista (uključuje rezultate anketiranja dionika, lokalnog stanovništva i turista). Plan mora rezultirati smjernicama za dionike razvoja, za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave, za turističke zajednice (konkretni marketinški planovi), smjernicama i preporukama za druge dionike u turizmu te smjernicama za upravljanje turizmom u destinaciji uz definiranje ključnih projekata. Osigurava sinergiju održivog razvoja svih općina i gradova Zadarske županije kao i turističkih zona u izgradnji prepoznatljivog integralnog proizvoda i integralne kvalitete destinacije (sinergija otočnog, obalnog dijela i zaleđa). Postavlja novu poslovnu filozofiju, poimanje održivog razvoja turizma, svijest o održivom razvoju, način razmišljanja, djelovanja i upravljanja na svim razinama. Izrađen je na temelju *Pravilnika o*

metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom i *Pravilnika o pokazateljima za praćenje i razvoja održivosti turizma*. Temelji se na strateškim dokumentima: *Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine* (Republika Hrvatska), *Nacionalni plan razvoja održivog turizma do 2027. godine* (Republika Hrvatska), *Plan razvoja Zadarske županije 2021. – 2027.*, *Provedbeni program Zadarske županije 2021. – 2025.*, *Prostorni plan Zadarske županije – Izmjene i dopune prostornog plana Zadarske županije 2023. godine*.

Plan upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine sadržajno uključuje sljedeća poglavlja: *Uvod*, *Analiza stanja turizma Zadarske županije*, *Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda*, *Rezultati provedenih anketnih istraživanja*, *Pokazatelji održivosti na razini destinacije*, *Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima*, *Smjernice i preporuke za dionike razvoja*, *Popis projekata*, *Mjerenje napretka i izvješće o provedbi* te *Zaključak, Literaturu, Popis ilustracija te Popis priloga*.

U definiranju, provođenju i monitoringu *Plana upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029.* nužna je sinergija i aktivno uključivanje svih dionika (Tablica 1).

Tablica 1: Uključeni dionici u izradu Plana upravljanja destinacijom

Glavni dionici	Tko	Kako su uključeni
Lokalna uprava i samouprava	Zadarska županija Općine i gradovi Zadarske županije	Sudjeluju u prikupljanju podataka i izradi *Plana*
Turističke zajednice	Turistička zajednica Zadarske županije Turističke zajednice općina i gradova Zadarske županije	Provode anketiranje, sudjeluju u prikupljanju podataka, analizi podataka, koordinaciji, izradi *Plana*
Privatni sektor	Hotelsko-turistička poduzeća, vlasnici smještajnih kapaciteta, ugostitelji, turističke agencije, nosioci posebnih oblika turizma, organizatori događaja	Sudjeluju u anketiranju, na radionici
Lokalno stanovništvo	Stanovništvo destinacije	Sudjeluje u anketiranju, na radionici
Udruge	Udruga ugostitelja, udruga iznajmljivača, udruga vinara, udruga OPG-ova, udruga putničkih agencija, KUD-ovi	Sudjeluju u anketiranju, na radionici
Stručnjaci	Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvo, Sveučilište u Rijeci	Provode istraživanje tržišta, anketiranje, analizu podataka, izradu *Plana*
Javne uprave	NP Paklenica, PP Telašćica, PP Vransko jezero	Sudjeluju u anketiranju, na radionici

Izvor: izrada autora

Plan upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine kreće od analize stanja, koja se u sažetom obliku može predstaviti kroz Tablicu 2.

Tablica 2: Profil turizma Zadarske županije

Lokacija	Zadarska županija
Prometna povezanost (zračni prijevoz, cestovne veze, željezničke veze, brodske veze i dr.)	– *Zračna luka Zadar* (ICAO 4E); veze s više od 20 država (ljetni red letenja) – Autocesta *A1*, brza cesta *Zadar 2 - luka Gaženica*, državne ceste (*D1, D8, D27, D50, D54, D56, D59, D106, D109, D110, D124, D125, D218, D306, D407, D422, D424, D502, D503, D539, D547*), 58 županijskih i 191 lokalna prometnica – 2 luke međunarodnog značaja u putničkom prijevozu, 8 luka županijskog značaja, 105 luka lokalnog značaja

	– 30 nacionalnih trajektnih i brzobrodskih veza (obalni linijski prijevoz), 1 sezonska međunarodna linija (*Zadar-Ancona*)
Udaljenost od glavnog grada i glavnih emitivnih tržišta	– Zadar – Zagreb: 289 km – Zadar – München (GER): 736 km – Zadar – Ljubljana (SLO): 327 km – Zadar – Beč (AUT): 637 km – Zadar – Varšava (PL): 1 302 km – Zadar – Prag (CZ): 914 km
Geografska obilježja (reljef, planine, rijeke i dr.)	– reljef je karakterističnih dinarskih obilježja s pružanjem struktura SZ-JI uz zonalnu valovitu izmjenu otočnih, priobalnih i zaobalnih struktura – reljef je dominantno krških obilježja i raspona nadmorskih visina od razine mora do najviših vrhova Velebita s odgovarajućom vegetacijom koja prati mikroklimatske posebnosti od otočnih, priobalnih, zaobalnih te planinskih područja – od površinskih voda ističu se krške rijeke Zrmanja i Una te Vransko jezero – na području Zadarske županije ističu se otoci koji se javljaju u nizovima te zakonom zaštićena područja: *NP Paklenica*, *PP Velebit*, *PP Vransko jezero* (kriptodepresija) i *PP Telašćica*
Klimatska obilježja (prosječni broj sunčanih dana, količina padalina, prosječne sezonske temperature)	– klima ima raspon od izraženih mediteranskih obilježja na otocima, prijelaza prema submediteranskim obilježjima u smjeru zaobalja te planinskim i kontinentalnim obilježjima u unutrašnjosti Velebita i Like; – ističu se klimatska obilježja grada Zadra i priobalja uz sredozemnu klimu sa toplim i suhim ljetima te blagim i vlažnijim zimama – prosječna godišnja temperatura iznosi 15,3°C (min. u siječnju 7,3°C, maksimum u srpnju 24,5°C) – apsolutno minimalna temperatura zabilježena je u siječnju s -9,1°C te apsolutna maksimalna temperatura 39,0°C u kolovozu – broj sunčanih sati godišnje iznosi 2 591 – prosječna godišnja količina padalina iznosi 913 mm/m²
Broj stalnih stanovnika	– 2021. godine 159 766 stanovnika
Broj turista (po zemlji porijekla, demografska obilježja i dr.)	– broj turista i noćenja 2024. godine: 2 176 004 turista i 15 425 005 noćenja – broj turista po zemljama: 360 324 dolazaka (16,55 %) iz Hrvatske, 317 774 dolazaka (14,6 %) iz Njemačke, 232 755 dolazaka (10,7 %) iz Slovenije, 180 997 dolazaka (8,32 %) iz Poljske, 126 490 turista (5,81 %) iz Češke, 135 636 dolazaka (6,23 %) iz Austrije, 105 849 dolazaka (4,86 %) iz Mađarske – broj turista po spolu: 1 023 258 (49,7 %) muških turista i 1 152 746 (50,3 %) ženskih turista
Prosječna duljina boravka	– 7,088 dana
Turistički kapaciteti (po vrstama, po kvaliteti)	– ukupno registriranih 59 330 objekata, 95 317 smještajnih jedinica, 341 226 kreveta – struktura smještajnih kapaciteta (prema broju kreveta) 2024. godine sadrži: skupina hoteli - 3,38 %, skupina kampovi - 9,69 %, skupina nekomercijalni smještaj - 51,43 %, skupina objekti na OPG-u - 0,25 %, skupina objekti u domaćinstvu - 30,73 %, skupina ostali ugostiteljski objekti za smještaj -4,28 %, skupina ostali -0,21 %, skupina gostiona – 0 %
Ugostiteljski sadržaji	– 919 objekata iz skupine restorani i 1 130 objekata iz skupine barovi, 9 *catering* objekata i 385 objekata jednostavne usluge. Iz skupine restorana najzastupljeniji su objekti brze prehrane 418 (45,5 %), bistroi 222 (24,4 %) i restorani 120 (13,2 %). Iz skupine barovi najzastupljeniji su *caffe* barovi 627 (55,5 %), konobe 152 (13,45 %), *buffeti* 142 (12,57 %)
Najpopularnije turističke atrakcije	– *NP Paklenica*, *PP Telašćica*, *PP Vransko jezero*, *PP Velebit*, rijeka Zrmanja, vrelo rijeke Une, *Cerovačke špilje*, *Majstorska cesta*, *Zadarski arhipelag*, plaže (*Sakarun*, *Ninska laguna*), biciklističke staze, stari grad Zadar, grad Nin, grad Pag, grad Biograd na Moru, sakralna baština, moderne atrakcije: *Pozdrav*

	Suncu i *Morske orgulje*, *Zadarski barkarjoli*, *Benkovački sajam*, tradicionalna događanja i manifestacije (Sali, Kali, Pakoštane) i OPG-ovi
Glavni turistički proizvodi	– odmorišni turizam – nautički turizam – *outdoor/*aktivn*i* turizam – kulturni turizam – eno-gastronomski turizam – *city break* turizam – poslovni/*MICE* turizam – ruralni turizam – zdravstveni/*wellness* turizam
Prostor – turističke zone i površine	– Gračac (Lički dio) – 955,45 km^2 – Starigrad, Obrovac, Posedarje, Novigrad, Poličnik, Ražanac (podvelebitski dio) – 925.48 km^2 – Zemunik Donji, Benkovac, Lišane Ostovičke, Škabrnja, Polača, Stankovci, Galovac (Ravni kotari) – 748,81 km^2 – Grad Zadar (samo kopneni dio) – 81,57 km^2 – Nin, Privlaka, Vrsi, Bibinje, Sukošan, Biograd na Moru, Sveti Filip i Jakov, Pakoštane (obalni dio) – 336,91 km^2 – Vir, Pag, Ugljan, Pašman, Dugi otok, Iž, Ist, Molat, Silba, Olib, Premuda (otoci zadarskog arhipelaga) – 595,41 km^2
Turistička infrastruktura (kongresni kapaciteti, pješačke / planinarske / biciklističke staze)	– više od 20 hotela/naselja koji nude kongresne dvorane i velik broj dvorana za sastanke, te više od 30 povijesnih i specijalnih objekata/lokacija za poslovne skupove (koncertne, multimedijske, sportsko-polivalentne) – 91 pješačka staza – 4 planinarske staze s infrastrukturom – 139 biciklističkih staza

Izvor: izrada autora

U nastavku je detaljno analizirano sadašnje stanje i razina konkurentnosti turizma Zadarske županije.






1. ANALIZA STANJA TURIZMA ZADARSKE ŽUPANIJE

Zadarska županija je administrativno-teritorijalna jedinica na sjeveru regije Južno hrvatsko primorje sa sjedištem u Zadru; obuhvaća 3.643,3 km² s 159.766 stanovnika (2021.) ili 43,9 st./km². Sastoji se od 28 općina, šest gradova te 234 naselja. Obuhvaća dio sjeverne Dalmacije, odnosno Ravne kotare, Bukovicu, dio Dalmatinske zagore, otoke te jugoistočnu Liku.[1] Za izradu ovog *Plana upravljanja destinacijom* dijeli se prema geografskom obuhvatu na slijedeće zone:

- Gračac (Lički dio);
- Starigrad, Obrovac, Posedarje, Novigrad, Poličnik, Ražanac (podvelebitski dio)

[1] Zadarska županija. *Hrvatska enciklopedija*, *mrežno izdanje.* Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2025., https://www.enciklopedija.hr/clanak/zadarska-zupanija, pristupljeno 24.5.2025.

- Zemunik Donji, Benkovac, Lišane Ostrovičke, Škabrnja, Polača, Stankovci, Galovac (Ravni kotari);
- Grad Zadar (samo kopneni dio)
- Nin, Privlaka, Vrsi, Bibinje, Sukošan, Biograd na Moru, Sveti Filip i Jakov, Pakoštane (obalni dio);
- Vir, Pag, Ugljan, Pašman, Dugi otok, Iž, Ist, Molat, Silba, Olib, Premuda (otoci zadarskog arhipelaga).

Prema indeksu turističke razvijenosti Nin (34,10), Biograd na Moru (32,93), Starigrad (32,10), Zadar (31,69) i Pag (31,64) spadaju u kategoriju I turističke razvijenosti. Indeks turističke razvijenosti po jedinicama lokalne samouprave varira od Lišana Ostrovičkih (9,03) do Nina (34,10).[2]

Plan upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine uključuje anketiranje turista, lokalnog stanovništva i dionika. Sadašnju razinu konkurentnosti definiraju rezultati dosadašnjih istraživanja. Prema istraživanju *Hendal* provedenom u razdoblju svibanj - listopad 2024. godine na uzorku od 1 345 turista (strani turisti koji su ostvarili minimalno 1 noćenje u komercijalnom smještaju u Zadarskoj županiji) utvrđeno je:[3]

- 78% turista navodi da im je glavni motiv dolaska more, slijede priroda (46%), turistički obilazak (33,6 %), gastronomija (28 %), gradovi (27,7 %) kultura i umjetnost (26,1 %), planinarenje, hodanje (20,1 %), zabava i festivali (14,8 %), selo i ruralna područja (13,6%), manifestacije i događanja (12,9 %) i dr.
- Od različitih sadržaja u ispitane četiri kategorije, najkorišteniji su: pješčane plaže (66%) u kategoriji prirode, lokalni specijaliteti (76 %) u kategoriji gastronomije, pješačke i planinarske staze (50 %) unutar kategorije sportskih i zabavnih sadržaja i posjeti tvrđavama i vidikovcima (67 %) u kategoriji kulture.
- Strani turisti su najzadovoljniji sljedećim elementima ponude (na ljestvici od 1 – izuzetno nezadovoljan, do 5 – izuzetno zadovoljan): gradovi (prosječna ocjena 4,47), gastronomija (4,44), sela i ruralna područja (4,42), priroda (4,40), turistički obilazak (4,37), more (4,34), kultura i umjetnost (4,34), planinarenje / hodanje (4,32), cikloturizam / *mountain bike* (4,22), *wellness* (4,09), manifestacije i događanja (3,99), zabava i festivali (3,97), ostali sportovi i rekreacija (3,96) i dr.

Prema rezultatima istraživanja *Sveučilišta u Zadru*[4] provedenog od 1.10.2023. - 1.9.2024. na temelju 1 609 ispitanika motivi dolazaka turista su bili: plivanje/kupanje/uživanje u moru i suncu (55 %), nova iskustva i doživljaji (38 %), blizina (26 %), mir, zelenilo i priroda (23 %), razgledavanje prirodnih ljepota i nacionalnih parkova (22 %), uživanje u jelu i piću (22%), povoljna ponuda (21%), zabavni događaji i sadržaji (18 %), preporuka (16 %), upoznavanje kulture (15 %) i dr.

Turisti su najzadovoljniji sljedećim elementima ponude (na ljestvici od 1 – izuzetno nezadovoljan, do 7 – izuzetno zadovoljan):[5] kvaliteta i raznovrsnost ponude ekološki certificirane ponude hrane i piće u destinaciji (prosječna ocjena 5,141), kvaliteta i raznovrsnost sportsko-rekreacijske ponude (5,111), očuvan društveno-kulturni identitet

[2] Institut za turizam, Indeks turističke razvijenosti, https://www.iztzg.hr/hr/itr, pristupljeno 21.7.2025.

[3] Zadovoljstvo, motivacija i navike gostiju, Turistička zajednica Zadarske županije, Hendal, 2024., str. 13.

[4] Istraživanje stavova turista o stanju i potrebama razvoja turizma Zadarske županije, Odjel za turizam i komunikacijske znanosti, Sveučilišta u Zadru, 2024., str. 11.

[5] Ibidem, str. 19.

lokalne zajednice (5,096), opća sigurnost u destinaciji (5,067), kvaliteta i raznovrsnost izleta u okolicu (5,058), kvaliteta smještaja (5,043), zbrinjavanje otpada u destinaciji (5,032), kvaliteta lokalnog/javnog prometa (5,021), mogućnost uživanja u miru i tišini (5,006), kvaliteta turističke signalizacije (4,996) i dr. Najlošije ocijenjeni elementi ponude su: omjer cijene i kvalitete (4,283), broj turista u destinaciji (4,564), poštenje trgovaca i ugostitelja (4,616), radno vrijeme trgovina i pružatelja usluga (4,646), mogućnost razvrstavanja otpada (4,731), kvaliteta i raznovrsnost zabavne ponude (4,780) i dr.

Na stranicama TZ Zadarske županije navedeni su sljedeći ključni doživljaji: priroda i pustolovina, povijest i kultura, nautika, hrana i piće, nacionalni parkovi i parkovi prirode, plaže i obiteljsko ljetovanje.[6]
Prekretnicu razvoja predstavlja upravljanje održivim razvojem s ciljem održive valorizacije u kreiranju jedinstvenog unikatnog turističkog doživljaja i multipliciranja četiri razine održivosti: okolišne, društvene, prostorne i ekonomske održivosti.

1.1. POPIS TURISTIČKIH PROIZVODA I USLUGA

Turističke proizvodi i usluge uključuju:[7]

- smještaj (skupina, vrsta, kategorija i kapacitet svih komercijalnih i posebno nekomercijalni smještajni objekti uz analizu turističkog prometa i performansi);
- ugostiteljstvo (svi objekti iz skupina restorani i barovi sukladno *Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti*);
- turističke atrakcije (kulturne, prirodne, događaji, sportsko-rekreacijske i zabavne);
- turističke usluge (popis usluga u destinaciji sukladno *Zakonu o pružanju usluga u turizmu*[8]), maloprodaja i ostali sadržaji relevantni za turiste.

Turizam Zadarske županije se temelji na izrazito sezonskom, kupališnom, odmorišnom turizmu. 74,43% dolazaka i 84,49% noćenja je ostvareno u rasponu od lipnja do rujna 2024. godine) što potvrđuje neodrživost upravljanja turizmom. Također, turizam se ostvaruje u obalnim mikrodestinacijama i na otocima dok je unutrašnjost županije unatoč kulturnim i prirodnim preduvjetima nedovoljno turistički valorizirana. Kvantitativni pokazatelji ponude i potražnje otkrivaju svu problematiku razvoja održivog turizma Zadarske županije. Glavni generator sezonskog poslovanja je izrazito nepovoljna struktura smještajnih kapaciteta koja se temelji na apartmanima, kampovima i nekomercijalnom smještaju.

Zadarska županija je 2024. godine[9] imala sljedeću strukturu smještajnih kapaciteta:[10]

- skupina hoteli: 93 objekata, 5 173 smještajnih jedinica i 11 704 kreveta;
- skupina kampovi: 95 objekata, 10 891 smještajnih jedinica i 33 115 kreveta;
- skupina nekomercijalni smještaj: 39 435 objekata, 39 636 smještajnih jedinica i 175 752 kreveta;
- skupina objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu): 57 objekata, 284 smještajnih jedinica i 854 kreveta;

[6] https://www.zadar.hr/hr/dozivljaji, pristupljeno 21.5.2025.
[7] Smjernice i upute za izradu plana upravljanja destinacijom, Ministarstvo turizma i sporta, 2024. str. 9.
[8] Zakon o pružanju usluga u turizmu, NN 130/17
[9] Struktura smještajnih kapaciteta je napravljena za 2024. godinu kao i kvantitativni pokazatelji potražnje (broj turista i noćenja)
[10] Izvješće napravljeno prema podacima eVisitora prikupljenih 7.5.2025. – TZ Zadarske županije

- skupina objekti u domaćinstvu: 18 809 objekata, 34 136 smještajnih jedinica i 107 390 kreveta;
- skupina ostali ugostiteljski objekti za smještaj (druge vrste – skupine kampovi): 1 181 objekata, 4 790 smještajnih jedinica i 14 496 kreveta;
- skupina ostalo i restorani: 7 objekta, 379 smještajnih jedinica i 127 kreveta;
- ukupni kapaciteti smještajnih jedinica Zadarske županije 2024. godine: 59 676 objekata, 95 317 smještajnih jedinica, 343 438 kreveta (2019. godine je bilo 47 951 objekt i 288 725 kreveta – povećanje broja kreveta 18,95 %);
- broj vezova: 4 298 vezova, od čega 3 173 na moru i 1 125 na kopnu

Tablica 3: Broj objekata prema vrstama

Vrsta objekta	Kategorija	Ukupno objekata	Ukupno ležajeva (osnovni)	Udio ležajeva u ukupnoj strukturi
Hoteli	2*	3	635	
Hoteli	3*	31	3 618	
Hoteli	4*	25	3 933	
Hoteli	5*	3	974	
Hoteli	Ostalo	31	2 544	
Hoteli ukupno		**93**	**11 704**	**3,41 %**
Kampovi	2*	25	9 191	
Kampovi	3*	18	4 428	
Kampovi	4*	14	13 503	
Kampovi	5*	2	2 853	
Kampovi	Ostalo	36	3 140	
Kampovi ukupno		**95**	**33 115**	**9,64 %**
Nekomercijalni smještaj	Ostalo	**39 435**	**175 752**	**51,17 %**
Objekti na OPG-u	Ostalo	**57**	**854**	**0,25 %**
Objekti u domaćinstvu	2*	4 670	26 687	
Objekti u domaćinstvu	3*	11 877	65 974	
Objekti u domaćinstvu	4*	1 708	9 781	
Objekti u domaćinstvu	Ostalo	554	4 948	
Objekti u domaćinstvu ukupno		**18 809**	**107 390**	**31,27 %**
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	Ostalo	**1 181**	**14 496**	**4,22 %**
Ostalo (ostalo + restorani)	Ostalo	**6**	**127**	**0,04 %**
Ukupno		**59 676**	**343 438**	**100 %**

Izvor: eVisitor (TZ Zadarske županije, 20.6.2025.)

Ključni rezultat analize je niži postotak udjela hotela i kvalitetnog smještaja viših kategorija (rezultati usporedbe sa Splitsko-dalmatinskom županijom u potpoglavlju 1.11. *Analiza konkurencije*) kao pokretača produljenja sezone uz nužnost transformacije nekonkurentnog smještaja u domaćinstvu u obiteljske hotele (implementacija mjere *Vaš domaćin*, mogućnost povezivanja u difuzne i integralne hotele). Značajan problem je veliki postotak neprijavljenog nekomercijalnog smještaja kao i problem vlasništva smještaja u domaćinstvu.

Broj turista i noćenja pokazuje trend rasta. Kvantitativni pokazatelji potražnje se mogu prikazati rezultatima po godinama (Tablica 4).[11]

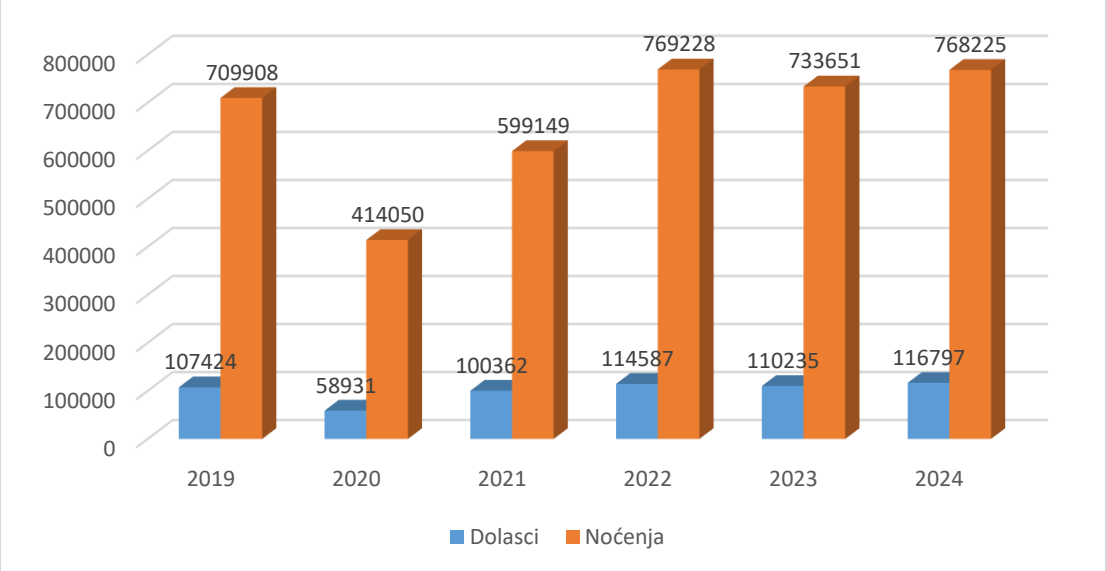
Tablica 4: Turistički promet Zadarske županije (2019.–2024.)

Godina	Broj turista	Indeks turista (2019=100)	Godišnja stopa rasta turista (%)	Broj noćenja	Indeks noćenja (2019=100)	Godišnja stopa rasta noćenja (%)
2019	2 015 717	100	–	15 128 176	100	–
2020	1 280 962	63,55	−36,45	10 788 276	71,31	−28,69
2021	1 525 737	75,71	19,10	12 639 199	83,55	17,15
2022	1 932 010	95,85	26,63	14 886 874	98,41	17,78
2023	2 056 833	102,04	6,46	15 202 557	100,49	2,12
2024	2 175 378	107,95	5,79	15 423 700	101,96	1,46

Izvor: eVisitor (TZ Zadarske županije, 20.6.2025.)

U charter nautičkom prometu 2019. godine ostvareno je 107 424 dolazaka i 709 908 noćenja, 2020. godine 58 931 dolazak i 414 050 noćenja, 2021. godine 100 362 dolaska i 599 149 noćenja, 2022. godine 114 587 dolazaka i 769 228 noćenja, 2023. godine 110 235 dolazaka i 733 651 noćenje, dok je 2024. godine ostvareno 116 797 dolazaka i 768 225 noćenja. Udio domaćih charter turista 2024. godine je bio 6,94 %. U 2024. godini u charter djelatnosti u Zadarskoj županiji evidentirano je 116 797 gostiju na plovnim objektima, što čini 21,45 % ukupnog charter prometa u Republici Hrvatskoj.

Grafikon 1: Promet u nautičkom turizmu 2019. - 2024.



Izvor: eVisitor (TZ Zadarske županije, 20.6.2025.)

Broj putnika s kružnih putovanja 2024. godine iznosio je 248 462, pri čemu je najveći dio ostvaren u sljedećim mjesecima: travanj 21 245 (9 %), svibanj 30 490 (12 %), lipanj 33 534 (13 %), srpanj 42 463 (17 %), kolovoz 33 248 (13 %), rujan 45 217 (18 %) i listopad 36 481 (15 %).[12]

[11] Problem kvantitativne analize je što različiti izvori objavljuju različite kvantitativne podatke – različiti podaci eVisitora i DZS.

[12] Službeni podaci Lučke uprave Zadar

Tablica 5: Dolasci i noćenja prema tržištima za period 1.1.2024. - 31.12.2024.

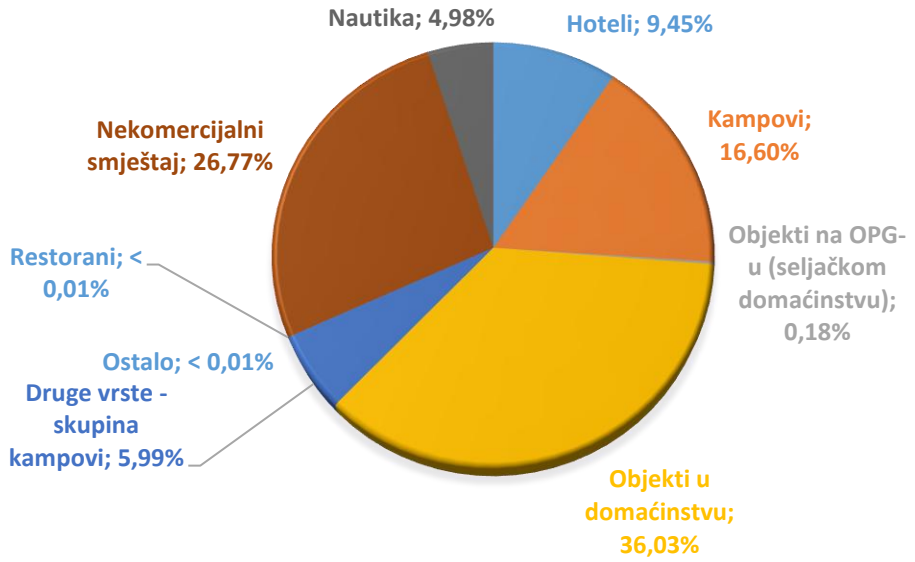
Zemlja podrijetla turista	Broj dolazaka	Udio u uk. ostvarenim dolascima	Broj noćenja	Udio u uk. ostvarenim noćenjima
Hrvatska	360 074	16,55 %	3 775 025	24,48 %
Njemačka	317 126	14,58 %	2 427 031	15,74 %
Slovenija	232 678	10,70 %	2 069 720	13,42 %
Poljska	180 982	8,32 %	1 140 191	7,39 %
Ostalo	203 084	9,34 %	1 059 981	6,87 %
Češka	126 479	5,81 %	931 143	6,04 %
Austrija	135 607	6,23 %	864 562	5,61 %
Slovačka	105 622	4,86 %	773 275	5,01 %
Mađarska	105 813	4,86 %	641 086	4,16 %
UK	58 279	2,68 %	296 361	1,92 %
Nizozemska	47 700	2,19 %	284 791	1,85 %
Italija	58 831	2,70 %	283 501	1,84 %
Francuska	51 293	2,36 %	185 912	1,21 %
Švicarska	23 364	1,07 %	131 232	0,85 %
Belgija	23 112	1,06 %	110 384	0,72 %
Švedska	16 733	0,77 %	99 384	0,64 %
Danska	13 002	0,60 %	85 446	0,55 %
SAD	28 333	1,30 %	78 719	0,51 %
Španjolska	24 282	1,12 %	46 228	0,30 %
Kanada	10 290	0,47 %	30 921	0,20 %
Koreja	22 798	1,05 %	25 097	0,16 %
Norveška	3 790	0,17 %	24 229	0,16 %
Finska	5 204	0,24 %	22 690	0,15 %
Kina	16 539	0,76 %	21 274	0,14 %
Rusija	2 284	0,10 %	12 247	0,08 %
Japan	2 079	0,10 %	3 270	0,02 %
Ukupno:	**2 175 378**	**100 %**	**15 423 700**	**100 %**

Izvor: eVisitor (TZ ZŽ, 20.6.2025.)

Broj turista i noćenja po zemljama za 2024. godinu (Tablica 5) otkriva da su najzastupljeniji domaći turisti s 360 074 dolaska (16,55 %) i 3 775 025 noćenja (24,48 %). Zatim slijede turisti iz Njemačke s 317 126 dolazaka (14,58 %) i 2 427 031 noćenja (15,74 %), iz Slovenije s 232 678 dolazaka (10,70 %) i 2 069 720 noćenja (13,42%), te iz Poljske s ostvarenih 180 982 dolazaka (8,32 %) i 1 140 191 noćenja (7,39 %).

Broj turista i noćenja po demografskim karakteristikama za 2024. godinu pokazuje da su zastupljeniji muški turisti, s ukupno 1 098 212 dolazaka (50,49 %) i 7 662 614 noćenja (49,68 %), u odnosu na ženske turiste, koji ostvaruju 1 077 166 dolazaka (49,51 %) i 7 761 086 noćenja (50,32 %).

Grafikon 2: Udio ostvarenih noćenja po vrsti smještajnih objekata 2024.

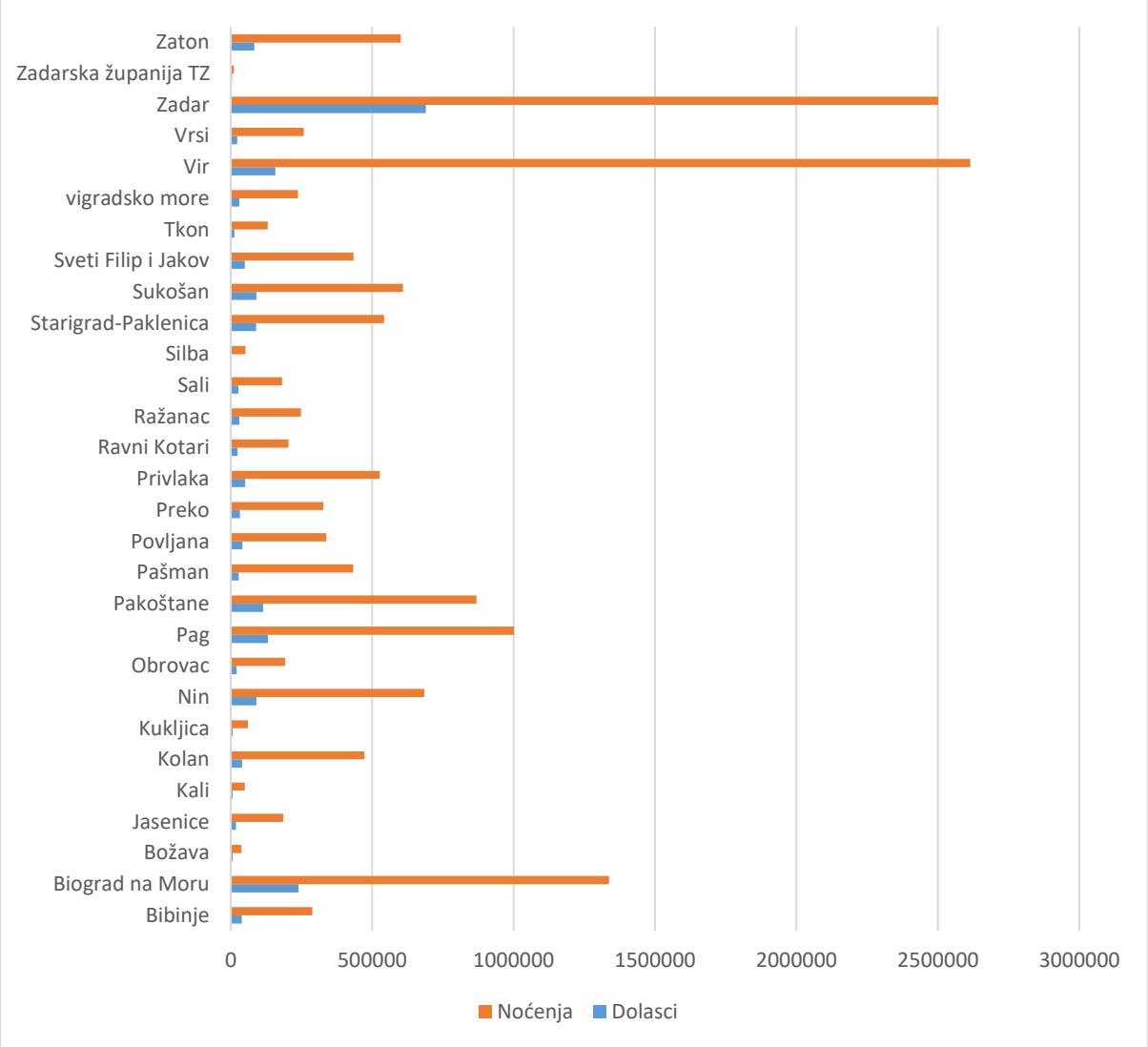


Izvor: podaci dobiveni na zahtjev (TZ Zadarske županije, 20.6.2025.)

Broj turista i noćenja po strukturi smještajnih kapaciteta pokazuje da su u 2024. godini objekti u domaćinstvu najzastupljeniji oblik smještaja, s ukupno 855 071 dolaskom, što čini 39,32 % svih turističkih dolazaka. Slijede hoteli s 455 989 dolazaka (20,96 %) te kampovi, koji su ostvarili 408 277 dolazaka (18,78 %). Značajan udio bilježe i ostali ugostiteljski objekti za smještaj s 200 561 dolaskom (9,22 %), dok nekomercijalni smještaj sudjeluje s 134 857 dolazaka (6,20 %), a nautički smještaj s 116 913 dolazaka (5,37 %). Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu) te kategorije ostalo i restorani ostvaruju zanemariv udio u ukupnoj strukturi turističkih dolazaka.

Broj turista i noćenja po mikrodestinacijama 2024. godine pokazuje da je najveći broj dolazaka ostvaren u gradu Zadru, s ukupno 688 983 dolaska i 2 501 434 noćenja. Vir se ističe kao destinacija s najvećim brojem noćenja, ostvarivši 157 478 dolazaka i 2 614 648 noćenja. Značajan turistički promet bilježi i Biograd na Moru, s 239 983 dolaska i 1 336 891 noćenjem, dok grad Pag ostvaruje 131 655 dolazaka i 1 001 307 noćenja. Pakoštane su zabilježile 114 740 dolazaka i 869 047 noćenja, a Zaton 82 734 dolaska i 600 600 noćenja. Među destinacijama s većim prometom ističu se još Sukošan s 90 956 dolazaka i 608 392 noćenja, Nin s 90 141 dolaskom i 684 509 noćenja, te Starigrad-Paklenica, koji bilježi 89 110 dolazaka i 542 084 noćenja. Privlaka ostvaruje 50 330 dolazaka i 526 826 noćenja, dok Sveti Filip i Jakov bilježi 49 638 dolazaka i 433 253 noćenja. Manje od 50 000 dolazaka ostvarile su sljedeće mikrodestinacije: Povljana (40 823 dolaska, 337 724 noćenja), Kolan (39 965 dolazaka, 472 223 noćenja), Bibinje (38 836 dolazaka, 288 120 noćenja), Preko (32 261 dolazak, 326 899 noćenja), Ražanac (29 796 dolazaka, 248 468 noćenja), Pašman (28 139 dolazaka, 432 571 noćenje), Sali (26 434 dolaska, 181 520 noćenja), Vrsi (22 492 dolaska, 258 108 noćenja), Obrovac (20 088 dolazaka, 191 534 noćenja), Jasenice (17 870 dolazaka, 185 975 noćenja), Tkon (12 602 dolaska, 130 421 noćenje), Kukljica (6 830 dolazaka, 60 010 noćenja), Božava (6 129 dolazaka, 38 066 noćenja), Kali (5 870 dolazaka, 49 502 noćenja) te Silba (3 358 dolazaka, 51 606 noćenja). Na razini regionalnih turističkih zajednica, TZ područja Ravni Kotari ostvarila je 23 231 dolazak i 203 427 noćenja, TZ područja Novigradsko more 30 617 dolazaka i 237 658 noćenja, dok je TZ Zadarske županije (za područje općine Gračac) zabilježila 4 289 dolazaka i 10 877 noćenja. Destinacije Novigrad, Poličnik, Posedarje i Ugljan u promatranom razdoblju nemaju evidentiran turistički promet.

Grafikon 3: Noćenja i dolasci po mikrodestinacijama Zadarske županije 2024.

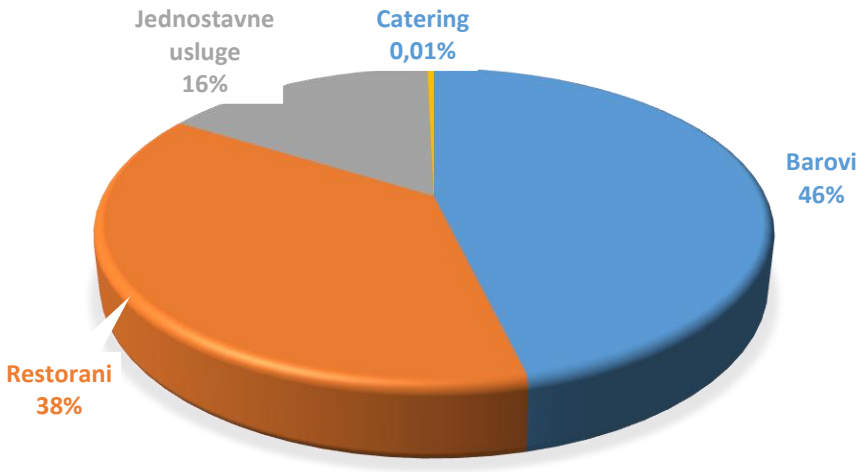


Izvor: eVisitor (TZ Zadarske županije, 20.6.2025.)

Analiza kvantitativnih pokazatelja potražnje Zadarske županije pokazuje da se u post-pandemijskom razdoblju ostvaruje kontinuirani rast dolazaka i noćenja, da su najzastupljeniji domaći turisti, turisti iz Njemačke, Slovenije, Poljske, Češke i Mađarske (nužno istraživanje trendova potražnje po geografskim tržištima – informacije o profilima tržišta).[13] Kvantitativni pokazatelji broja turista i noćenja po vrsti smještajnih kapaciteta naglašavaju da najveće turističke rezultate ostvaruju kampovi i domaćinstva koji su prilagođeni isključivo sezonskom poslovanju, dok je manji broj turista i noćenja u hotelima koji su usmjereni cjelogodišnjem poslovanju.

Grafikon 4: Struktura ugostiteljske ponude Zadarske županije

[13] https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/profili-trzista, pristupljeno 24.5.2025.



Izvor: podaci dobiveni na zahtjev (TZ Zadarske županije, 20.6.2025.)

Ugostiteljska ponuda prema podacima iz 2021. godine obuhvaća 919 objekata iz skupine restorani i 1 130 objekata iz skupine barovi, 9 *catering* objekata i 385 objekata jednostavne usluge (najzastupljeniji su na području Zadra - 627 restorana, 749 barova, 7 *catering* objekata i 194 objekata jednostavnih usluga te Biograda na Moru - 180 restorana, 194 barova i 71 objekt jednostavne usluge). Iz skupine restorana najzastupljeniji su objekti brze prehrane 418 (45,5 %), bistroi 222 (24,4 %) i restorani 120 (13,2 %). Iz skupine barovi najzastupljeniji su *caffe* barovi 627 (55,5 %), konobe 152 (13,45 %) i *buffeti* 142 (12,57 %).[14] Ugostiteljska ponuda usmjerena je pretežno standardiziranoj ponudi i brzoj prehrani te postojećoj strukturi turista. Izdvajaju se dva restorana s *Michelinovom* preporukom i 30 restorana i *pop-ova* iz vodiča *Gault&Millau* kao i restorani s autohtonom dalmatinskom kuhinjom. Restorani u manjim destinacijama su većinom usmjereni poslovanju od uskrsnog razdoblja do završetka sezone.

Najzastupljeniji turistički proizvod Zadarske županije je odmorišni turizam temeljen na moru i suncu. Sve priobalne i otočne regije Zadarske županije imaju sličan turistički proizvod i portfelj uvažavajući vlastite posebnosti, osim unutarnjeg dijela (lički dio i Ravni kotari) koji nije dovoljno turistički valoriziran i usmjeren je ruralnom turizmu.

Ključni turistički proizvodi su:

- Odmorišni turizam – temelji se na plažnim resursima (duljina obalne crte Zadarske županije je 22% ukupne hrvatske obale odnosno oko 1 200 km obale, sa 150 otoka i otočića, od kojih je 18 trajno nastanjeno, s tim da Zadarskoj županiji pripada 11,6% hrvatskih teritorijalnih voda) – problemi koncesije plaža, neprovedeno tematiziranje i uređenje plaža, prenapučenost i opterećenost plaža;
- Nautički turizam – temeljen na visoko kvalitetnim marinama, međunarodnim kružnim putovanjima (dio pomorskog prometa) (luka Zadar ostvarila 2024. godine 219 posjeta brodova za kružna putovanja),[15] *charter* floti i povezivanju ponude marina i mikrodestinacija;
- *Outdoor* turizam temeljen na valoriziranju prirodnih resursa (Velebit, Paklenica), afirmaciji *soft* avanturizma (pješačenje, biciklizam, vožnja kajakom) i *hard* avanturizma

[14] Podaci prikupljeni od strane Turističke zajednice Zadarske županije
[15] https://podaci.dzs.hr/2024/hr/76921, pristupljeno 25.6.2025.

(planinarenje, *trekking*, speleologija, ronjenje, *wakeboarding*…) i ponudi avanturističkih parkova i avanturističkih događaja, odnosno aktivnostima na tlu, vodi i u zraku;

- Kulturni turizam – temeljen na obnovi i održivoj valorizaciji, integriranom upravljanju i interpretaciji nepresušne kulturne baštine i razvoju njegovih podoblika (turizam naslijeđa, kreativni, događajni, gastronomski, vjerski turizam) u suradnji s lokalnom zajednicom kao promotorom lokalne kulture te prezentaciji tradicijskih vrijednosti mikrodestinacija (lokalni običaji, tradicija, nošnje, glazba, i dr.) kroz turističke događaje i kreativni turizam;
- Enogastronomski turizam – temeljen na upoznavanju tradicionalne, izvorne dalmatinske kuhinje i enogastronomije u izvornim dalmatinskim ambijentima (dalmatinske konobe, klape…), vrhunskom gastronomskom doživljaju u visokokvalitetnim restoranima, enogastronomskim događajima u svim mikrodestinacijama, promociji lokalnih vina, maslinovih ulja, kreiranju vinskih ruta, učestvovanju lokalnih vinara na međunarodnim natjecanjima i vinskim festivalima;
- *City-break* turizam – temeljen na ponudi gradova, posebno grada Zadra – aktivno upoznavanje kulturnih znamenitosti, instalacija koje prerastaju u sinonim Zadra (*Morske orgulje* i *Pozdrav suncu*), povijesti, tradicije, enogastronomije, kreativne ponude, *storytellinga* i izvornih dalmatinskih događaja;
- Kongresni/*MICE* turizam – temeljen na kongresnim kapacitetima i povezanosti kongresne ponude s ponudom destinacija;
- Ruralni turizam – temeljen na upoznavanju kulture i tradicije sela, lokalne enogastronomije, boravku na OPG-ovima i seoskim kućama za odmor, sudjelovanju u branju maslina, grožđa, učešću na ruralnim događanjima, radionicama, upoznavanju ekološke poljoprivrede u Ravnim kotarima, ponudi otočkih proizvoda i ruralnih ruta;
- Zdravstveni/*wellness* turizam – temeljen na suvremenim *wellness* centrima u hotelima, kapacitetima za zdravstvenu preventivu, liječenje i postoperacijski oporavak, aktivnom korištenju ljekovitog blata, mora i soli, dentalnom turizmu, turizmu ljepote i uljepšavanja.

Ponudu Zadarske županije se mora povezati s promotivnim aktivnostima Zadarske županije u cilju jačanja atraktivnosti i prepoznatljivosti (komunikacijske aktivnosti). TZ Zadarske županije definira proizvode koji čine užu osnovu novog turističkog brenda Zadarske županije: nautika, sunce i more, te avanture i aktivnosti, dok proširenu proizvodnu ponudu tvore kultura i rustikalna gastronomija. *Outdoor* odnosno aktivni turizam je prepoznat kao proizvod s najvećim potencijalom. Turistička zajednica naglašava lokalne razvojne projekte cikloturizma i pješačkog turizma u vidu integracije u regionalne projekte *Zadar Bike/Trail Magic*. Razvojni i planski marketinški dokumenti napravljeni su za cikloturizam, pješački turizam i eno-gastronomski turizam.[16]

[16] Komunikacijske aktivnosti – izvješće o izvršenju programa rada za 2024. godinu. TZ Zadarske županije, 2024., str. 12.

1.2. ANALIZA RESURSNE OSNOVE

Zadarska županija je izrazito bogata i raznolika s obzirom na svoju resursnu osnovu što predstavlja njezinu komparativnu prednost u odnosu na konkurentske destinacije. Raznovrsnost Zadarske županije se očituje kroz specifičnosti njezinih mikroregionalnih cjelina, koje su: pučinski otoci, unutrašnji otoci, podvelebitski otoci, podvelebitsko strmo primorje, niski obalni prostori, nisko zaleđe, planski prostori te viši kontinentalni prostori. Obuhvaća dalmatinski tip obale, tip razvedene obale na kojoj se glavni elementi reljefa i građe otoka pružaju paralelno s onima na kopnu (planinama, krškim poljima i dr.)

Uz prirodnu raznovrsnost Zadarska županija ima bogato kulturno nasljeđe koje je posljedica njezina kontaktnog položaja između utjecaja slavenskog, romanskog, germanskog i islamskog kulturnog utjecaja. Navedeni utjecaji se mogu i danas vidjeti u kulturno-povijesnim spomenicima, jeziku, običajima i gastronomiji. Identitet županije se od 10. stoljeća pa do danas oslanja na bogatu ostavštinu razdoblja uspostave hrvatskoga kraljevstva koje predstavlja izuzetno vrijedan kulturno-povijesni i turistički resurs ovog prostora.

Zadarska županija obilježena je krškim reljefom i velikim rasponom nadmorskih visina, od obale do vrhova Velebita, što stvara raznolike mikroklime i vegetaciju otočnih, priobalnih, zaobalnih i planinskih područja. Klima na području Zadarske županije ima raspon od izraženih mediteranskih obilježja na otocima, prijelaza prema submediteranskim obilježjima u smjeru zaobalja te planinskim i kontinentalnim obilježjima u unutrašnjosti Velebita i Like, što omogućuje produljenje turističke sezone u proljeće i jesen, osobito za aktivnosti na otvorenom. Reljef je dinarskog smjera SZ–JI, s valovitom izmjenom otoka, obale i zaleđa te kombinacijom krških bila i plodnijih flišnih udolina poput Ravnih kotara. Krška podloga uvjetuje oskudne površinske vode, ali složenu podzemnu cirkulaciju, pri čemu su vrijedni prirodni resursi rijeke Zrmanja i Una te Vransko jezero. Turistički su atraktivni i krški podzemni fenomeni, primjerice Cerovačke špilje. Vegetacija pokazuje jasnu zonalnost: od mediteranske s ljetnom sušom do kontinentalno-planinske na Velebitu. Podvelebitska vjetrovitost, posebice bura, predstavlja ograničenje, ali i oblikuje specifične krajobraze, poput ogoljelih kamenjara Paga, koji sa suhozidima i ovčarstvom imaju turistički potencijal. Posebnu vrijednost imaju i tradicionalne solane u Pagu i Ninu te područja PP Velebit i NP Paklenica. Obala je uglavnom stjenovita s manjim šljunčanim plažama, a morski uvjeti—povoljne temperature, blage mijene i rijetko visoki valovi, pogodni su za kupališni, rekreativni i sportski turizam tijekom ljeta te u blažim prijelaznim razdobljima.

Na području Zadarske županije se u kontekstu turističke valorizacije posebno ističu zakonom zaštićena područja, kao što su: *NP Paklenica*, *PP Velebit*, *PP Vransko jezero* i *PP Telašćica*. Također i zaštićena kulturna baština i pokretna kulturna baština od značaja (npr. *SICU – stalna izložba crkvene umjetnosti*, *Škrinja sv. Šimuna* kao veliko umjetničko i kulturno blago Hrvatske) predstavljaju raznovrsni resursni oslonac za razvoj specifičnih oblika turizma, a posebice se ističe arhitektonska i sakralna baština (pr. povijesna jezgra Zadra, *Forum*, *Crkva svetog Donata*, *Crkva svete Stošije* (grad Zadar), utvrde, kao *Kaštelina* na Viru, *Sveti Mihovil* na Ugljanu, *Toreta* na Silbi (Zadarsko otočje), gradska jezgra Paga, *Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije*, relikvije Svetoga Trna u Pagu, franjevački spomenik na Pašmanu, sakralni objekti i kopija *Krstionice kneza Višeslava* u Ninu, ostavština vitezova Vranskih i templara u

Vrani, *Kaštel Benković* i ostaci antičke *Asserie* u Benkovcu…).[17] Prema *Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske* u Zadarskoj županiji nalaze se 322 kulturna dobra.[18] Pod zaštitom *UNESCO*-a nalaze se fortifikacijski sustavi Republike Venecije u gradu Zadru, 5 zaštićenih kulturnih dobara: klapsko pjevanje, kulturno-povijesna cjelina grada Zadra, mediteranska prehrana na hrvatskoj obali Jadrana, paška čipka i umijeće suhozidne gradnje, jedno preventivno zaštićeno dobro – *transhumanca*[19]*,* te Bukove šume Nacionalnog parka Paklenica („Bukove prašume i izvorne bukove šume Karpata i ostalih regija Europe") u području Suva draga-Klimenta i Oglavinovac-Javornik.

Bogatstvo prirodnih i kulturnih resursa na području Zadarske županije predstavlja neprocjenjivo bogatstvo i nepresušan izvor ideja u kreiranju novih turističkih proizvoda. U aspektu održivosti i te očuvanja resursnog potencijala županije za budućnost potreban je kontinuirani monitoring stanja resursne osnove kako bi se na vrijeme uočile moguće negativne posljedice turizma na okoliš i baštinu. Promišljenim upravljanjem oslonjenim na koncept turističke održivosti postojeća resursna bogatstva mogu dugoročno generirati dobrobit za lokalnu zajednicu.

1.3. ANALIZA JAVNE TURISTIČKE INFRASTRUKTURE

Javna turistička infrastruktura je turistička infrastruktura u vlasništvu Republike Hrvatske, jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave, tijela javne vlasti, javnih ustanova odnosno pravnih osoba kojima je osnivač ili većinski vlasnik Republika Hrvatska ili jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave i infrastruktura izgrađena na općem dobru, koja je kontinuirano ili dijelom godine u funkciji turizma te je dostupna svima pod jednakim uvjetima sukladno njezinoj prirodi i namjeni. Predstavlja infrastrukturu koja na području turističke destinacije izravno ili neizravno utječe na razvoj turizma i turističke ponude u funkciji dodane vrijednosti turističkih sadržaja.[20]

U Zadarskoj županiji među primarnim infrastrukturnim elementima, nalazi se 21 kongresni centar (kapaciteta minimalno 50, a maksimalno 700 ljudi u koje spadaju koncertne, multimedijske, multifunkcionalne i polivalentne dvorane, domovi kulture te društveni domovi), 9 centara za posjetitelje, 8 interpretacijskih centara, 70 odmorišta-vidikovaca, 5 kamp odmarališta, 6 kupališta, 246 plaža, 91 pješačka staza, 139 biciklističkih staza, 4 planinarske staze, 20 tematskih staza, 10 staza, 52 šetnice, 10 stajališta uz more, jezero; 3 vozila i 3 plovila namijenjena za prijevoz posjetitelja turističkih atrakcija, 5 penjališta, 293 info ploče i turističke signalizacije, 23 objekta u kategoriji dvorci (2), kurije i utvrde (21), 1 objekt u kategoriji plutajućih objekata.[21]

Od sekundarnih infrastrukturnih elemenata u županiji su: 90 arheoloških nalazišta, 30 speleoloških objekata, 148 povijesnih spomenika, 33 sportska objekta (1 za 10 000 posjetitelja, 5 za 1 000 posjetitelja, 6 za 500 posjetitelja, 4 za 100 - 300 posjetitelja, 17 za 10 - 100 posjetitelja), 5 objekata u kategoriji rodnih kuća poznatih osoba, 108 parkirališta (od

[17] https://www.zadarska-zupanija.hr/o-nama/kulturno-%E2%80%93-povijesna-ba%C5%A1tina, pristupljeno 24.5.2025.
[18] Registar kulturnih dobara RH, https://registar.kulturnadobra.hr/#/, pristupljeno 24.05.2025.
[19] Transhumanca je praksa sezonske seobe stoke i pastira na području Dinarske gore
[20] Pravilnik o javnoj turističkoj infrastrukturi, NN 136/2021, str 12.
[21] Podaci Turističke zajednice Zadarske županije

kojih 1 sa 1 700 parkirališnih mjesta i 1 sa 1 000 parkirališnih mjesta), 40 javnih sanitarnih čvorova; te 26 objekata u kategoriji ostalo (1 planinarski vrh, 1 akvadukt, 1 arheološka zbirka sakralne umjetnosti, 1 botanički rezervat, 2 bunara, 1 ciglana, 1 crkvena riznica, 1 dom kulture, 1 kulturni krajolik, 1 mlinica, 1 muzej, 1 zgrada odmarališta, 1 povijesna jezgra naselja, 1 spomenik pučkog graditeljstva, 2 spomen parka, 4 umjetničke skulpture u prostoru, 3 umjetnička murala, 1 zaštićeni rezervat ptica).[22]

1.4. ANALIZA KOMUNALNE INFRASTRUKTURE

Komunalna infrastruktura predstavlja temelj za kvalitetu života stanovnika, učinkovitost lokalnog gospodarstva te održivi turistički razvoj. Zadarska županija, kao izrazito turistički orijentirana regija, suočava se s izazovima i prilikama vezanim uz razvoj i modernizaciju komunalne infrastrukture, posebice u kontekstu klimatskih promjena, depopulacije u zaleđu i sezonskih opterećenja priobalja. Komunalna infrastruktura uključuje energetsku infrastrukturu, telekomunikacijsku infrastrukturu i dostupnost interneta, vodoopskrbu i odvodnju i gospodarenje otpadom.

Na području Zadarske županije sustav gospodarenja otpadom organiziran je kroz mrežu stalnih i mobilnih reciklažnih dvorišta kojima upravlja *Čistoća d.o.o. Zadar*. Ukupno djeluju četiri stalna reciklažna dvorišta – dva u gradu Zadru[23] (*Diklo* i *Gaženica*) te po jedno u Novigradu i Svetom Filipu i Jakovu.[24] Za naselja koja nemaju vlastita stalna reciklažna dvorišta, *Čistoća d.o.o. Zadar* organizira mobilna reciklažna dvorišta[25] koja prema unaprijed objavljenom rasporedu obilaze veći broj jedinica lokalne samouprave. Usprkos uspostavljenoj mreži prikupljanja, Zadarska županija suočava se s izazovima vezanima uz gospodarenje otpadom. Povećana količina otpada tijekom turističke sezone, posebice na otocima i u manjim općinama, stvara dodatni pritisak na postojeću infrastrukturu.

Na području Zadarske županije usluge javne vodoopskrbe, odvodnje i pročišćavanja otpadnih voda obavljaju *Vodovod d.o.o. Zadar*, *Komunalac d.o.o.* Biograd na Moru, *Komunalno društvo Pag d.o.o.*, *Gračac Vodovod i odvodnja d.o.o.*, *Otok Ugljan d.o.o. za vodoopskrbu i odvodnju*, *Vodovod i odvodnja d.o.o. Benkovac*, koji pokrivaju različite dijelove županije. Prema podacima *Vodovod d.o.o. Zadar*, projektom vodoopskrbe i odvodnje planira se izgradnja i rekonstrukcija mreže duljine 541,1 km, čime bi se obuhvatilo oko 125 000 stalnih i 35 000 privremenih stanovnika na području tri grada i 17 općina. *Komunalac d.o.o.* Biograd na Moru[26] u sklopu projekta *Kosa istok – zapad*[27]provodi rekonstrukciju vodovoda (5 239,9 m), izgradnju kanalizacijske mreže (9 708,0 m) i priključaka.

Opskrbu električnom energijom u županiji primarno osigurava *HEP Operator distribucijskog sustava* (HEP ODS) putem *Elektre Zadar*, koja pokriva grad Zadar i okolna naselja. Za područja

[22] Ibidem.
[23] https://www.znet.hr/2024/03/11/vijesti-iz-cistoce-sve-sto-trebate-znati-o-reciklaznim-dvoristima-u-zadru/, pristupljeno 10.06.2025.
[24] U studenom 2025 godine počeo s radom Centar za gospodarenjem otpadom Biljane Donje.
[25] Čistoća Zadar, https://www.cistoca-zadar.hr/usluge-2/mobilno-reciklazno-dvoriste--raspored-61/, pristupljeno 10.6.2025.
[26] https://komunalac.com/dokumenti/prethodno-savjetovanje/Tehnicke-specifikacije.pdf, pristupljeno 10.6.2025.
[27] https://zadarskilist.novilist.hr/zadar-zupanija/komunalac-d-o-o-biograd-na-moru-pokrenuo-je-radove-na-projektu-kosa-istok-zapad/, pristupljeno 10.6.2025.

na granici s Ličko-senjskom županijom, poput općine Gračac, opskrbu električnom energijom osigurava *Elektrolika Gospić*. Zadarska županija vodeća je u Hrvatskoj po potencijalu ulaganja u obnovljive izvore energije, posebice u području korištenja potencijala energije vjetra. Prva vjetroelektrana u Republici Hrvatskoj izgrađena je upravo u Zadarskoj županiji. U Zadarskoj županiji se trenutno nalazi 8 vjetroelektrana koje isporučuju električnu energiju u elektroenergetski sustav Hrvatske. Prema podacima Ministarstva gospodarstva,[28] ukupno godišnje vjetroelektrane u Zadarskoj županiji isporuče oko 617 GWh električne struje u elektroenergetski sustav Hrvatske, što je gotovo 33,8 % u svim vjetroelektranama u Hrvatskoj ukupno proizvedenih i isporučenih GWh električne energije. Tehnički potencijal vjetra u Zadarskoj županiji preliminarno je procijenjen na 300 MW.[29] Županija se već smatra središtem za energiju vjetra, a trendovi ukazuju i na značajan razvoj velikih sunčanih elektrana na području Zadarske županije. Procjena je da okvirna ukupna površina najpogodnija za razvoj sunčanih elektrana iznosi oko 22.259 hektara. Uzimajući u obzir postojeće sunčane elektrane potrebno je približno dva hektara zemljišta za smještaj instalirane snage 1 MW sunčeve energije. Potencijal ulaganja u energetski sektor na području Zadarske županije treba uskladiti sa stavovima lokalnog stanovništva. Zadarska županija aktivno potiče korištenje obnovljivih izvora energije, što potvrđuje objava Javnog poziva za sufinanciranje izgradnje novih sunčanih elektrana za 2025. godinu,[30] usmjerenog na povećanje korištenja obnovljivih izvora u kućanstvima te smanjenje emisija stakleničkih plinova CO_2. Ova inicijativa usklađena je s ciljevima *Europskog zelenog plana*, koji nastoji ostvariti klimatsku neutralnost do 2050. godine.

1.5. ANALIZA PROMETNE INFRASTRUKTURE

Geoprometno gledano položaj Zadarske županije je povoljan. Dostupnost Zadarske županije počiva na cestovnom, pomorskom i zračnom prometu.

Infrastrukturu cestovnog prometa od značaja za dostupnost ovog područja čine primarno *Autocesta A1* (s 5 priključaka: Maslenica, Posedarje, Zadar1, Zadar2 i Benkovac), brza cesta *Zadar 2 - luka Gaženica*, te državne ceste na području Zadarske županije (*D1*, *D8*, *D27*, *D50*, *D54*, *D56*, *D59*, *D106*, *D109*, *D110*, *D124*, *D125*, *D218*, *D306*, *D407*, *D422*, *D424*, *D502*, *D503*, *D539*, *D547*).[31] Uz navedene infrastrukturne objekte, *Prostornim planom Zadarske županije*[32] planirana je izgradnja i drugih koji će utjecati na prometnu povezanost, propusnu moć i rasterećenje prometnog sustava u vrijeme sezonskih oscilacija, poput brze ceste *Zadar 1 - Zadar* ili četverotračne prometnice s deniveliranim raskrižjem s *D8* na dionici raskrižje *Veletržnica - raskrižje Žmirići*.

[28] https://investcroatia.gov.hr/county-stats/zadarska-zupanija/, pristupljeno 12.6.2025.
[29] https://invest.zadra.hr/hr/zone-investiranja/vjetroelektrane, pristupljeno 12.6.2025.
[30] https://www.zadarska-zupanija.hr/javni-pozivi-i-potpore/javni-pozivi-i-potpore-u-tijeku/item/2844-javni-poziv-za-sufinanciranje-izgradnje-suncane-elektrane-za-proizvodnju-elektricne-energije-u-kucanstvima-,-za-vlastitu-potrosnju-na-podrucju-zadarske-zupanije-za-2025-godinu, pristupljeno 12.6.2025.
[31] Zavod za prostorno uređenje Zadarske županije, Prostorni plan zadarske županije, Službeni glasnik Zadarske županije, br. 02/01., 06/04., 02/05., 17/06., 03/10., 15/14., 14/15., 05/23., 06/23., Zadar, 2023.
[32] Ibidem.

Županijskih cesta u Zadarskoj županiji je 58, ukupne duljine 499,30 km,[33] dok je lokalnih 191 u dužini od 672,19 km.[34] Na otočnom dijelu županije, infrastruktura cestovnog prometa najrazvijenija je na većim otocima poput Paga, Dugog otoka, Ugljana i Pašmana, dok je na manjima poput Rivnja i Sestrunja izgrađen samo manji dio lokalnih cesta.[35] Ipak, sezonalnost prometne potražnje ukazuje na nedovoljnu razvijenost javnog prijevoza i različitih alternativa, koji bi rasteretili destinacije Zadarske županije od saturacije osobnim automobilima u kretanju i u mirovanju. Parkirališni kapacitet u županijskom središtu Zadru je nedostatan (nešto manje od 3 000 parkirnih mjesta je pod naplatom, od čega oko 1 000 u garažama, a ostatak na otvorenom), što je evidentno u širem centru, a multiplicira se u skladu sa sezonalnim oscilacijama turističkog prometa. Nedostatni kapacitet parkirnih mjesta problem je i u ostalim destinacijama u Zadarskoj županiji.

Dominacija cestovnog prometa i nedostatak parkirališnog kapaciteta negativno se odražavaju na uzurpiranje pješačkih površina i otežavanje kretanja prometnicama. Autobusnim prijevozom dostupno je 50 odredišta u Zadarskoj županiji na osnovu 30 prigradskih linija (manji broj linija, lokalni prijevoz nije dovoljno u funkciji turista i lokalnog stanovništva kao alternativno rješenje u cilju umanjenja prometnih gužvi i problema parkinga) s polazištem iz *Autobusnog kolodvora u Zadru*,[36] dok je 6 otočnih na Ugljanu, Pašmanu, Dugom otoku i Ižu.[37] Međugradskim linijama županija je povezana s ostalim gradovima u Republici Hrvatskoj, s većim gradovima na obali i kontinentalnom dijelu države, ali i otočnim odredištima poput Paga, Novalje, Vele Luke i Korčule.[38]

Željeznički promet nije u funkciji turizma Zadarske županije. Željezničkom prometu Zadarske županije potrebna je modernizacija infrastrukture, kao i intermodalno povezivanje različitih prometnih modaliteta kako bi se rasteretio promet u naseljima (npr. povezivanje luke *Gaženica* željezničkim prometom).

Zračna luka Zadar (*ICAO 4E* klase) podupire povezanost Županije s emitivnim tržištima. Udaljena je 7 km od županijskog središta Zadra. U 2024. zračna luka ostvarila je promet veći od 1,5 mil. putnika.[39] Porast broja putnika rezultat je modernizacije i proširenje kapaciteta za prihvat prometnih sredstava i putnika u posljednjim godinama, poput trenutne investicije u novu zgradu odlaznog terminala Zračne luke.[40] Ljetnim redom letenja *ZL Zadar* povezana je s dvadesetak stranih tržišta, pri čemu u 2024. prednjače relacije iz/prema Njemačkoj, Poljskoj i

[33] Županijska uprava za ceste Zadarske županije, Popis županijskih cesta, https://www.zuc-zadar.hr/popis-zupanijskih-cesta/, pristupljeno 21.6.2025.
[34] Županijska uprava za ceste Zadarske županije, Popis lokalnih cesta, https://www.zuc-zadar.hr/popis-lokalnih-cesta/, pristupljeno 21.6.2025.
[35] Zadarska županija, Plan razvoja otoka Zadarske županije 2021. – 2027., Teritorijalna strategija razvoja otoka Zadarske županije 2021. – 2027.; dodatak Plana razvoja Zadarske županije 2021. – 2027.
[36] Liburnija Zadar, Red vožnje: prigradski prijevoz, https://liburnija-zadar.hr/prigradski-prijevoz/, pristupljeno 2.6.2025.
[37] Liburnija Zadar, Red vožnje: prijevoz na otocima, https://liburnija-zadar.hr/prijevoz-na-otocima/, pristupljeno 2.6.2025.
[38] Arriva Hrvatska, Zadar, https://www.arriva.com.hr/hr-hr/dalmacija/zadar#top, pristupljeno 2.6,2025.
[39] Zračna luka Zadar, Statistika prometa, https://www.zadar-airport.hr/statistika-prometa, pristupljeno 23.5.2025.
[40] Zračna luka Zadar, Radovi na zgradi terminala, https://www.zadar-airport.hr/radovi-na-zgradi-terminala, pristupljeno 23.5.2025

Velikoj Britaniji.[41] Problem je što ne postoji niti jedna cjelogodišnja međunarodna zračna linija, nego samo domaća linija *Zadar - Zagreb*. Putnički zračni promet nije organiziran na otocima, gdje postoji potencijal za izgradnju heliodroma, čime bi se unaprijedila prometna povezanost s kopnom i brzina reakcije u slučaju medicinske hitnoće.[42]

Pomorski promet osigurava povezanost otoka s kopnom te razvoj turizma u Županiji. Otoci Zadarske županije kopnom su povezani obalnim linijskim trajektnim, brzobrodskim i brodskim linijama, frekvencija čijeg reda plovidbe ovisi o sezonalnosti potražnje. Najveći brodar u području je *Jadrolinija*. *Jadrolinija* održava 15 nacionalnih trajektnih i brzobrodskih veza i jednu međunarodnu liniju iz luke *Gaženica*, te 14 iz luke na *Zadar* na Poluotoku, dok samo jednu iz Biograda na Moru.[43] Prisutne su i kompanije *TP Line* i *GV Line* koje imaju po 2 linije (katamaranske ili brodske) na zadarskom području. U Zadarskoj županiji najveći je broj trajektnih pristaništa na otocima – njih 19.[44] Ipak, za lokalno stanovništvo veći problem od sezonalnosti brodskih veza s kopnom je nedostatak veza među otocima zadarskog područja.

U pomorskom prometu najbrojniji infrastrukturni objekti su luke lokalnog značaja – njih 105, dok je 8 luka županijskog značaja. Ukupno 3 luke u Zadarskoj županiji su luke međunarodnog značaja,[45] od kojih su za međunarodni putnički prijevoz važne dvije - *Luka Gaženica* i *Luka Zadar*. *Luka Zadar* u urbanom središtu grada orijentirana je na prihvat luksuznih brodova na kružnim putovanjima, jahti, te turističkih brodova, dok *luka Gaženica* preuzima otočke veze, dužobalni promet, međunarodni trajektni promet, putnički promet brodovima za kružna putovanja i *RO-RO* promet, uz svu potrebnu infrastrukturu.[46] Od infrastrukture pomorskog prometa za turizam su važne i luke nautičkog turizma (marine, sidrišta, privezišta i suhe marine), pri čemu se u Zadarskoj županiji kvalitetom i kapacitetima ističu: Kornati (Biograd na Moru), Dalmacija (Bibinje - Sukošan), Šimuni (otok Pag), Borik i Zadar (Zadar), Preko (Preko), Marina Drage (Drage) te Olive Island Marina Croatia (Sutomišćica).

Unatoč prometnoj povezanosti Zadarske županije različitim prometnim granama, dostupnost Županije moguće je unaprijediti, kao unutar-županijski prometni sustav, što je nužno za kvalitetu života lokalnog stanovništva, ali i unapređenje iskustva posjetitelja. Osnovna infrastruktura za kretanje na visokoj je razini u cestovnom, zračnom i pomorskom prometu, no nedostaju integracija različitih prometnih modaliteta te implementacija alternativnih i više održivih dijelova prometnog sustava u svim prometnim granama. Pri tome, najveći pomak moguć je u željezničkom prijevozu, koji i EU potencira kao prometnu granu budućnosti prijevoza putnika zbog povoljnih okolišnih i sigurnosnih pokazatelja prometne grane. Za povezanost otoka s kopnom ključno je održavanje, obnavljanje i izgradnja luka, no osim pomorskog prometa, za otoke je važna cestovna infrastruktura, ali i povezanost zračnim prometom (makar u smislu hitnih medicinskih prijevoza), kao i razvoj alternativnih načina

[41] HTZ, Red letenja hrvatskih zračnih luka u sezoni „ljeto 2024.“, https://www.htz.hr/sites/default/files/2024-11/Pregled%20izravne%20zrakoplovne%20povezanosti%20Hrvatske_ljeto%202024.pdf, pristupljeno 23.5.2025.

[42] Zadarska županija, op.cit.

[43] Jadrolinija, Pretraživanje reda plovidbe, https://www.jadrolinija.hr/hr/pretrazite-kupite-kartu, pristupljeno 23.5.2025.

[44] Zadarska županija, op.cit.

[45] Naredba o razvrstavanju luka otvorenih za javni promet na području Zadarske županije (NN 7/2021, 24/2021)

[46] Lučka uprava Zadar, Lučka područja, https://www.port-authority-zadar.hr/lucka-podrucja/putnicka-luka-zadar-poluotok/, pristupljeno 23.5.2025.

kretanja koji su usklađeni s načelima održivosti života i turizma na otocima. Osim otoka, u Zadarskoj je županiji nužno unaprijediti i prometnu povezanost zaobalja, čime bi se ostvarila infrastrukturna osnova za razvoj turizma u ruralnom zaleđu, ali i disperziju turističkih tokova s najviše opterećenih destinacija.

1.6. ANALIZA STANJA DIGITALIZACIJE

Ključni izazovi suvremenog turizma su digitalna i zelena transformacija. Uz sve primjene digitalizacije – promocija, komunikacija, e-rezervacija i distribucija, digitalizacija kao turistički proizvod, pametne sobe, *VR, AR, IoT, blockchain, NFT* i dr., ključna primjena digitalizacije je u procesu prikupljanja podataka i transformacije u informacije i znanje kao podloga poslovnog odlučivanja i unapređivanja poslovanja.

Analiza stanja digitalizacije Zadarske županije uključuje analizu digitalne povezanosti (infrastruktura), implementacije pametnih rješenja (npr. *smart city, smart parking*), sustava za upravljanje odnosima s turistima i konkurencijom, *online* sustava za distribuciju usluga turistima (*channel manager, booking.com*, i dr.) i digitalnih tehnologija u interpretaciji turističkih atrakcija (info ploče, QR kodovi i dr.).

Proces digitalizacije i digitalne transformacije hrvatskog turizma se sve više ubrzava (primjerice Hrvatski digitalni turizam – *eTurizam*, *eVisitor* i dr.) te Zadarska županija aktivno prati trendove. Velika je razlika razina digitalizacije između gradova i općina uvjetovana tehničkim preduvjetima, razinom svijesti o mogućnostima digitalizacije i razinom obrazovanja. Pokrivenost internetskom vezom ovisi o područjima (puno bolja je pokrivenost urbanih sredina – pozitivan primjer grad Zadar) (potpoglavlje 1.4.). Javna besplatna Wi-Fi mreža je prisutna u području gradskih središta i najvažnijih turističkih znamenitosti, dok je manje prisutna u manjim općinama uz problem preopterećenosti mreže i prevelikog broja korisnika. Svi nosioci turističke ponude (pr. smještajni kapaciteti i ugostiteljski objekti) imaju privatne Wi-Fi mreže sa šifrom, aktivne internet stranice, a većina smještajnih kapaciteta aktivno koristi digitalne kanale prodaje. Djelatnici, a posebno lokalno stanovništvo, nije dovoljno educirano o mogućnostima digitalizacije u unapređivanje turističkog poslovanja kao ni o područjima *counterintelligence*, informacijske i informatičke sigurnosti.

Implementacija pametnih digitalnih rješenja je najzastupljenija u gradu Zadru. Izdvajaju se program *Smart city*[47] i *ZUM 4.0* koji objedinjuje nekoliko zasebnih projekata vezanih uz inteligentna prometna rješenja na području grada Zadra. Internet portal i mobilna aplikacija za pametne telefone (*Zadar Smart City* aplikacija i *parkIN* aplikacija) za pristup objedinjenim uslugama: informiranje, javni prijevoz, parkiranje, mogućnosti plaćanja raznih usluga različitim platnim metodama, sustav pametnog parkiranja, sustav elektroničke naplate u javnom prijevozu, sustav informiranja u prometu i javnom prijevozu, centralni informacijski sustav (CIS) – središnji sustav za nadzor i upravljanje ostalim elementima projekta.

Okosnicu gradske IKT infrastrukture čini preko 72 km vlastite optičke mreže grada koja povezuje 115 gradskih lokacija (gradske institucije, komunalna društva, ustanove, škole, gradske server sale odnosno gradske *cluste*r servere, *Wi-Fi* i *IoT* pristupne točke, kamere) te je grad neovisan od telekom operatera. Na ovu mrežu nadograđene su brojne IKT usluge koje Inovativni Zadar pruža većini institucija spojenih na mrežu poput: pristupa internetu,

[47] https://www.inzad.hr/hr/projekti/zum, pristupljeno 26.5.2025.

povezivanja lokacija, IP telefonije, najma virtualnih servera, izrade prilagođenih softverskih rješenja i sl. Gradska optička mreža omogućila je i razvoj gradskih bežičnih mreža (*Wi-Fi* i *IoT*) koje koriste istu za povezivanje svojih pristupnih točaka i baznih stanica, ali i razvoj video-nadzornih sustava grada. Preko 85 % pristupnih točka uvezano je u jedinstveni sustav sa istim SSID-om *Grad_Zadar_Free*, pa korisnik u cijelom području pokrivenosti signalom ove mreže ima neprekinutu vezu s internetom. Korištenje interneta u potpunosti je besplatno, a brzina surfanja je ograničena po korisniku na 5/5 Mbps (download/upload).[48]

Na području Grada uspostavljena je jezgra mreže koja se sastoji od *IoT* baznih stanica, mrežnog servera i demonstracijske internet platforme iot.inzad.hr na kojoj je moguće pratiti testne podatke dobivene od *IoT* senzora za razne namjene postavljenih u realne uvijete.[49]

Inovativni Zadar usmjerio se na testiranje *IoT* uređaja koji imaju najveći potencijal korištenja u pružanju komunalnih usluga i to za slijedeće namjene: daljinsko očitavanja vodomjera, detekcija zauzetosti parkirnih mjesta, upravljanje javnom rasvjetom, inteligentno upravljanje otpadom (popunjenost kontejnera za otpad i sl.), okolišni senzori u generiranju digitalne transformacije i poboljšanja uvjeta života lokalnog stanovništva i doživljaja turista (*online* sustavi za distribuciju aktivnosti turistima, digitalne tehnologije u interpretaciji turističkih atrakcija).

Telekomunikacijska infrastruktura Zadarske županije pokazuje dobru do izvrsnu pokrivenost mobilnim mrežama (2G, 3G, 4G i 5G) diljem cijele županije, uključujući urbana središta, priobalne gradove i turističke lokacije. Osobito se ističu područje grada Zadra i njegova okolica, gdje je dostupna i 5G mreža, dok su ruralnija i slabije naseljena mjesta također u velikoj mjeri pokrivena stabilnim 4G signalom. Prema *nPerf* karti[50] mjerenja brzina, prosječne brzine preuzimanja mobilnog interneta u županiji su konzistentno visoke, što omogućuje kvalitetno korištenje digitalnih usluga i mobilnog pristupa internetu u većini područja, uključujući otoke poput Paga i Vira.

1.7. ANALIZA STANJA PRISTUPAČNOSTI DESTINACIJE OSOBAMA S INVALIDITETOM

U Zadarskoj županiji turistička ponuda za osobe s invaliditetom najčešće se bazira na prilagodbi postojećih sadržaja i usluga jednostavnim fizičkim intervencijama u prostoru (npr. implementacija pristupne rampe ili prilagodba sanitarnih prostorija) što je slučaj u nekoliko hotela i restorana. Pri tome, u većim gradovima poput Zadra postignut je viši stupanj prilagodbe, dok periferni, osobito ruralni prostori, zaostaju. Općenito gledano, izostaje integrativni pristup i inkluzivnije promišljanje. Fokus je isključivo na uklanjanju barijera, a potpuno pristupačni destinacijski proizvod ili cjelovito iskustvo ne postoje, unatoč velikom ekonomskom potencijalu.[51] Pri dolasku posjetitelja u destinaciju pristupačni su zračni prijevoz putnika (na zahtjev, ovisno o politici pojedine aviokompanije) i cestovni prijevoz (većinom osobnim vozilima). Mobilnost unutar županije otežava nedostatak prilagođenih autobusnih stanica, iako su u Zadru dostupni niskopodni gradski autobusi s rampama. Pristupačnost

[48] https://www.inzad.hr/hr/ict/bezicna-mreza-grada-zadra, pristupljeno 9.5.2025.
[49] https://www.inzad.hr/hr/ict/internet-of-things-mreza, pristupljeno 26.5.2025.
[50] https://www.nperf.com/en/map/HR/-/7915.Hrvatski-Telekom-Mobile/download?ll=20&lg=0&zoom=3, pristupljeno 10.6.2025.
[51] UN Tourism, Accessible Tourism, https://www.unwto.org/accessibility, pristupljeno 26.5.2025.

javnih prostora ostvaruje se kroz uređenje pješačkih zona u gradskim jezgrama i pješačke prijelaze spuštenih rubnika.

Kada je riječ o turističkim atrakcijama, pozitivni primjeri uključuju pristupačne dijelove stare gradske jezgre Zadra te trgove, parkove i znamenitosti - poput *Morskih orgulja*, *Foruma* i *Pozdrava suncu*. Pristupačnost je osigurana i u pojedinim muzejima, kao što su *Arheološki muzej* ili *Muzej antičkog stakla*, no u odnosu na ukupnu baštinu i atrakcije Zadarske županije, malo ih je. Od mnoštva sakralnih objekata, pristupačne su *Katedrala sv. Stošije* i *Crkva sv. Nikole* u Zadru, one čine manji udio. Analiza plaža Zadarske županije[52] ukazuje da samo nekoliko plaža imaju pojedine elemente pristupačnosti. Pozitivni primjeri uključuju plaže u Zadru, Biogradu na Moru i Kalima na Ugljanu, čija ponuda većinom uključuje „liftere" za ulazak u more, no ponegdje i prilagođene toalete, dežurnog spasioca i kolica za ulazak u more.

Uz fizičku pristupačnost, osobama s invaliditetom ključne su informacije u pristupačnom formatu, kao i informacije o pristupačnim elementima ponude, koje su na razini Zadarske županije rijetko dostupne. Pozitivan je primjer internet stranice TZ grada Zadra, koja nudi različite opcije prilagodbe formata informacija kako bi bile pristupačne osobama s različitim ograničenjima (npr. čitač zaslona za slijepe osobe), dok je informacije o pristupačnoj ponudi teško pronaći, pogotovo na stranim jezicima.

Pristupačnost destinacije osobama s invaliditetom mora prerasti u horizontalnu politiku turističkog poslovanja (tzv. turizam za sve). Potrebno je jačati svijest o važnosti otvorenosti i dostupnosti turizma svim ljudima, a destinacijski sadržaji moraju postati pristupačni (smještajni objekti, plaže, ugostiteljski objekti, ambulante, turistička zajednica i dr.).

1.8. ANALIZA ORGANIZIRANOSTI I DOSTUPNOSTI USLUGA U DESTINACIJI (JAVNE USLUGE I SERVISI)

Zadarska županija kao jedna od važnijih turističkih destinacija na Jadranu ima razvijen sustav javnih usluga koje prvenstveno zadovoljavaju potrebe domaćeg stanovništva, ali se u svom radu prilagođavaju i turistima. U zdravstvenom sustavu ključnu ulogu imaju *Opća bolnica Zadar*[53] i *Specijalna bolnica za ortopediju Biograd na Moru*[54], dok su dodatne zdravstvene usluge dostupne kroz domove zdravlja i ljekarne smještene u većim gradovima i općinama. U Zadarskoj županiji, hitna medicinska pomoć na otocima organizirana je kroz *Zavod za hitnu medicinu Zadarske županije*, na nekoliko ključnih lokacija. Za hitne medicinske intervencije na otocima, osim kopnenih timova, koristi se i brzi brod za hitnu medicinsku pomoć. Turističke ambulante *Doma zdravlja* u Zadarskoj županiji pružaju besplatne usluge ne-hitne medicinske zaštite na ključnim lokacijama tijekom ljetne sezone, uz planirano proširenje broja lokacija i oslonac na lokalne HZZO-ove ordinacije kad nisu otvorene.[55] U Zadarskoj županiji u funkciji su

[52] Hrvatska udruga paraplegičara i tetraplegičara (HUPT) u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, Plaže za osobe s invaliditetom na Jadranu, https://www.htz.hr/sites/default/files/2024-03/HUPT-Plaze-za-osobe-s-invaliditetom_spreads-compressed.pdf, pristupljeno 16.6.2025.
[53] https://www.bolnica-zadar.hr/, pristupljeno 16.6.2025.
[54] https://ortopedija-biograd.hr/, pristupljeno 19.6.2025.
[55] https://klikni.news/aktualno-news/2025/06/16/turisticke-ambulante-u-zadarskoj-zupaniji-gdje-i-kada-potraziti-pomoc-tijekom-ljeta/, pristupljeno 20.6.2025.

tri turističke ambulante u Zadru, Starigradu i Neviđanima s intencijom otvaranja još tri u Biogradu na Moru, Starigradu i na Pagu.[56]

Javne financijske, platne i poštanske usluge pružaju institucije poput FINA-e, banaka i Hrvatske pošte, koje su uglavnom koncentrirane u većim urbanim središtima. Njihova dostupnost u ruralnim područjima te manjim otocima je ograničena, no sezonski se nastoje prilagoditi povećanom prometu turista. Obrazovne i kulturne institucije u županiji, uključujući osnovne i srednje škole, te *Sveučilište u Zadru* i *Veleučilište Baltazar Zaprešić* (centar Biograd na Moru), pružaju javne usluge obrazovanja prilagođene lokalnoj zajednici. Vjerske zajednice djeluju kroz brojne crkve i vjerske ustanove koje osim duhovne skrbi često organiziraju i socijalne aktivnosti.

Poseban značaj u županiji imaju žurne službe koje uključuju policiju, vatrogasce, te službe spašavanja na kopnu i moru. Na području županije djeluju ukupno 43 dobrovoljna vatrogasna društva (DVD-a) i 5 javnih vatrogasnih postrojbi. Društva su raspoređena po gradovima i općinama, te djeluju lokalno, ali su i integrirana u županijski sustav zaštite od požara.[57]

Policijska uprava,[58] sa sjedištem u Zadru, nadzire sigurnost na području šest gradova (Zadar, Benkovac, Biograd na Moru, Nin, Obrovac i Pag) te 24 općine. Unutar uprave djeluje sedam postaja: Policijska postaja Zadar, Postaja prometne policije Zadar, Postaja pomorske i aerodromske policije Zadar, Policijska postaja Biograd na Moru, Policijska postaja Benkovac–Obrovac, Postaja granične policije Gračac i Policijska postaja Pag, čime se osigurava pokrivenost urbanih, ruralnih i otočnih područja te efikasno pružanje policijskih usluga i turistima i lokalnom stanovništvu. Za vrijeme ljetne sezone u Zadarskoj županiji djeluju i strani policijski djelatnici iz Poljske, Austrije, Mađarske, Njemačke Italije i Kine u sklopu projekta međunarodne policijske suradnje *Sigurna turistička destinacija*.[59]

Hrvatska gorska služba spašavanja (HGSS) djeluje kao ključna služba spašavanja na području Zadarske županije, s posebnim naglaskom na zahtjevne terene poput planinskih, otočnih i priobalnih područja. Glavno sjedište stanice nalazi se u Zadru, a dodatna ispostava smještena je u Starigradu-Paklenici,[60] što omogućuje brzu reakciju u Nacionalnom parku Paklenica i okolici. Stanica okuplja više od 40 obučenih članova i aktivna je tijekom cijele godine, pružajući pomoć u različitim hitnim situacijama. HGSS Zadar djeluje 24 sata dnevno, opremljen je za spašavanje u nepristupačnim uvjetima te surađuje s ostalim žurnim službama kako bi osigurao sigurnost stanovnika i turista u cijeloj županiji.

1.9. ANALIZA KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI

Analiza komunikacijskih aktivnosti uključuje: pregled korištenja postojećih komunikacijskih kanala, analizu digitalnog prisustva i analiza *offline* aktivnosti. TZ Zadarske županije paralelno provodi aktivnosti razvoja proizvoda - od razvoja DMK, potpora, edukacija, koordinacije,

[56] https://www.057info.hr/vijesti/2025-06-16/od-danas-s-radom-pocinju-tri-turisticke-ambulante-doma-zdravlja-a-tri-su-jos-na-cekanju/, pristupljeno 18.6.2025.
[57] https://vzz-zadarske.hr/index.php/clanice, pristupljeno 16.6.2025.
[58] https://policija.gov.hr/policijske-uprave/iii-kategorija/policijska-uprava-zadarska/144, pristupljeno 16.6.2025.
[59] https://www.antenazadar.hr/clanak/2024/08/zadar-policajci-iz-kine-u-susretu-sa-svojim-sunarodnjacima/, pristupljeno 18.6.2025.
[60] https://www.hgss.hr/stanicazadar, pristupljeno 16.6.2025.

standardizacije, trasiranja, markiranja, postavljanja signalizacije i kartografije do prezentacije svih proizvoda na internetskim stranicama i podstranicama te promidžbe kroz promotivne materijale, sajamske nastupe i programe studijskih putovanja novinara i agenata. Kontinuirano nastoji maksimalno istaknuti sve mogućnosti proizvoda posebnih interesa na tržištu, ali i na terenu kroz info-materijale dostupne turistima.[61]

Posebni oblici turizma u Zadarskoj županiji promoviraju se putem specifičnih komunikacijskih kanala. *Outdoor* turizam obuhvaća promociju cikloturističkih i pješačkih proizvoda putem platformi Outdooractive i Zadarbikemagic, mrežnih stranica TZZŽ-a, promotivnih materijala (npr. brošura Nature & Outdoor), oglašavanja, sajamskih nastupa te studijskih putovanja novinara i agenata. Nautički turizam promovira se kroz specijalizirane medije poput časopisa More, Nautical Channela, Croatia Luxury and Adventure Travel Show u sklopu Biograd *Boat Showa* te putem info-pulta u luci Gaženica. Kulturni i doživljajni turizam promovira se putem mrežnih stranica TZZŽ-a kroz integraciju top doživljaja, promotivne materijale, sajamske nastupe i studijska putovanja. Eno-gastronomski turizam razvija se kroz suradnju s gastro-vodičima (digitalni Michelin vodič, JRE Croatia, Gault&Millau Croatia), organizaciju radionica i promotivnih događanja, digitalne kampanje, suradnju s manifestacijama i projektima (Zadar Wine Festival, Dani vina i gastronomije Zadarske županije, Suncokret ruralnog turizma Hrvatske) te primjenu *labelling* programa Premium Zadar Region. MICE turizam uključuje razvoj kataloga ponude Zadarske županije, sudjelovanje na sajmovima IMEX Frankfurt i MEETEX Zagreb te izradu specijaliziranih brošura Meet in Zadar Region i Incentive Ideas, dok se događajni turizam promovira kroz primjenu SayYES! loga i usklađivanje događanja s brend-strategijom destinacije. Turistička zajednica također provodi program unapređivanja kvalitete smještaja u domaćinstvu pod okvirom oznake kvalitete Welcome, a posebno se promovira i potkategorija oznake kvalitete „Welcome taste&buy“.

TZ Zadarske županije je u kontekstu aktivnosti oglašavanja putem medija plana umrežila cijeli set marketinških aktivnosti koje dodatno alimentiraju snagu destinacijskog brenda *Zadar Region*. Promotivne kampanje TZ Zadarske županije 2024. godine su:

- Glavna *Awareness* digitalna kampanja - na 12 tržišta i 33 kanala, a većinom obuhvaća *storytelling* formate koji se odnose na *native* i uredničke članke te *custom landing* stranice;
- Kampanja *On-site activities* - redovno aktivna u srpnju i kolovozu, a za cilj ima promovirati konkretne aktivnosti i različite ponude (ture, izleti, itd.) turistima koji su u periodu trajanja kampanje bili na odmoru u Zadarskoj županiji;
- Kampanja *See you Soon!* - redovno aktivna u prosincu i siječnju, a za cilj je ima pozicionirati Zadarsku županiju kao nezaobilaznu destinaciju za odmor. Kampanja je bila strateški usmjerena na tri ključna tržišta – Njemačku, Švicarsku i Austriju.

Komunikacija Turističke zajednice Zadarske županije na društvenim mrežama obuhvaća Facebook, Instagram, TikTok i Pinterest, uz redovito održavanje dnevne komunikacije. Sadržaji su tematski usmjereni na atrakcije, tradiciju, mjesta za posjetiti, sport te hranu i piće. Turistička zajednica Zadarske županije ne koristi Google Ads oglašavanje, već tržištu pristupa kroz kombinaciju digitalnih i klasičnih komunikacijskih kanala, uz koordinaciju s turističkim zajednicama gradova i općina te lokalnim nositeljima ponude.

[61] Izvješće o izvršenju programa rada Turističke zajednice Zadarske županije za 2024. godinu, TZ Zadarske županije, 2025., str. 11.

TZ Zadarske županije uspješno komunicira s tržištem kroz klasične i digitalne promocijske kanale uz povezivanje s promocijom na nižim razinama – turističke zajednice gradova i općina te pojedinačnih nositelja ponude.

1.10. ANALIZA STANJA I POTREBA LJUDSKIH POTENCIJALA

Analizu stanja i potreba ljudskih potencijala Zadarske županije potrebo je promatrati u širem nacionalnom kontekstu demografskih kretanja i obilježja tržišta radne snage. Zadarska županija kao i sva ostala primorska područja Hrvatske ima izražena sezonska kretanja u ponudi poslova u turizmu, ugostiteljstvu i pratećim djelatnostima. Desetljećima je uobičajena situacija da se potrebe za radnom snagom tijekom turističke sezone namiruju s radnicima iz drugih, prvenstveno kontinentalnih županija Hrvatske. Trenutna demografska obilježja, kako Hrvatske tako i okolnih država, koje tradicionalno također djelomično sudjeluju u popunjavanju demografskih i tržišnih potreba radne snage na hrvatskom Jadranu, ne pokazuju više onu vitalnost kao u prijašnjim razdobljima. Stoga je potreba za uvozom radne snage iz udaljenijih krajeve sve prisutnija.

Kvantitativni i kvalitativni nedostatak radnika predstavlja jedan od najvećih izazova hrvatskog turizma. Istraživanje *Hrvatske udruge turizma* (HUT) i *Udruge poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske* (UPUHH) u suradnji s konzultantskom kućom *Deloitte* u pripremi turističke sezone 2025. ukazuje da 71 % hotelsko-turističkih tvrtki očekuje rast potražnje za radnom snagom ove sezone, dok istovremeno njih 95 % očekuje manju raspoloživost radne snage na domaćem tržištu.[62] Dugoročni generator ovakvog trenutnog stanja tržišta rada je prvenstveno demografske prirode jer već četrdesetak godina na nacionalnoj razini Hrvatska ima izrazito negativna obilježja demografskih pokazatelja. Desetljećima je vidljiv veći broj umrlih nego rođenih (negativno prirodno kretanje broja stanovnika) što je uzrokovalo toliko sužavanje generacijske baze da danas broj novih ulazaka na tržište rada ne uspijeva pokriti potrebe za radnom snagom (posebice u uvjetima sezonskih oscilacija koje su karakteristične za turizam). Također, prostorno kretanje stanovništva odnosno migracija radne snage karakteristična je za manje sredine, gdje mladi odlaze u veće gradove na školovanje, te se većinom ne vraćaju u manje sredine te to također dodatno pridonosi smanjenju baze tržišta rada, posebice izvan većih urbanih cjelina kao što je Zadar. Od ulaska u Europsku uniju i liberalizacije tržišta rada značajan je i negativan faktor odlazak mlađe radne snage izvan granica Hrvatske. Mlađe generacije su sve mobilnije ne samo po pitanju mjesta rada, nego i po pitanju češće promjene poslodavaca, što im trenutna situacija na tržištu rada omogućava.

Sva opisana negativna demografska obilježja sa svojim posljedicama na lokalno tržište radne snage geografski slijede obrazac na način da što smo bliže demografskoj i ekonomskoj jezgri (grad Zadar) situacija je nešto bolja (ali ne zadovoljavajuća), te što se više udaljavamo u periferna područja kopnenog zaleđa, planinskog područja ili otoka, to je situacija sve lošija. Manjak stanovnika i posebice starost populacije u perifernim područjima Zadarske županije (udaljeni i manji otoci te planinsko područje) je toliko limitirajuća za razvoj turizma da je teško očekivati, bez obzira na prirodnu turističku atraktivnost prostora, da je moguće ostvariti valorizaciju prostora oslanjajući se na lokalnu demografsku bazu (stalno stanovništvo).

[62] https://lidermedia.hr/tvrtke-i-trzista/vecina-hotelijera-blago-optimisticna-za-2025-ali-brine-rast-troskova-162516, pristupljeno 10.5.2025.

Ukupna demografska slika ima zadnjih godina i neka nova obilježja, kao što su ekonomska imigracija iz dalekih zemalja te ponovno uključivanje u rad ranije umirovljenog stanovništva. Ovi novi trendovi djelomično pomažu u popunjavanju potreba tržišta radne snage u turizmu i ugostiteljstvu (ali ne u potpunosti), posebice u kvalitativnom aspektu stručne radne snage za poslove viših dodanih uslužnih vrijednosti.

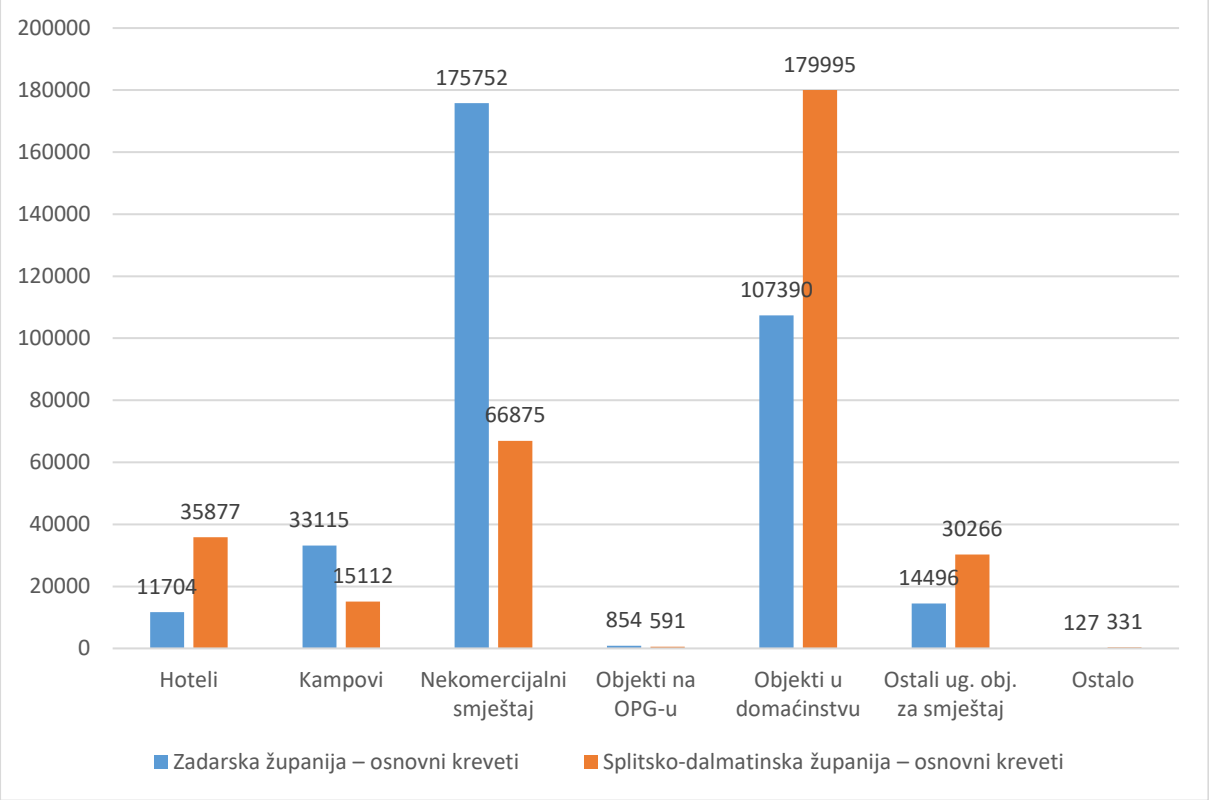
Suvremeni turizam predstavlja izrazito dinamično područje u uvjetima zelene i digitalne transformacije, pri čemu se traže nove kompetencije (znanja i vještine). Kako bi se prepoznale i zadovoljile nove potrebe na tržištu rada potrebno je u obrazovnom sustavu pratiti potrebe razvoja novih kompetencija. Na razini srednjoškolskog i visokoškolskog obrazovanja (*Sveučilište u Zadru*, *Veleučilište Baltazar Zaprešić* – centar Biograd na Moru) Zadarska županija ima kvalitativne kapacitete za izazove transformacije potražnje na tržištu rada, ali se istovremeno zbog negativnih demografskih kretanja ne može nositi s kvantitativnim potrebama tržišta. Uz kontinuirano stručno obrazovanje novih i usavršavanje postojećih djelatnika u turizmu također se ne smije zanemariti i edukacija lokalnog stanovništva koje nije adekvatno obrazovano, ali se zbog mogućnosti zarade u turizmu često odlučuje baviti turističkim uslugama.

1.11. ANALIZA KONKURENCIJE

Benchmarking je kontinuirani proces u kojem se destinacija kvantitativno i kvalitativno uspoređuje s najbližim konkurentom slične resursne osnove, ciljnog segmenta i turističkog proizvoda u cilju da smanji zaostajanje, umanji vlastite slabosti i potencira vlastite snage u pozicioniranju na tržištu. Uvažavajući sve razlike i posebnosti najbliži konkurent Zadarskoj županiji je Splitsko-dalmatinska županija (*Srce Jadrana. Ovdje ljeto traje duže*)[63] koja je puno veće površine 14 025 km^2 (87,34 % veća od Zadarske županije) i većeg broja stanovništva 423 207 (110,36 % više od Zadarske županije).[64] *Benchmarking* pruža mogućnost usporedbe izdvojena tri dijela županije, otočni dio, obalni dio i zaobalje, mogućnost usporedbe središta županija – gradova Zadar i Split. Obje županije se izdvajaju bogatom resursnom osnovom (pr. Splitsko-dalmatinska županija ima parkove prirode *Dinara*, *Biokovo* (ujedno i *Geopark Bikovo-Imotska jezera*) te *Geopark Viški arhipelag*, 3 objekta *UNESCO*-ve zaštićene baštine: povijesni koncept Splita s *Dioklecijanovom palačom*, povijesni grad Trogir, *Starogradsko polje* te 5 dobara uvrštenih u *UNESCO*-vu listu nematerijalne baštine: čipka od agave, hvarska *procesija za Križen*, *Sinjska alka*, *Vrličko nijemo kolo*, klapsko pjevanje.[65] Prednost Zadarske županije je blizina ključnim emitivnim tržištima (cestovni prijevoz), ali je izraziti nedostatak nepostojanje cjelogodišnjih međunarodnih zračnih linija i brodskih linija (osim linije *Zadar - Ancona* u špici sezone).

[63] https://www.dalmatia.hr/hr/, pristupljeno 11.6.2025.
[64] https://www.dalmacija.hr/zupanija/informacije, pristupljeno 10.6.2025.
[65] https://croatia-hotspots.com/2013/03/unesco-zasticena-bastina-splitsko-dalmatinske-zupanije/, pristupljeno 11.6.2025.

Grafikon 5: Usporedba smještajnih kapaciteta u broju ukupnih ležajeva Zadarske i Splitsko-Dalmatinske županije (2024.)



Izvor: Podaci dobiveni na zahtjev (TZ Zadarske županije, 20.6.2025.)

Analiza usporedbe strukture smještajnih kapaciteta Zadarske i Splitsko-dalmatinske županije 2024. godine pokazuje da Zadarska županija u ukupnim smještajnim kapacitetima (osnovni kreveti) ima 5,2 % manje osnovnih ležajeva u odnosu na Splitsko-dalmatinsku županiju, a prema pojedinačnim skupinama:

- 162,9 % više osnovnih kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na Splitsko-dalmatinsku županiju;
- 119,1 % više osnovnih kreveta u kampovima u odnosu na Splitsko-dalmatinsku županiju;
- 44,5 % više osnovnih kreveta u objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu) u odnosu na Splitsko-dalmatinsku županiju;
- 67,4 % manje osnovnih kreveta u hotelima u odnosu na Splitsko-dalmatinsku županiju;
- 40,2 % manje osnovnih kreveta u objektima u domaćinstvu u odnosu na Splitsko-dalmatinsku županiju;
- 52,1 % manje osnovnih kreveta u ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj (druge vrste – skupine kampovi) u odnosu na Splitsko-dalmatinsku županiju;
- 61,6 % manje osnovnih kreveta u ostalim objektima (ostalo + restorani) u odnosu na Splitsko-dalmatinsku županiju;
- 92,4 % manje kreveta u hotelima s 5 zvjezdica te 75,6 % manje kreveta u hotelima s 4 zvjezdice u odnosu na Splitsko-dalmatinsku županiju.

U 2024. godini Splitsko-dalmatinska županija ostvarila je 3 799 598 dolazaka turista (74,61 % više od Zadarske županije) i 18 494 490 noćenja (19,90 % više od Zadarske županije). Prosječna dužina boravka turista iznosila je 4,87 dana, što je značajno manje od prosječne dužine

boravka u Zadarskoj županiji (21,12 % manje). Najveći broj noćenja ostvarili su Poljaci (2 311 milijuna), Nijemci (2 217 milijuna), Hrvati (1 427 milijuna), Česi (1 249 milijuna), turisti iz Bosne i Hercegovine (1 167 milijuna) te Velike Britanije (1 165 milijuna), što upućuje na različitu strukturu ciljnih tržišta po zemljama dolaska u odnosu na Zadarsku županiju (Poljska, Bosna i Hercegovina, Velika Britanija). Najveći broj noćenja ostvaren je u Splitu (3 101 milijuna), Makarskoj (1 688 milijuna), Omišu (1 057 milijuna), Baškoj Vodi (1 005 milijuna) i Tučepima (833 tisuće noćenja). Splitsko-dalmatinska županija također je izrazito sezonalna destinacija, pri čemu se većina noćenja ostvaruje u lipnju (2 533 milijuna noćenja), srpnju (5 289 milijuna noćenja), kolovozu (5 455 milijuna noćenja) i rujnu (2 635 milijuna noćenja). U razdoblju lipanj – rujan ostvareno je ukupno 15 912 milijuna noćenja, što čini 86 % ukupnog broja noćenja.

Kvantitativna usporedba rezultata otkriva da Splitsko-dalmatinska županija ima veći broj smještajnih kapaciteta i kvalitetniju strukturu smještajnih kapaciteta te ostvaruje bolje rezultate broja turista i ostvarenih noćenja (2024. godine Splitsko-dalmatinska županija je imala 3 536 kreveta u hotelima 5 zvjezdica i 16 894 kreveta u hotelima 4 zvjezdice, Zadarska županija 270 u hotelima 5 zvjezdica i 4 116 kreveta u hotelima 4 zvjezdice). Obje županije su izrazito sezonalne i razlikuju se po strukturi turista prema zemlji dolaska.

Uz ljetni, odmorišni turizam kao najzastupljeniji oblik turizma koji uvjetuju sezonalnost Splitsko-dalmatinska županija izdvaja (slično kao i Zadarska županija) sljedeće posebne oblike turizma: aktivni, ruralni, vjerski, kulturni, nautički turizam, zdravstveni, poslovni turizam.[66] Posebni oblici turizma su slične razine konkurentnosti i atraktivnosti ovisno o izdvojenim mikrodestinacijama i poduzetničkim inicijativama. Kvaliteta i izvrsnost ponude je ipak izraženija u Splitsko-dalmatinskoj županiji koja je u izdvojenim mikrodestinacijama usmjerena i na luksuzniji turizam (Bol, Hvar, Split). Naglasak obje županije je na autohtonoj ponudi temeljenoj na tradiciji i dalmatinskom izričaju koji se ostvaruju kroz kulturni, kreativni turizam, enogastronomiju i događajni turizam. Splitsko-dalmatinska županija njeguje autohtonu dalmatinsku kuhinju s prepoznatljivim specijalitetima, vinima i maslinovim uljima. Splitsko-dalmatinska županija ima 18 restorana s *Michelinovom* preporukom 2024. godine[67] i 82 restorana *Gault&Millau* 2024. godine.[68] Izdvaja se i ponudom događanja različitih vrsta sadržaja i veličine.

Strateška usmjerenja razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije slijede viziju razvoja: Kroz zajedništvo i suradnju, odgovorno i poduzetno, razvijamo turističku ponudu u kojoj uspješno spajamo inovativnost i profesionalnost s lokalnom kulturom, tradicijom i stilom života.[69] U programu rada za 2024. godinu TZ Splitsko-dalmatinske županije postavlja sljedeće ciljeve marketinške strategije: sigurnost i odgovornost, autentičnost i brendiranje, manifestacije – važan oblik promocije, edukacije i informiranje, podizanje kvalitete ponude, razvoj i promocija posebnih oblika turizma.[70] Ključne točke razvoja turističkog proizvoda su: sustavi označavanja kvalitete turističkih proizvoda, razvoj aktivnog, kulturnog, enogastronomskog, nautičkog i

[66] https://www.dalmatia.hr/hr/, pristupljeno 11.6.2025.
[67] https://hrturizam.hr/splitsko-dalmatinska-zupanija-u-fokusu-gastronomskih-ljubitelja-18-restorana-pod-svjetlima-michelinovog-vodica, pristupljeno, 12.6.2025.
[68] https://hr.gaultmillau.com/news/turisti%C4%8Dka-zajednica-splitsko---dalmatinske-zupanije-partner-na-gala-ve%C4%8Deri-gault-millau-2024, pristupljeno 12.6.2025.
[69] Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije (2017.-2027.) sa strateškim i operativnim planom marketinga turizma, Institut za turizam, 2018. str. 50.
[70] Program rada TZ Splitsko-dalmatinske županije za 2024, godinu, 2023., str. 18.

događajnog turizma.[71] U komunikacijskim aktivnostima TZ Splitsko-dalmatinske županije raspolaže s većim budžetima i mogućnostima. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinsko županije razvija novi brending sustav koji potencira sve konkurentske prednosti te percipiranu kvalitetu i standarde te će biti proveden na svim razinama (za usporedbu, TZ Zadarske županije već ima jasno definiranu brending strategiju kao i precizno razrađene smjernice (kroz brend manuale) za primjenu iste). Kontinuirano provodi *offline* oglašavanje kao i TZ Zadarske županije (kultura, aktivni odmor, vino i gastronomija, nautika) te strateške promotivne kampanje oglašavanja na emitivnim tržištima - Češka, Poljska, Njemačka, Slovenija, Francuska, Skandinavija, Velika Britanija i SAD u suradnji s PR agencijama (TZ Zadarske županije zbog ograničenih budžeta provodi suradnju s PR agencijom samo na tržištu Velike Britanije). TZ Splitsko-dalmatinske županije provodi i *online* oglašavanje koje uključuje *native* kampanje - posebne promotivne *online* kampanje na stranim tržištima, te oglašavanje na društvenim mrežama – *Facebook*, *Youtube* i *Instagram*, kao i odnose s javnošću - komunikacija s domaćim i stranim medijima – medijske i *online* objave, posebni projekti, *prescliping* i medijske analize izrada i slanje *newslettera*, a u promociju uključuje i studijska putovanja za predstavnike medija u suradnji sa sustavom turističkih zajednica.[72] Uspješno provodi udruženo oglašavanje na regionalnoj razini te nastupa na turističkim sajmovima, organizira posebne prezentacije i poslovne radionice, surađuje s organizatorima putovanja te kreira promotivne materijale.

1.12. IZVJEŠĆE O PROVEDENOJ ANALIZI STANJA ZADARSKE ŽUPANIJE

Analiza sadašnjeg stanja je provedena na temelju kvantitativnih podataka ponude (broj, struktura smještajnih kapaciteta, broj ugostiteljskih sadržaja, javne turističke infrastrukture, broj događaja) i potražnje (broj i struktura turista, broj noćenja) te kvalitativne analize (opis i ocjena elemenata ponude, SWOT analiza (5.1.), *benchmarking*, istraživanje stavova turista, lokalnog stanovništva i dionika ponude). Kvantitativna analiza otkriva da broj smještajnih kapaciteta raste (nepovoljna struktura smještajnih kapaciteta je jedan od ključnih razloga izrazito sezonske ponude, prije svega mali udio hotelskih kapaciteta (3,38 % ukupnih smještajnih kapaciteta prema broju kreveta) kao i kapaciteta visoke kategorije. Pozitivni pomaci u 2025. godine uključuju otvaranje *Hyatt Regency Zadar* i *Molum Hotel&Residence* u Svetom Filip i Jakovu s pet zvjezdica i *Hilton Preko Ugljan Island, Curio Collection by Hilton* s visoke 4 zvjezdice. Broj turista (2 176 004) i broj noćenja (15 425 005) 2024. godine je premašio broj turista i noćenja 2019. godine (prije epidemije Covid-19). U ukupnoj strukturi 2024. godine domaći turisti su ostvarili 360 324 dolazaka i 3 775 406 noćenja, dok su strani turisti ostvarili 1 815.680 dolazaka te 11 649.599 noćenja (najzastupljeniji strani turisti su iz Njemačke, Slovenije, Poljske, Češke, Austrije, Mađarske). Prekomjerni broj turista u vrhu sezone (74,43 % dolazaka i 84,49 % noćenja se ostvarilo u rasponu od lipnja do rujna 2024. godine) uvjetuje mnogobrojne negativne pojave: gužvu, buku, onečišćenje, rast cijena što često rezultira negativnim odnosom lokalnog stanovništva prema turizmu, osobito onog dijela koji nije usmjeren turističkom poslovanju, kao i negativnim utjecajem na resursnu osnovu (četiri aspekta održivog razvoja: okolišni, prostorni, društveni i ekonomski).

Kvalitativna analiza potvrđuje da su ključne komparativne prednosti i preduvjeti razvoja prirodni, kulturni i prometni preduvjeti (relativna blizina emitivnim tržištima cestovnim prometom), lokacija, raznolikost 3 dijela (obalni, otočni dio i zaobalje), odnosno predloženih

[71] Ibidem, str. 3.
[72] Ibidem, str. 45.

turističkih zona, te turističke atrakcije, dok su nedostaci nedorečena turistička i komunalna infrastruktura te izdvojeni elementi turističke nadgradnje. Zadarska županija je prema kategorizaciji smještajnih objekata koji dominiraju u ukupnom udjelu destinacija razine kvalitete 3*, čemu se posljedično prilagođava i većina njenog lanca vrijednosti, uz manji udio kvalitetnijih elemenata namijenjenih nautičkim turistima i onima koji odsjedaju u višim kategorijama smještaja.

Rezultati svih provedenih istraživanja turista (Hendal, 2024.; Odjel za turizam i komunikacijske znanosti, Sveučilište u Zadru, 2024.) otkrivaju da su još uvijek ključni motivi dolaska prirodni resursi temeljeni na komparativnim prednostima, dok zaostaju elementi posebnih oblika turizma. Ocjene zadovoljstva potvrđuju da su turisti najzadovoljniji sljedećim elementima ponude: gradovi, gastronomija, sela, ruralna područja, priroda, turistički obilazak, more, kultura i umjetnost, dok su najmanje zadovoljni sljedećim elementima: omjer cijene i kvalitete, broj turista u destinaciji, poštenje trgovaca i ugostitelja, radno vrijeme trgovina i pružatelja usluga, mogućnost razvrstavanja otpada, kvaliteta i raznovrsnost zabavne ponude.

Zadarsku županiju karakterizira intenzivan, sezonski turizam koji zahtjeva kreiranje sinergije između dionika. Ključni turistički proizvod je odmorišni turizam temeljen na moru, suncu i pijesku, te se razvijaju nautički, *outdoor*, kulturni, eno-gastronomski, *city break*, poslovni/ *MICE*, ruralni i zdravstveni/*wellness* turizam. Naglasak je na autohtonim elementima temeljenim na oživljavanju tradicije, običaja i kulture (značaj tradicijskih događaja). Splitsko-dalmatinska županija ima veću kvantitetu i strukturu smještajnih kapaciteta što se odražava i na rezultate turističkog poslovanja. Nedovoljno su prepoznati izazovi razvoja i promjene trendova potražnje i aktivnosti konkurentnosti u razvoju portfolija turističkog proizvoda u ostvarenju veće konkurentnosti i atraktivnosti, u kreiranju više dodane vrijednosti te preusmjeravanju s postojećeg ciljnog segmenta prema zahtjevnijem ciljnom segmentu većih financijskih mogućnosti. Turizam županije se nalazi na raskrižju između masovnog i novog turizma, između globalizirane i autohtone ponude, između kvantitete i kvalitete te inovativnosti ponude, s nedovoljno profiliranom razlikom ponude mikrodestinacija kao i kreiranja integralnog proizvoda na razini županije. Nedovoljno su valorizirani preduvjeti razvoja te se razlikuju u vremenskoj i prostornoj koncentraciji turističkog poslovanja (preopterećene obalne destinacije i nedovoljno valorizirano zaobalje, odnosno prenapučenost ljetne sezone).

Iskoraci se temelje na izdvojenim poduzetničkim poduhvatima i stranim ulaganjima, a ne na smišljenom upravljanju održivim razvojem turizma (zadnji strateški dokument je *Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije 2013. - 2023.*). Prati digitalnu i zelenu transformaciju u optimalizaciji poslovanja (pr. 2025. godine TZ Grada Zadra je kreirala virtualnog asistenta *AI chatbota* za turističko poslovanje iznajmljivača).[73] Turizam ne potiče dovoljno razvoj ostalih gospodarskih grana kao multiplikator gospodarskog razvoja, pogotovo održive poljoprivrede. Unatoč sve većem broju lokalnih OPG-ova koji svoje proizvode nude turistima, poljoprivredna proizvodnja je ispod potreba turizma.

Turizam uvjetuje demografske i funkcionalne promjene, raseljavanje lokalnog stanovništva iz centara turističkih destinacija (primjer zadarski poluotok), priliv stranih vlasnika turističkih kapaciteta kao i stranih radnika iz trećih zemalja što negativno utječe na autentičnost i unikatnost destinacije. Turizam ostvaruje negativne efekte na očuvanje prirodnih, kulturnih

[73] www.busines.zadar.travel.hr, pristupljeno 26.7.2025.

preduvjeta i kvalitetu života lokalnog stanovništva i doživljaja turista narušavajući prekomjernom i neplanskom turističkom izgradnjom vizuru dalmatinske arhitekture i očuvane prirode. Zadarska županija s vodećim mikrodestinacijama je prepoznata na turističkom tržištu (promotivna kampanja *Zadar Region: Say Yes to Everything).* Sredstva uložena u promociju (komunikacijska strategija Turističke zajednice Zadarske županije, *offline* i *online* promocija, udružena promocija usmjerena ciljnim tržištima) se višestruko vraćaju u privlačenju novih ciljnih segmenata. Ključni preduvjet održivog razvoja predstavlja strateško upravljanje u izgradnji autohtonog, autentičnog turizma prilagođenog novim turističkim potrebama temeljenim na inovativnim, izvornim elementima i neponovljivom doživljaju. U transformaciji i održivom razvoju turizma Zadarske županije odmorišni turizam će i dalje biti na vodećem mjestu, ali je ključni izazov kako ga obogatiti ponudom posebnih oblika turizma i nove dodane vrijednosti, kako kreirati integralni proizvod koji će sinergijski povezati sve različitosti i prednosti mikrodestinacije i brendirati Zadarsku županiju kao prepoznatljivu destinaciju jedinstvenog turističkog, izvornog, autohtonog sadržaja. Analiza sadašnjeg stanja je definirala razinu konkurentnosti posebnih oblika turizma na globaliziranom tržištu, dok će potencijal ključnih posebnih oblika turizma u budućnosti biti detaljnije razrađen u drugom poglavlju.









2. POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA

U poglavlju se analiziraju turistički proizvodi i usluge, resursi, atrakcije te ostali ključni elementi u ponudi/kreiranju turističkih proizvoda destinacije. Povećanje broja turista u pred i post sezoni te potreba za smanjenjem sezonalnosti dodatno ističu potrebu za razvojem posebnih oblika turizma. Sve je izraženiji interes za održivim oblicima turizma, što pruža priliku za diferencijaciju ponude.

Ključni potencijal za kvalitativno preoblikovanje i inoviranje turizma Zadarske županije u funkciji produljenja sezone i jačanja pred i post sezone i privlačenje novih ciljnih segmenata, valorizirano kroz sadašnje i buduće promotivne aktivnosti, imaju sljedeći posebni oblici

turizma: *outdoor*/aktivni turizam, nautički turizam, enogastronomski turizam, poslovni/*MICE* turizam, odmorišni turizam, ekoturizam, ruralni turizam i kulturni turizam.

Za svaki oblik turizma u nastavku se ocjenjuju preduvjeti razvoja (resursi, atrakcije, turistička infrastruktura), razina konkurentnosti, razvojni potencijal i marketinški potencijal.

2.1. *OUTDOOR*/AKTIVNI TURIZAM

Outdoor turizam Zadarske županije temelji se na iznimnom bogatstvu prirodnih resursa i prostornoj raznolikosti koja objedinjuje planinska, obalna, zaobalna i otočna područja. *Outdoor* infrastruktura razvijena je u najčešćim oblicima *outdoor* aktivnosti (biciklizam, planinarenje, ronjenje sl.). Unatoč prirodnim preduvjetima (Tablica 6), *outdoor* turizam u županiji još nije dovoljno integriran u cjelokupni turistički proizvod te se razvija fragmentirano po mikrodestinacijama. Njegov daljnji razvoj zahtijeva jaču koordinaciju dionika, standardizaciju i brendiranje kroz koncept *Say YES! to Outdoor*, koji povezuje aktivnosti na kopnu, moru i jezeru u jedinstveni doživljaj.

Tablica 6: Outdoor/ aktivni turizam

Preduvjeti razvoja (resursi, atrakcije, turistička infrastruktura)	– Nacionalni park Paklenica i parkovi prirode Velebit, Vransko jezero i Telašćica. – Rijeke Zrmanja i Krupa, Velebitska Majstorska cesta, Cerovačke špilje – Zadarski arhipelag – idealan za aktivnosti na vodi (kajak, jedrenje, ronjenje, SUP, windsurfing) – 91 pješačka staza, 4 planinarske staze, 139 biciklističkih staza i više penjališta. – Infrastruktura za outdoor aktivnosti na plažama: zone za kajak i SUP, pontoni, spremišta opreme, info-točke i servisne zone – Mikroklimatska raznolikost pogodna za cjelogodišnji aktivni boravak (planine, more, otoci, zaleđe)
Razina konkurentnosti turističkog proizvoda	– Prepoznatljivost raste kroz platforme *Zadar Bike Magic* i *Outdooractive* – Nedostatak certificiranih vodiča i specijaliziranih outdoor operatera – Infrastruktura i signalizacija nisu jednako razvijene u svim mikrodestinacijama – Potencijal za razvoj tematskih zona i outdoor hubova (Zrmanja, Paklenica, Vransko jezero, Pag, Ugljan)
Razvojni potencijal	– Sezonalnost: mikroklimatska raznolikost (planine, more, otoci) omogućava cjelogodišnju aktivnost, posebno za soft avanturističke aktivnosti – Prihvatni kapacitet atrakcija: potrebna je daljnja integracija infrastrukture koja bi uključivala dodatne smještajne kapacitete prilagođene aktivnim turistima, iznajmljivanje opreme te servisne i informativne zone na lokacijama ključnih atrakcija – Boravišno-izletničke značajke: kreiranje personaliziranih paketa za vikend i duži boravak - kombinirajući planinarenje, biciklizam, avanturističke parkove i lokalnu enogastronomiju – može produljiti vrijeme boravka – Značaj za privlačenje tržišta: ciljana publika uključuje rekreativce, sportaše, obitelji, ljubitelje prirode, ekoturiste te međunarodne turiste zainteresirane za aktivni odmor. Poseban potencijal postoji u promociji cikloturističkih i pješačkih proizvoda kroz platforme poput *Outdooractive* i *Zadar Bike Magic*
Marketinški potencijal	– Fizička i javna dostupnost: većina lokaliteta je dostupna, no potrebno je dodatno poboljšati pristup za osobe s invaliditetom te osigurati parking i servisne zone uz ključne atrakcije – Stanje obilježenosti: iako postoje staze i biciklističke rute, signalizacija i informativne ploče nisu standardizirane u svim mikrodestinacijama. Postavljanje smeđe turističke signalizacije te detaljnih karti i uputa povećalo bi sigurnost i dostupnost

	– Dostupnost informacija: informacije o rutama, događanjima i outdoor aktivnostima već se promoviraju digitalno (platforme, mobilne aplikacije, internet stranice TZ ZŽ) i kroz promotivne materijale poput brošura *Nature & Outdoor*. Daljnja digitalizacija i dostupnost na više jezika, uključujući međunarodne kampanje, može značajno proširiti doseg i tržište – Suradnja sa drugim sektorima: jačanje suradnje s lokalnim proizvođačima, kulturnim institucijama i enogastronomskim sektorom može doprinijeti stvaranju integriranih outdoor proizvoda i autentičnih doživljaja destinacije – Promocija kroz događanja i festivale: pomocija kroz specijalizirane sajamske nastupe, studijska putovanja novinara i agenata, oglašavanje na digitalnim platformama te organizaciju sportskih, avanturističkih i outdoor festivala osigurava prepoznatljivost i privlači posjetitelje izvan glavne sezone

Izvor: izrada autora

2.2. NAUTIČKI TURIZAM

Zadarska županija, smještena u središnjem dijelu Jadrana, jedno je od najatraktivnijih područja za razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj. Strateški položaj unutar Srednjeg Jadrana, bogatstvo arhipelaga i razvedenost obale učinili su ovu županiju jednom od najatraktivnijih destinacija za nautičare na Mediteranu. Raznolikost i prostorna raspoređenost infrastrukture potrebne za razvoj nautičkog turizma potvrđuju da Zadarska županija posjeduje sve ključne preduvjete za održiv razvoj nautičkog turizma (Tablica 7), ali i da postoji značajan prostor za daljnju valorizaciju u smjeru pametnog upravljanja, digitalne transformacije i tržišne diferencijacije ponude.

Tablica 7: Nautički turizam

Preduvjeti razvoja (resursi, atrakcije, turistička infrastruktura)	– Strateški položaj u središnjem dijelu Jadrana s bogatim otočnim arhipelagom – Blizina *Nacionalnog parka Kornati* i *Parka prirode Telašćica* – Postojeća i razvijena mreža marina i privezišta dostupna lokalnom stanovništvu i turistima – Blizina međunarodnih zračnih luka *Zadar* i *Split*, autocesta *A1*, luka *Gaženica* – Razvijen *charter* sektor s bazama u većim marinama – Duljina obale Zadarske županije čini 22 % ukupne hrvatske obale, odnosno oko 1 200 km obalne linije, s 150 otoka i otočića od kojih je 18 stalno naseljeno[74] – Zadarska županija ima 56 luka nautičkog turizma što uključuje marine, sidrišta, privezišta i suhe marine, i čime zauzima prvo mjesto u Hrvatskoj po broju nautičkih luka i predstavlja središnje područje razvoja nautičkog turizma u državi[75] – 109 luka lokalnog značaja predstavlja važnu infrastrukturu za komunalne, ribarske i rekreativne aktivnosti, a ujedno služi i kao osnova za razvoj manjih privezišta, sidrišta i lokalnih nautičkih zona – Na području županije registrirano je oko 4 298 vezova, od čega 3 173 na moru i 1 125 na kopnu, što čini najveći kapacitet u Hrvatskoj[76]
Razina konkurentnosti turističkog proizvoda	– Geostrateška prednost i blizina atraktivnih plovidbenih zona (Kornati, Telašćica) – Zadarska županija pokazuje visok stupanj konkurentnosti u nautičkom turizmu kroz kontinuirani rast prihoda i diversifikaciju usluga. U razdoblju 2019. – 2024.

[74] Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture RH (2024) https://investcroatia.gov.hr/en/county-stats/zadar-county/, pristupljeno 11.10.2025.
[75] Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture RH (2024) https://investcroatia.gov.hr/en/county-stats/zadar-county/, pristupljeno 11.10.2025.
[76] Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture RH (2024) https://investcroatia.gov.hr/en/county-stats/zadar-county/, pristupljeno 11.10.2025.

	luke nautičkog turizma u Zadarskoj županiji ostvarile su ukupan rast prihoda od 46,1 %, dok je prihod od tranzitnog veza porastao je za 69,3 %[77] – Ponuda *chartera* i *charter-flote* visoko razvijena[78] – Brend Zadarske županije u nautičkom turizmu ima potencijal za dodatnu prepoznatljivost na međunarodnoj razini – Potencijal za razvoj *cruising* segmenta i povezivanje s eno-gastro i kulturnim turizmom
Razvojni potencijal	– Sezonalnost: visok potencijal produljenja sezone kroz regate i nautičke manifestacije. *Biograd Boat Show* dodatno doprinosi produljenju sezone i međunarodnoj promociji – Prihvatni kapacitet: razvijena mreža marina i sidrišta s više od 4.300 vezova (stalni i tranzitni vezovi) predstavlja čvrstu osnovu za daljnji održivi rast uz potrebu modernizacije (eko-sidrišta, punionice, solarni sustavi) te održivo upravljanje kapacitetima – Boravišno-izletničke značajke: nautički turizam ima pretežno boravišni karakter s višednevnim boravcima na plovilima i čestim pristajanjima u obalnim i otočnim mjestima, dok posjetitelji s *cruisera*, osobito u luci *Gaženica*, stvaraju dodatni potencijal za jednodnevne izlete prema otočnim, kulturnim i gastronomskim lokalitetima – Značaj za privlačenje tržišta: visok je potencijal privlačenja međunarodnih turista orijentiranih na održive, aktivne i ekskluzivne doživljaje uz razvoj ponude za segmente više platežne moći
Marketinški potencijal	– Fizička i javna dostupnost: dobra prometna povezanost uz potrebu bolje povezanosti manjih luka i prilagodbe infrastrukture osobama s invaliditetom. – Stanje obilježenosti: manja pristaništa i pojedine luke trebaju dodatnu signalizaciju te je potrebno unificirati vizualni identitet – Dostupnost informacija: informacije su dostupne putem internetskih stranica, digitalnih brošura i mobilnih aplikacija – Suradnja sa drugim sektorima: povezanost s obrazovnim i istraživačkim institucijama doprinosi razvoju "zelenih marina" i primjeni održivih tehnologija, dok suradnja s IT sektorom potiče digitalizaciju luka, razvoj pametnih aplikacija za rezervaciju vezova, informiranje i navigaciju – Promocija kroz događanja i festivale: kroz međunarodne sajmove, regate i festivale pomorske baštine s naglaskom na održivost i lokalnu autentičnost

Izvor: izrada autora

2.3. ENOGASTRONOMSKI TURIZAM

Zadarska županija pogodna je za razvoj enogastronomskog turizma zbog bogate tradicije poljoprivrede, ribarstva i maslinarstva koja se nadopunjuje autentičnim kulturnim naslijeđem i raznolikim prirodnim krajolicima. Županija nudi autohtone proizvode poput vina, maslinovog ulja, pršuta, sira i višnje maraške koji predstavljaju nositelje identiteta i priče o povezanosti ljudi, mora i zemlje. Enogastronomija se temelji na konzumaciji hrane i pića te doživljaju zajednice, običaja i krajolika. Uspješnim povezivanjem OPG-ova, ugostitelja, festivala i vinskih ruta s digitalnom promocijom i održivim praksama, Zadarska županija ima potencijal pozicionirati se kao prepoznatljiva mediteranska destinacija koja nudi jedinstven spoj okusa, mirisa i autentičnih priča (Tablica 8).

[77] DZS, https://web.dzs.hr/PxWeb/pxweb/hr/Turizam/Turizam__Kapaciteti%20i%20poslovanje%20luka%20nauti%c4%8dkog%20turizma/BS_TU18_11.px/table/tableViewLayout1/, pristupljeno 11.10.2025.

[78] https://zadarskitjednik.hr/zupanija-zadarska/zadarska-zupanija-drzi-21-hrvatskog-nautickog-chartera-2514311, pristupljeno 11.10.2025.

Tablica 8: Enogastronomski turizam

Preduvjeti razvoja (resursi, atrakcije, turistička infrastruktura)	– Autohtoni proizvodi: maslinovo ulje, vino, pršut, sir, višnje maraške, smokve – Tradicionalni ambijenti: konobe, maslinici, vinogradi – Postojeći festivali i manifestacije usmjereni na enogastronomiju – Potencijal za vinske i gastronomske rute povezane s OPG-ovima, i tematskim stazama – Geografska raznolikost (obalni i otočni prostori, Ravni kotari, južni dio otoka Paga, zadarsko zaleđe) – Infrastruktura za degustacije djelomično razvijena, ali ne ujednačena po kvaliteti
Razina konkurentnosti turističkog proizvoda	– Autentičnost i raznolikost proizvoda daju konkurentsku prednost na mediteranskom tržištu – Potražnja za eno- i gastro iskustvima u svijetu kontinuirano raste – Veliki potencijal za povezivanje enogastronomije s kulturnim i ruralnim turizmom – Izražena sezonalnost (mogućnost organizacije dodatnih manifestacija u jesensko-zimskom periodu) – Potencijal za veću međunarodnu prepoznatljivost
Razvojni potencijal	– Sezonalnost: potencijal produljenja sezone kroz festivale hrane, manifestacije, promocije u predsezoni i posezoni – Prihvatni kapacitet: razvijena ugostiteljska infrastruktura, ali većinom sezonskog karaktera, potencijal za povećanje broja kvalitetnih restorana sa međunarodnim priznanjima (*Michelin, Gault & Millau, JRE, Falstaff*) i OPG-ova – Boravišno-izletničke značajke: razvijanje eno-gastro ruta koje povezuju priobalje i zaleđe potiče jednodnevne i višednevne oblike putovanja te integraciju s drugim vrstama turizma – Značaj za privlačenje tržišta: visok potencijal za privlačenje turista koji traže autentična i održiva iskustva. Gastro doživljaj je važan motiv dolaska
Marketinški potencijal	– Fizička i javna dostupnost: dobra prometna povezanost i opća dostupnost destinacija, uz potrebu daljnjeg unaprjeđenja infrastrukture u pojedinim ruralnim područjima radi veće pristupačnosti posjetiteljima – Stanje obilježenosti: ključne enogastronomske lokacije u destinaciji imaju turističku signalizaciju, dok su u manjim mjestima enogastronomske lokacije slabije označene. – Dostupnost informacija: informacije o eno-gastronomskoj ponudi široko su dostupne putem turističkih zajednica, brošura, gastronomskih vodiča i digitalnih kanala – Suradnja s drugim sektorima: snažna povezanost s poljoprivredom, ribarstvom te kulturom omogućava razvoj autentičnih eno-gastronomskih doživljaja i jačanje lokalnog identiteta

Izvor: izrada autora

2.4. POSLOVNI/*MICE* TURIZAM

Zadarska županija zahvaljujući prometnoj dostupnosti (međunarodna zračna luka, autocesta, trajektne i katamaranske linije) i bogatstvu prirodne i kulturne baštine, posjeduje značajan potencijal za razvoj poslovnog i događajnog turizma (Tablica 9). Povezanost s tržištima Srednje Europe i blizina velikih emitivnih tržišta (Njemačka, Austrija, Italija) omogućuju privlačenje poslovnih skupova, kongresa i korporativnih događaja. Iako Zadarska županija već raspolaže određenim kapacitetima (hoteli s konferencijskim dvoranama, multifunkcionalne dvorane), segment *MICE* turizma još uvijek je u ranoj fazi razvoja u usporedbi s etabliranim destinacijama zbog infrastrukturnih i organizacijskih ograničenja. S druge strane, događajni turizam bilježi rast, ali nedostaje koordinirano brendiranje i međunarodna vidljivost.

Tablica 9: Poslovni / MICE turizam

Preduvjeti razvoja (resursi, atrakcije, turistička infrastruktura)	– Prometna povezanost: međunarodne zračne luke *Zadar* i *Split*, autocesta *A1*, trajektne i katamaranske linije prema otocima – Hotelski kapaciteti s konferencijskim dvoranama – Multifunkcionalne dvorane kao potencijalni prostori za događanja – Kulturno-povijesni prostori (crkve, muzeji, trgovi, palače itd.) koji se mogu koristiti za događaje i kulturne programe – Potencijal uključivanja lokalnih OPG-ova i eno-gastro scene u poslovne aranžmane – Prirodne atrakcije (*PP Telašćica*, *NP Paklenica*, *PP Velebit*, *PP Vransko jezero*, otoci) kao kulisa za *incentive* i *team building* programe – Izražena sezonalnost zračnih linija smanjuje dostupnost destinacije tijekom zimskih mjeseci i otežava razvoj cjelogodišnjeg poslovnog turizma
Razina konkurentnosti turističkog proizvoda	– Atraktivna lokacija i snažan identitet koji omogućuju prepoznatljivost i diferencijaciju na tržištu poslovnog i događajnog turizma – Dobra prometna povezanost destinacije – Kapaciteti pojedinih kongresnih dvorana u Zadarskoj županiji kreću se u rasponu od 20 do 450 sudionika – Nepostojanje većeg kongresnog centra ograničava mogućnosti organizacije međunarodnih kongresa i velikih sajmova – Izražena sezonalnost zračnih linija smanjuje dostupnost destinacije tijekom zimskih mjeseci
Razvojni potencijal	– Sezonalnost: poslovni turizam doprinosi smanjenju sezonalnosti kroz kongrese, seminare i *incentive* programe koji se organiziraju tijekom cijele godine – Prihvatni kapacitet: dostupna smještajna i konferencijska infrastruktura u većim sredinama, ali potrebna kontinuirana ulaganja u modernizaciju i održivost kako bi se stvorila čvrsta osnova za rast poslovnih događanja – Boravišno-izletničke značajke: povezivanje poslovnih događaja s kulturnim, gastronomskim i *outdoor* sadržajima obogaćuje iskustvo sudionika i potiče dulji boravak u destinaciji – Značaj za privlačenje tržišta: Zadarska županija ima potencijal pozicionirati se kao prepoznatljiva *MICE* destinacija
Marketinški potencijal	– Fizička i javna dostupnost: izvrsna prometna povezanost (zračna luka, autocesta) i centralni položaj na Jadranu osiguravaju dobru dostupnost domaćim i inozemnim sudionicima – Stanje obilježenosti: poslovni turizam sve više prepoznat kao važan segment županijske ponude, s rastućim naporima u brendiranju i integraciji u destinacijski marketing – Dostupnost informacija: informacije o poslovnim kapacitetima su dostupnije putem digitalnih kanala i brošura kroz podbrend *Meet in Zadar Region* – Suradnja s drugim sektorima: odlična povezanost s lokalnom gastronomijom, *outdoor* aktivnostima, kulturnim turizmom i *wellness* sektorom povećava konkurentnost ponude – Promocija kroz događanja i festivale: organizacija stručnih konferencija, poslovnih foruma, *team-building* aktivnosti i tematskih događaja uz kulturno-gastronomske sadržaje povećava međunarodnu prepoznatljivost županije

Izvor: izrada autora

2.5. ODMORIŠNI TURIZAM

Odmorišni turizam predstavlja najzastupljeniji oblik turizma Zadarske županije, temeljen na prirodnim resursima mora, sunca i krajobraza te razvedenoj obali s brojnim otocima i plažama (Tablica 10). Unatoč visokoj konkurentnosti u segmentu *sun and sea*, ovaj oblik turizma i dalje karakterizira visoka sezonalnost i prostorna koncentracija duž obale. Budući razvoj treba usmjeriti prema održivom i diferenciranom modelu odmorišnog turizma, koji povezuje

kvalitetan odmor s autentičnim lokalnim doživljajem, aktivnostima na otvorenom i *wellbeing* sadržajima.

Tablica 10: Odmorišni turizam

Preduvjeti razvoja (resursi, atrakcije, turistička infrastruktura)	– 1.200 km obale, preko 200 otoka, čisto more, klimatska pogodnost, blizina nacionalnih parkova i parkova prirode, brojne prirodne plaže – Blizina kulturnih i *outdoor* atrakcija, kulturne jezgre Zadra, Biograda na Moru i Nina – Razvijeni hotelski, *kamping* i apartmanski kapaciteti te integracija sadržaja za obitelji, dobra prometna povezanost, razvijene marine i plažni sadržaji
Razina konkurentnosti turističkog proizvoda	– Odmorišni turizam čini temelj ukupnog prometa i noćenja – Visoka prepoznatljivost i lojalnost tradicionalnih tržišta – Nedovoljna diversifikacija ponude i ograničena prisutnost novih tematskih proizvoda – Potrebno snažnije upravljanje kvalitetom i održivo korištenje obalnog prostora. – U porastu je interes za *wellbeing*, *slow living* i aktivnim oblicima odmora unutar odmorišnog segmenta
Razvojni potencijal	– Sezonalnost: izrazito je sezonski orijentiran - više od 80% noćenja ostvaruje se od lipnja do rujna. Postoji potencijal za produljenje sezone kroz ponudu *wellnessa*, aktivnog odmora i enogastronomskih iskustava u pred i post sezoni – Prihvatni kapacitet atrakcija: pojedine obalne zone su u ljetnim mjesecima preopterećene. Ulaganja u održivo upravljanje plažnim prostorom i tematizaciju istih ključni su za očuvanje kvalitete doživljaja – Boravišno-izletničke značajke: dominira višednevni boravak u apartmanskom, hotelskom i *kamping* smještaju uz more, s prosječno nešto više od 7 dana. Potencijal leži u razvoju kratkih, kvalitetnih paketa posebice u periodu pred- i post sezone te višednevnih kombinacija s kulturnim i *outdoor* sadržajima – Značaj za privlačenje tržišta: visoka atraktivnost na tradicionalnim tržištima uz rastući interes s tržišta SAD-a. Naglasak treba staviti na održiv, kvalitetan i personaliziran odmor koji povezuje more, gastronomiju i lokalnu autentičnost
Marketinški potencijal:	– Fizička i javna dostupnost: Izvrsna prometna dostupnost (autocesta *A1*, *Zračna luka Zadar* s više od 20 međunarodnih linija ljeti, trajektne i brzobrodske veze s otocima). Unutrašnjost (Ravni kotari, Bukovica) zahtijeva bolji javni linijski prijevoz i infrastrukturu za jednodnevne izlete – Stanje obilježenosti: glavne obalne destinacije imaju standardiziranu signalizaciju i uređene plaže, dok su manja mjesta i otoci slabije označeni. Potrebna je harmonizacija vizualnog identiteta signalizacije unutar brenda *Zadar Region* – Dostupnost informacija, suradnja i promocija: Informacije dostupne putem internet platformi i društvenih mreža TZ Zadarske županije. Potrebna veća segmentacija sadržaja prema ciljanim skupinama (obitelji, parovi, *wellness* turisti) – Suradnja s drugim sektorima: suradnja s hotelima, OPG-ovima i organizatorima događanja te promocija kroz manifestacije doprinosi vidljivosti i brendiranju destinacije kao održive i autentične odmorišne regije

Izvor: izrada autora

2.6. EKOTURIZAM

Prirodna raznolikost Zadarske županije očituje se u mnogim izvorno očuvanim područjima otočkog, obalnog, zaobalnog i planinskog područja. Prostor županije također uključuje niz zaštićenih područja kao što su: nacionalni parkovi, parkovi prirode i područja pod zaštitom ekološke mreže *Natura 2000*. Sve navedeno predstavlja raznovrsni potencijal za razvoj ekoturizma. Ipak, ekoturizam u Zadarskoj županiji još uvijek nije u potpunosti razvijen sukladno potencijalima i nedovoljno je integriran u turističku ponudu. Da bi se ostvario njegov puni potencijal, potrebno je sinergijski povezati očuvanje prirodne baštine s inovativnim

interpretacijskim sadržajima i aktivnim uključivanjem lokalnih zajednica u razvoj, kako bi se kroz održivost, edukaciju i autentičan doživljaj prirode doživjela izvorna vrijednost Zadarske županije.

Tablica 11: Ekoturizam

Preduvjeti razvoja (resursi, atrakcije, turistička infrastruktura)	– Županija obiluje iznimno očuvanim prirodnim područjima koja predstavljaju temelj održivog turizma i zaštite biološke raznolikosti – Bioraznolikost - raznoliki ekosustavi stvaraju bogatu floru i faunu te pružaju mogućnost razvoja različitih ekoturističkih doživljaja – *Nacionalni park Paklenica* i parkovi prirode (*Velebit*, *Telašćica*, *Vransko jezero*). – Zaštićena područja i ekološka mreža *Natura 2000* – Bogata prirodna baština i raznoliki krajolici (Lika, Velebit, Zrmanja, Ravni kotari, Pag, obala i manji otoci…) – Razvoj infrastrukture koja omogućava edukaciju posjetitelja, promatranje prirode i interpretaciju prirodnih vrijednosti bez narušavanja okoliša
Razina konkurentnosti turističkog proizvoda	– Prirodna područja nedovoljno valorizirana u organiziranoj turističkoj ponudi – Ekoturizam tek djelomično razvijen u odnosu na postojeće resurse i mogućnosti – Slaba umreženost sa znanstvenim institucijama i nevladinim organizacijama – Nedostatak integralnog proizvoda ekoturizma – Potencijal za smanjenje sezonalnosti i jačanje lokalne zajednice
Razvojni potencijal	– Sezonalnost: širenje ponude organiziranih interpretativnih šetnji te promatranja ptica i divljih životinja izvan glavne sezone. Poticanje lokalne zajednice u oblikovanju i provedbi turističke ponude u proljetnim i jesenskim mjesecima – Prihvatni kapacitet atrakcija i pripadnost širem sustavu atrakcija: unapređenje opreme eko-centara, interpretacijskih staza i promatračnica. Čuvanje prirodnih resursa s razvojem kvalitetnog *outdoor* turističkog doživljaja koji se temelji na manjim turističkim grupama. Poticanje primjene *VR* i *AR* tehnologija radi interpretacije prirode bez narušavanja prostora – Boravišno-izletničke značajke: organizacija edukativnih radionica i programa koji potiču aktivan boravak u prirodi – Značaj za privlačenje tržišta: visok i rastući značaj u privlačenju tržišta usmjerenog na autentičnost, mir i prirodu, posebno među turistima koji traže ekološki prihvatljive aktivnosti i održivi turizam
Marketinški potencijal	– Fizička i javna dostupnost: nacionalni parkovi i parkovi prirode dobro su prometno povezani, dok su manja i udaljenija područja manje dostupna javnim prijevozom te zahtijevaju bolju cestovnu i javnu povezanost – Stanje obilježenosti: postoje poučne i pješačke staze s interpretacijom te smeđa turistička signalizacija, no u unutrašnjosti županije potrebno je dodatno označavanje (standardizacija) i nadogradnja – Dostupnost informacija: informacije su djelomično dostupne putem TZ platformi i internet stranica parkova, ali postoji potencijal za unapređenje – Suradnja s drugim sektorima: povezivanje ekoturizma s ruralnim i enogastronomskim turizmom, edukacijom, volonterskim programima i aktivnim turizmom stvara sinergiju i povećava privlačnost ponude. Kooperacija s OPG-ovima i lokalnom zajednicom jača autentičnost ponude te potiče razvoj organske i eko proizvodnje – Promocija kroz događanja i festivale: eko-manifestacije, volonterske akcije čišćenja prirodnih područja, radionice o očuvanju prirode i međunarodni eko-turistički festivali mogu dodatno podići vidljivost destinacije

Izvor: izrada autora

2.7. RURALNI TURIZAM

Bogatstvo krajobraza Zadarske županije, od otoka preko obale do Velebita i Like, uz tradicijska gospodarstava i autentične seoske običaje, pružaju osnovu za stvaranje raznovrsnih ruralnih turističkih proizvoda koji objedinjuju boravak u prirodi, lokalnu gastronomiju i kulturnu baštinu. Premda posjeduje značajan potencijal za diversifikaciju i produljenje turističke sezone, ruralni turizam Zadarske županije (Tablica 12) predstavlja još uvijek nedovoljno razvijen segment turističke ponude. Povezivanjem OPG-ova, tematskih ruta i tradicijskih aktivnosti (posebice u proljeće i jesen) na prostoru Zadarske županije moguće je oblikovati konkurentan i održiv ruralni turistički proizvod koji se oslanja na autentičnost i povezanost s tradicijom i lokalnim načinom života kao ključnim vrijednostima koje nude pomak od masovnog kupališnog turizma na obali.

Tablica 12: Ruralni turizam

Preduvjeti razvoja (resursi, atrakcije, turistička infrastruktura)	– Prostorno-resursna osnova: otoci, zadarsko zaleđe, dijelovi Velebita i Like – OPG-ovi s proizvodnjom: maslinovog ulja, vina, pršuta, sira, višnje maraške, smokava, i dr. – Tradicijske kuće (stanovi) i potencijal smještaja u autentičnom ambijentu – Tradicija i kulturno-povijesna baština – Prirodni krajobrazi ruralnih područja – Potencijal za agroturizam, lovni i ribolovni turizam, biciklističke i pješačke rute
Razina konkurentnosti turističkog proizvoda	– Ruralni turizam je još uvijek nedovoljno razvijen i prepoznat u odnosu na potencijal – Potražnja za ruralnim sadržajima raste u Europi – Autentičnost, mir i kontakt s lokalnim stanovništvom kao konkurentska prednost – Nedostatak integralnog i brendiranog proizvoda ruralnog turizma – Potencijal za jačanje izvansezonske ponude i revitalizaciju ruralnih prostora
Razvojni potencijal	– Sezonalnost: mogućnost cjelogodišnjeg poslovanja, s blagim porastom posjeta u proljetnim i jesenskim mjesecima kada se održavaju poljoprivredne manifestacije i berbe – Prihvatni kapacitet atrakcija i pripadnost širem sustavu atrakcija: poticanje razvoja OPG-ova i agroturizama koji se prirodno nadovezuju u ponudi s kulturnim i enogastronomskim turizmom – Boravišno-izletničke značajke: većina ruralnih lokaliteta ima izletnički karakter, ali kroz dodatnu promociju kušaonica lokalnih proizvoda moguće je povećati broj posjetitelja – Značaj za privlačenje tržišta: ruralni turizam može privući posjetitelje koji traže mir, autentičnost, lokalnu kulturu i tradiciju, posebno turiste iz urbanih sredina i inozemne turiste zainteresirane za održivi način života
Marketinški potencijal	– Fizička i javna dostupnost: ruralna područja su prometno dostupna, no javni prijevoz je ograničen, što upućuje na potrebu za jačim povezivanjem s obalnim destinacijama – Stanje obilježenosti: signalizacija prema seoskim domaćinstvima i OPG-ovima nije ujednačena. Potrebno je razviti standardizirane oznake – Dostupnost informacija: informacije o ruralnoj ponudi razasute su na više platformi - internet stranica, društvene mreže i tiskane brošure te je potreban kontinuitet u objavama i oglašavanju kako bi se povećala prepoznatljivost i vidljivost – Suradnja s drugim sektorima: povezivanje s prehrambeno-prerađivačkim sektorom i ponudom unutar kulturnog ili sportskog turizma može povećati promet i vidljivost

	– Promocija kroz događanja i festivale: sajmovi domaćih proizvoda, eno-gastro i tradicionalni ruralni festivali predstavljaju snažan alat promocije lokalnog identiteta i sezonske disperzije turizma

Izvor: izrada autora

2.8. KULTURNI TURIZAM

Zadarska županija ima bogatu kulturno-povijesnu baštinu i tradiciju koja pruža širok spektar mogućnosti za razvoj kulturnog turizma, uključujući i vrijednu sakralnu baštinu te vjerske lokalitete koji predstavljaju važan segment identiteta prostora i potencijal razvoja vjerskog turizma. Poseban potencijal predstavlja i razvoj hodočasničkih i tematskih ruta, poput *Camino* rute, koje povezuju kulturnu, sakralnu i prirodnu baštinu destinacije. Bez obzira na potencijal, postojeće kulturno bogatstvo trenutno je nedovoljno iskorišteno u oblikovanju prepoznatljivog proizvoda kulturnog turizma. Kulturni turizam predstavlja dodatni element ponude, a ne primarni razlog dolazaka turista. Sve destinacije i zone Zadarske županije moraju sinergijski povezati sve elemente ponude kulturnog i kreativnog turizma u visoko konkurentan turistički proizvod koji naglašava autohtoni i autentičan doživljaj kao odmak od unificirane, globalizirane turističke ponude.

Tablica 13: Kulturni turizam

Preduvjeti razvoja (resursi, atrakcije, turistička infrastruktura)	– Arhitektonska i sakralna baština u svim mikrodestinacijama – 322 kulturna dobra u *Registru kulturnih dobara RH* – 5 zaštićenih kulturnih dobara pod zaštitom *UNESCO*-a – Bogata maritimna baština – Prepoznatljive atrakcije (npr. fortifikacijski sustavi Mletačke republike u Zadru, *Pozdrav suncu*, *Morske orgulje, Camino Zadar*[79]…) – Razvijeni muzeji, galerije i interpretacijski centri u većim sredinama – Tradicija, običaji i folklor kao temelj autentične kulturne ponude – Različitost kulturne baštine i specifičnosti po mikrodestinacijama
Razina konkurentnosti turističkog proizvoda	– Razina ponude nedovoljno valorizira kulturne preduvjete – Kultura kao sekundarni motiv dolaska turista – Slaba povezanost i umreženost kulturnih institucija, TZ-ova i lokalnih dionika – Nedovoljno atraktivna ponuda pojedinih podoblika – Nedovoljna digitalizacija i interpretacija kulturne baštine – Postoje pozitivni primjeri mikrodestinacija s profiliranim kulturnim sadržajem (Zadar, Nin, Pag) – Pozitivni primjeri tradicijskih i kulturnih događaja – Potencijal za razvoj kulturnih ruta, kreativnog, vjerskog i događajnog turizma
Razvojni potencijal	– Sezonalnost: kulturni turizam kao primarni motiv dolaska turista uz obogaćivanje i diversificiranje ponude, a kroz događaje i festivale može znatno doprinijeti produljenju sezone – Prihvatni kapacitet atrakcija: potrebno je poboljšati pristupačnost kulturnim atrakcijama (za osobe s invaliditetom), poboljšati mogućnost parkinga te upravljati turističkim tokovima (dolazak turista s *cruisera*, veća kulturna događanja) – Boravišno-izletničke značajke: kreiranje kulturnih ruta pruža mogućnost izleta u destinacije Zadarske županije kao i povezivanje kulturnog turizma s ostalim oblicima turizma (enogastonomski, *outdoor* turizam) u cilju produljenja boravka i veće potrošnje

[79] Iako je referentna godina analize 2024. godina, Camino ruta službeno je otvorena 2025. godine te je u dokument uključena zbog svoje relevantnosti za budući razvoj kulturnog i outdoor turizma.

	– Značaj za privlačenje tržišta: ciljano tržište predstavljaju turisti inspirirani kulturom prema podoblicima kulturnog turizma (baštinski, muzejski, događajni, vjerski, kreativni i folklorni turizam)
Marketinški potencijal	– Fizička i javna dostupnost: diferencira se ovisno o prometnim mogućnostima mikrodestinacija s većim pritiskom na gradske sredine posebno u uvjetima lošeg vremena. Ograničena dostupnost osobama s invaliditetom – Stanje obilježenosti: diferencirana ovisno o mikrodestinacijama i važnosti kulturnih sadržaja. Potrebno je unificirati i modernizirati turističku signalizaciju te jače implementirati digitalizaciju u obilježavanju atrakcija – Dostupnost informacija: informacije su dostupne na internet stranicama TZ-ova na svim razinama kao i u vodičima. Ograničena dostupnost informacija osobama s invaliditetom – Promocija: Udruženi marketing i koordinirane kampanje TZ-ova, kulturnih ustanova i lokalnih zajednica doprinose vidljivosti i međunarodnoj prepoznatljivosti

Izvor: izrada autora






3. REZULTATI PROVEDENIH ANKETNIH ISTRAŽIVANJA

U funkciji izrade *Plana upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine* provedena su tri anketiranja: anketiranje turista, lokalnog stanovništva i dionika. Detaljni rezultati analize anketiranja se nalaze u Prilogu 1. predmetnog *Plana*. Ključni rezultati su prema smjernicama korišteni za izračun obveznih i specifičnih pokazatelja održivosti.

3.1. REZULTATI ANKETIRANJA TURISTA

Istraživanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja provedeno je prema *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025). Cilj istraživanja bio je analizirati ukupno iskustvo boravka posjetitelja te prepoznati ključne čimbenike zadovoljstva, lojalnosti i održivosti turizma na području Zadarske županije.

Podatci su prikupljeni tijekom turističke sezone 2025. godine, a istraživanje je obuhvatilo šest prostornih zona: otoke zadarskog arhipelaga, grad Zadar, obalni dio, Ravne kotare, podvelebitsko područje i lički dio županije. Ukupni uzorak čini 723 ispitanika, od čega su 404 turisti u komercijalnom smještaju, 108 u nekomercijalnom smještaju te 211 jednodnevni

posjetitelji. Rezultati analize (opširnije u Prilog 1. **Izvještaj - Zadovoljstvo turista boravkom u Zadarskoj županiji i Upitnik za istraživanje zadovoljstva turista**) su prikazani kroz obvezne i specifične pokazatelje održivosti te dodatne pokazatelje razvoja destinacije.

3.1.1. OBVEZNI I SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI

Rezultati potvrđuju da Zadarska županija u cjelini pruža pozitivno turističko iskustvo, s prosječnim indeksom zadovoljstva od 72,22 % (Tablica 11 u nastavku). Najviše vrijednosti bilježe se u gradu Zadru (77,3 %) i obalnim područjima, dok su niže ocjene zabilježene u Ravnim kotarima i ličkom dijelu županije, što upućuje na prostornu neujednačenost kvalitete doživljaja. Turisti u komercijalnom smještaju iskazuju višu razinu zadovoljstva (73,4 %) u odnosu na turiste u nekomercijalnom smještaju (68,7 %) i jednodnevne posjetitelje (71,7 %).

Pokazatelji lojalnosti ukazuju na stabilnu percepciju destinacije – neto spremnost na preporuku iznosi 25 % za turiste u komercijalnom smještaju te 37,9 % za jednodnevne posjetitelje, što potvrđuje pozitivan imidž i potencijal za organsku promociju. Udio ponovljenih turista u smještajnim objektima iznosi 26,7 %. Prosječna dnevna potrošnja turista u komercijalnom smještaju iznosi 64,6 eura, dok je u nekomercijalnom smještaju 58,1 eura. Pokazatelj se izračunat na temelju ukupnih prijavljenih troškova boravka, isključujući izdatke za smještaj i dolazak do destinacije.

3.1.2. DODATNI POKAZATELJI RAZVOJA DESTINACIJE

Turisti Zadarske županije najzadovoljniji su ljepotom destinacije (od 54 do 61 % zadovoljnih) i atmosferom boravka, što potvrđuje visoku estetsku i ambijentalnu vrijednost prostora. Slabije ocjene zabilježene su za uređenost mjesta (38 % za segment turista i 24 % kod jednodnevnih posjetitelja), promet u destinaciji (30 % kod turista u komercijalnom smještaju i 17 % kod turista u nekomercijalnom smještaju i jednodnevnih posjetitelja) i turističku ponudu (30 %), što upućuje na potrebu jačanja infrastrukturnih i sadržajnih elemenata.

Zadovoljstvo cijenama u ugostiteljstvu i trgovinama općenito je nisko (od 13 do 21 %). Razlike u ocjeni rezultata indeksa zadovoljstva destinacijom u odnosu na pojedinačne elemente (ljepotu, uređenost, promet i turističku ponudu) očekivane su i rezultat su različite metodologije izračuna. Indeks zadovoljstva izražava ukupni dojam boravka u destinaciji na temelju kombinacije triju varijabli i standardiziran je na skali od 0 do 100, dok su pojedinačne ocjene zadovoljstva izračunate kao udio ispitanika koji su na svaku tvrdnju odgovorili s najvišim ocjenama (6 ili 7). Stoga su vrijednosti indeksa u pravilu više od udjela zadovoljnih po pojedinim elementima, jer odražavaju opći doživljaj destinacije, a ne samo procjenu pojedinih aspekata ponude.

Osobno iskustvo i preporuke prijatelja ili rodbine najčešći su izvori informacija za sve skupine turista, što potvrđuje važnost preporuka i prethodnih pozitivnih doživljaja. Internetske stranice destinacije i društvene mreže imaju značajnu ulogu, osobito kod jednodnevnih posjetitelja i mlađih skupina, dok tradicionalni mediji i tiskani promotivni materijali bilježe manji utjecaj. Rezultati upućuju na potrebu daljnjeg jačanja digitalne komunikacije i autentičnih preporuka kao ključnih kanala informiranja o destinaciji.

Gužva i buka predstavljaju umjeren do izražen problem, osobito među jednodnevnim posjetiteljima koji češće borave u središnjim, prometnijim područjima. Rezultati ukazuju na potrebu upravljanja turističkim pritiscima na glavnim lokalitetima te prostornog rasterećenja i poticanja posjeta slabije posjećenim zonama županije.

Većina posjetitelja (oko 60 % u segmentu turista) dolazi automobilom, dok se javnim prijevozom koristi 32% turista, a kod jednodnevnih posjetitelja dominira brodski prijevoz (70 %). To potvrđuje dominaciju cestovnog prometa i potrebu za boljim upravljanjem prometnim tokovima i parkirališnom infrastrukturom tijekom glavne sezone.

Tablica 14: Ključni pokazatelji zadovoljstva i održivosti

Pokazatelj	Turisti u komercijalnom smještaju	Turisti u nekomercijalnom smještaju	Jednodnevni posjetitelji
Indeks zadovoljstva boravkom	73,4 %	68,7 %	71,7 %
Udio ponovljenih turista	26,7 %	—	—
Udio zadovoljnih ljepotom destinacije	54,7 %	54,6 %	60,7 %
Udio zadovoljnih uređenjem destinacije	38,1 %	39,8 %	24,2 %
Udio zadovoljnih atrakcijama (uređenost glavnih atrakcija)	39,9 %	33,3 %	25,6 %
Udio zadovoljnih prometom u destinaciji	30,7 %	17,6 %	17,1 %
Udio zadovoljnih turističkom ponudom	30,2 %	25,0 %	26,5 %
Udio zadovoljnih cijenama u ugostiteljstvu	20,5 %	15,7 %	13,3 %
Udio zadovoljnih cijenama u trgovinama	19,8 %	13,9 %	12,8 %
Udio nezadovoljnih bukom	21,6 %	38,7 %	46,2 %
Udio nezadovoljnih gužvom	25,6 %	38,7 %	55,2 %
Glavni oblik prijevoza	Automobil (61,4 %)	Automobil (67,6 %)	Brod/trajekt (69,5 %)
Najčešći izvori informacija	Preporuke prijatelja / rodbine, i osobno iskustvo	Osobno iskustvo i preporuke prijatelja / rodbine	Internetske stranice destinacije i društvene mreže

Izvor: izrada autora

3.1.3. ZAKLJUČAK ISTRAŽIVANJA

Zadarska županija u 2025. godini potvrđuje visoku razinu zadovoljstva turista i prepoznatljiv identitet temeljen na prirodnoj ljepoti, sigurnosti i gostoljubivosti. Glavni izazovi odnose se na infrastrukturnu dostupnost, prometno opterećenje i percepciju visokih cijena, dok su prilike za napredak u razvoju kulturne i gastronomske ponude te ravnomjernijem prostornom razvoju. Sustavno praćenje zadovoljstva i strateško upravljanje prostorom ključni su preduvjeti za daljnji održiv i konkurentan turistički razvoj županije.

Za uravnoteženiji razvoj preporučuje se:

- Očuvati prirodne i ambijentalne vrijednosti koje čine temelj prepoznatljivosti Zadarske županije;

- Uložiti dodatne napore u unapređenje prometne infrastrukture i parkirališnih kapaciteta, osobito u središnjem i obalnom području;
- Razvijati kulturne, zabavne i gastronomske sadržaje s ciljem produljenja boravka i ravnomjernijeg prostornog i sezonskog opterećenja;
- Potaknuti održivo upravljanje resursima kroz poboljšanje ekoloških standarda, uređenosti javnih prostora i komunikacije o održivom turizmu;
- Jačati digitalnu komunikaciju i promociju na društvenim mrežama kao ključne kanale za privlačenje i zadržavanje turista.

3.2. REZULTATI ANKETIRANJA LOKALNOG STANOVNIŠTVA

Istraživanje o stavovima lokalnog stanovništva Zadarske županije o utjecaju turizma provedeno je tijekom rujna 2025. godine u skladu sa *Smjernicama Ministarstva turizma i sporta* (MINTS, 2025).

U istraživanju je sudjelovalo 692 ispitanika s prebivalištem u županiji. Uzorak je uravnotežen prema spolu i demografskim obilježjima te omogućuje pouzdano tumačenje rezultata (pregledno prikazanih u Tablici 12 u nastavku) bez dodatnog utežavanja.

Većina ispitanika (56,6%) ne ostvaruje prihod od turizma, dok 43,4% ostvaruje glavni ili dodatni prihod, što omogućuje analizu percepcija prema ekonomskoj uključenosti u turističke aktivnosti. Sažeti prikaz analize je u nastavku, dok je cjeloviti izvještaj u Prilog 2. **Izvještaj - Zadovoljstvo lokalnog stanovništva u Zadarskoj županiji i Upitnik za istraživanje zadovoljstva stanovnika**).

3.2.1. OBVEZNI I SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI

U ovom se dijelu prikazuju rezultati koji odražavaju percepciju lokalnog stanovništva o učincima turizma na kvalitetu života, razvoj zajednice i očuvanje identiteta prostora, uz razlike prema ostvarivanju prihoda od turizma:

- Zadovoljstvo razvojem turizma: ukupno 9,99 % stanovnika zadovoljno je razvojem turizma; među onima s prihodom od turizma zadovoljstvo je veće (16,67 %), a među onima bez prihoda znatno niže (4,86 %);
- Kvaliteta života: 38,78 % stanovnika percipira turizam kao pozitivan utjecaj na kvalitetu života (s prihodom od turizma 58,05 %; bez prihoda od turizma 23,97 %);
- Zadovoljstvo životom u mjestu: izražava 32,56 % ispitanika (s prihodom od turizma 43,48 %; bez prihoda od turizma 24,23 %);
- Identitet mjesta: prevladavaju negativne percepcije (54,58 % smatra da turizam negativno utječe na autentičnost i tradiciju); pozitivan utjecaj vidi 22,09 % stanovnika (s prihodom od turizma 35,79 %; bez prihoda od turizma 11,50 %);
- Stres od turizma: vrlo visok budući da 86,59 % stanovnika doživljava umjeren ili visok stres, pri čemu je stres manji kod stanovnika s prihodom od turizma (78,67 %) nego kod onih bez prihoda (92,70 %).

3.2.2. OSTALI POKAZATELJI

Ostali pokazatelji odnose se na percepciju stanovnika o opterećenju prostora, infrastrukture i svakodnevice turizmom te omogućuju uvid u granice održivosti i društvenu prihvatljivost turističkog razvoja u Zadarskoj županiji.

Sažeti prikaza pokazatelja proizišlih iz anketiranja lokalnog stanovništva nalazi se u Tablici 15.

Tablica 15: Sažetak pokazatelja

Pokazatelj	Opis / Sažetak rezultata
Blagostanje i svakodnevica	38,7 % stanovnika smatra da turizam doprinosi održanju ili unapređenju kvalitete života (s prihodom od turizma 58,1 %; bez prihoda od turizma 24,0 %)
Izgled destinacije	18,0 % ispitanika smatra da turizam pozitivno utječe na izgled mjesta; većina ocjenjuje promjene negativnima ili neutralnima
Korištenje javnog prostora	73,0 % stanovnika smatra da turizam smanjuje dostupnost i prikladnost javnih prostora za potrebe lokalne zajednice
Opterećenja i buka	45,7 % stanovnika navodi buku kao veliki problem, dok 79,4 % ističe problem neprimjereno odloženog otpada
Gužve i promet	Gužve u prometu najveći su izazov te ih 83,6 % smatra velikim problemom; gužve na ulicama smetaju 60,6 % stanovnika
Apartmanizacija	75,1 % stanovnika smatra da apartmanizacija negativno utječe na kvalitetu života
Cijene i troškovi života	Gotovo svi ispitanici percipiraju rast cijena zbog turizma (trgovine 97,2 %; stambeni prostor 95,2 %; ugostiteljstvo 97,2 %)
Ovisnost o prihodima od turizma	43,3 % kućanstava ostvaruje prihod od turizma (glavni 9,1 %; dodatni 34,2 %)
Zadovoljstvo turističkom ponudom	Najviše zadovoljstva izraženo je s gastronomijom (18,5 %), događanjima (20,1 %) i nautičkim turizmom (44,3 %)
Motiviranost za rad u turizmu	Više od polovice stanovnika (52,9 %) pokazuje umjerenu do visoku motiviranost; 24,7 % nije motivirano
Komunalna infrastruktura i okoliš	56,4 % ispitanika nezadovoljno je razvojem komunalne infrastrukture, a 77,3 % smatra da turizam negativno utječe na okoliš
Građevinski potencijal	62,6 % smatra da županija više nema značajan građevinski potencijal za nove turističke objekte

Izvor: izrada autora

3.2.3. ZAKLJUČAK ISTRAŽIVANJA

Rezultati ukazuju na izraženu društvenu napetost između koristi i opterećenja turizma te na potrebu za uravnoteženijim razvojem koji uvažava interese lokalnog stanovništva. Dok ekonomski uključeni stanovnici turizam doživljavaju pozitivnije, većina bez prihoda od turizma osjeća posljedice pritiska na prostor, infrastrukturu i kvalitetu života.

Za uravnoteženiji razvoj preporučuje se:

- Jačanje društvene održivosti turizma kroz participativne modele upravljanja i uključivanje lokalne zajednice u donošenje odluka;
- Smanjenje prostornog i infrastrukturnog pritiska mjerama kontrole gradnje smještajnih kapaciteta i boljim gospodarenjem otpadom;
- Poticanje zapošljavanja i lokalnog poduzetništva u turizmu radi širenja ekonomskih koristi;
- Jačanje identiteta i kulturne autentičnosti kroz programe interpretacije i očuvanja baštine;
- Sustavno praćenje percepcija stanovnika radi prilagodbe lokalnih razvojnih politika.

Istraživanje potvrđuje da je Zadarska županija suočena s neravnotežom između turističkog rasta i društvene prihvaćenosti turizma. Uključivanje lokalnog stanovništva planiranje, zapošljavanje i ravnomjerniju raspodjelu koristi od turizma, uz smanjenje prostornih i ekoloških pritisaka te očuvanje autentičnog identiteta destinacije, ključni su preduvjeti dugoročne održivosti i otpornosti turističkog razvoja.

3.3. REZULTATI ANKETIRANJA DIONIKA

Istraživanje je provedeno u razdoblju od 1. srpnja do 5. listopada 2025. godine**,** prema *Smjernicama za provođenje istraživanja gospodarskih subjekata* (MINTS, 2025), s ciljem praćenja razine implementacije mjera održivog poslovanja u turističkom sektoru Zadarske županije.

U istraživanju je sudjelovalo 40 dionika, odnosno gospodarskih subjekata iz različitih djelatnosti vezanih za turističko poslovanje, što omogućuje osnovnu analizu stanja, iako uz ograničenu reprezentativnost zbog sezonalnosti poslovanja i preklapanja istraživačkih aktivnosti između županijske i lokalnih turističkih zajednica[80].

3.3.1. SAŽETAK KLJUČNIH NALAZA ISTRAŽIVANJA DIONIKA

U nastavku su sažeto prikazani najvažniji rezultati istraživanja gospodarskih subjekata Zadarske županije, s naglaskom na održivo upravljanje resursima, zapošljavanje, korištenje lokalnih proizvoda i pristupačnost turističke ponude.

Tablica 16: Sažetak ključnih nalaza istraživanja gospodarskih subjekata u turizmu Zadarske županije

Pokazatelj	Opis / Sažetak rezultata
Upravljanje vodom	Mjere štednje vode primjenjuje 70,0 % subjekata, dok 8,1 % koristi recikliranu vodu; većina još uvijek ovisi o centraliziranom vodoopskrbnom sustavu, a ulaganja u sustave ponovne uporabe vode su rijetka
Gospodarenje otpadom	86,5 % subjekata razdvaja otpad, najčešće papir, karton i biorazgradivi otpad; mjere za smanjenje otpada od hrane provodi 71,4 % subjekata koji se bave ugostiteljstvom
Energija i klimatske promjene	Rješenja za ublažavanje i/ili prilagodbu klimatskim promjenama implementiralo je 30–32 % subjekata; 51,5 % posjeduje energetski certifikat, najčešće razine B i C
Lokalni proizvodi i usluge	Više od 40 % subjekata koristi najmanje 40 % lokalno proizvedene hrane, pića, dobara i usluga u svom poslovanju; najniži udio bilježi se kod lokalno proizvedenog pića
Zaposlenost	58,4 % zaposlenih je u dobi od 25–49 godina, 69,7 % ima strukovnu školu, a 68,8 % zaposlenih radi sezonski, što potvrđuje izraženu sezonalnost turizma
Pristupačnost	Pristupačne smještajne jedinice čine 20,9 % ukupnog kapaciteta; različiti kriteriji procjene upućuju na potrebu preciznijeg definiranja pojma pristupačnosti u budućim istraživanjima

Izvor: izrada autora

3.3.2. PREPORUKE KAO REZULTAT ISTRAŽIVANJA DIONIKA

Rezultati ukazuju na postojanje svijesti o održivom poslovanju, ali i na potrebu sustavnijeg planiranja i podrške od strane institucija.

Za unaprjeđenje održivosti turističkog sektora Zadarske županije preporučuje se:

- Jačanje edukacije i tehničke podrške poduzetnicima u području štednje vode i energije;
- Standardizacija praćenja i izvještavanja o otpadu, uključujući hranu i ambalažu;
- Poticanje suradnje s lokalnim proizvođačima te razvoj kratkih opskrbnih lanaca;
- Strategije za produljenje sezone i smanjenje sezonalnosti zaposlenja;
- Unapređenje kriterija pristupačnosti i poticanje prilagodbi smještajnih kapaciteta osobama s invaliditetom.

[80] U ovom kontekstu pojam dionici koristi se za gospodarske subjekte, iako u širem smislu obuhvaća i turiste te lokalno stanovništvo.

3.3.3. ZAKLJUČNA PORUKA ISTRAŽIVANJA DIONIKA

Sustavno praćenje, edukacija i koordinacija među turističkim zajednicama nužni su preduvjeti za uravnotežen razvoj destinacije.

U istraživanju je sudjelovalo 40 gospodarskih subjekata iz različitih djelatnosti vezanih za turizam, što omogućuje osnovnu analizu stanja, iako uz ograničenu reprezentativnost zbog sezonalnosti poslovanja i preklapanja istraživačkih aktivnosti između županijske i lokalnih turističkih zajednica. U nastavku su sažeto prikazani najvažniji rezultati istraživanja gospodarskih subjekata Zadarske županije (Tablica 16), s naglaskom na održivo upravljanje resursima, zapošljavanje, korištenje lokalnih proizvoda i pristupačnost turističke ponude. Opširnija analiza nalazi se u Prilog 3. **Izvještaj - Identificiranje izazova i potencijala za implementaciju i razvoj održivih praksi i Upitnik za anketiranje gospodarskih subjekata**.

Rezultati ukazuju na postojanje svijesti o održivom poslovanju, ali i na potrebu sustavnijeg planiranja i podrške od strane institucija. Za unaprjeđenje održivosti turističkog sektora Zadarske županije preporučuje se:

- Jačanje edukacije i tehničke podrške poduzetnicima u području štednje vode i energije;
- Standardizacija praćenja i izvještavanja o otpadu, uključujući hranu i ambalažu;
- Poticanje suradnje s lokalnim proizvođačima te razvoj kratkih opskrbnih lanaca;
- Strategije za produljenje sezone i smanjenje sezonalnosti zaposlenja;
- Unapređenje kriterija pristupačnosti i poticanje prilagodbi smještajnih kapaciteta osobama s invaliditetom.

Iako istraživanje dionika Zadarske županije ukazuje na razinu održivosti višu od nacionalnog prosjeka u pojedinim segmentima, rezultati potvrđuju da su voda, energija i sezonalnost ključni izazovi daljnjeg održivog razvoja.

Sustavno praćenje, edukacija i koordinacija među turističkim zajednicama nužni su preduvjeti za uravnotežen razvoj destinacije.






4. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE

Svrha izračuna pokazatelja održivosti je osigurati strukturu i smjernice za sustavno praćenje, ocjenjivanje i poboljšavanje održivosti destinacije u odnosu na ustanovljenu početnu vrijednost, iz predmetnog *Plana upravljanja destinacijom*. Analiza pokazatelja održivosti bazirana je na petogodišnjem razdoblju (2020. - 2024.). Pri tome, 2024. godina uzeta je kao referentna godina za praćenje obveznih i specifičnih pokazatelja održivosti, navedenih u nastavku. Ipak, kod pojedinačnog je razmatranja pokazatelja prikazana i vrijednost pokazatelja kroz petogodišnje razdoblje (2020. - 2024.). Ideja je da se osim referentne vrijednosti pokazatelja, isti sagleda u kontekstu trenda u promatranom vremenskom periodu, na osnovu čega je za destinacijski menadžment lakše definirati u kojim aspektima treba djelovati hitnije, a koji su pokazatelji stabilni. U komentaru analize svakog pokazatelja uvaženo je čitavo petogodišnje razdoblje te su istaknuta odstupanja, ukoliko postoje. Kod nekih indikatora nije bilo moguće osigurati sve potrebne ulazne podatke, ili su prikupljeni djelomični podaci, što je naznačeno.

4.1. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI ZADARSKE ŽUPANIJE

Popis obveznih pokazatelja, njihova obilježja, podaci koje uključuje metodologija njihova izračuna i učestalost mjerenja propisani su *Prilogom III. Pravilnika o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma* (NN 112/24). Prema *Zakonu o turizmu* (NN 156/23), pokazatelji održivosti (Tablica 17) osnova su svakog plana upravljanja destinacijom.

Tablica 17: Popis obveznih pokazatelja održivosti s pregledom ustanovljenih vrijednosti po pokazateljima za 2024. godinu

RBR.	Pokazatelj	Područje održivosti	Kod pokazatelja/ Tematsko područje	Vrijednost za destinaciju 2024.
1.	Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone	društveni	ZL-1 / Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	**99,10**
2.	Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	društveni	ZL-2 / Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	**9,99 %**
3.	Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji	društveni	ZT-1 / Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom	**73,44 % indeks zadovoljstva turista u komercijalnom smještaju** **71,72 % indeks zadovoljstva jednodnevnih posjetitelja**
4.	Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom	društveni/ upravljanje	PD-1 / Pristupačnost destinacije	**7,5 %**
5.	Broj organiziranih turističkih ambulanti	društveni	SD-1 / Sigurnost destinacije	**3**
6.	Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (po osobi i po noćenju)	okolišni	UVR-1 / Upravljanje vodnim resursima	**209 %**
7.	Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)	okolišni	GO-1 / Gospodarenje otpadom	**65,86 %**
8.	Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije	okolišni – priroda	BR-1 / Zaštita bioraznolikosti	**21,71 %**
9.	Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije	okolišni – klima	UEN-1 / Održivo upravljanje energijom	**43,82 %**
10.	Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika	okolišni – klima	UPK-1 / Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama	**DA**
11.	Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem	ekonomski	TP-1 / Turistički promet	**570.919**
12.	Prosječna duljina boravka turista u destinaciji	ekonomski	TP-2 / Turistički promet	**7,09 dana**
13.	Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	ekonomski	PGS-1 / Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu	**Mj. Pros. br. zaposlenih u djelatnosti „I“ u odnosu**

				na uk. br. zaposlenih	
				I.	**8,86 %**
				II.	**8,93 %**
				III.	**9,40 %**
				IV.	**10,53 %**
				V.	**12,56 %**
				VI.	**14,57 %**
				VII.	**15,56 %**
				VIII.	**15,25 %**
				IX.	**12,65 %**
				X.	**10,32 %**
				XI.	**9,55 %**
				XII.	**9,25 %**
14.	Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	ekonomski	PGS-2 / Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu/ Turistički promet	**344.890.882,00 €**	
15.	Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija	prostorni/ upravljanje	TI-1 / Turistička infrastruktura	**detaljno u tablici izračuna**	
16.	Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom	prostorni/ upravljanje	OUD-1 / Održivo upravljanje destinacijom	**/**	
17.	Broj ostvarenih noćenja u smještaju u destinaciji po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS	prostorni/ upravljanje	OUP-2 / Održivo upravljanje prostorom	**nije moguće utvrditi**	

Izvor: NN 112/24, *Pravilnik o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma*; izračun autora prema prikupljenim podacima

Obvezni pokazatelji održivosti destinacije uključuju pokazatelje kojima se mjeri utjecaj turizma na društvo, na okoliš, na ekonomiju te na prostor destinacije. Tim su redoslijedom prikazani u nastavku.

4.1.1. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA DRUŠTVENE ASPEKTE ODRŽIVOSTI

4.1.1.1. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom

Tablica 18: Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone (ZL-1)**			
Definicija	Pokazateljem se definira ukupan broj ostvarenih turističkih noćenja u destinaciji u odnosu na stotinu stalnih stanovnika u vršnom mjesecu koji se smatra glavnom turističkom sezonom što ujedno podrazumijeva i najveće opterećenje kako u kontekstu infrastrukture, tako i u društvenom.			
Izvor podataka	eVisitor; DZS, Stanovništvo RH (godišnje procjene)			
Učestalost mjerenja	Jednom godišnje			
2020.	2021.	2022.	2023.	**2024.**
77,07	98,02	101,93	99,88	**99,10**
Vrijednost pokazatelja potrebno je pratiti predviđenom dinamikom, kako bi se na vrijeme uočili potencijalni negativni utjecaji objektivnog opterećenja turizma za lokalno stanovništvo i infrastrukturu. Vrijednost pokazatelja				

trenutno odražava omjer od gotovo 1 noćenja na 1 stanovnika i relativno je stabilna u posljednje 4 godine.

Tablica 19: Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (ZL-2)**
Definicija	Pokazatelj predstavlja procjenu udjela (%) stalnih stanovnika koji su zadovoljni turizmom u destinaciji u ukupnom broju stalnih stanovnika u destinaciji.
Izvor podataka	Anketa lokalnog stanovništva
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine za ITR I
2024.	Zadovoljstvo lokalnog stanovništva razvojem turizma je relativno nisko, budući da manje od 1 na 10 osoba izražava svoje zadovoljstvo. Veći udio zadovoljnog stanovništva značio bi više gostoljubivo okruženje za turiste u destinaciji, ali i veću podršku održivom upravljanju destinacijom i velikim ulaganjima u razvoj turizma u području. Stanovnici koji ostvaruju prihod od turizma u većem su udjelu zadovoljni (16,67 %) od onih koji prihod od turizma ne ostvaruju (4,86 %), što upućuje na utjecaj osobne (financijske) koristi na percepciju.
9,99 %	

4.1.1.2. Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom

Tablica 20: Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji (ZT-1)**	
Definicija	Procjena zadovoljstva turista koji borave u komercijalnim smještajnim objektima i jednodnevnih posjetitelja cjelokupnim boravkom u destinaciji na skali od 0 do 100. Procjena neto spremnosti na preporuku na skali od 0 do 100, posebno za turiste koji borave u komercijalnim smještajnim objektima i jednodnevne posjetitelje.	
Izvor podataka	Anketa turista i jednodnevnih posjetitelja	
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine za ITR I	
2024.		
Elementi pokazatelja	**Turisti u komercijalnom smještaju**	**Jednodnevni posjetitelji**
Indeks zadovoljstva	**73,44 %**	**71,72 %**
Neto spremnost na preporuku	**25,00 %**	**37,91 %**

Indeksi zadovoljstva turista i posjetitelja ukazuju da su turisti Zadarske županije većinom zadovoljni cjelokupnim boravkom u destinaciji. Najviši indeks zadovoljstva zabilježen je kod turista u komercijalnom smještaju (73,4 %), dok je niži indeks zadovoljstva zabilježen u nekomercijalnom segmentu (68,7 %). Jednodnevni posjetitelji također iskazuju relativno visoku razinu zadovoljstva (71,7 %), što sugerira pozitivno iskustvo i kod kraćih boravaka. Praćenje zadovoljstva posjetitelja može poslužiti kao dobar indikator kvalitete turističkog proizvoda destinacije.

Neto spremnost na preporuku vrednuje iskustva turista i posjetitelja, a koristi se i za predviđanje lojalnosti destinaciji. Prema vrijednosti pokazatelja, neto spremnost na preporuku veća je kod jednodnevnih posjetitelja, što ukazuje na pozitivno iskustvo i dobar dojam o destinaciji prilikom kraćeg zadržavanja u destinaciji. Spremnost na preporuku kod turista u komercijalnom smještaju nije mala te potvrđuje zadovoljstvo smještajem i uslugama.

4.1.1.3. Pristupačnost destinacije

Tablica 21: Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom (PD-1)**
Definicija	Pokazatelj prikazuje udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom u odnosu na ukupan broj atrakcija u destinaciji prepoznatim planom upravljanja.
Izvor podataka	Evidencija TZ-a o pristupačnosti atrakcija (turistički katastar); Evidencija TZ-a Javne turističke infrastrukture (JTI) destinacije za Popis Javne turističke infrastrukture (JTI).
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine
2024.	Vrijednost pokazatelja odnosi se na potpuno pristupačne atrakcije – od parkirališta u blizini, pristupačnog prilaza, pristupačnog ulaza, pristupačnosti ponuđenih sadržaja i pristupačnih sanitarnih čvorova, te svih etaža ukoliko postoji više od jedne. Uz iskazani udio potpuno pristupačnih atrakcija, u destinaciji je **još gotovo 17 % djelomično pristupačnih atrakcija**, koje najčešće ne zadovoljavaju u pogledu pristupačnog sanitarnog čvora i/ili blizine pristupačnog parkirališnog mjesta. Vrijednost pokazatelja upućuje na potrebu osvješćivanja dionika u destinaciji o važnosti stvaranja pristupačnih sadržaja, kako bi destinacija bila u mogućnosti ponuditi cjelovita pristupačna iskustva osobama s invaliditetom.
7,5 %*	

**Pokazatelj se bazira na potpuno fizički pristupačnim atrakcijama, dok djelomično pristupačne nisu uključene. Sukladno alatu za izračun, informacijska pristupačnost atrakcija nije evaluirana, no valja primijetiti kako dio turistima namijenjenih* web *stranica posjeduje makar minimalnu mogućnost prilagodbe pristupačnosti sadržaja.*

4.1.1.4. Sigurnost destinacije

Tablica 22: Broj organiziranih turističkih ambulanti

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Broj organiziranih turističkih ambulanti (SD-1)**
Definicija	Pokazatelj je broj organiziranih turističkih ambulanti u svrhu provođenja mjera zdravstvene zaštite za povećani broj korisnika zdravstvene zaštite koje se pružaju turistima.
Izvor podataka	Jedinica područne (regionalne) samouprave
Učestalost mjerenja	Jednom godišnje
2024.	Zdravstvena zaštita izvan mreže javnog zdravstva jamči bolju skrb u odnosu na povećani broj ljudi u području u vrijeme turističke sezone. Sukladno tome, jedinica regionalne samouprave za svaku sljedeću turističku sezonu treba utvrditi da li vrijednost pokazatelja zadovoljava, odnosno je li broj turističkih ambulanti u području usklađen s brojem dolazaka turista u prethodnoj godini.
3	

4.1.2. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA OKOLIŠNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI

4.1.2.1. Upravljanje vodnim resursima

Tablica 23: Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (izraženo po osobi i po noćenju)

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (izraženo po osobi i po noćenju) (UVR-1)**			
Definicija	Pokazatelj je omjer ukupne količine vode isporučene u smještajnim objektima destinacije u odnosu na ukupnu potrošnju vode u destinaciji, koji daje uvid u opterećenje turizma na vodni resurs destinacije.			
Izvor podataka	Javni isporučitelji vodne usluge; eVisitor; DZS, Stanovništvo RH (godišnje procjene)			
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine			
2020.	2021.	2022.	2023.	**2024.**
268 %	213 %	177 %	199 %	**209 %**

Iz vrijednosti pokazatelja može se primijetiti da je u vrijeme vršne turističke sezone finalna potrošnja vode dvostruko veća među turistima u smještajnim kapacitetima destinacije, nego među lokalnim stanovništvom po danu, odnosno noćenju. U 2022. došlo je do najveće potrošnje vode i među stanovništvom i vezano uz turizam, u količini koja odstupa od dinamike petogodišnjeg razdoblja, zbog čega je vrijednost pokazatelja naoko manja. U posljednje dvije godine promatranog perioda, potrošnja stanovništva umanjena je u odnosu na 2022., no potrošnja turista raste. Pri tome, potrošnja vode u vršnim mjesecima sezone povezana s turizmom u 2024. gotovo je jednaka kao i potrošnja u vršnim mjesecima 2022. S obzirom na ograničenost vodnog resursa, vrijednost je pokazatelja potrebno pratiti, te je potrebno poduzeti mjere i aktivnosti s ciljem smanjenja potrošnje vode u smještajnim objektima destinacije.

4.1.2.2. Gospodarenje otpadom

Tablica 24: Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone) (GO-1)**			
Definicija	Pokazatelj prati omjer količina komunalnog otpada nastalog po noćenju turista u smještaju u usporedbi s količinama otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone po stanovniku, u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja).			
Izvor podataka	pružatelj javne usluge ; JLS; eVisitor; DZS, Stanovništvo RH (godišnje procjene)			
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine			
2020.	2021.	2022.	2023.	**2024.**
166,67 %	142,01 %	128,09 %	137,71 %	**65,86 %**
Iako u apsolutnim iznosima ukupne količine prikupljenog otpada ukazuju da opterećenje destinacijskog sustava zbrinjavanja u vršnoj sezoni raste, iz vrijednosti je pokazatelja moguće uočiti da je količina otpada proizvedenog po turistu po noćenju samo 66 % količine otpada koju proizvede lokalni stanovnik po danu i u 2024. prvi puta u promatranom razdoblju ne nadmašuje količinu otpada koju je proizvelo lokalno stanovništvo. Kada se sagleda cijelo promatrano petogodišnje razdoblje (2020. - 2024.) jasno je kako udio količine otpada povezanog s turističkim noćenjima opada. Unatoč tome, povećanje ukupne količine otpada implicira da na razini JLS treba provoditi aktivnosti usmjerene na stanovništvo, kako bi se potencijalni negativni utjecaji povezani s otpadom prevenirali.				

4.1.2.3. Zaštita bioraznolikosti

Tablica 25: Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite) (BR-1)**
Definicija	Pokazateljem se definira udio zaštićenih prirodnih područja (dalje u tekstu: ZPP) (kopnenih i morskih) i područja ekološke mreže *Natura 2000*, u ukupnoj površini destinacije (jedan ili više JLS-ova), te njihova struktura prema kategoriji zaštite.
Izvor podataka	Bioportal; Podatci JLS-a
Učestalost mjerenja	Svake četiri godine
2024.	Iz vrijednosti je pokazatelja vidljivo da je oko petine površine destinacije pod nekim oblikom zaštite prirode. Prirodne su atrakcije izuzetan faktor privlačnosti za posjetitelje, zbog čega treba promišljati i buduću održivu valorizaciju, u skladu s rangom zaštite i ograničenjima koja to nameće, te potencijalu koji to nosi.
21,71 %*	

**Valja uzeti u obzir da neka zaštićena prirodna područja nisu čitavom površinom na području Zadarske županije (npr. NP Paklenica), kao i da se različiti oblici zaštite primjenjuju na geografski istom području (PP Vransko jezero i Posebni rezervat Vransko jezero). Podatak o površini pojedinih područja u granicama Županije nije dostupan, dok je površina rezervata Vransko jezero oduzeta iz ukupnog zbroja površina prilikom izračuna ovog pokazatelja.*

4.1.2.4. Održivo upravljanje energijom

Tablica 26: Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije (UEN-1)**			
Definicija	Pokazatelj je omjer ukupne količine električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije, a temelji se na sezonalnosti potrošnje.			
Izvor podataka	HEP ODS; eVisitor			
Učestalost mjerenja	Svake četiri godine			
2020.	2021.	2022.	2023.	**2024.**
*	*	39,54 %	40,07 %	**43,82 %**
Iz vrijednosti je pokazatelja moguće uočiti da u opterećenju energetske infrastrukture potrošnja električne energije turista u smještajnim turističkim objektima sudjeluje s gotovo 44% u periodu vršne sezone. Podaci za cijeli promatrani petogodišnji period (2020.-2024.) upućuju na porast udjela potrošnje električne energije među turistima u odnosu na potrošnju lokalnog stanovništva. Navedeno implicira potrebu praćenja i poduzimanja aktivnosti kojima bi se racionaliziralo trošenje električne energije u vrijeme vršne sezone.				

**Nisu dostupni podaci HEP ODS-a za 2020. godinu, kao ni za period s najmanje turističkih noćenja u 2021.*

4.1.2.5. Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama

Tablica 27: Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika (UPK-1)**
Definicija	Pokazateljem se utvrđuje postoji li u destinaciji sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika.
Izvor podataka	Upravni odjeli JLS
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine
2024.	U destinaciji postoji *Program ublažavanja klimatskih promjena, prilagodbe klimatskim promjenama i zaštite ozonskog sloja na području Zadarske županije*.
DA	

4.1.3. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA EKONOMSKE ASPEKTE ODRŽIVOSTI

4.1.3.1. Turistički promet

Tablica 28: Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim brojem ostvarenih turističkih noćenja

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem (TP-1)**			
Definicija	Pokazateljem se definira ukupan broj dolazaka turista u destinaciji u mjesecu koji se smatra glavnom turističkom sezonom temeljem broja ostvarenih noćenja što ujedno podrazumijeva i najveće opterećenje kako u kontekstu infrastrukture tako i u društvenom kontekstu.			
Izvor podataka	eVisitor			
Učestalost mjerenja	Jednom godišnje			
2020.	2021.	2022.	2023.	**2024.**
371 344	509 332	534 187	532 630	**570 919**
Priljev posjetitelja u područje destinacije u periodu visoke turističke sezone važan je pokazatelj opterećenja prostora, infrastrukture i utjecaja na život lokalnog stanovništva. Praćenje pokazatelja indicira porast broja dolazaka u proteklom petogodišnjem razdoblju, te je ključan ulazni podatak za održivo upravljanje destinacijom u budućnosti.				

Tablica 29: Prosječna duljina boravka turista u destinaciji

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2)**			
Definicija	Pokazateljem se definira prosječan broj noćenja koje jedan turist ostvari u destinaciji.			
Izvor podataka	eVisitor			
Učestalost mjerenja	Jednom godišnje			
2020.	2021.	2022.	2023.	**2024.**
10,04	8,27	7,71	7,39	**7,09**

U usporedbi s prethodnim petogodišnjim razdobljem (2020.-2024.) uočeno je da vrijednost pokazatelja pada, odnosno da se smanjuje broj noćenja turista u destinaciji. U kontekstu održivog upravljanja destinacijom, ovaj pokazatelj valja pratiti jer se može odraziti na segment zapošljavanja u turizmu, te potencijalno dovesti u pitanje kvalitetu pruženih turističkih usluga.

4.1.3.2. Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu

Tablica 30: Broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (PGS-1)**									
Definicija	Pokazateljem se definira ukupan broj zaposlenih na mjesečnoj razini u području I Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane sukladno važećoj nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti (dalje u tekstu: NKD).									
Izvor podataka	Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje									
Učestalost mjerenja	Jednom godišnje									
2020.		2021.		2022.		2023.		**2024.**		
Mj.	Br. zaposlenih u djelatnosti I / uk. br. Zaposlenih	Mj.	Br. zaposlenih u djelatnosti I / uk. br. zaposlenih	Mj.	Br. zaposlenih u djelatnosti I / uk. br. zaposlenih	Mj.	Br. zaposlenih u djelatnosti I / uk. br. zaposlenih	**Mj.**	**Br. zaposlenih u djelatnosti I / uk. br. zaposlenih**	
I.	8,33 %	I.	8,14 %	I.	8,04 %	I.	8,44 %	I.	8,86 %	
II.	8,39 %	II.	8,12 %	II.	8,15 %	II.	8,46 %	II.	8,93 %	
III.	7,91 %	III.	8,28 %	III.	8,43 %	III.	8,89 %	III.	9,40 %	
IV.	8,09 %	IV.	8,63 %	IV.	9,58 %	IV.	10,10 %	IV.	10,53 %	
V.	8,64 %	V.	9,61 %	V.	11,12 %	V.	11,76 %	V.	12,56 %	
VI.	10,97 %	VI.	11,92 %	VI.	13,28 %	VI.	13,94 %	VI.	14,57 %	
VII.	12,22 %	VII.	13,00 %	VII.	14,20 %	VII.	14,81 %	VII.	15,56 %	
VIII.	12,11 %	VIII.	12,81 %	VIII.	13,96 %	VIII.	14,55 %	VIII.	15,25 %	
IX.	9,68 %	IX.	10,76 %	IX.	11,67 %	IX.	12,34 %	IX.	12,65 %	
X.	8,62 %	X.	9,24 %	X.	9,76 %	X.	10,12 %	X.	10,32 %	
XI.	8,30 %	XI.	8,68 %	XI.	9,05 %	XI.	9,33 %	XI.	9,55 %	
XII.	8,21 %	XII.	8,35 %	XII.	8,69 %	XII.	9,12 %	XII.	9,25 %	

Vrijednosti pokazatelja ukazuju da zaposlenost lokalnog stanovništva u I djelatnosti raste u periodu vezanom uz turističku sezonu, kada je udio lokalnog stanovništva u djelatnosti otprilike 15 %, što je više od vrijednosti u prethodnim godinama. U ostalim dijelovima godine u turizmu je zaposleno od 9 do 13% stanovništva, što ukazuje da vršna turistička sezona nije preveliki faktor zapošljavanja lokalnog stanovništva i da lokalno stanovništvo ne ovisi isključivo o turizmu kao izvoru prihoda. Broj zaposlenih u djelatnosti I, odnosno fluktuacije tog broja u budućem razdoblju potrebno je motriti.

Tablica 31: Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (PGS-2)**
Definicija	Pokazateljem se definira poslovni prihod gospodarskih subjekata ostvaren tijekom godine u području I Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane sukladno važećem

	NKD-u.
Izvor podataka	FINA/Porezna uprava – podatak iz Registra godišnjih financijskih izvještaja
Učestalost mjerenja	Jednom godišnje
2024.	Destinacijskom se menadžmentu sugerira praćenje vrijednosti pokazatelja propisanom dinamikom, budući da može ukazivati na pozitivne pomake (povećanje sposobnosti gospodarskih subjekata da isporuče turističke usluge) ili negativne okolnosti (smanjenje sposobnosti gospodarskih subjekata da isporuče turističke usluge) na koje valja pravovremeno odgovoriti.
344.890.882,00 €*	

**Vrijednost pokazatelja utemeljena je na posljednjem dostupnom podatku o poslovnim prihodima gospodarskih subjekata u djelatnosti I (podatak se odnosi na 2023. godinu).*

4.1.4. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA PROSTORNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI DESTINACIJE I ORGANIZACIJU TURIZMA

4.1.4.1. Turistička infrastruktura

Tablica 32: Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija (TI-1)**
Definicija	Pokazateljem se vrši identifikacija i kategorizacija turističkih resursa na području destinacije, uključujući prirodne (parkovi, rezervati, pejzaži) i kulturno-povijesne/antropogene atrakcije (povijesni lokaliteti, muzeji, spomenici, nematerijalna baština).
Izvor podataka	Registar kulturnih dobara RH; Bioportal
Učestalost mjerenja	Jednom godišnje

2024.

Kulturno-povijesna baština (*Registar kulturnih dobara RH* , stanje na dan 9.9.2025.):

- Kopnena arheološka zona/nalazište (61)
- Kopneno/podvodno arheološka zona/nalazište (2)
- Podvodna arheološka zona/nalazište (18)
- Kulturni krajolik – organski (1)
- Kulturnopovijesna cjelina – memorijalna (2)
- Kulturnopovijesna cjelina – ruralna (9)
- Kulturno povijesna cjelina – urbana (9)
- Nepokretna pojedinačna – gospodarske građevine (2)
- Nepokretna pojedinačna – industrijske građevine (3)
- Nepokretna pojedinačna – javna plastika (1)
- Nepokretna pojedinačna – javne građevine (10)
- Nepokretna pojedinačna – komunalna i tehnička građevina (6)
- Nepokretna pojedinačna – memorijalna obilježja i mjesta (7)
- Nepokretna pojedinačna – memorijalne građevine (3)
- Nepokretna pojedinačna – sakralne građevine (95)
- Nepokretna pojedinačna – sakralni kompleksi (19)
- Nepokretna pojedinačna – stambene građevine (15)
- Nepokretna pojedinačna – stambeno-gospodarske građevine (2)
- Nepokretna pojedinačna – stambeno-poslovne građevine (1)
- Nepokretna pojedinačna – vojne i obrambene građevine (18)
- Pokretna pojedinačna knjižna jedinica (1)
- Pokretna zbirka arhivskog gradiva (1)
- Pokretna zbirka knjižnog gradiva (4)
- Nematerijalna baština – izvedbene umjetnosti (2)
- Nematerijalna baština – običaji, obredi i svečanosti (3)
- Nematerijalna baština – tradicijski obrti (1)
- Nematerijalna baština – usmena predaja, izričaji i govori (2)
- Nematerijalna baština – znanje i vještine (8)

Prirodna baština (*Bioportal; Prostorni plan Zadarske županije*):

- Nacionalni park (1): Paklenica
- Posebni rezervat (5): Saljsko polje, Vransko jezero, Dubrava – Hanzina, Kolanjsko blato - blato Rogoza, Velo i Malo blato
- Park prirode (3): Velebit, Telašćica, Vransko jezero
- Spomenik prirode (4): Vrelo rijeke Une, Cerovačke pećine, Modrič pećina, Staro hrastovo stablo zvano „Zeleni hrast"
- Značajni krajobraz (5): Kanjon Zrmanje, SZ dio Dugog otoka, Otok Ošljak, Obalni pojas Dubrava – Hanzina, Predjel Zrće kod Novalje
- UNESCO Popis svjetske baštine: Bukove prašume i izvorne bukove šume Karpata i ostalih regija Europe u području Suva draga-Klimenta i Oglavinovac-Javornik (NP Paklenica)

Vrijednost pokazatelja ukazuje na izuzetno bogatu prirodnu osnovu i kulturno-povijesnu atraktivnost područja. Identifikacija i kategorizacija turističkih resursa osnova je marketinškog djelovanja u smislu jedinstvene atraktivnosti destinacije, dok paralelno služi kao osnova održivog upravljanja turizmom i očuvanja tih resursa, kojih je u Zadarskoj županiji izuzetno mnogo.

4.1.4.2. Održivo upravljanje destinacijom

Tablica 33: Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom (OUD -1)**
Definicija	Pokazatelj je definiran kao praćenje statusa implementacije Plana upravljanja, pri čemu je polazište terminski plan aktivnosti i njihove implementacije.
Izvor podataka	Turistička zajednica / JLS
Učestalost mjerenja	Jednom godišnje
2024.	
/	

4.1.4.3. Održivo upravljanje prostorom

Tablica 34: Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS (OUP-1)**
Definicija	Pokazateljem se definira ukupan broj ostvarenih noćenja u smještaju destinacije unutar godine dana po izgrađenom hektaru zona stambene i ugostiteljsko-turističke namjene.
Izvor podataka	eVisitor; PPUG/O (prostorni planovi uređenja gradova/općina)
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine
2024.	Vrijednost pokazatelja nije moguće utvrditi zbog nedostupnosti ulaznih podataka.

4.2. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI ZADARSKE ŽUPANIJE

Iz popisa specifičnih pokazatelja definiranog *Prilogom IV. Pravilnika o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma* (NN 112/24) izabrano je 19 specifičnih pokazatelja, vezanih uz pojedina područja održivosti. Odrednice pokazatelja i metodologija njihova izračuna preuzete su iz istog izvora. Budući je učestalost mjerenja specifičnih pokazatelja propisana Pravilnikom instruktivne naravi, destinacija će sve specifične pokazatelje održivosti pratiti frekvencijom od 2 godine, usklađeno s dinamikom potrebe praćenja obveznih pokazatelja utemeljenih u anketiranju posjetitelja i stanovništva. Specifični pokazatelji održivosti temelje se na uvidu u stanje pojedinih aspekata održivosti u petogodišnjem periodu od 2020. do 2024. Kako se vrijednost pokazatelja u 2024. uzima kao referentna za buduće praćenje *Plana upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine*, ista je istaknuta u analizi (Tablica 35).

Tablica 35: Popis specifičnih pokazatelja održivosti s pregledom ustanovljenih vrijednosti po pokazateljima za 2024. godinu

RBR.	**Pokazatelj**	**Područje održivosti**	**Kod pokazatelja / tematsko područje**	**Vrijednost za destinaciju 2024.**
1.	Utjecaj turizma na kvalitetu života	društveni	SZL-1 / Zadovoljstvo	**38,78 %**

	lokalnog stanovništva – pozitivna percepcija		lokalnog stanovništva turizmom	
2.	Udio stanovnika koji imaju pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta	društveni	SZL-3 / Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	**22,9 % pozitivno mišljenje** **54,58 % negativno mišljenje**
3.	Udio stanovnika pod umjerenim ili visokim stresom od turizma	društveni	SZL-4 / Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	**86,59 %**
4.	Promjena broja stanovnika u zadnjih pet godina u odnosu na promjenu broja turističkih noćenja	društveni	SZL-5 / Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	**0,65**
5.	Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije	društveni	SZT-1 / Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom	**26,73 %**
6.	Javno dostupne informacije o atrakcijama u turističkim i informativnim centrima	društveni	SPD-2 / Pristupačnost destinacije	**DA**
7.	Ukupan broj kaznenih djela i prekršaja prijavljenih policiji po mjesecima (Broj kaznenih djela i prekršaja u odnosu na broj noćenja lokalnih stanovnika i turista na godišnjoj razini)	društveni	SSD-1 / Sigurnost destinacije	**1892 kaznena djela** **707 prekršaja** **(0)**
8.	Sigurnosne mjere kao što su stanice prve pomoći na plažama/lokalitetima turističkih atrakcija	društveni	SSD-3 / Sigurnost destinacije	**1,62 %**
9.	Sustav za pravovremenu reakciju na probleme s kvalitetom vode	okolišni	SUVR-2 / Upravljanje vodnim resursima	**DA**
10.	Udio otpadnih voda destinacije tretiranih do najmanje sekundarne razine prije ispuštanja	okolišni	SGOV-4 / Gospodarenje otpadnim vodama	**69,00 %**
11.	Plan gospodarenja otpadom s ciljevima za smanjenje i održivo odlaganje	okolišni	SGO-4 / Gospodarenje otpadom	**NE**
12.	Razvijen sustav za zaštitu prirodne i kulturne baštine i lokaliteta	okolišni – priroda	SZB-1 / Zaštita bioraznolikosti	**Planovi zaštićenih prirodnih područja i ekoloških mreža, koji se odnose na zaštitu prirodne baštine.** **Ne postoji sustav, strategija ili plan zaštite kulturne baštine za višegodišnje razdoblje.**
13.	Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište (javna/privatna i vrsta)	okolišni – klima	SOE-2 / Održivo upravljanje energijom	**Udio javnog prijevoza:** **32,14 % turista** **78,57 % jednodnevnih posjetitelja**
14.	Uspostavljene politike i/ili sustav za poticanje smanjenja ovisnosti o fosilnim gorivima, poboljšanja energetske učinkovitosti i unapređenja korištenja tehnologija obnovljive energije	okolišni – klima	SUPK-1 / Ublažavanje i prilagodba klimatskih promjena	**DA**

15.	Stopa popunjenosti u komercijalnim smještajnim kapacitetima	ekonomski	STP-1 / Turistički promet	**Mj.**	**MSP**
				I.	**0,007**
				II.	**0,010**
				III.	**0,020**
				IV.	**0,056**
				V.	**0,147**
				VI.	**0,368**
				VII.	**0,913**
				VIII.	**0,937**
				IX.	**0,324**
				X.	**0,062**
				XI.	**0,013**
				XII.	**0,010**
				GSP= 0,020413962	
16.	Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima	ekonomski	STP-2 / Turistički promet	**64,64 €**	
17.	Javno dostupan plan odgovora na krizne situacije i izvanredne situacije koji razmatra sektor turizma	prostorni/ upravljanje	SOUD-1 / Održivo upravljanje destinacijom	**DA**	
18.	Broj kuća i stanova za odmor na 100 objekata u kojima se stalno živi	prostorni/ upravljanje	SOUP-1 / Održivo upravljanje prostorom	**32,08**	
19.	Smjernice, propisi i/ili politike koje se odnose na održivo korištenje prostora	prostorni/ upravljanje	SOUP-2 / Održivo upravljanje prostorom	**DA**	

4.2.1. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA DRUŠTVENE ASPEKTE ODRŽIVOSTI

4.2.1.1. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom

Tablica 36: Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva (SZL– 1)**
Definicija	Pokazatelj predstavlja procjenu udjela (%) stalnih stanovnika koji pozitivno percipiraju utjecaj turizma na kvalitetu života u destinaciji u ukupnom broju stalnih stanovnika u destinaciji.
Izvor podataka	Anketa lokalnog stanovništva
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine za ITR I

2024.	
Utjecaj turizma na kvalitetu života – pozitivna percepcija	**Zadovoljstvo životom u destinaciji**
38,78 %	**32,56 %**

Vrijednost pokazatelja upućuje da je nešto više od trećine stanovništva zadovoljno kvalitetom života u destinaciji u kontekstu utjecaja turizma. Pri tome, zadovoljniji su oni koji ostvaruju prihod od turizma (58,05 %), dok je među onima koji ne ostvaruju prihod od turizma 23,97 % zadovoljnih utjecajem turizma na kvalitetu života. Pozitivna percepcija turizma je važna za upravljanje destinacijom budući da rezultira potporom lokalnog stanovništva razvoju turizma.

Zadovoljna životom u destinaciji je otprilike trećina stanovništva, više (43,84 %) oni koji ostvaruju prihode, za razliku od udjela zadovoljnih među onima koji ne ostvaruju prihode od turizma (24,23 %). Pokazatelj valja motriti u oba aspekta, i u slučaju smanjenja udjela zadovoljnih stanovnika djelovati kroz mjere održivog upravljanja razvojem turizma u destinaciji.

Tablica 37: Udio stanovnika koji imaju pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Udio stanovnika koji imaju pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta (SZL-3)**
Definicija	Pokazatelj predstavlja procjenu udjela (%) stalnih stanovnika koji imaju pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta u ukupnom broju stalnih stanovnika.
Izvor podataka	Anketa lokalnog stanovništva
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine za ITR I

2024.	
Pozitivna percepcija	**Negativna percepcija**
22,90 %	**54,58 %**

Vrijednost pokazatelja indicira da je percipirani utjecaj turizma na autentičnost, tradiciju, običaje i kulturu destinacije je u mnogo većem udjelu negativan, nego pozitivan za lokalno stanovništvo. Kako je identitet destinacije nešto prepoznatljivo među turistima, percepciju lokalnog stanovništva o utjecaju turizma na identitet mjesta valja uvažiti u planiranju razvoja turizma, budući da veliki udio negativnog mišljenja lokalnog stanovništva može ukazivati i na promjene u destinaciji koje se dugoročno mogu negativno odraziti na održivost.

Tablica 38: Udio stanovnika pod umjerenim ili visokim stresom od turizma

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Udio stanovnika pod umjerenim ili visokim stresom od turizma (SZL – 4)**
Definicija	Pokazatelj predstavlja procjenu udjela (%) stalnih stanovnika koji su pod umjerenim ili visokim stresom od turizma u ukupnom broju stalnih stanovnika u destinaciji.
Izvor podataka	Anketa lokalnog stanovništva
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine za ITR I

2024.	Udio stanovnika koji su pod visokim (23,63 %) ili umjerenim stresom od turizma (62,96 %) je visok. Psihološki je aspekt (subjektivna procjena lokalnog stanovništva) važan dio održivog upravljanja turizmom u destinaciji. Visoka razina stresa stanovništva može ukazivati na prekomjerni turizam, stoga se ovaj pokazatelj ne može ignorirati, ukoliko se želi zadržati ili povećati podrška lokalnog stanovništva turizmu u destinaciji. Stanovnici koji ostvaruju prihod od turizma u manjem udjelu (78,67 %) izražavaju stres uzrokovan turizmom, dok je razina stresa kod stanovnika koji ne ostvaruju ekonomsku korist od turizma izrazito visoka (92,70 %).
86,59%	

Tablica 39: Promjena broja stanovnika u zadnjih pet godina u odnosu na promjenu broja turističkih noćenja

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Promjena broja stanovnika u zadnjih pet godina u odnosu na promjenu broja turističkih noćenja (SZL– 5)**
Definicija	Promjena broja stanovnika uvjetovana prirodnim kretanjima i migracijama prema promjeni turističke aktivnosti mjerene brojem noćenja u smještajnim kapacitetima.
Izvor podataka	DZS, Stanovništvo RH (godišnje procjene); eVisitor
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine

2020.	2021.	2022.	2023.	**2024.**
0,81	0,71	0,63	0,65	**0,65**

Iz vrijednosti pokazatelja, koji u relativni odnos stavlja broj stanovnika u destinaciji i turističke aktivnosti, moguće je zaključiti da broj turističkih noćenja raste većom stopom nego broj stanovnika u destinaciji, što može, ali i ne mora biti rezultat utjecaj turizma. Vrijednost pokazatelja ista je u posljednje dvije godine i tek neznatno manja u 2022., što upućuje na određenu stabilnost odnosa porasta broja turističkih noćenja i porasta broja stanovnika.

4.2.1.2. Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom

Tablica 40: Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije (SZT– 1)**

Definicija	Procjena broja turista u smještajnim kapacitetima koji su već posjetili odredište tijekom posljednjih 5 godina u ukupnom broju turista u smještajnim kapacitetima u destinaciji (u %).
Izvor podataka	Anketa o zadovoljstvu turista
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine za ITR I
2024.	Udio lojalnih turista u komercijalnom smještaju implicira da postoji prostor za jačanje lojalnosti posjetitelja kroz razvoj ponude koja potiče ponovljene posjete destinaciji, posebno u ličkom dijelu županije, Ravnim kotarima i podvelebitskom dijelu.
26,73%	

Tablica 41: Javno dostupne informacije o atrakcijama u turističkim i informativnim centrima

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Javno dostupne informacije o atrakcijama u turističkim i informativnim centrima (SPD-2)**
Definicija	Pokazatelj je definiran kao skup informacije o lokalnim atrakcijama, kulturnim događa- njima, povijesnim znamenitostima i prirodnim ljepotama u turističkoj destinaciji, koji su namijenjeni posjetiteljima.
Izvor podataka	Turistička zajednica
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine
2024.	Dostupnost informacija odražava se na iskustvo posjetitelja i njihove aktivnosti u destinaciji. Vrijednost pokazatelja ukazuje na dostupnost tiskanih i *online* informacija o turističkim atrakcijama koje pružaju turistički i informativni centri, a koje pridonose boljem iskustvu posjetitelja. Pružene informacije igraju ključnu ulogu u održivom upravljanju turističkim tokovima te promicanju kulturne i prirodne baštine destinacije pa je stoga bitno da je u destinaciji ustanovljena prisutnost brošura o turističkim atrakcijama na min. tri strana jezika u uredu turističke zajednice / turističkim informativnim centrima, kao i dostupnost informacija na web stranicama turističkih zajednica / lokaliteta o ključnim aspektima turističke ponude.
DA	

4.2.1.3. Sigurnost destinacije

Tablica 42: Ukupan broj kaznenih djela i prekršaja prijavljenih policiji po mjesecima (Broj kaznenih djela i prekršaja prijavljenih policiji po mjesecima u odnosu na broj ostvarenih noćenja lokalnih stanovnika i turista)

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Ukupan broj kaznenih djela i prekršaja prijavljenih policiji u odnosu na broj noćenja lokalnih stanovnika i turista na godišnjoj razini (SSD-1)**			
Definicija	Pokazateljem se definira ukupan broj kaznenih djela i prekršaja koji su prijavljeni lokalnim policijskim postajama po mjesecima u godini u odnosu na broj noćenja lokalnih stanovnika i turista na godišnjoj razini.			
Izvor podataka	Ministarstvo unutarnjih poslova (dalje u tekstu: MUP)			
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine			
2020.	2021.	2022.	2023.	**2024.**
0*	0*	0*	0*	**0***
Pokazatelj vrijednošću ukazuje na sigurnu destinaciju kroz cijeli promatrani period. Kako bi se očuvala percepcija sigurnosti destinacije, vrijednost ovog pokazatelja i broj kaznenih djela i prekršaja potrebno je pratiti, budući je primjetan trend porasta ukupnog broja kaznenih djela i broja prekršaja u promatranom petogodišnjem periodu.				

**Ukupno je zabilježeno; 1.652 kaznena djela i 554 prekršaja u 2020., 1.513 kaznenih djela i 618 prekršaja u 2021., 1.670 kaznenih djela i 594 prekršaja u 2022., 1.837 kaznenih djela i 613 prekršaja u 2023., te 1.892 kaznena djela i 707 prekršaja u 2024. godini.*

Tablica 43: Sigurnosne mjere kao što su stanice prve pomoći na plažama/lokalitetima turističkih atrakcija

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Sigurnosne mjere kao što su stanice prve pomoći na plažama/lokalitetima turističkih atrakcija (SSD-3)**
Definicija	Pokazatelj daje informacije o broju mjera, lokalitetu primjene, razdoblju implementacije s obveznim opisom mjera koje su implementirane u destinaciji za pomoći na plažama/ lokalitetima turističkih atrakcija u okviru sustava za odgovor na sigurnosne i zdravstvene rizike.

Izvor	Jedinice lokalne samouprave
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine

2024.	Mjere koje su na snazi, a višestruko se primjenjuju na više lokacija, uključuju ispitivanje zdravstvene ispravnosti vode za ljudsku potrošnju, ispitivanje kakvoće mora, pomoć na plažama, te organizaciju i financiranje zdravstvene zaštite za vrijeme turističke sezone.
1,62%	

4.2.2. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA OKOLIŠNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI

4.2.2.1. Upravljanje vodnim resursima

Tablica 44: Sustav za pravovremenu reakciju na probleme s kvalitetom vode

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Sustav za pravovremenu reakciju na probleme s kvalitetom vode (SUVR-2)**
Definicija	Pokazatelj daje informacije o uspostavi sustavu koji je uspostavljen u destinaciji za ispitivanje kvalitete i zdravstvene ispravnost vode za ljudsku potrošnju u sustavima javne vodoopskrbe, odnosno za reakciju na probleme s kvalitetom vode.
Izvor podataka	Javni isporučitelji vodnih usluga javne vodoopskrbe u destinaciji (JLS)
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine

2024.	Sustav za pravovremenu reakciju i postupanje u slučaju problema s kvalitetom vode (odstupanje od parametara sukladnosti za ljudsku potrošnju) uspostavljen je u destinaciji u čitavom promatranom razdoblju (2020. – 2024.). Sustav je u nadležnosti Zavoda za javno zdravstvo Zadarske županije (upute, definirani protokol).
DA	

4.2.2.2. Gospodarenje otpadnim vodama

Tablica 45: Udio otpadnih voda destinacije tretiranih do najmanje sekundarne razine prije ispuštanja

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Udio otpadnih voda destinacije tretiranih do najmanje sekundarne razine prije ispuštanja (SGOV-1)**			
Definicija	Pokazatelj je udio otpadnih voda koje su u destinaciji tretirane minimalno sekundarnom razinom pročišćavanja prije ispuštanja.			
Izvor podataka	Javni isporučitelj vodnih usluga koji upravlja uređajem za pročišćavanje komunalnih otpadnih voda – Komunalno poduzeće u destinaciji zaduženo za odvodnju			
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine			
2020.	2021.	2022.	2023.	**2024.**
68,57 %	70,23 %	69,95 %	68,88 %	**69,00 %**

Na osnovu evidencije o količini otpadnih voda i stupnjevima pročišćavanja prije ispuštanja, vrijednost pokazatelja je u svim godinama promatranog petogodišnjeg raspona približno ista (u rasponu od 68,57% do 70,23%). Vidljivo je da je većina otpadnih voda pročišćena prije ispuštanja. Ipak, ukupna količina otpadnih voda raste kroz cijelo razdoblje, s izuzetkom 2022. kada je u svim stupnjevima pročišćenosti bilo manje ispuštenih količina. Ispuštanje nepročišćenih otpadnih voda zabilježeno je na otocima i djelomično u ličkom dijelu Zadarske županije, u odnosu na što se u kontekstu očuvanja kvalitete mora i zaštite prirodnog okoliša alatima destinacijskog menadžmenta preporuča djelovati u narednom periodu.

4.2.2.3. Gospodarenje otpadom

Tablica 46: Plan gospodarenja otpadom s ciljevima za smanjenje i održivo odlaganje

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Plan gospodarenja otpadom s ciljevima za smanjenje i održivo odlaganje (SGO-4)**
Definicija	Pokazatelj daje informaciju o usvojenom Planu gospodarenja otpadom u destinaciji koji je donesen temeljem propisa o gospodarenju otpadom i nacionalnog plana, a kojim se na osnovi utvrđenih kvantitativnih ciljeva i hijerarhije otpada provode mjere za održivo gospodarenje

	otpadom.
Izvor podataka	pružatelj javne usluge; JLS
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine
2024.	Plan gospodarenja otpadom na razini županije, kojim bi se definirali ciljevi, mjere, aktivnosti, sredstva i rokovi za provođenje važno je usvojiti prema planiranoj dinamici (2025.), jer zbog porasta količine otpada u destinaciji u promatranom petogodišnjem periodu valja prevenirati potencijalne negativne utjecaje neadekvatnog zbrinjavanja otpada na zadovoljstvo lokalnog stanovništva i turista.
NE*	

**Do donošenja Plana gospodarenja otpadom Zadarske županije (planirano u 2025.) ostaju na snazi Planovi gospodarenja otpadom jedinica lokalne samouprave doneseni na temelju Zakona o održivom gospodarenju otpadom (NN 94/13, 73/17, 14/19 i 98/19). Plan gospodarenja otpadom Zadarske županije 2024.-2029. u postupku je javne rasprave.*

4.2.2.4. Zaštita bioraznolikosti

Tablica 47: Razvijen sustav za zaštitu prirodne i kulturne baštine i lokaliteta

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Razvijen sustav za zaštitu prirodne i kulturne baštine i lokaliteta (SZB-1)**
Definicija	Pokazatelj je definiran kao skup mjera, politika i aktivnosti usmjerenih na očuvanje, zaštitu i promicanje prirodne i kulturne baštine unutar turističke destinacije.
Izvor podataka	JLS
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine
2024.	Iako ne postoji jedinstveni dokument, zaštita prirodne baštine realizira se kroz: Plan upravljanja Nacionalnim parkom Paklenica 2023. – 2032., Plan upravljanja Parkom prirode Telašćica za razdoblje 2023. – 2032., Plan upravljanja područjima ekološke mreže Bruvno i Bulji (PU 6073), Plan upravljanja područjima ekološke mreže Ninskog zaljeva i okolice (PU 6080), Plan upravljanja područjem ekološke mreže Karišnica i Bijela (PU 6081), Plan upravljanja ornitološkim rezervatima i područjem Ekološke mreže otoka Paga (PU 6092-1), Plan upravljanja područjima ekološke mreže otoka Silbe (PU 6100), Plan upravljanja područjem ekološke mreže Benkovac (PU 6112), Plan upravljanja zaštićenim područjima i područjima ekološke mreže Dugog otoka (PU 6128), Plan upravljanja područjem ekološke mreže Srednji kanal – Murtersko more (PU 6130), Plan upravljanja područjem ekološke mreže Bokanjačko blato (PU 8030). Ministarstvo nadležno za poslove zaštite prirode ustrojilo je modul za praćenje upravljanja, što se odnosi na provedbu planova upravljanja. U tu bazu podataka javne ustanove na godišnjoj razini unose podatke o provedenim aktivnostima iz planova upravljanja u okviru svoje nadležnosti, te ih iskazuju u izvješćima o ostvarivanju godišnjeg plana upravljanja i programa zaštite, održavanja, očuvanja, promicanja i korištenja zaštićenih područja i područja ekološke mreže, te su javno dostupni. Zaštita kulturne baštine ne adresira se planovima na razini Zadarske županije.
DA (prirodna baština) **NE (kulturna baština)**	

4.2.2.5. Održivo upravljanje energijom

Tablica 48: Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište (javna/privatna i vrsta) (SOE-2)**
Definicija	Udio turista/jednodnevnih posjetitelja koji su koristili sredstva javnog prijevoza za dolazak na odredište.
Izvor podataka	Anketa o zadovoljstvu turista, Anketa jednodnevnih posjetitelja
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine

Primarno prijevozno sredstvo	**2024.**	
	Turisti - udio	**Jednodnevni posjetitelji - udio**
automobil	62,70 %	14,29 %
autobus	12,70 %	8,57 %
vlak	0,40 %	0,00 %

zrakoplov	17,86 %	0,48 %
brod	0,99 %	69,52 %
drugo	5,36 %	7,14 %
UDIO JAVNOG PRIJEVOZA	32,14 %	78,57 %

Prema udjelu javnih prijevoznih sredstava pri dolasku u destinaciju evidentno je da je ponašanje jednodnevnih posjetitelja više ekološki održivo od ponašanja turista. Turistima su automobili najzastupljenije prijevozno sredstvo, slijede zrakoplovi pa autobusi. Dominacija cestovnog prijevoza rezultira prometnim problemima (gužvama i zastojima na putu do i u samoj destinaciji) u vršnoj sezoni. Specifičnosti Zadarske županije (atraktivan obalni i otočni dio) ogledaju se u načinu kretanja jednodnevnih posjetitelja, koji primarno odabiru sredstva pomorskog prijevoza.

4.2.2.6. Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama

Tablica 49: Uspostavljene politike i/ili sustav za poticanje smanjenja ovisnosti o fosilnim gorivima, poboljšanja energetske učinkovitosti i unapređenja korištenja tehnologija obnovljive energije

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Uspostavljene politike za poticanje smanjena ovisnosti o fosilnim gorivima, poboljšanja energetske učinkovitosti i unapređenja korištenja tehnologija obnovljive energije (SUPK-1)**
Definicija	Pokazateljem se utvrđuje je li destinacija uspostavila politiku i/ili sustav poticanja za ublažavanje klimatskih promjena (dekarbonizacija) u turizmu. (DA/NE)
Izvor podataka	Upravni odjeli JLS
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine
2024.	Postojanje *Programa ublažavanja klimatskih promjena, prilagodbe klimatskim promjenama i zaštite ozonskog sloja na području Zadarske* županije implicira da je osigurano održivo upravljanje energijom u turizmu destinacije.
DA	

4.2.3. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA EKONOMSKE ASPEKTE ODRŽIVOSTI

4.2.1.1. Turistički promet

Tablica 50: Stopa popunjenosti u komercijalnim smještajnim kapacitetima (mjesečno i godišnje)

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Stopa popunjenosti u komercijalnim smještajnim kapacitetima (STP-1)**									
Definicija	Pokazateljem se definira stopa popunjenosti* (iskorištenja) komercijalnih smještajnih kapaciteta za razdoblje mjeseca i cijele godine.									
Izvor podataka	eVisitor									
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine									
2020.		2021.		2022.		2023.		**2024.**	
Mj.	MSP	Mj.	MSP	Mj.	MSP	Mj.	MSP	**Mj.**	**MSP**
I.	0,007	I.	0,004	I.	0,006	I.	0,008	I.	**0,007**
II.	0,009	II.	0,006	II.	0,008	II.	0,011	II.	**0,010**
III.	0,014	III.	0,009	III.	0,012	III.	0,021	III.	**0,020**
IV.	0,016	IV.	0,018	IV.	0,050	IV.	0,058	IV.	**0,056**
V.	0,025	V.	0,039	V.	0,092	V.	0,153	V.	**0,147**
VI.	0,181	VI.	0,246	VI.	0,401	VI.	0,384	VI.	**0,368**
VII.	0,705	VII.	0,878	VII.	0,984	VII.	0,959	VII.	**0,913**
VIII.	0,777	VIII.	0,991	VIII.	0,996	VIII.	0,990	VIII.	**0,937**
IX.	0,177	IX.	0,301	IX.	0,332	IX.	0,342	IX.	**0,324**
X.	0,055	X.	0,051	X.	0,053	X.	0,065	X.	**0,062**
XI.	0,019	XI.	0,008	XI.	0,012	XI.	0,014	XI.	**0,013**
XII.	0,005	XII.	0,006	XII.	0,009	XII.	0,010	XII.	**0,010**
GSP = 0,014		GSP = 0,018		GSP = 0,021		GSP = 0,021		**GSP = 0,020**	

U ulaznim podacima pokazatelja valja uočiti da raste broj stalnih kreveta u destinaciji. Broj stalnih kreveta u 2024. u svim je mjesecima veći od broja stalnih kreveta u prethodnim godinama promatranog perioda. Iz odnosa broja

kreveta i broja ostvarenih noćenja, moguće je utvrditi da je popunjenost smještajnih kapaciteta na kraju razdoblja (2024.) veća nego na početku razdoblja (2020.). Ipak, po godinama postoje određena odstupanja. U 2022. zabilježena je veća popunjenost kapaciteta u razdoblju lipanj-rujan, nego u istom razdoblju 2024. Također, popunjenost kapaciteta u 2023. po svim je mjesecima i u na razini godine veća nego u 2024. Pokazatelj treba pratiti budući da je u 2024. primijećeno smanjenje stope popunjenosti kapaciteta u ključnim periodima turističke sezone u odnosu na dvije prethodne godine. To ukazuje na smanjenje efikasnosti korištenja komercijalnih smještajnih kapaciteta, na mjesečnoj (MSP) i godišnjoj (GSP) razini. Iako su odstupanja mala, nastavak trenda ukazivao bi na potrebu za mjerama ograničavanja broja kreveta u komercijalnom smještaju, odnosno dosadašnje dinamike rasta.

**Godišnja stopa popunjenosti, GSP i mjesečna stopa popunjenosti, MSP, u rasponu vrijednosti od 0 do 1.*

Tablica 51: Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima (STP-2)**
Definicija	Procjena prosječne dnevne potrošnje turista u komercijalnim smještajnim objektima. Uključuje izdatke turista na turističke usluge i proizvode kao što su smještaj, prijevoz, hrana i piće, zabava, sport, kultura, izleti, najam opreme, kupnja, suveniri itd., po osobi i noćenju.
Izvor podataka	Anketa o zadovoljstvu i potrošnji turista
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine
2024.	Upitnikom (alatom MINTS-a) kojim je vršeno anketiranje turista predviđeno je prikupljanje podataka o potrošnji turista, bez troškova smještaja i troškova prijevoza do destinacije, čime vrijednost iskazana pokazateljem odstupa od definicije pokazatelja. Prosječna dnevna potrošnja turista u komercijalnom smještaju u destinaciji viša je od potrošnje turista u nekomercijalnom smještaju (58,12 €), te je podjednaka u obalnom i otočnom dijelu, kao i gradu Zadru. Prosječna dnevna potrošnja dobar je način praćenja vrijednosti turističkog proizvoda te otvara mogućnosti pravovremenog unapređenja u lancu stvaranja vrijednosti proizvoda destinacije.
64,64 €*	

**Za razliku od definicije pokazatelja, upitnik koji proizlazi iz metodološkog okvira anketiranja turista od turista je tražio potrošnju koja ne uključuje trošak smještaja i prijevoza.*

4.2.4. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA PROSTORNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI

4.2.4.1. Održivo upravljanje destinacijom

Tablica 52: Javno dostupan plan odgovora na krizne i izvanredne situacije koji razmatra sektor turizma

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Javno dostupan plan odgovora na krizne i izvanredne situacije koji razmatra sektor turizma (SUOD-1)**
Definicija	Pokazatelj predstavlja dostupan i javno objavljen plan smanjenja rizika, upravljanja kriznim i izvanrednim situacijama i hitnog odgovora. Plan prepoznaje širok raspon rizika, uključujući prirodne katastrofe, terorizam, zdravlje, iscrpljivanje resursa i druge krizne i izvanredne situacije (ovisno o destinaciji) za koje postoji objektivna mogućnost ugroze na lokaciji.
Izvor podataka	JLS
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine
2024.	Donesena je Procjena rizika od velikih nesreća za Zadarsku županiju (poveznica), uspostavljeni su jasni komunikacijski postupci i program za lokalno pružanje informacija.
DA	

4.2.4.2. Održivo upravljanje prostorom

Tablica 53: Broj kuća i stanova za odmor na 100 objekata u kojima se stalno živi

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Broj kuća i stanova za odmor na 100 objekata u kojima se stalno živi (SOUP-1)**
Definicija	Pokazateljem se definira odnos između broja kuća i stanova za odmor i broja stalnih stambenih objekata u destinaciji.
Izvor podataka	Podaci JLS o broju stambenih objekata koji se koriste za odmor; DZS popis kućanstava
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine
2024.	Broj nekretnina koje služe kao kuće i stanovi za odmor ne smatra se opterećujućim za karakter destinacije, budući je daleko manji od broja kuća i stanova za stalno stanovanje. Ipak, praćenje indikatora je nužno kako bi se na vrijeme uočile promjene u strukturi tog odnosa i potencijalni negativni utjecaji turizma na destinaciju.
32,08*	

**Podaci o stanovima prema načinu korištenja prikupljeni su iz izvora: DZS, Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2021. - stambene jedinice po gradovima/općinama, Tablica 1. Podaci su objavljeni 2023., no radi se o stanju iz Popisa stanovništva 2021. godine.*

Tablica 54: Smjernice, propisi i/ili politike koje se odnose na održivo korištenje prostora

Pokazatelj (kod pokazatelja)	**Smjernice, propisi i/ili politike koje se odnose na održivo korištenje prostora (SOUP-2)**
Definicija	Pokazatelj je definiran kao službeni dokument koji uključuje pravila i smjernice koje reguliraju korištenje zemljišta i resursa na način koji štiti i čuva okoliš i prirodne resurse.
Izvor podataka	JLS
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine
2024.	Smjernice za održivo korištenje prostora su sadržane u strateškim dokumentima (*Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije 2013. – 2023., Prostorni plan Zadarske županije – pročišćeni tekst 2023.*). U funkciji dugoročne održivosti destinacije u narednom periodu sugerira se donošenje smjernica, propisa ili strategije čiji bi fokus bio na održivosti (alternativno, uvažavanje održivosti korištenja prostora u većem obimu u strateškim dokumentima u narednom periodu) i čime bi urbano planiranje bilo više održivo, istovremeno ograničavajući korištenje raspoloživog zemljišta i smanjenje negativnog utjecaja razvoja na prirodne resurse.
DA	






5. RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA

Na temelju analize sadašnjeg stanja, potencijala za razvoj turističkog proizvoda, rezultata anketiranja i pokazatelja održivosti potrebno je postaviti razvojni smjer destinacije koji mora biti u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrom i drugim važećim planovima i propisima.

Budući da Zadarska županija nema strateški razvojni dokument turizma, predmetni *Plan upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine* definira razvojni smjer i strateške ciljeve na četiri razine održivosti. Razvojni smjer odražava lokalne okolnosti i strateške prioritete te sadržava mjere i aktivnosti vezane uz infrastrukturne, marketinške i druge potrebe destinacije za njegovo ostvarenje.[81]

[81] Smjernice i upute za izradu Plana upravljanja destinacijom, Ministarstvo turizma i sporta, 2024., str. 24.

5.1. SWOT ANALIZA

SWOT analiza predstavlja osnovnu kvalitativnu metodu analize sadašnjeg stanja koja sučeljava snage i slabosti kao odrednice interne okoline te prilike i prijetnje eksterne okoline. Sadašnje stanje konkurentnosti destinacije treba težiti da snage prevladavaju slabosti te da se promjene u eksternom okruženju percipiraju i valoriziraju kao prilike, a ne kao prijetnje u budućim aktivnostima destinacije. Slijedi sažetak SWOT analize Zadarske županije, dok je proširena verzija u Prilog 4. **Integralna SWOT analiza**.

Tablica 55: Sažeti prikaz SWOT analize turizma Zadarske županije

Snage	Slabosti
– Resursno-atrakcijska osnova – Raznolikost obalnog, otočnog, zaobalnog i planinskog prostora te očuvan okoliš i zaštićena područja (NP/PP) te geostrateška lokacija – Prirodne i kulturne turističke atrakcije (Morske orgulje, Pozdrav suncu, Zadarski barkajoli, tradicionalne solane, pješčane plaže i dr.) te bogata kulturna i povijesna baština – Turistička prepoznatljivost destinacije – Javna/komunalna/prometna infrastruktura + digitalizacija – Raznolika javna turistička i rekreacijska infrastruktura (ponuda plaža, biciklističke, pješačke i planinarske staze, vidikovci, speleološki centri, arheološka nalazišta, 8 interpretacijskih i 9 centara za posjetitelje, odmorišta i vidikovci). – Dobra prometna povezanost i sigurnost destinacije (autocesta, Zračna luka Zadar, putnički terminal Gaženica, brodske linije, luke i marine te učestalost brodskih linija). – Digitalizacija i pametna rješenja (smart city sustavi, 4G/5G povezanost, mobilne aplikacije, digitalni alati za interpretaciju i promociju, praćenje kakvoće mora) te komunikacijske i promocijske aktivnosti – Turistički proizvodi i usluge – Kvaliteta ponude u objektima visoke kategorije – Gostoljubivost, autentičnost i autohtonost – Izdvojeni elementi ponude (nautički turizam, outdoor, ruralni turizam, ekoturizam, enogastronomija, događaji) – Poduzetničke aktivnosti u turizmu – Sigurnost	– Prostorna i infrastrukturna neravnoteža – Saturacija, nekontrolirani razvoj i pravna ograničenja – Neujednačena turistička razvijenost mikrolokacija – Prenapučenost plaža na izdvojenim lokacijama – Nepovoljan omjer i struktura smještajnih kapaciteta – Nepostojanje sustavnog gospodarenja i održavanja materijalne kulturne baštine te sezonska nedostupnost pojedinih turističkih atrakcija – Javna/komunalna/prometna infrastruktura + digitalizacija – Preopterećenost i nedostatna kvaliteta infrastrukture – Nezadovoljavajuća razina gospodarenja otpadom – Lokalni prijevoz, sezonalnost i zastarjelost pojedinih prometnih sredstava i infrastrukture, te nepostojanje željezničke povezanosti – Nedovoljno korištenje obnovljivih izvora energije – Digitalni jaz urbanih i ruralnih područja te izostanak implementacije novih tehnologija u operativnom i strateškom upravljanju turizmom – Nedovoljna razina digitalizacije javne uprave i usluga za građane – Turistički proizvodi i usluge – Strukturna neravnoteža i nedovoljna kvaliteta smještaja – Prevelika sezonska koncentracija i nedovoljna kvaliteta ugostiteljske ponude – Nedovoljna raznovrsnost i kvaliteta izdvojenih posebnih oblika ponude kao i njihova integracija

– Aktivnosti TZ Zadarske županije u poticanju razvoja posebnih programa i ostalih turističkih usluga – Ljudski potencijali – Tradicija pružanja usluga u turizmu i gostoljubivost domaćina – Razvijeno strukovno obrazovanje – Stipendije i financijske potpore kroz nacionalne i internacionalne programe za razvoj kadrova, EU fondove i regionalnih centara kompetentnosti kao temelja podizanja kvalitete kadra. – Pristupačnost osobama s invaliditetom – Razvijena svijest o potrebi unaprjeđenja komunalne infrastrukture za osobe s invaliditetom – Izdvojeni pozitivni primjeri: objekti prilagođeni za prihvat osoba s invaliditetom, asistencija osobama s invaliditetom te digitalna pristupačnost i internet stranice prilagođene slabovidnima – Kvalitetna suradnja sa županijskom udrugom osoba s invaliditetom i ostalim lokalnim udrugama	– Sezonalnost ponude – Politika cijena posebno u ugostiteljstvu i trgovini – Ljudski potencijali – Nedostatak radne snage – Veliki udio djelatnika iz trećih zemalja – Nedostatak poduzetničke inicijative lokalnog stanovništva u turizmu i izumiranje tradicijskih obrta – Izostanak strateškog planiranja upravljanja ljudskim kapitalom u turizmu. – Pristupačnost osobama s invaliditetom – Nedovoljna prilagođenost svih elemenata ponude osobama s invaliditetom – Needuciranost osoba koje su u kontaktu sa osobama s invaliditetom – Nepostojanje plana razvoja inkluzivnog turizma
Prilike	**Prijetnje**
– Resursno-atrakcijska osnova – Financijski i institucionalni poticaji za održivi razvoj – Digitalizacija i mapiranje atrakcija – Zelena i digitalna transformacija – Zakon o turizmu i Plan upravljanja destinacijom – Javna/komunalna/prometna infrastruktura + digitalizacija – Korištenje dobrih praksi u razvoju i održavanju javne infrastrukture – Pametna i održiva prometna rješenja – Javna turistička infrastruktura kao temelj valorizacije atrakcija – Participativno upravljanje razvojem i očuvanjem infrastrukture – Edukacija lokalnog stanovništva za korištenje novih tehnoloških rješenja – Turistički proizvodi i usluge – Nova ulaganja i ulazak svjetskih brendova – Promjene Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti – Plan upravljanja destinacijom – Svijest o održivom razvoju – Mjere Ministarstva i HTZ-a – Ljudski potencijali	– Resursno-atrakcijska osnova – Ekološki rizici i klimatske promjene – Pritisci masovnog turizma i prekomjerna eksploatacija – Komercijalizacija i gubitak autentičnosti – Globalne nestabilnosti – Javna/komunalna/prometna infrastruktura + digitalizacija – Opterećenost i ranjivost infrastrukture zbog rasta potražnje – Digitalni rizici i tehnološka zastarjelost – Neadekvatno upravljanje prostorom i komunalnim resursima – Rast potražnje koja uzrokuje preopterećenost elektrodistribucijskog, vodovodnog, telekomunikacijskog sustava – Turistički proizvodi i usluge – Ekonomski i regulatorni pritisci u razvoju proizvoda – Brze promjene trendova na globalnom turističkom tržištu uz rast globalnih platformi koje smanjuju lokalnu kontrolu nad uslugama – Intenzivna konkurencija – Ljudski potencijali

– Sustavi obrazovanja i stručnog usavršavanja – Digitalizacija i internacionalizacija obrazovanja – Motivacija lokalnog stanovništva za uključivanje u turistički sektor – Pristupačnost osobama s invaliditetom – Institucionalna i financijska podrška prilagodbi infrastrukture – Digitalizacija pristupačnosti i prilagođeni vodiči – Pozicioniranje destinacije kao inkluzivne i odgovorne	– Odljev kadrova i demografski izazovi – Niska atraktivnost zaposlenja – Nepovoljno zakonodavno i konkurentsko okruženje – Pristupačnost osobama s invaliditetom – Neprepoznavanje različitih oblika invaliditeta – Nedovoljna osjetljivost i percepcija turista s invaliditetom – Aktivnosti konkurenata u privlačenju turista s invaliditetom

Izvor: izrada autora

Zadarska županija raspolaže snažnom resursno-atrakcijskom osnovom, bogatom kulturnom i prirodnom baštinom te visokom prepoznatljivošću na turističkom tržištu. Raznolikost obalnog, otočnog i zaobalnog prostora, uz razvijenu prometnu povezanost (dostupnost automobilom – blizina emitivnih tržišta) i sigurnost destinacije, predstavljaju temeljne konkurentske prednosti županije. Istodobno su prepoznate i slabosti koje zahtijevaju sustavno upravljanje, među kojima se ističu prostorna i infrastrukturna neravnoteža, izražena sezonalnost, nedostatak radne snage i neujednačena kvaliteta smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta. Neravnomjerna prostorna distribucija turističkih kapaciteta i koncentracija prometa u vršnim mjesecima upućuju na potrebu definiranja jasnih granica prihvatnog kapaciteta destinacije, praćenih kontinuiranim mjerenjem pokazatelja opterećenosti prostora, okoliša i komunalne infrastrukture. Turistički proizvodi županije pokazuju trend diversifikacije. Uz tradicionalni odmorišni turizam sve se više razvijaju posebni oblici poput *outdoor*, ruralnog, kulturnog, nautičkog i enogastronomskog turizma. Međutim, njihova kvaliteta i međusobna povezanost još uvijek nisu na razini koja bi osigurala cjelogodišnje poslovanje i ravnomjernu prostornu valorizaciju resursa.

Usporedno s tim, identificirane su brojne prilike koje proizlaze iz zelene i digitalne transformacije, dostupnosti EU fondova, institucionalne potpore održivom razvoju i novog zakonodavnog okvira u turizmu. Njihovo iskorištavanje omogućuje podizanje kvalitete ponude, ravnomjerniju prostornu valorizaciju i učinkovitije upravljanje turističkim tokovima. S druge strane, rizici povezani s pritiscima masovnog turizma, klimatskim promjenama i demografskim kretanjima zahtijevaju plansko i koordinirano djelovanje svih dionika.

SWOT analiza utvrđuje potrebu za uspostavom integriranog sustava upravljanja prihvatnim kapacitetom destinacije, što čini temelj budućeg razvoja kako bi se osigurala ravnoteža između turističkog razvoja, očuvanja prostora i kvalitete života lokalnog stanovništva te dugoročna konkurentnost i održivost turizma.

5.2. IDENTIFICIRANJE OPĆIH NAČELA RAZVOJA I CILJEVA

Sustav ciljeva razvoja turističke destinacije Zadarske županije potrebno je temeljiti na analizi sadašnjeg stanja turizma županije uz predviđanje razvojnih izazova globalnog turizma u sve dinamičnijim okolnostima koje oblikuju globalnu ponudu i potražnju. Scenarij razvoja turizma Zadarske županije mora biti proaktivan, prediktivan, inovativan i fleksibilan, razvijajući postojeće te implementirajući nove elemente ponude na temelju kojih se mogu zadržati

trenutna tržišta kao i privući nova. S ciljem postizanja dugotrajne održivosti, potrebno je uspostaviti odgovarajuću ravnotežu sustava:[82]

- Optimalno iskoristiti okolišne i prostorne resurse koji su ključni element turističkog razvoja, zadržavajući bitne ekološke procese i pomažući u zaštiti prirodne baštine i bioraznolikosti;
- Poštivati društveno-kulturnu autentičnost destinacija, očuvati njihovo izgrađeno i živo kulturno nasljeđe i tradicijske vrijednosti, te doprinositi međukulturalnom razumijevanju i toleranciji;
- Osigurati održive i dugoročne gospodarske aktivnosti, koje donose društvenu i gospodarsku korist svim dionicima uz pravičnu raspodjelu, između ostaloga i stabilnost zaposlenja, pomažući uklanjanju siromaštva, te veće participativno uključivanje stanovnika u turistički razvoj;
- Provoditi digitalnu transformaciju održivog upravljanja destinacijama, razvijati sustav poslovne inteligencije, te upotrebljavati tehnologiju (*Internet of Things*) u cilju stvaranja pametnog, zelenog i digitalnog turizma.

Vizija turizma Zadarske županije mora slijediti načela održivog razvoja turizma: održivost, odgovornost, raznovrsnost, inovativnost, izvrsnost, inkluzivnost, otvorenost, pristupačnost i sigurnost.

Vizija razvoja turizma mora biti u funkciji vizije razvoja hrvatskog turizma: *Poštujući prirodno i kulturno naslijeđe i jedinstveni identitet svih regija, razvijamo održiv cjelogodišnji turizam poželjan za investicije, rad i život, koji doprinosi skladnom gospodarskom razvoju Hrvatske*, i četiri ključna strateška cilja razvoja: 1. Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam, 2. Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu, 3. Konkurentan i inovativan turizam, 4. Otporan turizam.[83]

Također, vizija mora slijediti i viziju ukupnog razvoja Zadarske županije: *Konkurentna i razvijena županija koja predvodi u plavom i zelenom rastu gospodarstva Jadranske Hrvatske. Županija inovativnog i održivog razvoja sa sigurnim i poticajnim okruženjem za sve njezine stanovnike.*[84]

Na temelju situacijske analize turizma Zadarske županije te predviđanja trendova i izazova razvoja globalnog turizma postavljaju se misija i vizija razvoja turizma do 2029. godine.

Misija

Zadarska županija razvija turizam koji odgovorno pretvara prirodne, kulturne i društvene resurse u konkurentske prednosti, stvarajući inovativnu, visokokvalitetnu i održivu ponudu temeljenu na ravnoteži ekonomskih, ekoloških i sociokulturnih vrijednosti, s ciljem stvaranja koristi za lokalnu zajednicu i zadovoljstva suvremenih turista.

[82] http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=97, pristupljeno 9.5.2025.

[83] Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, NN 2/23, Ministarstvo turizma i sporta, 2023.

[84] Plan razvoja Zadarske županije 2021.-2027. Zajedništvom u sigurnu budućnost, Agencija za razvoj Zadarske županije, ZADRA NOVA, 2021. str. 11.

Vizija

Zadarska županija je jedinstvena, inovativna, prepoznatljiva, raznovrsna, održiva, otporna, uključiva i cjelogodišnja destinacija, koja kroz pametan i održiv ekonomski razvoj, očuvanje i obnovu prirodnih resursa te valorizaciju bogate kulturne baštine, nudi personalizirane, autentične i neponovljive doživljaje po mjeri budućih generacija turista i lokalnog stanovništva, stvarajući klimatski odgovornu i digitalno naprednu destinaciju spremnu za izazove dinamične globalne budućnosti.

Svaka riječ vizije mora biti u usklađena s načelima razvoja turizma i poslati jasnu poruku u kojem smjeru se treba razvijati turizam Zadarske županije i kojim mjerama i aktivnostima se može ostvariti (*SMART* kriterij postavljanja ciljeva):

- Jedinstvena – drugačija, temeljena na valorizaciji prebogate baštine i različitosti resursne i atrakcijske osnove u kreiranju jedinstvenog proizvoda;
- Inovativna – novi originalni sadržaji, elementi ponude, integralni proizvod, komunikacijske strategije koje predstavljaju odmak od uniformne globalizirane ponude u procesu unapređivanja destinacije (nije dovoljno se samo prilagođavati novim trendovima nego je potrebno ići i ispred trendova);
- Prepoznatljiva – brend Zadarske županije kao sinonim izvrsnosti, unikatnosti i neponovljivog turističkog doživljaja;
- Raznovrsna – spoj pučinskih i priobalnih otoka, raznovrsne obale i zaleđa, planinskih i kontinentalnih prostora sa svim klimatskim i krajobraznim prijelazima od mediteranskog, submediteranskog, planinskog do kontinentalnog podneblja;
- Održiva – odgovorni razvoj temeljen na prostornoj, okolišnoj, društvenoj i ekonomskoj održivosti i zelenoj transformaciji;
- Otporna – smanjivanje negativnih utjecaja dramatičnih promjena, trendova, izazova dinamičkog okruženja;
- Uključiva – prilagođena turistima s invaliditetom i temeljena na turizmu za sve;
- Cjelogodišnja turistička destinacija – transformacija iz ljetne odmarališne destinacije masovnog turizma u destinaciju profiliranog sadržaja koja aktivno turistički živi 365 dana.

5.3. OBLIKOVANJE STRATEŠKOG PRAVCA I PRIORITETA

Strateški pravac je stvoriti turizam po mjeri suvremenog turista sadašnjosti i budućnosti uvažavajući sinergijsku implementaciju četiri dimenzije održivog razvoja (društvena, okolišna, ekonomska i prostorna).

- **Prioritet 1**: Ostvarenje pozitivnih sociokulturnih utjecaja turizma temeljenih na razmjeni kultura, tradicija i običaja u kreiranju originalnog autohtonog doživljaja za turista i poboljšanje uvjeta života lokalnog stanovništva;
- **Prioritet 2**: Optimalna valorizacija prirodnih resursa u kreiranju jedinstvenih turističkih sadržaja, temeljena na zelenoj transformaciji i unapređenju komunalne infrastrukture, povećanju biološke raznolikosti te smanjenju ekološkog otiska;
- **Prioritet 3**: Multipliciranje ekonomskih rezultata poslovanja unapređivanjem turističke i prometne infrastrukture, inoviranjem ponude, osnaživanjem promocije s naglaskom na jačanje pred i post sezone (produljenje turističke sezone);

- **Prioritet 4**: Ravnomjernije prostorno opterećenje turističkih zona s naglaskom na jačanje nedovoljno valoriziranih turističkih prostora i očuvanjem prostora u turistički razvijenim prostorima uz osiguranje nesmetanih tokova turista i stanovništva.

5.4. IDENTIFICIRANJE CILJEVA

U funkciji ostvarenja vizije i misije razvoja turizma Zadarske županije postavljaju se strateški ciljevi, kako slijedi:

Društvena dimenzija

- Održiva valorizacija i interpretacija kulturne i tradicijske baštine te jedinstvenog identiteta Zadarske županije u turističkoj ponudi;
- Edukacija i aktivno uključivanje lokalnog stanovništva u razvoj turizma;
- Promicanje međukulturnog razumijevanja i autentičnosti destinacije, kako bi gostoljubivost, lokalne vrijednosti i sigurnost postali temelj dugoročne konkurentnosti županije;
- Razvoj cjelovitih iskustava prilagođenih osobama s invaliditetom (prijevoz, smještaj, atrakcije) u suradnji s udrugama u području i dionicima.

Okolišna dimenzija

- Jačanje svijesti o nužnosti održive valorizacije prirodnih resursa u turističkom razvoju;
- Poticanje odgovornog korištenja i očuvanja prirodnih resursa i zaštite bioraznolikosti;
- Provođenje zelene transformacije turizma kroz projekte energetske učinkovitosti, kružnog pristupa, uvođenje ekoloških certifikata i razvoj infrastrukture za održivi prijevoz;
- Promoviranje jedinstvene prirodne resursne osnove i razvoja ekoturizma.

Ekonomska dimenzija

- Unapređivanje turističke i prometne infrastrukture kao preduvjeta preobrazbe turizma;
- Kreiranje inovativne, visoko konkurentne i profilirane turističke ponude u funkciji jedinstvenog doživljaja za turista;
- Brendiranje Zadarske županije kao prepoznatljive, atraktivne i autentične turističke destinacije;
- Unapređivanje upravljanja održivim razvojem turizma.

Prostorna dimenzija

- Održivo upravljanje prostorom usklađeno s razinom prihvatnog potencijala (na razini destinacija kategorije I i II) u funkciji smanjenja negativnog utjecaja turizma;
- Upravljanje tokovima posjetitelja i lokalnim prometom;
- Unapređivanje i kvalitativno preoblikovanje komunalne infrastrukture.

5.5. MJERE I AKTIVNOSTI

U funkciji ostvarenja strateških ciljeva na razini četiri dimenzije održivog razvoja potrebno je provesti mjere i aktivnosti s definiranim nositeljima provedbe i izvorima financiranja,[85] te rokovima izvršenja definiranim u idućim podpoglavljima (5.5.1. – 5.5.4.).

5.5.1. DRUŠTVENA DIMENZIJA STRATEŠKIH CILJEVA

Prioritet 1: Ostvarenje pozitivnih sociokulturnih utjecaja turizma temeljenih na razmjeni kultura, tradicija i običaja u kreiranju originalnog autohtonog doživljaja za turista i poboljšanje uvjeta života lokalnog stanovništva.

Cilj 1. Održiva valorizacija i interpretacija kulturne i tradicijske baštine te jedinstvenog identiteta Zadarske županije u turističkoj ponudi

Mjera 1. Razvijanje projekata interpretacije kulturne i tradicijske baštine

- Aktivnost 1.1. Podrška organizaciji tematskih interpretacijskih tura, radionica i događanja kroz edukaciju vodiča interpretatora
  Nositelj provedbe: ZŽ, TZ ZŽ, TZ JLS, kulturne ustanove, udruge baštine
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, TZ ZŽ, TZ JLS, Ministarstvo kulture RH, EU fondovi (*Creative Europe*)
  Rok izvršenja: 2028.
- Aktivnost 1.2. Promocija i jačanje lokalnog identiteta *Priče Zadarske županije*
  Nositelj provedbe: ZŽ, TZ ZŽ, kulturne ustanove, ICT poduzetnici, obrazovne institucije
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, TZ ZŽ, EU fondovi (*Digital Europe*, *Creative Europe*)
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 1.3. Digitalizacija kulturne baštine
  Nositelj provedbe: ZŽ, TZ ZŽ, kulturne ustanove, ICT poduzetnici, obrazovne institucije
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, TZ ZŽ, EU fondovi (*Digital Europe*, *Creative Europe*)
  Rok izvršenja: 2029.

Mjera 2. Uključivanje lokalnih proizvođača i umjetnika u turističku ponudu

- Aktivnost 2.1. Uspostava sustava označavanja (certificiranja) autentičnih proizvoda i rukotvorina
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, HGK ŽK Zadar, Obrtnička komora, udruge, TZ JLS
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, TZ ZŽ , JLS, EU fondovi (*ESIF*)
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 2.2. Podrška organizaciji sajmova, izložbi i manifestacija lokalnih proizvoda i rukotvorina u turističkim zonama
  Nositelj provedbe: HGK ŽK Zadar, TZ ZŽ , Obrtnička komora, udruge umjetnika i proizvođača, TZ JLS
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, TZ ZŽ , JLS, sredstva HGK i Obrtničke komore, EU fondovi (*Creative Europe*, *ESIF*), privatni sponzori
  Rok izvršenja: 2027.

Cilj 2. Edukacija i aktivno uključivanje lokalnog stanovništva u razvoj turizma (Ekonomski cilj 4, mjera 2)

[85] Pri razmatranju mjera i aktivnosti koristiti će se sljedeće skraćenice: ZŽ – Zadarska županija, TZ ZŽ – Turistička zajednica Zadarske županije, TZ JLS – turističke zajednice jedinica lokalne samouprave, JLS – jedinice lokalne samouprave

Mjera 1. Organizacija edukacija i programa za stanovništvo

- Aktivnost 1.1. Edukacije i tečajevi za domaćine i iznajmljivače (kvaliteta usluge, digitalne vještine i održivi razvoj)
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, TZ JLS, obrazovne ustanove, udruge iznajmljivača
  Izvori financiranja: sredstva TZ ZŽ, TZ JLS, *Erasmus+*, *ESF+*
  Rok izvršenja: 2027.
- Aktivnost 1.2. Provedba promotivnih kampanja usmjerenih na poticanje mladih na obrazovanje i izgradnju karijere u turizmu, te isticanje primjera uspješnih lokalnih poduzetnika i zaposlenika u sektoru.
  Nositelj provedbe: ZŽ, TZ ZŽ, udruge mladih, obrazovne ustanove, TZ JLS
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, JLS, TZ ZŽ, *Erasmus+*, donacije
  Rok izvršenja: 2029.

Mjera 2. Poticanje participativnog planiranja i uključivanja zajednice u donošenje odluka (Ekonomski cilj 4, mjera 3)

- Aktivnost 2.1. Organizacija foruma i radionica s lokalnim stanovništvom o planovima i prijedlozima razvoja turizma
  Nositelj provedbe: ZŽ, TZ ZŽ, JLS, TZ JLS, udruge građana
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, TZ ZŽ, JLS, TZ JLS, EU fondovi (*ESF+*, *Interreg*)
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 2.2. Provedba redovitih anketa među stanovništvom o stavovima prema turizmu i kvaliteti života
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, TZ JLS, znanstvene institucije
  Izvori financiranja: sredstva TZ ZŽ, TZ JLS
  Rok izvršenja: 2027.

Cilj 3. Promicanje međukulturnog razumijevanja i autentičnosti destinacije, kako bi gostoljubivost, lokalne vrijednosti i sigurnost postali temelj dugoročne konkurentnosti županije

Mjera 1. Jačanje interkulturnih aktivnosti i povezivanja zajednica

- Aktivnost 1.1. Organizacija kulturnih susreta i međunarodnih festivala
  Nositelj provedbe: ZŽ, TZ JLS, udruge kulturnih manjina, kulturne ustanove
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, TZ JLS, Ministarstvo kulture, EU fondovi (*Creative Europe*)
  Rok izvršenja: 2029.

Cilj 4. Razvoj cjelovitih iskustava prilagođenih osobama s invaliditetom (prijevoz, smještaj, atrakcije) u suradnji s udrugama u području i dionicima

Mjera 1. Povećanje pristupačnosti turističkih sadržaja osobama s invaliditetom Zadar4All

- Aktivnost 1.1. Podrška prilagodbi smještajnih i ugostiteljskih objekata osobama s invaliditetom
  Nositelj provedbe: privatni poduzetnici, TZ JLS, udruge osoba s invaliditetom, TZ ZŽ
  Izvori financiranja: sredstva privatnih poduzetnika, JLS, EU fondovi (*ESF+*, *InvestEU*)
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 1.2. Podrška prilagodbi plaža osobama s invaliditetom (rampe, pristupne staze, pristupačna parkirališta u blizini, podizne platforme, sanitarni čvorovi) (Ekonomski cilj 3, mjera 1)
  Nositelj provedbe: JLS, TZ JLS, komunalna poduzeća, udruge osoba s invaliditetom, TZ ZŽ
  Izvori financiranja: sredstva JLS, TZ JLS, EU fondovi (*ESF+*, *InvestEU*, *Interreg*), donacije
  Rok izvršenja: 2029.

- Aktivnost 1.3. Podrška prilagodbi muzeja, kulturnih ustanova i turističkih atrakcija (pristupne rampe, liftovi, taktilne mape, vodiči na znakovnom jeziku, te toaleti)
  Nositelj provedbe: kulturne ustanove, TZ JLS, udruge osoba s invaliditetom, TZ ZŽ
  Izvori financiranja: sredstva Ministarstva kulture i medija, TZ JLS, EU fondovi (*Creative Europe*, *ESF+*)
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 1.4. Podrška uvođenju pristupačnih interpretacijskih sadržaja (audio vodiči, taktilne mape, prilagođene info-ploče)
  Nositelj provedbe: TZ JLS, kulturne ustanove, udruge, TZ ZŽ
  Izvori financiranja: sredstva TZ JLS, TZ ZŽ, Ministarstvo kulture i medija, EU fondovi (*Creative Europe*, *ESF+*)
  Rok izvršenja: 2028.

Društvena dimenzija održivog razvoja turizma Zadarske županije usmjerena je na očuvanje kulturnog i tradicijskog identiteta, aktivno uključivanje stanovništva, promicanje međukulturnog razumijevanja te razvoj inkluzivnih turističkih iskustava. Definirani ciljevi i mjere naglašavaju važnost suradnje svih dionika s naglaskom na uključivanje otočnog i ruralnog stanovništva. Njihova provedba omogućit će uravnotežen razvoj turizma u kojem turisti doživljavaju autentičnost i gostoljubivost, a stanovnici osjećaju koristi i veću kvalitetu života. Time se društvena komponenta razvoja postavlja kao temelj dugoročne konkurentnosti i održivosti Zadarske županije.

5.5.2. OKOLIŠNA DIMENZIJA STRATEŠKIH CILJEVA

Prioritet 2: Optimalna valorizacija prirodnih resursa u kreiranju jedinstvenih turističkih sadržaja temeljena na zelenoj transformaciji i unapređenju komunalne infrastrukture, povećanju biološke raznolikosti te smanjenju ekološkog otiska.

Cilj 1. Jačanje svijesti o nužnosti održive valorizacije prirodnih resursa u turističkom razvoju

Mjera 1. Edukacija i senzibilizacija lokalnog stanovništva, turista i dionika o važnosti očuvanja prirodnih resursa

- Aktivnost 1.1. Organizacija edukativnih radionica, promidžbenih kampanja i škola u prirodi na temu održivog razvoja turizma
  Nositelj provedbe: ZŽ, TZ ZŽ, TZ jedinica lokalne samouprave, obrazovne ustanove
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, TZ ZŽ, TZ JLS, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2028.
- Aktivnost 1.2. Razvoj digitalne aplikacije za informiranje o čistoći mora i zraka te razini opterećenosti plaža i prirodnih područja
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ
  Izvori financiranja: EU fondovi
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 1.3. Uključivanje škola, udruga i poduzetnika u lokalne akcije očuvanja okoliša i bioraznolikosti
  Nositelj provedbe: JLS, obrazovne ustanove, udruge
  Izvori financiranja: sredstva JLS, donacije
  Rok izvršenja: 2026.

Cilj 2. Poticanje odgovornog korištenja i očuvanja prirodnih resursa i zaštite bioraznolikosti

Mjera 1. Održivo upravljanje prirodnim područjima i ekosustavima pod turističkim pritiskom

- Aktivnost 1.1. Izrada i provedba programa zaštite osjetljivih ekosustava – zaštite od požara, poplava i sl. (Vransko jezero, obalni pojas, šumski predjeli)
  Nositelj provedbe: ZŽ, JLS, javne ustanove za upravljanje zaštićenim područjima
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, JLS, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2028.
- Aktivnost 1.2. Revitalizacija i održavanje tradicijskih krajobraza (suhozidi, maslinici, vinogradi) kroz turističke programe
  Nositelj provedbe: ZŽ, JLS, TZ ZŽ, TZ JLS, poljoprivredne udruge
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, JLS, privatni sektor, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 1.3. Sustavno praćenje kakvoće mora, zraka i tla te sezonskog opterećenja prostora
  Nositelj provedbe: ZŽ, JLS, TZ ZŽ, TZ JLS
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, JLS
  Rok izvršenja: 2027.

Cilj 3. Provođenje zelene transformacije turizma kroz projekte energetske učinkovitosti i kružne ekonomije

Mjera 1. Poticanje energetske učinkovitosti i korištenja obnovljivih izvora energije u turizmu

- Aktivnost 1.1. Ugradnja solarnih panela i sustava za grijanje vode u turističke objekte i javne prostore
  Nositelj provedbe: ZŽ, JLS, privatni investitori
  Izvori financiranja: sredstva JLS, privatni sektor, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 1.2. Uvođenje sustava energetske učinkovitosti i certificiranje objekata prema standardima održivosti (eko-hoteli, zeleni kampovi)
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, TZ JLS, nositelji smještajne ponude
  Izvori financiranja: sredstva TZ ZŽ, TZ JLS, privatni sektor
  Rok izvršenja: 2029.

Mjera 2. Implementacija integriranog sustava kružnog gospodarenja otpadom u turističkim zonama

- Aktivnost 2.1. Postavljanje pametnih kontejnera za odlaganje otpada, digitalnu aplikaciju za praćenje i prijavu odlaganja otpada uz sustav nagrađivanja odgovornog ponašanja turista (*eco points*), te lokalnih centara za kompostiranje biootpada
  Nositelj provedbe: JLS, komunalna poduzeća, TZ JLS, privatni sektor
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, JLS, EU fondovi (*LIFE*, *Green Deal*), javno-privatna partnerstva
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 2.2. Smanjenje potrošnje plastike i povećanje uporabe biorazgradivih materijala u ugostiteljstvu i smještaju
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, TZ JLS, privatni poduzetnici
  Izvori financiranja: sredstva TZ ZŽ, TZ JLS, privatni sektor
  Rok izvršenja: 2028.
- Aktivnost 2.3. Razvijanje programa *Creative Recycling* – kreativnih i edukativnih radionica u kojima se otpadni materijali iz turističkih zona (plastika, papir, staklo, drvo) prenamjenjuju u

suvenire, umjetničke predmete i elemente turističkog uređenja (oznake staza, dekoracije, info točke), uz sudjelovanje turista, lokalnih obrtnika i škola
Nositelj provedbe: TZ JLS, obrazovne institucije, udruge, lokalni obrtnici
Izvori financiranja: sredstva TZ JLS, EU fondovi (*LIFE*, *Creative Europe*), donacije
Rok izvršenja: 2029.

Cilj 4. Promoviranje jedinstvene prirodne resursne osnove i razvoja ekoturizma

Mjera 1. Razvoj održivih oblika turizma temeljenih na prirodnim vrijednostima

- Aktivnost 1.1. Razvoj i promocija ekoturističkih ruta (Vransko jezero, NP Kornati, Ravni kotari, zadarsko otočje)
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, TZ JLS, javne ustanove za upravljanje zaštićenim područjima
  Izvori financiranja: sredstva TZ ZŽ, TZ JLS, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2027.
- Aktivnost 1.2. Razvoj mreže interpretacijskih centara i edukativnih ekoloških staza s digitalnim i interaktivnim sadržajima (audio vodiči, QR kodovi, *AR* prikazi flore i faune), u cilju jačanja svijesti o očuvanju prirode, zaštiti bioraznolikosti i promicanju održivog ponašanja posjetitelja
  Nositelj provedbe: ZŽ, JLS, TZ ZŽ, javne ustanove za upravljanje zaštićenim područjima
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, JLS, TZ ZŽ, EU fondovi (*LIFE*, *Horizon Europe*, I*nterreg*)
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 1.3. Kreiranje kampanja za pozicioniranje Zadarske županije kao destinacije održivog, eko i *outdoor* turizma
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, TZ JLS, HTZ
  Izvori financiranja: sredstva TZ ZŽ, TZ JLS, HTZ
  Rok izvršenja: 2027.

Ostvarenje okolišnih ciljeva zahtijeva koordinirano djelovanje svih dionika kroz provedbu mjera usmjerenih na očuvanje prirodnih resursa, podizanje ekološke svijesti te poticanje održivog korištenja prostora u skladu s nosivim kapacitetima i načelima zelene tranzicije.

5.5.3. EKONOMSKA DIMENZIJA STRATEŠKIH CILJEVA

Prioritet 3: Multipliciranje ekonomskih rezultata poslovanja unapređivanjem turističke infrastrukture, inoviranjem ponude, osnaživanjem promocije s naglaskom na jačanje pred i post sezone (produljenje turističke sezone).

Cilj 1. Unapređivanje turističke infrastrukture kao preduvjeta kvalitativne preobrazbe turizma

Mjera 1. Uređenje i tematiziranje plaža u funkciji unapređivanja odmorišnog turizma

- Aktivnost 1.1. Uređenje plaža
  Nositelj provedbe: ZŽ, JLS
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, JLS
  Rok izvršenja: 2028.
- Aktivnost 1.2. Opremanje plaža
  Nositelj provedbe: ZŽ, JLS, privatni poduzetnici
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, JLS, sredstva privatnih poduzetnika
  Rok izvršenja: 2028.

Mjera 2. Gradnja i poboljšanje turističke infrastrukture kao preduvjeta razvoja posebnih oblika turizma

- Aktivnost 2.1. Podrška osmišljavanju i unapređivanju signalizacije pješačkih, planinarskih, biciklističkih staza u funkciji razvoja *outdoor* turizma
  Nositelj provedbe: ZŽ, JLS, TZ ZŽ, TZ JLS
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, JLS
  Rok izvršenja: 2027.
- Aktivnost 2.2. Gradnja i uređenje kongresnih dvorana
  Nositelj provedbe: nosioci kongresne ponude
  Izvori financiranja: sredstva privatnih poduzetnika/investitora, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 2.3. Gradnja i unapređivanje ponude marina
  Nositelj provedbe: JLS, nosioci nautičke ponude
  Izvori financiranja: sredstva JLS, EU fondovi, sredstva privatnih poduzetnika/investitora
  Rok izvršenja: 2029.

Cilj 2. Kreiranje inovativne, visoko konkurentne i profilirane turističke ponude u funkciji jedinstvenog doživljaja za turista

Mjera 1. Transformacija nedovoljno kvalitetnog smještajnog kapaciteta prilagođenog sezonskom turizmu u visoko konkurentan smještaj s mogućnošću cjelogodišnjeg poslovanja

- Aktivnost 1.1. Rekategorizacija, poboljšanje kvalitete (standardi kvalitete) i razine autohtonog uređenja obiteljskog smještaja
  Nositelj provedbe: Ministarstvo turizma i sporta, nosioci obiteljskog smještaja
  Izvori financiranja: sredstva nosioca obiteljskog smještaja
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 1.2. Otvaranje novih inovativnih oblika smještaja – *glamping*, *boutique*, integralni, difuzni, *heritage* hoteli
  Nositelj provedbe: JLS, privatni investitori
  Izvori financiranja: sredstva privatnih investitora, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 1.3. Otvaranje visokokvalitetnih hotela 4 i 5 zvjezdica više dodane vrijednosti
  Nositelj provedbe: JLS, privatni investitori, strani brendovi
  Izvori financiranja: sredstva privatnih investitora, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2029.

Mjera 2. Razvoj jedinstvenog, inovativnog integralnog turističkog proizvoda temeljenog na posebnostima zona i mikrodestinacija te sinergiji lokalnih prednosti i globalnih mogućnosti (kreiranje jedinstvenih doživljaja diferenciranih u prostoru i vremenu)

- Aktivnost 2.1. Inoviranje posebnih oblika turizma prilagođenih specifičnostima i preduvjetima Zadarske županije
  Nositelj provedbe: ZŽ, JLS, privatni investitori
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, JLS, privatnih investitora
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 2.2. Unapređivanje ponude događaja i manifestacija
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava, privatni poduzetnici
  Izvori financiranja: sredstva TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava, sredstva privatnih poduzetnika

Rok izvršenja: 2029.

- Aktivnost 2.3. Umrežavanje, sinergijsko povezivanje elemenata ponude u integralni proizvod destinacije
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava, privatni poduzetnici
  Izvori financiranja: sredstva TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava, sredstva privatnih poduzetnika
  Rok izvršenja: 2029.

Cilj 3. Brendiranje i pozicioniranje Zadarske županije kao prepoznatljive, atraktivne i autentične turističke destinacije

Mjera 1. Koordinirano unapređivanje i inoviranje promotivnih aktivnosti na svim razinama

- Aktivnost 1.1. Izrada strateškog marketinškog i promocijskog plana turizma Zadarske županije
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, TZ ZŽ
  Rok izvršenja: 2027.
- Aktivnost 1.2. Unapređivanje efikasnosti i umrežavanje promocijskih i komunikacijskih aktivnosti mikrodestinacija i nositelja ponude (udruženi marketing)
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava, nositelji ponude
  Izvori financiranja: sredstva TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava, sredstva privatnih poduzetnika
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 1.3. Unapređivanje promocije kroz koordinirane digitalne kampanje i primjenu novih tehnologija
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava, nositelji ponude
  Izvori financiranja: sredstva TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava, sredstva privatnih poduzetnika
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 1.4. Ciljana promocija turistički nedovoljno valoriziranih mikrodestinacija kroz koordinirane kampanje, sufinanciranje promotivnih materijala i umrežavanje lokalnih partnera
  Nositelj provedbe: HTZ, TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava
  Izvori financiranja: sredstva HTZ, TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 1.5. Izrada promotivnih materijala prilagođenih osobama s invaliditetom
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava
  Izvori financiranja: sredstva HTZ, TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava
  Rok izvršenja: 2027.

Mjera 2. Kontinuirano brendiranje Zadarske županije usklađeno s inoviranjem turističke ponude u funkciji diversifikacije na tržištu

- Aktivnost 2.1. Inoviranje promotivnih kampanja usmjerenih ciljnim tržištima
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava
  Izvori financiranja: sredstva TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 2.2. Nadgradnja brend strategije
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava

  Izvori financiranja: sredstva TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava
  Rok izvršenja: 2029.

Cilj 4. Unapređivanje upravljanja održivim razvojem turizma

Mjera 1. Zelena i digitalna transformacija turizma

- Aktivnost 1.1. Implementacija zelenih projekata na svim razinama turističkog poslovanja
  Nositelj provedbe: ZŽ, JLS, privatni poduzetnici
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, JLS, sredstva privatnih poduzetnika
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 1.2. Implementacija digitalnih rješenja na svim razinama turističkog poslovanja
  Nositelj provedbe: ZŽ, JLS, privatni poduzetnici
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, JLS, sredstva privatnih poduzetnika
  Rok izvršenja: 2029.

Mjera 2. Edukacija i razmjena znanja svih dionika u kreiranju nove dodane vrijednosti turizma, doživljaja za turiste i poboljšanju uvjeta života lokalnog stanovništva

- Aktivnost 2.1. Promicanje važnosti održivog razvoja i kružne ekonomije
  Nositelj provedbe: ZŽ, JLS, TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava, obrazovne i znanstvene institucije
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, JLS, TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 2.2. Poticanje zajedničkih istraživanja i transfera znanja o održivim praksama u turizmu
  Nositelj provedbe: ZD, JLS, TZ ZŽ, znanstvene institucije
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, JLS, sredstva TZ ZŽ i TZ jedinica lokalnih samouprava
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 2.3. Edukacije dionika i lokalnog stanovništva o održivom razvoju turizma
  Nositelj provedbe: ZŽ, JLS, TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava, znanstvene institucije
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, JLS, sredstva TZ ZŽ i TZ jedinica lokalnih samouprava
  Rok izvršenja: 2029.

Mjera 3. Provođenje zajedničkih projekata temeljenih na sinergiji dionika, JLS-a, turističkih zajednica i uključivanju stanovništva

- Aktivnost 3.1. Podrška udruživanju dionika u kreiranju *clustera* i *tourism product clubova*
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava, privatni poduzetnici
  Izvori financiranja: sredstva TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava, sredstva privatnih poduzetnika
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 3.2. Promicanje participativnog upravljanja temeljeno na aktivnom uključivanju svih dionika
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava, ZŽ, JLS, privatni poduzetnici, lokalno stanovništvo
  Izvori financiranja: sredstva TZ ZŽ, sredstva TZ jedinica lokalnih samouprava
  Rok izvršenja: 2029.

Mjera 4. Multipliciranje ekonomskih efekata turizma na razvoj gospodarstva

- Aktivnost 4.1. Povezivanje turizma s ostalim gospodarskim granama
  Nositelj provedbe: ZŽ, JLS, privatni poduzetnici
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, JLS, sredstva privatnih poduzetnika
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 4.2. Angažiranje lokalnih proizvođača
  Nositelj provedbe: privatni poduzetnici

Izvori financiranja: sredstva privatnih poduzetnika
Rok izvršenja: 2029.

- Aktivnost 4.3. Poticanje poduzetničkih inicijativa lokalnog stanovništva
  Nositelj provedbe: ZŽ, JLS
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, JLS
  Rok izvršenja: 2029.

Mjera 5. Sustavno praćenje pokazatelja Plana upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine

- Aktivnost 5.1. Praćenje pokazatelja održivosti destinacije
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava
  Izvori financiranja: sredstva TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 5.2. Praćenje zadovoljstva turista, lokalnog stanovništva i dionika
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava
  Izvori financiranja: sredstva TZ ZŽ, TZ jedinica lokalnih samouprava
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 5.3. Praćenje pokazatelja prihvatnog kapaciteta
  Nositelj provedbe: TZ jedinica lokalnih samouprava
  Izvori financiranja: sredstva TZ jedinica lokalnih samouprava
  Rok izvršenja: 2029.

Sinergijsko provođenje mjera i aktivnosti i povezivanje svih dionika, turističkih zajednica i jedinica lokalnih samouprava i regionalne samouprave mora doprinijeti ostvarenju 4 cilja u funkciji ekonomske održive dimenzije i Prioriteta 3.

5.5.4. PROSTORNA DIMENZIJA STRATEŠKIH CILJEVA

Prioritet 4: Ravnomjernije prostorno opterećenje turističkih zona s naglaskom na jačanje nedovoljno valoriziranih turističkih prostora i očuvanje prostora u turistički razvijenim prostorima uz osiguranje nesmetanih tokova turista i stanovništva.

Cilj 1. Održivo upravljanje prostorom usklađeno s razinom prihvatnog potencijala u funkciji smanjenja negativnog utjecaja turizma

Mjera 1. Praćenje studija prihvatnog kapaciteta za mikrodestinacije (jedinice lokalne samouprave kategorije I i II)

- Aktivnost 1.1. Identifikacija ključnih turističkih zona i analiza postojećeg opterećenja prostora
  Nositelj provedbe: TZ JLS, znanstvene institucije
  Izvori financiranja: sredstva JLS, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2026.
- Aktivnost 1.2. Izrada studije prihvatnog kapaciteta za mikrodestinacije kategorije I i II
  Nositelj provedbe: TZ JLS, znanstvene institucije
  Izvori financiranja: sredstva TZ ZŽ, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2028.

Mjera 2. Poticanje održive gradnje u kontekstu energetske učinkovitosti

- Aktivnost 2.1. Izrada smjernica i edukacija o zelenoj gradnji za investitore i projektante
  Nositelj provedbe: ZŽ, JLS, HGK, komore arhitekata i građevinara

Izvori financiranja: sredstva ZŽ, EU fondovi
Rok izvršenja: 2027.

- Aktivnost 2.2. Poticanje projekata održive gradnje putem subvencija i natječaja
  Nositelj provedbe: JLS, ZŽ
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, JLS, EU fondovi, privatni investitori
  Rok izvršenja: 2029.

Mjera 3. Uvođenje mjera desaturacije prostora planiranjem većeg udjela zelenih površina

- Aktivnost 3.1. Revizija prostornih planova s povećanjem minimalnog udjela zelenih površina
  Nositelj provedbe: JLS, ZŽ
  Izvori financiranja: sredstva JLS, ZŽ
  Rok izvršenja: 2027.
- Aktivnost 3.2. Provedba projekata ozelenjivanja i pejzažnog uređenja uz turističke zone
  Nositelj provedbe: JLS, ZŽ, privatni poduzetnici
  Izvori financiranja: sredstva JLS, ZŽ, EU fondovi, privatni investitori
  Rok izvršenja: 2029.

Mjera 4. Uvođenje planske regulative koja će prevenirati pretvaranje stambenih zona u turističke apartmane

- Aktivnost 4.1. Donošenje lokalnih odluka o ograničavanju broja apartmana po zoni
  Nositelj provedbe: JLS, ZŽ,
  Izvori financiranja: sredstva JLS i ZŽ
  Rok izvršenja: 2026.
- Aktivnost 4.2. Kontrola i revizija postojećih odobrenja za prenamjenu prostora
  Nositelj provedbe: JLS, inspekcijske službe
  Izvori financiranja: sredstva JLS i ZŽ
  Rok izvršenja: 2028.

Mjera 5. Uvođenje nadzora i kažnjavanje kršenja odredbi iz prostornih planova

- Aktivnost 5.1. Uspostava digitalnog registra građevinskih dozvola i kontrola u realnom vremenu
  Nositelj provedbe: JLS, ZŽ, Ministarstvo graditeljstva
  Izvori financiranja: sredstva JLS, ZŽ, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2028.
- Aktivnost 5.2. Redoviti inspekcijski nadzori i objava izvješća o stanju prostora
  Nositelj provedbe: JLS, ZŽ, građevinska inspekcija
  Izvori financiranja: sredstva JLS, ZŽ, MPGI
  Rok izvršenja: 2029.

Mjera 6. Zaštita, unaprjeđenje i izgradnja novih zelenih javnih prostora

- Aktivnost 6.1. Uređenje postojećih parkova, šetnica i biciklističkih staza
  Nositelj provedbe: JLS, ZŽ
  Izvori financiranja: sredstva JLS, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2028.
- Aktivnost 6.2. Izgradnja novih zelenih površina u urbanim i turističkim zonama
  Nositelj provedbe: JLS, ZŽ, privatni investitori
  Izvori financiranja: sredstva JLS i ZŽ, privatni investitori, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2029.

Mjera 7. Poticanje uključivanja lokalne zajednice u planiranje prostornog razvoja

- Aktivnost 7.1. Organizacija prezentacija i radionica o prostornom razvoju
  Nositelj provedbe: JLS, ZŽ, TZ JLS, TZ ZŽ
  Izvori financiranja: sredstva JLS, ZŽ, TZ JLS, TZ ZŽ
  Rok izvršenja: 2027.
- Aktivnost 7.2. Uspostava *online* platforme za sudjelovanje građana u planiranju prostora
  Nositelj provedbe: ZŽ, JLS
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ i JLS, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2028.

Cilj 2. Upravljanje tokovima posjetitelja i lokalnim prometom

Mjera 1. Uvođenje digitalnih sustava za praćenje i upravljanje prometom u realnom vremenu

- Aktivnost 1.1. Postavljanje senzora, kamera i info ploča na glavnim prometnim točkama
  Nositelj provedbe: JLS, ZŽ, MUP RH
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, JLS, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2028.
- Aktivnost 1.2. Integracija sustava s aplikacijama za informiranje turista
  Nositelj provedbe: ZŽ, JLS
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ i JLS, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2029.

Mjera 2. Razvoj mobilnih aplikacija koje informiraju turiste o alternativnim rutama, slobodnim parking mjestima i najboljem vremenu posjeta atrakcijama

- Aktivnost 2.1. Razvoj aplikacije s informacijama o rutama, parkiralištima i atrakcijama
  Nositelj provedbe: ZŽ, JLS
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, JLS, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2028.
- Aktivnost 2.2. Promocija i ažuriranje sadržaja putem digitalnih kampanja
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, TZ JLS
  Izvori financiranja: sredstva TZ ZŽ, TZ JLS
  Rok izvršenja: 2029.

Mjera 3. Uvođenje sustava elektroničkih karata s vremenski ograničenim ulascima u popularne atrakcije

- Aktivnost 3.1. Promocija pilot-projekta e-karata za najopterećenije atrakcije (npr. NP Paklenica, Stari grad Zadar)
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, TZ JLS, javne ustanove
  Izvori financiranja: sredstva TZ ZŽ, TZ JLS, javne ustanove, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2029.

Mjera 4. Organizacija Park and Ride sustava s rubnih dijelova destinacija

- Aktivnost 4.1. Izrada studije izvedivosti i planiranja lokacija za parkirališta
  Nositelj provedbe: JLS, ZŽ
  Izvori financiranja: sredstva JLS, ZŽ, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 4.2. Uspostava sustava *shuttle* prijevoza i električnih minibuseva
  Nositelj provedbe: JLS, privatni prijevoznici
  Izvori financiranja: sredstva JLS, privatni investitori, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2029.

Mjera 5. Promocija i digitalno usmjeravanje turista na manje poznate atrakcije (disperzija posjeta).

- Aktivnost 5.1. Koordinacija izrade digitalnih karata i sadržaja koji promoviraju manje poznate lokalitete i atrakcije
  Nositelj provedbe: TZ ZŽ, TZ JLS
  Izvori financiranja: sredstva TZ ZŽ, TZ JLS, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2027.
- Aktivnost 5.2. Promotivne kampanje usmjerene na disperziju posjeta
  Nositelj provedbe: TZ JLS, TZ ZŽ, HTZ
  Izvori financiranja: sredstva TZ JLS, TZ ZŽ, HTZ, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2029.

Cilj 3. Unapređivanje i kvalitativno preoblikovanje komunalne infrastrukture

Mjera 1. Modernizacija i prilagodba komunalne infrastrukture

- Aktivnost 1.1. Rekonstrukcija i proširenje sustava vodovoda i kanalizacije
  Nositelj provedbe: JLS, komunalna poduzeća
  Izvori financiranja: sredstva JLS, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 1.2. Unaprjeđenje sustava gospodarenja otpadom i recikliranja
  Nositelj provedbe: JLS, ZŽ
  Izvori financiranja: sredstva JLS, ZŽ, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2029.

Mjera 2. Razvoj ekološki prihvatljive infrastrukture

- Aktivnost 2.1. Postavljanje solarne rasvjete i punionica za električna vozila
  Nositelj provedbe: JLS
  Izvori financiranja: sredstva JLS, MZOZT, FZOEU, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2028.
- Aktivnost 2.2. Izgradnja sustava za prikupljanje i korištenje kišnice
  Nositelj provedbe: JLS, komunalna poduzeća
  Izvori financiranja: sredstva JLS, MZOZT, FZOEU, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2029.

Mjera 3. Ulaganje u održive turističke objekte i sadržaje

- Aktivnost 3.1. Izgradnja interpretacijskih centara i eko-hotela
  Nositelj provedbe: privatni investitori, JLS
  Izvori financiranja: privatni investitori, FZOEU, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 3.2. Podrška uređenju i opremanju biciklističkih punktova i info centara kroz inicijative, koordinaciju i promociju
  Nositelj provedbe: JLS, TZ ZŽ
  Izvori financiranja: sredstva JLS, TZ ZŽ, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2028.

Mjera 4. Revitalizacija i preuređenje zapuštenih prostora u javno-korisne svrhe

- Aktivnost 4.1. Prenamjena napuštenih objekata u kulturne i društvene centre
  Nositelj provedbe: JLS, ZŽ, kulturne ustanove

Izvori financiranja: sredstva JLS, EU fondovi, Ministarstvo kulture
Rok izvršenja: 2029.

Mjera 5. Standardizacija, tematizacija i podizanje kvalitete plaža, šetnica i javnih prostora

- Aktivnost 5.1. Podrška pri izradi smjernica i standarda kvalitete javnih prostora
  Nositelj provedbe: ZŽ, TZ ZŽ, TZ JLS
  Izvori financiranja: sredstva ZŽ, TZ ZŽ, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2029.
- Aktivnost 5.2. Podrška pri provedbi projekata uređenja plaža i šetnica u skladu sa standardima
  Nositelj provedbe: JLS, TZ ZŽ, privatni poduzetnici
  Izvori financiranja: sredstva JLS, TZ ZŽ, privatni investitori, EU fondovi
  Rok izvršenja: 2029.

Definirani sustav ciljeva se može ostvariti putem mjera i aktivnosti isključivo sinergijskim djelovanjem svih dionika na temelju participativnog upravljanja i aktivnog sukreiranja razvoja turizma Zadarske županije.






6. SMJERNICE I PREPORUKE ZA DIONIKE RAZVOJA ZADARSKE ŽUPANIJE

Plan upravljanja destinacijom definira i argumentira prijedlog smjernica i preporuka za razvoj ili unaprjeđenje destinacije u skladu s definiranim ciljevima, pokazateljima održivosti i razvojnim smjerom, za dionike u sustavu turizma i dionike u sustavu upravljanja turizmom.[86] Smjernice teže zajedničkom koordiniranom radu i aktivnostima svih uključenih dionika u razvoj turizma u smjeru održivosti, usuglašeno s postojećim zakonskim regulativama i politikama iz područja turizma. Smjernice Plana upravljanja destinacijom na razini županije moraju uključivati detaljne preporuke za inoviranje marketinških i komunikacijskih aktivnosti i za unapređivanje upravljanja održivim razvojem turizma županije.

[86] Smjernice i upute za izradu Plana upravljanja destinacijom, Ministarstvo turizma i sporta, 2024., str. 27.

6.1. SMJERNICE I PREPORUKE ZA JEDINICE LOKALNE I PODRUČNE (REGIONALNE) SAMOUPRAVE

Zadarska županija kao institucija ima ključnu ulogu u definiranju i provođenju smjernica održivog turizma donošenjem i provođenjem ključnih strateških dokumenata razvoja turizma (analiza preduvjeta, analiza sadašnjeg stanja turizma, definiranje sustava ciljeva, konkretnih mjera i aktivnosti te projekata) u kontinuiranom unapređivanju i kvalitativnoj transformaciji Zadarske županije s ciljem ravnomjernog prostornog i vremenskog razvoja turizma i ostvarenja četiri dimenzije održivog razvoja turizma. Zadarska županija u sinergiji s jedinicama lokalne uprave i samouprave mora biti pokretač kvalitativne preobrazbe i jačeg pozicioniranja turizma usmjerenih prema suvremenim i održivim trendovima razvoja. Konkretne aktivnosti Zadarske županije te gradova i općina kao nositelja aktivnosti i izvora financiranja su definirane kroz mjere i aktivnosti (poglavlje 5) i opis projekata (poglavlje 7) u funkciji ostvarenja sustava ciljeva (vizija, misija, strateški ciljevi). Smjernice i preporuke su definirani na razini Zadarske županije i operacionaliziraju se na razini jedinica lokalne samouprave (gradova i općina Zadarske županije).

Konkretne aktivnosti i preporuke za Zadarsku županiju, s ciljem održivog razvoja turizma županije su:

1. Stvoriti preduvjete za razvoj turizma
   - Unaprijediti turističku infrastrukturu s jedinicama lokalne samouprave;
   - Unaprijediti preduvjete razvoja posebnih oblika turizma;
   - Prilagoditi infrastrukturu osobama s invaliditetom;
   - Poboljšati komunalnu infrastrukturu;
   - Unaprijediti prometnu infrastrukturu, održavati sustav javnih cesta i poboljšati kvalitetu javnog lokalnog prijevoza;
   - Poticati unapređivanje međunarodnog zračnog i brodskog prometa izvan sezone kao preduvjet jačanja pred- i post sezone;
   - Poticati implementaciju novih rješenja u funkciji održive potrošnje struje, vode, energenata.
2. Održivo upravljati kulturnom baštinom
   - Poticati projekte očuvanja, revitalizacije, i restauracije kulturne baštine;
   - Poticati održivu turističku valorizaciju kulturne baštine;
   - Aktivno uključivati kulturne ustanove u vlasništvu županije u razvoj kulturnog turizma;
   - Promovirati kulturnu baštinu i autohtonu ponudu u brendiranju županije.
3. Poticati unapređenje i kvalitativno preoblikovanje ponude
   - Kreirati poticajnu investicijsku klimu i privući investicije u funkciji ostvarenja strateških ciljeva održivog razvoja turizma;
   - Identificirati i premostiti administrativne barijere u privlačenju investitora (vlasništvo nad zemljištem, koncesije, dozvole);
   - Potpomagati projekte od posebnog interesa s naglaskom na slabije turistički valorizirane mikrodestinacije i zone;
   - Provoditi natječaje za projekte unapređivanja smještajne ponude;

- Provoditi natječaje za razvoj posebnih oblika turizma i turističkih događaja usmjerene strateškim ciljevima i dimenzijama održivog razvoja (pokazateljima održivosti);
- Provoditi natječaje za poticanje poduzetništva u turizmu;
- Umrežavati razvoj turizma s ostalim gospodarskim djelatnostima.

4. Poticati digitalnu i zelenu transformaciju održivog turizma
   - Implementirati pametna rješenja i upravljati prometom i turističkim tokovima zasnovano u digitalnim rješenjima;
   - Unaprijediti turističku signalizaciju;
   - Implementirati *turizam 4.0* i informatička rješenja za kreiranje jedinstvenog doživljaja;
   - Digitalizirati usluge na razini županije namijenjene turistima i lokalnom stanovništvu;
   - Unaprijediti razinu informacijske i informatičke sigurnosti;
   - Poticati zelene projekte u turizmu;
   - Poticati razvoj zelenog ruralnog turizma.
5. Povećati svijest o održivom razvoju
   - Provoditi promotivne aktivnosti u funkciji jačanja osjetljivosti dionika i lokalnog stanovništva prema održivom razvoju;
   - Educirati dionike i lokalno stanovništvo o mogućnostima i koristima održivog razvoja.
6. Unapređivati sustav obrazovanja iz područja turizma i ugostiteljstva
   - Poticati razvoj srednjih škola i modernizaciju obrazovnih programa vezanih za turizam i ugostiteljstvo u vlasništvu županije;
   - Poticati uključivanje dionika iz prakse u obrazovanje nove generacije menadžera;
   - Provoditi sustav stipendiranja za najbolje učenike i studente;
   - Poticati mjere zadržavanja učenika i studenata u županiji;
   - U suradnji s TZ Zadarske županije provoditi edukacije za iznajmljivače, lokalno stanovništva i dionike iz područja turizma (npr. edukacije o pravnoj regulativi u turizmu, tečajeve stranih jezika, informatičke tečajeve…);
   - S *Hotelijersko-turističkom i ugostiteljskom školom* osnovati *Centar kompetentnosti* iz područja turizma 2028.-2033.;
   - Umrežavati dionike te znanstvene i obrazovne institucije u funkciji osnaživanja transfera znanja i razmjene iskustva.
7. Upravljati održivim razvojem turizma temeljeno na sinergiji jedinica lokalne samouprave, turističkih zajednica, dionika i lokalnog stanovništva
   - Izraditi strateške dokumente razvoja gospodarstva i turizma;
   - Unaprijediti sustav prikupljanja informacija i kreiranja znanja kao i transfer znanja u funkciji razvoja turizma;
   - Poticati participativno upravljanje temeljeno na *community based planning* s aktivnim uključivanjem svih dionika i lokalnog stanovništva te gradova i općina u definiranju odrednica održivog razvoja turizma;
   - Unaprijediti sustav informiranja te poticati jače povezivanje aktivnosti s *HGK – Županijskom komorom Zadar* i *Obrtničkom komorom Zadarske županije*;

- Donositi prostorne planove usuglašene s preporukama *Plana upravljanja destinacijom* na svim razinama osim velikih gradova (izdavanje građevinskih i lokacijskih dozvola, kao i drugih akata za gradnju, te provoditi dokumente prostornog uređenja);
- Poticati sigurnost u turizmu kao i zdravstvenu zaštitu – unapređivanje rada *Vijeća za prevenciju kriminaliteta na području Zadarske županije* – siguran turizam
- Implementirati sustav kvalitete i izvrsnosti u turizmu (standardi i certifikati kvalitete);
- Osnaživati suradnju s udrugama i sektorskim udruženjima s poticanjem njihove veće uloge u upravljanju razvojem turizma (npr. *Ceh ugostitelja i turističkih djelatnika Obrtničke komore Zadarske županije*, *Udruga vinara Zadarske županije*, i dr.);
- Sustavno implementirati u suradnji s općinama i gradovima mjere *Plana upravljanja destinacijom* vezano za unapređivanje četiri dimenzije održivog razvoja i provođenja aktivnosti za osiguranje granice prihvatnog kapaciteta;
- Osiguravati razvoj inkluzivnog turizma za sve kroz suradnju s *Udrugom osoba s invaliditetom Zadarske županije - Zadar*;
- Provoditi kontinuirano praćenje provođenja upravljanja destinacijom;
- Definiranje konkretnih mjera u jačanju konkurentnosti turizma Zadarske županije na svim razinama.

Zadarska županija mora sinergijski povezati jedinice lokalne samouprave (općine i gradove) u održivom razvoju turizmu. Jedinice lokalne samouprave moraju aktivno provoditi planove upravljanja destinacijom na razini gradova i općina kroz djelokrug vlastitih područja aktivnosti (uređenje naselja i stanovanja, prostorno i urbanističko planiranje, komunalno gospodarstvo, briga o djeci, socijalna skrb, primarna i zdravstvena zaštita, odgoj i osnovno obrazovanje, kultura, tjelesna kultura i sport, zaštita potrošača, zaštita i unapređenje prirodnog okoliša, protupožarna i civilna zaštita, promet na svom području, ostali poslovi sukladni posebnim zakonima)[87] u funkciji ostvarenja sustava ciljeva županije. Konkretne smjernice i upute su obrađene u planovima upravljanja destinacijom na razini općina i gradova Zadarske županije temeljene na posebitostima i mogućnostima razvoja. Općine i gradovi moraju kontinuirano unapređivati razvoj održivog turizma temeljen na praćenju pokazatelja održivosti i pokazatelja prihvatnog kapaciteta (destinacije kategorije I i II) te scenarija prihvatnog kapaciteta u jačanju indeksa turističke razvijenosti (ITR).

Zadarska županija mora kroz pripremu, predlaganje, provođenje i praćenje mjera i aktivnosti kontinuirano poticati unapređivanje svih segmenata održivog turizma. Svoje djelovanje mora usmjeriti na provođenje strateških dokumenata Ministarstva i HTZ-a, ali i osigurati ravnomjerniji turistički razvoj svih gradova i općina neovisno o preduvjetima i razini turističke valorizacije.

[87] https://mpudt.gov.hr/korisne-informacije/iz-djelokruga/lokalna-i-podrucna-regionalna-samouprava-24398/samoupravni-djelokrug-opcine-grada-i-zupanije-24399/24399?lang=hr, pristupljeno 7.10.2025.

6.2. SMJERNICE I PREPORUKE ZA TURISTIČKE ZAJEDNICE

Krovna Turistička zajednica Zadarske županije i turističke zajednice gradova i općina imaju ključnu ulogu u implementaciji, koordinaciji i praćenju provedbe *Plana upravljanja destinacijom* na svim razinama. Njihova je zadaća preuzeti aktivnu ulogu u integriranom destinacijskom menadžmentu, usklađenom s nacionalnim strateškim dokumentima, *Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma*, te s ciljevima i pokazateljima održivog razvoja Zadarske županije.

Uloga turističkih zajednica mora se proširiti s promotivnih i informativnih aktivnosti na upravljanje razvojem, koordinaciju dionika i sustavno mjerenje učinaka turizma na društvo, gospodarstvo i okoliš.

Smjernice i preporuke za djelovanje turističkih zajednica na razini županije i mikrodestinacija su:

1. Jačanje sustava destinacijskog upravljanja (*Destination Management Organization – DMO*)
    - Uspostavljanje sustava DMO na razini županije koji povezuje sve lokalne TZ, gradove i općine radi koordiniranog upravljanja turizmom u jačanju ponude i promocije;
    - Povezivanje promotivnih i razvojnih aktivnosti s jedinicama lokalne samouprave, komorama i obrazovnim institucijama.

2. Unapređenje marketinške i komunikacijske aktivnosti
    - Jačanje županijskog turističkog brenda i pozicioniranje Zadarske županije kao destinacije održivog i autentičnog turizma;
    - U suradnji s lokalnim TZ-ima plasiranje zajedničkih kampanja koje promiču *outdoor*, kulturne, odmorišne i gastronomske proizvode tijekom cijele godine;
    - Jačanje digitalne prisutnosti kroz *storytelling*, društvene mreže, video marketing i suradnje s međunarodnim *influenserima*;
    - Promicanje *slow living* i *active wellbeing* kao jedne od poruka destinacijskog identiteta;
    - Organiziranje zajedničkih *press tura* i studijskih putovanja s ciljem povećanja medijske prepoznatljivosti i produljenja sezone.

3. Poticanje razvoja integralnih turističkih proizvoda i tematskih ruta
    - Koordiniranje razvoja i promocije tematskih ruta i integralnih proizvoda koji povezuju obalna, otočna i područja zaleđa (kulturne, *outdoor*, eno-gastro, duhovne, hodočasničke (*Camino*), *wellbeing* rute);
    - Uspostavljanje sustava certificiranja i označavanja autentičnih doživljaja i lokalnih proizvoda;
    - Poticanje suradnje s udrugama i OPG-ovima u kreiranju lokalnih turističkih doživljaja i događanja.

4. Unapređenje sustava edukacije i suradnje s dionicima
    - Provođenje kontinuiranih edukacija za pružatelje usluga, male iznajmljivače i dionike o održivom poslovanju, digitalnom marketingu, menadžmentu kvalitete i komunikaciji s turistima;

- Poticanje suradnje s fakultetima, srednjim školama i znanstvenim institucijama radi transfera znanja i stručne podrške u razvoju turizma;
- Organiziranje radionica o razvoju novih proizvoda, *storytellingu*, interpretaciji baštine i kreiranju turističkih doživljaja.

5. Praćenje i mjerenje učinaka turizma (*Sustainability Monitoring*)
   - Aktivno provođenje mjerenja pokazatelja održivosti u skladu s *Planom upravljanja destinacijom*;
   - U suradnji s jedinicama lokalne samouprave provođenje anketa o zadovoljstvu turista i stanovnika u sezonskom i izvansezonskom razdoblju.
6. Poticanje održive i zelene inicijative
   - Fokusiranje na projekate koji potiču korištenje obnovljivih izvora energije, smanjenje otpada i plastike te održivo upravljanje obalnim i prirodnim resursima;
   - Podrška uključivanju TZ-ova gradova i općina u provedbu zelenih i digitalnih projekata financiranih iz EU fondova i nacionalnih programa (npr. *Green Destinations*, *Smart Tourism Destinations*);
   - Promicanje certifikata održivosti i kvalitete (*EU Ecolabel*, *Green Key*, *Sustainable Travel Croatia*).
7. Osiguravanje uključivosti i participativnog pristupa razvoju turizma
   - Poticanje *community-based tourism* pristupa koji integrira lokalnu zajednicu u kreiranje i upravljanje turističkim proizvodima;
   - Jačanje svijesti o važnosti turizma kroz kampanje koje promiču suživot stanovnika i turista te turizam kao generator kvalitete života.
8. Jačanje suradnje i koordinacije dionika
   - Uspostavljanje zajedničke radne skupine za razvoj destinacijskog marketinga u promicanju posebnih oblika turizma, digitalizacija, edukacija i održivost;
   - Povezivanje lokalnih TZ-ova kroz horizontalne i vertikalne mreže znanja i projekata na razini Zadarske županije.

Obveze turističke zajednice u upravljanju destinacijom su: integrirano upravljanje destinacijom na temelju *Plana upravljanja destinacijom*, upravljanje turističkim tokovima, suradnja s jedinicama lokalne i područne (regionalne) samouprave u unaprjeđenju razvoja destinacije, suradnja s tijelom državne uprave nadležnim za turizam u razvoju turističke politike, podrška drugim tijelima državne uprave u poslovima od značaja za razvoj destinacije, druge obveze i zadaće propisane zakonom kojim se uređuje sustav turističkih zajednica.[88]

Turističke zajednice moraju biti operativni nositelji održivog destinacijskog upravljanja, usmjereni na stvaranje dodane vrijednosti kroz koordinaciju dionika, integraciju digitalnih i zelenih rješenja, inoviranje marketinških aktivnosti te aktivno praćenje pokazatelja održivosti. Njihovo djelovanje mora doprinijeti jačanju konkurentnosti i prepoznatljivosti Zadarske županije kao destinacije autentičnog, cjelogodišnjeg i odgovornog turizma.

[88] Zakon o turizmu, NN 156/23, članak 24.

6.3. SMJERNICE I PREPORUKE ZA DRUGE DIONIKE U TURIZMU

U procesu održivog razvoja turizma u Zadarskoj županiji važnu ulogu imaju i ostali dionici izvan lokalne i regionalne samouprave te turističkih zajednica. Njihova suradnja, odgovorno djelovanje i koordinacija s javnim sektorom ključni su za jačanje konkurentnosti i održivosti destinacije. Riječ je o privatnom sektoru, strukovnim udrugama i komorama, obrazovnim i znanstvenim institucijama, javnim upravama zaštićenih prirodnih područja, nevladinim udrugama i lokalnoj zajednici, iznajmljivačima, investitorima, financijskim institucijama te medijima i digitalnim platformama. Njihovo aktivno sudjelovanje u planiranju, provedbi i praćenju aktivnosti ključ je uspješnog destinacijskog upravljanja. Preporuke za njihovo djelovanje usmjerene su na stvaranje dodatne vrijednosti za destinaciju, povećanje konkurentnosti i jačanje održivosti kroz sinergiju svih uključenih dionika.

Konkretne aktivnosti i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u Zadarskoj županiji su:

1. Osigurati uravnotežen i konkurentan razvoj turizma
    - Aktivno sudjelovati u zajedničkim projektima i partnerstvima koji povezuju različite dionike;
    - Dijeliti informacije i podatke relevantne za turizam radi transparentnosti i boljeg planiranja;
    - Ulagati u kvalitetu smještajnih, ugostiteljskih i drugih turističkih kapaciteta kroz održiva rješenja i inovacije;
    - Razvijati poduzetničke inicijative u posebnim oblicima turizma (*outdoor*, eno-gastro, kulturni, nautički, itd.);
    - Umrežavati se s gospodarstvom, turizmom i kreativnim industrijama radi stvaranja zajedničkih turističkih proizvoda;
    - Aktivno sudjelovati u inicijativama vezanim uz privlačenje, zadržavanje i smještaj sezonske radne snage;
    - Razvijati ponudu za cjelogodišnji turizam kroz privatne inicijative i suradnju udruga;
    - Sustavno prikupljati povratne informacije turista i stanovnika te ih koristiti za prilagodbu i poboljšanje ponude;
    - Aktivno upravljati internetskom reputacijom i pravovremeno odgovarati na povratne informacije;
    - Kontinuirano unapređivati higijenske i sigurnosne protokole u smještajnim objektima, ugostiteljstvu i na događanjima;
    - Uvoditi usluge dodatne vrijednosti u obiteljskom smještaju (npr. doručak s lokalnim proizvodima, transferi, organizacija izleta).
2. Održivo koristiti i valorizirati kulturnu i prirodnu baštinu
    - Sudjelovati u projektima očuvanja, interpretacije i održivog korištenja kulturne i prirodne baštine;
    - Razvijati tematske rute i integralne proizvode koji povezuju obalu, otoke i zaleđe;
    - Uključivati lokalne proizvođače i OPG-ove u turističku ponudu i događanja;
    - Aktivno sudjelovati u projektima koji povezuju baštinu sa suvremenim kulturnim i kreativnim sadržajima.

3. Implementirati digitalnu i zelenu transformaciju
    - Uvoditi digitalne alate i platforme za promociju, rezervacije i upravljanje poslovanjem;
    - Ulagati u energetsku učinkovitost i obnovljive izvore energije u poslovanju.
    - Koristiti i promicati certifikate održivosti i kvalitete;
    - Primjenjivati digitalne tehnologije za unapređenje vlastite ponude i povezivanje s promocijskim aktivnostima destinacije;
    - Uvoditi pametne sustave u smještajne kapacitete (*smart lock*, pametne klime, solarni paneli, punionice za e-vozila).
4. Aktivno sudjelovati u sustavu suradnje i participativnog upravljanja
    - Sudjelovati u procesima donošenja odluka na razini destinacije (aktivno davati prijedloge i inicijative kroz forume i konzultacije);
    - Razvijati partnerstva između privatnog i javnog sektora te zajednički provoditi projekte;
    - Privatni sektor inicira partnerstva s javnim institucijama za zajedničke projekte;
    - Aktivno članstvo iznajmljivača u udrugama privatnih iznajmljivača i zajednički rad na standardizaciji kvalitete.
5. Povećati sigurnost, otpornost i kvalitetu života u destinaciji
    - Provoditi interne sigurnosne protokole i surađivati s javnim sektorom u osiguravanju sigurnosti destinacije;
    - Razvijati turističke proizvode koji promiču inkluziju i pristupačnost za sve skupine posjetitelja;
    - Primjenjivati načela društveno odgovornog poslovanja te doprinositi dobrobiti lokalne zajednice;
    - Prilagoditi segmente smještajnih kapaciteta i ugostiteljskih objekta osobama s invaliditetom (rampe, prilagođene kupaonice);
    - Aktivno ulagati u projekte i inicijative koje jačaju otpornost destinacije na krizne situacije.

6.4. SMJERNICE ZA UPRAVLJANJE ODRŽIVIM RAZVOJEM TURIZMA ZADARSKE ŽUPANIJE

Upravljanje održivim razvojem je ključ transformacije aktualnog modela turizma u propulzivni, inovativni, odgovorni i otporni turizam temeljen na četiri dimenzije održivog razvoja. Upravljanje turizmom je centralizirano s vodećom ulogom TZ Zadarske županije i Zadarskom županijom, te s potencijalom za aktivnije uključivanje dionika i lokalnog stanovništva kroz Turističko vijeće TZ Zadarske županije. Potrebno je dodatno osnažiti povezanost TZ Zadarske županije i turističkih zajednica gradova i općina koji su više odgovorni i orijentirani vlastitim jedinicama lokalne samouprave (predsjednici turističkih zajednica su u pravilu gradonačelnici i načelnici).

Upravljanje turizmom se treba temeljiti na participativnom upravljanju temeljenom na dvosmjernoj komunikaciji i aktivnijem uključivanju svih dionika kao pokretača promjena. Svim dionicima se mora pružiti prilika aktivnog kreiranja budućnosti, sukreiranja sustava ciljeva, mjera i aktivnosti s odgovornošću za provođenje aktivnosti kako bi bili visoko motivirani za ispunjavanje ukupnih i vlastitih ciljeva. Ostvarenje ciljeva na višim razinama je jamstvo ostvarenja nižih ciljeva jer turisti primarno biraju destinaciju, a tek sekundarno nositelje

ponude. Turistička zajednica Zadarske županije mora aktivno povezivati sve dionike u kreiranju integralnog proizvoda i ostvarenje izvrsnosti (*IQM*). Modeli povezivanja moraju pružiti prednosti svim dionicima u kreiranju zajedničkog proizvoda, turistima u generiranju kvalitetnijih i inovativnijih sadržaja, ali i destinaciji koja mora postati još atraktivnija. U promotivnim aktivnostima potreban je kontinuitet udružene marketinške kampanje koja povezuje dionike, i primjena digitalnih kanala kako bi se ostvario najveći efekt uz ograničeni financijski i kadrovski potencijal. Koordiniranim aktivnostima je nužno provodite sve mjere i aktivnosti u ostvarenju sustava ciljeva.

Ključ upravljanja je u jačanju svijesti o značaju održivog razvoja i sinergijskog ostvarenja sve četiri dimenzije održivog razvoja. Održivi razvoj ne predstavlja prolazni trend nego permanentno strateško usmjerenje u odgovornoj valorizaciji okolišnih, društvenih i prostornih resursa u inoviranju turističke ponude u funkciji multipliciranja ekonomskih rezultata i poticanja razvoja ostalih gospodarskih grana. Nužna je kontinuirana edukacija na svim razinama kao i organizacija radionica, studija slučajeva o prednostima održivog razvoja i nužnosti transformacije masovnog, izrazito sezonalnog turizma u dinamički, visoko konkurentan cjelogodišnji turizam više dodane vrijednosti.

Polazište upravljanja održivim razvojem turizma je proces istraživanja tržišta u kojem moraju aktivno biti uključeni svi dionici. U aktivnom kreiranju budućnosti, upravljanju promjenama i proaktivnom i prediktivnom djelovanju potrebno je anticipirati promjene na turističkom tržištu kao polazište donošenja odluka i strategija koje imaju veću mogućnost uspjeha u uvjetima neizvjesnosti i rizika. Nužno je povezivanje i udruživanje u funkciji zajedničkog istraživanja i transfera znanja.

U upravljanju održivim razvojem veliku važnost ima zelena i digitalna transformacija. Digitalizacija ubrzava i transformira sva područja djelovanja na svim razinama, ali je najvažnija uloga u transformacijskom procesu podatak – informacija – znanje. Nužno je kontinuirano obrazovanje djelatnika u procesu upravljanja znanjem. Zelena transformacija znači održivu i odgovornu valorizaciju prirodnih preduvjeta u visoko inovativan proizvod uz očuvanje prirode za buduće generacije.

Upravljanje održivim razvojem temeljenom na *Planu upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine* i planovima upravljanja na nižim razinama destinacija predstavlja koordinirani proces temeljen na monitoringu, mjerenju ostvarenja i povratnoj vezi u funkciji unapređivanja i ubrzavanja promjena u ostvarenju konkurentskih prednosti na četiri dimenzije održivosti.

6.5. SMJERNICE ZA INOVIRANJE MARKETINŠKE STRATEGIJE TURIZMA ZADARSKE ŽUPANIJE

Inoviranje marketinške strategije Zadarske županije definira opće smjernice za razvoj tržišne prepoznatljivosti, usklađene s postojećim brendom *Say Yes to Everything* i strateškim dokumentima na nacionalnoj i regionalnoj razini. Naglasak je na strateškim ciljevima, ciljanim tržištima i općim promotivnim aktivnostima, dok će se operativna razrada provoditi kroz godišnje planove rada turističkih zajednica.

Marketinška strategija Zadarske županije ima sljedeće strateške ciljeve:

1. Jačanje prepoznatljivosti ključnih turističkih proizvoda
    - Usklađivanje komunikacije svih turističkih zajednica s postojećim brend okvirom *Say Yes to Everything*;
    - Razvoj koherentnog *storytellinga* temeljenog na autentičnosti, održivosti i raznolikosti destinacije;
    - Jačanje vidljivosti temeljnih turističkih proizvoda kroz integrirani sadržajni pristup.
2. Produljenje sezone
    - Usmjeravanje komunikacije na proizvode s cjelogodišnjim potencijalom (kongresni, *outdoor*, ruralni turizam, enogastronomski, kulturni);
    - Razvijanje narativa koji motivira putovanja u predsezoni i posezoni;
    - Diversifikacija ciljnih tržišta i segmenata koji putuju izvan ljetnih mjeseci.
3. Digitalna vidljivost i dosljednost komunikacije
    - Usklađivanje vizualnog identiteta i standarda komunikacije svih TZ-ova na razini županije;
    - Razvoj i primjena zajedničkih digitalnih alata (npr. *asset-banka*, standardizacija oznaka i strukture sadržaja);
    - Povećanje međunarodne digitalne vidljivosti kroz jači fokus na sadržajni marketing.
4. Jačanje suradnje dionika
    - Povezivanje lokalnih turističkih zajednica kroz zajedničke komunikacijske okvire i koordinaciju aktivnosti;
    - Aktivno uključivanje OPG-ova, kulturnih ustanova, zaštićenih prirodnih područja i turističkog sektora u stvaranje promotivnih sadržaja;
    - Razvoj partnerstava s regionalnim i nacionalnim institucijama i organizacijama.
5. Promocija održivih i autentičnih iskustava
    - Razvijanje komunikacije koja ističe autentičnost, lokalnost i odgovornost u turizmu;
    - Poticanje vidljivosti održivih proizvoda i iskustava uz naglasak na zelene i edukativne sadržaje;
    - Upotreba digitalnih formata za interpretaciju prirodne i kulturne baštine bez dodatnog opterećenja prostora.

Zadarska županija nastavlja komunicirati pod postojećim sloganom *Say Yes to Everything*, koji je od 2018. godine uspješno pozicionirao destinaciju kao područje raznolikih doživljaja. U budućnosti se slogan može fleksibilno prilagoditi po tržištima i proizvodima, primjerice u obliku *Say Yes to…*, čime se zadržava visoka prepoznatljivost, ali omogućuje diferencirana komunikacija. Pozicioniranje će se oslanjati na ključne vrijednosti destinacije: autentičnost, raznolikost, održivost, prirodne i kulturne posebnosti te dostupnost destinacije.

Provođenjem strateških marketinških ciljeva postavlja se temelj za prepoznatljiv i dosljedan komunikacijski okvir (Tablica 56) u kojem svaki ključni proizvod od *outdoor* i nautičkog turizma do ruralnog i kulturnog turizma zadržava autentičnost, ali i pridonosi zajedničkom identitetu regije. Segmentacija tržišta definira glavne emitivne zemlje (Njemačka, Austrija, Slovenija, Italija, Poljska) i ciljne skupine poput aktivnih parova, obitelji, ljubitelja prirode, gastronomskih entuzijasta i poslovnih putnika.

Tablica 56: Marketinški potencijal ključnih turističkih proizvoda Zadarske županije

Turistički proizvod	Tržišni potencijal	Razlozi potencijala	Smjernice za inoviranje	Ciljni segment
***Outdoor* / Aktivni turizam**	Visok	Velika potražnja na emitivnim tržištima (DE, AT, NL, SE); trend rasta aktivnog odmora; cjelogodišnja atraktivnost	Naglasiti raznolikost *outdoor* doživljaja i komunicirati prirodne kontraste županije (more – planina) te razvijati tematske rute i aktivne itinerare	25–45 aktivni parovi; 35–55 *outdoor* entuzijasti; *bike/trek* zajednica
Nautički turizam	Vrlo visok	Zadarsko otočje, marina infrastruktura, *charter* potražnja raste, premium segment	Pozicionirati županiju kao sigurnu i lako dostupnu nautičku regiju s raznolikim otočnim iskustvima	*Skippers & crew; premium* parovi; *charter* obitelji
Enogastronomski	Visok	Veliki interes *foodie* tržišta; snažan lokalni identitet; proizvodi OPG-ova	Istaknuti autentičnu gastronomsku baštinu i povezanost s lokalnim proizvođačima i prostorom	*Foodies* 30–55; *city-break* gosti
Ruralni turizam / OPG ponuda	Umjeren do visok	Rastući trend autentičnih, slow i eko iskustava; veliki potencijal izvan sezone	Promicati lokalnost, tradiciju i održivi životni stil ruralnog prostora	Parovi i obitelji; autentični ruralni prostori/OPG
Ekoturizam	Visok	Nacionalni parkovi, zaštićena područja, *birdwatching*, zelena transformacija	Naglašavati vrijednosti očuvanog okoliša i odgovornog boravka u prirodi	Eko putnici, *birdwatchers, green families*
Kulturni turizam	Umjeren do visok	Potencijal *city-break* tržišta (IT, FR, DE); događaji i manifestacije	Usmjeriti komunikaciju na živu baštinu, događanja i autentične interpretacije kulture (npr. Camino ruta, sakralna baština, vjerski lokaliteti i sl.)	*Culture seekers, city-break,* hodočasnici i posjetitelji sakralne baštine
MICE turizam	Umjeren	Dobra prometna dostupnost; rast manjih poslovnih događanja	Pozicionirati manji MICE kao dopunski segment koji spaja radna okruženja s autentičnim iskustvima destinacije	Korporativni partneri, agencije DMC/PCO
Odmorišni	Stabilno visok	Temeljni proizvod; široko tržište; visoka prepoznatljivost	U strategiji naglašavati *wellbeing, slow living* i putovanja van sezone	Obitelji; solo putnici, *slow living & wellbeing*

Izvor: izrada autora

Kategorizacija tržišnog potencijala napravljena je prema sljedećim kriterijima:

- Vrlo visok potencijal - proizvod već ostvaruje snažnu potražnju na glavnim emitivnim tržištima, ima izraženu konkurentsku prednost u odnosu na konkurente te ima uvjete za daljnji rast bez značajnog infrastrukturnog ulaganja;

- Visok potencijal - proizvod bilježi kontinuirano povećanje potražnje, prepoznat je među ključnim tržišnim segmentima i ima mogućnost širenja kroz inovativnu prezentaciju i jačanje vidljivosti;
- Umjeren do visok potencijal - proizvod pokazuje značajan prostor rasta uz dodatni razvoj ponude, podizanje kvalitete ili bolju integraciju u postojeće marketinške *narative* destinacije;
- Umjeren potencijal - proizvod je prisutan, ima specifičnu, ali ograničenu potražnju, i može biti relevantan kao dopunski proizvod, posebno u kontekstu diversifikacije i smanjenja sezonalnosti;
- Stabilno visok potencijal - oznaka namijenjena ključnim proizvodima destinacije koji imaju tradicionalno visoku potražnju i stabilnu tržišnu poziciju, ali zahtijevaju stratešku prilagodbu kako bi se poticao održivi razvoj i produljenje sezone.

Povezivanje marketinške strategije Zadarske županije s nacionalnim strateškim ciljevima osigurava usklađenost sa smjerovima održivog razvoja turizma Republike Hrvatske (Tablica 57). Aktivnosti poput promocije ekoturizma, razvoja digitalnih alata (CMS, AI analitika) i jačanja lokalnih partnerstava izravno doprinose ciljevima održivosti, otpornosti i inovativnosti turizma do 2030. godine.

Tablica 57: Povezanost marketinške strategije s ciljevima Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine

Strateški cilj RH 2030	**Odgovarajući pravci TZ ZŽ**
Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam	Brendiranje + *storytelling*; razvoj zaleđa i otoka; koordinacija TZ-ova; Q1/Q4 kampanje.
Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu	Kampanje eko proizvoda, promocija lokalnih proizvoda, *VR/AR* interpretacija bez opterećenja prostora.
Konkurentan i inovativan turizam	Integrirani digitalni sustav (CMS, analitika, AI), *performance* + *content*, partnerstva s *tech* tvrtkama.
Otporan Turizam	Edukacija dionika, B2B partnerstva, razvoj lokalne otpornosti i diversifikacije proizvoda.

Izvor: izrada autora

Postavljene smjernice na svim razinama moraju osigurati sinergijsko provođenje mjera i aktivnosti u funkciji ostvarenja sustava ciljeva (poglavlje 5) i ostvarenja konkurentnosti na sve dinamičnijem tržištu.






7. POPIS PROJEKATA

Projekti moraju biti vezani sa sustavom ciljeva, mjera i aktivnosti i doprinijeti misiji, viziji i strateškom pravcu održivog razvoja turizma Zadarske županije. Dijele se na projekte koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije (ključno je povezivanje s pokazateljima održivosti) i projekte od posebnog značaja za razvoj destinacije (projekti veće vrijednosti od milijun eura i projekti koji imaju minimalno izrađenu studijsku/projektnu dokumentaciju prema propisu kojim se regulira odobravanje investicijskih projekata za koje obveze preuzimaju proračunski korisnici, odnosno jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave), koji moraju biti povezani sa strateškim ciljevima destinacije.

Planovi upravljanja destinacijom na razini gradova i općina Zadarske županije će uključivati projekte na razini jedinica lokalnih samouprava koji će biti povezani sa strateškim ciljevima i pokazateljima održivosti na razini destinacije (gradova i općina), ali će doprinositi ostvarenju ciljeva, mjera i aktivnosti na razini Zadarske županije. U *Planu upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine* su izdvojeni projekti s vrijednošću preko milijun

eura (izuzev projekta 6., koji je manje vrijednosti) koji pokrivaju područja više turističkih zajednica jedinica lokalnih samouprava te parkova prirode (ne zadovoljavaju uvjet izrađene studijsko/projektne dokumentacije prema propisu kojim se regulira odobravanje investicijskih projekata), projekti razvojne agencije ZADRA NOVA te projekti općine Gračac čijem razvojem održivog turizma upravlja Turistička zajednica Zadarske županije. Iako predloženi projekti ne zadovoljavaju status projekata od posebnog značaja, povezani su s pokazateljima održivosti i strateškim ciljevima *Plana upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine.*

Tablica 58: Projekt 1. Uvođenje cjelogodišnjih aviolinija prema Zadru (2026.-2030.)

Turistička zajednica	TZ Zadarske županije
Naziv projekta	Uvođenje cjelogodišnjih aviolinija prema Zadru (2026.-2030.)
Kratki opis predmeta projekta	Projekt obuhvaća uspostavu i provedbu strateške marketinške suradnje između Turističke zajednice Zadarske županije, *Croatia Airlinesa* i *Ryanaira*, s ciljem uvođenja i održavanja cjelogodišnjih međunarodnih aviolinija prema *Zračnoj luci Zadar*. Projekt uključuje zajedničke promotivne aktivnosti na emitivnim tržištima, digitalne kampanje, PR aktivnosti kojima se potiču dolasci u predsezoni i posezoni.
Kratki opis svrhe projekta	Svrha projekta je povećati dostupnost Zadarske županije tijekom cijele godine, smanjiti sezonalnost turističkog prometa te omogućiti stalan promet putnika iz ključnih europskih tržišta. Projekt izravno doprinosi cilju produljenja turističke sezone i jačanja cjelogodišnjeg turizma. Potencijalni partneri su avioprijevoznici i organizatori putovanja s organiziranim putovanjima u Zadarsku županiju i Hrvatsku koji proširuju period svojih operacija u pred i posezoni te uvode cjelogodišnje letove za *Zračnu luku Zadar*. TZ Zadarske županije prati načela Hrvatske turističke zajednice brinući se o maksimalno održivom razvoju destinacije. S obzirom na povećanje potražnje za destinaciju posljednjih godina, te sve izraženiju sezonalnost i koncentraciju velikog prometa u ljetnim mjesecima, nužno je usmjeriti sredstva za marketinške kampanje u razdoblje van sezone.
Načni doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projekt doprinosi sljedećim pokazateljima održivosti: – Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji (ZT-1) – Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem (TP-1) – Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (PGS-1) – Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (PGS-2) – Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište (SOE-2) – Stopa popunjenosti u komercijalnim smještajnim kapacitetima (STP-1)
Nositelj provedbe projekta	Turistička zajednica Zadarske županije Partneri: – *Croatia Airlines d.d.* – *Ryanair*
Lokacija provedbe projekta	Zadarska županija, Zračna luka Zadar i tržišta: Njemačka, Irska, Skandinavija, Italija, Francuska, Austrija
Planirani početak i završetak provedbe projekta	Siječanj 2026. - Prosinac 2030.
Ključne točke ostvarenja projekta i njihovi planirani rokovi	– Potpisivanje sporazuma o suradnji s avioprijevoznicima (2026.) – Pokretanje prvih cjelogodišnjih linija (*Zadar–Munchen* i dr.) (2026./2027.)

<table>
<tr><td></td><td colspan="5">– Intenzivna marketinška kampanja na ciljanim tržištima (2026. - 2028.)
– Proširenje mreže cjelogodišnjih linija (dodavanje 2 nove destinacije do 2028.)
– Evaluacija učinaka i nastavak programa (2029. - 2030.)
Prethodno navedeno će donijeti cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam, turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu. Disperzija turističkog prometa na cijelu godinu pridonosi zadovoljstvu i kvaliteti života lokalnog stanovništva. Mogućnost proširenja ponude autentičnih i kvalitetnih turističkih doživljaja za različite segmente potražnje čime Zadarska županija postaje održiva destinacija visoke vrijednosti.</td></tr>
<tr><td>Ukupno procijenjena vrijednost projekta</td><td colspan="5">1 000 000 EUR (300 000 Croatia Airlines i 700 000 Ryanair)</td></tr>
<tr><td>Iznos vlastitog financiranja</td><td colspan="5">10%</td></tr>
<tr><td>Ostali mogući izvori financiranja</td><td colspan="5">Ministarstvo turizma i sporta, Hrvatska turistička zajednica (HTZ), turističke zajednice gradova, općina, mjesta, regionalna i lokalna samouprava.</td></tr>
<tr><td>Imovinsko-pravni odnosi</td><td colspan="5">Nisu predmet projekta (marketinško-partnerski ugovori).</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Status izrade potrebne studijske dokumentacije</td><td colspan="2">Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen profil projekta?</td><td colspan="2">Postoji li u trenutku popunjavanja upitnika izrađena studija predizvodljivosti i/ili studija izvedivosti?</td><td>Postoji li u trenutku popunjavanja upitnika izrađena CBA?</td></tr>
<tr><td colspan="2">u izradi</td><td colspan="2">u izradi</td><td>u izradi</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Status izrade potrebne projektne dokumentacije</td><td>Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen idejni projekt?</td><td>Da li je u trenutku ispunjavanja upitnika ishodovana lokacijska dozvola?</td><td>Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen glavni projekt?</td><td>Da li se projekt može graditi prema Pravilniku o jednostavnim i drugim građevinama i radovima?</td><td>Da li je u trenutku ispunjavanja upitnika ishodovana građevinska dozvola?</td></tr>
<tr><td>nije primjenjivo</td><td>nije primjenjivo</td><td>nije primjenjivo</td><td>nije primjenjivo</td><td>nije primjenjivo</td></tr>
<tr><td>Način doprinosa strateškom cilju</td><td colspan="5">Projekt doprinosi sljedećem strateškom cilju:
– unapređivanje turističke i prometne infrastrukture kao preduvjet preobrazbe turizma</td></tr>
<tr><td>Način ostvarenja pozitivnog financijskog učinka na turizam i ostale povezane sektore</td><td colspan="5">– Povećanje broja dolazaka turista izvan glavne sezone za 15-20 % godišnje
– Porast broja putnika u Zračnoj luci Zadar za do 200 000 godišnje
– Rast prihoda u smještajnom i ugostiteljskom sektoru za 10-15 % u predsezoni i posezoni
– Povećanje prihoda za lokalno gospodarstvo: prijevoznike, agencije, hotele i pružatelje usluga
– Povećanje zapošljavanja u turizmu, trgovini i prometu.</td></tr>
<tr><td>Projekt od posebnog značaja započinje s provedbom u razdoblju važenja Plana upravljanja destinacijom kojim je predviđen (2025. – 2029.) (DA/NE)</td><td colspan="5">DA</td></tr>
<tr><td>Projekt od posebnog značaja ima minimalno izrađenu studiju/projektnu dokumentaciju prema</td><td colspan="5">NE (u izradi)</td></tr>
</table>

propisu kojim se regulira odobravanje investicijskih projekata za koje obveze preuzimaju proračunski korisnici i jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave (DA/NE)	

Izvor: izrada autora

Tablica 59: Projekt 2. Velebit u beskraju

Turistička zajednica	TZ Zadarske županije
Naziv projekta	Velebit u beskraju
Kratki opis predmeta projekta	Projekt je osmišljen da se realizira u više faza: – analiza turističke ponude i potražnje u zaštićenim područjima prirode u RH i okruženju radi identificiranja komparativnih prednosti *PP Velebit* – kartiranje turističkih atrakcija uz turističku rutu *Velebit u beskraju* – SWOT analiza turističke rute *Velebit u beskraju* – izrada akcijskog plana za uspostavu turističke rute *Velebit u beskraju* – analiza i identifikacija turističkih punktova na ruti – izrada prometnog elaborata za turističku signalizaciju uz rutu – izrada jedinstvenog vizualnog identiteta rute (knjiga standarda) – izrada digitalne aplikacije rute *Velebit u beskraju* – akcijski plan za razvoj i upravljanje brendom destinacije koristeći brend *UNESCO*-a – integriranje turističke rute u prostorni plan *Parka prirode Velebit* i prostorne planove JLS – integriranje turističke rute u strategiju razvoja turizma jedinica područne (regionalne) i lokalne uprave i samouprave
Kratki opis svrhe projekta	Program ima za cilj analizirati i identificirati ključne elemente prostora na kojima je moguće definirati jedinstvenu, cjelovitu i prepoznatljivu rutu za kontrolirano kretanje posjetitelja u ogromnom području parka prirode koja će povezivati sve prostorno-geografske cjeline parka i postati strateška osnovica za sve razvojne i marketinške aktivnosti i promidžbu parka i svih njegovih elemenata namijenjenih za prijem posjetitelja na nacionalnom i međunarodnom tržištu, uspostaviti efikasno, kontinuirano i trajno praćenje posjećivanja u *Parku prirode Velebit*, te polazište za analizu i definiranje prostornih segmenata prikladnih za održivo korištenje prirodne i kulturne baštine *Parka prirode Velebit* uz strateške smjerove za kretanje posjetitelja. Ispravno definirana ruta trebala bi imati ulogu polazišta za sveobuhvatno turističko brendiranje parka, razvoj jedinstvene turističke ponude koja će se promovirati pod *UNESCO* brendom, te predstavljati osnovicu za glavne aktivnosti prostornog planiranja parka i biti okosnica za efikasan nadzor i kontrolu zbivanja u *Parku prirode Velebit*.
Načni doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projekt doprinosi sljedećim pokazateljima održivosti: – Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji (ZT-1) – Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija (TI-1) – Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2) – Javno dostupne informacije o atrakcijama u turističkim i informativnim centrima (SPD-2) – Razvijen sustav za zaštitu prirodne i kulturne baštine i lokaliteta (SZB-1)
Nositelj provedbe projekta	JU PP Velebit
Lokacija provedbe projekta	Područje planine Velebit i neposredna okolica
Planirani početak i završetak provedbe projekta	2025. - 2031.

<table>
<tr><td>Ključne točke ostvarenja projekta i njihovi planirani rokovi</td><td colspan="5">– Uspostava turističke rute Velebit u beskraju (2026.)
– Uređenje prometne signalizacije (2031.)
– Izrada digitalne aplikacije i razvoj jedinstvenog brenda rute pod znakom UNESCO-a (2028.)</td></tr>
<tr><td>Ukupno procijenjena vrijednost projekta</td><td colspan="5">2 000 000,00</td></tr>
<tr><td>Iznos vlastitog financiranja</td><td colspan="5">10 %</td></tr>
<tr><td>Ostali mogući izvori financiranja</td><td colspan="5">MINTZ, MZOZT, FZOEU</td></tr>
<tr><td>Imovinsko-pravni odnosi</td><td colspan="5">U postupku rješavanja</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Status izrade potrebne studijske dokumentacije</td><td colspan="2">Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen profil projekta?</td><td colspan="2">Postoji li u trenutku popunjavanja upitnika izrađena studija predizvodljivosti i/ili studija izvedivosti?</td><td>Postoji li u trenutku popunjavanja upitnika izrađena CBA?</td></tr>
<tr><td colspan="2">DA</td><td colspan="2">NE</td><td>NE</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Status izrade potrebne projektne dokumentacije</td><td>Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen idejni projekt?</td><td>Da li je u trenutku ispunjavanja upitnika ishodovana lokacijska dozvola?</td><td>Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen glavni projekt?</td><td>Da li se projekt može graditi prema Pravilniku o jednostavnim i drugim građevinama i radovima?</td><td>Da li je u trenutku ispunjavanja upitnika ishodovana građevinska dozvola?</td></tr>
<tr><td>DA</td><td>NE</td><td>NE</td><td>DA</td><td>NE</td></tr>
<tr><td>Način doprinosa strateškom cilju</td><td colspan="5">Projekt doprinosi sljedećim strateškim ciljevima:
– jačanje svijesti o nužnosti održive valorizacije prirodnih resursa u turističkom razvoju
– poticanje odgovornog korištenja i očuvanja prirodnih resursa i zaštite bioraznolikosti
– promoviranje jedinstvene prirodne resursne osnove i razvoja ekoturizma
– kreiranje inovativne, visoko konkurentne i profilirane turističke ponude u funkciji jedinstvenog doživljaja za turiste;
– brendiranje Zadarske županije kao prepoznatljive, atraktivne i autentične turističke destinacije</td></tr>
<tr><td>Način ostvarenja pozitivnog financijskog učinka na turizam i ostale povezane sektore</td><td colspan="5">Povećan broj posjetitelja i noćenja, produljenje boravka posjetitelja u destinaciji.</td></tr>
<tr><td>Projekt od posebnog značaja započinje s provedbom u razdoblju važenja Plana upravljanja destinacijom kojim je predviđen (2025. – 2029.) (DA/NE)</td><td colspan="5">DA</td></tr>
<tr><td>Projekt od posebnog značaja ima minimalno izrađenu studiju/projektnu dokumentaciju prema propisu kojim se</td><td colspan="5">NE</td></tr>
</table>

regulira odobravanje investicijskih projekata za koje obveze preuzimaju proračunski korisnici i jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave (DA/NE)	

Izvor: izrada autora

Tablica 60: Projekt 3. Uspostava sustava video nadzora u Parku prirode Telašćica

Turistička zajednica	TZ Zadarske županije				
Naziv projekta	Uspostava sustava video nadzora u Parku prirode Telašćica				
Kratki opis predmeta projekta	Postavljanje kamera visoke rezolucije na 21 nadzorno područje u *PP Telašćica* radi nadzora plovidbe, nadzora zona stroge zaštite i požara te integracije sustava sa sustavom naplate ulaznica.				
Kratki opis svrhe projekta	Bolja kontrola područja, smanjenje ilegalnih aktivnosti i povećanje sigurnosti posjetitelja.				
Načni doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projekt doprinosi sljedećim pokazateljima održivosti: – Sigurnosne mjere kao što su stanice prve pomoći na plažama/ lokalitetima turističkih atrakcija (SSD-3) – Razvijen sustav za zaštitu prirodne i kulturne baštine i lokaliteta (SZB-1)				
Nositelj provedbe projekta	Javna ustanova Park prirode Telašćica				
Lokacija provedbe projekta	Općina Sali				
Planirani početak i završetak provedbe projekta	2027.- 2029.				
Ključne točke ostvarenja projekta i njihovi planirani rokovi	– Instalacija opreme (2029.) – Edukacija zaposlenika (2029) – Integracija s *e-Ticket* sustavom i registrom brodova (2029.) – Testiranje i puštanje u rad (2029.)				
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	2 500 000,00				
Iznos vlastitog financiranja	20 %				
Ostali mogući izvori financiranja	-				
Imovinsko-pravni odnosi	U postupku rješavanja				
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen profil projekta?	Postoji li u trenutku popunjavanja upitnika izrađena studija predizvodljivosti i/ili studija izvedivosti?	Postoji li u trenutku popunjavanja upitnika izrađena CBA?		
	DA	NE	NE		
Status izrade potrebne projektne dokumentacije	Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen idejni projekt?	Da li je u trenutku ispunjavanja upitnika ishodovana lokacijska dozvola?	Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen glavni projekt?	Da li se projekt može graditi prema Pravilniku o jednostavnim i drugim građevinama i radovima?	Da li je u trenutku ispunjavanja upitnika ishodovana građevinska dozvola?
	DA	NE	DA	DA	NE
Način doprinosa strateškom cilju	Projekt doprinosi sljedećim strateškim ciljevima: – jačanje svijesti o nužnosti održive valorizacije prirodnih resursa u turističkom razvoju				

	– poticanje odgovornog korištenja i očuvanja prirodnih resursa i zaštite bioraznolikosti – promoviranje jedinstvene prirodne resursne osnove i razvoja ekoturizma – upravljanje tokovima posjetitelja i lokalnim prometom temeljeno na digitalnim pametnim rješenjima u smanjivanju gužvi oko ključnih atrakcija
Način ostvarenja pozitivnog financijskog učinka na turizam i ostale povezane sektore	Smanjenje troškova ophodnji, veća sigurnost i atraktivnost destinacije.
Projekt od posebnog značaja započinje s provedbom u razdoblju važenja Plana upravljanja destinacijom kojim je predviđen (2025. – 2029.) (DA/NE)	DA
Projekt od posebnog značaja ima minimalno izrađenu studiju/projektnu dokumentaciju prema propisu kojim se regulira odobravanje investicijskih projekata za koje obveze preuzimaju proračunski korisnici i jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave (DA/NE)	NE

Izvor: izrada autora

Tablica 61: Projekt 4. Uspostava sustava sidrišta u Parku prirode Telašćica

Turistička zajednica	TZ Zadarske županije
Naziv projekta	Uspostava sustava sidrišta u Parku prirode Telašćica
Kratki opis predmeta projekta	Postavljanje novih ekoloških sidrišnih sustava (bova) na 10 lokacija u akvatoriju *PP Telašćica*, kapaciteta za plovila do 25 m.
Kratki opis svrhe projekta	Zaštita morskih staništa od oštećenja sidrenjem i osiguravanje sigurnog priveza za nautički turizam.
Načni doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projekt doprinosi sljedećim pokazateljima održivosti: – Razvijen sustav za zaštitu prirodne i kulturne baštine i lokaliteta (SZB-1) – Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2) – Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima (STP-2) – Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište (javna/privatna i vrsta) (SOE-2)
Nositelj provedbe projekta	Javna ustanova Park prirode Telašćica
Lokacija provedbe projekta	Općina Sali
Planirani početak i završetak provedbe projekta	2025. - 2029.
Ključne točke ostvarenja projekta i njihovi planirani rokovi	– Uklanjanje starih bova (2026.) – Postavljanje novih sidrišnih polja (2027.) – Istraživanja i praćenje parametara morskog okoliša (2026.-2029.) – Praćenje ciljnih morskih stanišnih tipova (2026.-2029.)
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	2 300 000,00
Iznos vlastitog financiranja	20 %

<table>
<tr><td>Ostali mogući izvori financiranja</td><td colspan="5">Planirano financiranje iz poziva PK.3.7.05</td></tr>
<tr><td>Imovinsko-pravni odnosi</td><td colspan="5">U postupku rješavanja</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Status izrade potrebne studijske dokumentacije</td><td colspan="2">Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen profil projekta?</td><td colspan="2">Postoji li u trenutku popunjavanja upitnika izrađena studija predizvodljivosti i/ili studija izvedivosti?</td><td>Postoji li u trenutku popunjavanja upitnika izrađena CBA?</td></tr>
<tr><td colspan="2">DA</td><td colspan="2">NE</td><td>NE</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Status izrade potrebne projektne dokumentacije</td><td>Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen idejni projekt?</td><td>Da li je u trenutku ispunjavanja upitnika ishodovana lokacijska dozvola?</td><td>Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen glavni projekt?</td><td>Da li se projekt može graditi prema Pravilniku o jednostavnim i drugim građevinama i radovima?</td><td>Da li je u trenutku ispunjavanja upitnika ishodovana građevinska dozvola?</td></tr>
<tr><td>DA</td><td>NE</td><td>NE</td><td>NE</td><td>NE</td></tr>
<tr><td>Način doprinosa strateškom cilju</td><td colspan="5">Projekt doprinosi sljedećim strateškim ciljevima:
– jačanje svijesti o nužnosti održive valorizacije prirodnih resursa u turističkom razvoju
– poticanje odgovornog korištenja i očuvanja prirodnih resursa i zaštite bioraznolikosti
– promoviranje jedinstvene prirodne resursne osnove i razvoja ekoturizma
– unapređivanje turističke i prometne infrastrukture kao preduvjet preobrazbe turizma</td></tr>
<tr><td>Način ostvarenja pozitivnog financijskog učinka na turizam i ostale povezane sektore</td><td colspan="5">Prihod od ulaznica, smanjenje troškova štete na morskom okolišu.</td></tr>
<tr><td>Projekt od posebnog značaja započinje s provedbom u razdoblju važenja Plana upravljanja destinacijom kojim je predviđen (2025. – 2029.) (DA/NE)</td><td colspan="5">DA</td></tr>
<tr><td>Projekt od posebnog značaja ima minimalno izrađenu studiju/projektnu dokumentaciju prema propisu kojim se regulira odobravanje investicijskih projekata za koje obveze preuzimaju proračunski korisnici i jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave (DA/NE)</td><td colspan="5">NE</td></tr>
</table>

Izvor: izrada autora

Tablica 62: Projekt 5. Izgradnja desalinizatora za potrebe vodoopskrbe uvale Mir u Parku prirode Telašćica

Turistička zajednica	TZ Zadarske županije
Naziv projekta	Izgradnja desalinizatora za potrebe vodoopskrbe uvale Mir u *Parku prirode Telašćica.*

<table>
<tr><td>Kratki opis predmeta projekta</td><td colspan="5">Investicija u desalinizator za opskrbu pitkom vodom Javne ustanove i turističkih objekata u uvali Mir. Sustav će dijelom koristiti energiju iz fotonaponskih ćelija.</td></tr>
<tr><td>Kratki opis svrhe projekta</td><td colspan="5">Osigurati stabilnu i ekološki prihvatljivu opskrbu pitkom vodom te smanjiti emisije CO_2 eliminacijom potrebe za brodom vodonoscem.</td></tr>
<tr><td>Načni doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti</td><td colspan="5">Projekt doprinosi sljedećim pokazateljima održivosti:
– Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (ZL-2)
– Razvijen sustav za zaštitu prirodne i kulturne baštine i lokaliteta (SZB-1)
– Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima (STP-a)
– Uspostavljene politike i/ili sustav za poticanje smanjenja ovisnosti o fosilnim gorivima, poboljšanja energetske učinkovitosti i unapređenja korištenja tehnologija obnovljive energije (SUPK-1)</td></tr>
<tr><td>Nositelj provedbe projekta</td><td colspan="5">Javna ustanova Park prirode Telašćica</td></tr>
<tr><td>Lokacija provedbe projekta</td><td colspan="5">Općina Sali</td></tr>
<tr><td>Planirani početak i završetak provedbe projekta</td><td colspan="5">2026. - 2028.</td></tr>
<tr><td>Ključne točke ostvarenja projekta i njihovi planirani rokovi</td><td colspan="5">– Izrada projektne dokumentacije (2026.)
– Nabava i instalacija desalinizatora (2028.)
– Integracija s fotonaponskim sustavom (2028.)
– Pprobni rad i puštanje u pogon (2028.)</td></tr>
<tr><td>Ukupno procijenjena vrijednost projekta</td><td colspan="5">1 000 000,00</td></tr>
<tr><td>Iznos vlastitog financiranja</td><td colspan="5">20 %</td></tr>
<tr><td>Ostali mogući izvori financiranja</td><td colspan="5">Modernizacijski fond</td></tr>
<tr><td>Imovinsko-pravni odnosi</td><td colspan="5">Riješeni</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Status izrade potrebne studijske dokumentacije</td><td colspan="2">Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen profil projekta?</td><td colspan="2">Postoji li u trenutku popunjavanja upitnika izrađena studija predizvodljivosti i/ili studija izvedivosti?</td><td>Postoji li u trenutku popunjavanja upitnika izrađena CBA?</td></tr>
<tr><td colspan="2">DA</td><td colspan="2">NE</td><td>NE</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Status izrade potrebne projektne dokumentacije</td><td>Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen idejni projekt?</td><td>Da li je u trenutku ispunjavanja upitnika ishodovana lokacijska dozvola?</td><td>Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen glavni projekt?</td><td>Da li se projekt može graditi prema Pravilniku o jednostavnim i drugim građevinama i radovima?</td><td>Da li je u trenutku ispunjavanja upitnika ishodovana građevinska dozvola?</td></tr>
<tr><td>DA</td><td>NE</td><td>NE</td><td>NE</td><td>NE</td></tr>
<tr><td>Način doprinosa strateškom cilju</td><td colspan="5">Projekt doprinosi ostvarenju sljedećih strateških ciljeva:
– jačanje svijesti o nužnosti održive valorizacije prirodnih resursa u turističkom razvoju
– poticanje odgovornog korištenja i očuvanja prirodnih resursa i zaštite bioraznolikosti
– unapređivanje i kvalitativno preoblikovanje komunalne infrastrukture</td></tr>
<tr><td>Način ostvarenja pozitivnog financijskog učinka na turizam i ostale povezane sektore</td><td colspan="5">Smanjenje operativnih troškova (ukidanje broda vodonosca), povećanje atraktivnosti destinacije za posjetitelje koji cijene održivost, sigurnija i stabilnija opskrba vodom.</td></tr>
<tr><td>Projekt od posebnog značaja započinje s provedbom u</td><td colspan="5">DA</td></tr>
</table>

razdoblju važenja Plana upravljanja destinacijom kojim je predviđen (2025. – 2029.) (DA/NE)	
Projekt od posebnog značaja ima minimalno izrađenu studiju/projektnu dokumentaciju prema propisu kojim se regulira odobravanje investicijskih projekata za koje obveze preuzimaju proračunski korisnici i jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave (DA/NE)	NE

Izvor: izrada autora

Tablica 63: Projekt 6. Poučna staza Koracima tradicije

Turistička zajednica	TZ Zadarske županije		
Naziv projekta	Poučna staza *Koracima tradicije*		
Kratki opis predmeta projekta	Uspostava poučne staze koja povezuje maslinike, vinograde i poljoprivredne površine u području *Parka prirode Telašćica*. Staza će biti opremljena interpretativnim tablama, digitalnim sadržajem (QR kodovi), klupama i vidikovcima.		
Kratki opis svrhe projekta	Oživljavanje kulturne i tradicijske baštine otoka kroz priče o bodulima težacima, maslinarstvu, vinogradarstvu i životu u skladu s prirodom. Edukacija posjetitelja i promocija održivog turizma.		
Načni doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projekt doprinosi sljedećim pokazateljima održivosti: – Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji (ZT-1) – Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija (TI-1) – Javno dostupne informacije o atrakcijama u turističkim i informativnim centrima (SPD-2) – Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije (SZT-1) – Razvijen sustav za zaštitu prirodne i kulturne baštine i lokaliteta (SZB-1)		
Nositelj provedbe projekta	Javna ustanova Park prirode Telašćica		
Lokacija provedbe projekta	Općina Sali		
Planirani početak i završetak provedbe projekta	2027. - 2029.		
Ključne točke ostvarenja projekta i njihovi planirani rokovi	– Projektiranje staze i interpretativnih sadržaja (2028.) – Postavljanje signalizacije i odmorišta (2028.) – Izrada edukativnih materijala i digitalnog vodiča (2029.) – Uključivanje lokalne zajednice (2029.)		
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	800 000,00		
Iznos vlastitog financiranja	20 %		
Ostali mogući izvori financiranja	-		
Imovinsko-pravni odnosi	Neriješeni		
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen profil projekta?	Postoji li u trenutku popunjavanja upitnika izrađena studija predizvodljivosti i/ili studija izvedivosti?	Postoji li u trenutku popunjavanja upitnika izrađena CBA?
	DA	NE	NE

Status izrade potrebne projektne dokumentacije	Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen idejni projekt?	Da li je u trenutku ispunjavanja upitnika ishodovana lokacijska dozvola?	Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen glavni projekt?	Da li se projekt može graditi prema Pravilniku o jednostavnim i drugim građevinama i radovima?	Da li je u trenutku ispunjavanja upitnika ishodovana građevinska dozvola?
	NE	NE	NE	DA	NE
Način doprinosa strateškom cilju	Projekt doprinosi sljedećim strateškim ciljevima: – održiva valorizacija i interpretacija kulturne i tradicijske baštine te jedinstvenog identiteta Zadarske županije u turističkoj ponudi – poticanje odgovornog korištenja i očuvanja prirodnih resursa i zaštite bioraznolikosti – kreiranje inovativne, visoko konkurentne i profilirane turističke ponude u funkciji jedinstvenog doživljaja za turiste; – brendiranje Zadarske županije kao prepoznatljive, atraktivne i autentične turističke destinacije				
Način ostvarenja pozitivnog financijskog učinka na turizam i ostale povezane sektore	Povećanje atraktivnosti destinacije, oživljavanje kulturne baštine, valoriziranje prirodnih preduvjeta				
Projekt od posebnog značaja započinje s provedbom u razdoblju važenja Plana upravljanja destinacijom kojim je predviđen (2025. – 2029.) (DA/NE)	DA				
Projekt od posebnog značaja ima minimalno izrađenu studiju/projektnu dokumentaciju prema propisu kojim se regulira odobravanje investicijskih projekata za koje obveze preuzimaju proračunski korisnici i jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave (DA/NE)	NE				

Izvor: izrada autora

Tablica 64: Projekt 7. Island Hopping

Turistička zajednica	TZ Zadarske županije, Udružene TZ zadarskog arhipelaga
Naziv projekta	*Island Hopping*
Kratki opis predmeta projekta	Projekt *Island Hopping* u sklopu *Zadar Archipelago* usmjeren je na uspostavu održive, ekološki prihvatljive brodske linije koja povezuje otoke zadarskog arhipelaga putem dnevnih tura brodom na solarnu energiju, kapaciteta oko 60 putnika. Nabavom inovativnog solarnog broda (npr. model proizvođača poput *Naval Design*) projekt omogućava prometnu povezanost između otoka koja trenutno ne postoji, razvoj zelenog turizma i smanjenje negativnog utjecaja na okoliš. Brod bi redovno prometovao između više otoka, s polazištem s jednog od središnje pozicioniranih otoka poput Rave ili Iža koji bi ujedno služio kao stalna baza i operativni centar projekta. Time se omogućuje efikasna i ravnomjerna povezanost svih otoka arhipelaga, posebno onih koji su danas prometno izolirani ili slabije dostupni. Tijekom provedbe bit će zaposlena stručna osoba za operativno vođenje i upravljanje turama te zapovjednik broda čime se dodatno doprinosi razvoju lokalne

<table>
<tr><td></td><td colspan="5">zajednice. Važno je napomenuti kako bi se formirao tjedni raspored s različitim dnevnim turama (npr. svaki dan izlet na tri različita otoka).</td></tr>
<tr><td>Kratki opis svrhe projekta</td><td colspan="5">Svrha projekta je stvaranje prometne infrastrukture za povezivanje otočja, poticanje održivog i inovativnog prijevoza unutar zadarskog arhipelaga, koristeći tehnologiju solarnog pogona za povezivanje otoka kroz atraktivnu turističku ponudu. Time se doprinosi zaštiti okoliša, smanjenju emisija, decentralizaciji turizma te razvoju otočnih sredina kroz nova radna mjesta i bolju prometnu dostupnost.</td></tr>
<tr><td>Načni doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti</td><td colspan="5">Projekt doprinosi sljedećim pokazateljima održivosti:
– Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (ZL-2)
– Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika (UPK-1)
– Promjena broja stanovnika u zadnjih pet godina u odnosu na promjenu broja turističkih noćenja (SZL-5)
– Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište (javna/privatna i vrsta) (SOE-2)
– Uspostavljene politike i/ili sustav za poticanje smanjenja ovisnosti o fosilnim gorivima, poboljšanja energetske učinkovitosti i unapređenja korištenja tehnologija obnovljive energije (SUPK-1)</td></tr>
<tr><td>Nositelj provedbe projekta</td><td colspan="5">Udružene TZ Zadarskog arhipelaga</td></tr>
<tr><td>Lokacija provedbe projekta</td><td colspan="5">Zadarski arhipelag</td></tr>
<tr><td>Planirani početak i završetak provedbe projekta</td><td colspan="5">2026. - 2028.</td></tr>
<tr><td>Ključne točke ostvarenja projekta i njihovi planirani rokovi</td><td colspan="5">– Povezivanje otoka, produljenje turističke sezone (2027.)
– Zapošljavanje lokalnog stanovništva (2028.)
– Razvoj zelenog turizma (2028.)</td></tr>
<tr><td>Ukupno procijenjena vrijednost projekta</td><td colspan="5">1 000 000,00</td></tr>
<tr><td>Iznos vlastitog financiranja</td><td colspan="5">10 %</td></tr>
<tr><td>Ostali mogući izvori financiranja</td><td colspan="5">Ministarstvo turizma, TZ ZŽ, Ministarstvo regionalnog razvoja i EU fondova</td></tr>
<tr><td>Imovinsko-pravni odnosi</td><td colspan="5">Riješeni</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Status izrade potrebne studijske dokumentacije</td><td>Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen profil projekta?</td><td colspan="2">Postoji li u trenutku popunjavanja upitnika izrađena studija predizvodljivosti i/ili studija izvedivosti?</td><td colspan="2">Postoji li u trenutku popunjavanja upitnika izrađena CBA?</td></tr>
<tr><td>NE</td><td colspan="2">NE</td><td colspan="2">NE</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Status izrade potrebne projektne dokumentacije</td><td>Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen idejni projekt?</td><td>Da li je u trenutku ispunjavanja upitnika ishodovana lokacijska dozvola?</td><td>Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen glavni projekt?</td><td>Da li se projekt može graditi prema Pravilniku o jednostavnim i drugim građevinama i radovima?</td><td>Da li je u trenutku ispunjavanja upitnika ishodovana građevinska dozvola?</td></tr>
<tr><td>NE</td><td>NE</td><td>NE</td><td>NE</td><td>NE</td></tr>
<tr><td>Način doprinosa strateškom cilju</td><td colspan="5">Projekt doprinosi sljedećim strateškim ciljevima:
– jačanje svijesti o nužnosti održive valorizacije prirodnih resursa u turističkom razvoju;
– poticanje odgovornog korištenja i očuvanja prirodnih resursa i zaštite bioraznolikosti</td></tr>
</table>

	– unapređivanje turističke i prometne infrastrukture kao preduvjet preobrazbe turizma – kreiranje inovativne, visoko konkurentne i profilirane turističke ponude u funkciji jedinstvenog doživljaja za turiste
Način ostvarenja pozitivnog financijskog učinka na turizam i ostale povezane sektore	Produljenje sezone, bolja dostupnost otoka, bolja prometna povezanost, smanjenje negativnih utjecaja na prirodu.
Projekt od posebnog značaja započinje s provedbom u razdoblju važenja Plana upravljanja destinacijom kojim je predviđen (2025. – 2029.) (DA/NE)	DA
Projekt od posebnog značaja ima minimalno izrađenu studiju/projektnu dokumentaciju prema propisu kojim se regulira odobravanje investicijskih projekata za koje obveze preuzimaju proračunski korisnici i jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave (DA/NE)	NE

Izvor: izrada autora

Tablica 65: Projekt 8. Senses of Archipelago

Turistička zajednica	TZ Zadarske županije, Udružene TZ zadarskog arhipelaga
Naziv projekta	*Senses of Archipelago*
Kratki opis predmeta projekta	Projekt *Senses of Archipelago* zamišljen je kao gastronomska manifestacija koja istražuje i promiče lokalne kulinarske tradicije zadarskog arhipelaga. Projekt obuhvaća istraživanje lokalnih otočkih specijaliteta, namirnica i proizvoda te suradnju s OPG-ovima, restoranima i kuharima, stvaranje menija temeljenih na autohtonim namirnicama svakog otoka, te edukaciju i promociju tih jela. U sklopu projekta planira se organizirati godišnje organizirati tri velike gastro manifestacije tijekom kulturnog ljeta po različitim otocima, uz glazbeni program i interaktivne aktivnosti. Nadalje plan je i oformiti prodajno-izložbeni prostor u Zadru, po mogućnosti u centru Zadra na Bedemima, gdje će posjetitelji moći vidjeti i kupiti proizvode te povremeno i uživati u pripremljenim jelima (moguće suradnje i gostovanja s kuharima).
Kratki opis svrhe projekta	Svrha projekta je očuvanje i promocija autohtonih gastronomskih tradicija zadarskog arhipelaga, stvaranje suradnje između lokalnih proizvođača hrane (OPG-ova) i ugostitelja te doprinos održivom razvoju lokalne ekonomije. Projekt također ima cilj podizanja svijesti o vrijednostima lokalne hrane među posjetiteljima i lokalnom stanovništvu te stvaranje prepoznatljive gastronomske ponude koja će privući turiste i podržati održivi turizam.
Načni doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projekt doprinosi sljedećim pokazateljima održivosti: – Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (ZL-2) – Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji (ZT-1) – Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem (TP-1) – Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2) – Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (PGS-1)

<table>
<tr><td></td><td colspan="5">– Udio stanovnika koji imaju pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta (SZL-3)</td></tr>
<tr><td>Nositelj provedbe projekta</td><td colspan="5">Udružene TZ Zadarskog arhipelaga</td></tr>
<tr><td>Lokacija provedbe projekta</td><td colspan="5">Zadarski arhipelag</td></tr>
<tr><td>Planirani početak i završetak provedbe projekta</td><td colspan="5">2026. - 2027.</td></tr>
<tr><td>Ključne točke ostvarenja projekta i njihovi planirani rokovi</td><td colspan="5">– Istraživanje i sakupljanje informacija o autohtonim namirnicama svakog otoka unutar zadarskog arhipelaga (2026.)
– Suradnja s OPG-ovima te stvaranje dodatnog izvora zarade (2027.)
– Implementacija autohtonih jela u ponude restorana (2027.)
– Otvaranje objekta u Zadru (2028.)
– Produljenje sezone (2026.-2028.)</td></tr>
<tr><td>Ukupno procijenjena vrijednost projekta</td><td colspan="5">1 000 000,00</td></tr>
<tr><td>Iznos vlastitog financiranja</td><td colspan="5">10 %</td></tr>
<tr><td>Ostali mogući izvori financiranja</td><td colspan="5">Ministarstvo turizma, TZ ZŽ, Ministarstvo regionalnog razvoja i EU fondova</td></tr>
<tr><td>Imovinsko-pravni odnosi</td><td colspan="5">Riješeni</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Status izrade potrebne studijske dokumentacije</td><td colspan="2">Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen profil projekta?</td><td colspan="2">Postoji li u trenutku popunjavanja upitnika izrađena studija predizvodljivosti i/ili studija izvedivosti?</td><td>Postoji li u trenutku popunjavanja upitnika izrađena CBA?</td></tr>
<tr><td colspan="2">DA</td><td colspan="2">NE</td><td>NE</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Status izrade potrebne projektne dokumentacije</td><td>Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen idejni projekt?</td><td>Da li je u trenutku ispunjavanja upitnika ishodovana lokacijska dozvola?</td><td>Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen glavni projekt?</td><td>Da li se projekt može graditi prema Pravilniku o jednostavnim i drugim građevinama i radovima?</td><td>Da li je u trenutku ispunjavanja upitnika ishodovana građevinska dozvola?</td></tr>
<tr><td>DA</td><td>NE</td><td>NE</td><td>DA</td><td>NE</td></tr>
<tr><td>Način doprinosa strateškom cilju</td><td colspan="5">Projekt doprinosi sljedećim strateškim ciljevima:
– održiva valorizacija i interpretacija kulturne i tradicijske baštine te jedinstvenog identiteta Zadarske županije u turističkoj ponudi
– kreiranje inovativne, visoko konkurentne i profilirane turističke ponude u funkciji jedinstvenog doživljaja za turiste;
– brendiranje Zadarske županije kao prepoznatljive, atraktivne i autentične turističke destinacije;
– multipliciranje ekonomskih efekata turizma na razvoj gospodarstva</td></tr>
<tr><td>Način ostvarenja pozitivnog financijskog učinka na turizam i ostale povezane sektore</td><td colspan="5">Produljenje sezone, bolja dostupnost lokalnih proizvoda te promocija autohtonosti.</td></tr>
</table>

Projekt od posebnog značaja započinje s provedbom u razdoblju važenja Plana upravljanja destinacijom kojim je predviđen (2025. – 2029.) (DA/NE)	DA
Projekt od posebnog značaja ima minimalno izrađenu studiju/projektnu dokumentaciju prema propisu kojim se regulira odobravanje investicijskih projekata za koje obveze preuzimaju proračunski korisnici i jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave (DA/NE)	NE

Izvor: izrada autora

Tablica 66: Projekt 9. Tragovima prošlosti

Turistička zajednica	TZ Zadarske županije, Udružene TZ zadarskog arhipelaga
Naziv projekta	Tragovima prošlosti
Kratki opis predmeta projekta	U sklopu projekta *Tragovima prošlosti* planira se istražiti arheološke lokalitete na zadarskim otocima te izabrati do desetak točaka po otocima arhipelaga s posebnim naglaskom na odabrano jedno povijesno razdoblje (npr. I. do VI. st.) na kojima će se napraviti informacijske točke. Na otocima postoje mnoge stare crkve i napuštene vile, brodovi, solane, putevi i vojne utvrde, poznata polja, i drugo, te bi se kroz suradnju s arheolozima i povjesničarima, te korištenjem modernih tehnologija, poput *LiDAR* snimanja i virtualnih rekonstrukcija pružili posjetiteljima jedinstven povratak u prošlost lokaliteta. Nadalje aktivnosti uključuju mlade i lokalne udruge, korištenje *GoPro*, *VR* i *QR* tehnologije, te pozicioniraju otoke kao primjer održivog aktivnog turizma s dubokom povijesnom dimenzijom.
Kratki opis svrhe projekta	Svrha projekta je očuvanje, valorizacija i promocija kulturne baštine zadarskog arhipelaga s naglaskom na povijesne, arheološke i prirodne vrijednosti, te njihovu integraciju u održivi kulturni turizam. Kroz edukaciju posjetitelja, revitalizaciju kulturnih lokaliteta i virtualnu rekonstrukciju pomoću moderne tehnologije projekt ima cilj ojačati lokalnu ekonomiju, podići svijest o baštini te stvoriti dugoročnu kulturnu ponudu koja će obogatiti turističku ponudu zadarskog arhipelaga. U sklopu projekta izradit će se informacijske točke na terenu s QR kodovima koje vode na bogate multimedijalne sadržaje. Svaki lokalitet imat će svoju vlastitu mikrostranicu dostupnu putem mobitela, a sadržaji uključuju: opis, fotografije, kartu, 3D rekonstrukciju.
Načni doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Projekt doprinosi sljedećim pokazateljima održivosti: – Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji (ZT-1) – Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2) – Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija (TI-1) – Javno dostupne informacije o atrakcijama u turističkim i informativnim centrima (SPD-2) – Razvijen sustav za zaštitu prirodne i kulturne baštine i lokaliteta (SZB-1)
Nositelj provedbe projekta	Udružene TZ Zadarskog arhipelaga
Lokacija provedbe projekta	Zadarski arhipelag

<table>
<tr><td>Planirani početak i završetak provedbe projekta</td><td colspan="5">2026. - 2029.</td></tr>
<tr><td>Ključne točke ostvarenja projekta i njihovi planirani rokovi</td><td colspan="5">– Pregled terena i odabir lokaliteta (2026.)
– Točkasto LiDAR snimanje (2027.)
– Primjena LiDAR tehnologije na do 10 lokaliteta kako bi se stvorila precizna 3D snimanja koja omogućuju detaljna istraživanja i virtualne rekonstrukcije (2027.)
– Uređenje lokaliteta (3D rekonstrukcija lokaliteta, interaktivna karta) (2027.)</td></tr>
<tr><td>Ukupno procijenjena vrijednost projekta</td><td colspan="5">1 000 000,00</td></tr>
<tr><td>Iznos vlastitog financiranja</td><td colspan="5">10 %</td></tr>
<tr><td>Ostali mogući izvori financiranja</td><td colspan="5">Ministarstvo turizma, TZ ZŽ, Ministarstvo regionalnog razvoja i EU fondova</td></tr>
<tr><td>Imovinsko-pravni odnosi</td><td colspan="5">Riješeni</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Status izrade potrebne studijske dokumentacije</td><td colspan="2">Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen profil projekta?</td><td colspan="2">Postoji li u trenutku popunjavanja upitnika izrađena studija predizvodljivosti i/ili studija izvedivosti?</td><td>Postoji li u trenutku popunjavanja upitnika izrađena CBA?</td></tr>
<tr><td colspan="2">DA</td><td colspan="2">NE</td><td>NE</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Status izrade potrebne projektne dokumentacije</td><td>Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen idejni projekt?</td><td>Da li je u trenutku ispunjavanja upitnika ishodovana lokacijska dozvola?</td><td>Postoji li u trenutku ispunjavanja upitnika izrađen glavni projekt?</td><td>Da li se projekt može graditi prema Pravilniku o jednostavnim i drugim građevinama i radovima?</td><td>Da li je u trenutku ispunjavanja upitnika ishodovana građevinska dozvola?</td></tr>
<tr><td>DA</td><td>NE</td><td>NE</td><td>DA</td><td>NE</td></tr>
<tr><td>Način doprinosa strateškom cilju</td><td colspan="5">Projekt doprinosi sljedećim strateškim ciljevima:
– održiva valorizacija i interpretacija kulturne i tradicijske baštine te jedinstvenog identiteta Zadarske županije u turističkoj ponudi
– kreiranje inovativne, visoko konkurentne i profilirane turističke ponude u funkciji jedinstvenog doživljaja za turiste;
– brendiranje Zadarske županije kao prepoznatljive, atraktivne i autentične turističke destinacije
– multipliciranje ekonomskih efekata turizma na razvoj gospodarstva</td></tr>
<tr><td>Način ostvarenja pozitivnog financijskog učinka na turizam i ostale povezane sektore</td><td colspan="5">Povećanje ponude i posjećivanje "zapuštenih" lokaliteta, stvaranje novog turističkog proizvoda, povećanje broja posjetitelja.</td></tr>
<tr><td>Projekt od posebnog značaja započinje s provedbom u razdoblju važenja Plana upravljanja destinacijom kojim je predviđen (2025. – 2029.) (DA/NE)</td><td colspan="5">DA</td></tr>
<tr><td>Projekt od posebnog značaja ima minimalno izrađenu studiju/projektnu</td><td colspan="5">NE</td></tr>
</table>

dokumentaciju prema propisu kojim se regulira odobravanje investicijskih projekata za koje obveze preuzimaju proračunski korisnici i jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave (DA/NE)	

Izvor: izrada autora

U *Planu upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine* izdvajaju se i projekti kojim upravlja agencija *ZADRA NOVA*:

- *Otporan arhipelag*: razvoj i unapređenje otpornosti otočnog prostora Zadarske županije - razvoj integriranih društvenih sadržaja i jačanje odgovora sigurnosnih službi na otocima Zadarske županije na katastrofe uzrokovane klimatskim promjenama kroz ulaganja u razvoj infrastrukture i primjenu novih tehnika i tehnologija, podizanjem kapaciteta sigurnosnih službi te prilagodbom i razvojem integriranih društvenih sadržaja;
- *TOURAL* - razvoj modela koji podržava turistički razvoj ruralnih regija. Pristup modeliranju planirano je višedimenzionalan te uključuje bavljenje unaprjeđenjem raznih vrsta turizma poput: turizma kulturne i prirodne baštine, kreativnog turizma, kulturološko-znanstvenog turizma te srebrnog turizma (turizam za starije);
- *AdriaClimPlus* - promicanje prilagodbe klimatskim promjenama i sprečavanja rizika od katastrofa, otpornosti, uzimajući u obzir pristupe temeljene na ekosustavu.
- *EcoFoodCycle* - kreiranje rješenja problema rasipanja hrane promicanjem održivih praksi te rješenja za poboljšanje prevencije rasipanja hrane;
- *GUSTI* - osnaživanje uloge nematerijalne kulturne baštine jadranskog područja kroz identifikaciju, valorizaciju i promicanje gastronomskog turizma te rješavanje problematike diversifikacije turističkih tokova, jednak pristup turističkim odredištima promicanjem održivog prakse i rješenja;
- *ADCCAM2ZERO* – istraživanje u funkciji odgovara na pitanje da li alternativni načini prijevoza mogu učinkovito smanjiti prometne gužve bez velikih ulaganja u novu infrastrukturu.

U *Planu upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine* su zastupljeni i projekti općine Gračac kojom upravlja Turistička zajednica Zadarske županije:

- *Kula Rakovnik* – obnova i valorizacija kulturnog dobra;
- *Vidikovac Malinjak* - uređenje vidikovca kao projekta od društvenog značaja, a kao krajnji cilj promicanje i korištenje rekreacijskih, zdravstvenih i turističkih funkcija obalnog krajobraza;
- *Vidikovac Gradina* - uređenje vidikovca kao projekta od društvenog značaja, a kao krajnji cilj promicanje i korištenje rekreacijskih, zdravstvenih i turističkih funkcija obalnog krajobraza;
- *Brendiranje i promocije imena Marijana Matijevića najjačeg čovjeka na svijetu* – uređenje puta do rodne kuće Marijana Matijevića i organizacija događaja njemu u spomen.

Svi navedeni projekti u sinergiji s projektima jedinica lokalnih samoupravu moraju doprinijeti održivom razvoju turizma Zadarske županije.






8. MJERENJE NAPRETKA I IZVJEŠĆE O PROVEDBI PLANA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM ZA PODRUČJE ZADARSKE ŽUPANIJE DO 2029. GODINE

Usvajanje *Plana upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine* predstavlja slijedeći korak u tekućem procesu transformacije s tradicionalnog, sezonskog turizma usmjerenog na sunce i more prema suvremenom i okolišno odgovornom modelu turizma, prilagođenom zahtjevima tržišta. Plan je oblikovan tako da kroz postupnu provedbu, osloncem na četiri stupa održivog razvoja, doprinosi poboljšanju turističke ponude i turističkog iskustva, te stanja prostora i kvalitete života stanovništva Zadarske županije.

8.1. DONOŠENJE PLANA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM ZA PODRUČJE ZADARSKE ŽUPANIJE DO 2029. GODINE

Predstavničko tijelo županijske razine (Županijska skupština) donosi *Plan* na prijedlog Turističke zajednice Zadarske županije, koja je glavni nositelj i koordinator provedbe *Plana*. U provedbu *Plana* su uključeni svi relevantni dionici, a županijska skupština nadzire provedbu kroz redovita izvješća Turističke zajednice i ocjenu ostvarenja ciljeva i indikatora održivosti. Na taj način osigurava se usklađena, participativna i transparentna provedba održivog modela turizma prilagođenog specifičnostima županije.

U pripremu i izradu *Plana* bila je uključena šira javnost i dionici (radionica održana 1.7.2025.), a provedena su i anketna istraživanja među turistima i posjetiteljima, domicilnim stanovništvom i dionicima, što je u skladu s propisanom metodologijom i smjernicama Ministarstva turizma i sporta.

Implementacija *Plana* mora biti sustavna i koordinirana, te njome moraju upravljati Zadarska županija i TZ Zadarske županije te gradovi i općine (jedinice lokalne samouprave) kao i turističke zajednice gradova i općina Zadarske županije. U ostvarenju sustava ciljeva definiranih planova nužno je povezivanje i umrežavanje sljedećih dionika:

- TZ Zadarske županije – odgovorna institucija za izradu *Plana upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine*, za kontinuirano mjerenje ispunjavanja ciljeva, provođenje mjera i aktivnosti, za periodično izvještavanje Županijskoj skupštini Zadarske županije (do ožujka tekuće godine), kao i koordiniranje svih aktivnosti u provođenju *Plana*. Odgovorna je za marketinšku i komunikacijsku strategiju kao i za upravljanje održivim razvojem turizma sukladno načelima DMO;
- Zadarska županija – odgovorna institucija za poticanje razvoja turizma i cjelokupnog gospodarstva županije kroz sustav poticaja i potpora, stvaranje poticajnog investicijskog okruženja, privlačenja sredstava EU fondova i NPOO, poticanje razvojnih projekata, stvaranje administrativnih i pravnih preduvjeta razvoja (prostorni plan, GUP, koncesije…), unapređivanje turističke i komunalne infrastrukture te usklađivanje turističkog i gospodarskog razvoja na razini općina i gradova;
- TZ-e gradova i općina Zadarske županije – odgovorne za izradu i provođenje planova upravljanja destinacijom (gradova i općina) te usklađivanje s *Planom upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine*, poticanje unapređivanja turističke ponude i promocije i ostale aktivnosti prema *Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma* (NN 52/19 i NN 42/20);
- Jedinice lokalne uprave i samouprave Zadarske županije – odgovorne za provođenje projekata razvoja turizma i gospodarstva na razini općina i gradova te usklađivanje s projektima Županije, projekata unapređivanja turističke i komunalne infrastrukture, turističke ponude, promocije, i dr.;
- Nositelji hotelsko-turističke ponude – odgovorni za kontinuirani razvoj svih segmenata turističkog poslovanja, iniciranje i provođenje poduzetničkih poduhvata, umrežavanje i implementaciju inovacija u turističkom poslovanju;
- Lokalno stanovništvo – odgovorno za aktivno uključivanje u unapređivanje smještajne ponude, u turističke poduzetničke inicijative i promicanje lokalne kulture i tradicije u kreiranju unikatnog, personaliziranog, autohtonog i autentičnog turizma;

- Znanstvene i obrazovne institucije – odgovorne za obrazovanje nove generacije turističkih menadžera i svih razina djelatnika, kontinuirane edukacije iznajmljivača, lokalnog stanovništva i svih dionika te pružanje savjetodavnih i konzultantskih usluga u razvoju novih turističkih projekata temeljenih na održivom razvoju;
- Razvojne agencije Zadarske županije (*ZADRA NOVA*, *Agrra*, i druge) – odgovorne za strateško planiranje, regionalni razvoj, planiranje i koordiniranje razvojnih aktivnosti, umrežavanje dionika, pripremu i provođenje projekata od lokalnog i regionalnog značaja u području vlastitog djelovanja u funkciji održivog razvoja turizma;
- Strukovne udruge (ceh ugostitelja, udruga iznajmljivača, udruga vinara, i druge) - odgovorne za zaštitu interesa i unapređivanje članova udruge u sinergijskom povezivanju s ostalim dionicima u definiranju i provođenju strateških dokumenata i mjera *Plana upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine*;
- Udruge (kulturne udruge, udruge civilnog društva…) – odgovorne za održivi razvoj kulturnog turizma i ostale mjere *Plana upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine* u održivoj valorizaciji i predstavljanju kulturne baštine, autohtonih, autentičnih sadržaja i zaštite interesa lokalnog stanovništva.
- Javne ustanove (NP Paklenica, PP Telašćica i PP Vransko jezero) – odgovorne za očuvanje prirodnih atrakcija, biološke raznolikosti i edukaciju posjetitelja i ostale mjere Plana upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine u održivoj valorizaciji i predstavljanju autohtonih i autentičnih sadržaja.

8.2. PODRŠKA I IMPLEMENTACIJA PLANA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM ZA PODRUČJE ZADARSKE ŽUPANIJE DO 2029. GODINE

Plan upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine ima razvojnu ulogu, a temelji se na suradnji svih zainteresiranih strana kroz jasno definirane ciljeve, prioritete, mjere i aktivnosti. Provedba *Plana* će se odvijati pod vodstvom Turističke zajednice Zadarske županije i Zadarske županije, uz stalnu suradnju i povezivanje svih dionika kako bi se zadovoljili indikatori održivosti i razvio suvremeni održivi turizam na području cijele županije.

Uspjeh realizacije i doprinosa *Plana upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine* ovisi o zajedničkom djelovanju svih dionika, s ciljem stvaranja prepoznatljive i kreativne destinacije utemeljene na autentičnim iskustvima i održivim praksama. Provedbom *Plana* se potiču produljenje sezone, diversifikacija ponude i inovacije u sadržaju i marketingu, uz odgovorno upravljanje rastom i očuvanje prirodnih resursa. *Plan* je usklađen s ciljevima *Strategije održivog razvoja turizma do 2030. godine* Republike Hrvatske te bi u konačnici njegova puna implementacija trebala garantirati zadovoljstvo lokalnog stanovništva, turističkih gospodarskih subjekata te samih turista i posjetitelja.

8.3. PROVEDBA I IZVJEŠTAVANJE O DINAMICI PLANA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM ZA PODRUČJE ZADARSKE ŽUPANIJE DO 2029. GODINE

Plan upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine predstavlja okvir koji je moguće u idućim koracima usavršavati radi prilagodbe promjenjivom turističkom tržištu. Plan je utemeljen na principima četiri stupa održivog razvoja (propisanim *Smjernicama Ministarstva turizma i sporta*) kao osnove za razvoj dugoročno održivog turizma. Plan ima za cilj podići svijest o važnosti održivih praksi te potaknuti prijelaz s isključivo financijskog pristupa na integrirani, koji uključuje ekološki, društveni, prostorni i ekonomski aspekt

razvoja. Provedbom *Plana* u idućim će se koracima pratiti poboljšanja ekonomskih rezultata turizma uz očuvanje prirodnih i prostornih vrijednosti te poboljšanje kvalitete života lokalnog stanovništva, a da pri tome turistima i posjetiteljima pruža autentična iskustva.

Provedba *Plana* zahtijeva kontinuirano praćenje, izvještavanje i prilagodbu na temelju kvantificiranih indikatora održivosti. U provedbi je potrebno redovito procjenjivati unutarnje i vanjske faktore, predviđati promjene na tržištu te ih prepoznavati kao prilike za jačanje konkurentnosti destinacije. Sudjelovanje svih dionika (odozgo i odozdo) ključno je za pronalaženje najprikladnijih rješenja u dinamičnim uvjetima na turističkom tržištu. U slučaju pojave prepreka, neželjenih učinaka ili potrebe za modifikacijama *Plana*, predviđeno je pravodobno obavještavanje Županije kako bi se pronašle korektivne mjere s najpovoljnijim ishodima.
Turistička zajednica Zadarske županije ima ključnu ulogu u praćenju trendova, prikupljanju i obradi podataka te u prilagodbi inovacijama na turističkom tržištu. U partnerstvu sa Zadarskom županijom koordinira djelovanje dionika, stanovništva i udruga, te prati zadovoljstvo posjetitelja i potiče njihovo uključivanje u oblikovanje konkurentne turističke ponude. Turističko vijeće dužno je Županijskoj skupštini podnositi izvješće o provedbi *Plana*, uz analizu stupnja ostvarenja ciljeva i prijedlog korektivnih mjera.

Provedba održivog razvoja turizma koji proizlazi iz implementacije ovoga *Plana* zahtijeva stalnu edukaciju, razmjenu iskustava i poticanje inovacija prilagođenih specifičnostima Zadarske županije. Autentičan pristup, originalna rješenja i lokalna izvornost ključ su uspjeha. Posebno mjesto u provedbi *Plana* zauzimaju projekti (poglavlje 7) koji potiču turističku iskorištenost, ali istovremenu zaštitu vrijednih resursa - prirodnih, prostornih i društvenih i gospodarskih.

Glavni prioritet *Plana* je razvoj cjelogodišnjeg, kreativnog i specijaliziranog turizma utemeljenog na principima održivog razvoja, koji nudi jedinstvena iskustva posjetiteljima, s ciljanom visokom dodanom vrijednošću, a sve kako bi se poboljšala kvaliteta života lokalnog stanovništva. Donošenje *Plana upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine* ne predstavlja završetak već prvu fazu kontinuiranog inoviranja turizma županije na svim razinama (zonama, gradovima, općinama) na postulatima održivog razvoja.

U dinamici razvoja ne postoji optimalno stanje, već stalno inoviranje i prilagođavanje u ostvarenju konkurentnosti u borbi za potencijalne turiste i ostvarenje prevlasti na turističkom tržištu. Predmetni *Plan upravljanja destinacijom* treba omogućiti kontinuirano praćenje i evaluaciju turističkih aktivnosti, što pomaže u prilagodbi strategijama i postizanju postavljenih ciljeva te pridonosi učinkovitom upravljanju resursima kao što su voda, energija i otpad, smanjujući negativne utjecaje na okoliš i lokalnu zajednicu.[89] Dokument nema nikakvu vrijednost bez sustavne implementacije na svim razinama i analize provedenih aktivnosti u cilju kontinuiranog unapređivanja turizma temeljenog na četiri dimenzije održivog razvoja.

[89] Smjernice i upute za izradu Plana upravljanja destinacijom, Ministarstvo turizma i sporta, 2024., str. 6.






ZAKLJUČAK

Plan upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine predstavlja krovni dokument koji povezuje operativne potrebe turističkog sustava s dugoročnim smjernicama održivog razvoja nacionalne razine. *Plan* temeljem primarnog istraživanja u suradnji s dionicima (javna uprava, privatni poduzetnici, lokalno stanovništvo i turisti) osigurava njegovu primjenjivost i usklađenost s potrebama prostora.

Analiza stanja (poglavlje 1) pokazuje da se županija razvija na izrazito raznolikom prostoru (otoci, obala i zaobalje) uz snažan rast turističkog prometa i visoku razinu zadovoljstva posjetitelja, ali u okviru modela koji je još uvijek dominantno sezonski. Ključni turistički proizvod temelji se na odmorišnom turizmu, uz primjetan razvoj nautičkog, *outdoor*, kulturnog, enogastronomskog, *city-break*, ruralnog i *MICE* turizma, kojima je unutrašnjost županije nedovoljno valorizirana. Analiza strukture ponude utvrđuje prostor za povoljniji omjer smještajnih kapaciteta jer je evidentan mali udio hotela i smještajnih kapaciteta viših kategorija, te izrazita dominacija obiteljskog smještaja i nekomercijalnog smještaja. Županiju odlikuju vrlo bogata prirodna i kulturna resursna osnova, razvijena javna i prometna

infrastruktura, visoki stupanj digitalizacije (posebno u gradu Zadru), te komunikacijske aktivnosti Turističke zajednice Zadarske županije, ali se suočava s izazovima u području komunalne infrastrukture, pristupačnosti, dostupnosti javnih usluga u manje razvijenim područjima i kroničnim nedostatkom kvalificirane radne snage. Usporedba sa Splitsko-dalmatinskom županijom pokazuje da Zadarska županija ima komparativne prednosti u pogledu položaja, resursne raznolikosti i potencijala za razvoj održivih, specifičnih oblika turizma, ali da zaostaje u segmentu smještajne ponude i pojedinih posebnih oblika turizma. Ključan izazov je prijelaz s pretežno sezonskog, kvantitativno usmjerenog modela upravljanja turizmom na integrirani, održivi razvoj koji će uravnotežiti prostorni razvoj, diversificirati portfelj proizvoda, ojačati smještajnu ponudu te snažnije povezati turizam s lokalnim gospodarstvom i potrebama lokalne zajednice.

Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turizma Zadarske županije (poglavlje 2) definira sveukupni potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turizma Zadarske županije kroz preusmjeravanje sa sezonskog, pretežno odmorišnog modela na diversificirani model u kojem su naglašeni posebni oblici turizma s većom dodanom vrijednošću. *Outdoor*/aktivni, nautički, enogastronomski, poslovni/*MICE*, odmorišni, eko i ruralni, te kulturni turizam raspolažu čvrstom resursnom osnovom, razvijenom, ali neujednačenom infrastrukturom i rastućom tržišnom potražnjom, uz prostor za jačanje konkurentnosti kroz standardizaciju, brendiranje i bolje umrežavanje dionika. *Outdoor* i nautički turizam pokazuju izrazito visok potencijal produljenja sezone i jačanja međunarodne prepoznatljivosti, dok enogastronomski i ruralni turizam pružaju mogućnost snažnije veze turizma i lokalne poljoprivrede te revitalizacije zaleđa. Poslovni/*MICE* i kulturni turizam mogu doprinijeti cjelogodišnjem poslovanju, osobito u urbanim središtima. Ekoturizam kroz održive prakse predstavlja okvir za usmjeravanje razvoja prema očuvanju resursa i manjem ekološkom otisku, uz veću uključenost lokalne zajednice. Marketinški potencijal svih ovih segmenata leži u kontinuiranom profiliranju ponude po ciljnim tržištima, unaprjeđenju fizičke dostupnosti i signalizacije, digitalnoj transformaciji (informiranje, rezervacijski sustavi, pametna rješenja) te integriranju posebnih oblika turizma u koherentan destinacijski proizvod koji istodobno smanjuje sezonalnost, uravnotežuje obalni, otočni i zaobalni prostor te podiže ukupnu razinu kvalitete i konkurentnosti županije.

Rezultati provedenih anketiranja turista, stanovništva i gospodarskih subjekata (poglavlje 3) pružaju cjelovit uvid u ključne razvojne izazove i prilike Zadarske županije. Turisti u najvećoj mjeri ističu prirodnu ljepotu, sigurnost i ugodnost boravka kao temeljne razloge visokog zadovoljstva, uz najbolje ocjene u urbanim i obalnim područjima, dok niže ocjene uređenosti prostora, prometne protočnosti, raznolikosti sadržaja i cjenovne prihvatljivosti upućuju na potrebu jačanja infrastrukture, kvalitete javnih prostora te sadržaja u pred i posezoni. Lokalno stanovništvo pokazuje izraženu polarizaciju percepcija. Oni koji ostvaruju prihode od turizma znatno pozitivnije ocjenjuju njegov doprinos kvaliteti života, dok većina stanovnika bez prihoda od turizma, isti doživljava kroz pritiske na prostor, rast cijena, saturaciju prostora, gužve i degradaciju autentičnog identiteta mjesta, što potvrđuje potrebu za uravnoteženijim razvojnim politikama i snažnijim uključivanjem zajednice u donošenje odluka. Gospodarski subjekti pokazuju značajnu razinu primjene održivih praksi u segmentima otpada i lokalnih proizvoda, dok najveći izazovi ostaju upravljanje vodom, energijom, sezonalnost radne snage i nedostatno definirani standardi pristupačnosti. Integrirani rezultati svih triju istraživanja jasno upućuju na potrebu daljnjeg upravljanja turističkim pritiscima, jačanja održivosti, unapređenja komunalne infrastrukture, diversifikacije ponude i ravnomjernijeg prostornog

razvoja, uz podršku poslovnim subjektima i aktivno sudjelovanje lokalne zajednice. Anketiranja svih skupina dionika upućuju na važnu podlogu za donošenje upravljačkih politika i strateških smjernica koje će osigurati konkurentniji, otporniji i društveno prihvatljiviji razvoj turizma u Zadarskoj županiji.

Pokazatelji održivosti Zadarske županije (poglavlje 4) pružaju strukturiran okvir za praćenje društvenih, okolišnih, ekonomskih i prostornih aspekata razvoja turizma, na bazi analize pokazatelja u petogodišnjem razdoblju 2020.–2024., pri čemu se 2024. godina uzima kao referentna polazna vrijednost za provedbu ovog *Plana upravljanja destinacijom*. Omjer broja noćenja i broja stanovnika (99,1 noćenja na 100 stanovnika u vršnom mjesecu) pokazuje stabilno, ali visoko opterećenje prostora što upućuje na raskorak između koristi i opterećenja turizma. Društveni aspekt turizma dodatno opterećuju niska razina pristupačnosti atrakcija osobama s invaliditetom te niska percepcija pozitivnog utjecaja turizma na identitet mjesta, što sugerira potrebu snažnijeg upravljanja autentičnošću i uključivanja stanovništva u donošenje odluka. U okolišnoj dimenziji, pokazatelji jasno potvrđuju da turizam značajno opterećuje resurse: potrošnja vode po turističkom noćenju u vršnim mjesecima više je nego dvostruko veća od potrošnje po stanovniku, uz blagi rast udjela turističke potrošnje vode u posljednje dvije godine, dok omjer količine otpada po noćenju turista u odnosu na lokalno stanovništvo pokazuje pozitivan trend smanjenja, ali uz istovremeni rast ukupnih količina otpada, što upućuje na potrebu snažnijeg gospodarenja otpadom i donošenja županijskog plana gospodarenja otpadom. Oko petine površine županije obuhvaćeno je nekim oblikom zaštite prirode, što potvrđuje iznimnu vrijednost prirodne baštine, ali istodobno nameće obvezu pažljive valorizacije i upravljanja nosivim kapacitetima. Potrošnja električne energije po turističkom noćenju bilježi rastući trend, dok razvijeni programi prilagodbe klimatskim promjenama i sustavi za praćenje kvalitete vode pružaju institucionalni okvir za daljnje mjere dekarbonizacije i ublažavanja klimatskih rizika. Ekonomski pokazatelji potvrđuju snažan rast turističkog prometa i visoke prihode u djelatnosti smještaja i ugostiteljstva, ali i postupno skraćivanje prosječne duljine boravka (s 10,04 2020. na 7,09 dana 2024.) te blago smanjenje stope popunjenosti u ključnim ljetnim mjesecima u odnosu na 2022. i 2023. godinu, što upućuje na potrebu podizanja kvalitete i diversifikacije ponude radi očuvanja prihoda uz manji pritisak na prostor s naglaskom na rast pred i post sezone. Struktura zaposlenosti pokazuje da se udio zaposlenih u turizmu u sezoni kreće oko 15–16%, dok zimi pada na 9–10%, čime se potvrđuje izražena sezonalnost rada, ali i činjenica da lokalno stanovništvo ne ovisi isključivo o turizmu. Integrirani prikaz obveznih i specifičnih pokazatelja upućuje na to da je Zadarska županija istodobno visoko konkurentna i tražena turistička destinacija, ali i prostor u kojem su resursni pritisci, društvena prihvatljivost turizma i potrebe za unapređenjem upravljačkih kapaciteta dosegnuli razinu na kojoj daljnji razvoj mora biti pažljivo usmjeren, uz jasno definirane prioritete, ciljne vrijednosti i redovito praćenje trendova.

Razvojni smjer turizma Zadarske županije (poglavlje 5) temelji se na analizi sadašnjeg stanja, potencijala turističkog proizvoda, rezultatima anketiranja te sustavu obveznih i specifičnih pokazatelja održivosti. SWOT analiza potvrđuje da županija raspolaže izrazito snažnom resursno-atrakcijskom osnovom, bogatom prirodnom i kulturnom baštinom, raznolikošću obalnog, otočnog, zaobalnog i planinskog prostora, dobrom prometnom dostupnošću, sigurnošću i rastućom digitalizacijom, kao i nizom konkurentnih turističkih proizvoda (nautički, *outdoor*, ruralni, enogastro, događaji) te tradicijom gostoljubivosti i razvijenim obrazovnim sustavom. Istodobno su jasno prepoznate slabosti koje zahtijevaju usmjereno djelovanje na prostornu i infrastrukturnu neravnotežu, izraženu sezonalnost, pritisak na

pojedine atrakcije, nedostatak radne snage te nedovoljnu razina pristupačnosti i inkluzivnosti za osobe s invaliditetom. U vanjskom okruženju identificirane su brojne prilike povezane s EU fondovima, zelenom i digitalnom transformacijom, novim zakonodavnim okvirom i rastućom potražnjom za održivim, autentičnim i iskustvenim doživljajima, ali i prijetnje vezane uz klimatske promjene, ekološke rizike, pritiske masovnog turizma, globalnu konkurenciju, nepovoljne makroekonomske utjecaje, inflaciju i demografsku sliku. Na toj se osnovi postavljaju načela razvoja usmjerena uspostavi ravnoteže između očuvanja okolišnih i prostornih resursa, zaštite sociokulturne autentičnosti te stvaranja stabilnih gospodarskih učinaka te se definiraju misija i vizija usklađene s nacionalnim strateškim okvirom i razvojnim dokumentima Zadarske županije, uz naglasak na održivost, inovativnost, raznovrsnost, inkluzivnost, otpornost i cjelogodišnji turizam. Strateški pravac konkretizira se kroz četiri razvojna prioriteta: ostvarenje pozitivnih sociokulturnih učinaka turizma i poboljšanje kvalitete života lokalnog stanovništva, optimalnu valorizaciju prirodnih resursa uz zelenu transformaciju i smanjenje ekološkog otiska, multipliciranje ekonomskih rezultata putem unapređenja infrastrukture, inoviranja ponude i snažnije promocije, te ravnomjernije prostorno opterećenje turističkih zona uz očuvanje najosjetljivijih prostora. Iz tih prioriteta proizlaze ciljevi koji su na društvenoj razini usmjereni na održivu interpretaciju kulturne i tradicijske baštine, jačanje lokalnog identiteta, uključivanje lokalnih proizvođača i umjetnika, edukaciju stanovništva, participativno planiranje, interkulturne programe i razvoj inkluzivnog turizma za osobe s invaliditetom. Na okolišnoj razini usmjereni su na podizanje svijesti o važnosti očuvanja resursa, održivo upravljanje zaštićenim područjima i tradicijskim krajobrazima, projekte energetske učinkovitosti i obnovljive izvore energije, uvođenje kružnog gospodarenja otpadom te razvoj interpretacijskih centara. Na ekonomskoj razini usmjereni su na preobrazbu turističke i prometne infrastrukture, tematsko uređenje plaža, razvoj posebnih oblika turizma, podizanje kvalitete i diversifikaciju smještaja, izgradnju kongresnih kapaciteta i marina, brendiranje i marketinško pozicioniranje županije, zelenu i digitalnu transformaciju poslovanja, jačanje znanja i suradnje dionika, klastersko povezivanje i snažnije umrežavanje turizma s ostalim gospodarskim granama. Na prostornoj razini usmjereni su na izradu studija prihvatnog kapaciteta, poticanje održive gradnje i povećanje udjela zelenih površina, reguliranje i nadzor nekontrolirane izgradnje, osnaživanje provedbe prostornih planova, uređenje i širenje javnih zelenih prostora, pametna prometna rješenja, sustave *park and ride*, digitalno upravljanje posjetima i disperziju turističkih tokova prema manje opterećenim lokalitetima. Cjelokupni sustav ciljeva, mjera i aktivnosti počiva na pretpostavci sinergijskog, participativnog upravljanja, u kojem županija, jedinice lokalne samouprave, turističke zajednice, privatni sektor, obrazovne i znanstvene institucije te lokalno stanovništvo zajednički sudjeluju u planiranju, provedbi i sustavnom praćenju pokazatelja, kako bi se vizija održive, konkurentne, inkluzivne i cjelogodišnje turističke destinacije do 2029. godine mogla ostvariti na uravnotežen i mjerljiv način.

Smjernice i preporuke za dionike razvoja turizma Zadarske županije (poglavlje 6) operacionaliziraju sustav ciljeva i razvojni smjer definiran *Planom upravljanja destinacijom*, usmjeravajući djelovanje svih razina, županije, jedinica lokalne samouprave, turističkih zajednica i ostalih dionika, prema održivom, konkurentnom i cjelogodišnjem razvoju. Na razini Zadarske županije i JLS naglasak je na stvaranju preduvjeta za razvoj turizma kroz unapređenje turističke, prometne i komunalne infrastrukture, prilagodbu prostora i usluga osobama s invaliditetom, održivo upravljanje kulturnom baštinom, poticanje investicija i kvalitativnu preobrazbu smještajne i ukupne turističke ponude, jačanje obrazovnog sustava i zadržavanje

kadrova, te razvoj participativnog modela upravljanja u kojem se lokalna zajednica, gospodarski sektor i udruge uključuju u planiranje, provedbu i praćenje politika. Turističke zajednice gradova i općina na čelu TZ Zadarske županije, usmjeravaju se s dominantno promotivne uloge prema integriranom destinacijskom menadžmentu, koordiniranju razvoja integralnih proizvoda i tematskih ruta, usklađivanju brenda i komunikacijskih aktivnosti na svim razinama, poticanju edukacije i umrežavanja dionika, provođenju mjerenja učinaka turizma i pokazatelja održivosti te unapređenju zelene i digitalne transformacije destinacije. Privatni sektor, strukovne udruge, komore, obrazovne i znanstvene institucije, nevladine organizacije, lokalna zajednica, iznajmljivači, investitori i mediji, pozicionirani su kao ključni partneri u podizanju kvalitete i diferencijaciji ponude, odgovornom korištenju prirodne i kulturne baštine, implementaciji digitalnih i zelenih rješenja, sudjelovanju u sustavu participativnog upravljanja te jačanju sigurnosti, otpornosti i kvalitete života lokalnih stanovnika. Smjernice za upravljanje održivim razvojem naglašavaju potrebu za centraliziranom, ali otvorenom i dvostrano usmjerenom koordinacijom (TZ ZŽ i Županija), utemeljenom na istraživanju tržišta, sustavnom prikupljanju i korištenju podataka, kontinuiranoj edukaciji i transferu znanja. Inoviranje marketinške strategije županije, u okviru postojećeg brenda *Say Yes to Everything*, usmjerava se na jačanje prepoznatljivosti ključnih turističkih proizvoda (*outdoor*, nautički, ruralni, eno-gastro, kulturni, ekoturizam, *MICE*), produljenje sezone, podizanje digitalne vidljivosti i usklađenosti komunikacije svih TZ-ova, razvoj partnerstava i promociju autentičnih, održivih iskustava koja ne opterećuju dodatno prostor. Time se osigurava da strateški ciljevi održivosti, otpornosti i inovativnosti budu dosljedno prevođeni u konkretne marketinške aktivnosti i projekte na terenu, čime se učvršćuje konkurentnost Zadarske županije na sve dinamičnijem turističkom tržištu te osigurava usklađenost lokalnih i regionalnih politika s nacionalnim strateškim okvirom razvoja turizma do 2030. godine.

Popis projekata (poglavlje 7) u okviru *Plana upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine* predstavlja operativnu okosnicu provedbe misije, vizije i strateškog pravca razvoja održivog turizma. Projekti su izravno povezani sa sustavom ciljeva, mjerama i aktivnostima te posebno s pokazateljima održivosti na razini destinacije, pri čemu obuhvaćaju sve četiri dimenzije održivog razvoja - društvenu, okolišnu, ekonomsku i prostornu. U fokusu su projekti koji pokrivaju područja više turističkih zajednica jedinica lokalnih samouprava ili parkova prirode (projekti jedinica lokalnih samouprava su sastavni dijelovi planova upravljanja destinacijom na razini jedinica lokalnih samouprava), s jedne strane, projekti usmjereni na smanjenje sezonalnosti i jačanje prometne dostupnosti (npr. uvođenje cjelogodišnjih linija zračnog prijevoza, *Island Hopping*), a s druge, projekti usmjereni na očuvanje i održivu valorizaciju prirodne i kulturne baštine (*Velebit u beskraju*, sustav video nadzora i sidrišta u *PP Telašćica*, poučna staza *Koracima tradicije*, *Tragovima prošlosti*). Uz njih, gastronomski koncept *Senses of Archipelago* dodatno naglašava važnost lokalne proizvodnje, kratkih lanaca opskrbe i brendiranja autohtonih doživljaja, dok projekti poput desalinizatora u uvali Mir ili razvoj zelenog prijevoza snažno doprinose zelenoj i energetskoj tranziciji. Projekti obuhvaćaju ključne prostorne cjeline Zadarske županije, otočni prostor, obalni pojas, zaštićena područja prirode te ruralna područja i time doprinose uravnoteženijoj prostornoj distribuciji turističkog prometa i koristi od turizma.

Usvajanje *Plana upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine* predstavlja strateški iskorak prema cjelogodišnjem, odgovornom i tržišno prilagođenom modelu turizma, temeljenom na načelima četiri stupa održivog razvoja. Plan donosi

Županijska skupština na prijedlog TZ Zadarske županije, uz sudjelovanje ključnih dionika, znanstvenih institucija, turističkog sektora, lokalne samouprave i šire javnosti, što osigurava participativan, usklađen i transparentan proces upravljanja destinacijom. Provedba *Plana* zahtijeva koordinirano djelovanje TZ Zadarske županije, županije, gradova i općina, turističkih zajednica lokalne razine, lokalnog stanovništva, gospodarskog sektora te razvojnih agencija, s ciljem unapređenja turističke ponude, jačanja inovacija, produljenja sezone, diversifikacije sadržaja i očuvanja prirodnih resursa. *Plan* ima razvojnu ulogu te podupire stvaranje autentičnih, specijaliziranih i visokovrijednih iskustava posjetitelja, istodobno povećavajući koristi za lokalnu zajednicu i gospodarstvo. Njegova provedba i nadzor temelje se na sustavnom mjerenju indikatora održivosti, prikupljanju podataka, praćenju tržišnih trendova i analizi zadovoljstva turista i stanovnika. Prednost *Plana upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine* očituje se u strateškom povezivanju nacionalnih prioriteta i lokalnih razvojnih potreba, u jasnim smjernicama za djelovanje te u sustavima praćenja koji omogućuju kontinuirano unaprjeđenje. Provedba ovog *Plana* doprinosi stvaranju otpornije, održivije i konkurentnije destinacije, čime se postavljaju temelji za dugoročnu kvalitetu života stanovnika i prepoznatljivost Zadarske županije kao značajne turističke regije Hrvatske.

LITERATURA

Arriva Hrvatska (2025). *Zadar*. https://www.arriva.com.hr/hr-hr/dalmacija/zadar#top (Pristupljeno 2.6.2025.)

Čistoća d.o.o. (2025). *Mobilno reciklažno dvorište – raspored*. https://www.cistoca-zadar.hr/usluge-2/mobilno-reciklazno-dvoriste--raspored-61/ (Pristupljeno 10.6.2025.)

Državni zavod za statistiku (2025). *Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma* (BS_TU18_11) https://web.dzs.hr/PxWeb/pxweb/hr/Turizam/Turizam__Kapaciteti%20i%20poslovanje%20luka%20nauti%c4%8dkog%20turizma/BS_TU18_11.px/table/tableViewLayout1/ (Pristupljeno 11.10.2025.)

Hendal (2024). *Zadovoljstvo, motivacija i navike gostiju*. Turistička zajednica Zadarske županije.

Hrvatska gorska služba spašavanja (2025). *Stanica Zadar*. https://www.hgss.hr/stanicazadar (Pristupljeno 16.6.2025.)

Hrvatska turistička zajednica (2024). *Red letenja hrvatskih zračnih luka u sezoni "ljeto 2024."* https://www.htz.hr/sites/default/files/2024-11/Pregled%20izravne%20zrakoplovne%20povezanosti%20Hrvatske_ljeto%202024.pdf (Pristupljeno 23.5.2025.)

Hrvatska turistička zajednica (2025). *Profili tržišta*. https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/profili-trzista (Pristupljeno 24.5.2025.)

Hrvatska udruga paraplegičara i tetraplegičara (HUPT) i Hrvatska turistička zajednica (2024). *Plaže za osobe s invaliditetom na Jadranu*. https://www.htz.hr/sites/default/files/2024-03/HUPT-Plaze-za-osobe-s-invaliditetom_spreads-compressed.pdf (Pristupljeno 16.6.2025.)

Inovativni Zadar (2025). *Bežična mreža grada Zadra*. https://www.inzad.hr/hr/ict/bezicna-mreza-grada-zadra (Pristupljeno 9.5.2025.)

Inovativni Zadar (2025). *Internet of Things mreža*. https://www.inzad.hr/hr/ict/internet-of-things-mreza (Pristupljeno 26.5.2025.)

Inovativni Zadar (2025). *ZUM (projekt)*. https://www.inzad.hr/hr/projekti/zum (Pristupljeno 26.5.2025.)

Institut za turizam (2018). *Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije (2017.–2027.) sa strateškim i operativnim planom marketinga turizma*.

Institut za turizam (2024). *Indeks turističke razvijenosti*. https://www.iztzg.hr/hr/itr (Pristupljeno 21.7.2025.)

Jadrolinija d.d. (2025). *Pretraživanje reda plovidbe / kupnja karata*. https://www.jadrolinija.hr/hr/pretrazite-kupite-kartu (Pristupljeno 23.5.2025.)

Komunalac Biograd na Moru (2025). *Dokumentacija o nabavi za projekt Rivijera Biograd, sufinanciran iz sredstava Europske unije*. https://komunalac.com/dokumenti/prethodno-savjetovanje/Tehnicke-specifikacije.pdf (Pristupljeno 10.6.2025.)

Leksikografski zavod Miroslav Krleža (2025). *Zadarska županija*. *Hrvatska enciklopedija* (mrežno izdanje). https://www.enciklopedija.hr/clanak/zadarska-zupanija (Pristupljeno 24.5.2025.)

Liburnija d.o.o. Zadar (2025). *Red vožnje: prigradski prijevoz*. https://liburnija-zadar.hr/prigradski-prijevoz/ (Pristupljeno 2.6.2025.)

Liburnija d.o.o. Zadar (2025). *Red vožnje: prijevoz na otocima*. https://liburnija-zadar.hr/prijevoz-na-otocima/ (Pristupljeno 2.6.2025.)

Lider Media (2025). *Većina hotelijera blago optimistična za 2025., ali brine rast troškova*. https://lidermedia.hr/tvrtke-i-trzista/vecina-hotelijera-blago-optimisticna-za-2025-ali-brine-rast-troskova-162516 (Pristupljeno 10.5.2025.)

Lučka uprava Zadar (2025). *Putnička luka Zadar (Poluotok) – lučka područja*. https://www.port-authority-zadar.hr/lucka-podrucja/putnicka-luka-zadar-poluotok/ (Pristupljeno 23.5.2025.)

Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske (2025). Zadarska županija. https://invest.zadra.hr/hr/zone-investiranja/vjetroelektrane (Pristupljeno 12.6.2025.)

Ministarstvo pravosuđa, uprave i digitalne transformacije (2025). *Samoupravni djelokrug općine, grada i županije*. https://mpudt.gov.hr/korisne-informacije/iz-djelokruga/lokalna-i-podrucna-regionalna-samouprava-24398/samoupravni-djelokrug-opcine-grada-i-zupanije-24399/24399?lang=hr (Pristupljeno 7.10.2025.)

Ministarstvo turizma i sporta. (2024). *Smjernice i upute za izradu plana upravljanja destinacijom*. https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2024_dokumenti/240927_pravni_smjernice.pdf (Pristupljeno 17.5.2025.)

Ministarstvo unutarnjih poslova Republike Hrvatske (2025). *Policijska uprava zadarska*. https://policija.gov.hr/policijske-uprave/iii-kategorija/policijska-uprava-zadarska/144 (Pristupljeno 16.6.2025.)

Narodne novine (2024). Pravilnik o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/24)

Narodne novine (2017). *Zakon o pružanju usluga u turizmu* (NN 130/17).

Narodne novine (2021). *Naredba o razvrstavanju luka otvorenih za javni promet na području Zadarske županije* (NN 7/2021, 24/2021).

Narodne novine (2021). *Pravilnik o javnoj turističkoj infrastrukturi* (NN 136/2021).

Narodne novine (2023). *Zakon o turizmu* (NN 156/23).

nPerf (2025). *Hrvatski Telekom Mobile – download (map)*. https://www.nperf.com/en/map/HR/-/7915.Hrvatski-Telekom-Mobile/download?ll=20&lg=0&zoom=3 (Pristupljeno 10.6.2025.)

Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske (2025). https://registar.kulturnadobra.hr/#/ (Pristupljeno 24.5.2025.)

Službeni glasnik Zadarske županije (2025). Zavod za prostorno uređenje Zadarske županije. (2023). *Prostorni plan Zadarske županije*., br. 02/01, 06/04, 02/05, 17/06, 03/10, 15/14, 14/15, 05/23, 06/23.

Sveučilište u Zadru, Odjel za turizam i komunikacijske znanosti (2024). *Istraživanje stavova turista o stanju i potrebama razvoja turizma Zadarske županije*

Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2023). *Program rada za 2024. godinu*. www.visitsplit.com (Pristupljeno 20.6.2025.)

Turistička zajednica Zadarske županije (2024). *Komunikacijske aktivnosti – izvješće o izvršenju programa rada za 2024. godinu*. https://www.zadar.hr/datastore/filestore/10/Izvjesce_o_izvrsenju_programa_rada_2024.pdf (Pristupljeno 4.6.2025.)

Turistička zajednica Zadarske županije (2025). *Doživljaji*. https://www.zadar.hr/hr/dozivljaji (Pristupljeno 21.5.2025.)

Turistička zajednica Zadarske županije (2025). *Zadar Region Report 1.1.2024.–31.12.2024.* https://www.zadar.hr/hr/o-nama/pristup-informacijama (Pristupljeno 19.7.2025.)

UN Tourism (2025). *Accessible tourism*. https://www.unwto.org/accessibility (Retrieved May 26, 2025)

Zadarska županija (2021). *Plan razvoja otoka Zadarske županije 2021.–2027.: Teritorijalna strategija razvoja otoka Zadarske županije 2021.–2027. (dodatak Plana razvoja Zadarske županije 2021.–2027.)*.

Zadarska županija (2025). *Javni poziv za sufinanciranje izgradnje sunčane elektrane za proizvodnju električne energije u kućanstvima za vlastitu potrošnju na području Zadarske županije za 2025. godinu*. https://www.zadarska-zupanija.hr/javni-pozivi-i-potpore/javni-pozivi-i-potpore-u-tijeku/item/2844-javni-poziv-za-sufinanciranje-izgradnje-suncane-elektrane-za-proizvodnju-elektricne-energije-u-kucanstvima-,-za-vlastitu-potrosnju-na-podrucju-zadarske-zupanije-za-2025-godinu (Pristupljeno 12.6.2025.)

Zadarska županija (2025). *Kulturno–povijesna baština*. https://www.zadarska-zupanija.hr/o-nama/kulturno-%E2%80%93-povijesna-ba%C5%A1tina (Pristupljeno 24.5.2025.)

Zračna luka Zadar (2025). *Radovi na zgradi terminala*. https://www.zadar-airport.hr/radovi-na-zgradi-terminala (Pristupljeno 23.5.2025.)

Zračna luka Zadar (2025). *Statistika prometa*. https://www.zadar-airport.hr/statistika-prometa (Pristupljeno 23.5.2025.)

Županijska uprava za ceste Zadarske županije (2025). *Lokalne ceste*. https://www.zuc-zadar.hr/ceste/lokalne-ceste (Pristupljeno 21.6.2025.)

Županijska uprava za ceste Zadarske županije. (n.d.). *Županijske ceste*. https://www.zuc-zadar.hr/ceste/%C5%BEupanijske-ceste/ (Pristupljeno 21.6.2025.)

POPIS TABLICA

Tablica 1: Uključeni dionici u izradu Plana upravljanja destinacijom 3
Tablica 2: Profil turizma Zadarske županije 3
Tablica 3: Broj objekata prema vrstama 9
Tablica 4: Turistički promet Zadarske županije (2019.–2024.) 10
Tablica 5: Dolasci i noćenja prema tržištima za period 1.1.2024. - 31.12.2024. 11
Tablica 6: Outdoor/ aktivni turizam 35
Tablica 7: Nautički turizam 36
Tablica 8: Enogastronomski turizam 38
Tablica 9: Poslovni / MICE turizam 39
Tablica 10: Odmorišni turizam 40
Tablica 11: Ekoturizam 41
Tablica 12: Ruralni turizam 42
Tablica 13: Kulturni turizam 43
Tablica 14: Ključni pokazatelji zadovoljstva i održivosti 47
Tablica 15: Sažetak pokazatelja 49
Tablica 16: Sažetak ključnih nalaza istraživanja gospodarskih subjekata u turizmu Zadarske županije 50
Tablica 17: Popis obveznih pokazatelja održivosti s pregledom ustanovljenih vrijednosti po pokazateljima za 2024. godinu 53
Tablica 18: Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone 54
Tablica 19: Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom 55
Tablica 20: Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji 55
Tablica 21: Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom 56
Tablica 22: Broj organiziranih turističkih ambulanti 56
Tablica 23: Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (izraženo po osobi i po noćenju) 56
Tablica 24: Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone) 57
Tablica 25: Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite) 57
Tablica 26: Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije 58
Tablica 27: Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika 58
Tablica 28: Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim brojem ostvarenih turističkih noćenja 58
Tablica 29: Prosječna duljina boravka turista u destinaciji 59
Tablica 30: Broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane 59
Tablica 31: Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane 59
Tablica 32: Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija 60
Tablica 33: Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom 61
Tablica 34: Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS 61
Tablica 35: Popis specifičnih pokazatelja održivosti s pregledom ustanovljenih vrijednosti po pokazateljima za 2024. godinu 61
Tablica 36: Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva 63
Tablica 37: Udio stanovnika koji imaju pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta 64
Tablica 38: Udio stanovnika pod umjerenim ili visokim stresom od turizma 64
Tablica 39: Promjena broja stanovnika u zadnjih pet godina u odnosu na promjenu broja turističkih noćenja 64
Tablica 40: Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije 64
Tablica 41: Javno dostupne informacije o atrakcijama u turističkim i informativnim centrima 65

Tablica 42: Ukupan broj kaznenih djela i prekršaja prijavljenih policiji po mjesecima (Broj kaznenih djela i prekršaja prijavljenih policiji po mjesecima u odnosu na broj ostvarenih noćenja lokalnih stanovnika i turista) 65
Tablica 43: Sigurnosne mjere kao što su stanice prve pomoći na plažama/lokalitetima turističkih atrakcija 65
Tablica 44: Sustav za pravovremenu reakciju na probleme s kvalitetom vode 66
Tablica 45: Udio otpadnih voda destinacije tretiranih do najmanje sekundarne razine prije ispuštanja 66
Tablica 46: Plan gospodarenja otpadom s ciljevima za smanjenje i održivo odlaganje 66
Tablica 47: Razvijen sustav za zaštitu prirodne i kulturne baštine i lokaliteta 67
Tablica 48: Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište 67
Tablica 49: Uspostavljene politike i/ili sustav za poticanje smanjenja ovisnosti o fosilnim gorivima, poboljšanja energetske učinkovitosti i unapređenja korištenja tehnologija obnovljive energije 68
Tablica 50: Stopa popunjenosti u komercijalnim smještajnim kapacitetima (mjesečno i godišnje) 68
Tablica 51: Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima 69
Tablica 52: Javno dostupan plan odgovora na krizne i izvanredne situacije koji razmatra sektor turizma 70
Tablica 53: Broj kuća i stanova za odmor na 100 objekata u kojima se stalno živi 70
Tablica 54: Smjernice, propisi i/ili politike koje se odnose na održivo korištenje prostora 70
Tablica 55: SWOT analiza turizma Zadarske županije 72
Tablica 56: Marketinški potencijal ključnih turističkih proizvoda Zadarske županije 101
Tablica 57: Povezanost marketinške strategije s ciljevima Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine 102
Tablica 58: Projekt 1. Uvođenje cjelogodišnjih aviolinija prema Zadru (2026.-2030.) 104
Tablica 59: Projekt 2. Velebit u beskraju 106
Tablica 60: Projekt 3. Uspostava sustava video nadzora u Parku prirode Telašćica 108
Tablica 61: Projekt 4. Uspostava sustava sidrišta u Parku prirode Telašćica 109
Tablica 62: Projekt 5. Izgradnja desalinizatora za potrebe vodoopskrbe uvale Mir u Parku prirode Telašćica 110
Tablica 63: Projekt 6. Poučna staza Koracima tradicije 112
Tablica 64: Projekt 7. Island Hopping 113
Tablica 65: Projekt 8. Senses of Archipelago 115
Tablica 66: Projekt 9. Tragovima prošlosti 117

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1: Promet u nautičkom turizmu 2019. - 2024. 10
Grafikon 2: Udio ostvarenih noćenja po vrsti smještajnih objekata 2024. 11
Grafikon 3: Noćenja i dolasci po mikrodestinacijama Zadarske županije 2024. 13
Grafikon 4: Struktura ugostiteljske ponude Zadarske županije 13
Grafikon 5: Usporedba smještajnih kapaciteta u broju ukupnih ležajeva Zadarske i Splitsko-Dalmatinske županije (2024.) 29

PRILOZI

Prilog 1. Izvještaj - Zadovoljstvo turista boravkom u Zadarskoj županiji i Upitnik za istraživanje zadovoljstva turista

ZADOVOLJSTVO TURISTA CJELOKUPNIM BORAVKOM U DESTINACIJIMA ZADARSKE ŽUPANIJE

Istraživanje zadovoljstva turista cjelokupnim boravkom u destinacijama Zadarske županija provedeno je u skladu sa *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (Ministarstvo turizma i sporta RH, verzija V_1.2, lipanj 2025.), *Zakonom o turizmu* (NN 156/23) te *Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma* (NN 112/2024).

Svrha istraživanja jest sustavno praćenje percepcije turista o kvaliteti boravka u destinaciji, razini zadovoljstva ponudom i infrastrukturom te općem doživljaju destinacije. Istraživanje omogućuje prikupljanje podataka koji se koriste za izračun obveznih i specifičnih pokazatelja održivosti te za praćenje iskustva turista u kontekstu upravljanja kvalitetom destinacije.

Ciljevi istraživanja obuhvaćaju:

- utvrđivanje razine zadovoljstva turista ukupnim boravkom u destinaciji,
- procjenu percepcije kvalitete ponude, infrastrukture i usluga,
- identifikaciju ključnih elemenata koji utječu na zadovoljstvo i lojalnost turista,
- prikupljanje podataka o ponašanju turista tijekom boravka, uključujući motive dolaska, duljinu boravka, izdatke i način informiranja,
- vrednovanje održivosti turističkog iskustva u smislu doživljaja prostora, sigurnosti, čistoće i odnosa lokalne zajednice prema turistima.

Analiza rezultata pridonosi transparentnosti i kvaliteti upravljanja destinacijom te omogućuje usmjeravanje aktivnosti županijske i lokalnih turističkih zajednica prema jačanju konkurentnosti, autentičnosti i održivosti turističke ponude.

Izvještaj je strukturiran u četiri poglavlja. Nakon uvodnog dijela slijedi poglavlje o metodologiji istraživanja, s prikazom uzorka, postupka prikupljanja podataka i istraživačkog instrumenta, dok treće poglavlje donosi rezultate analizirane prema obveznim i specifičnim pokazateljima održivosti te dodatnim pokazateljima koji doprinose razumijevanju ukupnog iskustva boravka u Zadarskoj županiji. Četvrtim poglavljem iznesena su zaključna promišljanja o provedenom istraživanju i dobivenim rezultatima te njihovim implikacijama.

METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Metodološki okvir istraživanja temelji se na *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025) te osigurava usklađenost postupaka s nacionalno propisanom metodologijom praćenja pokazatelja održivosti i kvalitete doživljaja turista destinacije. Istraživanje je koncipirano tako da omogući reprezentativno prikupljanje podataka od turista koji su tijekom turističke sezone 2025. godine boravili u destinacijama Zadarske županije, uz jasno definirane instrumente i postupke obrade podataka, s ciljem dobivanja pouzdanih uvida u zadovoljstvo turista i elemente turističkog iskustva.

Okvir uzorka

Okvir uzorka obuhvaćao je turiste koji su u trenutku istraživanja boravili u destinacijama Zadarske županije, neovisno o duljini boravka i obliku smještaja. Istraživanje je obuhvatilo domaće i strane turiste starije od 18 godina koji su posjetili destinaciju u razdoblju glavne turističke sezone. Podatci o broju noćenja i udjelima domaćih i stranih turista Zadarske županije za prethodnu turističku sezonu (2024.) preuzeti su iz sustava *eVisitor*, čime je osigurano da uzorak bude u skladu s aktualnom strukturom turističkog prometa u županiji. U podatcima *eVisitora* zabilježene su posjete turista iz 75 zemalja. Tablica 1 prikazuje one zemlje koje su se najčešće pojavljivale u podatcima *eVisitora* u svim kategorijama smještaja.

Tablica 1. Ostvareni dolasci turista Zadarske županije 2024. godine prema državi turista i vrsti smještaja

Država prebivališta turista		Smještajni objekti				Ukupno
		Hoteli	Hostel	Kampovi	Objekti u domaćinstvu	
Hrvatska	n	121 232	4 584	41 155	105 165	272 136
	%	6,91	0,26	2,35	5,99	15,51
Njemačka	n	36 317	3 893	96 840	128 407	265 457
	%	2,07	0,22	5,52	7,32	15,13
Austrija	n	33 664	448	32 275	35 953	102 340
	%	1,92	0,03	1,84	2,05	5,83
Slovenija	n	31 767	344	68 791	85 425	186 327
	%	1,81	0,02	3,92	4,87	10,62
Ostali	n	233 150	25 134	169 259	500 718	928 261
	%	13,29	1,43	9,65	28,54	52,91
Ukupno	n	456 130	34 403	408 320	855 668	1 754 521
	%	26,00	1,96	23,27	48,77	100,00

Izvor: *eVisitor*, 2025.

Prema uobičajenim statističkim pravilima, za populaciju veličine približno 2 000 000 turista reprezentativan uzorak trebao bi obuhvatiti najmanje 400 ispitanika. Prema online kalkulatoru za

određivanje veličine uzorka (Raosoft.com), za razinu pouzdanosti od 95% i standardnu pogrešku od 5%, preporučena veličina uzorka iznosi 385 ispitanika.

Prema *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025), za populaciju turista u većim destinacijama preporučena veličina uzorka iznosi najmanje 400 ispitanika za razinu pouzdanosti od 95% i pogrešku procjene do ±5%. Uz to, Smjernice preporučuju i ostvarivanje dodatnih kriterija uzorkovanja prema segmentu turista.

Sukladno navedenome, analiza rezultata predviđa razdvojeni prikaz triju segmenata ispitanika, uz preporučene veličine poduzoraka kako slijedi:

- turisti u komercijalnom smještaju (uzorak od 300 do 350 ispitanika),
- turisti u nekomercijalnom smještaju (uzorak oko 100 ispitanika),
- jednodnevni posjetitelji (uzorak od 200 do 250 ispitanika).

Uvažavajući navedene preporuke izrađen je plan prikupljanja podataka te su se tijekom provedbe kontinuirano pratile tri razine ispunjavanja kvota i dostizanje planirane veličine uzorka po skupinama ispitanika.

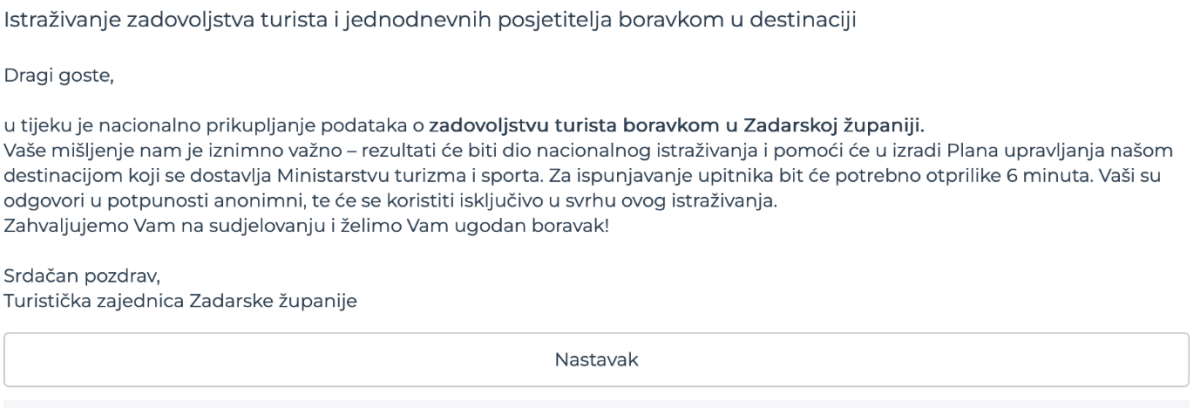
Postupak prikupljanja podataka

Za prikupljanje podataka korištena je online metoda putem platforme *Alchemer*. Upitnik je bio dostupan u razdoblju od 1. srpnja do 17. listopada 2025. godine, što obuhvaća glavni dio turističke sezone i razdoblje neposredno nakon njezina završetka.

Slika 1a. Početni zaslon istraživanja (odabir jezika)



Slika 1b. Početni zaslon istraživanja (hrvatski jezik)



Za provedbu istraživanja korišten je standardizirani upitnik Ministarstva turizma i sporta, dostupan na osam stranih jezika (Slika 1a). Nakon odabira jezika, ispitanicima su se prikazivala pitanja na odabranom jeziku.

Anketiranje je provedeno u suradnji s Turističkom zajednicom Zadarske županije, pružateljima usluga smještaja te organizatorima dnevnih putovanja u destinacije Zadarske županije, a sudjelovanje ispitanika bilo je dobrovoljno i anonimno. Ispitanicima se pristupalo putem letaka s QR kodom (Slika 2) koji je vodio izravno na online upitnik. Letak je bio obostrano tiskan te je sadržavao osnovne informacije o svrsi istraživanja i načinima sudjelovanja, na hrvatskom i engleskom jeziku. Anketiranju su pristupali turisti pri završetku svog boravka u destinaciji, što je omogućilo prikupljanje cjelovitih dojmova o iskustvu. Informaciju o turistima koji su pri kraju boravka pružali su objekti smještaja prema vlastitim evidencijama rezervacija.

Slika 2. Letak za prikupljanje podataka



U cilju postizanja što veće reprezentativnosti, u završnoj fazi prikupljanja podataka Turistička zajednica angažirala je šest anketara koji su, prema uputama istraživačkog tima, dodatno popunjavali nedostajuće kvote izračunate na temelju strukture posjeta turista u 2024. godini (Tablica 1).

Ispitanici su istraživanje mogli ispuniti putem poveznice na platformi *Alchemer*, dostupne putem QR koda u smještajnim objektima, turističkim informativnim centrima za vrijeme dnevnih posjeta destinacijama Zadarske županije te putem komunikacijskih kanala Turističke zajednice.

Prikupljanje podataka trajalo je tri i pol mjeseca, uz kontinuirano praćenje strukture ispitanika prema državi dolaska i vrsti smještaja, čime se nastojala osigurati ravnomjerna zastupljenost glavnih tržišta i segmenata turista.

Istraživački instrument

Istraživački instrument izrađen je prema obrascu *Smjernice za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025) te sadrži obvezne varijable potrebne za izračun propisanih pokazatelja zadovoljstva turista. Upitnik je strukturiran u nekoliko cjelina koje obuhvaćaju:

- socio-demografske podatke o ispitanicima (dob, spol, zemlja podrijetla, motiv dolaska, način organizacije putovanja, duljina boravka, vrsta smještaja, ukupni troškovi boravka),
- ocjenu zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji,
- ocjenu zadovoljstva ljepotom i uređenošću mjesta, prometom u mjestu, kvalitetom smještaja, ugođajem, događajima, utjecajem buke na kvalitetu boravka, nedostajućim sadržajima,
- ocjenu zadovoljstva pojedinim elementima ponude (smještaj, gastronomska ponuda, kulturni sadržaji, prirodne ljepote, prometna povezanost, čistoća, sigurnost, odnos lokalnog stanovništva i dr.),
- namjeru ponovnog dolaska i preporuku destinacije drugima,
- dodatna pitanja o percepciji održivosti i odgovornom ponašanju tijekom boravka.

Osim obveznih pitanja propisanih *Smjernica za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025), upitnik je sadržavao i nekoliko dodatnih pitanja prilagođenih specifičnostima Zadarske županije. Uvedena su pitanja o zoni boravka, mjesečnim primanjima kućanstva, razini percipiranih problema tijekom boravka te izvorima informacija o destinaciji. U završnom dijelu upitnika proširen je i skup pitanja o ocjeni pojedinih elemenata turističke ponude, uključujući kulturu, gastronomiju, održivost, pristupačnost i dostupnost lokalnih proizvoda.

Uvođenje navedenih pitanja omogućilo je dublje razumijevanje strukture turista, prostornih razlika u iskustvu, motivacijskih čimbenika i percepcije održivosti destinacije. Takav pristup povećava analitičku vrijednost istraživanja te omogućuje izradu *Plana upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije* na temelju podataka koji preciznije odražavaju realne obrasce turističkog ponašanja i zadovoljstva.

Upitnik je testiran prije početka istraživanja radi provjere razumljivosti i trajanja ispunjavanja te je u cijelosti usklađen sa standardiziranim obrascem Ministarstva.

Opis uzorka

U istraživanju zadovoljstva turista Zadarske županije sudjelovalo je ukupno 723 ispitanika. Struktura uzorka oblikovana je tako da što bolje odražava profil turista u uzorku prema zemlji prebivališta i vrsti smještaja. U Tablici 2 prikazani su segmenti uzorka, uspoređeni s očekivanim veličinama segmenata prema preporukama iz *Smjernica za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025).

Tablica 2. Segmenti uzorka (usporedba očekivane veličine i veličine uzorka)

Vrsta ispitanika	Segment	Očekivana veličina uzorka za segment	n	%
Gost koji u ovom mjestu noći u komercijalnom (plaćenom) smještaju (hotel, hostel, kamp, iznajmljena soba, apartman ili kuća i sl)	Turisti u komercijalnom smještaju	od 300 do 350	404	55,9
Gost koji u ovom mjestu noći u vlastitoj kući ili stanu za odmor ili kod rodbine ili prijatelja (ne plaća smještaj)	Turist u nekomercijalnom smještaju	više od 100	108	14,9
Jednodnevni posjetitelj ovog mjesta (ne ostvarujete noćenje u ovom mjestu), uključujući i posjetitelje s brodskih kružnih putovanja	Jednodnevni posjetitelj	od 200 do 250	211	29,2
		Ukupno	723	100,0

Struktura uzorka pokazuje da su ostvarene veličine pojedinih segmenata u skladu s preporučenim okvirima uzorkovanja: 55,9% ispitanika boravilo je u komercijalnom smještaju, 14,9% u nekomercijalnom, dok je 29,2% ispitanik u uzorku zabilježeno kao jednodnevni posjetitelj destinacije. Time je osigurana odgovarajuća zastupljenost svih triju segemnata turista predviđenih *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025).

Ispitanici prema vrsti komercijalnog smještaja

Ispitanici koji su bili turisti u komercijalnom smještaju dodatno su odgovarali na pitanje o vrsti smještaja. Ova varijabla korištena je za provjeru ostvarivanja planiranih kvota prema strukturi smještajnih objekata u županiji.

Tablica 3. Vrsta komercijalnog smještajnog objekta

Smještajni objekti	n	%
Hotel	149	37,1
Hostel	16	4,0
Kamp	74	18,4
Obiteljski smještaj (soba, apartman, kuća za odmor i slično)	163	40,5
Ukupno	402	100,0

Najveći udio ispitanika u komercijalnom segmentu turista boravio je u obiteljskom smještaju (40,5%), zatim u hotelima (37,1%), dok su kampovi (18,4%) i hosteli (4,0%) bili manje zastupljeni. Ovakva raspodjela odražava strukturu smještajne ponude Zadarske županije.

Domaći turisti prema županiji prebivališta

U okviru domaćih ispitanika (n=144), najviše je turista dolazilo iz Zagrebačke županije (21,5%), Grada Zagreba (18,1%) i Primorsko-goranske županije (11,1%), dok su kontinentalne i južne županije bile slabije zastupljene, a iz tri hrvatske županije nije bilo ispitanika.

Tablica 4. Domaći ispitanici prema županijama

Županija	n	%
Bjelovarsko-bilogorska	1	0,7
Brodsko-posavska	2	1,4
Dubrovačko-neretvanska	2	1,4
Grad Zagreb	26	18,1
Karlovačka	4	2,8
Krapinsko-zagorska	15	10,4
Ličko-senjska	1	0,7
Međimurska	2	1,4
Osječko-baranjska	8	5,6
Požeško-slavonska	5	3,5
Primorsko-goranska	16	11,1
Šibensko-kninska	1	0,7
Splitsko-dalmatinska	7	4,9
Varaždinska	5	3,5
Virovitičko-podravska	2	1,4
Vukovarsko-srijemska	7	4,9
Zadarska	9	6,3

Zagrebačka	31	21,5
Ukupno	144	100,0

Ovakva distribucija u uzorku pokazuje veći udio ispitanika iz središnje Hrvatske, što je u skladu s obrascima turističke potražnje na nacionalnoj razini.

Zemlja prebivališta turista

U nastavku je prikazana distribucija ispitanika prema zemlji prebivališta.

Tablica 5. Zemlja prebivališta turista

Zemlja	n	%
Argentina	1	0,1
Australija	10	1,4
Austrija	34	4,8
Belgija	2	0,3
Bosna i Hercegovina	12	1,7
Brazil	1	0,1
Kanada	14	2,0
Češka Republika	10	1,4
Kina	8	1,1
Danska	4	0,6
Finska	19	2,7
Francuska	21	2,9
Njemačka	107	15,0
Grčka	2	0,3
Mađarska	10	1,4
Island	1	0,1
Indija	2	0,3
Irska	11	1,5
Izrael	4	0,6
Italija	27	3,8
Litva	2	0,3
Mauricijus	1	0,1
Nizozemska	26	3,6
Norveška	3	0,4
Pakistan	1	0,1
Poljska	18	2,5
Portugal	2	0,3
Rumunjska	1	0,1
Slovačka	4	0,6
Slovenija	49	6,9
Španjolska	26	3,6
Srbija	3	0,4
Šri Lanka	1	0,1
Švedska	18	2,5
Švicarska	5	0,7
Turska	1	0,1
Tuvalu	1	0,1
Ukrajina	10	1,4
Ujedinjeno Kraljevstvo	55	7,7
Sjedinjene Američke Države	28	3,9
Hrvatska	160	22,4
Ukupno	715	100,0

Rezultati uzorka pokazuju kako su u istraživanju sudjelovali turisti iz 41 zemlje. Najveći udio turista u uzorku dolazi iz Hrvatske (22,4%), Njemačke (15,0%), Ujedinjenog Kraljevstva (7,7%), Slovenije (6,9%) i Italije (3,8%). Udio turista iz ostalih europskih zemalja (Austrija, Nizozemska, Švedska, Poljska, Finska) kretao se između 2% i 5%, dok su udjeli turista iz prekomorskih zemalja bili simbolični, ali ukazuju na globalnu prepoznatljivost destinacije.

Usporedba strukture uzorka i populacije

Kako bi se dodatno provjerila ravnomjernost strukture uzorka i ostvarivanje planiranih kvota, provedena je usporedba varijabla zemlja prebivališta i vrsta smještaja za turiste u komercijalnom smještaju.

Tablica 6. Turisti u komercijalnom smještaju prema vrsti smještaja i zemlji prebivališta (uzorak)

Država prebivališta turista		Vrsta smještajnog objekta				
		Hotel	Hostel	Kamp	Obiteljski smještaj	Ukupno
Hrvatska	n	34	2	9	25	70
	%	8,6	0,5	2,3	6,3	17,7
Njemačka	n	36	3	16	24	79
	%	9,1	0,8	4,1	6,1	20,0
Austrija	n	16	0	5	5	26
	%	4,1	0,0	1,3	1,3	6,6
Slovenija	n	9	1	13	13	36
	%	2,3	0,3	3,3	3,3	9,1
Ostali	n	51	10	30	93	184
	%	12,9	2,5	7,6	23,5	46,6
Ukupno	n	146	16	73	160	395
	%	37,0	4,1	18,5	40,5	100,0

Nakon prikaza unutarnje strukture uzorka, u nastavku se uspoređuju udjeli iz uzorka s populacijskim podatcima sustava *eVisitor* (2024.).

Tablica 7. Usporedba populacije (*eVisitor* 2024.) i uzorka

Država prebivališta turista		Vrsta smještaja				Ukupno
		Hoteli	Hostel	Kampovi	Objekti u domaćinstvu	
Hrvatska	% N	6,9	0,3	2,3	6,0	15,5
	% n	8,6	0,5	2,3	6,3	17,7
	razlika	1,7	0,2	0,0	0,3	2,2
Njemačka	% N	2,1	0,2	5,5	7,3	15,1
	% n	9,1	0,8	4,1	6,1	20,0
	razlika	7,0	0,6	-1,4	-1,2	4,9
Austrija	% N	1,9	0,0	1,8	2,0	5,8
	% n	4,1	0,0	1,3	1,3	6,6
	razlika	2,2	0,0	-0,5	-0,7	0,8
Slovenija	% N	1,8	0,0	3,9	4,9	10,6
	% n	2,3	0,3	3,3	3,3	9,1
	razlika	0,5	0,3	-0,6	-1,6	-1,5
Ostali	% N	13,3	1,4	9,6	28,5	52,9
	% n	12,9	2,5	7,6	23,5	46,6
	razlika	-0,4	1,1	-2,0	-5,0	-6,3
Ukupno	% N	26,0	2,0	23,3	48,8	100,0
	% n	37,0	4,1	18,5	40,5	100,0
	razlika	11,0	2,1	-4,8	-8,3	0,0

% N – podatci iz populacije, % n – podatci iz uzorka

Rezultati usporedbe pokazuju da se udjeli ispitanika prema zemlji prebivališta i vrsti smještaja razlikuju od populacijskih udjela za najviše ±5 postotnih bodova, što se smatra prihvatljivim odstupanjem u online istraživanjima. Uzorak je stoga uravnotežen u odnosu na ključne varijable i prikazuje se bez dodatnog utežavanja (MINTS, 2025). Veličina uzorka (n = 723) omogućuje procjenu zadovoljstva turista s intervalom pogreške od približno ±3,6% na razini pouzdanosti od 95%.

Osnovne karakteristike uzorka

U nastavku je prikazana struktura ispitanika prema spolu, dobi, obrazovanju, razlogu dolaska, mjesečnim primanjima kućanstva i statusu prvog dolaska u destinaciju. Ovi podatci omogućuju dublje razumijevanje profila turista i konteksta u kojem se odvijao njihov boravak, što je važno za interpretaciju njihovog zadovoljstva i ponašanja u destinaciji.

Tablica 8. Socio-demografske karakteristike

Varijable	Odgovori	n	%	Varijable	Odgovori	n	%
Spol	Muškarac	331	46,0	Dob	18-25	96	13,9
	Žena	376	52,2		26-35	86	12,5
	Ne želim se izjasniti	13	1,8		36-45	109	15,8
	Ukupno	720	100,0		46-55	145	21,0
Obrazovanje	Srednja škola ili niže	162	22,5		56-65	130	18,9
	Viša škola	220	30,5		66-75	114	16,5
	Fakultet i viši stupnjevi	322	44,7		76 i više	9	1,3
	Bez odgovora/ne želim odgovoriti	17	2,4		Ukupno	689	100,0
	Ukupno	721	100,0				
Razlog dolaska	Privatno	682	96,1	Prvi posjet	Da	285	71,2
	Poslovno	15	2,1		Ne	115	28,8
	Oboje	13	1,8		Ukupno	324	100,0
	Ukupno	710	100,0				

Uzorak pokazuje približno podjednaku strukturu muškaraca i žena, a prevladavaju dobne skupine od 36 do 55 godina (36,8% kumulativno). Većina ispitanika posjetila je destinaciju privatno (96,1%), a uzorak se može opisati visokom obrazovnom strukturom (44,7%).

Tablica 9. Mjesečna primanja kućanstva

Raspon primanja	n	%
do 500 €	8	1,1
501 - 1 000 €	19	2,6
1 001 - 1 500 €	30	4,2
1 501 - 2 000 €	82	11,4
2 001 - 3 000 €	168	23,3
3 001 - 4 000 €	167	23,2
4 001 - 5 000 €	102	14,2
5 001 - 6 000 €	23	3,2
6 001 - 7 000 €	15	2,1
7 001 - 8 000 €	12	1,7
8 001 € i više	20	2,8
ne znam/ne želim odgovoriti	74	10,3
Ukupno	720	100,0

Distribucija primanja upućuje na srednje do više dohodovne razrede (46,5% između 2.001 € i 4.000 €), što je u skladu s profilom međunarodnih putnika i strukturom troškova boravka.

Zone Zadarske županije

Za destinaciju Zadarska županija prikazuju se i rezultati prema zonama. Ovi podatci koriste se za izradu pokazatelja održivosti i usmjeravanje razvojnih smjernica na prostornoj razini.

Slika 3. Zadarska županija prema zonama



Iako su zone bitnije za izračun granice prihvatnog kapaciteta što Planovi upravljanja destinacijom županija nisu u obvezi izraditi, rezultati po zonama će se koristiti za izradu pokazatelja održivosti i smjernica razvoja turizma.

Tablica 10. Ispitanici prema zonama

Zone Zadarske županije	n	%
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga Vir, Pag, Ugljan, Pašman, Dugi otok, Iž, Ist, Molat, Silba, Olib, Premuda	136	18,8
Zona 2 Grad Zadar	362	50,1
Zona 3 Obalni dio Nin, Privlaka, Vrsi, Bibinje, Sukošan, Biograd, Sv. Filip i Jakov, Pakoštane	122	16,9
Zona 4 Ravni kotari Zemunik Donji, Benkovac, Lišane Ostrovičke, Škabrnja, Polača, Stankovci, Galovac	14	1,9
Zona 5 Podvelebitski dio Starigrad, Obrovac, Posedarje, Novigrad, Poličnik, Ražanac	74	10,2
Zona 6 Gračac (lički dio)	15	2,1
Ukupno	723	100,0

U uzorku je najviše odgovora prikupljeno u zoni Grad Zadar (50,1%), zatim u otočnoj zoni (18,8%) i obalnom pojasu (16,9%). Udio podvelebitske (10,2%) i ličke zone (2,1%) je manji.

U nastavku su prikazani rezultati strukturirani prema obveznim i specifičnim pokazateljima *iz Smjernica za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS,

2025). Posebno se analiziraju razlike između turista u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju te jednodnevnih posjetitelja, budući da tip posjeta neposredno utječe na doživljaj destinacije, razinu zadovoljstva i obrasce potrošnje.

REZULTATI

U poglavlju su prikazani rezultati istraživanja zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja destinacija Zadarske županije, dobiveni primjenom metodologije propisane *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025). Analiza obuhvaća prikaz obveznih i specifičnih pokazatelja održivosti te dodatne pokazatelje razvojnih aspekata destinacije.

Rezultati su strukturirani u nekoliko cjelina. U prvom dijelu prikazani su obvezni pokazatelji održivosti, koji uključuju razinu zadovoljstva destinacijom, spremnost na preporuku i druge temeljne indikatore kvalitete turističkog doživljaja. Drugi dio donosi specifične pokazatelje održivosti, usmjerene na analizu lojalnosti turista, načina dolaska u destinaciju i razine potrošnje. Slijedi poglavlje o dodatnim pokazateljima razvoja i održivosti destinacije, kojima se dopunjuje uvid u percepciju turista o kvaliteti prostora, ponude i usluga.

Analiza je provedena po segmentima (turisti u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju te jednodnevni posjetitelji). Rezultati su prikazani u obliku tablica i grafičkih prikaza, uz interpretaciju koja omogućuje prepoznavanje obrazaca zadovoljstva, ponašanja i percepcije turista te pruža osnovu za oblikovanje smjernica budućeg upravljanja turizmom Zadarske županije.

Za potrebe detaljnije prostorne analize, svi su pokazatelji dodatno prikazani po zonama unutar županije: otoci zadarskog arhipelaga (Zona 1), grad Zadar (Zona 2), obalni dio (Zona 3), Ravni kotari (Zona 4), podvelebitski dio (Zona 5) i lički dio (Zona 6). Takva podjela omogućuje uvid u prostorne razlike u iskustvu i ponašanju turista te olakšava interpretaciju rezultata u kontekstu planiranja upravljanja destinacijom. Usporedba rezultata po zonama interpretira se s oprezom zbog različite veličine poduzoraka. U pojedinim zonama broj ispitanika bio je manji, što može utjecati na pouzdanost prikazanih postotaka. Rezultati za zone 4 i 6 tumače se uz oprez zbog malog broja ispitanika.

Napomena: Prije prikaza pojedinačnih pokazatelja važno je napomenuti da se ukupan broj ispitanika razlikuje od pitanja do pitanja. Naime, nisu svi ispitanici odgovorili na sva pitanja iz upitnika, pa se veličina uzorka (n) u analizama može mijenjati.

Obvezni pokazatelji održivosti

Usporedba pokazatelja započinje s izračunom obveznih pokazatelja održivosti koji mjere osnovne dimenzije zadovoljstva i lojalnosti turista Zadarske županije. Pokazatelji su izračunati prema metodologiji Ministarstva turizma i sporta (V1.2, 2025), a obuhvaćaju zadovoljstvo destinacijom, spremnost na preporuku destinacije te namjeru ponovnog dolaska. Rezultati su prikazani po segmentima turista i jednodnevnih posjetitelja, uz interpretaciju koja omogućuje uvid u ključne obrasce doživljaja i percepcije destinacije.

Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom

Ovaj pokazatelj mjeri razinu zadovoljstva turista boravkom u destinaciji i jedan je od obveznih pokazatelja održivosti propisanih *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025). Pokazatelj se sastoji od dva dijela: (1) indeksa zadovoljstva i (2) mjera/standarda zadovoljstva temeljenih na udjelu turista koji su ocijenili svoj boravak ocjenom 6 ili 7.

Formula za izračun

$$\text{Indeks zadovoljstva} = \left(\frac{\overline{A1} + \overline{A2} + \overline{A3} - 3}{18}\right) * 100$$

$$\%\ \text{zadovoljnih posjetitelja} = (\text{broj ispitanika s ocjenom 6 ili 7/ ukupni broj ispitanika}) * 100\%$$

Potrebne varijable: A1. Koliko ste zadovoljni svojim cjelokupnim boravkom u ovoj destinaciji. *(1 = 'U potpunosti nezadovoljan' do 7 = 'U potpunosti zadovoljan'),* A2. U kojoj mjeri je boravak u ovoj destinaciji ispunio Vaša očekivanja. *(1 = 'Daleko ispod očekivanja' do 7 = 'Daleko iznad očekivanja')*, A3. Kako biste ocijenili svoj boravak u ovoj destinaciji. *(1 = 'Najgori mogući boravak kojega možete zamisliti' do 7 = 'Najbolji mogući boravak kojega možete zamisliti')*

Indeks zadovoljstva

Indeks se računa prema formuli propisanoj u Smjernicama, koja rezultira vrijednostima u rasponu od 0 do 100. Viša vrijednost indeksa označava veću razinu zadovoljstva turista destinacijom.

Pokazatelj održivosti: Zadovoljstvo destinacijom

Izračun

Segment	n	A1	A2	A3	Indeks zadovoljstva
Turisti u komercijalnom smještaju	404	5,50	5,43	5,29	73,44%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	108	5,26	4,99	5,11	68,67%
Jednodnevni posjetitelj	211	5,28	5,49	5,14	71,72%
Ukupno svi segmenti	723	5,40	5,38	5,22	72,22%

Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju

$$Indeks\ zadovoljstva = \frac{5{,}50 + 5{,}43 + 5{,}29 - 3}{18} \times 100 = 73{,}44\%$$

Rezultati indeksa zadovoljstva pokazuju da su turisti Zadarske županije u cjelini zadovoljni cjelokupnim boravkom u destinaciji, s vrijednostima indeksa iznad 68% u svim promatranim segmentima. Najviši indeks zadovoljstva zabilježen je kod turista u komercijalnom smještaju (73,4%), što upućuje na višu razinu zadovoljstva uslugom i infrastrukturom u profesionalno upravljanim objektima. Jednodnevni posjetitelji također iskazuju relativno visoku razinu zadovoljstva (71,7%), što sugerira pozitivno iskustvo i kod kraćih boravaka, dok je najniži indeks zabilježen kod turista u nekomercijalnom smještaju (68,7%).

Izračun po zonama

Turisti u komercijalnom smještaju

Zone Zadarske županije	A1	A2	A3	Indeks zadovoljstva
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga	5,35	5,23	5,00	69,89%
Zona 2 Grad Zadar	5,70	5,59	5,62	77,28%
Zona 3 Obalni dio	5,32	5,28	5,06	70,33%
Zona 4 Ravni kotari	4,86	4,57	4,57	61,11%
Zona 5 Podvelebitski dio	5,31	5,42	4,89	70,11%
Zona 6 Lički dio	5,14	5,29	4,86	68,28%

Najviši indeks zadovoljstva uočava se u gradu Zadru (77,3%), što potvrđuje njegovu ulogu središnje destinacije s razvijenom infrastrukturom, bogatom kulturnom ponudom i visokom razinom usluge. Visoke vrijednosti bilježe i podvelebitski (70,1%) i obalni dio (70,3%), koji kombiniraju prirodne atrakcije s dobro razvijenom turističkom infrastrukturom. Najniži indeks (61,1%) zabilježen je u Ravnim kotarima, što upućuje na nedovoljno razvijenu turističku infrastrukturu i ograničenu ponudu sadržaja. Rezultat sugerira potrebu za dodatnim ulaganjima u smještajne i interpretacijske kapacitete ruralnog dijela županije.

Turisti u nekomercijalnom smještaju

Zone Zadarske županije	A1	A2	A3	Indeks zadovoljstva
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga	5,31	5,11	5,00	69,00%
Zona 2 Grad Zadar	5,30	4,73	5,16	67,72%
Zona 3 Obalni dio	5,28	5,28	5,28	71,33%
Zona 4 Ravni kotari	4,40	4,80	4,20	57,78%
Zona 5 Podvelebitski dio	5,36	5,09	5,45	71,67%
Zona 6 Lički dio	5,00	5,00	5,00	66,67%

U segmentu turista u nekomercijalnom smještaji ukupna razina zadovoljstva nešto je niža, ali se ističu podvelebitski dio (71,7%) i obalni pojas (71,3%) kao područja s najvišim ocjenama. To

sugerira da turisti koji borave kod rodbine, prijatelja ili u vlastitim objektima cijene mir, prirodne ljepote i autentičnost tih prostora. Ravni kotari (57,8%) ponovno imaju najnižu razinu zadovoljstva, što potvrđuje slabiju percepciju turističke vrijednosti prostora i manju dostupnost sadržaja. Grad Zadar (67,7%) ostvaruje umjerene rezultate, što može biti povezano s većim brojem turista, gužvama i višim cijenama tijekom sezone.

Jednodnevni posjetitelji

Zone Zadarske županije	A1	A2	A3	Indeks zadovoljstva
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga	5,03	5,20	5,00	67,94%
Zona 2 Grad Zadar	5,35	5,60	5,24	73,28%
Zona 3 Obalni dio	5,30	5,48	5,26	72,44%
Zona 4 Ravni kotari	5,50	5,50	5,00	72,22%
Zona 5 Podvelebitski dio	5,28	5,33	4,89	69,44%
Zona 6 Lički dio	5,33	5,33	4,00	64,78%

Kod jednodnevnih posjetitelja najzadovoljniji su turisti koji posjećuju grad Zadar (73,3%) i obalni dio (72,4%), što je očekivano s obzirom na atraktivnost obalnih sadržaja, povijesne jezgre i lakoću pristupa. Ravni kotari (72,2%) pokazuju relativno visoku razinu zadovoljstva za kontinentalni dio županije, što može biti posljedica jednodnevnih ruralnih izleta, vinskih cesta i lokalnih manifestacija. Najniži indeks zabilježen je u ličkom dijelu (64,8%), gdje turistička ponuda ima manji obuhvat i slabiju prepoznatljivost na tržištu.

Mjera zadovoljstva turista

Vrijednost pojedinačnih mjera zadovoljstva dodatno se prikazuje izračunom udjela zadovoljnih turista u ukupnom broju odgovora po svakoj od tri varijable. Prema metodologiji Ministarstva turizma i sporta, zadovoljnim turistima smatraju se oni ispitanici koji su dodijelili ocjene 6 ili 7.

Pokazatelj održivosti: Mjera / standard zadovoljstva turista

Izračun

Segment		Varijable		
	Ocjene	A1	A2	A3
Turisti u komercijalnom smještaju	6	110	127	96
	7	93	68	62
	Ukupno	404	404	404
Mjera zadovoljstva		50,25%	48,27%	39,11%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	6	24	25	21
	7	16	10	11
	Ukupno	108	108	108
Mjera zadovoljstva		37,04%	32,41%	29,63%
Jednodnevni posjetitelj	6	49	72	30
	7	26	31	23
	Ukupno	211	211	211
Mjera zadovoljstva		35,55%	48,82%	25,12%
		% turista zadovoljnih boravkom u destinaciji	% turista s ispunjenim očekivanjima	% turista s gotovo idealnim boravkom

Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju

$$\%\ zadovoljnih\ posjetitelja = \frac{110 + 93}{404} \times 100 = 35{,}55\%$$

$$\%\ ispunjena\ očekivanja = \frac{107 + 68}{404} \times 100 = 37{,}04\%$$

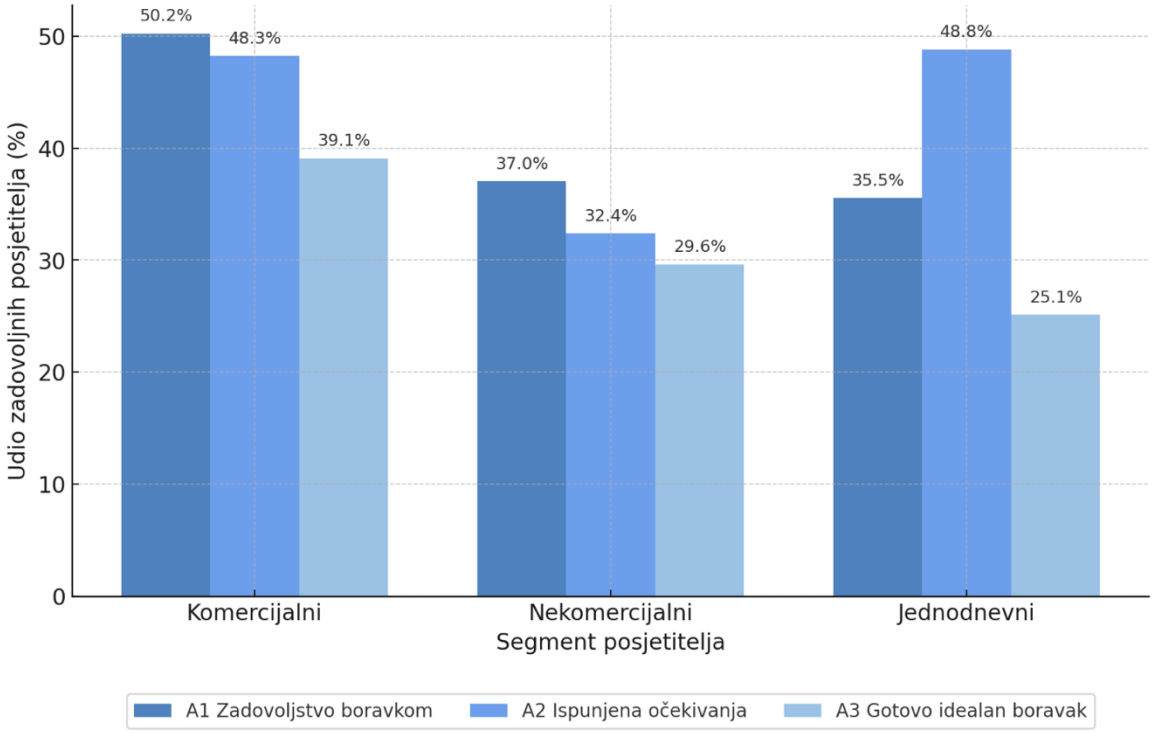
$$\%\ idealni\ boravak = \frac{72 + 31}{404} \times 100 = 35{,}55\%$$

Vrijednosti pojedinačnih mjera zadovoljstva prikazuju udio ispitanika koji su svoj boravak u Zadarskoj županiji ocijenili ocjenama 6 ili 7, što prema *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025) predstavlja razinu visokog zadovoljstva.

Rezultati pokazuju da su najviši udjeli zadovoljnih zabilježeni među turistima u komercijalnom smještaju, osobito u pogledu zadovoljstva cjelokupnim boravkom (50,3%) i ispunjenosti očekivanja (48,3%). U segmentu turista u nekomercijalnom smještaju ti su udjeli niži, dok jednodnevni posjetitelji iskazuju izraženije varijacije ovisno o pitanju. Primjerice, izrazili su višu

razinu zadovoljstva u pogledu ispunjenih očekivanja (48,8%), ali nižu kod percepcije idealnog boravka (25,1%). Dobiveni rezultati ukazuju na to da se razina zadovoljstva razlikuje prema segmentu turista, pri čemu turisti koji dulje borave u destinaciji općenito iskazuju višu razinu zadovoljstva od jednodnevnih posjetitelja.

Grafikon 1. Mjere zadovoljstva turistima prema segmentima



Usporedba pokazatelja vizualno je prikazana na Grafikonu 1 koji omogućuje jasan uvid u razlike među segmentima. Turisti u komercijalnom smještaju iskazuju veći udio zadovoljnih u svim varijablama, dok su rezultati turista u nekomercijalnom smještaju i jednodnevnih posjetitelja niži i ujednačeniji. Jednodnevni posjetitelji se ipak ističu nešto višim zadovoljstvom u pogledu ispunjenih očekivanja (A2), što upućuje na pozitivno iskustvo i kod kraćih boravaka.

Izračun po zonama

Napomena: Usporedba rezultata po zonama interpretira se s oprezom zbog različite veličine poduzoraka. U pojedinim zonama broj ispitanika bio je manji, što može utjecati na pouzdanost prikazanih postotaka.

Rezultati za zone 4 i 6 tumače se uz oprez zbog malog broja ispitanika.

ZONA 1 Otoci zadarskog arhipelaga

Segment		Varijable		
	Ocjene	A1	A2	A3
Turisti u komercijalnom smještaju	6	18	20	9
	7	12	9	8
	Ukupno	66	66	66
Mjera zadovoljstva		45,45%	43,94%	25,76%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	7	10	5	5
	6	5	3	3
	Ukupno	35	35	35
Mjera zadovoljstva		42,86%	22,86%	22,86%
Jednodnevni posjetitelj	6	8	3	3
	7	4	4	4
	Ukupno	35	35	35
Mjera zadovoljstva		34,29%	20,00%	20,00%
		% turista zadovoljnih boravkom u destinaciji	% turista s ispunjenim očekivanjima	% turista s gotovo idealnim boravkom

Zadovoljstvo turista na otocima zadržava se na razini oko 40% kod turista u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju, dok jednodnevni posjetitelji iskazuju niže udjele zadovoljnih ispitanika.

ZONA 2 Grad Zadar

Segment		Varijable		
	Ocjene	A1	A2	A3
Turisti u komercijalnom smještaju	6	60	69	68
	7	59	44	41
	Ukupno	198	198	198
Mjera zadovoljstva		60,10%	57,07%	55,05%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	6	9	10	10
	7	2	4	4
	Ukupno	37	37	37
Mjera zadovoljstva		29,73%	37,84%	37,84%
Jednodnevni posjetitelj	6	49	22	22
	7	20	16	16
	Ukupno	127	127	127
Mjera zadovoljstva		54,33%	29,92%	29,92%
		% turista zadovoljnih boravkom u destinaciji	% turista s ispunjenim očekivanjima	% turista s gotovo idealnim boravkom

Grad Zadar bilježi najviše udjele zadovoljnih turista, osobito među turistima u komercijalnom smještaju. Jednodnevni posjetitelji pokazuju višu razinu zadovoljstva ispunjenim očekivanjima, što potvrđuje privlačnost grada i za kraće oblike posjeta.

ZONA 3 Obalni dio

Segment		Varijable		
	Ocjene	A1	A2	A3
Turisti u komercijalnom smještaju	6	16	19	11
	7	17	11	11
	Ukupno	81	81	81
Mjera zadovoljstva		40,74%	37,04%	27,16%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	6	2	6	4
	7	3	2	2
	Ukupno	18	18	18
Mjera zadovoljstva		27,78%	44,44%	33,33%
Jednodnevni posjetitelj	6	5	3	3
	7	5	3	3
	Ukupno	23	23	23
Mjera zadovoljstva		43,48%	26,09%	26,09%
		% turista zadovoljnih boravkom u destinaciji	% turista s ispunjenim očekivanjima	% turista s gotovo idealnim boravkom

Obalni pojas pokazuje uravnotežene rezultate između segmenata, s nešto višim udjelima zadovoljnih u segmentu turista u nekomercijalnom smještaju i jednodnevnih posjetitelja.

ZONA 4 Ravni kotari

Segment	Varijable			
	Ocjene	A1	A2	A3
Turisti u komercijalnom smještaju	6	1	0	0
	7	0	0	0
	Ukupno	7	7	7
Mjera zadovoljstva		14,29%	0,00%	0,00%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	6	0	0	0
	7	0	0	0
	Ukupno	5	5	5
Mjera zadovoljstva		0,00%	0,00%	0,00%
Jednodnevni posjetitelj	6	1	0	0
	7	0	0	0
	Ukupno	2	2	2
Mjera zadovoljstva		50,00%	0,00%	0,00%
		% turista zadovoljnih boravkom u destinaciji	% turista s ispunjenim očekivanjima	% turista s gotovo idealnim boravkom

Rezultati su izrazito niski u svim segmentima, što odražava ograničenu turističku ponudu i manju prepoznatljivost prostora. Potrebno je jačati posebne oblike turizma i bolju povezanost s obalnim područjima.

ZONA 5 Podvelebitski dio

Segment	Varijable			
	Ocjene	A1	A2	A3
Turisti u komercijalnom smještaju	6	12	17	6
	7	5	3	2
	Ukupno	45	45	45
Mjera zadovoljstva		37,78%	44,44%	17,78%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	6	0	2	2
	7	1	2	2
	Ukupno	11	11	11
Mjera zadovoljstva		9,09%	36,36%	36,36%
Jednodnevni posjetitelj	6	7	2	2
	7	1	0	0
	Ukupno	18	18	18
Mjera zadovoljstva		44,44%	11,11%	11,11%
		% turista zadovoljnih boravkom u destinaciji	% turista s ispunjenim očekivanjima	% turista s gotovo idealnim boravkom

Zadovoljstvo turista u podvelebitskom dijelu umjereno je i razmjerno ujednačeno između segmenata. Turisti u komercijalnom smještaju bilježe nešto veće udjele zadovoljnih.

ZONA 6 Lički dio

Segment		Varijable		
	Ocjene	A1	A2	A3
Turisti u komercijalnom smještaju	6	3	2	2
	7	0	1	0
	Ukupno	7	7	7
Mjera zadovoljstva		42,86%	42,86%	28,57%
Turisti u nekomercijalnom smještaju	6	0	0	0
	7	0	0	0
	Ukupno	2	2	2
Mjera zadovoljstva		0,00%	0,00%	0,00%
Jednodnevni posjetitelj	6	2	0	0
	7	1	0	0
	Ukupno	6	6	6
Mjera zadovoljstva		50,00%	0,00%	0,00%
		% turista zadovoljnih boravkom u destinaciji	% turista s ispunjenim očekivanjima	% turista s gotovo idealnim boravkom

Rezultati pokazuju male uzorke i niže udjele zadovoljnih turista, osim kod jednodnevnih posjetitelja koji ostvaruju nešto više ocjene za opći dojam boravka.

Neto spremnost za preporuku destinacije

Neto spremnost na preporuku (Net Promoter Score – NPS) jedan je od ključnih pokazatelja koji se koristi za mjerenje lojalnosti turista i njihove spremnosti na usmenu promociju destinacije. Ispitanici su ocjenjivali vjerojatnost da će destinaciju preporučiti prijateljima, rodbini ili kolegama na ljestvici od 0 do 10, gdje 0 označava potpunu nevjerojatnost, a 10 potpunu sigurnost u preporuku.

Formula za izračun

% promotora = (broj ispitanika s ocjenom 9 ili 10/ ukupan broj ispitanika) * 100%
% odgovaratelja = (broj ispitanika s ocjenom između 0 i 6/ ukupan broj ispitanika) * 100%
% neto spremnost za preporuku = % promotora – % odgovaratelja

Potrebna varijabla: B1. Koliko je vjerojatno da ćete ovo mjesto preporučiti prijateljima, rodbini ili kolegama?

Interpretacija odgovora (MINTS, 2025):

od 0 do 6	Odgovaratelji	nezadovoljni ili suzdržani turisti
od 7 do 8	Neutralni	zadovoljni, ali ne dovoljno motivirani da preporuče destinaciju
od 9 do 10	Promotori	vrlo zadovoljni i lojalni turisti

Interpretacija rezultata NPS prema općeprihvaćenim preporukama:

Neto spremnost na preporuku (NPS)	**Tumačenje (uobičajeno u turističkim istraživanjima)**
Ispod 0	Negativna percepcija – više nezadovoljnih nego promotora
0 do 20	Umjereno zadovoljstvo i neutralna lojalnost
21 do 50	Dobra razina zadovoljstva i lojalnosti
51 do 70	Vrlo dobra lojalnost i pozitivan imidž destinacije
71 i više	Izrazito visoka lojalnost i snažna preporuka

Izračun

Neto spremnost na preporuku		Turisti u komercijalnom smještaju	Turisti u nekomercijalnom smještaju	Jednodnevni posjetitelj
0	Odgovaratelji	1	0	0
1		2	2	2
2		4	0	1
3		7	5	0
4		10	2	6
5		16	10	3
6		24	6	16
7	Neutralni	61	23	18
8		114	18	57
9	Promotori	59	13	42
10		106	29	66
Ukupno		404	108	211
% odgovaratelja		15,84%	23,15%	13,27%
% promotora		40,84%	38,89%	51,18%
% neto spremnost na preporuku		**25,00%**	**15,74%**	**37,91%**

Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju

$$\%\ promotora = \frac{59 + 106}{404}\ \text{x}\ 100\% = 40{,}84\%$$

$$\%\ odgovaratelja\ = \frac{1 + 2 + 4 + 7 + 10 + 16 + 24}{404}\ \text{x}\ 100\% = 15{,}84\%$$

$$\%\ neto\ spremnosti\ za\ preporuku = \%\ promotora - \%\ odgovaratelja = 40{,}84\% - 15{,}84\% = 25\%$$

Rezultati pokazuju da su svi segmenti turista skloniji preporučiti destinaciju, s pozitivnim neto vrijednostima pokazatelja. Najviša neto spremnost na preporuku zabilježena je među jednodnevnim posjetiteljima (37,9%), što ukazuje na pozitivno iskustvo i dobar dojam o destinaciji čak i kod kraćih boravaka. Turisti u komercijalnom smještaju također iskazuju visoku razinu lojalnosti (25,0%), što potvrđuje kvalitetu smještajne i uslužne ponude. U segmentu turista u nekomercijalnom smještaju turista vrijednost pokazatelja (15,7%) je niža, što može upućivati na manju razinu angažmana i slabiju vezanost za destinaciju. Sveukupno, pozitivan NPS u svim segmentima pokazuje da Zadarska županija uživa dobar ugled među turistima i ima potencijal za organsku promociju putem preporuka.

Izračun po zonama

Turisti u komercijalnom smještaju

Zone Zadarske županije	n odgovaratelji	n promotori	Ukupno	% odgovaratelji	% promotori	% NPS
Zona 1	9	36	66	13,64%	54,55%	40,91%
Zona 2	30	86	198	15,15%	43,43%	28,28%
Zona 3	21	25	81	25,93%	30,86%	4,94%
Zona 4	1	2	7	14,29%	28,57%	14,29%
Zona 5	3	13	45	6,67%	28,89%	22,22%
Zona 6	0	3	7	0,00%	42,86%	42,86%

Turisti u nekomercijalnom smještaju

Zone Zadarske županije	n odgovaratelji	n promotori	Ukupno	% odgovaratelji	% promotori	% NPS
Zona 1	10	16	35	28,57%	45,71%	17,14%
Zona 2	10	14	37	27,03%	37,84%	10,81%
Zona 3	3	6	18	16,67%	33,33%	16,67%
Zona 4	2	0	5	40,00%	0,00%	-40,00%
Zona 5	0	5	11	0,00%	45,45%	45,45%
Zona 6	0	1	2	0,00%	50,00%	50,00%

Jednodnevni posjetitelji

Zone Zadarske županije	n odgovaratelji	n promotori	Ukupno	% odgovaratelji	% promotori	% NPS
Zona 1	7	10	35	20,00%	28,57%	8,57%
Zona 2	13	77	127	10,24%	60,63%	50,39%
Zona 3	2	12	23	8,70%	52,17%	43,48%
Zona 4	0	0	2	0,00%	0,00%	0,00%
Zona 5	5	6	18	27,78%	33,33%	5,56%
Zona 6	1	3	6	16,67%	50,00%	33,33%

NPS u svim segmentima pokazuje prevladavanje promotora nad nezadovoljnima, pri čemu se najviši rezultati bilježe u urbanom i obalnom području. Razlike među zonama ukazuju na potrebu jačanja prepoznatljivosti i doživljajnog sadržaja u unutrašnjosti županije te poticanje razvoja proizvoda koji povećavaju emocionalnu povezanost turista s destinacijom.

Specifični pokazatelji održivosti

Specifični pokazatelji održivosti nadopunjuju obvezne pokazatelje mjerenjem konkretnog turističkog ponašanja, načina dolaska i dostupnosti destinacije. U ovom potpoglavlju prikazani su rezultati koji se odnose na postotak ponovljenih ili stalnih turista, korištene oblike prijevoza za dolazak u destinaciju te izvore informacija koje su turisti koristili pri planiranju svog boravka. Ovi pokazatelji omogućuju bolje razumijevanje obrazaca lojalnosti, dostupnosti i informiranosti turista te doprinose interpretaciji ukupnog iskustva boravka u Zadarskoj županiji.

Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije

Pokazatelj mjeri udio turista koji su već posjetili destinaciju barem jednom u posljednjih pet godina, što ukazuje na razinu privrženosti destinaciji i potencijal za lojalnost.

Formula za izračun

$$\text{udio ponovljenih (stalnih) turista u smještajnim objektima destinacije} = \frac{BIP}{BI} \times 100\%$$

BIP – broj ispitanika koji su već posjetili odredište u posljednjih 5 godina (C2 > 0)
BI – ukupno broj ispitanika u destinaciji

Potrebne varijable: C1. Je li ovo Vaš prvi posjet mjestu? (Da/Ne) C2. (samo za Ne) Koliko puta ste posjetili ovo mjesto tijekom posljednjih pet godina?
Napomena: Pitanje C1 postavljeno je samo segmentu turista u komercijalnom smještaju.

Izračun

Segment	Prvi posjet mjestu	n
Turisti u komercijalnom smještaju	Da	284
	Ne	115
	Ukupno BI	404
	Ne (broj posjeta veći od 0) BIP	108
% ponovljenih (stalnih) turista u smještajnim objektima destinacije		**26,73%**

Izračun

$$\%\ ponovljenih\ (stalnih) turista\ u\ smještajnim\ objektima\ destinacije = \frac{108}{404}\ \text{x}\ 100\% = 26{,}73\%$$

Udio ponovljenih turista u komercijalnom smještaju iznosi 26,7%, što upućuje na određenu razinu povratnih dolazaka, ali i prostor za jačanje lojalnosti turista kroz razvoj ponude koja potiče ponovno posjećivanje destinacije.

Izračun po zonama

Zone Zadarske županije	Prvi posjet mjestu				% ponovljenih (stalnih) turista u smještajnim objektima destinacije
	Da	Ne	Ukupno BI	Ne, i broj posjeta veći od 0 BIP	
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga	43	23	66	22	33,33%
Zona 2 Grad Zadar	143	52	195	50	25,64%
Zona 3 Obalni dio	50	29	79	25	31,65%
Zona 4 Ravni kotari	6	1	7	1	14,29%
Zona 5 Podvelebitski dio	35	10	45	10	22,22%
Zona 6 Lički dio	7	0	7	0	0,00%

Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište (javna/privatna i vrsta)

Ovaj pokazatelj mjeri vrstu prijevoza koju su turisti koristili za dolazak u destinaciju, a temelji se na podjeli na privatna i javna prometna sredstva.

Formula za izračun

$$\text{udio posjetitelja koji su u dolasku u destinaciju koristili javni/privatni prijevoz } i = \frac{PPi}{BP} \times 100\%$$

BP – broj ispitanika
PP*i* – prijevozna sredstva: automobil, zrakoplov, autobus, vlak, brod, ostalo

Potrebna varijabla: D1. Kojim ste prijevoznim sredstvom doputovali u ovu destinaciju (ako ste koristili više vrsta prijevoznih sredstava, označite ono kojim ste prevalili najveći dio puta)?
PPi su oni odgovori na varijabli D1 za koje su ispitanici odabrali: 1. Automobil, uključujući automobilom s kamp-kućicom i kamper, 2. Zrakoplov, 3. Autobus, 4. Vlak, 5. Brod, 6. Ostalo

Izračun

Korištena prometna sredstva za dolazak na odredište	Turisti u komercijalnom smještaju		Turisti u nekomercijalnom smještaju		Turisti ukupno		Jednodnevni posjetitelj	
	n	% pokazatelj	n	% pokazatelj	n	% pokazatelj	n	% pokazatelj
Automobil	243	61,36%	73	67,59%	316	62,70%	30	14,29%
Autobus	46	11,62%	18	16,67%	64	12,70%	18	8,57%
Vlak	1	0,25%	1	0,93%	2	0,40%	0	0,00%
Zrakoplov	83	20,96%	7	6,48%	90	17,86%	1	0,48%
Brod/trajekt	2	0,51%	3	2,78%	5	0,99%	146	69,52%
Drugo	21*	5,30%	6**	5,56%	27	5,36%	15*	7,14%
Privatni prijevoz	264	66,67%	78	72,22%	342	67,86%	45	21,43%
Javni prijevoz	132	33,33%	30	27,78%	162	32,14%	165	78,57%
Ukupno odgovora na D1	396	100,00%	108	100,00%	504	100,00%	210	100,00%

* uključuje motocikl, bicikl, jahtu ili jedrilicu ** uključuje motocikl, bicikl, jahtu ili jedrilicu (privatni prijevoz) i taxi (javni prijevoz)

Primjer izračuna: segment turista u komercijalnom smještaju (automobil)

$$Udio\ turista\ koji\ su\ u\ dolasku\ u\ destinaciju\ koristili\ automobil = \frac{243}{396}\ \text{x}\ 100\% = 61{,}36\%$$

Većina turista, neovisno o vrsti smještaja, u destinaciju dolazi cestovnim putem, najčešće automobilom. Zračni i autobusni prijevoz zabilježeni su uglavnom kod turista u komercijalnom smještaju, dok je dolazak brodom očekivano dominantan kod jednodnevnih posjetitelja zbog otočnih linija. Rezultati potvrđuju važnost dobre prometne povezanosti i raznolikosti pristupa Zadarskoj županiji. Visok udio dolazaka automobilom potvrđuje dominantnu ulogu cestovne pristupačnosti i upućuje na potrebu kontinuiranog praćenja prometnih gužvi i parkirališne infrastrukture.

Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima

Prosječna dnevna potrošnja turista jedan je od specifičnih pokazatelja održivosti koji pruža uvid u ekonomsku vrijednost turističkih dolazaka. Pokazatelj se računa na temelju ukupnih prijavljenih troškova boravka, isključujući izdatke za smještaj i dolazak do destinacije, a izražava se kao prosječni iznos potrošnje po osobi po danu.

Formule za izračun

$$\text{Troškovi po osobi} = \frac{Ukupni\ trošak\ u\ eurima\ (E1)}{Ukupan\ broj\ osoba - \frac{Broj\ djece\ mlađe\ od\ 15\ godina}{2}}$$

$$\text{Prosječna dnevna potrošnja jednodnevnih posjetitelja} = \frac{\sum_{Za\ sve\ ispitanike\ koji\ nisu\ ostvarili\ noćenje\ (IP4=c)} Troškovi\ po\ osobi}{Ukupan\ broj\ ispitanika\ koji\ nisu\ ostvarili\ noćenje\ (IP4 = c)}$$

$$\text{Prosječna dnevna potrošnja turista u komercijalnom smještaju} = \frac{\sum_{Za\ sve\ ispitanike\ koji\ su\ ostvarili\ noćenje\ u\ komercijalnom\ smještaju\ (IP4=a)} Troškovi\ po\ osobi}{\sum_{a\ sve\ ispitanike\ koji\ su\ ostvarili\ noćenje\ u\ komercijalnom\ smještaju\ (IP4=a)} OP2}$$

$$\text{Prosječna dnevna potrošnja turista u nekomercijalnom smještaju} = \frac{\sum_{Za\ sve\ ispitanike\ koji\ su\ ostvarili\ noćenje\ u\ nekomercijalnom\ smještaju\ (IP4=b)} Troškovi\ po\ osobi}{\sum_{a\ sve\ ispitanike\ koji\ su\ ostvarili\ noćenje\ u\ nekomercijalnom\ smještaju\ (IP4=b)} OP2}$$

Potrebne varijable: **IP4**. Vi ste: a. Turisti u komercijalnom smještaju, b. Turisti u nekomercijalnom smještaju, c. Jednodnevni posjetitelj. **OP2.** Ukupan planirani broj noćenja u ovom mjestu tijekom ovog putovanja (*Pitati samo ako je IP4 = a ili b)*. **E1.** Procijenite troškove koje ste imali i koje planirate imati do kraja ovog boravka u ovome mjestu. Pri tome uključite izdatke za ugostiteljske usluge, kupnju, kulturu i zabavu, sport, lokalni prijevoz, organizirane izlete i slično, ali isključite izdatke za smještaj (ako ste ih imali) i prijevoz do destinacije! Ukupni trošak u eurima (bez izdataka za smještaj i prijevoz do destinacije). **E2.** Za koliko ste osoba iskazali troškove? a) Samo za sebe (1 osoba) b) Za sebe i svoju pratnju – ukupno _____ osoba, od toga _____ djece mlađe od 15 godina.

***Metodološka napomena**. Izračun dnevne potrošnje temelji se na potpunim odgovorima ispitanika koji su jasno naveli iznos ukupnih troškova, broj osoba i (za turiste s noćenjem) broj noćenja.*

Troškovi po osobi

U skladu sa *Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025), ukupni troškovi navedeni za više osoba preračunati su na trošak po osobi prema formuli koja uzima u obzir ukupan broj članova kućanstva i djecu mlađu od 15 godina. Za ispitanike koji su potrošnju iskazali samo za sebe korišteni su iznosi navedeni u pitanju E1. Na temelju toga kreirana je nova varijabla *trošak po osobi*, a zatim je pristupljeno izračunu prosječne dnevne potrošnje.

Dnevna potrošnja – jednodnevni posjetitelji

Segment	n	Σ troškova po osobi	Prosječna dnevna potrošnja
Jednodnevni posjetitelj	209	33.245,42 €	159,07 €

Zone Zadarske županije	n	Σ troškova po osobi (u €)	Prosječna dnevna potrošnja (u €)
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga	35	3.285,00	93,86
Zona 2 Grad Zadar	126	18.935,26	150,28
Zona 4 Ravni kotari	2	100,00	50,00
Zona 5 Podvelebitski dio	18	1.767,33	98,19
Zona 6 Lički dio	5	373,33	74,67

Napomena: Podatke za jednodnevne posjetitelje treba uzeti s oprezom. Naime postoji mogućost da su određeni ispitanici u potrošnju prijavili cijeli svoj boravak, a ne samo ono što su potrošili na jednodnevni izlet. Preporuka je u budućim istraživanjima jednodnevnim posjetiteljima postaviti dodatnu napomenu kako se potrošnja odnosi samo na ovaj njihov jednodnevni boravak u mjestu anketiranja.

Dnevna potrošnja – turisti

Segment	n	Σ troškova po osobi	Σ OP2	Prosječna dnevna potrošnja
Turisti u komercijalnom smještaju	385	157.021,16 €	2 429	64,64 €
Turisti u nekomercijalnom smještaju	103	50.508,10 €	869	58,12 €

Turisti u komercijalnom smještaju

Zone Zadarske županije	n	Σ troškova po osobi (u €)	Σ OP2	Prosječna dnevna potrošnja (u €)
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga	65	32.303,33	499	64,74
Zona 2 Grad Zadar	187	64.642,55	952	67,90
Zona 3 Obalni dio	75	36.291,94	535	67,84
Zona 4 Ravni kotari	7	5.100,00	75	68,00
Zona 5 Podvelebitski dio	44	16.933,33	350	48,38
Zona 6 Lički dio	7	1.750,00	18	97,22

Turisti u nekomercijalnom smještaju

Zone Zadarske županije	n	Σ troškova po osobi (u €)	Σ OP2	Prosječna dnevna potrošnja (u €)
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga	34	15.459,52	368	42,01
Zona 2 Grad Zadar	34	18.420,00	228	80,79
Zona 3 Obalni dio	17	6.503,57	168	38,71
Zona 4 Ravni kotari	5	1.900,00	30	63,33
Zona 5 Podvelebitski dio	11	7.925,00	69	114,86
Zona 6 Lički dio	2	300,00	6	50,00

Dodatni pokazatelji razvoja destinacije

U ovom potpoglavlju prikazani su dodatni pokazatelji razvoja destinacije koji nadopunjuju obvezne metrike: percepcija kvalitete boravka, zadovoljstvo omjerom cijene i kvalitete smještaja, zadovoljstvo cijenama u ugostiteljstvu i trgovinama, razina percipirane gužve i buke te izvori informiranja. Rezultati su prikazani po segmentima turista (komercijalni i nekomercijalni turisti, jednodnevni posjetitelji), a gdje je primjenjivo i po zonama, s fokusom na uočavanje obrazaca i razlika relevantnih za upravljanje destinacijom.

Napomena: U pojedinim tablicama s višestrukim odabirom odgovora zbrojevi postotaka mogu prelaziti 100%.

Percepcija zadovoljstva boravkom u destinaciji

U ovom dijelu prikazani su rezultati procjene zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja ključnim elementima boravka u destinaciji Zadarske županije. Pokazatelji pružaju uvid u razinu kvalitete turističkog iskustva i percipiranu vrijednost destinacije iz perspektive različitih segmenata turista.

Procjena zadovoljstva turista pojedinim elementima boravka u destinaciji

Zadovoljstvo		Turisti u komercijalnom smještaju	Turisti u nekomercijalnom smještaju	Jednodnevni posjetitelji
Ljepotom destinacije	Σ 6 i 7	221	59	128
	n	404	108	211
	% zadovoljnih	54,70%	54,63%	60,66%
Uređenošću destinacije	Σ 6 i 7	154	43	51
	n	404	108	211
	% zadovoljnih	38,12%	39,81%	24,17%
Uređenošću glavnih atrakcija u destinaciji	Σ 6 i 7	161	36	54
	n	404	108	211
	% zadovoljnih	39,85%	33,33%	25,59%
Prometom u destinaciji	Σ 6 i 7	124	19	36
	n	404	108	211
	% zadovoljnih	30,69%	17,59%	17,06%
Turističkom ponudom u destinaciji	Σ 6 i 7	122	27	56
	n	404	108	211
	% zadovoljnih	30,20%	25,00%	26,54%
Svojim cjelokupnim boravkom u destinaciji	Σ 6 i 7	117	37	65
	n	277	108	156
	% zadovoljnih	**42,24%**	**34,26%**	**41,67%**

Najvišu razinu zadovoljstva ispitanici izražavaju ljepotom destinacije (54,7% turista u komercijalnom smještaju i 60,66% jednodnevnih posjetitelja), što potvrđuje važnost vizualnog identiteta i prirodnog ambijenta u ukupnom doživljaju. Uređenost destinacije i glavnih atrakcija bilježi umjerene ocjene, s udjelom zadovoljnih između 24% i 40%, dok su niže vrijednosti zabilježene za promet (oko 30% u komercijalnom i 17% u nekomercijalnom smještaju). Zadovoljstvo ukupnom turističkom ponudom kreće se između 25% i 30%, što ukazuje na prostor za unaprjeđenje sadržaja i doživljajnih komponenti.

Opće zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji zadržava se na razini od oko 40%, pri čemu turisti u komercijalnom smještaju pokazuju nešto više ocjene od turista u nekomercijalnom smještaju i jednodnevnih posjetitelja.

Razlike u ocjeni rezultata indeksa zadovoljstva destinacijom u odnosu na pojedinačne elemente (ljepotu, uređenost, promet i turističku ponudu) očekivane su i rezultat su različite metodologije izračuna. Indeks zadovoljstva izražava ukupni dojam boravka u destinaciji na temelju kombinacije triju varijabli i standardiziran je na skali od 0 do 100, dok su pojedinačne ocjene zadovoljstva izračunate kao udio ispitanika koji su na svaku tvrdnju odgovorili s najvišim ocjenama (6 ili 7). Stoga su vrijednosti indeksa u pravilu više od udjela zadovoljnih po pojedinim elementima, jer odražavaju opći doživljaj destinacije, a ne samo procjenu pojedinih aspekata ponude.

Zadovoljstvo omjerom cijene i kvalitete smještaja

U nastavku su prikazani rezultati o zadovoljstvu turista omjerom cijene i kvalitete smještaja, temeljeni isključivo na odgovorima ispitanika koji su boravili u komercijalnim smještajnim objektima. Prikaz uključuje usporedbu prema vrsti smještaja i prema prostornim zonama unutar Zadarske županije. Izjave su mjerene na 7-stupnjevanoj Likertovoj ljestvici gdje niže ocjene označavaju nisko zadovoljstvo, a visoke visoku razinu zadovoljstva.

Zadovoljstvo omjerom cijene i kvalitete smještaja	Smještajni objekti				Ukupno
	Hotel	Hostel	Kamp	Obiteljski smještaj	
1 u potpunosti nezadovoljan/na	0	0	3	6	9
2	3	1	13	11	28
3	7	3	18	28	56
4	19	1	25	43	88
5	36	5	9	28	78
6	41	3	2	28	74
7 u potpunosti zadovoljan/na	43	3	4	19	69
Σ 6 i 7	84	6	6	47	143
Ukupno	149	16	74	163	402
% zadovoljnih	**56,38%**	**37,50%**	**8,11%**	**28,83%**	**35,57%**

Rezultati pokazuju da su turisti najzadovoljniji omjerom cijene i kvalitete u hotelskom smještaju, gdje više od polovice ispitanika iskazuje zadovoljstvo. Niže razine zadovoljstva zabilježene su u hostelima i osobito u kampovima, dok je u obiteljskom smještaju zadovoljstvo umjereno, ali ispod prosjeka. Takva raspodjela sugerira da standardizirani smještajni objekti (poput hotela) pružaju konzistentniju vrijednost za novac u odnosu na individualne oblike smještaja.

Zone Zadarske županije	Zadovoljstvo omjerom cijene i kvalitete smještaja	
	Σ 6 i 7	% zadovoljnih
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga	17	25,76%
Zona 2 Grad Zadar	103	52,02%
Zona 3 Obalni dio	17	20,99%
Zona 4 Ravni kotari	0	0,00%
Zona 5 Podvelebitski dio	6	13,33%
Zona 6 Lički dio	1	14,29%

Najveći udio zadovoljnih turista zabilježen je u gradu Zadru, što potvrđuje bolju usklađenost cijene i kvalitete usluge u urbanom središtu. U ostalim zonama udjeli zadovoljnih turista su znatno niži, osobito u Ravnim kotarima, ličkom i podvelebitskom dijelu, što može odražavati skromniju infrastrukturu i manju standardizaciju ponude. Rezultati upućuju na potrebu podizanja razine kvalitete smještaja i bolje transparentnosti u cjenovnim politikama izvan glavnog gradskog područja.

Zadovoljstvo kvalitetom ponude smještaja po zonama

U tablici je prikazan udio turista zadovoljnih kvalitetom smještaja prema zonama unutar Zadarske županije. Podatci se odnose na turiste koji su boravili u komercijalnim smještajnim objektima.

Zone Zadarske županije	Zadovoljstvo kvalitetom smještaja	
	Σ 6 i 7	% zadovoljnih
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga	27	41,54%
Zona 2 Grad Zadar	127	73,84%
Zona 3 Obalni dio	27	37,50%
Zona 4 Ravni kotari	2	33,33%
Zona 5 Podvelebitski dio	11	27,50%
Zona 6 Lički dio	3	42,86%

Najviša razina zadovoljstva zabilježena je u gradu Zadru, što potvrđuje koncentraciju objekata više kategorije i razvijenije standarde usluge. U ostalim zonama zadovoljstvo je niže, osobito u podvelebitskom i obalnom dijelu, što ukazuje na potrebu daljnjeg ulaganja u kvalitetu i modernizaciju smještajnih kapaciteta izvan glavnog urbanog središta.

Zadovoljstvo cijenama – pregled po zonama

U nastavku su prikazani rezultati o zadovoljstvu turista cijenama u ugostiteljstvu i trgovinama, prikazani po zonama i segmentima turista. Pokazatelji odražavaju percepciju ekonomske pristupačnosti destinacije te razlike u doživljaju vrijednosti za novac između turista u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju te jednodnevnih posjetitelja.

Cijene u ugostiteljstvu

Cijene u ugostiteljstvu	Turisti u komercijalnom smještaju	Turisti u nekomercijalnom smještaju	Jednodnevni posjetitelji
Σ 6 i 7	83	17	28
n	404	108	211
% zadovoljnih	20,54%	15,74%	13,27%

Zone Zadarske županije	Turisti u komercijalnom smještaju		Turisti u nekomercijalnom smještaju		Jednodnevni posjetitelji	
	Σ 6 i 7	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	% zadovoljnih
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga	6	9,09%	6	17,14%	7	20,00%
Zona 2 Grad Zadar	60	30,30%	6	16,22%	16	12,60%
Zona 3 Obalni dio	14	17,28%	4	22,22%	5	21,74%
Zona 4 Ravni kotari	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Zona 5 Podvelebitski dio	2	4,44%	1	9,09%	0	0,00%
Zona 6 Lički dio	1	14,29%	0	0,00%	0	0,00%

Zadovoljstvo cijenama u ugostiteljstvu općenito je nisko u svim zonama Zadarske županije. Najveći udio zadovoljnih turista bilježi se u gradu Zadru (30,30%), dok su u ostalim područjima vrijednosti znatno niže, osobito u Ravnim kotarima, gdje nije zabilježen nijedan zadovoljan ispitanik. Turisti u nekomercijalnom smještaju i jednodnevni posjetitelji iskazuju niže ocjene, što upućuje na percepciju viših cijena u odnosu na kvalitetu usluge i ponude. Takvi rezultati ukazuju na potrebu za većim usklađivanjem cijena s razinom očekivanog standarda, posebno u ugostiteljstvu izvan središnjih gradskih područja.

Cijene u trgovinama

Cijene u trgovinama	Turisti u komercijalnom smještaju	Turisti u nekomercijalnom smještaju	Jednodnevni posjetitelji
Σ 6 i 7	80	15	27
n	404	108	211
% zadovoljnih	**19,80%**	**13,89%**	**12,80%**

Zone Zadarske županije	Turisti u komercijalnom smještaju		Turisti u nekomercijalnom smještaju		Jednodnevni posjetitelji	
	Σ 6 i 7	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	% zadovoljnih	Σ 6 i 7	% zadovoljnih
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga	5	7,58%	5	14,29%	8	22,86%
Zona 2 Grad Zadar	61	30,81%	5	13,51%	15	11,81%
Zona 3 Obalni dio	11	13,58%	3	16,67%	4	17,39%
Zona 4 Ravni kotari	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Zona 5 Podvelebitski dio	2	4,44%	2	18,18%	0	0,00%
Zona 6 Lički dio	1	14,29%	0	0,00%	0	0,00%

Zadovoljstvo cijenama u trgovinama općenito je nisko na razini cijele županije. Najveći udio zadovoljnih turista u komercijalnom smještaju bilježi se u gradu Zadru (30,81%), dok su među turistima u nekomercijalnom smještaju i jednodnevnim posjetiteljima nešto viši udjeli zadovoljnih na otocima (22,86%) i u obalnom dijelu (17,39%). U kontinentalnim zonama, uključujući Ravne kotare i podvelebitsko područje, zadovoljstvo je vrlo nisko ili potpuno izostaje.

Turisti u komercijalnom smještaju iskazuju veće zadovoljstvo (19,80%) u odnosu na nekomercijalne (13,89%) i jednodnevne posjetitelje (12,80%), što ukazuje na veću cjenovnu osjetljivost posjetitelja s kraćim boravkom.

Ukupno gledano, rezultati potvrđuju da visoke sezonske cijene i razlike u percepciji vrijednosti usluge utječu na niže ocjene ekonomske pristupačnosti destinacije.

Razina percipirane prenapučenosti i buke

Percepcija gužve i buke važan je pokazatelj doživljajne kvalitete destinacije i razine opterećenosti prostora turizmom. U tablicama su prikazane procjene turista o tome u kojoj mjeri gužva i buka predstavljaju problem tijekom boravka u Zadarskoj županiji, prema segmentima turista i jednodnevnih posjetitelja.

Gužva na ulicama/trgovima/atrakcijama	**Turisti u komercijalnom smještaju**		**Turisti u nekomercijalnom smještaju**		**Jednodnevni posjetitelji**	
	n	**%**	**n**	**%**	**n**	**%**
1 - uopće nije problem	71	17,8	13	12,3	8	3,8
2	47	11,8	7	6,6	23	11,0
3	44	11,1	14	13,2	12	5,7
4	66	16,6	14	13,2	12	5,7
5	68	17,1	17	16,0	39	18,6
6	70	17,6	27	25,5	57	27,1
7 - jako ozbiljan problem	32	8,0	14	13,2	59	28,1
Σ 6 i 7	102		41		116	
Ukupno	398	100,0	106	100,0	210	100,0
% nezadovoljnih		**25,60%**		**38,70%**		**55,20%**

Buka na javnim prostorima	**Turisti u komercijalnom smještaju**		**Turisti u nekomercijalnom smještaju**		**Jednodnevni posjetitelji**	
	n	**%**	**n**	**%**	**n**	**%**
1 - uopće nije problem	84	21,1	15	14,2	12	5,7
2	48	12,1	11	10,4	11	5,2
3	48	12,1	11	10,4	17	8,1
4	68	17,1	16	15,1	15	7,1
5	64	16,1	12	11,3	58	27,6
6	60	15,1	28	26,4	56	26,7
7 - jako ozbiljan problem	26	6,5	13	12,3	41	19,5
Σ 6 i 7	86		41		97	
Ukupno	398	100,0	106	100,0	210	100,0
% nezadovoljnih		**21,6%**		**38,7%**		**46,2%**

Gužva i buka predstavljaju umjeren do izražen problem, osobito među jednodnevnim posjetiteljima koji češće borave u središnjim, prometnijim područjima. Rezultati ukazuju na potrebu prostornog rasterećenja i poticanja posjeta mirnijim zonama županije.

Izvori informacija

U tablici su prikazani najčešći izvori informacija o destinaciji prema vrstama posjetitelja. Podatci pokazuju na koje se kanale turisti i jednodnevni posjetitelji najviše oslanjaju prilikom odabira i planiranja posjeta Zadarskoj županiji. Ispitanici su na ponuđene izvore informiranja o destinaciji mogli odabrati jedan ili više od ponuđenih odabira u odgovoru.

Izvori informacija *(moguć odabir više odgovora)*	**Turisti u komercijalnom smještaju**			**Turisti u nekomercijalnom smještaju**			**Jednodnevni posjetitelji**		
	n	**%***	**%****	**n**	**%***	**%****	**n**	**%***	**%****
Osobno iskustvo	117	16,3	30,5	66	40,0	63,5	17	4,6	8,2
Preporuke prijatelja, kolega ili rodbine	130	18,1	33,9	45	27,3	43,3	39	10,6	18,8
Mediji (radio, televizija, tiskani i online mediji)	122	17,0	31,9	14	8,5	13,5	64	17,4	30,8
Influenceri/Blogeri	32	4,5	8,4	6	3,6	5,8	25	6,8	12,0
Google, Trip Advisor i sl.	62	8,6	16,2	10	6,1	9,6	14	3,8	6,7
Društvene mreže Facebook (FB), Instagram (IG), YouTube (YT) i sl.	95	13,2	24,8	10	6,1	9,6	64	17,4	30,8
Internetske stranice destinacije	92	12,8	24,0	9	5,5	8,7	71	19,3	34,1
Promotivni tiskani materijali	34	4,7	8,9	2	1,2	1,9	35	9,5	16,8
Putničke agencije i turistički uredi	22	3,1	5,7	2	1,2	1,9	36	9,8	17,3
Drugo	13	1,8	3,4	1	0,6	1,0	2	0,5	1,0
Ukupno	719	100,0	187,7	165	100,0	158,7	367	100,0	176,4

* % odgovora ** % ispitanika

Osobno iskustvo i preporuke prijatelja ili rodbine najčešći su izvori informacija za sve skupine turista, što potvrđuje važnost preporuka i prethodnih pozitivnih doživljaja. Internetske stranice destinacije i društvene mreže imaju značajnu ulogu, osobito kod jednodnevnih posjetitelja i mlađih skupina, dok tradicionalni mediji i tiskani promotivni materijali bilježe manji utjecaj. Rezultati upućuju na potrebu daljnjeg jačanja digitalne komunikacije i autentičnih preporuka kao ključnih kanala informiranja o destinaciji.

Zadovoljstvo destinacijom

U nastavku su prikazane prosječne ocjene zadovoljstva različitim elementima destinacije prema vrsti posjetitelja. Izjave su mjerene na 7-stupnjevanoj Likertovoj ljestvici gdje niže ocjene označavaju nisko zadovoljstvo, a visoke visoku razinu zadovoljstva.

Elementi destinacije	K	N	J	Uzorak
Ljepota prirode i krajolika	5,86	5,80	5,90	5,86
Ljepota mjesta	5,59	5,66	5,70	5,63
Uređenost mjesta	4,88	4,66	4,36	4,69
Atmosfera, ugođaj	5,19	5,01	4,88	5,07
Ekološka očuvanost prostora	4,62	4,56	3,80	4,36
Atraktivnost očuvane prirode	5,61	5,28	5,78	5,61
Osobna sigurnost	5,85	5,68	5,53	5,73
Prometna dostupnost destinacije	4,92	4,46	4,45	4,70
Prilagođenost destinacije djeci	4,45	4,31	4,06	4,33
Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji	4,91	4,41	4,51	4,72
Prilagođenost destinacije osobama s invaliditetom	3,59	3,08	2,92	3,31
Lokalni javni prijevoz	3,54	3,01	2,93	3,29
Promet u mjestu (protočnost prometa, parkirališta)	3,85	3,38	2,47	3,34
Gostoljubivost lokalnog stanovništva	5,40	5,16	5,16	5,29
Smještajni objekt	5,62			5,62
Čistoća plaža	5,47	4,97	4,96	5,27
Opterećenost plaža	4,97	4,31	4,50	4,75
Opremljenost/uređenost plaža	4,74	4,20	4,30	4,55
Biciklističke rute i staze	4,46	3,76	4,69	4,36
Pješačke staze	4,84	4,10	4,99	4,71
Označavanje znamenitosti	5,14	4,84	5,11	5,08
Informacije u destinaciji	5,33	5,10	5,52	5,36
Informacije/edukacija u zaštićenim prirodnim područjima	5,05	4,70	5,18	5,04
Kultura i umjetnost	5,05	4,58	5,19	5,02
Događanja i manifestacije	4,90	4,41	5,18	4,85
Zabava/noćni život	4,67	3,56	4,55	4,39
Gastronomska ponuda u mjestu	4,86	4,38	3,90	4,50
Eno ponude mjesta	4,56	3,99	3,87	4,24
Sportski sadržaji	4,36	3,81	4,46	4,28
Ponuda organiziranih izleta u okolicu	5,05	4,60	5,04	4,97
Mogućnost za kupnju	4,34	3,98	3,39	3,99
Besplatni internet u destinaciji	4,08	3,27	3,21	3,70
Dostupnost lokalnih proizvoda i suvenira	4,66	4,20	3,86	4,34

Motiviranost turističkih djelatnika za rad u turizmu	4,82	4,31	3,86	4,49
Očuvanost prirode u destinaciji (čistoća, zelenilo, prirodna atraktivnost)	4,90	4,84	4,60	4,81
Visoka izgrađenost prostora s namjenom za turizam	3,94	3,51	2,88	3,58

K – Turisti u komercijalnom smještaju, N – Turisti u nekomercijalnom smještaju, J – Jednodnevni posjetitelji

Analiza zadovoljstva pokazuje da su svi segmenti posjetitelja, turisti u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju te jednodnevni posjetitelji, općenito vrlo zadovoljni prirodnim i ambijentalnim vrijednostima destinacije. Najviše ocjene odnose se na ljepotu prirode i krajolika te osobnu sigurnost posjetitelja, što potvrđuje da destinacija ima snažan imidž sigurnog i ugodnog prostora za boravak. S druge strane, niže ocjene bilježe se kod infrastrukturnih i prometnih elemenata, posebice prilagođenosti osobama s invaliditetom, lokalnog javnog prijevoza i protočnosti prometa, što ukazuje na područja s izraženim razvojnim potrebama. Ovi elementi izravno utječu na doživljaj dostupnosti i komfora, osobito među jednodnevnim posjetiteljima, koji su u pravilu kritičniji u ocjenama.

Ekološka očuvanost i uređenost mjesta ocijenjene su umjereno, s vidljivim padom zadovoljstva među jednodnevnim posjetiteljima, što može upućivati na potrebu za jačom komunikacijom o održivom upravljanju prostorom i vizualnim identitetom destinacije.

U pogledu kulturne i zabavne ponude, ocjene su prosječne do blago iznadprosječne, s većim zadovoljstvom jednodnevnih posjetitelja kada je riječ o kulturnim sadržajima i događanjima. To sugerira da kratkotrajni posjeti često uključuju upravo takve aktivnosti. Ipak, gastronomska i eno ponuda nisu prepoznate kao snažna prednost destinacije te bi upravo taj segment mogao biti prostor za nadogradnju iskustvene ponude. Informacijski i interpretativni elementi, poput označavanja znamenitosti, dostupnosti informacija i edukativnih sadržaja u zaštićenim područjima, ocijenjeni su pozitivno.

ZAKLJUČAK

Istraživanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja u Zadarskoj županiji provedeno je u skladu *sa Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva cjelokupnim boravkom u destinaciji* (MINTS, 2025), s ciljem procjene razine zadovoljstva, lojalnosti i percepcije kvalitete boravka u destinaciji. Dobiveni rezultati pružaju vrijedan uvid u ključne odrednice turističkog doživljaja i identificiraju područja s najvećim potencijalom za unapređenje.

Analiza indeksa zadovoljstva i mjera zadovoljstva potvrđuje da destinacija u cjelini pruža pozitivno iskustvo turistima, osobito u urbanim i obalnim područjima. Unutrašnje zone (Ravni kotari i lički prostor) u svim segmentima ostvaruju niže vrijednosti pokazatelja, što upućuje na prostornu neujednačenost kvalitete doživljaja. Ipak rezultate treba uzeti s oprezom budući da je veličina uzorka za navedene zone niska. Takvi rezultati ukazuju na potrebu snažnije diversifikacije turističke ponude u zaleđu, razvoja posebnih oblika turizma (ruralni, eno-gastro, aktivni) te bolje povezanosti s glavnim obalnim područjima. Pozitivna je činjenica da jednodnevni posjetitelji iskazuju gotovo jednaku razinu zadovoljstva kao i turisti koji borave dulje, što potvrđuje privlačnost destinacije i kvalitetu sadržaja dostupnih i u kraćem vremenskom okviru. Indeksi zadovoljstva iznad 70% u većini zona potvrđuju stabilnu percepciju kvalitete i konkurentnosti destinacije, dok su daljnji razvojni prioriteti usmjereni na smanjenje prostornih razlika u iskustvu turista i jačanje identitetskih elemenata ponude u manje razvijenim dijelovima županije.

Ukupni rezultati pokazuju da je Zadarska županija visoko ocijenjena po prirodnim obilježjima, ljepoti krajolika i atmosferi mjesta, uz izražen osjećaj sigurnosti i gostoljubivosti stanovništva. To potvrđuje da destinacija zadržava snažan doživljajni i emocionalni identitet koji potiče zadovoljstvo i preporuke posjetitelja. Međutim, infrastrukturni aspekti, poput prometne protočnosti, parkirališne dostupnosti i javnog prijevoza, ocijenjeni su niže te predstavljaju izazov za održivo upravljanje rastućim brojem posjetitelja, osobito tijekom glavne sezone.

Zadovoljstvo omjerom cijene i kvalitete smještaja najviše je u hotelskom segmentu i u gradu Zadru, dok su niže vrijednosti zabilježene u privatnom i kamping smještaju te u perifernim zonama. Cjenovna percepcija u ugostiteljstvu i trgovinama općenito je niža, što upućuje na potrebu jačanja vrijednosti za novac i komunikacije kvalitete usluge.

Percepcija buke i gužve potvrđuje sezonsku koncentraciju turista i naglašava potrebu za prostornim rasterećenjem te razvojem sadržaja u manje opterećenim područjima županije. Informiranje o destinaciji u najvećoj se mjeri oslanja na osobna iskustva i preporuke, dok digitalni kanali, osobito internetske stranice i društvene mreže, bilježe rastuću važnost, što zahtijeva daljnje ulaganje u digitalnu vidljivost i autentičan sadržaj.

Zaključno, Zadarska županija ima čvrstu poziciju atraktivne i prepoznatljive destinacije s izraženim prirodnim, kulturnim i doživljajnim potencijalom. U idućem razdoblju prioritet razvoja treba biti usmjeren na uravnoteženje turističkog prometa, podizanje kvalitete smještaja izvan gradskih središta, unaprjeđenje prometne pristupačnosti i jačanje održivih oblika turizma koji ravnomjerno uključuju cijelo područje županije.

PRILOG – UPITNIK

Istraživanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom u destinacijama Zadarske županije

Istraživanje zadovoljstva turista (Zadarska županija)

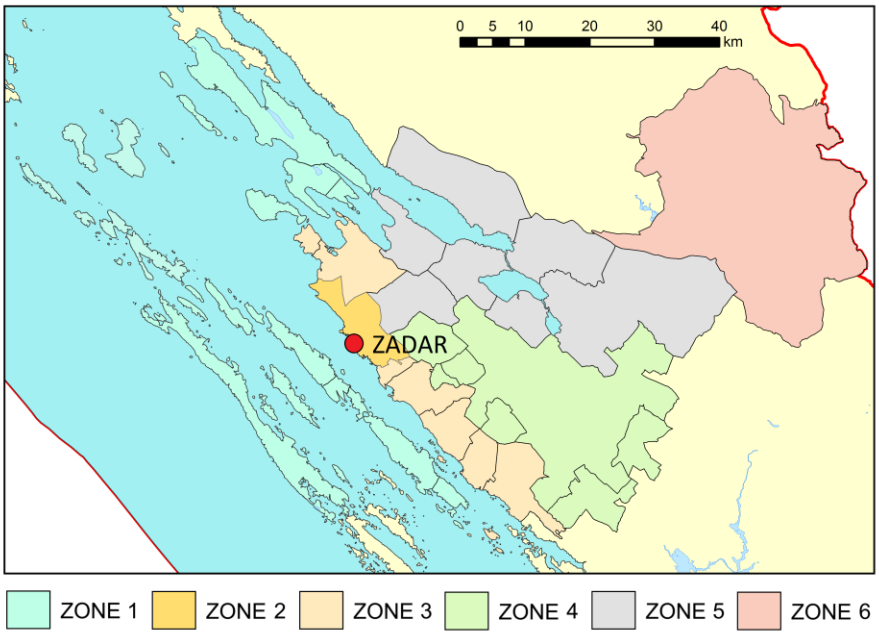
Dragi goste,
u tijeku je nacionalno prikupljanje podataka o zadovoljstvu turista boravkom u Zadarskoj županiji. Vaše mišljenje nam je iznimno važno – rezultati će biti dio nacionalnog istraživanja i pomoći će u izradi Plana upravljanja našom destinacijom koji se dostavlja Ministarstvu turizma i sporta. Za ispunjavanje upitnika bit će potrebno otprilike 6 minuta. Vaši su odgovori u potpunosti anonimni, te će se koristiti isključivo u svrhu ovog istraživanja.
Zahvaljujemo Vam na sudjelovanju i želimo Vam ugodan boravak!
Srdačan pozdrav,
Turistička zajednica Zadarske županije

Page exit logic: Skip / Disqualify LogicIF: #3 Question "Vi ste:
odaberite što Vas najbolje opisuje*" is one of the following answers ("na privremenom radu u ovom gradu/mjestu") THEN: Jump to page 15 - Hvala Vam!*

Page exit logic: Skip / Disqualify LogicIF: #3 Question "Vi ste:
odaberite što Vas najbolje opisuje*" is one of the following answers ("stalni stanovnik ovog grada/mjesta") THEN: Jump to page 15 - Hvala Vam!*

1) Razlog dolaska:
( ) privatno
( ) poslovno
( ) oboje

2) U kojoj zoni destinacije boravite:



( ) Zona 1 - Otoci zadarskog arhipelaga: Vir, Pag, Ugljan, Pašman, Dugi Otok, Iž, Ist, Molat, Silba, Olib, Premuda
( ) Zona 2 - grad Zadar (samo kopneni dio)
( ) Zona 3 - Nin, Privlaka, Vrsi, Bibinje, Sukošan, Biograd, Sv. Filip i Jakov, Pakoštane (Obalni dio)
( ) Zona 4 - Zamunik Donji, Benkovac, Lišane Ostr., Škabrnja, Polača, Stankovci, Galovac (Ravni Kotari)
( ) Zona 5 - Starigrad, Obrovac, Posedarje, Novigrad, Poličnik, Ražanac (Podvelebitski dio)
( ) Zona 6 - Gračac (Lički dio)

Logic: Show/hide trigger exists.
3) Vi ste: *odaberite što Vas najbolje opisuje**
( ) gost koji u ovom mjestu noći u komercijalnom (plaćenom) smještaju (hotel, hostel, kamp, iznajmljena soba, apartman ili kuća i sl.)
( ) gost koji u ovom mjestu noći u vlastitoj kući ili stanu za odmor ili kod rodbine ili prijatelja (ne plaća smještaj)
( ) jednodnevni posjetitelj ovog mjesta (ne ostvarujete noćenje u ovom mjestu), uključujući i posjetitelje s brodskih kružnih putovanja
( ) stalni stanovnik ovog grada/mjesta
( ) na privremenom radu u ovom gradu/mjestu

Logic: Show/hide trigger exists.
4) Vaša zemlja stalnog boravka je:
( ) Hrvatska
( ) neka druga zemlja

Logic: Hidden unless: #4 Question "Vaša zemlja stalnog boravka je: " is one of the following answers ("Hrvatska")

5) Upišite županiju stalnog boravka:
_____

Logic: Hidden unless: #4 Question "Vaša zemlja stalnog boravka je: " is one of the following answers ("neka druga zemlja")
6) Upišite zemlju: *
_____

*Logic: Hidden unless: #3 Question "**Vi ste:** odaberite što Vas najbolje opisuje" is one of the following answers ("gost koji u ovom mjestu noći u komercijalnom (plaćenom) smještaju (hotel, hostel, kamp, iznajmljena soba, apartman ili kuća i sl.)")*
7) Vrsta smještajnoj objekta u kojem odsjedate u ovom mjestu:
( ) hotel
( ) hostel
( ) kamp
( ) turističko naselje
( ) obiteljski smještaj (soba, apartman, kuća za odmor i slično)
( ) nešto drugo, navedite:: _____

8) Spol:
( ) muškarac
( ) žena
( ) ne želim se izjasniti

Validation: Must be numeric
9) Godina rođenja: _____
10) Obrazovanje:
( ) srednja škola ili niže
( ) viša škola
( ) fakultet i viši stupnjevi
( ) bez odgovora/ne želim odgovoriti

11) Mjesečna primanja Vašeg kućanstva su:
( ) do 500 €
( ) 501 - 1.000 €
( ) 1.001 - 1.500 €
( ) 1.501 - 2.000 €
( ) 2.001 - 3.000 €
( ) 3.001 - 4.000 €
( ) 4.001 - 5.000 €
( ) 5.001 - 6.000 €
( ) 6.001 - 7.000 €
( ) 7.001 - 8.000 €
( ) 8.001 € i više
( ) ne znam/ne želim odgovoriti

Obilježja putovanja

Validation: Must be numeric

*Logic: Hidden unless: #3 Question "**Vi ste:** odaberite što Vas najbolje opisuje" is one of the following answers ("gost koji u ovom mjestu noći u komercijalnom (plaćenom) smještaju (hotel, hostel, kamp, iznajmljena soba, apartman ili kuća i sl.)","gost koji u ovom mjestu noći u vlastitoj kući ili stanu za odmor ili kod rodbine ili prijatelja (ne plaća smještaj)")*

12) Ukupan planirani broj noćenja u ovom mjestu tijekom ovog putovanja:

_____

13) Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 7:*

	1 daleko ispod očekivanja	2	3	4	5	6	7 daleko iznad očekivanja
U kojoj mjeri je boravak u ovoj destinaciji ispunio Vaša očekivanja?							

14) *Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 7*

Koliko ste zadovoljni:*	1 u potpunosti nezadovoljan/na	2	3	4	5	6	7 u potpunosti zadovoljan/na
svojim cjelokupnim boravkom u destinaciji							
ljepotom mjesta							
uređenošću mjesta							
uređenošću glavnih atrakcija u destinaciji							
prometom u mjestu							
pruženom vrijednosti za novac							
cijenama u trgovinama							
cijenama u ugostiteljstvu							
omjerom cijene i kvalitete smještaja							
turističkom ponudom u mjestu (kultura, gastronomija, aktivnosti itd.)							

15) Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 7:*

	1 najgori mogući boravak kojega možete zamisliti	2	3	4	5	6	7 najbolji mogući boravak kojega možete zamisliti
Kako biste ocijenili svoj boravak u ovoj destinaciji?							

16) Koliko je vjerojatno da ćete ovu destinaciju preporučiti prijateljima, rodbini i/ili kolegama?

Označite na ljestvici od 0 = 'Nije vjerojatno da ću preporučiti' do 10 = 'Jako je vjerojatno da ću preporučiti'. *0 _____[__]_____ 10

17) U kojoj mjeri navedeno predstavlja problem tijekom Vašeg boravka u destinaciji:
Izjave ocijenite od 1 (uopće nije problem) do 7 (jako ozbiljan problem).

	1 - uopće nije problem	2	3	4	5	6	7 - jako ozbiljan problem
gužva na ulicama/trgovima/atrakcijama							
buka na javnim prostorima							

*Logic: Show/hide trigger exists. Hidden unless: #3 Question "**Vi ste:** odaberite što Vas najbolje opisuje" is one of the following answers ("gost koji u ovom mjestu noći u komercijalnom (plaćenom) smještaju (hotel, hostel, kamp, iznajmljena soba, apartman ili kuća i sl.)")*
18) Je li ovo Vaš prvi posjet ovom mjestu? *
( ) Da
( ) Ne

Validation: Must be numeric Logic: Hidden unless: #18 Question "Je li ovo Vaš prvi posjet ovom mjestu? " is one of the following answers ("Ne")
19) Koliko ste puta posjetili ovo mjesto tijekom posljednjih pet godina (ne računajući ovaj posjet)?
_____

20) Kojim ste prijevoznim sredstvom doputovali u ovu destinaciju (ako ste koristili više vrsta prijevoznih sredstava, *označite ono kojim ste prevalili najveći dio puta*)? *
( ) Automobilom, uključujući automobilom s kamp-kućicom i kamper
( ) Motociklom
( ) Biciklom
( ) Jahtom/jedrilicom
( ) Autobusom
( ) Vlakom
( ) Zrakoplovom
( ) Brodom/trajektom
( ) Drugim prijevoznim sredstvom, navedite: _____

Prosječna potrošnja

21) Procijenite troškove koje ste imali i koje planirate imati do kraja ovog boravka u ovome mjestu. Pri tome uključite izdatke za ugostiteljske usluge, kupnju, kulturu i zabavu, sport, lokalni prijevoz, organizirane izlete i slično, ali isključite izdatke za smještaj i prijevoz do destinacije!
Ukupni trošak u eurima (bez izdataka za smještaj i prijevoza do destinacije):_____€ *

Logic: Show/hide trigger exists.
22) Za koliko ste osoba iskazali troškove? *
( ) samo za sebe (1 osoba)
( ) za sebe i svoju pratnju
Logic: Hidden unless: #22 Question "Za koliko ste osoba iskazali troškove?" is one of the following answers ("za sebe i svoju pratnju")
23) Ako ste iskazali troškove za sebe i svoju pratnju/e:*
Ukupno osoba: _____

Od toga djece mlađe od 15 godina: _____

25) Koji izvori informacija su vam bili važni pri odluci dolaska u destinaciju: *moguće odabrati više odgovora*
Osobno iskustvo
Preporuke prijatelja, kolega ili rodbine
Mediji (radio, televizija, tiskani i online mediji)
Influenceri/Blogeri
Google, Trip Advisor, i sl.
Društvene mreže Facebook (FB), Instagram (IG), YouTube (YT) i sl.
Internetske stranice destinacije
Promotivni tiskani materijali
Putničke agencije i turistički uredi
Drugo, navedite: _____

26) Pred Vama je zadnji set pitanja. Pitanja se odnose na elemente turističke ponude mjesta u kojemu sada boravite! Molimo Vas još minutu Vašeg vremena jer nam je Vaše mišljenje važno.
Koristite ocjene na ljestvici od 1 - jako loše do 7 - izvrsno za ocjenu destinacije u kojoj boravite
Napomena: odaberite 99 ako ocjena elementa nije primjenjiva
Ocijenite element destinacije:

	1	2	3	4	5	6	7	99 nije primjenjivo
Ljepota prirode i krajolika								
Ljepota mjesta								
Uređenost mjesta								
Atmosfera, ugođaj								
Ekološka očuvanost prostora								
Atraktivnost očuvane prirode								
Osobna sigurnost								
Prometna dostupnost destinacije								
Prilagođenost destinacije djeci								
Mogućnosti kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji								
Prilagođenost destinacije osobama s invaliditetom								
Lokalni javni prijevoz								
Promet u mjestu (protočnost prometa, parkirališta)								
Gostoljubivost lokalnog stanovništva								
Smještajni objekt								
Čistoća plaža								
Opterećenost plaža								
Opremljenost/uređenost plaža								
Biciklističke rute i staze								
Pješačke staze								
Označavanje znamenitosti								
Informacije u destinaciji								

Informacije/edukacija u zaštićenim prirodnim područjima (posjetiteljski centri, poučne staze, programi)								

28) Pred Vama je zadnji set pitanja. Pitanja se odnose na elemente turističke ponude mjesta u kojemu sada boravite! Molimo Vas još minutu Vašeg vremena jer nam je Vaše mišljenje važno.
Koristite ocjene na ljestvici od 1 - jako loše do 7 - izvrsno za ocjenu destinacije u kojoj boravite
Napomena: odaberite 99 ako ocjena elementa nije primjenjiva
Ocijenite element destinacije:

	1 jako loše	2	3	4	5	6	7 izvrsno	99 nije primjenjivo
Kultura i umjetnost								
Događanja i manifestacije								
Zabava/noćni život								
Gastronomska ponuda u mjestu								
Eno ponude mjesta								
Sportski sadržaji								
Ponuda organiziranih izleta u okolicu								
Mogućnost za kupnju								
Besplatni internet u destinaciji								

29) Pred Vama je zadnji set pitanja. Pitanja se odnose na elemente turističke ponude mjesta u kojemu sada boravite! Molimo Vas još minutu Vašeg vremena jer nam je Vaše mišljenje važno.
Koristite ocjene na ljestvici od 1 - jako loše do 7 - izvrsno za ocjenu destinacije u kojoj boravite
Napomena: odaberite 99 ako ocjena elementa nije primjenjiva
Ocijenite element destinacije:

	1 jako loše	2	3	4	5	6	7 izvrsno	99 nije primjenjivo
Dostupnost lokalnih proizvoda i suvenira								
Motiviranost turističkih djelatnika za rad u turizmu								
Očuvanost prirode u destinaciji (čistoća, zelenilo, prirodna atraktivnost)								
Visoka izgrađenost prostora s namjenom za turizam								

Hvala Vam!

Zahvaljujemo na sudjelovanju i Vašim iskrenim odgovorima.

Prilog 2. Izvještaj - Zadovoljstvo lokalnog stanovništva u Zadarskoj županiji i Upitnik za istraživanje zadovoljstva stanovnika

ZADOVOLJSTVO TURIZMOM LOKALNOG STANOVNIŠTVA ZADARSKE ŽUPANIJE

Istraživanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu i njegovom utjecaju na kvalitetu života u destinacijama Zadarske županije provodi se u skladu sa *Smjernicama za provođenje istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života* (Ministarstvo turizma i sporta RH, verzija V_1.2, lipanj 2025.), Zakonom o turizmu te *Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma* (NN 112/2024).

Svrha ovog istraživanja jest sustavno praćenje društvenih učinaka turizma, s posebnim naglaskom na percepciju i zadovoljstvo lokalne zajednice razvojem turizma. Podatci prikupljeni istraživanjem koriste se za izračun obveznih i specifičnih pokazatelja održivosti, kao i pokazatelja prihvatnog kapaciteta, čime se osigurava usklađenost turističkog razvoja s potrebama i očekivanjima stanovnika.

Ciljevi istraživanja obuhvaćaju:

- utvrđivanje razine zadovoljstva lokalnog stanovništva turizmom,
- identifikaciju pozitivnih i negativnih učinaka turizma na kvalitetu života,
- procjenu percepcije turizma u odnosu na identitet i autentičnost mjesta,
- vrednovanje stavova o prostornim, ekološkim i društvenim učincima turističkog i ekonomskog razvoja,
- uključivanje perspektive stanovnika u planiranje održivog upravljanja destinacijom.

Analiza rezultata pridonosi transparentnosti i participativnom upravljanju te omogućava usmjeravanje razvoja turizma u Zadarskoj županiji prema modelu koji podjednako uvažava potrebe stanovnika i očekivanja posjetitelja. Rezultati omogućuju donositeljima odluka kreiranje strategija koje doprinose razvoju turizma na način koji uvažava interese lokalne zajednice te pridonosi održivom i odgovornom upravljanju destinacijama.

Izvještaj je strukturiran u četiri poglavlja. Nakon uvodnog dijela, u drugom poglavlju prikazuje se metodologija istraživanja s opisom uzorka i korištenog upitnika, dok treće poglavlje donosi rezultate analizirane kroz obvezne pokazatelje održivosti, specifične pokazatelje te dodatne pokazatelje. Četvrtim poglavljem iznesena su zaključna promišljanja o provedenom istraživanju i dobivenim rezultatima te njihovim implikacijama.

METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Metodološki okvir istraživanja temelji se na *Smjernicama za provođenje istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života* (MINTS, 2025) te osigurava usklađenost postupaka s nacionalno propisanom metodologijom praćenja pokazatelja održivosti i prihvatnog kapaciteta. Istraživanje je koncipirano tako da se omogući reprezentativno prikupljanje podataka od lokalnog stanovništva, uz jasno definirane instrumente i postupke obrade, a s ciljem dobivanja uvida u percepciju turizma i njegovih učinaka na svakodnevni život.

Okvir uzorka

Okvir uzorka obuhvaćao je stalne stanovnike Zadarske županije u dobi od 18 do 75 godina. Podatci o broju stanovnika prema spolu preuzeti su iz Popisa stanovništva 2021. godine i prikazani su u Tablici 1.

Tablica 1. Broj stanovnika Zadarske županije prema Popisu 2021.

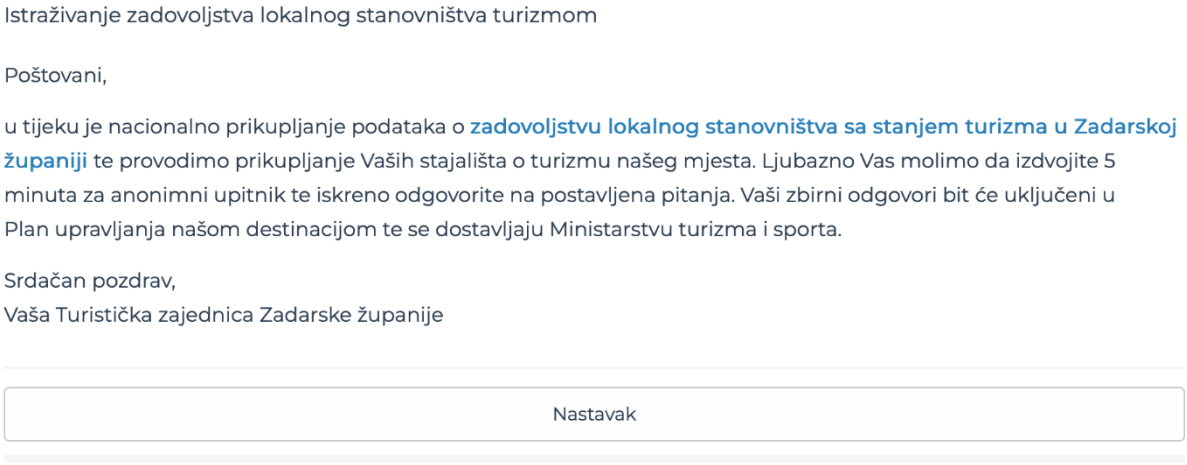
Spol	Broj stanovnika	%
Muškarci	78 193	48,94
Žene	81 573	51,06
Ukupno	159 766	100,00

Prema uobičajenim statističkim pravilima, za populaciju veličine približno 160 000 stanovnika reprezentativan uzorak trebao bi obuhvatiti najmanje 400 ispitanika. Prema online kalkulatoru za određivanje veličine uzorka (Raosoft.com), za razinu pouzdanosti od 95% i standardnu pogrešku od 5%, preporučena veličina uzorka iznosi 384 ispitanika.

Postupak prikupljanja podataka

Za prikupljanje podataka korištena je online metoda putem platforme Alchemer. Upitnik je bio dostupan u razdoblju od 1. do 23. rujna 2025. godine.

Slika 1. Početni zaslon istraživanja



Istraživanje je provedeno u razdoblju posezone, a distribucija anketne poveznice organizirana je putem društvenih mreža te javnim pozivom u medijima.

Tablica 2. Učinak poziva na istraživanje putem medija

Medij	n	%
m.facebook.com	3	0,43%
bnm-portal.com	1	0,14%
https://mega-media.hr/	1	0,14%
Izravna Alchemer poveznica	23	3,32%
https://www.057info.hr/	378	54,55%
https://www.antenazadar.hr/	10	1,44%
https://www.noviradio.hr/	3	0,43%
https://www.znet.hr/	4	0,58%
https://zadarski.slobodnadalmacija.hr/	270	38,96%
Ukupno	693	100,00%

Prikupljanje podataka trajalo je tri tjedna uz kontinuirano praćenje strukture ispitanika prema spolu, u skladu s popisnim podatcima za Zadarsku županiju.

Slika 2. Primjer izgleda poziva putem medija



Istraživački instrument

Upitnik je sadržavao obvezne varijable definirane Smjernicama Ministarstva, uz dodatna pitanja prilagođena specifičnim potrebama Plana upravljanja turizmom Zadarske županije.

Opis uzorka

U istraživanju zadovoljstva lokalnih stanovnika turizmom u Zadarskoj županiji sudjelovalo je 692 ispitanika. Struktura uzorka oblikovana je tako da što bolje odražava socio-demografski profil stvarne populacije prema spolu. U Tablici 3 prikazana je usporedba udjela stanovnika u uzorku i populaciji, čime se osigurava procjena reprezentativnosti prikupljenih podataka.

Tablica 3. Usporedba populacije i uzorka prema spolu

Spol	Uzorak		Populacija		Odstupanja
	Broj stanovnika	%	Broj stanovnika	%	
Muškarac	315	47,1	78 193	48,94	-1,84
Žena	354	52,9	81 573	51,06	1,84
Ukupno	669	100,0	159 766	100,00	
Ne želim se izjasniti	20				
Bez odgovora	3				
Ukupno	692				

Rezultati pokazuju da se udjeli ispitanika prema spolu u uzorku razlikuju od strukture stvarne populacije za najviše ±1,84 postotna boda, što je unutar granica prihvatljivog odstupanja. Takva raspodjela ukazuje na uravnoteženost uzorka u odnosu na ključne demografske varijable i omogućuje daljnju analizu stavova stanovnika s dovoljno visokim stupnjem pouzdanosti. Veličina uzorka (n = 692) omogućuje procjenu stavova lokalnog stanovništva s intervalom pogreške od približno ±3,71% na razini pouzdanosti od 95%, što je dostatno za generaliziranje zaključaka na razinu populacije Zadarske županije.

Iako se u Smjernicama preporučuje mogućnost ponderiranja rezultata prema spolu i dobi u slučaju većih odstupanja između uzorka i populacije, u ovom istraživanju takva potreba nije postojala. Struktura uzorka bila je dovoljno usklađena s populacijom prema spolu, a odstupanja su se kretala unutar granica prihvatljivosti za online istraživanja. Stoga se rezultati prikazuju bez dodatnog utežavanja.

Većina ispitanika (96,3%) ima stalno prebivalište u Zadarskoj županiji. U nastavku se prikazuju socio-demografske karakteristike uzorka koje pružaju detaljniji uvid u strukturu sudionika istraživanja (Tablica 4).

Tablica 4. Socio-demografske karakteristike

Dob	n	%
18 do 25	25	3,6
26 do 35	95	13,7
36 do 45	179	25,9
46 do 55	185	26,7
56 do 65	141	20,4
66 do 75	61	8,8
76 i više	6	,9
Ukupno	692	100,0
Obrazovanje	n	%
Srednja škola ili niže	182	26,3
Viša škola	117	16,9
Fakultet i viši stupnjevi	366	52,9
Bez odgovora/ne želim odgovoriti	27	3,9
Ukupno	692	100,0

Mjesečna primanja kućanstva	n	%
Do 500 €	9	1,3
501 – 1 000 €	47	6,8
1 001 – 1 500 €	88	12,7
1 501 – 2 000 €	136	19,7
2 001 – 3 000 €	149	21,6
3 001 – 4 000 €	100	14,5
4 001 – 5 000 €	42	6,1
5 001 € i više	44	6,4
Ne znam/ne želim odgovoriti	76	11,0
Ukupno	691	100,0
Vama i/ili članovima Vaše uže obitelji turizam je	n	%
Glavni izvor prihoda	63	9,1
Dodatni izvor prihoda	237	34,2
Nemate nikakav prihod od turizma	392	56,6
Ukupno	692	100,0

Socio-demografske karakteristike ispitanika pokazuju da je uzorak najviše zastupljen stanovnicima u dobi između 36 i 55 godina (52,6%), dok mlađe skupine (18–25 i 26–35 godina) čine 17,3% uzorka. Najmanje je sudionika starije životne dobi (76 i više godina), što je očekivano s obzirom na korištenu online metodu prikupljanja podataka.

Prema obrazovanju, najveći udio čine ispitanici sa završenim fakultetom ili višim stupnjem obrazovanja (52,9%), dok srednjoškolsko i niže obrazovanje ima 26,3% ispitanika. Višu školu završilo je 16,9% sudionika. Ovakva raspodjela obrazovne strukture ukazuje na relativno visok udio visokoobrazovanih u odnosu na prosjek populacije, što je česta karakteristika online istraživanja.

Mjesečna primanja kućanstava ispitanika najčešće se kreću u rasponu od 1.501 do 3.000 eura (41,3%). Primanja do 1.000 eura prijavljuje 8,1% kućanstava, dok više od 4.000 eura ostvaruje 12,5%. Oko 11% ispitanika nije željelo ili nije moglo odgovoriti na ovo pitanje.

Konačno, kada je riječ o povezanosti kućanstava s turizmom, 34,2% ispitanika navelo je da turizam predstavlja dodatni izvor prihoda, dok je za 9,1% on glavni izvor prihoda. Više od polovice ispitanika (56,6%) ne ostvaruje nikakve prihode od turizma. Ovakva struktura upućuje na to da, iako turizam predstavlja važnu gospodarsku djelatnost u Zadarskoj županiji, značajan udio stanovništva ostaje izravno nepovezan s turističkim prihodima.

Kako bi se procijenio utjecaj gospodarske povezanosti s turizmom na stavove lokalnog stanovništva, ispitanici su razvrstani u dvije skupine: one koji ostvaruju prihode od turizma (glavni ili dodatni izvor prihoda) i one koji ne ostvaruju nikakve prihode od turizma. Tablica 5 prikazuje raspodjelu ispitanika prema tom kriteriju.

Tablica 5. Ispitanici prema prihodu od turizma

Osobni (ili članova kućanstva) prihod od turizma	n	%
Ostvaruju prihod od turizma	300	43,4
Bez prihoda od turizma	392	56,6
Ukupno	692	100,0

Rezultati pokazuju da manji dio ispitanika (43,4%) ostvaruje određene prihode od turizma, dok većina (56,6%) nema gospodarsku povezanost s turističkim aktivnostima. Ovakva struktura ukazuje na to da, unatoč važnosti turizma za gospodarstvo Zadarske županije, značajan udio stanovništva ne sudjeluje izravno u turističkim procesima te turizam za njih ne predstavlja osobni izvor prihoda.

Ukupno gledano, metodološki postupak osigurao je prikupljanje podataka na uzorku koji je u velikoj mjeri usklađen sa strukturom populacije Zadarske županije. Odabrana metoda prikupljanja, razdoblje provedbe istraživanja i kontrola reprezentativnosti doprinijeli su pouzdanosti rezultata te stvaraju čvrst temelj za analizu stavova lokalnog stanovništva o turizmu i njegovom utjecaju na kvalitetu života. Uzorak se pritom odlikuje visokom zastupljenošću radno aktivne populacije, izraženim udjelom visokoobrazovanih sudionika te činjenicom da turizam većini kućanstava ne predstavlja izravni izvor prihoda.

Za Zadarsku županiju prikazuju se i rezultati prikupljenih podataka prema zonama. Iako su zone bitnije za izračun granice prihvatnog kapaciteta što planovi upravljanja turizmom županija nisu u obvezi izraditi, rezultati po zonama će se koristiti za izradu pokazatelja održivosti i smjernica razvoja turizma.

Tablica 6. Ispitanici prema zonama

Zone	n	%
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga	42	6,2
Zona 2 grad Zadar	523	76,7
Zona 3 Obalni dio	73	10,7
Zona 4 Ravni kotari	12	1,8
Zona 5 Podvelebitski dio	30	4,4
Zona 6 Gračac (Lički dio)	2	0,3
Ukupno	682	100,0

U nastavku izvještaja prikazuju se rezultati istraživanja strukturirani prema obveznim i specifičnim pokazateljima. Posebno je važna usporedba stavova između stanovnika koji ostvaruju prihode od turizma i onih koji takve prihode nemaju, jer upravo taj kriterij najviše oblikuje percepciju učinaka turizma na svakodnevni život i kvalitetu života u zajednici.

REZULTATI

U ovom poglavlju prikazuju se rezultati istraživanja stavova lokalnog stanovništva Zadarske županije o turizmu i njegovom utjecaju na kvalitetu života. Rezultati su strukturirani u četiri skupine pokazatelja, u skladu sa Smjernicama Ministarstva turizma i sporta: obvezni pokazatelji održivosti, specifični pokazatelji održivosti, dodatni pokazatelji održivosti i razvoja destinacije te izračun pokazatelja po zonama.

Svaka skupina prikazana je najprije na ukupnom skupu ispitanika, a zatim i kroz usporedbu između stanovnika koji ostvaruju prihode od turizma i onih koji ne ostvaruju takve prihode. Na taj se način omogućuje uvid u razlike u percepcijama i stavovima među različitim društveno-ekonomskim skupinama unutar lokalne zajednice, što predstavlja važnu osnovu za daljnje planiranje i upravljanje razvojem turizma u destinaciji.

Napomena: Prije prikaza pojedinačnih pokazatelja važno je napomenuti da se ukupan broj ispitanika razlikuje od pitanja do pitanja. Naime, nisu svi ispitanici odgovorili na sva pitanja iz upitnika, pa se veličina uzorka (n) u analizama može mijenjati.

Obvezni pokazatelji održivosti Zadovoljstvo razvojem turizma lokalnog stanovništva

U ovom se dijelu prikazuju rezultati vezani uz obvezne pokazatelje održivosti, s naglaskom na zadovoljstvo lokalnog stanovništva razvojem turizma u destinaciji. Ovi pokazatelji omogućuju osnovnu procjenu percepcije turizma u zajednici i čine temelj za usporedbu među destinacijama na nacionalnoj razini. Rezultati su najprije prikazani za ukupan skup ispitanika, a zatim uspoređeni prema tome ostvaruju li kućanstva prihode od turizma ili ne.

U skladu sa Smjernicama Ministarstva turizma i sporta (2025), obvezni pokazatelji održivosti obuhvaćaju zadovoljstvo lokalnog stanovništva razvojem turizma u destinaciji.

Formula za izračun

$$\%\ \text{stanovnika zadovoljnih turizmom} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 4 ili 5 na pitanje A1}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje A1}} \times 100\%$$

Potrebna varijabla: A1. Zadovoljstvo razvojem turizma lokalnog stanovništva

Ukupan skup ispitanika

Podatci za izračun

Koliko ste sveukupno zadovoljni razvojem turizma u destinaciji	n	Valjani %	Kumulativni %
U potpunosti nezadovoljan/na	174	25,2	25,2
Nezadovoljan/na	290	42,0	67,1
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na	158	22,9	90,0
Zadovoljan/na	54	7,8	97,8
U potpunosti zadovoljan/na	15	2,2	100,0
Ukupno	691	100,0	

Pokazatelj održivosti

$$\%\ stanovnika\ zadovoljnih\ turizmom = \frac{54 + 15}{691} \times 100\% = 9{,}99\%$$

Ispitanici prema (ne)ostvarivanju prihoda od turizma

Podatci za izračun

Koliko ste sveukupno zadovoljni razvojem turizma u destinaciji	Skupina 1 (Ostvaruju prihod od turizma)		Skupina 2 (Bez prihoda od turizma)	
	n	%	n	%
U potpunosti nezadovoljan/na	53	17,7	121	30,9
Nezadovoljan/na	115	38,3	175	44,8
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na	82	27,3	76	19,4
Zadovoljan/na	40	13,3	14	3,6
U potpunosti zadovoljan/na	10	3,3	5	1,3
Ukupno	300	100,0	391	100,0

Skupina 1 (Ostvaruju prihod od turizma)

Pokazatelj održivosti

$$\%\ stanovnika\ zadovoljnih\ turizmom = \frac{40 + 10}{300} \times 100\% = 16{,}67\%$$

Skupina 2 (Bez prihoda od turizma)

Pokazatelj održivosti

$$\%\ stanovnika\ zadovoljnih\ turizmom = \frac{14 + 5}{391} \times 100\% = 4{,}86\%$$

Usporedba pokazatelja

Zadovoljstvo razvojem turizma	Ukupno	9,99%
	Prihod od turizma	16,67%
	Bez prihoda od turizma	4,86%

Pokazatelj zadovoljstva razvojem turizma lokalnog stanovništva Zadarske županije pokazuje da je relativno niski omjer i iznosi 9,99%. U skupini ispitanika koji ostvaruju prihode od turizma zadovoljstvo je osjetno veće (16,67%), dok među stanovnicima bez prihoda iznosi tek 4,86%. Ovi rezultati jasno ukazuju na to da ekonomska povezanost s turizmom značajno oblikuje percepciju njegovih učinaka, pri čemu su stavovi stanovnika bez prihoda izrazito kritičniji. Takva razlika potvrđuje važnost ravnomjernijeg uključivanja šire zajednice u koristi od turizma kako bi se povećala društvena prihvaćenost daljnjeg razvoja sektora.

Izračun po zonama – Ukupan skup ispitanika

Koliko ste sveukupno zadovoljni razvojem turizma u destinaciji	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4	Zona 5	Zona 6
U potpunosti nezadovoljan/na	8	140	18	0	1	1
Nezadovoljan/na	20	226	24	3	17	0
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na	10	111	19	7	7	1
Zadovoljan/na	3	35	9	1	5	0
U potpunosti zadovoljan/na	1	10	3	1	0	0
Ukupno	42	522	73	12	30	2
$\%\ stanovnika\ zadovoljnih\ turizmom$	9,52%	8,62%	16,44%	16,67%	16,67%	0,00%

Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga, Zona 2 Grad Zadar, Zona 3 Obalni dio, Zona 4 Ravni kotari, Zona 5 Podvelebitski dio, Zona 6 Gračac (Lički dio)

Specifični pokazatelji održivosti

Specifični pokazatelji održivosti odnose se na percepciju lokalnog stanovništva o utjecaju turizma na kvalitetu života, identitet mjesta i razinu stresa povezanog s turizmom. Oni omogućuju dublje razumijevanje načina na koji lokalna zajednica doživljava turistički razvoj i njegove društvene učinke.

Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva

Formula za izračun (B1)

$$\text{\% stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na kvalitetu života} = \frac{\text{broj ispitanika koji su odgovorili 2 ili 3 na pitanje B1}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje B1}} \times 100\%$$

Potrebna varijabla: B1. Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u Vašem mjestu.

Ukupan skup ispitanika (B1)

Podatci za izračun

Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u destinaciji (na lokalno gospodarstvo, okoliš, dostupnost javnih sadržaja, sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično)	n	%
Smanjuje kvalitetu života	397	57,9
Pomaže u održanju kvalitete života	189	27,6
Pomaže u unapređenju kvalitete života	77	11,2
Nema nikakav učinak	23	3,4
Ukupno	686	100,0

Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva

$$\%\ stanovnika\ s\ pozitivnom\ percepcijom\ utjecaja\ turizma\ na\ kvalitetu\ života = \frac{189 + 77}{686} \times 100\% = 38{,}78\%$$

Ispitanici prema (ne)ostvarivanju prihoda od turizma

Podatci za izračun

Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u destinaciji (na lokalno gospodarstvo, okoliš, dostupnost javnih sadržaja, sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično)	Skupina 1 (Ostvaruju prihod od turizma)		Skupina 2 (Bez prihoda od turizma)	
	n	%	n	%
Smanjuje kvalitetu života	118	39,6	279	71,9
Pomaže u održanju kvalitete života	114	38,3	75	19,3
Pomaže u unapređenju kvalitete života	59	19,8	18	4,6
Nema nikakav učinak	7	2,3	16	4,1
Ukupno	298	100,0	388	100,0

Skupina 1 (Ostvaruju prihod od turizma)

Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva

$$\%\ stanovnika\ s\ pozitivnom\ percepcijom\ utjecaja\ turizma\ na\ kvalitetu\ života = \frac{114 + 59}{298} \times 100\% = 58{,}05\%$$

Skupina 2 (Bez prihoda od turizma)

Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva

$$\%\ stanovnika\ s\ pozitivnom\ percepcijom\ utjecaja\ turizma\ na\ kvalitetu\ života = \frac{75 + 18}{388} \times 100\% = 23{,}97\%$$

Usporedba pokazatelja

Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva	Ukupno	38,78%
	Prihod od turizma	58,05%
	Bez prihoda od turizma	23,97%

Izračun po zonama – Ukupan skup ispitanika

Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u destinaciji (na lokalno gospodarstvo, okoliš, dostupnost javnih sadržaja, sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično)	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4	Zona 5	Zona 6
Smanjuje kvalitetu života	25	310	33	5	16	1
Pomaže u održanju kvalitete života	14	142	20	4	7	0
Pomaže u unapređenju kvalitete života	2	50	18	2	4	1
Nema nikakav učinak	1	18	2	1	1	0
Ukupno	42	520	73	12	28	2
$\%\ stanovnika\ s\ pozitivnom\ percepcijom\ utjecaja\ turizma\ na\ kvalitetu\ života$	38,10%	36,92%	52,05%	50,00%	39,29%	50,00%

Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga, Zona 2 grad Zadar, Zona 3 Obalni dio, Zona 4 Ravni kotari, Zona 5 Podvelebitski dio, Zona 6 Gračac (Lički dio)

Formula za izračun (B2)

$$\%\ \text{stanovnika zadovoljnih životom u destinaciji} = \frac{\text{broj ispitanika koji su odgovorili 4 ili 5 na pitanje B2}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje B2}} \times 100\%$$

Potrebna varijabla: B2. Općenito govoreći, koliko ste trenutno zadovoljni sa životom u mjestu.

Ukupan skup ispitanika (B2)

Podatci za izračun

Koliko ste sveukupno zadovoljni životom u mjestu	n	%	Kumulativni %
U potpunosti nezadovoljan/na	81	11,7	11,7
Nezadovoljan/na	190	27,5	39,2
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na	195	28,2	67,4
Zadovoljan/na	191	27,6	95,1
U potpunosti zadovoljan/na	34	4,9	100,0
Ukupno	691	100,0	

Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u mjestu

$$\%\ stanovnika\ zadovoljnih\ životom\ u\ destinaciji = \frac{191 + 34}{691} \times 100\% = 32{,}56\%$$

Ispitanici prema (ne)ostvarivanju prihoda od turizma

Podatci za izračun

Koliko ste sveukupno zadovoljni životom u mjestu	Skupina 1 (Ostvaruju prihod od turizma)		Skupina 2 (Bez prihoda od turizma)	
	n	%	n	%
U potpunosti nezadovoljan/na	19	6,4	62	15,8
Nezadovoljan/na	66	22,1	124	31,6
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na	84	28,1	111	28,3
Zadovoljan/na	103	34,4	88	22,4
U potpunosti zadovoljan/na	27	9,0	7	1,8
Ukupno	299	100,0	392	100,0

Skupina 1 (Ostvaruju prihod od turizma)

Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u mjestu

$$\%\ stanovnika\ zadovoljnih\ životom\ u\ destinaciji = \frac{103 + 27}{299} \times 100\% = 43{,}48\%$$

Skupina 2 (Bez prihoda od turizma)

Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u mjestu

$$\%\ stanovnika\ zadovoljnih\ životom\ u\ destinaciji = \frac{88 + 7}{392} \times 100\% = 24{,}23\%$$

Usporedba pokazatelja

Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u mjestu	Ukupno	32,56%
	Prihod od turizma	43,48%
	Bez prihoda od turizma	24,23%

Izračun po zonama – Ukupan skup ispitanika

Koliko ste sveukupno zadovoljni životom u mjestu	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4	Zona 5	Zona 6
U potpunosti nezadovoljan/na	1	67	7	0	1	0
Nezadovoljan/na	9	161	13	1	4	2
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na	14	142	23	3	11	0
Zadovoljan/na	17	126	25	7	13	0
U potpunosti zadovoljan/na	0	27	5	1	1	0
Ukupno	41	523	73	12	30	2
$\%\ stanovnika\ zadovoljnih\ životom\ u\ destinaciji$	41,46%	29,25%	41,10%	66,67%	46,67%	0,00%

Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga, Zona 2 Grad Zadar, Zona 3 Obalni dio, Zona 4 Ravni kotari, Zona 5 Podvelebitski dio, Zona 6 Gračac (Lički dio)

Udio stanovnika koji imaju pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta

Formula za izračun – pozitivan utjecaj

$$\%\ \text{stanovnika koji smatraju da turizam pozitivno utječe na identitet mjesta} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 4 ili 5 i na C1 i na C2}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanja C1 i C2}} \times 100\%$$

Formula za izračun – negativan utjecaj

$$\%\ \text{stanovnika koji smatraju da turizam negativno utječe na identitet mjesta} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 1 ili 2 na C1 ili na C2}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanja C1 i C2}} \times 100\%$$

Potrebne varijable: C1. Prema Vašem mišljenju, kako turistički razvoj utječe na duh Vašeg mjesta, na njegovu autentičnost? C2. Prema Vašem mišljenju, kako turistički razvoj utječe na očuvanje tradicije, običaja i kulture Vašeg mjesta?

Ukupan skup ispitanika

Podatci za izračun

Utjecaj turizma na identitet mjesta	Autentičnost		Očuvanje tradicije, običaja i kulture	
	C1		C2	
Turizam ima…	n	%	n	%
izrazito negativan utjecaj	176	25,6	150	21,9
negativan utjecaj	225	32,7	198	28,9
niti negativan, niti pozitivan utjecaj	142	20,6	178	26,0
pozitivan utjecaj	124	18,0	135	19,7
izrazito pozitivan utjecaj	21	3,1	23	3,4
Ukupno	688	100,0	684	100,0

Pozitivan utjecaj

Utjecaj turizma na identitet mjesta – autentičnost (C1)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ pozitivno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{124 + 21}{688} \times 100\% = 21{,}08\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta – očuvanje tradicije, običaja i kulture (C2)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ pozitivno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{135 + 23}{684} \times 100\% = 23{,}10\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ pozitivno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{21{,}08\% + 23{,}10\%}{2} = 22{,}09\%$$

Negativan utjecaj

Utjecaj turizma na identitet mjesta – autentičnost (C1)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ negativno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{176 + 225}{688} \times 100\% = 58{,}28\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta – očuvanje tradicije, običaja i kulture (C2)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ negativno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{150 + 198}{684} \times 100\% = 50{,}88\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ negativno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{58{,}28\% + 50{,}88\%}{2} = 54{,}58\%$$

Ispitanici koji ostvarivanju prihoda od turizma

Podatci za izračun

Utjecaj turizma na identitet mjesta	Autentičnost		Očuvanje tradicije, običaja i kulture	
	C1		C2	
Turizam ima…	n	%	n	%
izrazito negativan utjecaj	60	20,0	44	14,8
negativan utjecaj	65	21,7	71	23,8
niti negativan, niti pozitivan utjecaj	68	22,7	76	25,5
pozitivan utjecaj	88	29,3	86	28,9
izrazito pozitivan utjecaj	19	6,3	21	7,0
Ukupno	300	100,0	298	100,0

Pozitivan utjecaj

Utjecaj turizma na identitet mjesta – autentičnost (C1)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ pozitivno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{88+19}{300} \times 100\% = 35{,}67\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta – očuvanje tradicije, običaja i kulture (C2)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ pozitivno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{86+21}{298} \times 100\% = 35{,}91\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ pozitivno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{35{,}67\% + 35{,}91\%}{2} = 35{,}79\%$$

Negativan utjecaj

Utjecaj turizma na identitet mjesta – autentičnost (C1)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ negativno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{60+65}{300} \times 100\% = 41{,}67\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta – očuvanje tradicije, običaja i kulture (C2)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ negativno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{44+71}{298} \times 100\% = 38{,}59\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ negativno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{41{,}67\% + 38{,}59\%}{2} = 40{,}13\%$$

Ispitanici bez prihoda od turizma

Podatci za izračun

Utjecaj turizma na identitet mjesta	Autentičnost		Očuvanje tradicije, običaja i kulture	
	C1		C2	
Turizam ima…	n	%	n	%
izrazito negativan utjecaj	116	29,9	106	27,5
negativan utjecaj	160	41,2	127	32,9
niti negativan, niti pozitivan utjecaj	74	19,1	102	26,4
pozitivan utjecaj	36	9,3	49	12,7
izrazito pozitivan utjecaj	2	,5	2	,5
Ukupno	388	100,0	386	100,0

Pozitivan utjecaj

Utjecaj turizma na identitet mjesta – autentičnost (C1)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ pozitivno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{36+2}{388} \times 100\% = 9{,}79\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta – očuvanje tradicije, običaja i kulture (C2)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ pozitivno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{49+2}{386} \times 100\% = 13{,}21\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ pozitivno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{13{,}21\% + 9{,}79\%}{2} = 11{,}50\%$$

Negativan utjecaj

Utjecaj turizma na identitet mjesta – autentičnost (C1)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ negativno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{116+160}{388} \times 100\% = 71{,}13\%$$

Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u mjestu – očuvanje tradicije, običaja i kulture (C2)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ negativno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{106+127}{386} \times 100\% = 60{,}36\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ negativno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{71{,}13\% + 60{,}36\%}{2} = 65{,}75\%$$

Usporedba pokazatelja

Utjecaj turizma na identitet mjesta **- pozitivan utjecaj -**	Ukupno	22,09%
	Prihod od turizma	35,79%
	Bez prihoda od turizma	11,50%
Utjecaj turizma na identitet mjesta **- negativan utjecaj -**	Ukupno	54,58%
	Prihod od turizma	40,13%
	Bez prihoda od turizma	65,75%

Izračun po zonama (pozitivan utjecaj) – Ukupan skup ispitanika

Koliko ste sveukupno zadovoljni životom u mjestu	Zona 1		Zona 2		Zona 3		Zona 4		Zona 5		Zona 6	
	C1	C2	C1	C2	C1	C2	C1	C2	C1	C2	C1	C2
U potpunosti nezadovoljan/na	14	10	141	124	14	9	1	1	2	3	0	0
Nezadovoljan/na	12	14	178	152	23	19	1	1	8	7	1	1
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na	7	9	104	125	15	25	5	6	9	10	0	1
Zadovoljan/na	9	9	82	99	16	16	5	3	10	8	1	0
U potpunosti zadovoljan/na	0	0	15	16	5	4	0	1	1	2	0	0
Ukupno	42	42	520	516	73	73	12	12	30	30	2	2
% stanovnika koji smatraju da turizam pozitivno utječe na identitet mjesta	21,43%		20,47%		28,08%		37,50%		35,00%		25,00%	
% stanovnika koji smatraju da turizam negativno utječe na identitet mjesta	59,52%		57,42%		44,52%		16,67%		33,33%		50,00%	

Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga, Zona 2 Grad Zadar, Zona 3 Obalni dio, Zona 4 Ravni kotari, Zona 5 Podvelebitski dio, Zona 6 Gračac (Lički dio)

Udio stanovnika pod umjerenim ili visokim stresom od turizma

Specifični pokazatelji održivosti proširuju analizu obveznih pokazatelja i omogućuju dublji uvid u načine na koje stanovnici doživljavaju turistički razvoj. Za razliku od obveznih pokazatelja, koji mjere osnovne aspekte zadovoljstva turizmom i percepciju pritisaka na prostor i resurse, specifični su usmjereni na šire društvene učinke turizma. Obuhvaćaju percepciju utjecaja turizma na kvalitetu života, na očuvanje identiteta mjesta te na razinu stresa povezanog s turističkom aktivnošću. Udio stanovnika pod stresom od turizma računa se **samo za one ispitanike koji su u posljednjih mjesec dana boravili u mjestu u kojem žive**, u ovom istraživanju takvih je bilo 682 (98,6%), a oni su procjenjivali deset tvrdnji o učestalosti stresa od turizma.

Varijabla D2. Učestalost emotivnih reakcija povezanih s turizmom (od D2_1 do d2_10)

- Rekodirane su varijable D2 4, 5, 7 i 8 (prema dokumentu Smjernice za provođenje istraživanja lokalnog stanovništva).
- Potom je kreirana nova varijabla **PSS** koja je nastala kao zbroj vrijednosti varijabla od D2_1 do D2_10.
- Varijabla predstavlja ukupni rezultat na skali percipiranog stresa (Perceived Stress Scale, PSS)

Ukupni rezultat na skali percipiranog stresa (Perceived Stress Scale, PSS)

Ispitanici	n	Minimum	Maksimum	Aritmetička sredina	Standardna devijacija
Ukupno	656	2	40	21,84	7,40
Ostvaruju prihod od turizma	286	2	40	19,50	7,35
Bez prihoda od turizma	370	3	40	23,65	6,92

Nakon izgrađene nove varijable kreirana je ona koja je ispitanike podijelila u tri skupine s obzirom na intenzitet stresa od turizma:

Niska razina stresa	PSS rezultat od 0 do 13
Srednja razina stresa	PSS rezultat od 14 do 26
Visoka razina stresa	PSS rezultat od 27 do 40

Podatci za izračun

Razina stresa	Ukupan skup ispitanika		Ostvaruju prihod od turizma		Bez prihoda od turizma	
	n	%	n	%	n	%
Visoka	155	23,6	45	15,7	110	29,7
Umjerena	413	63,0	180	62,9	233	63,0
Niska	88	13,4	61	21,3	27	7,3
Ukupno	656	100,0	286	100,0	370	100,0

Formula za izračun

Formula za izračun % stanovnika pod visokim stresom

$$\%\ \text{stanovnika pod visokim stresom} = \frac{\text{broj ispitanika s PSS rezultatom između 27 i 40}}{\text{ukupan broj ispitanika koji su na pitanje D1 odgovorili a)}} \times 100\%$$

Formula za izračun % stanovnika pod umjerenim stresom

$$\%\ \text{stanovnika pod umjerenim stresom} = \frac{\text{broj ispitanika s PSS rezultatom između 14 i 26}}{\text{ukupan broj ispitanika koji su na pitanje D1 odgovorili a)}} \times 100\%$$

Formula za izračun % stanovnika pod niskim stresom

$$\%\ \text{stanovnika pod niskim stresom} = \frac{\text{broj ispitanika s PSS rezultatom između 0 i 13}}{\text{ukupan broj ispitanika koji su na pitanje D1 odgovorili a)}} \times 100\%$$

Formula za izračun % stanovnika pod visokim ili umjerenim stresom

% stanovnika pod visokim ili umjerenim stresom = % stanovnika pod visokim stresom + % stanovnika pod umjerenim stresom

Ukupan skup ispitanika

Stanovnici pod	% ukupan skup	% ostvaruju prihod od turizma	% bez prihoda od turizma
Visokim stresom	23,63%	15,73%	29,73%
Umjerenim stresom	62,96%	62,94%	62,97%
Niskim stresom	13,41%	21,33%	7,30%
$\%\ stanovnika\ pod\ visokim\ ili\ umjerenim\ stresom$	$23{,}63\% + 62{,}96\% = 86{,}59\%$	$15{,}73\% + 62{,}94\% = 78{,}67\%$	$29{,}73\% + 62{,}97\% = 92{,}70\%$

Usporedba pokazatelja

Stanovnici pod visokim Ili umjerenim stresom	Ukupno	86,59%
	Prihod od turizma	78,67%
	Bez prihoda od turizma	92,70%

Izračun po zonama – Ukupan skup ispitanika

Stanovnici pod	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4	Zona 5	Zona 6
Visokim stresom	4	61	13	5	4	0
Umjerenim stresom	25	316	42	5	17	2
Niskim stresom	12	121	14	1	5	0
Ukupno	41	498	69	11	26	2
$\%\ stanovnika\ pod\ visokim\ ili\ umjerenim\ stresom$	70,73%	75,70%	79,71%	90,91%	80,77%	100,00%

Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga, Zona 2 Grad Zadar, Zona 3 Obalni dio, Zona 4 Ravni kotari, Zona 5 Podvelebitski dio, Zona 6 Gračac (Lički dio)

Dodatni pokazatelji održivosti i razvoja destinacije

Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika

Potrebna varijabla: PH1. Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u Vašem mjestu – na lokalno gospodarstvo, okoliš, sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično.

Utjecaj turizma na svakodnevni život u destinaciji (na lokalno gospodarstvo, okoliš, sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično)	n	%	$\%\ stanovnika\ s\ pozitivnom\ percepcijom\ utjecaja\ turizma\ na\ kvalitetu\ života$
Smanjuje kvalitetu života	397	57,4	$= \frac{196 + 77}{692} \times 100\% = 39{,}45\%$
Pomaže u održanju kvalitete života	196	28,3	
Pomaže u unapređenju kvalitete života	77	11,1	
Nema nikakav učinak	22	3,2	
Ukupno	692	100,0	

Utjecaj turizma na izgled destinacije

Potrebna varijabla: PH2. Kako turistički razvoj utječe na izgled mjesta.

Utjecaj turizma na izgled destinacije	n	%	$\%\ stanovnika\ s\ pozitivnom\ percepcijom\ utjecaja\ turizma\ na\ izgled\ destinacije$
Puno ružnije	185	26,7	$= \frac{106 + 19}{392} \times 100\% = 18{,}06\%$
Ružnije	241	34,8	
Niti ružnije, niti ljepše	141	20,4	
Ljepše	106	15,3	
Puno ljepše	19	2,7	
Ukupno	692	100,0	

Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora

Potrebna varijabla: PH3. Što mislite o načinu korištenja javnog prostora u Vašem mjestu, je li turizam javni prostor učinio manje ili više prikladnim za Vaše potrebe?

Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora i prikladnost korištenja za potrebe stanovnika	n	%	$\%\ stanovnika\ s\ pozitivnom\ percepcijom\ utjecaja\ turizma\ na\ korištenje\ javnog\ prostora$
Puno manje	253	36,6	$= \frac{56+10}{691} \times 100\% = 9{,}55\%$
Manje	233	33,7	
Niti manje, niti više	139	20,1	
Više	56	8,1	
Puno više	10	1,4	
Ukupno	691	100,0	

Utjecaj turizma na iritaciju razinom buke u vrijeme turističke sezone

Potrebna varijabla: PH4. Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li buka veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?

Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone	n	%	$\%\ stanovnika\ uznemirenih\ bukom$
Veliki problem	312	45,7	$= \frac{312}{683} \times 100\% = 45{,}68\%$
Mali problem	216	31,6	
Nije problem	155	22,7	
Ukupno	683	100,0	

Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji

Potrebna varijabla: PH5. Što mislite o pretvaranju stanova i kuća u turističke apartmane i kuće za odmor.

Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na život u destinaciji	n	%	$\%\ stanovnika\ s\ negativnom\ percepcijom\ apartmanizacije$
Puno lošiji	314	45,4	$= \frac{314+205}{691} \times 100\% = 75{,}11\%$
Lošiji	205	29,7	
Niti lošiji, niti bolji	101	14,6	
Bolji	50	7,2	
Puno bolji	21	3,0	
Ukupno	691	100,0	

Utjecaj turizma na iritaciju neprimjereno odloženog otpada tijekom turističke sezone

Potrebna varijabla: PH6. Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li neprimjereno odlaganje otpada veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?

Iritacija neprimjereno odloženog otpada tijekom turističke sezone	n	%	$\%\ stanovnika\ uznemirenih\ neprimjereno\ odloženim\ otpadom$
Veliki problem	542	79,4	$= \frac{542}{683} \times 100\% = 79{,}36\%$
Mali problem	106	15,5	
Nije problem	35	5,1	
Ukupno	683	100,0	

Utjecaj turizma na iritaciju gužvom u prometu tijekom turističke sezone

Potrebna varijabla: PH7. Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li gužva u prometu veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?

Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone	n	%	$\%\ stanovnika\ uznemirenih\ gužvom\ u\ prometu$
Veliki problem	575	83,6	$= \frac{575}{688} \times 100\% = 83{,}58\%$
Mali problem	89	12,9	
Nije problem	24	3,5	
Ukupno	688	100,0	

Utjecaj turizma na iritaciju gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama

Potrebna varijabla: PH8. Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li gužva na ulicama/javnim površinama veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?

Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama	n	%	$\%\ stanovnika\ uznemirenih\ gužvom\ na\ ulicama\ javnim\ površinama$
Veliki problem	413	60,6	$= \frac{413}{682} \times 100\% = 60{,}56\%$
Mali problem	178	26,1	
Nije problem	91	13,3	
Ukupno	682	100,0	

Percepcija utjecaja turizma na rast troškova života

Potrebne varijable: P. Kako turizam utječe na: 1 cijene proizvoda u trgovinama, 2 cijene stambenog prostora, 3 cijene u ugostiteljstvu

Povećanje cijena zbog turizma	Trgovine	Stambeni prostor	Ugostiteljstvo
1 turizam ih znatno smanjuje	8	3	5
2	1	3	1
3	10	27	13
4	159	128	152
5 turizam ih znatno povećava	510	526	514
Ukupno	688	687	685
$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ znantno\ povećava\ cijene$	97,24%	95,20%	97,23%

Ovisnost stanovnika grada/mjesta o prihodima od turizma kao udio stanovnika za koje je turizam glavni i dodatni izvor prihoda u ukupnom broju stanovnik

Potrebna varijabla: P11. Vama i/ili članovima Vaše uže obitelji turizam je kakav izvor prihoda.

Vama i/ili članovima Vaše uže obitelji turizam je	n	%
Glavni izvor prihoda	63	9,1
Dodatni izvor prihoda	237	34,2
Nemate nikakav prihod od turizma	392	56,6
Ukupno	692	100,0

Osobna ovisnost o prihodima od turizma

$Udio\ stanovnika\ kojima\ je\ turizam\ izvor\ prihoda = 9{,}10\% + 34{,}25\% = 43{,}35\%$

Dodatni pokazatelji zadovoljstva turističkom ponudom destinacije

Potrebne varijable: Zadovoljstvo ponudom P13.1 koju gostima pružaju destinacije u Zadarskoj županiji, P13.2 kulturnih sadržaja, 13.3 Gastronomije, 13.4 Outdoor aktivnosti, 13.5 Događaja i manifestacija, 13.6 Ruralnog turizma 13. 7 Nautičkog turizma (gdje je 1 – u potpunosti nezadovoljan/na, 5 – u potpunosti zadovoljan/na)

Zadovoljstvo ponudom	Zadarska županija	Kulturni sadržaji	Gastrono-mija	Outdoor aktivnosti	Događaji i manifestacije	Ruralni turizam	Nautička ponuda
1	187	170	153	135	150	106	61
2	224	197	218	195	227	195	109
3	201	204	190	220	196	251	214
4	65	88	95	103	90	104	206
5	15	31	32	35	25	32	99
Ukupno	692	690	688	688	688	688	689
% zadovoljnih stanovnika s turističkom ponudom destinacije	11,56%	17,25%	18,46%	20,06%	16,72%	19,77%	44,27%

Motiviranost za rad u turizmu

Koliko ste osobno motivirani za rad u turizmu?	Ukupni %
Uopće nisam motiviran/a	227
Slabo sam motiviran/a	139
Djelomično sam motiviran/a	155
Prilično sam motiviran/a	109
Vrlo sam motiviran/a	62
Ukupno	**692**
Udio motiviranih za rad u turizmu	52,89%
Udio nisko motiviranih za rad u turizmu	24,71%

Žrtvovanje radi turizma

Koliki dio svog identiteta, običaja i načina života biste bili spremni prilagoditi ili žrtvovati radi razvoja turizma i turističke zarade?

Žrtvovanje radi turizma	Ukupan skup	Spremnost na žrtvovanje
Iznimno malo	205	Niska 61,71%
Malo	222	
Niti puno, niti malo	167	
Puno	80	Visoka 14,16%
Iznimno puno	18	
Ukupno	692	

Postotak ukupnog dohotka iz turizma

Koliki postotak ukupnog dohotka vašeg kućanstva dolazi izravno ili neizravno iz turizma?

Postotak ukupnog dohotka iz turizma	Ukupan skup %	Udio
0 %	326	Bez prihoda iz turizma 47,11%
Do 10 %	98	Umjereni prihodi iz turizma 37,14%
11 – 25 %	84	
26 – 50 %	75	
51 – 75 %	35	Većinski prihodi iz turizma 10,26%
76 – 100 %	36	
Ne znam/ne želim odgovoriti	38	
Ukupno	692	

Zadovoljstvo razvojem komunalne infrastrukture

Zadovoljstvo razvojem komunalne infrastrukture u Zadarskoj županiji (vodoopskrba, odvodnja, prometnice, javna rasvjeta itd.)?

Zadovoljstvo razvojem komunalne infrastrukture	Ukupan skup %	Udio
Izrazito negativno	196	Nezadovoljni 56,40%
Negativno	192	
Nema utjecaja	162	
Pozitivno	119	Zadovoljni 20,06%
Izrazito pozitivno	19	
Ukupno	688	

Kako turizam utječe na stanje prirode i okoliša u Zadarskoj županiji

Stanje prirode i okoliša	Ukupan skup	%
Izrazito negativno	225	32,94
Negativno	303	44,36
Nema utjecaja	97	14,20
Pozitivno	50	7,32
Izrazito pozitivno	8	1,17
Ukupno	683	100,00

Građevinski potencijal

Koliko, prema vašem mišljenju, još ima građevinskog potencijala za nove, rekonstruirane ili dograđene turističke objekte u Zadarskoj županiji?

Građevinski potencijal	Ukupan skup %	Potencijal
Nikakav	243	Nizak 62,56%
Mali	178	
Umjeren	136	
Velik	78	Visok 17,24%
Iznimno velik	38	
Ukupno	673	

ZAKLJUČAK

Istraživanje je provedeno u skladu sa Smjernicama MINTS-a (2025) na uzorku od 692 stanovnika Zadarske županije. Uzorak je uravnotežen prema spolu i u granicama prihvatljivih odstupanja u odnosu na Popis 2021., što omogućuje pouzdano tumačenje rezultata bez dodatnog utežavanja. Većina ispitanika ima stalno prebivalište u županiji, a struktura uzorka ukazuje na visok udio radno aktivne i visokoobrazovane populacije.

Ključni nalazi pokazuju relativno nisku razinu zadovoljstva razvojem turizma u ukupnom uzorku (9,99%). Zadovoljstvo je osjetno veće među stanovnicima koji ostvaruju prihode od turizma (16,67%) nego među onima bez prihoda od turizma (4,86%), što potvrđuje da ekonomska uključenost snažno oblikuje stavove prema turizmu. Sličan obrazac vidljiv je i u procjeni utjecaja turizma na kvalitetu života: pozitivnu percepciju iskazuje 38,78% svih ispitanika, pri čemu je udio znatno viši među onima s prihodima od turizma(58,05%) nego među onima bez prihoda od turizma (23,97%). Opće zadovoljstvo životom u mjestu iznosi 32,56% i također je više u skupini s prihodima od turizma (43,48%) nego bez prihoda od turizma (24,23%).

U pogledu identiteta mjesta prevladavaju negativne percepcije gdje 54,58% ispitanika smatra da turizam negativno utječe na autentičnost i očuvanje tradicije, a samo 22,09% procjenjuje utjecaj pozitivnim. Pozitivne ocjene identiteta češće se javljaju u skupini s prihodima od turizma (35,79%) nego bez prihoda od turizma (11,50%). Konačno, udio stanovnika pod umjerenim ili visokim stresom od turizma je vrlo visok (86,59%), s izraženim razlikama između skupina budući da 78,67% među onima s prihodima od turizma naspram 92,70% među onima bez prihoda od turizma.

U cjelini, rezultati ukazuju na jasnu distribucijsku dimenziju koristi i opterećenja: što su kućanstva više ekonomski uključena, to su stavovi povoljniji, dok stanovnici koji ne ostvaruju prihode od turizma iskazuju veće nezadovoljstvo, jače negativne percepcije identiteta i višu razinu stresa. To je signal za ciljane mjere koje istodobno šire društvene koristi turizma i smanjuju percepciju pritisaka. Preporučuje se šire uključivanje lokalnog stanovništva u koristi od turizma kroz diverzifikaciju prilika za prihod te ciljane poticaje za lokalne poduzetnike i radnu snagu. Preporuka je jačati identitetske i kulturne komponente ponude programima očuvanja autentičnosti, interpretacijom baštine i uključivanjem zajednice u sukreiranje događanja.

Ovakav pristup može podići ukupnu prihvaćenost turizma, uravnotežiti koristi i opterećenja te dugoročno ojačati društvenu održivost turističkog razvoja u Zadarskoj županiji. Dobiveni nalazi predstavljaju važan doprinos izradi *Plana upravljanja turizmom Zadarske županije*, osobito u dijelu koji se odnosi na društvenu održivost i participaciju zajednice. Istraživanje omogućuje uvid u stvarne percepcije i potrebe stanovnika te pruža

temelje za definiranje mjera kojima se jača uključivanje lokalnog stanovništva u koristi od turizma, smanjuju društveni pritisci te povećava razina zadovoljstva životom u destinaciji. Time se osigurava da razvoj turizma Zadarske županije bude usklađen s interesima lokalne zajednice i načelima odgovornog upravljanja destinacijom.

Sažetak pokazatelja

Zadovoljstvo razvojem turizma	Ukupno	9,99%
	Prihod od turizma	16,67%
	Bez prihoda od turizma	4,86%
Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva	Ukupno	38,78%
	Prihod od turizma	58,05%
	Bez prihoda od turizma	23,97%
Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u mjestu	Ukupno	32,56%
	Prihod od turizma	43,48%
	Bez prihoda od turizma	24,23%
Utjecaj turizma na identitet mjesta **- pozitivan utjecaj -**	Ukupno	22,09%
	Prihod od turizma	35,79%
	Bez prihoda od turizma	11,50%
Utjecaj turizma na identitet mjesta **- negativan utjecaj -**	Ukupno	54,58%
	Prihod od turizma	40,13%
	Bez prihoda od turizma	65,75%
Stanovnici pod visokim Ili umjerenim stresom	Ukupno	86,59%
	Prihod od turizma	78,67%
	Bez prihoda od turizma	92,70%

PRILOG – UPITNIK

Istraživanje zadovoljstva stanovnika Zadarske županije turizmom u županiji

Poštovani,
u tijeku je nacionalno prikupljanje podataka o zadovoljstvu lokalnog stanovništva sa stanjem turizma u Zadarskoj županiji te provodimo prikupljanje Vaših stajališta o turizmu našeg mjesta. Ljubazno Vas molimo da izdvojite 5 minuta za anonimni upitnik te iskreno odgovorite na postavljena pitanja. Vaši zbirni odgovori bit će uključeni u Plan upravljanja našom destinacijom te se dostavljaju Ministarstvu turizma i sporta.
Vaša Turistička zajednica Zadarske županije

1) Imate li stalno prebivalište u Zadarskoj županiji?
( ) da
( ) ne

2) Mjesto u Zadarskoj županiji
( ) grad Benkovac
( ) grad Biograd na Moru
( ) grad Nin
( ) grad Obrovac
( ) grad Pag
( ) grad Zadar
( ) općina Bibinje
( ) općina Galovac
( ) općina Gračac
( ) općina Jasenice
( ) općina Kali
( ) općina Kukljica
( ) općina Kolan
( ) općina Lišane Ostrovičke
( ) općina Novigrad
( ) općina Pakoštane
( ) općina Pašman
( ) općina Posedarje
( ) općina Povljana
( ) općina Polača
( ) općina Poličnik
( ) općina Preko
( ) općina Privlaka
( ) općina Ražanac
( ) općina Sali
( ) općina Stankovci
( ) općina Starigrad
( ) općina Sukošan
( ) općina Sv. Filip i Jakov
( ) općina Škabrnja

( ) općina Tkon
( ) općina Vir
( ) općina Vrsi
( ) općina Zemunik Donji

3) Koliko ste dugo stanovnik Zadarske županije?
( ) manje od 1 godine
( ) od 1 do 5 godina
( ) od 6 do 10 godina
( ) više od 10 godina

4) Spol:
( ) muškarac
( ) žena
( ) ne želim se izjasniti

5) Dob u godinama:
( ) manje od 18
( ) 18 do 25
( ) 26 do 35
( ) 36 do 45
( ) 46 do 55
( ) 56 do 65
( ) 66 do 75
( ) 76 i više

6) Obrazovanje:
( ) srednja škola ili niže
( ) viša škola
( ) fakultet i viši stupnjevi
( ) bez odgovora/ne želim odgovoriti

7) Mjesečna primanja Vašeg kućanstva su:
( ) do 500 €
( ) 501 – 1.000 €
( ) 1.001 – 1.500 €
( ) 1.501 – 2.000 €
( ) 2.001 – 3.000 €
( ) 3.001 – 4.000 €
( ) 4.001 – 5.000 €
( ) 5.001 € i više
( ) ne znam/ne želim odgovoriti

8) Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 5:
Koliko ste sveukupno zadovoljni razvojem turizma u Zadarskoj županiji?

1 - u potpunosti nezadovoljan/na	**2 - nezadovoljan/na**	**3 - niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na**	**4 - zadovoljan/na**	**5 - u potpunosti zadovoljan/na**

9) Vama i/ili članovima Vaše uže obitelji turizam je:
( ) glavni izvor prihoda
( ) dodatni izvor prihoda
( ) nemate nikakav prihod od turizma

10) Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u Zadarskoj županiji – na lokalno gospodarstvo, okoliš, sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično. Uzimajući u obzir i dobre i loše strane turizma, smatrate li da turizam u Zadarskoj županiji:
( ) smanjuje kvalitetu života
( ) pomaže u održanju kvalitete života
( ) pomaže u unapređenju kvalitete života
( ) nema nikakav učinak

11) Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 5:

	1 - puno ružnije	**2 - ružnije**	**3 - niti ružnije, niti ljepše**	**4 - ljepše**	**5 - puno ljepše**
Kako turistički razvoj utječe na izgled Zadarske županije – postaje li ono uslijed turističkog razvoja ružnije ili ljepše?					

12) Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 5:

	1 - puno manje	**2 - manje**	**3 - niti manje, niti više**	**4 - više**	**5 - puno više**
Što mislite o načinu korištenja javnog prostora u Zadarskoj županiji, je li turizam javni prostor (gradske ulice i trgovi, zelene površine) učinio manje ili više prikladnim za Vaše potrebe?					

13) Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 5:

	1 - puno lošiji	**2 - lošiji**	**3 - niti lošiji, niti bolji**	**4 - bolji**	**5 - puno bolji**
Što mislite o pretvaranju stanova i kuća u turističke apartmane i kuće za odmor,					

postaje li život u Zadarskoj županiji zbog toga lošiji ili bolji?					

14) Kada pomislite na život u Zadarskoj županiji tijekom turističke sezone, predstavlja li:

	veliki problem	**mali problem**	**nije problem**
buka			
neprimjereno odlaganje otpada			
gužva u prometu			
gužva na ulicama/javnim površinama			

15) Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život Zadarskoj županiji – na lokalno gospodarstvo, okoliš, dostupnost javnih sadržaja, sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično. Uzimajući u obzir i dobre i loše strane turizma, smatrate li da turizam u Zadarskoj županiji:

( ) smanjuje kvalitetu života
( ) pomaže u održanju kvalitete života
( ) pomaže u unapređenju kvalitete života
( ) nema nikakav učinak

16) Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 5:

Općenito govoreći, koliko ste trenutno zadovoljni sa životom u Zadarskoj županiji.

1 - u potpunosti nezadovoljan/na	**2 - nezadovoljan/na**	**3 - niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na**	**4 - zadovoljan/na**	**5 - u potpunosti zadovoljan/na**

17) Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 5.

Prema Vašem mišljenju, kako turistički razvoj utječe na:

	1 - turizam ima izrazito negativan utjecaj	**2 - turizam ima negativan utjecaj**	**3 - turizam ima niti negativan, niti pozitivan utjecaj**	**4 - turizam ima pozitivan utjecaj**	**5 - turizam ima izrazito pozitivan utjecaj**
duh Vašeg mjesta, na njegovu autentičnost					
očuvanje tradicije, običaja i kulture Vašeg mjesta					

Logic: Show/hide trigger exists.

18) Jeste li posljednjih mjesec dana većinom boravili u mjestu u kojem živite?

( ) da
( ) ne

19) Koliko ste osobno motivirani za rad u turizmu?
( ) uopće nisam motiviran/a
( ) slabo sam motiviran/a
( ) djelomično sam motiviran/a
( ) prilično sam motiviran/a
( ) vrlo sam motiviran/a

20) Koliki dio svog identiteta, običaja i načina života biste bili spremni prilagoditi ili žrtvovati radi razvoja turizma i turističke zarade?
( ) iznimno malo
( ) malo
( ) niti puno, niti malo
( ) puno
( ) iznimno puno

21) Koliko ste zadovoljni ukupnom turističkom:
gdje je 1 - u potpunosti nisam zadovoljan/na, a 5 - u potpunosti sam zadovoljan/na

	1	2	3	4	5
ponudom koju gostima pruža Zadarska županija					
potražnjom za boravkom u Zadarskoj županiji					

22) Kako biste ocijenili zadovoljstvo turističkom ponudom u Zadarskoj županiji u sljedećim kategorijama:
gdje je 1 - u potpunosti nisam zadovoljan/na, a 5 - u potpunosti sam zadovoljan/na

	1	2	3	4	5
Kulturna ponuda					
Gastronomija					
Outdoor aktivnosti					
Događaji i manifestacije					
Ponuda ruralnog turizma					
Nautička ponuda					

23) Koliki postotak ukupnog dohotka vašeg kućanstva dolazi izravno ili neizravno iz turizma?
( ) 0 %
( ) do 10 %
( ) 11 – 25 %
( ) 26 – 50 %
( ) 51 – 75 %
( ) 76 – 100 %
( ) ne znam/ne želim odgovoriti

24) Kako turizam utječe na:

	1 – turizam ih znatno smanjuje	2 – turizam ih smanjuje	3 – turizam nema utjecaj	4 – turizam ih povećava	5 – turizam ih znatno povećava
cijene proizvoda u trgovinama u Zadarskoj županiji					
cijene stambenog prostora u Zadarskoj županiji					
cijene u ugostiteljstvu u Zadarskoj županiji					

25) Kako turizam utječe na:

	1 – izrazito negativno	2 – negativno	3 – nema utjecaja	4 – pozitivno	5 – izrazito pozitivno
razvoj komunalne infrastrukture u Zadarskoj županiji (vodoopskrba, odvodnja, prometnice, javna rasvjeta itd.)?					
stanje prirode i okoliša u Zadarskoj županiji					

26) Koliko, prema vašem mišljenju, još ima građevinskog potencijala za nove, rekonstruirane ili dograđene turističke objekte u Zadarskoj županiji?
( ) nikakav
( ) mali
( ) umjeren
( ) velik
( ) iznimno velik

Logic: Hidden unless: #18 Question "Jeste li posljednjih mjesec dana većinom boravili u mjestu u kojem živite? " is one of the following answers ("da")
27) I posljednji set pitanja. Molimo Vas da navedete koliko često ste se u posljednjih mjesec dana osjećali ili razmišljali na određeni način zbog turizma u Zadarskoj županiji. Ne pokušavajte brojati koliko ste se puta osjećali na određeni način, već odaberite

odgovor koji se čini kao *razumna procjena*.

Koliko često ste se u posljednjih mjesec dana:

	nikad	**skoro nikad**	**ponekad**	**prilično često**	**vrlo često**
osjećali uznemireno zbog neočekivanih događaja povezanih s turizmom?					
zbog turizma osjećali da nemate kontrolu nad važnim stvarima u svom životu?					
zbog turizma osjećali nervozno i pod stresom?					
bili sigurni u svoju sposobnost za rješavanje svakodnevnih poteškoća koje stvara turizam?					
imali dojam da se turizam u Zadarskoj županiji razvija onako kako vi želite?					
osjećali da se zbog turizma ne možete nositi sa svim obvezama?					
bili u mogućnosti kontrolirati stresne podražaje koji su posljedica turizma u Zadarskoj županiji?					
imali dojam da ste se dobro prilagodili pritiscima turizma?					
ljutili zbog događaja uzrokovanih turizmom, a koji su bili izvan Vaše kontrole?					
imali osjećaj da su se poteškoće u životu uzrokovane turizmom toliko nagomilale da ih ne možete nadvladati?					

Hvala Vam!

Zahvaljujemo na sudjelovanju i Vašim iskrenim odgovorima.

Prilog 3. Izvještaj - Identificiranje izazova i potencijala za implementaciju i razvoj održivih praksi i Upitnik za anketiranje gospodarskih subjekata

ZADOVOLJSTVO TURIZMOM LOKALNOG STANOVNIŠTVA ZADARSKE ŽUPANIJE

Istraživanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu i njegovom utjecaju na kvalitetu života u destinacijama Zadarske županije provodi se u skladu sa *Smjernicama za provođenje istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života* (Ministarstvo turizma i sporta RH, verzija V_1.2, lipanj 2025.), Zakonom o turizmu te *Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma* (NN 112/2024).

Svrha ovog istraživanja jest sustavno praćenje društvenih učinaka turizma, s posebnim naglaskom na percepciju i zadovoljstvo lokalne zajednice razvojem turizma. Podatci prikupljeni istraživanjem koriste se za izračun obveznih i specifičnih pokazatelja održivosti, kao i pokazatelja prihvatnog kapaciteta, čime se osigurava usklađenost turističkog razvoja s potrebama i očekivanjima stanovnika.

Ciljevi istraživanja obuhvaćaju:

- utvrđivanje razine zadovoljstva lokalnog stanovništva turizmom,
- identifikaciju pozitivnih i negativnih učinaka turizma na kvalitetu života,
- procjenu percepcije turizma u odnosu na identitet i autentičnost mjesta,
- vrednovanje stavova o prostornim, ekološkim i društvenim učincima turističkog i ekonomskog razvoja,
- uključivanje perspektive stanovnika u planiranje održivog upravljanja destinacijom.

Analiza rezultata pridonosi transparentnosti i participativnom upravljanju te omogućava usmjeravanje razvoja turizma u Zadarskoj županiji prema modelu koji podjednako uvažava potrebe stanovnika i očekivanja posjetitelja. Rezultati omogućuju donositeljima odluka kreiranje strategija koje doprinose razvoju turizma na način koji uvažava interese lokalne zajednice te pridonosi održivom i odgovornom upravljanju destinacijama.

Izvještaj je strukturiran u četiri poglavlja. Nakon uvodnog dijela, u drugom poglavlju prikazuje se metodologija istraživanja s opisom uzorka i korištenog upitnika, dok treće poglavlje donosi rezultate analizirane kroz obvezne pokazatelje održivosti, specifične pokazatelje te dodatne pokazatelje. Četvrtim poglavljem iznesena su zaključna promišljanja o provedenom istraživanju i dobivenim rezultatima te njihovim implikacijama.

METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Metodološki okvir istraživanja temelji se na *Smjernicama za provođenje istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života* (MINTS, 2025) te osigurava usklađenost postupaka s nacionalno propisanom metodologijom praćenja pokazatelja održivosti i prihvatnog kapaciteta. Istraživanje je koncipirano tako da se omogući reprezentativno prikupljanje podataka od lokalnog stanovništva, uz jasno definirane instrumente i postupke obrade, a s ciljem dobivanja uvida u percepciju turizma i njegovih učinaka na svakodnevni život.

Okvir uzorka

Okvir uzorka obuhvaćao je stalne stanovnike Zadarske županije u dobi od 18 do 75 godina. Podatci o broju stanovnika prema spolu preuzeti su iz Popisa stanovništva 2021. godine i prikazani su u Tablici 1.

Tablica 1. Broj stanovnika Zadarske županije prema Popisu 2021.

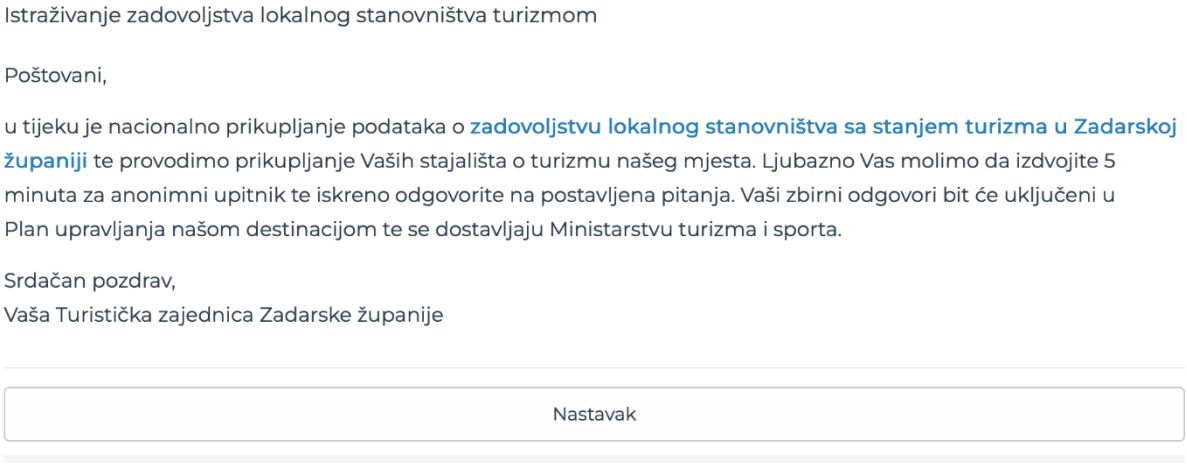
Spol	Broj stanovnika	%
Muškarci	78 193	48,94
Žene	81 573	51,06
Ukupno	159 766	100,00

Prema uobičajenim statističkim pravilima, za populaciju veličine približno 160 000 stanovnika reprezentativan uzorak trebao bi obuhvatiti najmanje 400 ispitanika. Prema online kalkulatoru za određivanje veličine uzorka (Raosoft.com), za razinu pouzdanosti od 95% i standardnu pogrešku od 5%, preporučena veličina uzorka iznosi 384 ispitanika.

Postupak prikupljanja podataka

Za prikupljanje podataka korištena je online metoda putem platforme Alchemer. Upitnik je bio dostupan u razdoblju od 1. do 23. rujna 2025. godine.

Slika 1. Početni zaslon istraživanja



Istraživanje je provedeno u razdoblju posezone, a distribucija anketne poveznice organizirana je putem društvenih mreža te javnim pozivom u medijima.

Tablica 2. Učinak poziva na istraživanje putem medija

Medij	n	%
m.facebook.com	3	0,43%
bnm-portal.com	1	0,14%
https://mega-media.hr/	1	0,14%
Izravna Alchemer poveznica	23	3,32%
https://www.057info.hr/	378	54,55%
https://www.antenazadar.hr/	10	1,44%
https://www.noviradio.hr/	3	0,43%
https://www.znet.hr/	4	0,58%
https://zadarski.slobodnadalmacija.hr/	270	38,96%
Ukupno	693	100,00%

Prikupljanje podataka trajalo je tri tjedna uz kontinuirano praćenje strukture ispitanika prema spolu, u skladu s popisnim podatcima za Zadarsku županiju.

Slika 2. Primjer izgleda poziva putem medija



Istraživački instrument

Upitnik je sadržavao obvezne varijable definirane Smjernicama Ministarstva, uz dodatna pitanja prilagođena specifičnim potrebama Plana upravljanja turizmom Zadarske županije.

Opis uzorka

U istraživanju zadovoljstva lokalnih stanovnika turizmom u Zadarskoj županiji sudjelovalo je 692 ispitanika. Struktura uzorka oblikovana je tako da što bolje odražava socio-demografski profil stvarne populacije prema spolu. U Tablici 3 prikazana je usporedba udjela stanovnika u uzorku i populaciji, čime se osigurava procjena reprezentativnosti prikupljenih podataka.

Tablica 3. Usporedba populacije i uzorka prema spolu

Spol	Uzorak		Populacija		Odstupanja
	Broj stanovnika	%	Broj stanovnika	%	
Muškarac	315	47,1	78 193	48,94	-1,84
Žena	354	52,9	81 573	51,06	1,84
Ukupno	669	100,0	159 766	100,00	
Ne želim se izjasniti	20				
Bez odgovora	3				
Ukupno	692				

Rezultati pokazuju da se udjeli ispitanika prema spolu u uzorku razlikuju od strukture stvarne populacije za najviše ±1,84 postotna boda, što je unutar granica prihvatljivog odstupanja. Takva raspodjela ukazuje na uravnoteženost uzorka u odnosu na ključne demografske varijable i omogućuje daljnju analizu stavova stanovnika s dovoljno visokim stupnjem pouzdanosti. Veličina uzorka (n = 692) omogućuje procjenu stavova lokalnog stanovništva s intervalom pogreške od približno ±3,71% na razini pouzdanosti od 95%, što je dostatno za generaliziranje zaključaka na razinu populacije Zadarske županije.

Iako se u Smjernicama preporučuje mogućnost ponderiranja rezultata prema spolu i dobi u slučaju većih odstupanja između uzorka i populacije, u ovom istraživanju takva potreba nije postojala. Struktura uzorka bila je dovoljno usklađena s populacijom prema spolu, a odstupanja su se kretala unutar granica prihvatljivosti za online istraživanja. Stoga se rezultati prikazuju bez dodatnog utežavanja.

Većina ispitanika (96,3%) ima stalno prebivalište u Zadarskoj županiji. U nastavku se prikazuju socio-demografske karakteristike uzorka koje pružaju detaljniji uvid u strukturu sudionika istraživanja (Tablica 4).

Tablica 4. Socio-demografske karakteristike

Dob	n	%
18 do 25	25	3,6
26 do 35	95	13,7
36 do 45	179	25,9
46 do 55	185	26,7
56 do 65	141	20,4
66 do 75	61	8,8
76 i više	6	,9
Ukupno	692	100,0
Obrazovanje	n	%
Srednja škola ili niže	182	26,3
Viša škola	117	16,9
Fakultet i viši stupnjevi	366	52,9
Bez odgovora/ne želim odgovoriti	27	3,9
Ukupno	692	100,0

Mjesečna primanja kućanstva	n	%
Do 500 €	9	1,3
501 – 1 000 €	47	6,8
1 001 – 1 500 €	88	12,7
1 501 – 2 000 €	136	19,7
2 001 – 3 000 €	149	21,6
3 001 – 4 000 €	100	14,5
4 001 – 5 000 €	42	6,1
5 001 € i više	44	6,4
Ne znam/ne želim odgovoriti	76	11,0
Ukupno	691	100,0
Vama i/ili članovima Vaše uže obitelji turizam je	n	%
Glavni izvor prihoda	63	9,1
Dodatni izvor prihoda	237	34,2
Nemate nikakav prihod od turizma	392	56,6
Ukupno	692	100,0

Socio-demografske karakteristike ispitanika pokazuju da je uzorak najviše zastupljen stanovnicima u dobi između 36 i 55 godina (52,6%), dok mlađe skupine (18–25 i 26–35 godina) čine 17,3% uzorka. Najmanje je sudionika starije životne dobi (76 i više godina), što je očekivano s obzirom na korištenu online metodu prikupljanja podataka.

Prema obrazovanju, najveći udio čine ispitanici sa završenim fakultetom ili višim stupnjem obrazovanja (52,9%), dok srednjoškolsko i niže obrazovanje ima 26,3% ispitanika. Višu školu završilo je 16,9% sudionika. Ovakva raspodjela obrazovne strukture ukazuje na relativno visok udio visokoobrazovanih u odnosu na prosjek populacije, što je česta karakteristika online istraživanja.

Mjesečna primanja kućanstava ispitanika najčešće se kreću u rasponu od 1.501 do 3.000 eura (41,3%). Primanja do 1.000 eura prijavljuje 8,1% kućanstava, dok više od 4.000 eura ostvaruje 12,5%. Oko 11% ispitanika nije željelo ili nije moglo odgovoriti na ovo pitanje.

Konačno, kada je riječ o povezanosti kućanstava s turizmom, 34,2% ispitanika navelo je da turizam predstavlja dodatni izvor prihoda, dok je za 9,1% on glavni izvor prihoda. Više od polovice ispitanika (56,6%) ne ostvaruje nikakve prihode od turizma. Ovakva struktura upućuje na to da, iako turizam predstavlja važnu gospodarsku djelatnost u Zadarskoj županiji, značajan udio stanovništva ostaje izravno nepovezan s turističkim prihodima.

Kako bi se procijenio utjecaj gospodarske povezanosti s turizmom na stavove lokalnog stanovništva, ispitanici su razvrstani u dvije skupine: one koji ostvaruju prihode od turizma (glavni ili dodatni izvor prihoda) i one koji ne ostvaruju nikakve prihode od turizma. Tablica 5 prikazuje raspodjelu ispitanika prema tom kriteriju.

Tablica 5. Ispitanici prema prihodu od turizma

Osobni (ili članova kućanstva) prihod od turizma	n	%
Ostvaruju prihod od turizma	300	43,4
Bez prihoda od turizma	392	56,6
Ukupno	692	100,0

Rezultati pokazuju da manji dio ispitanika (43,4%) ostvaruje određene prihode od turizma, dok većina (56,6%) nema gospodarsku povezanost s turističkim aktivnostima. Ovakva struktura ukazuje na to da, unatoč važnosti turizma za gospodarstvo Zadarske županije, značajan udio stanovništva ne sudjeluje izravno u turističkim procesima te turizam za njih ne predstavlja osobni izvor prihoda.

Ukupno gledano, metodološki postupak osigurao je prikupljanje podataka na uzorku koji je u velikoj mjeri usklađen sa strukturom populacije Zadarske županije. Odabrana metoda prikupljanja, razdoblje provedbe istraživanja i kontrola reprezentativnosti doprinijeli su pouzdanosti rezultata te stvaraju čvrst temelj za analizu stavova lokalnog stanovništva o turizmu i njegovom utjecaju na kvalitetu života. Uzorak se pritom odlikuje visokom zastupljenošću radno aktivne populacije, izraženim udjelom visokoobrazovanih sudionika te činjenicom da turizam većini kućanstava ne predstavlja izravni izvor prihoda.

Za Zadarsku županiju prikazuju se i rezultati prikupljenih podataka prema zonama. Iako su zone bitnije za izračun granice prihvatnog kapaciteta što planovi upravljanja turizmom županija nisu u obvezi izraditi, rezultati po zonama će se koristiti za izradu pokazatelja održivosti i smjernica razvoja turizma.

Tablica 6. Ispitanici prema zonama

Zone	n	%
Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga	42	6,2
Zona 2 grad Zadar	523	76,7
Zona 3 Obalni dio	73	10,7
Zona 4 Ravni kotari	12	1,8
Zona 5 Podvelebitski dio	30	4,4
Zona 6 Gračac (Lički dio)	2	0,3
Ukupno	682	100,0

U nastavku izvještaja prikazuju se rezultati istraživanja strukturirani prema obveznim i specifičnim pokazateljima. Posebno je važna usporedba stavova između stanovnika koji ostvaruju prihode od turizma i onih koji takve prihode nemaju, jer upravo taj kriterij najviše oblikuje percepciju učinaka turizma na svakodnevni život i kvalitetu života u zajednici.

REZULTATI

U ovom poglavlju prikazuju se rezultati istraživanja stavova lokalnog stanovništva Zadarske županije o turizmu i njegovom utjecaju na kvalitetu života. Rezultati su strukturirani u četiri skupine pokazatelja, u skladu sa Smjernicama Ministarstva turizma i sporta: obvezni pokazatelji održivosti, specifični pokazatelji održivosti, dodatni pokazatelji održivosti i razvoja destinacije te izračun pokazatelja po zonama.

Svaka skupina prikazana je najprije na ukupnom skupu ispitanika, a zatim i kroz usporedbu između stanovnika koji ostvaruju prihode od turizma i onih koji ne ostvaruju takve prihode. Na taj se način omogućuje uvid u razlike u percepcijama i stavovima među različitim društveno-ekonomskim skupinama unutar lokalne zajednice, što predstavlja važnu osnovu za daljnje planiranje i upravljanje razvojem turizma u destinaciji.

Napomena: Prije prikaza pojedinačnih pokazatelja važno je napomenuti da se ukupan broj ispitanika razlikuje od pitanja do pitanja. Naime, nisu svi ispitanici odgovorili na sva pitanja iz upitnika, pa se veličina uzorka (n) u analizama može mijenjati.

Obvezni pokazatelji održivosti Zadovoljstvo razvojem turizma lokalnog stanovništva

U ovom se dijelu prikazuju rezultati vezani uz obvezne pokazatelje održivosti, s naglaskom na zadovoljstvo lokalnog stanovništva razvojem turizma u destinaciji. Ovi pokazatelji omogućuju osnovnu procjenu percepcije turizma u zajednici i čine temelj za usporedbu među destinacijama na nacionalnoj razini. Rezultati su najprije prikazani za ukupan skup ispitanika, a zatim uspoređeni prema tome ostvaruju li kućanstva prihode od turizma ili ne.

U skladu sa Smjernicama Ministarstva turizma i sporta (2025), obvezni pokazatelji održivosti obuhvaćaju zadovoljstvo lokalnog stanovništva razvojem turizma u destinaciji.

Formula za izračun

$$\text{\% stanovnika zadovoljnih turizmom} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 4 ili 5 na pitanje A1}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje A1}} \times 100\%$$

Potrebna varijabla: A1. Zadovoljstvo razvojem turizma lokalnog stanovništva

Ukupan skup ispitanika

Podatci za izračun

Koliko ste sveukupno zadovoljni razvojem turizma u destinaciji	n	Valjani %	Kumulativni %
U potpunosti nezadovoljan/na	174	25,2	25,2
Nezadovoljan/na	290	42,0	67,1
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na	158	22,9	90,0
Zadovoljan/na	54	7,8	97,8
U potpunosti zadovoljan/na	15	2,2	100,0
Ukupno	691	100,0	

Pokazatelj održivosti

$$\%\ stanovnika\ zadovoljnih\ turizmom = \frac{54 + 15}{691} \times 100\% = 9{,}99\%$$

Ispitanici prema (ne)ostvarivanju prihoda od turizma

Podatci za izračun

Koliko ste sveukupno zadovoljni razvojem turizma u destinaciji	Skupina 1 (Ostvaruju prihod od turizma)		Skupina 2 (Bez prihoda od turizma)	
	n	%	n	%
U potpunosti nezadovoljan/na	53	17,7	121	30,9
Nezadovoljan/na	115	38,3	175	44,8
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na	82	27,3	76	19,4
Zadovoljan/na	40	13,3	14	3,6
U potpunosti zadovoljan/na	10	3,3	5	1,3
Ukupno	300	100,0	391	100,0

Skupina 1 (Ostvaruju prihod od turizma)

Pokazatelj održivosti

$$\%\ stanovnika\ zadovoljnih\ turizmom = \frac{40 + 10}{300} \times 100\% = 16{,}67\%$$

Skupina 2 (Bez prihoda od turizma)

Pokazatelj održivosti

$$\%\ stanovnika\ zadovoljnih\ turizmom = \frac{14 + 5}{391} \times 100\% = 4{,}86\%$$

Usporedba pokazatelja

Zadovoljstvo razvojem turizma	Ukupno	9,99%
	Prihod od turizma	16,67%
	Bez prihoda od turizma	4,86%

Pokazatelj zadovoljstva razvojem turizma lokalnog stanovništva Zadarske županije pokazuje da je relativno niski omjer i iznosi 9,99%. U skupini ispitanika koji ostvaruju prihode od turizma zadovoljstvo je osjetno veće (16,67%), dok među stanovnicima bez prihoda iznosi tek 4,86%. Ovi rezultati jasno ukazuju na to da ekonomska povezanost s turizmom značajno oblikuje percepciju njegovih učinaka, pri čemu su stavovi stanovnika bez prihoda izrazito kritičniji. Takva razlika potvrđuje važnost ravnomjernijeg uključivanja šire zajednice u koristi od turizma kako bi se povećala društvena prihvaćenost daljnjeg razvoja sektora.

Izračun po zonama – Ukupan skup ispitanika

Koliko ste sveukupno zadovoljni razvojem turizma u destinaciji	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4	Zona 5	Zona 6
U potpunosti nezadovoljan/na	8	140	18	0	1	1
Nezadovoljan/na	20	226	24	3	17	0
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na	10	111	19	7	7	1
Zadovoljan/na	3	35	9	1	5	0
U potpunosti zadovoljan/na	1	10	3	1	0	0
Ukupno	42	522	73	12	30	2
$\%\ stanovnika\ zadovoljnih\ turizmom$	9,52%	8,62%	16,44%	16,67%	16,67%	0,00%

Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga, Zona 2 Grad Zadar, Zona 3 Obalni dio, Zona 4 Ravni kotari, Zona 5 Podvelebitski dio, Zona 6 Gračac (Lički dio)

Specifični pokazatelji održivosti

Specifični pokazatelji održivosti odnose se na percepciju lokalnog stanovništva o utjecaju turizma na kvalitetu života, identitet mjesta i razinu stresa povezanog s turizmom. Oni omogućuju dublje razumijevanje načina na koji lokalna zajednica doživljava turistički razvoj i njegove društvene učinke.

Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva

Formula za izračun (B1)

$$\text{\% stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na kvalitetu života} = \frac{\text{broj ispitanika koji su odgovorili 2 ili 3 na pitanje B1}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje B1}} \times 100\%$$

Potrebna varijabla: B1. Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u Vašem mjestu.

Ukupan skup ispitanika (B1)

Podatci za izračun

Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u destinaciji (na lokalno gospodarstvo, okoliš, dostupnost javnih sadržaja, sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično)	n	%
Smanjuje kvalitetu života	397	57,9
Pomaže u održanju kvalitete života	189	27,6
Pomaže u unapređenju kvalitete života	77	11,2
Nema nikakav učinak	23	3,4
Ukupno	686	100,0

Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva

$$\%\ stanovnika\ s\ pozitivnom\ percepcijom\ utjecaja\ turizma\ na\ kvalitetu\ života = \frac{189 + 77}{686} \times 100\% = 38{,}78\%$$

Ispitanici prema (ne)ostvarivanju prihoda od turizma

Podatci za izračun

Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u destinaciji (na lokalno gospodarstvo, okoliš, dostupnost javnih sadržaja, sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično)	Skupina 1 (Ostvaruju prihod od turizma)		Skupina 2 (Bez prihoda od turizma)	
	n	%	n	%
Smanjuje kvalitetu života	118	39,6	279	71,9
Pomaže u održanju kvalitete života	114	38,3	75	19,3
Pomaže u unapređenju kvalitete života	59	19,8	18	4,6
Nema nikakav učinak	7	2,3	16	4,1
Ukupno	298	100,0	388	100,0

Skupina 1 (Ostvaruju prihod od turizma)

Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva

$$\%\ stanovnika\ s\ pozitivnom\ percepcijom\ utjecaja\ turizma\ na\ kvalitetu\ života = \frac{114 + 59}{298} \times 100\% = 58{,}05\%$$

Skupina 2 (Bez prihoda od turizma)

Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva

$$\%\ stanovnika\ s\ pozitivnom\ percepcijom\ utjecaja\ turizma\ na\ kvalitetu\ života = \frac{75 + 18}{388} \times 100\% = 23{,}97\%$$

Usporedba pokazatelja

Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva	Ukupno	38,78%
	Prihod od turizma	58,05%
	Bez prihoda od turizma	23,97%

Izračun po zonama – Ukupan skup ispitanika

Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u destinaciji (na lokalno gospodarstvo, okoliš, dostupnost javnih sadržaja, sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično)	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4	Zona 5	Zona 6
Smanjuje kvalitetu života	25	310	33	5	16	1
Pomaže u održanju kvalitete života	14	142	20	4	7	0
Pomaže u unapređenju kvalitete života	2	50	18	2	4	1
Nema nikakav učinak	1	18	2	1	1	0
Ukupno	42	520	73	12	28	2
$\%\ stanovnika\ s\ pozitivnom\ percepcijom\ utjecaja\ turizma\ na\ kvalitetu\ života$	38,10%	36,92%	52,05%	50,00%	39,29%	50,00%

Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga, Zona 2 grad Zadar, Zona 3 Obalni dio, Zona 4 Ravni kotari, Zona 5 Podvelebitski dio, Zona 6 Gračac (Lički dio)

Formula za izračun (B2)

$$\%\ \text{stanovnika zadovoljnih životom u destinaciji} = \frac{\text{broj ispitanika koji su odgovorili 4 ili 5 na pitanje B2}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanje B2}} \times 100\%$$

Potrebna varijabla: B2. Općenito govoreći, koliko ste trenutno zadovoljni sa životom u mjestu.

Ukupan skup ispitanika (B2)

Podatci za izračun

Koliko ste sveukupno zadovoljni životom u mjestu	n	%	Kumulativni %
U potpunosti nezadovoljan/na	81	11,7	11,7
Nezadovoljan/na	190	27,5	39,2
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na	195	28,2	67,4
Zadovoljan/na	191	27,6	95,1
U potpunosti zadovoljan/na	34	4,9	100,0
Ukupno	691	100,0	

Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u mjestu

$$\%\ stanovnika\ zadovoljnih\ životom\ u\ destinaciji = \frac{191 + 34}{691} \times 100\% = 32{,}56\%$$

Ispitanici prema (ne)ostvarivanju prihoda od turizma

Podatci za izračun

Koliko ste sveukupno zadovoljni životom u mjestu	Skupina 1 (Ostvaruju prihod od turizma)		Skupina 2 (Bez prihoda od turizma)	
	n	%	n	%
U potpunosti nezadovoljan/na	19	6,4	62	15,8
Nezadovoljan/na	66	22,1	124	31,6
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na	84	28,1	111	28,3
Zadovoljan/na	103	34,4	88	22,4
U potpunosti zadovoljan/na	27	9,0	7	1,8
Ukupno	299	100,0	392	100,0

Skupina 1 (Ostvaruju prihod od turizma)

Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u mjestu

$$\%\ stanovnika\ zadovoljnih\ životom\ u\ destinaciji = \frac{103 + 27}{299} \times 100\% = 43{,}48\%$$

Skupina 2 (Bez prihoda od turizma)

Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u mjestu

$$\%\ stanovnika\ zadovoljnih\ životom\ u\ destinaciji = \frac{88 + 7}{392} \times 100\% = 24{,}23\%$$

Usporedba pokazatelja

Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u mjestu	Ukupno	32,56%
	Prihod od turizma	43,48%
	Bez prihoda od turizma	24,23%

Izračun po zonama – Ukupan skup ispitanika

Koliko ste sveukupno zadovoljni životom u mjestu	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4	Zona 5	Zona 6
U potpunosti nezadovoljan/na	1	67	7	0	1	0
Nezadovoljan/na	9	161	13	1	4	2
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na	14	142	23	3	11	0
Zadovoljan/na	17	126	25	7	13	0
U potpunosti zadovoljan/na	0	27	5	1	1	0
Ukupno	41	523	73	12	30	2
$\%\ stanovnika\ zadovoljnih\ životom\ u\ destinaciji$	41,46%	29,25%	41,10%	66,67%	46,67%	0,00%

Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga, Zona 2 Grad Zadar, Zona 3 Obalni dio, Zona 4 Ravni kotari, Zona 5 Podvelebitski dio, Zona 6 Gračac (Lički dio)

Udio stanovnika koji imaju pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta

Formula za izračun – pozitivan utjecaj

$$\%\ \text{stanovnika koji smatraju da turizam pozitivno utječe na identitet mjesta} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 4 ili 5 i na C1 i na C2}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanja C1 i C2}} \times 100\%$$

Formula za izračun – negativan utjecaj

$$\%\ \text{stanovnika koji smatraju da turizam negativno utječe na identitet mjesta} = \frac{\text{broj ispitanika s ocjenom 1 ili 2 na C1 ili na C2}}{\text{ukupni broj ispitanika koji su odgovorili na pitanja C1 i C2}} \times 100\%$$

Potrebne varijable: C1. Prema Vašem mišljenju, kako turistički razvoj utječe na duh Vašeg mjesta, na njegovu autentičnost? C2. Prema Vašem mišljenju, kako turistički razvoj utječe na očuvanje tradicije, običaja i kulture Vašeg mjesta?

Ukupan skup ispitanika

Podatci za izračun

Utjecaj turizma na identitet mjesta	Autentičnost		Očuvanje tradicije, običaja i kulture	
	C1		C2	
Turizam ima…	n	%	n	%
izrazito negativan utjecaj	176	25,6	150	21,9
negativan utjecaj	225	32,7	198	28,9
niti negativan, niti pozitivan utjecaj	142	20,6	178	26,0
pozitivan utjecaj	124	18,0	135	19,7
izrazito pozitivan utjecaj	21	3,1	23	3,4
Ukupno	688	100,0	684	100,0

Pozitivan utjecaj

Utjecaj turizma na identitet mjesta – autentičnost (C1)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ pozitivno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{124 + 21}{688} \times 100\% = 21{,}08\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta – očuvanje tradicije, običaja i kulture (C2)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ pozitivno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{135 + 23}{684} \times 100\% = 23{,}10\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ pozitivno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{21{,}08\% + 23{,}10\%}{2} = 22{,}09\%$$

Negativan utjecaj

Utjecaj turizma na identitet mjesta – autentičnost (C1)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ negativno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{176 + 225}{688} \times 100\% = 58{,}28\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta – očuvanje tradicije, običaja i kulture (C2)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ negativno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{150 + 198}{684} \times 100\% = 50{,}88\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ negativno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{58{,}28\% + 50{,}88\%}{2} = 54{,}58\%$$

Ispitanici koji ostvarivanju prihoda od turizma

Podatci za izračun

Utjecaj turizma na identitet mjesta	Autentičnost		Očuvanje tradicije, običaja i kulture	
	C1		C2	
Turizam ima…	n	%	n	%
izrazito negativan utjecaj	60	20,0	44	14,8
negativan utjecaj	65	21,7	71	23,8
niti negativan, niti pozitivan utjecaj	68	22,7	76	25,5
pozitivan utjecaj	88	29,3	86	28,9
izrazito pozitivan utjecaj	19	6,3	21	7,0
Ukupno	300	100,0	298	100,0

Pozitivan utjecaj

Utjecaj turizma na identitet mjesta – autentičnost (C1)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ pozitivno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{88+19}{300} \times 100\% = 35{,}67\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta – očuvanje tradicije, običaja i kulture (C2)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ pozitivno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{86+21}{298} \times 100\% = 35{,}91\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ pozitivno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{35{,}67\% + 35{,}91\%}{2} = 35{,}79\%$$

Negativan utjecaj

Utjecaj turizma na identitet mjesta – autentičnost (C1)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ negativno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{60+65}{300} \times 100\% = 41{,}67\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta – očuvanje tradicije, običaja i kulture (C2)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ negativno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{44+71}{298} \times 100\% = 38{,}59\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ negativno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{41{,}67\% + 38{,}59\%}{2} = 40{,}13\%$$

Ispitanici bez prihoda od turizma

Podatci za izračun

Utjecaj turizma na identitet mjesta	Autentičnost		Očuvanje tradicije, običaja i kulture	
	C1		C2	
Turizam ima…	n	%	n	%
izrazito negativan utjecaj	116	29,9	106	27,5
negativan utjecaj	160	41,2	127	32,9
niti negativan, niti pozitivan utjecaj	74	19,1	102	26,4
pozitivan utjecaj	36	9,3	49	12,7
izrazito pozitivan utjecaj	2	,5	2	,5
Ukupno	388	100,0	386	100,0

Pozitivan utjecaj

Utjecaj turizma na identitet mjesta – autentičnost (C1)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ pozitivno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{36+2}{388} \times 100\% = 9{,}79\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta – očuvanje tradicije, običaja i kulture (C2)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ pozitivno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{49+2}{386} \times 100\% = 13{,}21\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ pozitivno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{13{,}21\% + 9{,}79\%}{2} = 11{,}50\%$$

Negativan utjecaj

Utjecaj turizma na identitet mjesta – autentičnost (C1)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ negativno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{116+160}{388} \times 100\% = 71{,}13\%$$

Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u mjestu – očuvanje tradicije, običaja i kulture (C2)

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ negativno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{106+127}{386} \times 100\% = 60{,}36\%$$

Utjecaj turizma na identitet mjesta

$$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ negativno\ utječe\ na\ identitet\ mjesta = \frac{71{,}13\% + 60{,}36\%}{2} = 65{,}75\%$$

Usporedba pokazatelja

Utjecaj turizma na identitet mjesta **- pozitivan utjecaj -**	Ukupno	22,09%
	Prihod od turizma	35,79%
	Bez prihoda od turizma	11,50%
Utjecaj turizma na identitet mjesta **- negativan utjecaj -**	Ukupno	54,58%
	Prihod od turizma	40,13%
	Bez prihoda od turizma	65,75%

Izračun po zonama (pozitivan utjecaj) – Ukupan skup ispitanika

Koliko ste sveukupno zadovoljni životom u mjestu	Zona 1		Zona 2		Zona 3		Zona 4		Zona 5		Zona 6	
	C1	C2	C1	C2	C1	C2	C1	C2	C1	C2	C1	C2
U potpunosti nezadovoljan/na	14	10	141	124	14	9	1	1	2	3	0	0
Nezadovoljan/na	12	14	178	152	23	19	1	1	8	7	1	1
Niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na	7	9	104	125	15	25	5	6	9	10	0	1
Zadovoljan/na	9	9	82	99	16	16	5	3	10	8	1	0
U potpunosti zadovoljan/na	0	0	15	16	5	4	0	1	1	2	0	0
Ukupno	42	42	520	516	73	73	12	12	30	30	2	2
% stanovnika koji smatraju da turizam pozitivno utječe na identitet mjesta	21,43%		20,47%		28,08%		37,50%		35,00%		25,00%	
% stanovnika koji smatraju da turizam negativno utječe na identitet mjesta	59,52%		57,42%		44,52%		16,67%		33,33%		50,00%	

Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga, Zona 2 Grad Zadar, Zona 3 Obalni dio, Zona 4 Ravni kotari, Zona 5 Podvelebitski dio, Zona 6 Gračac (Lički dio)

Udio stanovnika pod umjerenim ili visokim stresom od turizma

Specifični pokazatelji održivosti proširuju analizu obveznih pokazatelja i omogućuju dublji uvid u načine na koje stanovnici doživljavaju turistički razvoj. Za razliku od obveznih pokazatelja, koji mjere osnovne aspekte zadovoljstva turizmom i percepciju pritisaka na prostor i resurse, specifični su usmjereni na šire društvene učinke turizma. Obuhvaćaju percepciju utjecaja turizma na kvalitetu života, na očuvanje identiteta mjesta te na razinu stresa povezanog s turističkom aktivnošću. Udio stanovnika pod stresom od turizma računa se **samo za one ispitanike koji su u posljednjih mjesec dana boravili u mjestu u kojem žive**, u ovom istraživanju takvih je bilo 682 (98,6%), a oni su procjenjivali deset tvrdnji o učestalosti stresa od turizma.

Varijabla D2. Učestalost emotivnih reakcija povezanih s turizmom (od D2_1 do d2_10)

- Rekodirane su varijable D2 4, 5, 7 i 8 (prema dokumentu Smjernice za provođenje istraživanja lokalnog stanovništva).
- Potom je kreirana nova varijabla **PSS** koja je nastala kao zbroj vrijednosti varijabla od D2_1 do D2_10.
- Varijabla predstavlja ukupni rezultat na skali percipiranog stresa (Perceived Stress Scale, PSS)

Ukupni rezultat na skali percipiranog stresa (Perceived Stress Scale, PSS)

Ispitanici	n	Minimum	Maksimum	Aritmetička sredina	Standardna devijacija
Ukupno	656	2	40	21,84	7,40
Ostvaruju prihod od turizma	286	2	40	19,50	7,35
Bez prihoda od turizma	370	3	40	23,65	6,92

Nakon izgrađene nove varijable kreirana je ona koja je ispitanike podijelila u tri skupine s obzirom na intenzitet stresa od turizma:

Niska razina stresa	PSS rezultat od 0 do 13
Srednja razina stresa	PSS rezultat od 14 do 26
Visoka razina stresa	PSS rezultat od 27 do 40

Podatci za izračun

Razina stresa	Ukupan skup ispitanika		Ostvaruju prihod od turizma		Bez prihoda od turizma	
	n	%	n	%	n	%
Visoka	155	23,6	45	15,7	110	29,7
Umjerena	413	63,0	180	62,9	233	63,0
Niska	88	13,4	61	21,3	27	7,3
Ukupno	656	100,0	286	100,0	370	100,0

Formula za izračun

Formula za izračun % stanovnika pod visokim stresom

$$\%\ \text{stanovnika pod visokim stresom} = \frac{\text{broj ispitanika s PSS rezultatom između 27 i 40}}{\text{ukupan broj ispitanika koji su na pitanje D1 odgovorili a)}} \times 100\%$$

Formula za izračun % stanovnika pod umjerenim stresom

$$\%\ \text{stanovnika pod umjerenim stresom} = \frac{\text{broj ispitanika s PSS rezultatom između 14 i 26}}{\text{ukupan broj ispitanika koji su na pitanje D1 odgovorili a)}} \times 100\%$$

Formula za izračun % stanovnika pod niskim stresom

$$\%\ \text{stanovnika pod niskim stresom} = \frac{\text{broj ispitanika s PSS rezultatom između 0 i 13}}{\text{ukupan broj ispitanika koji su na pitanje D1 odgovorili a)}} \times 100\%$$

Formula za izračun % stanovnika pod visokim ili umjerenim stresom

$$\%\ \text{stanovnika pod visokim ili umjerenim stresom} = \%\ \text{stanovnika pod visokim stresom} + \%\ \text{stanovnika pod umjerenim stresom}$$

Ukupan skup ispitanika

Stanovnici pod	% ukupan skup	% ostvaruju prihod od turizma	% bez prihoda od turizma
Visokim stresom	23,63%	15,73%	29,73%
Umjerenim stresom	62,96%	62,94%	62,97%
Niskim stresom	13,41%	21,33%	7,30%
$\%\ stanovnika\ pod\ visokim\ ili\ umjerenim\ stresom$	$23{,}63\% + 62{,}96\% = 86{,}59\%$	$15{,}73\% + 62{,}94\% = 78{,}67\%$	$29{,}73\% + 62{,}97\% = 92{,}70\%$

Usporedba pokazatelja

Stanovnici pod visokim Ili umjerenim stresom	Ukupno	86,59%
	Prihod od turizma	78,67%
	Bez prihoda od turizma	92,70%

Izračun po zonama – Ukupan skup ispitanika

Stanovnici pod	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4	Zona 5	Zona 6
Visokim stresom	4	61	13	5	4	0
Umjerenim stresom	25	316	42	5	17	2
Niskim stresom	12	121	14	1	5	0
Ukupno	41	498	69	11	26	2
$\%\ stanovnika\ pod\ visokim\ ili\ umjerenim\ stresom$	70,73%	75,70%	79,71%	90,91%	80,77%	100,00%

Zona 1 Otoci zadarskog arhipelaga, Zona 2 Grad Zadar, Zona 3 Obalni dio, Zona 4 Ravni kotari, Zona 5 Podvelebitski dio, Zona 6 Gračac (Lički dio)

Dodatni pokazatelji održivosti i razvoja destinacije

Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika

Potrebna varijabla: PH1. Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u Vašem mjestu – na lokalno gospodarstvo, okoliš, sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično.

Utjecaj turizma na svakodnevni život u destinaciji (na lokalno gospodarstvo, okoliš, sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično)	n	%	$\%\ stanovnika\ s\ pozitivnom\ percepcijom\ utjecaja\ turizma\ na\ kvalitetu\ života$
Smanjuje kvalitetu života	397	57,4	$= \frac{196 + 77}{692} \times 100\% = 39{,}45\%$
Pomaže u održanju kvalitete života	196	28,3	
Pomaže u unapređenju kvalitete života	77	11,1	
Nema nikakav učinak	22	3,2	
Ukupno	692	100,0	

Utjecaj turizma na izgled destinacije

Potrebna varijabla: PH2. Kako turistički razvoj utječe na izgled mjesta.

Utjecaj turizma na izgled destinacije	n	%	$\%\ stanovnika\ s\ pozitivnom\ percepcijom\ utjecaja\ turizma\ na\ izgled\ destinacije$
Puno ružnije	185	26,7	$= \frac{106 + 19}{392} \times 100\% = 18{,}06\%$
Ružnije	241	34,8	
Niti ružnije, niti ljepše	141	20,4	
Ljepše	106	15,3	
Puno ljepše	19	2,7	
Ukupno	692	100,0	

Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora

Potrebna varijabla: PH3. Što mislite o načinu korištenja javnog prostora u Vašem mjestu, je li turizam javni prostor učinio manje ili više prikladnim za Vaše potrebe?

Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora i prikladnost korištenja za potrebe stanovnika	n	%	$\%\ stanovnika\ s\ pozitivnom\ percepcijom\ utjecaja\ turizma\ na\ korištenje\ javnog\ prostora$
Puno manje	253	36,6	$= \frac{56+10}{691} \times 100\% = 9{,}55\%$
Manje	233	33,7	
Niti manje, niti više	139	20,1	
Više	56	8,1	
Puno više	10	1,4	
Ukupno	691	100,0	

Utjecaj turizma na iritaciju razinom buke u vrijeme turističke sezone

Potrebna varijabla: PH4. Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li buka veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?

Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone	n	%	$\%\ stanovnika\ uznemirenih\ bukom$
Veliki problem	312	45,7	$= \frac{312}{683} \times 100\% = 45{,}68\%$
Mali problem	216	31,6	
Nije problem	155	22,7	
Ukupno	683	100,0	

Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji

Potrebna varijabla: PH5. Što mislite o pretvaranju stanova i kuća u turističke apartmane i kuće za odmor.

Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na život u destinaciji	n	%	$\%\ stanovnika\ s\ negativnom\ percepcijom\ apartmanizacije$
Puno lošiji	314	45,4	$= \frac{314+205}{691} \times 100\% = 75{,}11\%$
Lošiji	205	29,7	
Niti lošiji, niti bolji	101	14,6	
Bolji	50	7,2	
Puno bolji	21	3,0	
Ukupno	691	100,0	

Utjecaj turizma na iritaciju neprimjereno odloženog otpada tijekom turističke sezone

Potrebna varijabla: PH6. Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li neprimjereno odlaganje otpada veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?

Iritacija neprimjereno odloženog otpada tijekom turističke sezone	n	%	$\%\ stanovnika\ uznemirenih\ neprimjereno\ odloženim\ otpadom$
Veliki problem	542	79,4	$= \frac{542}{683} \times 100\% = 79{,}36\%$
Mali problem	106	15,5	
Nije problem	35	5,1	
Ukupno	683	100,0	

Utjecaj turizma na iritaciju gužvom u prometu tijekom turističke sezone

Potrebna varijabla: PH7. Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li gužva u prometu veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?

Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone	n	%	$\%\ stanovnika\ uznemirenih\ gužvom\ u\ prometu$
Veliki problem	575	83,6	$= \frac{575}{688} \times 100\% = 83{,}58\%$
Mali problem	89	12,9	
Nije problem	24	3,5	
Ukupno	688	100,0	

Utjecaj turizma na iritaciju gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama

Potrebna varijabla: PH8. Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li gužva na ulicama/javnim površinama veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?

Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama	n	%	$\%\ stanovnika\ uznemirenih\ gužvom\ na\ ulicama\ javnim\ površinama$
Veliki problem	413	60,6	$= \frac{413}{682} \times 100\% = 60{,}56\%$
Mali problem	178	26,1	
Nije problem	91	13,3	
Ukupno	682	100,0	

Percepcija utjecaja turizma na rast troškova života

Potrebne varijable: P. Kako turizam utječe na: 1 cijene proizvoda u trgovinama, 2 cijene stambenog prostora, 3 cijene u ugostiteljstvu

Povećanje cijena zbog turizma	Trgovine	Stambeni prostor	Ugostiteljstvo
1 turizam ih znatno smanjuje	8	3	5
2	1	3	1
3	10	27	13
4	159	128	152
5 turizam ih znatno povećava	510	526	514
Ukupno	688	687	685
$\%\ stanovnika\ koji\ smatraju\ da\ turizam\ znantno\ povećava\ cijene$	97,24%	95,20%	97,23%

Ovisnost stanovnika grada/mjesta o prihodima od turizma kao udio stanovnika za koje je turizam glavni i dodatni izvor prihoda u ukupnom broju stanovnik

Potrebna varijabla: P11. Vama i/ili članovima Vaše uže obitelji turizam je kakav izvor prihoda.

Vama i/ili članovima Vaše uže obitelji turizam je	n	%
Glavni izvor prihoda	63	9,1
Dodatni izvor prihoda	237	34,2
Nemate nikakav prihod od turizma	392	56,6
Ukupno	692	100,0

Osobna ovisnost o prihodima od turizma

$Udio\ stanovnika\ kojima\ je\ turizam\ izvor\ prihoda = 9{,}10\% + 34{,}25\% = 43{,}35\%$

Dodatni pokazatelji zadovoljstva turističkom ponudom destinacije

Potrebne varijable: Zadovoljstvo ponudom P13.1 koju gostima pružaju destinacije u Zadarskoj županiji, P13.2 kulturnih sadržaja, 13.3 Gastronomije, 13.4 Outdoor aktivnosti, 13.5 Događaja i manifestacija, 13.6 Ruralnog turizma 13. 7 Nautičkog turizma (gdje je 1 – u potpunosti nezadovoljan/na, 5 – u potpunosti zadovoljan/na)

Zadovoljstvo ponudom	Zadarska županija	Kulturni sadržaji	Gastrono-mija	Outdoor aktivnosti	Događaji i manifestacije	Ruralni turizam	Nautička ponuda
1	187	170	153	135	150	106	61
2	224	197	218	195	227	195	109
3	201	204	190	220	196	251	214
4	65	88	95	103	90	104	206
5	15	31	32	35	25	32	99
Ukupno	692	690	688	688	688	688	689
% zadovoljnih stanovnika s turističkom ponudom destinacije	11,56%	17,25%	18,46%	20,06%	16,72%	19,77%	44,27%

Motiviranost za rad u turizmu

Koliko ste osobno motivirani za rad u turizmu?	Ukupni %
Uopće nisam motiviran/a	227
Slabo sam motiviran/a	139
Djelomično sam motiviran/a	155
Prilično sam motiviran/a	109
Vrlo sam motiviran/a	62
Ukupno	**692**
Udio motiviranih za rad u turizmu	52,89%
Udio nisko motiviranih za rad u turizmu	24,71%

Žrtvovanje radi turizma

Koliki dio svog identiteta, običaja i načina života biste bili spremni prilagoditi ili žrtvovati radi razvoja turizma i turističke zarade?

Žrtvovanje radi turizma	Ukupan skup	Spremnost na žrtvovanje
Iznimno malo	205	Niska 61,71%
Malo	222	
Niti puno, niti malo	167	
Puno	80	Visoka 14,16%
Iznimno puno	18	
Ukupno	692	

Postotak ukupnog dohotka iz turizma

Koliki postotak ukupnog dohotka vašeg kućanstva dolazi izravno ili neizravno iz turizma?

Postotak ukupnog dohotka iz turizma	Ukupan skup %	Udio
0 %	326	Bez prihoda iz turizma 47,11%
Do 10 %	98	Umjereni prihodi iz turizma 37,14%
11 – 25 %	84	
26 – 50 %	75	
51 – 75 %	35	Većinski prihodi iz turizma 10,26%
76 – 100 %	36	
Ne znam/ne želim odgovoriti	38	
Ukupno	692	

Zadovoljstvo razvojem komunalne infrastrukture

Zadovoljstvo razvojem komunalne infrastrukture u Zadarskoj županiji (vodoopskrba, odvodnja, prometnice, javna rasvjeta itd.)?

Zadovoljstvo razvojem komunalne infrastrukture	Ukupan skup %	Udio
Izrazito negativno	196	Nezadovoljni 56,40%
Negativno	192	
Nema utjecaja	162	
Pozitivno	119	Zadovoljni 20,06%
Izrazito pozitivno	19	
Ukupno	688	

Kako turizam utječe na stanje prirode i okoliša u Zadarskoj županiji

Stanje prirode i okoliša	Ukupan skup	%
Izrazito negativno	225	32,94
Negativno	303	44,36
Nema utjecaja	97	14,20
Pozitivno	50	7,32
Izrazito pozitivno	8	1,17
Ukupno	683	100,00

Građevinski potencijal

Koliko, prema vašem mišljenju, još ima građevinskog potencijala za nove, rekonstruirane ili dograđene turističke objekte u Zadarskoj županiji?

Građevinski potencijal	Ukupan skup %	Potencijal
Nikakav	243	Nizak
Mali	178	62,56%
Umjeren	136	
Velik	78	Visok
Iznimno velik	38	17,24%
Ukupno	673	

ZAKLJUČAK

Istraživanje je provedeno u skladu sa Smjernicama MINTS-a (2025) na uzorku od 692 stanovnika Zadarske županije. Uzorak je uravnotežen prema spolu i u granicama prihvatljivih odstupanja u odnosu na Popis 2021., što omogućuje pouzdano tumačenje rezultata bez dodatnog utežavanja. Većina ispitanika ima stalno prebivalište u županiji, a struktura uzorka ukazuje na visok udio radno aktivne i visokoobrazovane populacije.

Ključni nalazi pokazuju relativno nisku razinu zadovoljstva razvojem turizma u ukupnom uzorku (9,99%). Zadovoljstvo je osjetno veće među stanovnicima koji ostvaruju prihode od turizma (16,67%) nego među onima bez prihoda od turizma (4,86%), što potvrđuje da ekonomska uključenost snažno oblikuje stavove prema turizmu. Sličan obrazac vidljiv je i u procjeni utjecaja turizma na kvalitetu života: pozitivnu percepciju iskazuje 38,78% svih ispitanika, pri čemu je udio znatno viši među onima s prihodima od turizma(58,05%) nego među onima bez prihoda od turizma (23,97%). Opće zadovoljstvo životom u mjestu iznosi 32,56% i također je više u skupini s prihodima od turizma (43,48%) nego bez prihoda od turizma (24,23%).

U pogledu identiteta mjesta prevladavaju negativne percepcije gdje 54,58% ispitanika smatra da turizam negativno utječe na autentičnost i očuvanje tradicije, a samo 22,09% procjenjuje utjecaj pozitivnim. Pozitivne ocjene identiteta češće se javljaju u skupini s prihodima od turizma (35,79%) nego bez prihoda od turizma (11,50%). Konačno, udio stanovnika pod umjerenim ili visokim stresom od turizma je vrlo visok (86,59%), s izraženim razlikama između skupina budući da 78,67% među onima s prihodima od turizma naspram 92,70% među onima bez prihoda od turizma.

U cjelini, rezultati ukazuju na jasnu distribucijsku dimenziju koristi i opterećenja: što su kućanstva više ekonomski uključena, to su stavovi povoljniji, dok stanovnici koji ne ostvaruju prihode od turizma iskazuju veće nezadovoljstvo, jače negativne percepcije identiteta i višu razinu stresa. To je signal za ciljane mjere koje istodobno šire društvene koristi turizma i smanjuju percepciju pritisaka. Preporučuje se šire uključivanje lokalnog stanovništva u koristi od turizma kroz diverzifikaciju prilika za prihod te ciljane poticaje za lokalne poduzetnike i radnu snagu. Preporuka je jačati identitetske i kulturne komponente ponude programima očuvanja autentičnosti, interpretacijom baštine i uključivanjem zajednice u sukreiranje događanja.

Ovakav pristup može podići ukupnu prihvaćenost turizma, uravnotežiti koristi i opterećenja te dugoročno ojačati društvenu održivost turističkog razvoja u Zadarskoj županiji. Dobiveni nalazi predstavljaju važan doprinos izradi *Plana upravljanja turizmom Zadarske županije*, osobito u dijelu koji se odnosi na društvenu održivost i participaciju zajednice. Istraživanje omogućuje uvid u stvarne percepcije i potrebe stanovnika te pruža

temelje za definiranje mjera kojima se jača uključivanje lokalnog stanovništva u koristi od turizma, smanjuju društveni pritisci te povećava razina zadovoljstva životom u destinaciji. Time se osigurava da razvoj turizma Zadarske županije bude usklađen s interesima lokalne zajednice i načelima odgovornog upravljanja destinacijom.

Sažetak pokazatelja

Zadovoljstvo razvojem turizma	Ukupno	9,99%
	Prihod od turizma	16,67%
	Bez prihoda od turizma	4,86%
Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva	Ukupno	38,78%
	Prihod od turizma	58,05%
	Bez prihoda od turizma	23,97%
Utjecaj turizma na zadovoljstvo životom u mjestu	Ukupno	32,56%
	Prihod od turizma	43,48%
	Bez prihoda od turizma	24,23%
Utjecaj turizma na identitet mjesta **- pozitivan utjecaj -**	Ukupno	22,09%
	Prihod od turizma	35,79%
	Bez prihoda od turizma	11,50%
Utjecaj turizma na identitet mjesta **- negativan utjecaj -**	Ukupno	54,58%
	Prihod od turizma	40,13%
	Bez prihoda od turizma	65,75%
Stanovnici pod visokim Ili umjerenim stresom	Ukupno	86,59%
	Prihod od turizma	78,67%
	Bez prihoda od turizma	92,70%

PRILOG – UPITNIK

Istraživanje zadovoljstva stanovnika Zadarske županije turizmom u županiji

Poštovani,
u tijeku je nacionalno prikupljanje podataka o zadovoljstvu lokalnog stanovništva sa stanjem turizma u Zadarskoj županiji te provodimo prikupljanje Vaših stajališta o turizmu našeg mjesta. Ljubazno Vas molimo da izdvojite 5 minuta za anonimni upitnik te iskreno odgovorite na postavljena pitanja. Vaši zbirni odgovori bit će uključeni u Plan upravljanja našom destinacijom te se dostavljaju Ministarstvu turizma i sporta.
Vaša Turistička zajednica Zadarske županije

1) Imate li stalno prebivalište u Zadarskoj županiji?
( ) da
( ) ne

2) Mjesto u Zadarskoj županiji
( ) grad Benkovac
( ) grad Biograd na Moru
( ) grad Nin
( ) grad Obrovac
( ) grad Pag
( ) grad Zadar
( ) općina Bibinje
( ) općina Galovac
( ) općina Gračac
( ) općina Jasenice
( ) općina Kali
( ) općina Kukljica
( ) općina Kolan
( ) općina Lišane Ostrovičke
( ) općina Novigrad
( ) općina Pakoštane
( ) općina Pašman
( ) općina Posedarje
( ) općina Povljana
( ) općina Polača
( ) općina Poličnik
( ) općina Preko
( ) općina Privlaka
( ) općina Ražanac
( ) općina Sali
( ) općina Stankovci
( ) općina Starigrad
( ) općina Sukošan
( ) općina Sv. Filip i Jakov
( ) općina Škabrnja

( ) općina Tkon
( ) općina Vir
( ) općina Vrsi
( ) općina Zemunik Donji

3) Koliko ste dugo stanovnik Zadarske županije?
( ) manje od 1 godine
( ) od 1 do 5 godina
( ) od 6 do 10 godina
( ) više od 10 godina

4) Spol:
( ) muškarac
( ) žena
( ) ne želim se izjasniti

5) Dob u godinama:
( ) manje od 18
( ) 18 do 25
( ) 26 do 35
( ) 36 do 45
( ) 46 do 55
( ) 56 do 65
( ) 66 do 75
( ) 76 i više

6) Obrazovanje:
( ) srednja škola ili niže
( ) viša škola
( ) fakultet i viši stupnjevi
( ) bez odgovora/ne želim odgovoriti

7) Mjesečna primanja Vašeg kućanstva su:
( ) do 500 €
( ) 501 – 1.000 €
( ) 1.001 – 1.500 €
( ) 1.501 – 2.000 €
( ) 2.001 – 3.000 €
( ) 3.001 – 4.000 €
( ) 4.001 – 5.000 €
( ) 5.001 € i više
( ) ne znam/ne želim odgovoriti

8) Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 5:
Koliko ste sveukupno zadovoljni razvojem turizma u Zadarskoj županiji?

1 - u potpunosti nezadovoljan/na	**2 - nezadovoljan/na**	**3 - niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na**	**4 - zadovoljan/na**	**5 - u potpunosti zadovoljan/na**

9) Vama i/ili članovima Vaše uže obitelji turizam je:
( ) glavni izvor prihoda
( ) dodatni izvor prihoda
( ) nemate nikakav prihod od turizma

10) Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u Zadarskoj županiji – na lokalno gospodarstvo, okoliš, sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično. Uzimajući u obzir i dobre i loše strane turizma, smatrate li da turizam u Zadarskoj županiji:
( ) smanjuje kvalitetu života
( ) pomaže u održanju kvalitete života
( ) pomaže u unapređenju kvalitete života
( ) nema nikakav učinak

11) Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 5:

	1 - puno ružnije	**2 - ružnije**	**3 - niti ružnije, niti ljepše**	**4 - ljepše**	**5 - puno ljepše**
Kako turistički razvoj utječe na izgled Zadarske županije – postaje li ono uslijed turističkog razvoja ružnije ili ljepše?					

12) Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 5:

	1 - puno manje	**2 - manje**	**3 - niti manje, niti više**	**4 - više**	**5 - puno više**
Što mislite o načinu korištenja javnog prostora u Zadarskoj županiji, je li turizam javni prostor (gradske ulice i trgovi, zelene površine) učinio manje ili više prikladnim za Vaše potrebe?					

13) Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 5:

	1 - puno lošiji	**2 - lošiji**	**3 - niti lošiji, niti bolji**	**4 - bolji**	**5 - puno bolji**
Što mislite o pretvaranju stanova i kuća u turističke apartmane i kuće za odmor,					

postaje li život u Zadarskoj županiji zbog toga lošiji ili bolji?					

14) Kada pomislite na život u Zadarskoj županiji tijekom turističke sezone, predstavlja li:

	veliki problem	**mali problem**	**nije problem**
buka			
neprimjereno odlaganje otpada			
gužva u prometu			
gužva na ulicama/javnim površinama			

15) Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život Zadarskoj županiji – na lokalno gospodarstvo, okoliš, dostupnost javnih sadržaja, sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično. Uzimajući u obzir i dobre i loše strane turizma, smatrate li da turizam u Zadarskoj županiji:

( ) smanjuje kvalitetu života
( ) pomaže u održanju kvalitete života
( ) pomaže u unapređenju kvalitete života
( ) nema nikakav učinak

16) Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 5:

Općenito govoreći, koliko ste trenutno zadovoljni sa životom u Zadarskoj županiji.

1 - u potpunosti nezadovoljan/na	**2 - nezadovoljan/na**	**3 - niti nezadovoljan/na, niti zadovoljan/na**	**4 - zadovoljan/na**	**5 - u potpunosti zadovoljan/na**

17) Dodijelite izjavi ocjenu od 1 do 5.

Prema Vašem mišljenju, kako turistički razvoj utječe na:

	1 - turizam ima izrazito negativan utjecaj	**2 - turizam ima negativan utjecaj**	**3 - turizam ima niti negativan, niti pozitivan utjecaj**	**4 - turizam ima pozitivan utjecaj**	**5 - turizam ima izrazito pozitivan utjecaj**
duh Vašeg mjesta, na njegovu autentičnost					
očuvanje tradicije, običaja i kulture Vašeg mjesta					

Logic: Show/hide trigger exists.

18) Jeste li posljednjih mjesec dana većinom boravili u mjestu u kojem živite?

( ) da
( ) ne

19) Koliko ste osobno motivirani za rad u turizmu?
( ) uopće nisam motiviran/a
( ) slabo sam motiviran/a
( ) djelomično sam motiviran/a
( ) prilično sam motiviran/a
( ) vrlo sam motiviran/a

20) Koliki dio svog identiteta, običaja i načina života biste bili spremni prilagoditi ili žrtvovati radi razvoja turizma i turističke zarade?
( ) iznimno malo
( ) malo
( ) niti puno, niti malo
( ) puno
( ) iznimno puno

21) Koliko ste zadovoljni ukupnom turističkom:
gdje je 1 - u potpunosti nisam zadovoljan/na, a 5 - u potpunosti sam zadovoljan/na

	1	2	3	4	5
ponudom koju gostima pruža Zadarska županija					
potražnjom za boravkom u Zadarskoj županiji					

22) Kako biste ocijenili zadovoljstvo turističkom ponudom u Zadarskoj županiji u sljedećim kategorijama:
gdje je 1 - u potpunosti nisam zadovoljan/na, a 5 - u potpunosti sam zadovoljan/na

	1	2	3	4	5
Kulturna ponuda					
Gastronomija					
Outdoor aktivnosti					
Događaji i manifestacije					
Ponuda ruralnog turizma					
Nautička ponuda					

23) Koliki postotak ukupnog dohotka vašeg kućanstva dolazi izravno ili neizravno iz turizma?
( ) 0 %
( ) do 10 %
( ) 11 – 25 %
( ) 26 – 50 %
( ) 51 – 75 %
( ) 76 – 100 %
( ) ne znam/ne želim odgovoriti

24) Kako turizam utječe na:

	1 – turizam ih znatno smanjuje	2 – turizam ih smanjuje	3 – turizam nema utjecaj	4 – turizam ih povećava	5 – turizam ih znatno povećava
cijene proizvoda u trgovinama u Zadarskoj županiji					
cijene stambenog prostora u Zadarskoj županiji					
cijene u ugostiteljstvu u Zadarskoj županiji					

25) Kako turizam utječe na:

	1 – izrazito negativno	2 – negativno	3 – nema utjecaja	4 – pozitivno	5 – izrazito pozitivno
razvoj komunalne infrastrukture u Zadarskoj županiji (vodoopskrba, odvodnja, prometnice, javna rasvjeta itd.)?					
stanje prirode i okoliša u Zadarskoj županiji					

26) Koliko, prema vašem mišljenju, još ima građevinskog potencijala za nove, rekonstruirane ili dograđene turističke objekte u Zadarskoj županiji?
( ) nikakav
( ) mali
( ) umjeren
( ) velik
( ) iznimno velik

Logic: Hidden unless: #18 Question "Jeste li posljednjih mjesec dana većinom boravili u mjestu u kojem živite? " is one of the following answers ("da")
27) I posljednji set pitanja. Molimo Vas da navedete koliko često ste se u posljednjih mjesec dana osjećali ili razmišljali na određeni način zbog turizma u Zadarskoj županiji. Ne pokušavajte brojati koliko ste se puta osjećali na određeni način, već odaberite

odgovor koji se čini kao *razumna procjena*.

Koliko često ste se u posljednjih mjesec dana:

	nikad	**skoro nikad**	**ponekad**	**prilično često**	**vrlo često**
osjećali uznemireno zbog neočekivanih događaja povezanih s turizmom?					
zbog turizma osjećali da nemate kontrolu nad važnim stvarima u svom životu?					
zbog turizma osjećali nervozno i pod stresom?					
bili sigurni u svoju sposobnost za rješavanje svakodnevnih poteškoća koje stvara turizam?					
imali dojam da se turizam u Zadarskoj županiji razvija onako kako vi želite?					
osjećali da se zbog turizma ne možete nositi sa svim obvezama?					
bili u mogućnosti kontrolirati stresne podražaje koji su posljedica turizma u Zadarskoj županiji?					
imali dojam da ste se dobro prilagodili pritiscima turizma?					
ljutili zbog događaja uzrokovanih turizmom, a koji su bili izvan Vaše kontrole?					
imali osjećaj da su se poteškoće u životu uzrokovane turizmom toliko nagomilale da ih ne možete nadvladati?					

Hvala Vam!

Zahvaljujemo na sudjelovanju i Vašim iskrenim odgovorima.

Prilog 4. Integralna SWOT analiza

INTEGRALNA SWOT ANALIZA ZADARSKE ŽUPANIJE

RESURSNO-ATRAKCIJSKA OSNOVA

SNAGE	SLABOSTI
- **Raznolikost obalnog, otočnog, zaobalnog i planinskog prostora** Raznolikost prostora (obalnog, otočnog, zaobalnog i planinskog) omogućuje široku lepezu turističkih proizvoda i doživljaja. - **Prirodne turističke atrakcije i očuvan okoliš** Prirodne turističke atrakcije pružaju temelje za razvoj *outdoor* i eko turizma. - **Bogata kulturna i povijesna baština** UNESCO lokaliteti, bogata materijalna i nematerijalna kulturna baština koja je prisutna u svim mikrodestinacijama - **Geostrateška lokacija i dobra prometna povezanost** Centralna pozicija, dostupnost cestovnim, zračnim i pomorskim putem dodatno utječu na atraktivnost destinacije. - **Zakonom zaštićena područja (nacionalni park i parkovi prirode)** Zaštićena područja prirode predstavljaju značajne resurse za održivi turizam, edukaciju i rekreaciju. - **Prepoznatljive turističke atrakcije: Pozdrav suncu, Morske orgulje** Suvremene turističke instalacije (Morske orgulje i Pozdrav suncu) značajan diferencijator u ponudi *city-break* turizma. - **Smještajni kapaciteti s 5 zvjezdica** Smještajni kapaciteti 5* osiguravaju segmentaciju ponude za premium goste i motivira razvoj *MICE* i *wellness* turizma u pred- i postsezoni. - **Nautički turizam** Kvalitetne marine, velik broj vezova, charter i cruising promet stvaraju optimalne uvjete za cjelogodišnji razvoj nautičkog turizma. - **Kongresni centri** Kongresni prostori pružaju temelje za *MICE* turizam i sezonsku diversifikaciju ponude, produženje sezone. - **Plaže** Veliki broj prirodnih i uređenih plaža osigurava visoku konkurentsku prednost u odmorišnom turizmu. - **Solane** Tradicionalne solane (Pag i Nin) omogućuju kombinaciju kulturno-edukativnog i doživljajnog turizma te jačaju identitet destinacije. - **Zadarski barkarjoli**	- **Nepovoljan omjer komercijalnog i nekomercijalnog smještajnog kapaciteta** Dominacija privatnog, slabije kategoriziranog i neregistriranog smještaja ograničava prihode, standardizaciju usluge i održivo upravljanje destinacijom. - **Saturacija prostora u jače razvijenim turističkim zonama** Prekomjerna koncentracija turista u obalnim i otočnim destinacijama uzrokuje pritisak na okoliš i smanjuje kvalitetu boravka. - **Preopterećenost plaža na pojedinim lokacijama** Prenapučenost popularnih plaža u sezoni smanjuje zadovoljstvo gostiju i nosivost prostora. - **Nekontrolirana turistička izgradnja u obalnom dijelu** Nekritična urbanizacija i betonizacija obalnog pojasa bez prostornog reda narušava prirodni krajobraz i smanjuje dugoročnu atraktivnost. - **Neriješeni pravno-imovinski odnosi** Nejasni vlasnički odnosi nad zemljištem, turističkim zemljištem i pomorskim dobrom otežavaju planiranje i realizaciju investicija i javne infrastrukture. - **Neujednačena turistička razvijenost mikrolokacija** Velike razlike u razini turističke ponude i infrastrukture između priobalnih/otočnih područja i zaobalja/Ličkog dijela, što otežava cjelovitu valorizaciju županije. - **Dio JLS i dalje gospodarski i turistički nerazvijen** Određeni dio JLS nema dovoljno razvijene kapacitete, sadržaje ni promotivne aktivnosti, što ih čini nedovoljno konkurentnima. - **Nedostatak kvalitetnih ugostiteljskih kapaciteta** Prevladava ponuda brze prehrane i sezonskih lokala, dok je broj restorana s visokom kvalitetom i autentičnom ponudom vrlo ograničen. - **Sezonska dostupnost nekih atrakcija** Pojedine atrakcije funkcioniraju isključivo tijekom glavne sezone, što onemogućuje razvoj turizma izvan ljetnih mjeseci. - **Nedovoljna valorizacija i iskorištenost potencijala** Mnogi lokaliteti nisu uključeni u aktivnu turističku ponudu. Slaba promocija nepoznatijih atrakcija u zaleđu - **Nedostatak integriranog upravljanja i koordinacije** Nepovezanost JLS-a, turističkih zajednica i sektora zaštite prirode otežava održivo upravljanje resursima. - **Nedovoljna valorizacija kulturno povijesne i graditeljske baštine**

Očuvanje autohtone tradicija Zadarskih barkarjola kao unikatne kulturne komponente.	Nedovoljno ulaganje u očuvanje i prezentaciju baštine dovodi do njenog propadanja i nedostatka identiteta destinacije. - **Nepostojanje sustavnog gospodarenja i održavanja materijalne kulturne baštine** Bez redovitog gospodarenja materijalnom baštinom, ona postaje manje dostupna i ugrožena - **Nedovoljno ulaganje u zelenu infrastrukturu** Oslanjanje isključivo na prirodne resurse bez održive nadogradnje može dugoročno umanjiti njihovu vrijednost
PRILIKE	PRIJETNJE
- **NPOO** Financijska i reformska podrška razvoju zelene infrastrukture, digitalizacije, obrazovanja i otpornosti destinacije na krize. - **Fondovi EU** Veliki potencijal financiranja projekata obnove, modernizacije i digitalizacije kroz europske fondove za turizam, okoliš, mobilnost i obrazovanje. - **Digitalizacija i mapiranje atrakcija** Razvoj online platforme s cjelovitom bazom atrakcija i njihove valorizacije. Primjena digitalnih tehnologija omogućuju efikasnije upravljanje destinacijom, bolju promociju, praćenje turističkog ponašanja i personalizaciju ponude. - **Potencijal obrazovnih i istraživačkih institucija** Uključivanje lokalne zajednice i mladih u razvoj i promociju atrakcija. - **Interes turista za integralni proizvod županije** Razvoj tematskih ruta (kultura, gastronomija, povijest). Povezivanje obale i zaleđa kroz kulturno-povijesne i prirodne itinerare. - **Kontinuirane edukacije kadrova** Unaprjeđenje interpretacija atrakcija, kroz dodatne edukacije za certificiranog vodiča-interpretatora. - **Zelena transformacija** Usmjeravanje prema energetskoj učinkovitosti, korištenju obnovljivih izvora i održivom gospodarenju resursima otvara nova tržišta i poboljšava imidž destinacije. - **Zeleni prijevoz** Ulaganja u biciklističku i pješačku infrastrukturu te alternativne oblike mobilnosti pridonose smanjenju emisija i povećavaju atraktivnost destinacije za aktivne turiste. - **Svijest o održivom razvoju** Porast društvene i institucionalne svijesti omogućuje lakšu provedbu mjera očuvanja resursa i prihvaćanje održivih turističkih praksi. - **Javno-privatno partnerstvo kod aktivacije napuštene državne imovine, nova ulaganja** Aktivacija zapuštene državne imovine, revitalizacija napuštenih prostora i poticanje ulaganja kroz JPP	- **Klimatske promjene** Povećana učestalost ekstremnih vremenskih uvjeta, porast razine mora i suše prijete očuvanju prirodne baštine i turističkih atrakcija. - **Mogućnost onečišćenja i ekoloških katastrofa** Rizici povezani s povećanim prometom, lošim gospodarenjem otpadom i turizmom mogu ugroziti okoliš i reputaciju destinacije. - **Negativan utjecaj masovnog turizma** Prenapučenost, erozija prostora i pritisak na infrastrukturu mogu umanjiti atraktivnost ključnih lokacija. - **Prekomjerna turistička eksploatacija osjetljivih područja** Nacionalni parkovi, plaže i kulturne lokacije podložne su degradaciji bez kontrole broja posjetitelja i regulacije pristupa. - **Komercijalizacija i gubitak autentičnosti** Prekomjerni razvoj turizma može narušiti lokalni identitet i smanjiti kulturnu raznolikost regije. - **Nestabilnosti u globalnom prometu i sigurnosna pitanja** Vanjski faktori koji mogu utjecati na dolazak turista (pandemije, ratovi, inflacija). - **Težnja za ekonomskim ekstraprofitima** Naglasak na jednokratnim ekonomskim rezultatima be razmišljanja o prostornim, okolišnim i društvenima dimenzijama održivog razvoja

povećava ukupnu atraktivnost i funkcionalnost destinacije. - **Plan upravljanja turizma destinacija** Sustavno praćenje utjecaja turizma (npr. nosivosti, zadovoljstva, resursa) omogućuje prilagodbu politike u stvarnom vremenu i donošenje podataka utemeljenih odluka. – **Međusobne suradnje i sinergija JLS-a i NP, PP na području županije** Bolja koordinacija upravljanja atrakcijama i infrastrukturom na lokalnoj i regionalnoj razini rezultira sinergijskim efektima i ravnomjernim razvojem.	

JAVNA TURISTIČKA INFRASTRUKTURA, KOMUNALNA I PROMETNA INFRASTRUKTURA, DIGITALIZACIJA

SNAGE	SLABOSTI
- **Plaže** Veliki broj prirodnih i uređenih plaža sa značajnim potencijalom za tematsko uređenje i održivo upravljanje. - **Biciklističke i pješačke staze** 139 biciklističkih i 91 pješačka ruta pružaju temelje za razvoj aktivnog i *outdoor t*urizma, osobito u zaobalju i izvan glavne sezone. - **Planinarska infrastruktura** Kvalitetno uređene planinarske staze (4 glavne trase) podržavaju ponudu za rekreativce i ljubitelje prirode, osobito na području Velebita i Paklenice. - **Interpretacijski, edukacijski centri** 8 interpretacijskih i 9 centara za posjetitelje podupiru edukaciju, promociju prirodne i kulturne baštine te produžuju boravak turista. - **Označena arheološka nalazišta** Sustavno obilježena nalazišta povećavaju vrijednost kulturnog turizma i omogućuju razvoj tematskih ruta. - **Odmorišta i vidikovci** Više od 70 odmorišta i vidikovaca omogućuju interpretaciju krajolika i valorizaciju prirodne baštine u funkciji doživljajnog turizma. - **Speleološki centri** Pristup krškim fenomenima poput Cerovačkih špilja omogućava razvoj specijaliziranog, avanturističkog i edukativnog turizma. - **Dobra opremljenost luka i marina nautičkog turizam** Nautički turizam podržan je kvalitetnom infrastrukturom što stvara jaku konkurentsku poziciju. - **Učestalost brodskih linija** Najfrekventnija brodska linija u Hrvatskoj povezuje Zadar s Prekom na otoku Ugljanu.	- **Preopterećenost komunalne infrastrukture u ljetnim mjesecima** Nagli sezonski rast turista stvara pritisak na opskrbu vodom, kanalizaciju, otpad i energiju, osobito na otocima. - **Preizgrađenost prostora** Preizgrađenost prostora narušava vizualni identitet i prirodnu privlačnost destinacije, smanjuje kvalitetu boravka turista te ugrožava dugoročnu održivost turizma. - **Nepotpuna valorizacija i nedostatak koordiniranih baza podataka javne turističke infrastrukture** Infrastruktura nije dovoljno sustavno evidentirana ni dostupna kroz jedinstveni sustav (npr. GIS karte, mobilne aplikacije). - **Varijabilna kvaliteta i održavanje infrastrukture** Neki dijelovi infrastrukture su zapušteni, loše označeni, neodržavani ili fizički nepristupačni. - **Gospodarenje otpadom** Nedovoljno razvijena infrastruktura i sustav razvrstavanja otpada dovodi do preopterećenja, divljih deponija i negativne percepcije - **Nedefinirani pravni odnosi kod upravljanja JTI** Imovinsko-pravna nesređena situacija (npr. turističko zemljište, pomorsko dobro) otežava ulaganja i modernizaciju infrastrukture. - **Nedostatak parkinga** Manjak organiziranih i označenih parkirnih površina u sezoni stvara prometne gužve i nezadovoljstvo posjetitelja. - **Lokalni prijevoz ne prati dovoljno potrebe turista** Loša povezanost između atrakcija i smještaja, rijetke linije, nefleksibilan vozni red – sve to smanjuje mobilnost turista. - **Nedovoljna digitalizacija informacija javnog prijevoza**

- **Razvijena turistička signalizacija** Razvijena turistička signalizacija doprinosi boljoj orijentaciji posjetitelja i usklađenom vizualnom identitetu destinacije. - **Geografski položaj i dobra prometna povezanost** Centralna pozicija na Jadranu uz dostupnost autoceste, zračne i morske luke osigurava visoku pristupačnost destinacije. - **Putnički terminal Gaženica** Moderni terminal međunarodnog značaja (Zadar) podržava razvoj **cruising** turizma i povećava konkurentnost u pomorskom prometu. - **Zračna luka Zadar** Brza povezanost sa 20+ zemalja u sezoni (ljetni red letenja), s potencijalom za cjelogodišnje povezivanje i MICE turizam. - **Sigurnost** Visoka razina osobne i javne sigurnosti u destinaciji povećava atraktivnost i zadovoljstvo turista. - **Digitalna rješenja *smart city*** Implementacija pametnih sustava (npr. upravljanje prometom, info točke) podiže tehnološki standard turističke destinacije. - **Dostupnost mobilnih mreža u destinaciji/digitalna povezanost** Dostupnost 4G/5G mobilnih mreža održava digitalne servise i nomadski turizam. - **Korištenje informacijskih i komunikacijskih tehnologija u interpretaciji** Upotreba mobilnih aplikacija i digitalnih sadržaja obogaćuje doživljaj posjetitelja i omogućuje personalizaciju. - **Komunikacijske aktivnosti** Aktivna promocija županije i mikrodestinacija jača tržišni identitet i povećava interes posjetitelja. - **Nova digitalna rješenja** Poticanje razvoja digitalnih alata za interpretaciju, promociju i upravljanje turizmom unapređuje cjelokupni sustav destinacijskog menadžmenta. - **Organizirano praćenje kvalitete mora** Uspostavljeni sustav nadzora kakvoće mora doprinosi sigurnosti i brendiranju destinacije kao ekološki odgovorne.	Nedostatak aplikacija, digitalnih karata i informacija otežava snalaženje posjetitelja, osobito stranih turista. - **Nedostatak cjelogodišnjih međunarodnih avio linija** Sezonski karakter letova ograničava razvoj kongresnog i cjelogodišnjeg turizma. - **Nedostatak međunarodnih brodskih linija** Ograničen broj linija i njihova sezonalnost smanjuju povezanost s Italijom i Mediteranom. - **Nepostojanje željezničke povezanosti** Nepostojanje brze i funkcionalne željezničke mreže izolira županiju od kopnenih europskih tokova. - **Tehnološko zaostajanje u segmentima upravljanja komunalnom infrastrukturom** Nedovoljna digitalizacija u vodovodu, odvodnji i energetici usporava učinkovitost javnih usluga. - **Nedovoljna prilagođenost osobama s invaliditetom** Nedostaci u pristupačnosti plaža, kulturnih atrakcija i javnog prijevoza ograničavaju inkluzivnost turizma. - **Nepostojanje strateškog razvojnog dokumenta** Ne postoji koordinirani dokument koji bi usmjeravao sve razine upravljanja turizmom. - **Nedovoljna financijska sredstva** - Ograničen proračun jedinica lokalne samouprave i slabija mogućnost sufinanciranja projekata iz EU fondova. - **Nedovoljna razina digitalizacija javne uprave i usluga za građane** Ograničena dostupnost e-usluga za građane i posjetitelje smanjuje učinkovitost i transparentnost. - **Nedovoljno korištenje obnovljivih izvora energije** Turistički sektor i infrastruktura nisu dovoljno uključeni u tranziciju na zelenu energiju. - **Nedovoljna standardizacija i označavanje mreža biciklističkih staza** Nedovoljna standardizacija i promocija biciklističke infrastrukture ograničava razvoj cikloturizma. - **Sezonalnost korištenja javne turističke infrastrukture** Velik dio infrastrukture koristi se samo sezonski (plaže, odmorišta), što ograničava održivost ulaganja. - **Fizička degradacija infrastrukture zbog klimatskih promjena i masovnog korištenja** Obalne i planinarske staze izložene eroziji, rastuće opterećenje infrastrukture zbog povećanog broja turista. - **Nedovoljno ulaganje u održavanje komunalne infrastrukture** Zastarjeli objekti i sustavi bez redovitog održavanja postaju neefikasni i nesigurni - **Preopterećenje infrastrukture u vršnim mjesecima** Prekomjerne prometne gužve i turistički tokovi smanjuju doživljaj turista

	- **Nedovoljna međumjesna i međuotočna prometna povezanost** Nedostatak integriranog i cjelogodišnjeg prometa smanjuje dostupnost destinacije. - **Nepostojanje održive prometne strategije** Bez plana za zeleni i integrirani prijevoz raste ovisnost o automobilima i smanjuje dostupnost za sve skupine. - **Zastarjela prometna mreža u zaleđu i na otocima** Slaba cestovna infrastruktura u unutrašnjosti i na manjim otocima smanjuje investicijski i turistički potencijal tih područja. - **Neadekvatno uključivanje lokalne zajednice u planiranje** Razvoj infrastrukture bez participacije lokalnog stanovništva izaziva otpor i gubitak potpore. - **Fragmentiranost sustava digitalne promocije** Nepovezanost platformi, web-stranica i informacija otežava korisničko iskustvo turista i slabi digitalni imidž destinacije. - **Digitalni jaz između urbanih i ruralnih područja** Nejednaka digitalna razvijenost urbanih i ruralnih sredina stvara barijere u dostupnosti i informiranosti turista**.**
PRILIKE	PRIJETNJE
- **Strategija razvoja održivog turizma i zelena transformacija** Nacionalne smjernice podupiru tranziciju prema energetskoj učinkovitosti, očuvanju okoliša i socijalnoj inkluziji, te povećanje svijesti o značaju turističke održivosti. - **NPOO** Nacionalni plan oporavka osigurava financiranje ključnih infrastrukturnih i digitalnih projekata u turizmu. - **Uključivanje javnosti i lokalnih zajednica u razvoj i očuvanje infrastrukture** Lokalni dionici mogu doprinijeti mapiranju i održavanju sadržaja (posebno u manjim mjestima i otocima). - **Fondovi EU za modernizaciju postojećih objekata i javne infrastrukture** Mogućnosti sufinanciranja uređenja JTI, pametne mobilnosti, energetske obnove i edukacijskih programa. - **Održiva i pametna prometnih rješenja** Razvoj elektromobilnosti, biciklističke infrastrukture, javnog prijevoza i sustava "*park & ride*". - **Digitalizacija javnog prometa** Uvođenje pametnih sustava (info displeji, mobilne aplikacije) povećava dostupnost i učinkovitost prijevoza. - **Zeleni prijevoz** Promocija i implementacija električnih autobusa, bicikala i punionica usklađena s ciljevima održivog turizma. - **Svijest o održivom razvoju** Lokalna i globalna razina sve više podupiru odgovorne oblike putovanja i destinacije s održivim certifikatima. - **Potencijal kružnog gospodarstva**	- **Klimatske promjene** Porast temperature, manjak vode i prekomjerna upotreba infrastrukture ljeti mogu dovesti do pucanja sustava. - **Rizici informatičke i informacijske sigurnosti** Rastuća digitalizacija bez zaštitnih mehanizama povećava izloženost *cyber* prijetnjama. - **Prekomjeran broj rasta posjetitelja na popularnim lokacijama bez kontrole nosivosti** Neadekvatno upravljanje popularnim mjestima vodi do gubitka kvalitete doživljaja i degradacije prostora - **Prolongiranje realizacije otvaranja centra za gospodarenje otpadom Biljane Donje** Odgoda značajnog komunalnog projekta otežava cjelovito upravljanje otpadom u županiji. - **Rast potražnje koja uvjetuje preopterećenošću elektrodistribucijskog, vodovodnog, telekomunikacijskog sustava** Elektro, vodovodni i komunikacijski sustavi podložni su preopterećenju zbog rasta potražnje i slabe prilagodbe. - **Brzo zastarjevanje tehnologije** Digitalna rješenja, ako nisu kontinuirano održavana i nadograđivana, brzo postaju neupotrebljiva.

Inovativni modeli u kojima se turizam povezuje s lokalnom proizvodnjom, poljoprivredom i reciklažom jačaju otpornost destinacije. - **Edukacija lokalnog stanovništva za korištenje novih tehnoloških rješenja** Programi osposobljavanja i cjeloživotnog učenja omogućuju podizanje razine usluge i digitalne pismenosti. - **Javno-privatno partnerstvo** Suradnja na aktivaciji zapuštenih objekata, revitalizaciji infrastrukture i razvoju novih atrakcija. - **Orijentacija turista prema integralnom proizvodu destinacije** Korištenje infrastrukture kao temelja za razvoj tematskih ruta koje produljuju sezonu i povećavaju doživljaj (npr. vjerski turizam – hodočasničke staze, kulturne staze, eko-rute). - **Participativno upravljanje razvojem i očuvanjem infrastrukture** Lokalni dionici mogu doprinijeti mapiranju i održavanju sadržaja (posebno u manjim mjestima i otocima). - **Plan upravljanja turizmom destinacije** Sustavno praćenje utjecaja turizma (npr. nosivosti, zadovoljstva, resursa) omogućuje prilagodbu politike u stvarnom vremenu i donošenje podataka utemeljenih odluka. - **Potrebe turista za biciklističkim i pješačkim stazama te popratnom infrastrukturom** Ulaganja u infrastrukturu u zaleđu i otocima proširuju ponudu i povećavaju konkurentnost. - **Potencijal digitalnih vodiča i mobilnih aplikacija u privlačenju turista** Tehnološki alati poboljšavaju pristup informacijama, tumačenje i interaktivnost doživljaja. - **Mogućnosti valorizacije infrastrukture u funkciji cjelogodišnjeg poslovanja** Bolje korištenje postojećih resursa izvan sezone omogućuje cjelogodišnje poslovanje i disperziju turista.	

TURISTIČKI PROIZVODI I USLUGE

SNAGE	SLABOSTI
- **Sigurnost** Zadarska županija uživa reputaciju sigurne destinacije s visokom razinom javne sigurnosti i niskom stopom kriminala, što je ključan faktor pri odabiru destinacije. - **Novi smještajni kapaciteti s 5 zvjezdica** Otvorenje hotela visoke kategorije podiže standard ponude i omogućuje privlačenje gostiju više platežne moći. - **Gostoljubivost**	- **Nepovoljan omjer komercijalnog i nekomercijalnog smještajnog kapaciteta** Prevlada privatni smještaj s niskom kategorizacijom, dok hoteli i objekti visoke kategorije čine manji udio. - **Izražena sezonalnost** Većina dolazaka i noćenja koncentrirana je između lipnja i rujna, dok ostatak godine bilježi slabu popunjenost i aktivnosti. - **Nedovoljan kapacitet objekata visoke kategorije u komercijalnom smještaju**

Poznata po prijateljskom i srdačnom pristupu domaćina, destinacija ostvaruje visoke ocjene zadovoljstva turista. - **Autohtonost i autentičnost** Očuvani običaji, lokalna arhitektura, dijalekti i životni stil daju destinaciji prepoznatljiv identitet i vrijednost u doba sve veće potražnje za doživljajnim turizmom. - **Prepoznatljivost OPG-ova i njihovih proizvoda** Maslinovo ulje, maraska, paški sir, paška sol i vina predstavljaju simbol lokalne kvalitete i temelje enogastronomskog turizma. - **Nautički turizam** Snažna mreža marina i vezova, prirodno povoljan akvatorij te *charter* ponuda čine županiju jednom od vodećih na Jadranu za nautičare. - **Turizam brodova za kružna putovanja** Luka Gaženica omogućuje prihvat velikih *cruisera*, čime se povećava broj jednodnevnih posjetitelja i podiže internacionalna vidljivost destinacije. - **Razvijena i prepoznatljiva outdoor ponuda** Biciklizam, *trekking*, penjanje, kajak i druge aktivnosti u prirodi predstavljaju značajan adut za sezonsko širenje i brendiranje. - **Turistički eventi** Brojne fešte, ribarske večeri, gastro manifestacije i kulturni festivali osiguravaju atraktivnost ponude tijekom sezone ali i motiv dolaska u pred- i post sezoni - **Razvijena izletnička ponuda na temelju prirodnih resursa u destinaciji** Prirodni resursi omogućuju razvoj organiziranih tura za prirodu, planinarenje, kajakarenje, rafting i *birdwatching*. - **Razvijena kongresna infrastruktura** Veliki broj kongresnih dvorana, uključujući višenamjenske i hotelske prostore, stvara uvjete za razvoj *MICE* turizma i cjelogodišnje poslovanje. - **Poduzetničke aktivnosti u turizmu** Rastući broj malih poduzetnika i obrtnika u turizmu doprinosi razvoju specijaliziranih usluga i unikatnih doživljaja. - **Enogastronomija** Kombinacija lokalnih proizvoda, autohtone kuhinje i prepoznatljivih vina stvara diferenciranu ponudu. - **Ekoturizam (*birdwatching*, speleologija)** Rast interesa za boravkom u prirodi i aktivnostima niskog utjecaja (npr. *birdwatching*, speleologija) pozicionira županiju kao održivu destinaciju. - **Aktivnosti TZ Zadarske županije - poticanje razvoja posebnih programa i ostalih tur. usluga (vodiči,nautika, kongresni…)** Potpora razvoju nišnih oblika turizma (nautika, kongresi, vodiči, bike, eno-gastro) doprinosi raznolikosti i jačanju identiteta županije.	Ograničen broj hotela s 4 i 5 zvjezdica usporava razvoj *premium* i poslovnog turizma. - **Dominantan udio privatnog smještaja u strukturi smještajnih kapaciteta** Iako popularan, često je nereguliran, nestandardiziran i ne doprinosi cjelovitoj destinacijskoj strategiji. - **Prevelika koncentracija sezonskih ugostiteljskih objekata** Ugostiteljska ponuda je prostorno i vremenski neujednačena – većina objekata radi samo ljeti i koncentrirani su u centru. - **Neregistrirani iznajmljivači i siva ekonomija** Nepostojanje kontrole nad svim iznajmljivačima smanjuje prihod i narušava tržišnu ravnotežu. - **Nedovoljno kvalitetna ugostiteljska ponuda** Prevladava brza prehrana i neautentična ponuda, dok su vrhunski restorani i lokalni specijaliteti još uvijek nedovoljno zastupljeni. - **Nedovoljno obogaćena ponuda odmorišnog turizma** Iako su sunce i more glavni motivi dolaska, nije dovoljno obogaćena ponuda odmorišnog turizma dodatnim elementima ponude - **Nedovoljno profilirana ponuda pojedinih posebnih oblika turizma** Ponuda zdravstvenog, kulturnog, ruralnog, kreativnog turizma nije dovoljno razvijena i povezano promovirana. - **Politika cijena posebno u ugostiteljstvu i trgovini (*experience for money*)** Turisti često ne percipiraju dobru vrijednost za novac u ugostiteljstvu i trgovini, što može utjecati na ukupnu ocjenu destinacije. - **Nepostojanje strateškog razvojnog dokumenta** Nedostatak koordinirane strategije razvoja usporava usklađeno djelovanje svih dionika. - **Nedostatak autohtonih suvenira** Ograničena ponuda lokalno proizvedenih i autentičnih suvenira smanjuje dodanu vrijednost boravka turista. - **Nedovoljna povezanost turizma i poljoprivrede (OPG)** Nedovoljna suradnja između poljoprivrednih proizvođača i turističke ponude ograničava potencijal lokalne ekonomije. - **Nedovoljan broj turističkih agencija zaduženih za kreiranje složenih turističkih proizvoda i dovođenje gostiju u destinaciju** Manjak turoperatora i agencija koje nude integrirane turističke aranžmane smanjuje dolaske i dužinu boravka.

PRILIKE	PRIJETNJE
- **Promjene Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti** Omogućuju bolju regulaciju iznajmljivača, kategorizaciju i podizanje kvalitete usluge. - **Plan upravljanja razvojem turizma** Osmišljavanje novih sadržaja i inoviranja elemenata ponude u funkciji održivog razvoja destinacije - **Digitalni alati** Tehnologija omogućava modernu prezentaciju i prodaju proizvoda, online rezervacije, digitalno vođenje posjetitelja i personalizaciju ponude. - **Zelena transformacija i zeleni prijevoz** Investicije u ekološki prihvatljive oblike prometa, smještaja i usluga podupiru imidž odgovorne destinacije. - **Svijest o održivom razvoju** Sve više turista preferira održive destinacije i lokalno proizvedene proizvode, što otvara prostor za OPG-ove i eko proizvode. - **Javno-privatno partnerstvo** Suradnja lokalne samouprave s privatnim sektorom omogućuje revitalizaciju prostora razvoja i promocije turističkih proizvoda i usluga, čime se potiče održivi rast, bolja iskoristivost resursa i podizanje kvalitete turističke ponude. - **Nova ulaganja i ulazak globalnih brendova** Dovođenje renomiranih hotelskih i restoranskih brendova povećava vidljivost i standard ponude. - **Mjere Ministarstva i HTZ (pr. mjera *Local Host*/Vaš domaćin)** Poticanje transformacije privatnog smještaja u obiteljske hotele i profesionalizacija iznajmljivača. - **Potencijal strukovnih udruga u cilju povećanje kvalitete usluga** Kroz edukacije, standarde i promociju poboljšava se razina usluge i povezanost aktera u turizmu. - **Mogućnosti internacionalnih specijaliziranih eno-gastro vodiča u promociji destinacije i unaprjeđenju kvalitete ponude** Partnerstva s međunarodnim vodičima (Michelin, Gault&Millau) pozicioniraju županiju kao relevantnu destinaciju kvalitetne gastronomske ponude. - **Potencijal *storytellinga*** Kroz *storytelling* tj autentične priče o lokalnoj kulturi, povijesti i tradiciji stvara se snažan emocionalni doživljaj (i diferencijacija) na konkurentnom turističkom tržištu.	- **Inflacija i ekonomska kriza** Rast troškova smanjuje konkurentnost i dostupnost proizvoda gostima srednje platežne moći. - **Visoka porezna opterećenja** Otežava razvoj mikro i malih poduzetnika u turizmu. - **Globalne carine** Uvođenje ili povećanje carinskih nameta može poskupjeti uvoz opreme, hrane i materijala za turistički sektor, čime se smanjuje konkurentnost ponude - **Opterećenost parafiskalnim nametima** Brojni dodatni nameti, poput turističkih članarina i komunalnih davanja, opterećuju poslovanje malih turističkih poduzetnika i smanjuju njihovu isplativost. - **Spora i neefikasna administracija** Spora birokracija i nepovoljni uvjeti za ulaganje demotiviraju investitore i poduzetnike. - **Nepovoljno zakonodavno i investicijsko okruženje** Složenost procedura, sporost administracije i pravna nesigurnost destimuliraju ulaganja u razvoj novih turističkih sadržaja i infrastrukture - **Depopulacija prostora** Gubitak radne snage i potrošača negativno utječe na razvoj lokalne ponude. - **Smanjenje atraktivnosti zanimanja u turizmu** Neprivlačni radni uvjeti i sezonalnost smanjuju interes za profesionalno bavljenje turizmom. - **Klimatske promjene** Rizici za aktivnosti na otvorenom, poljoprivredu i prirodne atrakcije. - **Mogućnost onečišćenja i ekoloških katastrofa** Turistička atraktivnost može biti ozbiljno ugrožena incidentima poput zagađenja mora, požara ili nekontroliranog otpada, što šteti i ugledu destinacije. - **Ratni i politički sukobi** Vanjski faktori mogu naglo prekinuti dolazak gostiju. - **Aktivnost konkurenata** Druge domaće i međunarodne destinacije aktivno unaprjeđuju ponudu i promociju, što može smanjiti tržišnu atraktivnost Zadarske županije. - **Ulazak novih konkurenata** Pojava novih destinacija i brendiranih proizvoda s inovativnim iskustvima dodatno povećava konkurenciju i pritisak na lokalnu ponudu. - **Nove potrebe turista** Rastuća potražnja za održivim, autentičnim i personaliziranim doživljajima traži brze prilagodbe koje postojeća ponuda ne može uvijek ispuniti. - **Neprepoznavanje potreba suvremenih turista** Zanemarivanje trendova i očekivanja modernih putnika dovodi do nezadovoljstva gostiju i gubitka tržišne relevantnosti.

	- **Pad turističkog prometa sa bliskih i emitivnih tradicionalnih tržišta** Bilo zbog vanjskih faktora (rat, inflacija) ili promjene preferencija, gubitak gostiju s ključnih tržišta može izazvati negativne učinke na destinaciju. - **Brze promjene trendova na globalnom turističkom tržištu** Destinacije koje se ne prilagođavaju ubrzanoj transformaciji turističkih interesa (npr. digitalizacija, iskustveni turizam, regenerativni turizam) postaju neatraktivne i stagniraju. - **Rast globalnih platformi koje smanjuju lokalnu kontrolu nad uslugama** Dominacija OTA (npr. *Booking*, *Airbnb*) smanjuje profitabilnost lokalnih pružatelja usluga. - **Promjene na jednom ili nekoliko dominantnih emitivnih tržišta** Prevelik oslonac na turiste iz Njemačke, Austrije ili Slovenije povećava ranjivost na vanjske krize.

LJUDSKI POTENCIJALI

SNAGE	SLABOSTI
- **Tradicija pružanja usluga u turizmu, običaji i gostoljubivost** Povijesno ukorijenjeni običaji, srdačnost domaćina i uslužnost čine važan element identiteta destinacije i faktor zadovoljstva gostiju. - **Razvijeno strukovno obrazovanje u turizmu** Više strukovnih škola i programa usmjerenih na ugostiteljstvo, turizam i uslužne djelatnosti doprinosi kadrovskoj bazi sektora. - **Sveučilište u Zadru, Odjel za turizam, Veleučilište Baltazar Zaprešić, centar Biograd na Moru** Visokoobrazovne institucije s turističkim programima doprinosi znanstvenom, strateškom i upravljačkom razvoju sektora.	- **Nedostatak ljudskih potencijala u kvantiteti i kvaliteti** Nedovoljno kvalificiranih radnika u uslužnim zanimanjima i niska razina stručne prakse ograničavaju kvalitetu usluge. - **Niska motivacija domicilnog stanovništva za rad u turizmu** Sezonalnost, niske plaće i opterećenje tijekom ljeta demotiviraju lokalno stanovništvo za karijeru u turizmu. - **Nedostatak poduzetničke inicijative lokalnog stanovništva u turizmu** Domicilno stanovništvo ne pronalazi dovoljno motiva za poduzetničke inicijative u inoviranju turističke ponude - **Veliki udio djelatnika iz trećih zemalja** Djelatnici iz trećih zemalja nedovoljno poznaju jezik, tradiciju i običaje te ne mogu prezentirati autohtonu ponudu - **Mali udio tradicijskih obrta** Izumiranje obrta (npr. suhozidari, brodograditelji, čipkarice) smanjuje autentičnost ponude i prijenos znanja. - **Nepostojanje strateškog razvojnog dokumenta za razvoj ljudskih potencijala u turizmu** Nedostatak regionalne strategije razvoja ljudskih potencijala onemogućava sustavno planiranje obrazovanja i zapošljavanja.
PRILIKE	PRIJETNJE
- **Strategija razvoja održivog turizma** Nacionalna strategija uključuje mjere za obrazovanje, stručno usavršavanje i promociju turizma kao karijere. - **Fondovi EU** Ostvarivanje EU projekata u funkciji poboljšavanja uvjeta obrazovanja u turizmu - **Edukacija putem internetskih platformi**	- **Nepovoljno zakonodavno i investicijsko okruženje** Ograničava zapošljavanja i mobilnosti radne snage u turizmu. - **Odljev mladih i kvalificiranih u inozemstvo** Iseljavanje i rad u inozemstvu uzrokuju manjak stručnog kadra i znanja. - **Negativna percepcija atraktivnosti zanimanja u turizmu**

Digitalne edukacije, certificirani tečajevi i *e-learning* omogućuju širenje znanja i pristup učenju neovisno o lokaciji. - **Uključivanje učenika i studenata u praktične aktivnosti radi povećanja kompetentnosti** Praksa, sezonski rad i mentorski programi pomažu u razvoju kompetencija i privikavanju mladih na realno radno okruženje. - **Stipendije (npr. Ministarstva turizma i sporta)** Financijska potpora učenicima i studentima turističkih smjerova povećava motivaciju i dostupnost obrazovanja. - **Umrežavanje obrazovnih ustanova i poslodavaca u turizmu** Jačanje suradnje škola, fakulteta i turističkog sektora potiče relevantnost kurikuluma i lakši prijelaz iz obrazovanja na tržište rada. - **Regionalni centri kompetentnosti u turizmu i ugostiteljstvu** Predstavlja strateški okvir za razvoj kvalitetnog kadra kroz suvremene programe obrazovanja, praktične vještine i usklađivanje s potrebama tržišta rada. - ***Erasmus* razmjena studenata** Omogućava boravak na stranoj instituciji u funkciji širenja kompetencija i afirmacije europskog prostora znanja, učenja drugih kultura i običaja - **Svijest i promocija zanimanja u turizmu** Potiče interes mladih za karijere u turizmu kroz ranu edukaciju, upoznavanje s lokalnim potencijalima i uključivanje u turističke projekte i aktivnosti.	Loša percepcija sektora među mladima i nesigurni uvjeti rada smanjuju interes za obrazovanje i karijeru u turizmu. - **Ratni i politički sukobi** Geopolitičke nestabilnosti i zdravstvene krize ugrožavaju sigurnost tržišta rada i turizma. - **Nepovoljni demografski izazovi** Starenje populacije i iseljavanje mladih smanjuju raspoloživu radnu snagu, osobito u manjim mjestima i na otocima. - **Depopulacija ruralnih i otočnih područja** Smanjuje dostupnu radnu snagu i potencijal za razvoj lokalnih resursa. - **Izostanak snažnijih mjera (strategije) na nacionalnoj razini za zadržavanje stanovništva** Bez mjera za poticanje ostanka i povratka stanovništva smanjuje se kapacitet lokalnih zajednica. - **Pad interesa mladih za obrazovanje i karijeru u turizmu** Niska atraktivnost turističkih zanimanja zbog percepcije loših uvjeta rada i nedostatka dugoročne perspektive smanjuje broj budućih stručnjaka u sektoru. - **Jaka konkurencija u privlačenju radne snage iz inozemstva** Destinacije iz drugih zemalja nude povoljnije uvjete rada, što otežava Zadarskoj županiji zadržavanje i privlačenje kvalificirane radne snage. - **Sezonalnost i nesigurnost zaposlenja koja demotivira kvalitetne radnike** Ovisnost o sezonskom turizmu stvara nestabilna radna mjesta, čime se smanjuje interes radnika za dugoročno zaposlenje u sektoru.

PRISTUPAČNOST OSOBAMA SA INVALIDITETOM

SNAGE	SLABOSTI
- **Razvijena svijest o potrebi unaprjeđenja komunalne infrastrukture za osobe s invaliditetom** Lokalna i regionalna razina prepoznaje važnost uključivanja osoba s invaliditetom u turističke tokove te postoje inicijative za unapređenje infrastrukture. - **Objekti prilagođeni za prihvat osoba s invaliditetom** Određeni hoteli, plaže i javne institucije već imaju implementirane standarde pristupačnosti (rampe, liftovi, sanitarni čvorovi). - **Kvalitetna suradnja sa Županijskom udrugom za osoba s invaliditetom** Aktivna komunikacija i savjetodavna uloga udruga doprinose oblikovanju politika i projekata usmjerenih inkluzivnosti. - **Digitalna pristupačnost – web stranice Zadar.travel i TZ-a prilagođene slabovidnima**.	- **Neprilagođena komunalna infrastruktura** Veći dio javnih površina (pločnici, prijelazi, objekti) nije u skladu sa standardima pristupačnosti, što ograničava kretanje osoba s invaliditetom. - **Nepovoljna struktura smještajnih kapaciteta prilagođenih za osobe sa invaliditetom** Manji broj smještajnih objekata ima fizičku pristupačnost i prilagođene sobe, sanitarne prostore i oznake. - **Nedovoljna svijest o potrebi prilagodbe smještajnih kapaciteta za osobe s invaliditetom** Iznajmljivači i mali hoteli često nisu svjesni važnosti pristupačnosti, niti uključeni u edukacijske ili poticajne mjere - **Nedovoljna prilagođenost pojedinih atrakcija osobama s invaliditetom** Kulturna i prirodna dobra, muzeji, vidikovci, staze i drugi sadržaji često nisu dostupni osobama u invalidskim kolicima ili sa senzornim oštećenjima. - **Velik dio javnog prijevoz nedostupan osobama s invaliditetom**

Službene turističke web stranice koriste pristupačne alate i dizajn koji omogućuje jednostavno korištenje osobama sa oštećenjem vida, uključujući podršku za čitače ekrana i visoki kontrast. - **Zračna luka Zadar osigurava asistenciju i pristup osobama s invaliditetom.** Zračna luka Zadar pruža usluge asistencije, pristupne rampe i infrastrukturnu prilagodbu osobama s invaliditetom kako bi im omogućila sigurno i dostojanstveno putovanje.	Autobusi i brodski prijevoz nisu opremljeni rampama, dizalicama niti prilagođenim pristupima, što ograničava mobilnost. - **Needuciranost osoba koje su u kontaktu sa osobama s invaliditetom** Nedostatak specifične edukacije turističkih djelatnika i javnih službenika otežava kvalitetnu komunikaciju i podršku osobama s invaliditetom. - **Nepostojanje strateškog razvojnog dokumenta** Nedostatak formalnog plana razvoja inkluzivnog turizma usporava sustavno planiranje i financiranje prilagodbi. - **Nepostojanje suvenira za osobe sa invaliditetom** Manjak taktilnih, audiovizualnih i osjetilnih suvenira prilagođenih osobama s invaliditetom smanjuje doživljaj destinacije.
PRILIKE	PRIJETNJE
- **EU fondovi** Mogućnosti sufinanciranja (npr. ITU mehanizmi, fondovi za socijalnu inkluziju) za prilagodbu prometnica, objekata, plaža, muzeja i javnog prijevoza. - **Digitalizacija dostupnih sadržaja** Online karte pristupačnih lokacija, mobilne aplikacije i platforme za rezervaciju, prilagodba web stranica omogućuju lakše planiranje boravka osobama s invaliditetom. - **Potencijal prilagođenih digitalnih vodiča** Aplikacije s tekstom u govoru, audiovodiči, titlovi i taktilni vodiči poboljšavaju pristup informacijama osobama s motoričkim i senzornim oštećenjima. - **Mjere Ministarstva i HTZ** Potpore za prilagodbu objekata, edukaciju djelatnika i uključivanje pristupačnosti u standarde kvalitete. - **Potencijal TURBO projekta** Nacionalna platforma za razvoj pristupačnog turizma kroz infrastrukturu, edukaciju i digitalne alate može se primijeniti i na županijskoj razini. - **Promocija destinacije kao „turizam za sve“** Pozicioniranje Zadarske županije kao inkluzivne destinacije pridonosi društvenoj odgovornosti i povećava njezinu vidljivost na međunarodnom tržištu koje traži pristupačne turističke opcije.	- **Neprepoznavanje potreba turista s invaliditetom** Zanemarivanje inkluzije dovodi do isključivanja tržišnog segmenta s rastućom potražnjom. - **Nedovoljna osjetljivost i percepcija turista s invaliditetom** Nedovoljna osviještenost može dovesti do pasivnog odbacivanja potreba osoba s invaliditetom. - **Aktivnosti konkurenata u privlačenju turista s invaliditetom** Pojedine receptivne zemlje nude puno prihvatljivija rješenja i konkurentniju turističku ponudu osobama s invaliditetom

9. STUPANJE NA SNAGU

Plan upravljanja destinacijom za područje Zadarske županije do 2029. godine stupa na snagu osmog dana od dana objave u „Službenom glasniku Zadarske županije“.

REPUBLIKA HRVATSKA ZADARSKA ŽUPANIJA ZADARSKA ŽUPANIJSKA SKUPŠTINA

PREDSJEDNICA

Ingrid Melada