

KOMPATIBILNOST TURIZMA I MARIKULTURE NA PODRUČJU SREDNJEG JADRANA U HRVATSKOJ

Vidović, Dora

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:585359>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-28**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

Diplomski sveučilišni studij

Turizam i hotelijerstvo

DIPLOMSKI RAD

**KOMPATIBILNOST TURIZMA I
MARIKULTURE NA PODRUČJU SREDNJEG
JADRANA U HRVATSKOJ**

Mentor:

prof. dr. sc. Želimir Dulčić

Student:

Dora Vidović 2182173

Split, 2020.

Zahvaljujem se profesoru i mentoru prof. dr. sc. Želimiru Dulčiću na motivaciji i pomoći pri izboru teme te na pristupačnosti i savjetima pri izradi rada.

Hvala mojim roditeljima, sestri i bratu na podršci i strpljenju. Uz vas je ovaj životni put bio lakši.

Posebno hvala mom Chrisostomosu koji je uvijek vjerovao u mene.

Ευχαριστώ τον καθηγητή και τον μέντορα prof. dr. sc. Želimir Dulčić για το κίνητρο και τη βοήθεια στην επιλογή αυτού του θέματος, και επίσης για τη συνεχή υποστήριξη και συμβουλή καθώς εγώ έγραφα αυτή την ερευνητική εργασία.

Θέλω να ευχαριστήσω τους γονείς, την αδελφή και τον αδελφό μου για την υποστήριξη και την υπομονή τους.

Μαζί σας, αυτή η διαδρομή ζωής ήταν ευκολότερη.

Ιδιαίτερα θέλω να ευχαριστήσω τον Χρυσόστομο μου που πάντα πίστευε σε εμένα.

SADRŽAJ

1. Uvod.....	4
1.1. Predmet istraživanja.....	4
1.2. Istraživačke hipoteze.....	7
1.3. Ciljevi istraživanja.....	8
1.4. Metode istraživanja.....	9
1.5. Doprinos istraživanja.....	10
2. Analiza razvoja marikulture Srednjeg Jadrana.....	12
2.1. Razvoj marikulture Srednjeg Jadrana.....	12
2.2. Razlika između morske ribe iz uzgoja i divlje morske ribe.....	14
3. Analiza razvoja turizma Srednjeg Jadrana i utjecaj kriza na turizam i marikulturu.....	18
3.1. Razvoj turizma Srednjeg Jadrana.....	18
3.2. Turizam u Hrvatskoj u uvjetima krize.....	25
3.3. Posljedice na marikulturu uzrokovane kriznim stanjem.....	28
4. Kompatibilnost marikulture i turizma Srednjeg Jadrana.....	31
4.1. Usklađenost marikulture i turizma Srednjeg Jadrana.....	31
4.2. Utjecaj razvoja turizma na okoliš.....	33
4.3. Utjecaj razvoja marikulture na okoliš.....	36
5. Metodologija istraživanja i opće karakteristike anketnog upitnika.....	39
5.1. Opis anketnog upitnika i uzorka istraživanja.....	39
5.2. Način obrade prikupljenih podataka.....	39
6. Analiza podataka i rezultati istraživanja.....	40
6.1. Analiza prikupljenih podataka.....	40
6.2. Analiza hipoteze istraživanja.....	61
7. Zaključak.....	67
8. Sažetak.....	68
9. Summary.....	69

LITERATURA.....	70
POPIS TABLICA.....	77
POPIS GRAFIKONA.....	79
PRILOZI.....	81

1. Uvod

1.1. Predmet istraživanja

Djelatnost uzgoja ribe u zemljama Sredozemlja razvija se eksponencijalno u posljednjih 15 godina te se smatra jednim od najbrže rastućih sektora u proizvodnji hrane. Turizam, kao glavni izvor prihoda većine sredozemnih zemalja, često se natječe s marikulturom za raspoloživi obalni prostor, i to na područjima s visokom kvalitetom morske vode.¹

Predmet istraživanja rada je utvrditi ovisnost razvoja marikulture o razvoju turizma na području Srednjeg Jadrana. Dakle, utvrditi kakve bi se promjene dogodile u marikulturnom gospodarstvu ako turizam oslabi na obalnom i priobalnom području. Nadalje, prikazat će se međuodnos turizma i marikulture, tj. utječu li pozitivno ili negativno na prirodni okoliš, hoće li se povećati kapaciteti uzgoja morske ribe s razvojem turizma i povećanjem dolazaka turista tijekom godina, predstavlja li turizam u nekim segmentima problem razvoju marikulture i sl. Provedenom analizom rada ispitat će se jesu li turizam i marikultura, kao dvije bitne gospodarske grane Hrvatske, kompatibilne. Odnosno, mogu li zajedno funkcionirati u istom sustavu bez međusobnog ometanja.

Marikulturni uzgoj ribe je vrsta djelatnosti koja može pridonijeti oživljavanju poduzetništva i povećanju zaposlenosti na otocima, povećanju izvoza i novčanih prihoda stanovništva. Govoreći o turizmu, marikulturna djelatnost pridonosi poboljšanju opskrbe turista zdravom hranom.² Marikultura, također, ima mogućnost proširivanja iskustava turista te utjecaj u poboljšanju imidža Hrvatske osiguravanjem visokokvalitetne hrane povoljne cijene. Iznimno je važno da pri porastu proizvodnje ne dođe do narušavanja prirodne ravnoteže okoliša koji je ujedno temelj hrvatskog turističkog proizvoda. Daljnjim istraživanjem ispitat će se utjecaj (pozitivan/negativan) marikulture na turistički razvoj lokalne zajednice, posebice onih koji žive na otocima (u blizini ribogojilišnih zona na moru). U dokumentu „Prijedlog strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine“ navedeno je kako bi se Hrvatski proizvođači trebali više povezati s turističkim sektorom da se kvalitetni domaći

¹ Katavić, I. (2003): Učinci kaveznih uzgajališta riba duž istočne obale Jadrana na morski okoliš, *Croatian Journal of Fisheries*, 61(4), str. 175-194.

² Žuvela, I. (2000): Konceptija i strategija razvitka pomorskog gospodarstva Hrvatske, *Pomorski zbornik*, 38(1), str. 11-60.

proizvodi predstave međunarodnoj potražnji (jačanje njihove konkurentske sposobnosti). Dakle, oblik klasterskog udruženja treba biti smjer budućeg razvoja.³

Marikultura je jedinstvena grana akvakulture (uzgoj vodenih organizama) te se odnosi na kontrolirani uzgoj riba, rakova, mekušaca i vodenoga bilja u morskoj ili bočatoj vodi. Proces uzgoja odvija se u posebnim bazenima, plutajućim kavezima i sl. koji se nalaze u priobalnom morskom području. Proizvodnja morske ribe na području Hrvatske započela je 1980-ih godina. Glavne zone proizvodnje bile su u Zadru, Splitu, Rovinju i Šibeniku te nekoliko obiteljskih gospodarstava na obali i otocima.⁴ Za Hrvatsku marikulturu u današnjem vremenu karakteristična su dva pristupa uzgoju: veće farme s godišnjom proizvodnjom od 200 do 700 tona te manje farme obiteljskog tipa kapaciteta ispod 50 tona koje su nastajale angažiranjem vlastitog kapitala.⁵

Na području Hrvatske uzgajaju se bijela riba, plava riba i školjkaši. Od bijele ribe najviše se uzgajaju vrste *Dicentrarchus labrax* i *Sparus aurata*, tj. poznatiji pod nazivom lubin i komarča. Godišnje se uzgoji oko 4.000 tona lubina i komarči za prodaju i distribuciju, dok se u mrijestilištima proizvede oko 20 milijuna komada mlađi (lubin i komarča). Uzgoj plave ribe, odnosno, proces uzgoja tune (*Thunnus thynnus*) odvija se na način da se ulove manje tune u prirodi (8-10 kg) te se dalje uzgajaju u plutajućim kavezima (poluzaštićena i otvorena područja Srednjeg Jadrana) u kojima se uzgajaju do tržišne veličine (30 kg). Godišnje se proizvodi oko 5.000 tona tune koja je namijenjena japanskom tržištu. Uzgoj školjkaša podrazumijeva uzgoj *Mytilus galloprovincialis* i *Ostrea edulis*, odnosno, dagnje i kamenice. Uzgajaju se u posebno kontroliranim područjima te godišnja proizvodnja iznosi oko 3.000 daganja i oko 2 milijuna kamenica (prodaja se vrši na domaćem tržištu).⁶

Za potrebe istraživanja u radu će se analizirati proces razvoja i utjecaja marikulture na području Srednjeg Jadrana. Ukupna proizvodnja u marikulturi na području Hrvatske tijekom 2014. godine iznosila je 9.960 tona te se bilježi porast proizvodnje u 2018. godini na 16.782 tone.⁷

Prilikom procesa planiranja područja za uzgoj ribe izbjegavaju se dijelovi mora koji bi na bilo koji način ugrozili ili onemogućili sigurnu plovidbu na moru. Nadalje, veliki utjecajni faktor

³ <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Strategija-turizam-2020-veljaca2013.pdf>

⁴ <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=38940>

⁵ Katavić, I., i Vodopija, T. (2001): Razvojne mogućnosti marikulture u Republici Hrvatskoj, Croatian Journal of Fisheries, 59(2), str. 71-84.

⁶ <https://ribarstvo.mps.hr/default.aspx?id=79>

⁷ <https://ribarstvo.mps.hr/default.aspx?id=14>

predstavlja rastući sektor turizma i prostori karakteristični po bioraznolikosti (biljni i životinjski organizmi).⁸ Lokacije za uzgoj morske ribe i školjkaša određuju se prema prostornim planovima s obzirom na dvije vrste kriterija, prema biofizičkim značajkama (dubina, valovi, izloženost otvorenom moru i sl.) i prema potrebnoj infrastrukturi (dostupnost električne energije, doprema hrane, i sl.).⁹

Na području Srednjeg Jadrana nalazi se približno 46 uzgajivača marikulture.¹⁰ Zbog razvoja turizma, tj. povećane potražnje za destinacijama na području Jadrana, došlo je do izgradnje mnogih ugostiteljskih objekata. Određena količina ribe za turizam koja se ne može dobiti ulovom (riba koja nije iz uzgoja) zahtijeva potražnju za velikim količinama ribe uzgojenim na jednom mjestu. Proizvodnja ribe je veća od potrošne količine u Hrvatskoj te se na turizam gleda kao na sredstvo za potražnju za tom ribom.

Hrvatski turizam značajna je gospodarska grana Republike Hrvatske. Svoje početke bilježi sredinom 19. st. te se tijekom godina uspješno razvijao, a danas je Hrvatska prepoznata kao zemlja s rastućim brojem posjetitelja i kao iznimno atraktivna turistička destinacija. Na području Srednjeg Jadrana nalaze se dva velika turistička centra – grad Zadar (sjeverna Dalmacija) i Split (srednja Dalmacija). Ovo područje Dalmacije poznato je i po manjim turističkim središtima (manji gradovi), primorskim naseljima i otocima.¹¹ Prema podacima DZS-a ukupni dolasci stranih turista na području Srednjeg Jadrana za 2018. godinu iznose 1.453.353 dolazaka (Zadarska županija), 827.424 dolazaka (Šibensko-kninska županija) te 3.208.794 dolazaka (Splitsko-dalmatinska županija). Broj noćenja (2018) stranih turista je zabilježen u iznosu od 8.574.859 noćenja (Zadarska županija), 4.904.962 noćenja (Šibensko-kninska županija) i 16.588.473 noćenja (Splitsko-dalmatinska županija).¹²

Nakon provedene analize podataka prikupljenih od Državnog zavoda za statistiku, vidljivo je da se broj turista (stranih i domaćih) povećava tijekom godina što znači da je turizam značajan generator gospodarskog razvoja na području Srednjeg Jadrana (ali i ostalih dijelova Hrvatske). Neki od zastupljenih oblika turizma na području Dalmacije su kulturni turizam, ekoturizam, nautički turizam, sportski turizam i sl. Što se tiče gastronomskog oblika turizma, u Dalmaciji

⁸ <http://www.rra-sibenik.hr/upload/stranice/2015/12/2015-12-21/64/studijamapiranjeresursaiodrivoupravljanjesektorommarikultureuibenskogninskojupaniji.pdf>

⁹ Andrić, V., et al. (2010): Postupak i kriteriji za postavljanje uzgajališta ribe, Croatian Journal of Fisheries, 68(4), str. 167-174.

¹⁰ <https://ribarstvo.mps.hr/default.aspx?id=415>

¹¹ https://hr.wikipedia.org/wiki/Turizam_u_Hrvatskoj

¹² https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/04-03-02_01_2018.htm

se nalazi mnogo hotelskih objekata koje nude boravak posjetiteljima i ugostiteljskih objekata s autohtonom „hrvatskom kuhinjom“. S obzirom na to da se zahtjevi i očekivanja posjetitelja (turista) mijenjaju s aktualnim trendovima u svijetu, potrebno je mijenjati i prilagoditi ponudu u skladu s tržišnim promjenama. Također je bitno iskoristiti dostupne resurse na optimalan način i ulagati u poslovanja s ciljem održivog razvoja. Većina mediteranskih zemalja nastoji pristupiti aktivnoj zaštiti prirodne i povijesne baštine, što se smatra neophodnim za dugoročnu politiku razvoja turizma. Čuvanje prirodnog bogatstva s načelom aktivne zaštite smatra se nužnim i odgovarajućim instrumentom turističke politike.¹³

1.2. Istraživačke hipoteze

Na temelju prethodno navedenog predmeta istraživanja postavljene su sljedeće istraživačke hipoteze:

H0: Marikultura i turizam su gospodarske grane koje su kompatibilne

Hrvatska će svoj gospodarski razvitak temeljiti na turizmu kojemu je i te kako kompatibilna djelatnost marikulture. Dakle, turizam kao temeljna okosnica gospodarskog razvoja treba marikulturu zbog gospodarskih i ekoloških razvoja. Govoreći o domaćem tržištu, smatra se da je bitno usmjeravati proizvodnju za turističku sezonu, a na vanjsko tržište ići s prepoznatljivom kvalitetom i potrebnom kvantitetom za opskrbu kupaca.¹⁴ Nulta hipoteza definira da postoji međuodnos između turizma i marikulture koji je funkcionalan i djeluje sustavno, odnosno, kompatibilni su. Smatra se da je za rast marikulture potreban jak i razvijen turizam kao utjecajni generator optimalnog poslovanja (rast proizvodnje, visoka potražnja, širenje uzgojnih zona, profitabilnost i sl.). Prema istraživanju o povezanosti rasta turizma i potraživane količine bijele i plave ribe te školjkaša, zaključno je da su navedene varijable proporcionalne. Nadalje, turizam teži raznovrsnoj ponudi kako bi se privuklo što više posjetitelja različitih interesa te u tom segmentu marikultura ima potencijal koji se na optimalan način treba iskoristiti. Proučavajući gospodarski razvoj tijekom godina na području Jadrana, može se sa sigurnošću reći da je Jadransko more iznimno važan gospodarski resurs. Zajedničko područje djelovanja sektora turizma i marikulture bit će u vidu educiranja domaćih i stranih turista kako bi se odgovorno ponašali u prirodnom okruženju.¹⁵ Daljnjom analizom i ispitivanjem utvrdit će se funkcioniraju

¹³ Cicvarić, A. (1998): Perspektive razvoja turizma na Jadranu, Naše more, 45 (1-2), str. 81-90.

¹⁴ Katavić, I., i Vodopija, T. (2001): Razvojne mogućnosti marikulture u Republici Hrvatskoj, Croatian Journal of Fisheries, 59(2), str. 71-84.

¹⁵ <https://www.poslovni.hr/lifestyle/akcija-ocucanja-najvaznijeg-hrvatskog-gospodarskog-resursa-83396>

li marikultura i turizam u zajedničkom sustavu, odnosno, predstavljaju li prepreke u razvoju ili su kompatibilne.

H1: Produktivnost marikulture ovisi o razvoju turizma

Rastom turizma povećava se potražnja za morskim proizvodima. Činjenica je da se količina potražnje u sezonskim periodima ne može zadovoljiti samo ulovom divlje svježe ribe već je tada potreban drugačiji izvor nabave. Uzgojem morske ribe omogućena je dostupnost proizvoda tijekom cijele godine. Razvoj turizma na određenom području generira veću količinu proizvodnje (veća potražnja) te samim time veći gospodarski rast. Analizom će se utvrditi je li razvoj turizma bitan i utjecajan faktor u produktivnosti marikulture.

H2: Razvoj marikulture pozitivno utječe na turistički razvoj lokalne zajednice

Marikultura može doprinijeti jačanju konkurentnosti turizma i imati utjecaj na raznovrsnost turističke ponude destinacije. Razvojem turističke ponude (pojava novih sadržaja edukativnog, kulinarskog, zabavnog, sportskog tipa i sl.) smanjuju se velike oscilacije dolazaka turista tijekom godine (problem sezonalnosti¹⁶) te se stvaraju nova radna mjesta što ima pozitivan utjecaj na lokalno stanovništvo. Organiziranjem različitih manifestacija (kulinarski festivali kao npr. „Tuna, Sushi & Wine Festival“ u Zadru¹⁷) doprinosi se jačanju ponosa lokalne zajednice. Analizom će se prikazati kako razvoj marikulture utječe na turistički razvoj lokalne zajednice tj. prihvaća li se hipoteza da razvoj marikulture pozitivno utječe na turistički razvoj lokalne zajednice. U nastavku rada pokušat će se empirijski potkrijepiti navedene hipoteze te će se doći do zaključka o njihovom prihvaćanju ili odbacivanju.

1.3. Ciljevi istraživanja

Nakon definiranog predmeta istraživanja definirat će se ciljevi ovog rada. Navedeno istraživanje (analiza) provodi se na području Srednjeg Jadrana u Republici Hrvatskoj. Kako bi se definirali ciljevi rada potrebno je imati uvid u trenutno stanje turizma i stanje marikulture na području Srednjeg Jadrana. Ispitivanjem aktivnih poduzeća koji se bave marikulturnom

¹⁶ Galičić, V., i Laškarin, M. (2016): Principi i praksa turizma i hotelijerstva, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Opatija, str. 62-63.

¹⁷ <https://www.tasteatlas.com/tuna-sushi-wine-festival>

djelatnošću i određenih dionika koji djeluju u turističkom sektoru, prikupit će se statistički podaci potrebni za prihvaćanje ili odbacivanje postavljenih hipoteza.

Ciljevi rada su:

- prikazati postojeće trenutno stanje marikulture na području Srednjeg Jadrana
- analizirati utjecaj razvoja turizma na poslovanje i razvoj marikulture
- ispitati razinu ovisnosti marikulture o razvoju turizma
- ispitati jesu li gospodarske grane marikultura i turizam kompatibilne
- analizirati kako razvoj marikulture utječe na turistički razvoj lokalne zajednice
- istražiti kako marikultura i turizam utječu na prirodni okoliš

1.4. Metode istraživanja

Osnovne metode istraživanja koje će se koristiti prilikom izrade rada su deskriptivna metoda, induktivna metoda, deduktivna metoda, metoda komparacije, metoda klasifikacije, metoda analize te metoda anketiranja.

Metoda deskripcije (deskriptivna metoda) je postupak jednostavnog opisivanja činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu (uz empirijsko potvrđivanje odnosa i veza, ali bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja).

Induktivna metoda je sustavna primjena induktivnog načina zaključivanja kojim se s obzirom na temelju analize pojedinačnih činjenica dolazi do zaključka o općem sudu.

Deduktivna metoda označava sustavnu primjenu deduktivnog načina zaključivanja u kojemu se iz općih sudova izvode posebni i pojedinačni zaključci.

Metoda komparacije je način usporedbe istih ili srodnih činjenica (utvrđivanje njihove sličnosti/različitosti).

Metoda klasifikacije predstavlja raščlanjivanje općeg pojma na posebne (jednostavnije) pojmove.

Metoda analize predstavlja postupak znanstvenog istraživanja raščlanjivanjem kompleksnih pojmova, sudova i zaključaka na jednostavnije elemente.¹⁸

1.4. Doprinos istraživanja

Uzimajući u obzir prethodno navedene ciljeve rada koji se žele postići ispitivanjem i analizom odgovarajućih segmenata, ovim radom se nastoji ukazati na nedostatak u neiskorištavanju potencijala marikulturnog gospodarstva. Hrvatska jadranska obala sastoji se od mnogobrojnih jedinstvenih gradova, atraktivne prirode i znamenitosti te se upravo zbog takvih karakteristika može mnogo i na optimalan način iskoristiti. Dobivenim rezultatima istraživanja pokušat će se potaknuti na stvaranje novih pothvata i realizaciju novih strategija upravljanja marikulture i turizma ukomponiranih zajedno. Izuzev analize razvoja turizma kao utjecajne gospodarske grane, prikazat će se trenutno postojeće stanje turističkog razvoja lokalne zajednice te time ukazati na moguće negativne, odnosno, pozitivne posljedične učinke (socio-ekonomska analiza na lokalnoj razini). Ovim radom se, također, želi ukazati na važnost u očuvanju prirodnog okoliša i na primjenu odgovarajućih mjera za održivi razvoj.

Provedeno istraživanje obuhvaća stavove, razmišljanja i iskustva obiju grana djelatnosti što rezultira boljim razumijevanjem problema koji su prisutni u okolini.

U prostoru Jadranskog mora, obale i otoka nalaze se najosjetljiviji prirodni ekosustavi Hrvatske. Na tom području odvijaju se procesi koji ovise o uzajamnom djelovanju mora i kopna te takve značajke zahtijevaju posebno osmišljeno upravljanje i gospodarenje.¹⁹ Osim educiranja stanovništva o zaštiti okoliša, nužno je skrenuti pažnju na nekontrolirani razvoj turizma i na nepravilno upravljanje marikulturnim poduzećima (loše pozicionirana uzgajališta, loše upravljanje otpadom, i sl.) uslijed čega nastaju kaotične posljedice.

Dakle, svrha i doprinos rada su ispitati trenutačno stanje turizma i marikulture na području Srednjeg Jadrana, ukazati na potencijalne probleme s kojima se djelatnosti suočavaju, istaknuti odgovore i prijedloge ispitanika u kojima iznose moguća rješenja/strategije za međusobni rast i poboljšanja, ukazati na važnost educiranja o smanjenju zagađenja i očuvanja prirodnog okoliša, prikazati mogu li marikultura i turizam biti kompatibilni, odnosno, postoji li razina

¹⁸ Zelenika, R. (1998.): Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka, str. 323-347

¹⁹ Geić, S., Geić, J., i Maršić, N. (2010): Upravljanje vodama u hrvatskim turističkim regijama, Naše more, 57(3-4), str. 179-187.

ovisnosti jedne djelatnosti o drugoj te analizirati stavove ispitanika o tome pridonosi li marikultura turističkom razvoju lokalne zajednice.

2. Analiza razvoja marikulture Srednjeg Jadrana

2.1. Razvoj marikulture Srednjeg Jadrana

U uvodnom dijelu navodi se kako se počeci marikulture u Hrvatskoj pojavljuju tijekom 80'ih godina prošlog stoljeća. Nekoliko godina kasnije, točnije 1996. godine, Hrvatska broji 25 ribogojilišta od kojih je 10 smješteno na priobalnom području. Ostalih 15 ribogojilišta nalazilo se na otocima (preciznije, 13 otoka). Većina uzgajivača su mala poduzeća, privatni investitori u sklopu vođenja obiteljskog poslovanja s godišnjim kapacitetom proizvodnje od 100 tona. Govoreći o velikim proizvođačima, navode se 3 velika ribogojilišta s godišnjim kapacitetom proizvodnje od preko 300 tona. Riblje vrste koje se uzgajaju od samih početaka su lubin i bijela riba), a od uzgoja školjki najvažnije su dagnje i kamenice. Od plave ribe u uzgoju je zastupljena tuna (lat. *Thunnus thynnus*). Proces uzgoja ribe odvija se u plutajućim kavezima koji se nalaze u moru na odgovarajućim lokacijama.²⁰ Državni zavod za statistiku pod kategorijom „publikacije prema statističkim područjima“ sadrži podatke o ulovu i uzgoju (proizvodnji) morske ribe, ljuskavaca, kamenica i ostalih mekušaca i školjkaša koji su prikupljeni statističkim istraživanjem. Kako bi se prikazao rast, odnosno, pad u proizvodnji morske ribe i školjkaša analizirat će se dostupni navedeni podaci kroz period od posljednjih 10 godina.

Tablica 1. Uzgoj (proizvodnja) morske ribe i školjkaša (t) u RH od 2009. do 2018.godine.

Vrsta	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
Lubin	2800	2800	2775	2375	2826	3215	4488	5310	5616	6220
Komarča	2200	2400	1719	2105	2978	3654	4075	4101	4829	5591
Tuna	4200	3592	2312	1907	2616	2224	2603	2934	2162	3227
Dagnje i Kamenice	2100	2100	420	330	2000	746	799	763	982	935
Ukupno	11300	10892	7226	6717	10420	9839	11965	13108	13589	15973

Izvor: DZS, <https://www.dzs.hr/Hrv/publication/subjects.htm>

Prema podacima iz tablice 1. vidljivo je kako se proizvodnja u marikulturi razvija (pad ili rast) kroz period od 10 godina. Za analizu podataka, autor za uzorak koristi vrste koje su najviše zastupljene u proizvodnji na području Hrvatske. S obzirom na cjelokupnu proizvodnju marikulture tijekom godina, nešto značajniji pad proizvodnje vidljiv je u 2012. godini.

²⁰ Šarušić, G. (2000): Mariculture on Croatian islands, Croatian Journal of Fisheries, 58(3), str. 111-118

Analizirajući Zadarsku županiju, prema Registru dozvola u akvakulturi kojeg vodi Ministarstvo poljoprivrede, registrirano je 8 uzgajivača bijele ribe od kojih se 2 uz uzgoj bijele ribe bavi i uzgojem školjaka, 11 se bavi samo uzgojem školjki i 2 uzgojem plave ribe, odnosno, tune (ukupno 21 uzgajivač morske ribe i školjki na području Zadarske županije).²¹ Uzgajivači bijele ribe i tune u Zadarskoj županiji čine 72% ukupne hrvatske marikulture prema kriteriju koncesionirane površine mora i prodanim količinama, a širenje marikulture djelatnosti omogućava velik broj pogodnih lokacija na obali i otocima.²² Zadarska županija danas ima nekoliko poduzeća koja se bave uzgojem i prodajom tuna, a posebno se izdvaja tvrtka Kali tuna d.o.o. koja je prva započela sa procesom uzgoja tuna 1995. godine.

U Šibenskoj-kninskoj županiji registrirano je 6 uzgajivača bijele ribe, 1 uzgajivač tune i 13 uzgajivača školjki.²³ Prateći proces razvoja marikulture na području županije, Razvojna agencija Šibensko-kninske županije u suradnji sa tvrtkom CroNoMar d.o.o. (Šibenik) i institutom NOFIMA AS iz Norveške 2017. godine održala je projekt pod nazivom „CODE Aquaculture – Suradnja za razvoj marikulture“²⁴. U okviru održanog projekta napravljena je studija „Mapiranje resursa i održivo upravljanje sektorom marikulture u Šibenskoj-kninskoj županiji“²⁵ u kojem je izvršitelj studije bio Zelena infrastruktura d.o.o. (tim stručnjaka koji doprinose održivom razvoju zajednice pravovremenim rješenjima u području zaštite okoliša i prirode, održivom prostornom planiranju, i sl.²⁶). Zaključno je da županija ima značajan potencijal za razvoj marikulture djelatnosti na području, a kako bi se razvoj ostvario potrebno je provesti korake poput jačanja kopnene infrastrukture, uvođenje novih tehnologija i znanja, promoviranje na lokalnom tržištu i brendiranje proizvoda (mogućnost izlaska na inozemno tržište), diversifikacija proizvodnje uzgajanih vrsta, i sl. Višekriterijskim analizama pogodnosti prostora za uzgojne lokacije koje su provedene u studiji, rezultirale su modelima pogodnosti, odnosno, optimalnim lokacijama za razvoj sektora marikulture. Cilj navedene analize je povećanje kapaciteta proizvodnje što bi rezultiralo snažnijom ponudom i većim izvozom proizvoda.

Prema „razvojnoj strategiji Splitsko-dalmatinske županije 2011.-2013.“ SD županija ima komparativne prednosti za razvoj marikulture zbog dobro očuvane čistoće i topline mora i

²¹ <https://ribarstvo.mps.hr/default.aspx?id=415>

²² <https://www.hgk.hr/zupanijska-komora-zadar/gospodarski-profil-zadarske-zupanije>

²³ <https://ribarstvo.mps.hr/default.aspx?id=415>

²⁴ <http://www.rra-sibenik.hr/projekti/code-aquaculture-suradnja-za-razvoj-marikulture/20.html>

²⁵ <http://www.rra-sibenik.hr/upload/stranice/2015/12/2015-12-21/64/studijamapiranjeresursaiodrivoupravljanjesektorommarikultureuisibenskogninskojzupaniji.pdf>

²⁶ <https://green-in.hr/hr/o-nama>

podmorja te razvedenosti obale.²⁷ Pod kritičkom ocjenom stanja marikulture u Splitsko-dalmatinskoj županiji dobivenom iz projekta „Studija korištenja i zaštite mora i podmorja na području Splitsko-dalmatinske županije“ navodi se kako je proizvodnja na području počela prije više od 20 godina te su znanja i potrebne vještine bile prisutne, ali se tijekom godina uspostavio samo jedan veliki proizvođač (Sardina d.o.o., otok Brač; 90-95% ukupna proizvodnja u SDŽ).²⁸

2.1. Razlika između morske ribe iz uzgoja i divlje morske ribe

Ribe su hladnokrvne životinje (kralježnjaci) koje se dijele na slatkovodne i morske vrste. S obzirom na okoliš u kojem obitavaju svaka vrsta se odgovarajućim oblikom tijela prilagođava staništu.²⁹ Promatrajući ribu kao prehrambeni proizvod ona predstavlja jedan od glavnih kvalitetnih izvora bjelančevina (bjelančevine ili proteini su glavni izvor tvari za izgradnju mišića, krvi, kože, kose, noktiju i unutarnjih organa³⁰). U nutritivnu vrijednost ribe spadaju i masti čija količina varira u odnosu na vrstu ribe. Plava riba sadrži znatno viši postotak masti od bijele. Ribe su prepoznate po sastavima koji su iznimno zdravi i potrebni čovjeku, te se često kao asocijacija na ribu koristi pojam omega-3 masne kiseline (esencijalne kiseline koje ljudsko tijelo ne može samo proizvesti, imaju pozitivan učinak na zdravlje čovjeka te djeluju protuupalno³¹). U znanstvenom časopisu „Meso“ objavljeno je istraživanje pod nazivom „Usporedba kemijskog sastava i količine teških metala u mesu lubina (*Dicentrarchus labrax*) i komarče (*Sparus aurata*) iz uzgoja i slobodnog ulova“. Analizirano je ukupno 30 uzoraka komarče i 30 uzoraka lubina, konzumne veličine. Polovica je bila riba iz uzgoja, a druga polovica iz slobodnog ulova (divlja riba). Rezultati istraživanja su sljedeći³²:

1. Kemijski sastav mesa komarče (slobodni ulov) – 78.31% voda, 20.02% bjelančevina, 0.7% masti, 0.84% kolagena
2. Kemijski sastav mesa komarče (uzgoj) – 72.94% voda, 20.16% bjelančevina, 5.78% masti, 0.54% kolagena

²⁷ <https://www.dalmacija.hr/Portals/0/Glasnik/2011/8a/473.%20razvojna%20strategija%20splitsko-dalmatinske%20C5%BEupanije%202011.-2013.%20godine.pdf?ver=2011-10-07-145632-000>

²⁸ https://www.dalmacija.hr/Portals/0/docs/UOGospodarstvo/studija_marikultura_sdz_final.pdf

²⁹ <https://hr.wikipedia.org/wiki/Ribe>

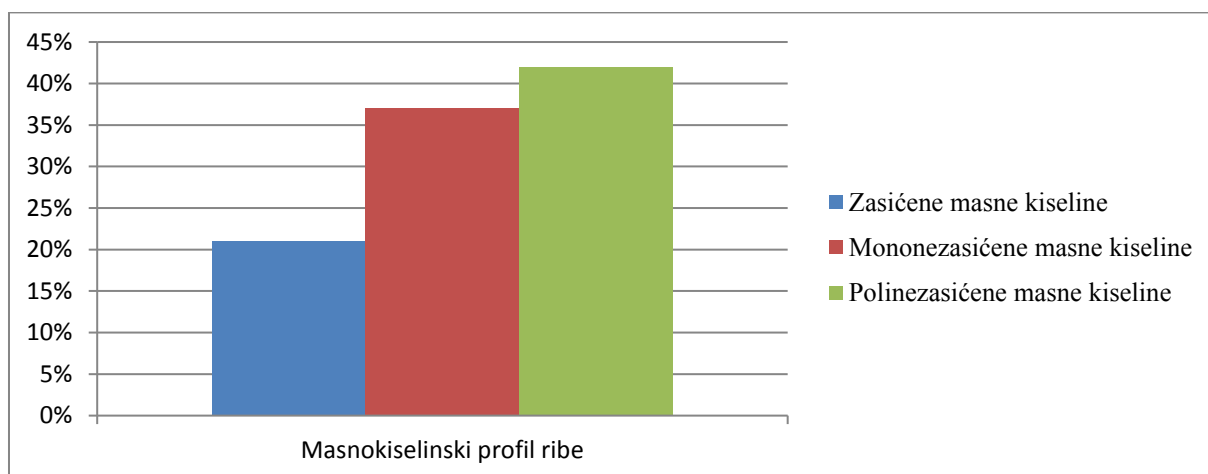
³⁰ <https://hr.wikipedia.org/wiki/Bjelan%C4%8Devine>

³¹ https://hr.wikipedia.org/wiki/Omega-3_masne_kiseline

³² Vulić, A., et al. (2012): Usporedba kemijskog sastava i količine teških metala u mesu lubina (*Dicentrarchus labrax*) i komarče (*Sparus aurata*) iz uzgoja i slobodnog ulova, MESO: Prvi hrvatski časopis o mesu, XIV(5), str. 404-410

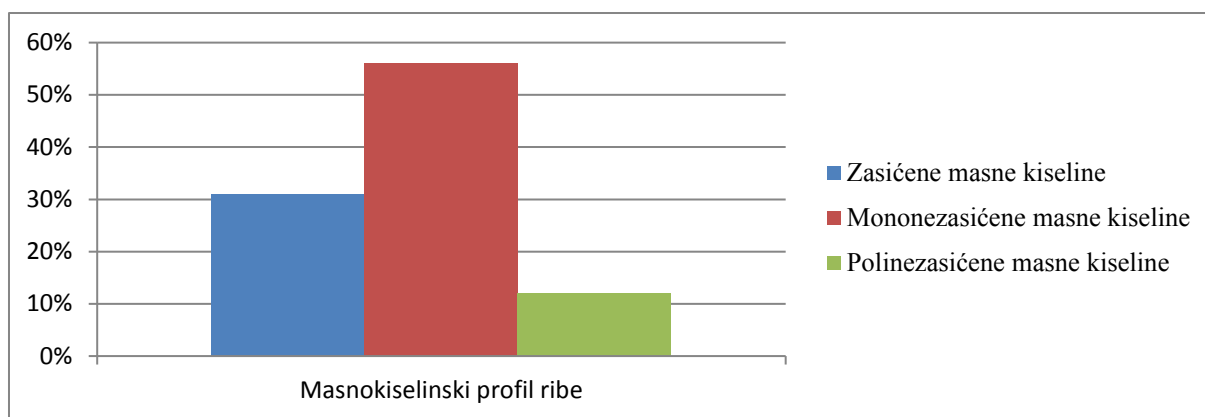
3. Kemijski sastav mesa lubina (slobodni ulov) – 79.77% voda, 17.93% bjelančevina, 1.7% masti, 0.71% kolagena
4. Kemijski sastav mesa lubina (uzgoj) – 71.94% voda, 19.89% bjelančevina, 7.42% masti, 0.47% kolagena
5. Prisutne su značajne razlike u količini masti lubina i komarče iz uzgoja u odnosu na one iz slobodnog ulova
6. Količine Cd i Pb (kadmija i olovo) su bile manje od najvećih dopuštenih količina prema pravilnicima u oba uzorka
7. Količina Hg (živa) u uzorcima lubina i komarče iz slobodnog ulova je bila veća od najveće dopuštene količine prema pravilnicima

Dileme potrošača pri odabiru morske ribe iz uzgoja ili iz ulova nastaju zbog predrasuda u količini masti koje sadrže. U prethodno navedenom istraživanju potvrđeno je da bijela riba iz uzgoja (lubin i komarča) ima viši postotak masti (periodično hranjenje i ograničeno kretanje) u odnosu na ribu iz ulova što, generalno gledajući, ne mora biti loše.



Grafikon 1: Masnokiselinski sastav uzorka komarče iz uzgoja

Izvor: Izrada autora



Grafikon 2: Masnokiselinski sastav uzorka komarče iz ulova

Izvor: Izrada autora

Podaci koji su navedeni u grafikonu 1. i 2. preuzeti su iz znanstvenog rada „Kakvoća komarči iz uzgoja i slobodnog mora“³³ iz 2012. godine.

Zasićene masne kiseline smatraju se „nezdravim mastima“ jer čestim unosom u organizam uzrokuju više razine kolesterola u krvi. Nije preporučljiva potpuna eliminacija zasićenih masnih kiselina iz prehrane već umjerenost u korištenju istih.³⁴ Mononezasićene masne kiseline, odnosno, mononezasićena ulja snižavaju razinu lošeg LDL (naziva se „loš“ zbog toga što se ta vrsta kolesterola odlaže u tkiva, tj. na stijenke krvnih žila³⁵) kolesterola, a podižu razinu HDL kolesterola (naziva se „dobri“ kolesterol jer pripadajuće čestice skupljaju suvišan kolesterol iz tkiva gdje ga ima previše³⁶). Nadalje, osim značajnog utjecaja na krvožilni sustav, vidljivo je smanjen broj tumora u populacijama koje u svoju prehranu uključuju mononezasićena ulja. Polinezasićene masne kiseline također snižavaju LDL kolesterol i dobar su izvor esencijalnih masnih kiselina (omega-3)³⁷. Dakle, polinezasićene masti su omega-3 i omega-6 masne kiseline te se smatra da imaju važnu ulogu u regulaciji upalnih procesa u organizmu.³⁸ Iz priloženih grafikona (1. i 2.) i prethodno opisanih vrsta masnih kiselina koje su analizirane u znanstvenom radu, zaključuje se da riba (komarča) iz uzgoja ima znatno viši udio polinezasićenih masnih kiselina (imaju pozitivan učinak na organizam čovjeka), nešto niži udio mononezasićenih masnih kiselina i zasićenih masnih kiselina (nemaju pozitivan utjecaj na organizam čovjeka, ali

³³ Popović, dr., med. vet., R., et al. (2012): Kakvoća komarči iz uzgoja i slobodnog mora, MESO: Prvi hrvatski časopis o mesu, XIV(6), str. 466-471

³⁴ <http://skolica-prehrane.rijeka.hr/hrana-i-prehrana/hranjive-tvari/masti/>

³⁵ <https://naturalwealth.com.hr/zivjeti-zdravije/zdravlje-od-do-z/dobar-los-i-zao-ldl-i-hdl-kolesterol-29/>

³⁶ <https://naturalwealth.com.hr/zivjeti-zdravije/zdravlje-od-do-z/dobar-los-i-zao-ldl-i-hdl-kolesterol-29/>

³⁷ <https://www.hcjz.hr/index.php/hcjz/article/view/2136/2111>

³⁸ <http://skolica-prehrane.rijeka.hr/hrana-i-prehrana/hranjive-tvari/masti/>

ih svejedno treba unositi u normalnim količinama zbog uravnotežene regulacije u organizmu) u odnosu na ribu iz ulova. Problem koji uzrokuje dileme u odabiru uzgojene ribe jest razina omega-6 masnih kiselina tj. nepovoljan omjer masnih kiselina. Optimalan omjer n-3 i n-6 masnih kiselina je 1:1, a prema istraživanju nutritivnog sastava uzorka komarče iz uzgoja taj omjer iznosi od 3,1 do 11,9. Nadalje, meso uzgojene komarče je bogatije na linolnoj kiselini (konzumiranje linolne kiseline ima pozitivan utjecaj na zdravlje čovjeka³⁹). Zaključuje se da riba iz uzgoja ima dobar kemijski sastav te da se uz kvalitetan i odgovarajući način hranidbe i uzgoja može poboljšati njen masnokiselinski profil.⁴⁰ Uspoređujući morsku ribu kao prehrambeni proizvod i „brzu hranu“ koja zauzima veliki dio prehrane današnjice, navedene razlike masnokiselinskog profila ribe ne bi trebale predstavljati značajan problem pri odabiru te uzrokovati potpunu eliminaciju uzgojene ribe iz ishrane (osim u situaciji težih zdravstvenih problema gdje je strogo navedena prehrana bez određenih namirnica).

³⁹ https://en.wikipedia.org/wiki/Linoleic_acid

⁴⁰ Popović, dr., med. vet., R., et al. (2012): Kakvoća komarči iz uzgoja i slobodnog mora, MESO: Prvi hrvatski časopis o mesu, XIV(6), str.470

3. Analiza razvoja turizma Srednjeg Jadrana i utjecaj kriza na turizam i marikulturu

3.1. Razvoj turizma Srednjeg Jadrana

Na Hrvatsku državu utjecali su mnogi negativni čimbenici (rat, privatizacija, recesija..) koji su uzrokovali značajne posljedice na cjelokupnu ekonomiju. Zahvaljujući interesu inozemnog tržišta, atraktivnosti zemlje i otpornosti turizma na nepovoljne situacije, hrvatski turizam je u konačnici zadržao svoju vitalnost.

U trećoj cjelini rada analizirat će se razvoj tijekom godina i postojeće stanje turizma na području Zadarske županije, Splitsko-dalmatinske i Šibensko-kninske županije (geografsko područje Srednjeg Jadrana). Sve 3 županije značajne su zbog svoje atraktivne prirodne i kulturne baštine, povoljne geografske lokacije i prometne povezanosti te privrede.

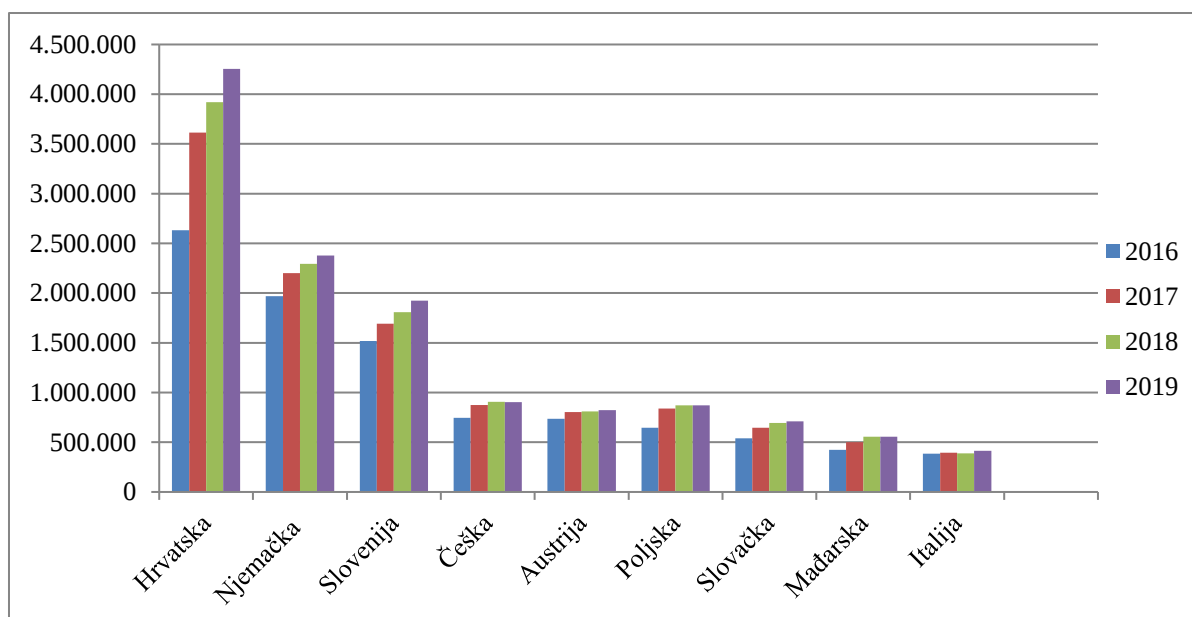
Zadarska županija ima 6 gradova (Zadar, Benkovac, Biograd na Moru, Obrovac, Pag i Nin) te 28 općina. Karakteristike prirodne baštine županije su razvedenost obale, plodna ravničarska područja, brojni otoci, krševita i brdsko-planinska područja te bogatstvo voda i šuma. Kako bi određena destinacija ostvarila zadovoljavajući broj posjetitelja na godišnjoj razini, potrebno je omogućiti što bolji pristup lokaciji. Zadarskoj županiji se može pristupiti cestovnim, zračnim, pomorskim ili pak željezničkim putem (linijom).⁴¹

Tablica 2: Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u Zadarskoj županiji (2016.-2019.)

Godina	2016.		2017.		2018.		2019.	
Zadarska županija	Domaći	Strani	Domaći	Strani	Domaći	Strani	Domaći	Strani
Noćenja Σ	834.389	7.375.463	937.742	8.280.744	1.015.987	8.574.859	1.122.535	8.746.169
Dolasci Σ	165.964	1.196.242	189.302	1.370.117	211.114	1.453.353	230.099	1.521.642

Izvor: DZS, <https://www.dzs.hr/>

⁴¹ https://www.zadarska-zupanija.hr/images/dokumenti/GP_razvoja_turizma_Zadarske_zupanije_FINAL_svibanj_2014.pdf



Grafikon 3. Noćenja turista u Zadarskoj županiji po zemljama iz kojih dolaze (2016.-2019.)

Izvor: <https://www.zadar.hr/hr/o-nama/dokumenti>

Prema podacima iz tablice 2. vidljiv je eksponencijalni rast u ostvarenom broju dolazaka i noćenja stranih i domaćih turista u razdoblju od 2016. godine do 2019. godine. Prosječan broj dana boravka u 2016. godini iznosio je 7,1 dan, u 2017. i 2018. godini 7,6 dana te u 2019. godini 7,5 dana.⁴² Po završetku posljednjeg rata u Hrvatskoj, grad Zadar se obnavlja i usmjerava ka ostvarivanju ciljeva u smislu rasta i jačanja cjelokupnog gospodarstva (kao i ostale dvije županije Srednjeg Jadrana). Jačanje turizma tijekom godina dovelo je do procesa selidbe ljudi iz središta gradova u područja gdje je cirkulacija turista znatno manja. Nadalje, grade se mnogi turistički objekti poput hotela, hostela, apartmana i sl. Bitno je spomenuti kako se posljednjih nekoliko godina povećao interes turista za područja (gradove) koja imaju povijesnu vrijednost. Prema dokumentu „Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije 2013.-2023.“ bilježi se trend rasta dolazaka i noćenja turista i to upravo zbog niskotarifnih letova (omogućen pristup destinaciji velikom broju posjetitelja), proširenja smještajnih kapaciteta, raznovrsne i bogate ponude i sl. Zastupljeni oblici turizma u Zadarskoj županiji su kupališni turizam (sunce i more), kulturni, nautički, kamping, MICE (Meetings, Incentives, Congresses and Exhibitions) turizam, ciklo i avanturistički turizam te specifični oblici turizma u ruralnim područjima (agroturizam, ekoturizam, „zeleni“ turizam, i sl.). Strateški ciljevi županije u vidu razvoja turizma su formiranje održivog sustava upravljanja resursima i potencijalima turizma,

⁴² <https://www.zadar.hr/hr/o-nama/dokumenti>

smanjenje sezonalnosti, zaštita okoliša te razvijanje turističke infrastrukture i usluga. Kako bi se prikazao profil turista koji posjećuju Zadarsku županiju provelo se istraživanje na slučajnom uzorku od 1.697 ispitanika. U istraživanju je sudjelovao 891 muški ispitanik i 806 ženskih ispitanika. Najveći broj ispitanika je bio u dobi od 26 do 35 godina a najmanje od 66 godina i više. Prema mjestu stanovanja najviše je bilo domaćih turista, zatim turisti iz Njemačke, a najmanje ispitanika je bilo iz Velike Britanije. Glavni čimbenik koji utječe na broj dolazaka gostiju jest motiv. Iz provedenog istraživanja zaključuje se da su sunce, more i plaža kao primarni motivi putovanja najviše prisutni kod ispitanika. Nadalje, turisti su motivirani novim iskustvima i doživljajima, blizini destinacije, posjetom rodbini i prijateljima i sl.⁴³ Turistički sektor županije od 2008. bilježi rast fizičkih pokazatelja poslovanja (broj dolazaka i noćenja), rast prihoda i rast broja zaposlenih. Prihodi od turizma u 2008.godini su iznosili 497,2 mil.kuna, u 2013.godini prihodi su porasli i iznosili 1.268,1 mil.kuna⁴⁴, a u 2017.godini prihodi su iznosili 1.620,1 mil.kn.⁴⁵

Sljedeća županija koju rad analizira jest Splitsko-dalmatinska županija, a nalazi u centralnom dijelu Jadranske obale. Karakteristike županije su čisto more, pogodna umjereno topla klima (godišnje ima 140 vedrih dana), atraktivna priroda, dobra prometna povezanost koja omogućava brz i jednostavan pristup (cestovni, zračni, pomorski i željeznički promet). Jedan od glavnih čimbenika koji utječe na količinu turista koji putuju u Hrvatsku jest omogućen i jednostavan pristup lokaciji, odnosno, razvijenost prometne infrastrukture. U srpnju 2019. godine otvoren je novi putnički terminal u Splitskoj zračnoj luci kako bi se postiglo povećanje prometa putnika, modernizirala i unaprijedila infrastruktura te omogućio protočniji promet putnika.⁴⁶ Što se tiče pomorskog prometa u lipnju 2014. godine započela je izgradnja vezova u gradskoj luci Split, a izgrađena su dva veza za brodove u domaćem i međunarodnom prometu putnika i vozila te vez za brodove na kužnim putovanjima (rezultat je bolji protok putnika i vozila, veća sigurnost prometa i sl...),⁴⁷ Prema „Glavnom planu razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije (2017.-2027.) sa strateškim i operativnim planom marketinga“ prikazan je profil turista koji posjećuju županiju. Najbrojniji turisti prema dobnoj skupini su u intervalu od 30 do 49 godina. Nadalje, 52% turista su obiteljski gosti, a ostali su turisti koji dolaze sa

⁴³ https://www.zadarska-zupanija.hr/images/dokumenti/GP_razvoja_turizma_Zadarske_zupanije_FINAL_svibanj_2014.pdf

⁴⁴ https://www.zadarska-zupanija.hr/images/dokumenti/ZRS_Dodatak_2_Osnovna_analiza.pdf

⁴⁵ <https://www.hgk.hr/documents/gospodarska-kretanja-zadarske-zupanije-broj-34-listopad-20185bed3d138d23c.pdf>

⁴⁶ <https://www.poslovnih.hr/hrvatska/foto-otvoren-novi-terminal-zracne-luke-split-pogledajte-kako-izgleda-355353>

⁴⁷ <https://portsplit.hr/projekti-obnove-infrastrukture-split/>

partnerom ili s prijateljima (ovaj segment turista je u porastu). Jedan od glavnih čimbenika koji utječe na broj dolazaka gostiju jest motiv dolaska. U prethodno navedenom planu razvoja turizma županije navodi se sljedeća podjela turista prema interesnom segmentu⁴⁸:

- Kulturnjaci (teže upoznavanju i doživljaju lokalne kulture i života)
- Rekreativci (fokus im je na fizičkim aktivnostima, ekološki su osviješteni i vole boraviti u prirodnom okruženju)
- Party gosti (mlađa populacija koju privlači zabava, glazba, druženje, festivali i sl.)
- Ljubitelji gastronomije (gosti srednje i starije životne dobi, uživaju u eno-gastro ponudi, prezentaciji hrane i pića te ostalim uslugama vezanih uz gastronomiju)
- Gosti u tranzitu (turisti koji žele posjetiti atraktivne destinacije na putu ka krajnjoj lokaciji)

S obzirom da su glavni motivi dolaska turista sunce i more, plaže se izdvajaju kao glavne atrakcije. Problem nepravilnog korištenja i održavanja plaža u županiji prisutan je već duži niz godina. Strategijom razvoja turizma u svrhu unaprjeđenja područja ukazuje se na važnost sagledavanja plaža kao turističkog proizvoda kojim se sustavno upravlja te korištenje istih za produljenje turističke sezone. Nadalje, čimbenici koji su iznimno bitni za razvoj turizma, privlačenje turista i stvaranje pozitivne slike i dojma o županiji (i Hrvatske općenito) su kvaliteta turističkih informacija (dostupnost informacija putem društvenih mreža, web stranica, print verzije – letci/karte/mape/časopisi, način prezentiranja i očuvanja znamenitosti, dostupnost informacija na više različitih jezika i sl.). TZ Splitsko-dalmatinske županije pruža informacije putem web portala⁴⁹ koji se 2018.godine nadogradio i prilagodio za korištenje potencijalnim turistima. Uz promociju putem Internet stranice, na raspolaganju je i Facebook stranica centraldalmatia.hr⁵⁰ a od tiskanih materijala nudi se jedna imidž brošura, tri kulturno-povijesna vodiča, turistički vodiči i sl.

⁴⁸ [file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/Glavni_plan_razvoja_turizma_SDZ%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/Glavni_plan_razvoja_turizma_SDZ%20(1).pdf)

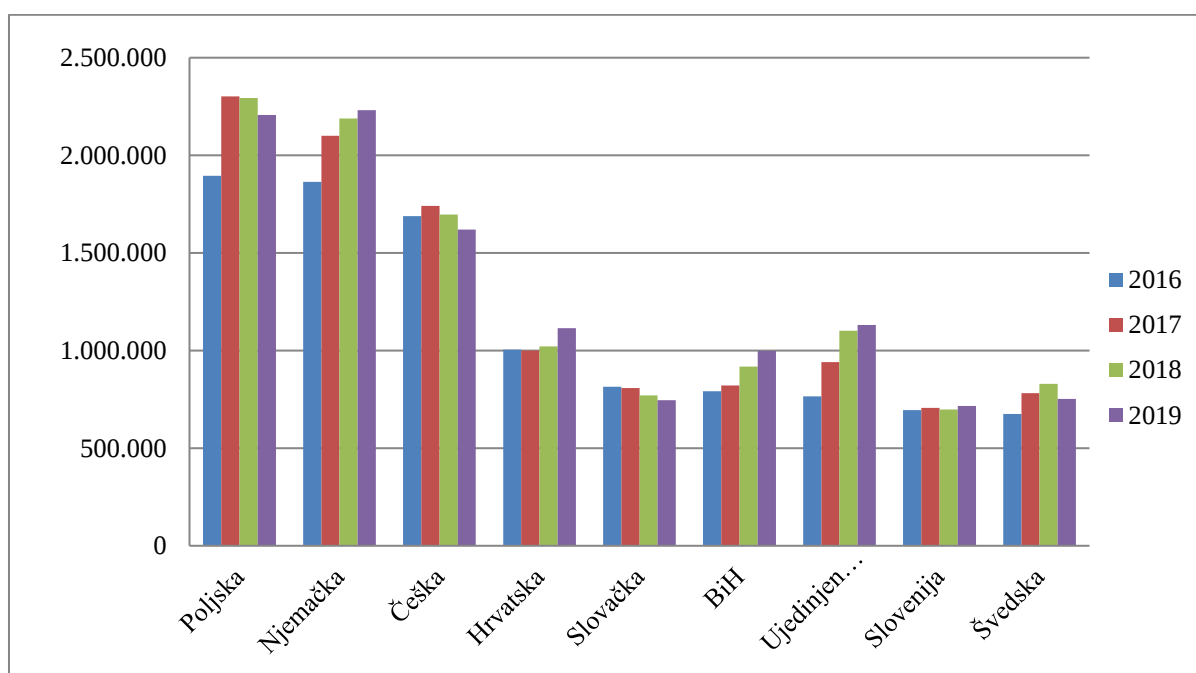
⁴⁹ <https://www.dalmatia.hr/hr>

⁵⁰ <https://www.facebook.com/Dalmatia.hr>

Tablica 3. : Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u Splitsko-dalmatinskoj županiji (2016.-2019.)

Godina	2016.		2017.		2018.		2019.	
Splitsko-dalmatinska županija	Domaći	Strani	Domaći	Strani	Domaći	Strani	Domaći	Strani
Noćenja Σ	889.382	13.991.509	874.520	15.721.197	973.483	16.588.473	1.074.280	16.892.007
Dolasci Σ	232.571	2.504.733	231.659	2.928.192	265.351	3.208.794	292.999	3.364.002

Izvor: DZS, https://www.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_language=hr&px_type=PX&px_db=Turizam



Grafikon 4. Noćenja turista u Splitsko-dalmatinskoj županiji po zemljama iz kojih dolaze (2016.-2019.)

Izvor: <https://www.dalmatia.hr/en>

Šibensko-kninska županija se nalazi na Jadranu između Zadarske i Splitsko-dalmatinske županije. Prednost županijske lokacije jest ta što omogućava veliki promet a slabost jest ta što se turisti najčešće na zadržavaju dugo na području, a samim time se ne ostvaruje poželjni prihod od potrošnje turista. Cestovni promet je izrazito razvijen što omogućava jednostavan pristup posjetiteljima koji putuju automobilima, autobusima i sl. S druge strane, smatra se da županija nema dovoljno kvalitetno razvijenu pomorsku i željezničku povezanost. Prema podacima od analize mora u Šibenskoj-kninskoj županiji, zaključuje se da je iznimno čisto što znači veliku

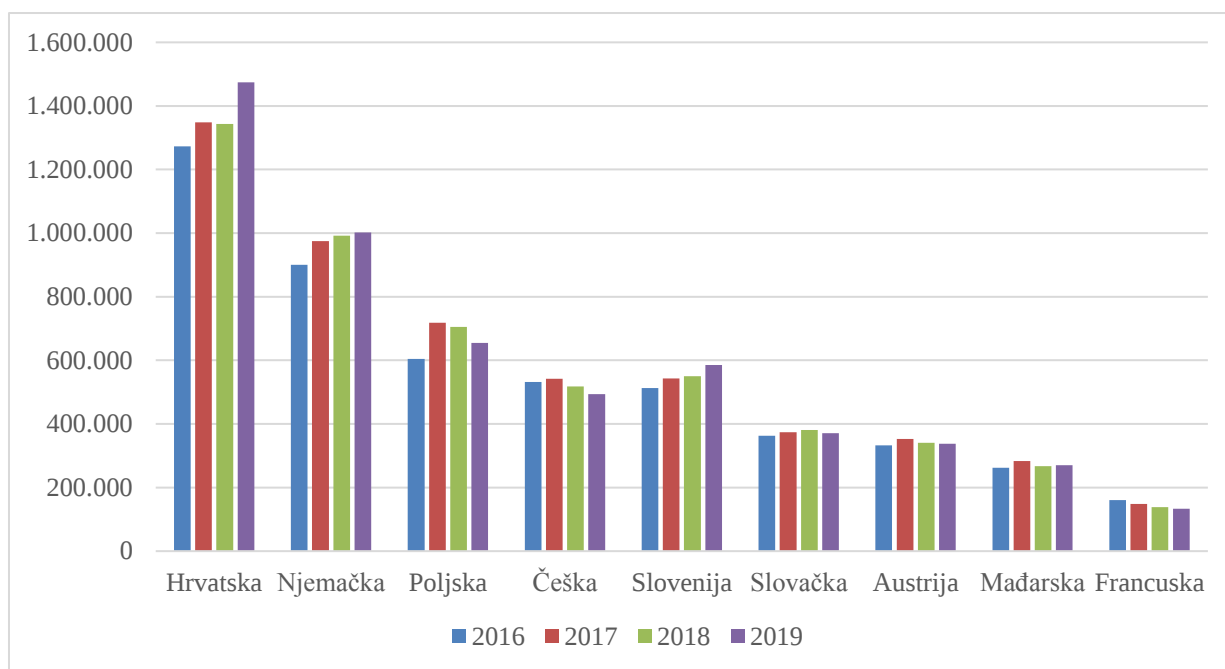
prednost za turizam. Također, županija raspolaže sa 139 plaža od kojih najviše (prostorno) zauzimaju uređene plaže. Što se tiče turističke ponude najzastupljeniji oblik turizma jest odmorišni (kupališni) turizam te se sve više predaje pažnja razvitku ekoturizma, ruralnog turizma, gradskog i kulturnog turizma i sl. Nautički turizam je trenutno poprilično razvijen na području, ali potencijal nije u potpunosti iskorišten i potreban je dodatan razvoj kako bi se privuklo potencijalne turiste. Cikloturizam ima vrlo kvalitetnu bazu (prirodna okolina, staze, atrakcije i sl.) za daljnje unaprjeđivanje u tom segmentu turizma, no ipak se trebaju prilagoditi smještajne i ugostiteljske usluge potrebama cikloturista. Neki od ostalih vrsta turizma karakteristični za Šibensko-kninsku županiju su avanturistički turizam, kamping, planinarski i zimski turizam, etnoturizam i enogastronomski turizam, zdravstveni, izletnički turizam i sl. Na području županije nalaze se mnogi prirodni i kulturni resursi koji se pravovremenom strategijom mogu pretvoriti u turističke atrakcije. Kako bi se turizam unaprijedio u pravom smjeru potrebno je razvijati ostale prostore koji još uvijek ne sadrže turističke aktivnosti kao što je to kod priobalnog prostora.⁵¹

Tablica 4.: Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u Šibenskoj – kninskoj županiji (2016.-2019.)

Godina	2016.		2017.		2018.		2019.	
	Domaći	Strani	Domaći	Strani	Domaći	Strani	Domaći	Strani
Šibensko - kninska županija								
Noćenja Σ	543.195	4.445.108	568.937	4.886.352	607.264	4.904.962	696.341	4.853.104
Dolasci Σ	121.087	696.668	127.467	795.766	137.779	827.424	160.953	848.498

Izvor: DZS, <https://www.dzs.hr/>

⁵¹ <http://www.rra-sibenik.hr/upload/stranice/2015/12/2015-12-21/57/masterplanturizmaibenskogninskeupanije.pdf>



Grafikon 5. Noćenja turista u Šibenskoj-kninskoj županiji po zemljama iz kojih dolaze (2016.-2019.)

Izvor: <https://www.dalmatiasibenik.hr/hr/b2b/statistika/informacije-o-turistickom-prometu/>

Iz priloženog grafikona 5. uočljiv je rast u ostvarenom noćenju kod domaćih turista, turista iz Njemačke i Slovenije, a kod turista iz ostalih zemalja bilježi se blagi pad u noćenjima u županiji. Šibensko-kninska županija prema programskim dokumentima, točnije, prema objavljenom izvješću (2016.-2019.)⁵² svake godine bilježi porast u ostvarenim dolascima i noćenjima turista u odnosu na prethodnu godinu za isto razdoblje. Turistička potrošnja je bitan faktor u razvoju turizma, a proširivanjem turističke ponude (selektivni turizam) rezultira većom turističkom potrošnjom što u pravilu znači veći prihodi od turizma. U 2014.godini prosječni dnevni izdaci po turistu su iznosili 54 eura, a u 2017.godini su iznosili 76 eura po turistu. Što se tiče dobne strukture turista koji posjećuju županiju više od polovine je staro između 30 i 49 godina (58%), stariji od 50 godina čine 25%, mlađi od 29 godina čini 17% turista.⁵³

⁵² <https://www.dalmatiasibenik.hr/hr/b2b/regulativa/programski-dokumenti/>

⁵³ http://sibensko-kninska-zupanija.hr/upload/stranice/2018/02/2018-02-05/251/dokumenti/Plan_upravljanja_rutom_kulturnog_turizma.pdf

3.1. Turizam u Hrvatskoj u uvjetima krize

Tijekom 90-ih godina prošlog stoljeća, turizam u Hrvatskoj trpi velike gubitke uzrokovane posljedicama Domovinskog rata (1990. - 1995.).

Tablica 5.: Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u RH (1990. - 1992.)

Godina	1990.		1991.		1992.	
HR	Domaći	Strani	Domaći	Strani	Domaći	Strani
Noćenja	6.747.000	45.776.000	3.409.000	7.062.000	3.190.000	7.815.000
Dolasci	1.448.000	7.049.000	809.000	1.488.000	746.000	1.389.000

Izvor: DZS, https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/SI-1639.pdf

Tablica 6.: Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u RH (1993. - 1995.)

Godina	1993.		1994.		1995.	
HR	Domaći	Strani	Domaći	Strani	Domaći	Strani
Noćenja	3.168.000	10.040.000	4.450.000	15.927.000	4.388.000	8.763.000
Dolasci	851.000	1.663.000	1.127.000	2.528.000	1.125.000	1.485.000

Izvor: DZS, https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/SI-1639.pdf

Iz priloženih tablica 5. i 6. vidljiv je značajan pad u ostvarenim dolascima i noćenjima stranih (inozemnih) i domaćih turista u odnosu na prethodne godine (tj. U razdoblju prije Domovinskog rata) diljem Hrvatske. Rat je značajno pogoršao položaj Hrvatske u smislu enormnog pada turističkog prometa i potrošnje, a prometni kapaciteti i prirodni resursi su bili uništeni ili većim dijelom oštećeni. Tadašnje stanje zapadnoeuropskog tržišta karakteriziraju promjene poput povećanog broja sudionika s razvijenom i kvalitetnom ponudom a potrošači žele bogatija i raznovrsna iskustva (informirani su i svjesni omjera cijene i kvalitete). Oporavak hrvatskog turizma je bio dug i kompleksan proces u kojem su se naglašavale nužne promjene pristupu turizmu bez obzira na porast turista u Hrvatskoj 1997.godine.⁵⁴ Govoreći o gospodarskim aktivnostima u turističkom sektoru, broj ugostiteljskih objekata 1991.godine smanjen je za 1300 jedinica u odnosu na prethodnu godinu, a zaposlenost u ugostiteljstvu je smanjena za 31 000 (36%). Prema razvojnoj strategiji hrvatskog turizma (1993.) analizira se tadašnje stanje turizma u Hrvatskoj i navode se smjernice nužne za oporavak turizma. Fokus je bio usmjeren na

⁵⁴ Ban, I., i Borković-Vrtiprah, V. (1997): Položaj Hrvatske na europskom turističkom tržištu, *Tourism and hospitality management*, 3(2), str. 209-224.

poslijeratnoj renovaciji, institucionalnoj transformaciji, prilagođavanju tržišnim promjenama, rekonstrukciji i modernizaciji ponude (kvaliteta usluge i sl.) i investiranju u turizam.⁵⁵

Tablica 7.: Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u RH (nasumičan odabir godina prije financijske krize, tijekom i nakon financijske krize)

Godina	2005.		2007.		2009.		2014.	
HR	Domaći	Strani	Domaći	Strani	Domaći	Strani	Domaći	Strani
Noćenja	5.278.717	44.816.347	6.249.501	48.166.980	5.711.903	49.081.191	5.116.411	61.153.520
Dolasci	1.387.411	7.647.881	1.695.620	8.445.250	1.529.673	8.545.479	1.461.490	11.452.90

Izvor: DZS, <https://www.dzs.hr/>

Utjecaj svjetske financijske krize, koja je započela 2007.godine, imao je utjecaj na turizam u Hrvatskoj. Iz priložene tablice 7. analiziraju se ostvarena noćenja i broj dolazaka stranih (inozemnih) i domaćih turista kroz godine. Posljedice ekonomske krize vidljive su u stupcu gdje su prikazana noćenja i dolasci za 2009.godinu. Unatoč blagom porastu noćenja i dolazaka inozemnih turista 2009.godine, ostvareni turistički promet nije bio zadovoljavajući (npr. broj noćenja inozemnih turista u 2007. godini je porastao za 7.47% u odnosu na broj noćenja u 2005.godini, a broj noćenja inozemnih u 2009.godini je porastao za samo 1.9%). Analizirajući literaturu koja opisuje i objašnjava utjecaj financijske krize na turizam (i ostale sektore), zaključuje se da je recesija (ekonomska kriza) u Hrvatskoj manjim dijelom uzrokovana svjetskom krizom. Značajniji problemi zbog kojeg su posljedice krize bile teške i dugoročne su neadekvatna ekonomska politika i nedostatak odgovarajuće strategije razvoja.⁵⁶

Tablica 8. Glavni makroekonomski indikatori – BDP (mil, HRK) 2007. - 2012.

Godina	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
BDP (u mil. HRK)	322.791	346.735	330.771	328.824	333.215	330.509

Izvor: <https://www.hnb.hr/statistika/glavni-makroekonomski-indikatori>

U priloženoj tablici 8. prikazano je kretanje BDP-a u razdoblju od 2007. do 2012.godine. u 2008.godini vidljiv je rast bruto domaćeg proizvoda te nastavlja sa padom BDP-a u 2009.godini jer je gospodarstvo u recesiji.

⁵⁵ https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1993_12_113_2184.html

⁵⁶ Čavlek, N., et al. (2010): Prilog novim odrednicama turističke politike u hrvatskoj, Acta turistica, 22(2), str. 137-160

U prosincu 2019.godine započela je nova prijetnja globalnoj ekonomiji koja je zahvatila i utjecala na cijeli svijet. Infektivna bolest COVID-19 (Coronavirus infectious disease 2019) uzrokovala je pandemiju (širenje infekcijske bolesti u širokim zemljopisnim područjima; grč. „pan“- sve, „demos“-narod⁵⁷) u kojoj je zabilježeno ukupno (na svjetskoj razini) 18.735.927 slučajeva, 11.947.970 izliječenih i 705.064 preminulih osoba (kolovoz, 2020.)⁵⁸. Pandemija koronavirusa je izazvala krizu zdravstvenog sustava i zaustavljanje gospodarskih aktivnosti (uvođenje obavezne karantene na određeni period) diljem svijeta što je rezultiralo velikim gubitcima. Prema procjenama stručnjaka smatra se da će BDP u Hrvatskoj (2020.) pasti za više od 10% (BDP za 2019.godinu iznosi 400.102 mil kn.⁵⁹), dolazi do rasta nezaposlenosti a poduzeća će i nakon završetka zdravstvene krize poslovati na niskoj razini kapaciteta.⁶⁰ Zabranom i ograničavanjem kretanja ljudi u sredini u kojoj se nalaze, dolazi do drastičnog pada turizma (smanjen broj dolazaka i noćenja domaćih i inozemnih turista). Nakon što sigurnosne mjere kretanja budu ublažene mnogi ljudi neće biti u mogućnosti poduzimati turistička putovanja, a oni koji budu će biti spriječeni zbog straha od ponovnog širenja virusa. Također, turisti će biti prisiljeni birati željena odredišta u zemlji u kojoj žive ili pak u susjedstvu zbog lošijeg financijskog stanja. Referirajući se na prethodno navedeno, Hrvatska je gledajući s jedne strane u nepovoljnoj situaciji zbog male domaće potražnje, ali je i u prednosti upravo zbog svoje lokacije koja je blizu glavnih europskih tržišta.⁶¹

Tablica 9.: Dolasci i noćenja domaćih i stranih (inozemnih) turista u ožujku 2019. i 2020. godine – usporedba

Godina	2019. (ožujak)		2020. (ožujak)	
	Domaći	Strani	Domaći	Strani
Noćenja	270.716	673.000	105.928	183.693
Dolasci	131.038	318.582	43.261	61.130

Izvor: DZS, https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/04-03-01_03_2020.htm

⁵⁷ <https://hr.wikipedia.org/wiki/Pandemija>

⁵⁸ <https://www.worldometers.info/coronavirus/>

⁵⁹ <https://www.hnb.hr/statistika/glavni-makroekonomski-indikatori>

⁶⁰ Čavrak, V. (2020): Makroekonomija krize COVID-19 i kako pristupiti njenom rješavanju, EFZG working paper series, (03), str. 1-19

⁶¹ http://www.iztg.hr/UserFiles/file/novosti/2020/COVID-19%20radovi/Klari%C4%87-Z_2020.pdf

Tablica 10.: Dolasci i noćenja domaćih i stranih (inozemnih) turista u svibnju 2019. i 2020. - usporedba

Godina	2019. (svibanj)		2020. (svibanj)	
HR	Domaći	Strani	Domaći	Strani
Noćenja	485.808	4.430.806	65.803	101.172
Dolasci	215.281	1.353.990	30.501	31.548

Izvor: DZS, https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/04-03-01_05_2020.htm

Tablice 9. i 10. prikazuju usporedbu dolazaka i ostvarenih noćenja turista u 2019. i 2020. godini (ožujak i svibanj). U ožujku 2020.godine ostvaren je pad dolazaka turista za 76.8% i pad ostvarenih noćenja za 69.3% u odnosu na ožujak 2019.godine. U svibnju 2020.godine ostvaren je pad dolazaka turista za 96% i pad ostvarenih noćenja za 96.6% u odnosu na svibanj 2019.godine.

3.2. Posljedice na marikulturu uzrokovane kriznim stanjem

U 1990-im godinama bilježe se prvi počeci razvoja marikulturne djelatnosti u Hrvatskoj. Smatralo se da uzgoj morske ribe, odnosno, marikultura ne predstavlja perspektivnu djelatnost u zapošljavanju otočnog stanovništva i način zadržavanja istih na otocima. Tadašnja proizvodnja (Hrvatske) bila je pogođena viškom radnika državnih poduzeća, ukinutom stimulacijom za izvoz, poreznim opterećenjima, nerealnim tečajem, smanjenjem domaće potrošnje zbog negativnih posljedica rata i sl.⁶² S obzirom da se radi o početnom periodu razvoja marikulture može se navesti nekoliko razloga zbog kojih određena poduzeća nisu opstala na tržištu: gospodarsko stanje u državi, tadašnja politika države (način provedbe zakona), ratno stanje u državi i negativne posljedice koje ostaju, nedostatak potrebnog znanja u upravljanju poduzećem za uzgoj i proizvodnju morske ribe, školjkaša i sl.

⁶² Turk, M. (1995).: Vijesti iz udruženja stočarstva, ribarstva i prateće industrije, Croatian Journal of Fisheries, 53(3), str. 122-126

Tablica 11.: Uzgoj (proizvodnja) morske ribe i školjkaša (2008. – 2011.) (t)

Godina	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.
HR					
Plava riba	3.711	4.200	3.592	2.312	1.907
Ostala riba	4.500	5.000	5.200	4.533	4.537
Školjkaši	3.000	2.100	2.100	420	330
Ukupno (t) Σ	11.211	11.300	10.892	7.265	6.774

Izvor: DZS, <https://www.dzs.hr/>

Tablica 11. prikazuje proizvodnju (t) morske ribe koja podrazumijeva plavu ribu Tunu, kategorija ostala riba sadrži lubina i komarču te školjkaše, odnosno, kamenice, dagnje i ostale školjkaše. U retku koji prikazuje ukupnu proizvodnju analizira se pad koji je rezultat različitih pojava tijekom godina. Analizom podataka i odgovarajućih službenih izvješća, zaključuje se da financijska kriza nije imala značajno velik utjecaj na marikulturnu djelatnost kao što je imala utjecaj na npr. građevinski sektor (u 2012.godini ukupni prihodi poslovnih subjekata su se smanjili za 42% u odnosu na prihode u 2008.godini⁶³)

Hrvatska je mala zemlja za koju se smatra da ukoliko ima ekonomiju koja je izvozno orijentirana, tada obećava dugoročni održivi gospodarski rast. Ključne komponente izvoza⁶⁴:

- Rast izvoza rezultira veći broj radnih mjesta
- Rast izvoza predstavlja rast BDP-a
- U periodu recesije izvozno orijentirane zemlje imaju tendenciju bržeg oporavka od drugih ekonomija
- Unaprjeđuje se konkurentnost zemlje, povećavaju devizne rezerve i sl...

Gotovo sve zemlje su bile prisiljene zatvoriti državne granice na određeno vrijeme i time obustaviti proces izvoza zbog pandemije uzrokovane korona virusom. U sljedećim analizama prikazat će se posljedice krize na ekonomiju.

Tablica 12.: Robna razmjena Republike Hrvatske s inozemstvom – izvoz (2007.- 2011.)

Godina	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.
HR					
Izvoz (tis. kn)	66.024.530	69.142.358	55.272.198	64.891.583	71.234.060

Izvor: DZS, <https://www.dzs.hr/>

⁶³ <http://finance.hr/analiza-gradevinskog-sektora-u-rh/>

⁶⁴ <https://izvoz.gov.hr/o-hrvatskom-izvozu/9>

Tablica 13.: Robna razmjena Republike Hrvatske s inozemstvom od siječnja do svibnja – izvoz (2017. – 2020.)

Godina (I. - V.)	2017.	2018.	2019.	2020.
HR				
Izvoz (tis. kn)	41.547.618	42.634.034	46.061.844	41.972.208

Izvor: DZS, <https://www.dzs.hr/>

Iz priložene tablice 13. u kojoj je prikazano stanje izvoza od siječnja do svibnja kroz četiri godine, uočljiv je zabrinjavajući pad u 2020. godini za čak 8,88%. Što se tiče marikulturne djelatnosti i same proizvodnje u Hrvatskoj, poduzeća koja se nalaze u ovom sektoru trpe velike gubitke. Najveći dio uzgojene ribe izvozi se na talijansko tržište što je zbog pandemije koronavirusa rezultiralo velikim šokom za proizvođače kada su zatvorene granice prema Italiji s ciljem ograničavanja širenja virusa. Nadalje, došlo je do zaustavljanja distribucijskog kanala orijentiranog prema restoranima i hotelima koji su značajan dio potražnje te se pojavljuju poteškoće logističkog tipa u plasmanu uzgojene ribe. Uz prethodno navedeno, poduzeća nailaze i na problem nabave hrane za uzgoj ribe, repromaterijala (npr. mreže za kaveze) i sirovina (npr. mlađ – mlada riba za uzgoj). Uslijed novonastale situacije mnogi proizvođači bili su prisiljeni pronalaziti alternativne kanale za prodaju i prilagoditi (blago izmijeniti) ponudu, odnosno, proizvod koji prodaju. Proizvođači će posegnuti za optimalnijim (nužnim) distributivnim kanalom, odnosno, proizvod će plasirati direktno krajnjem potrošaču pridržavajući se pritom odgovarajućih propisa i zakona. Jedan od alternativnih kanala jest dostava proizvoda direktno potrošaču na odgovarajuću adresu.⁶⁵ Gledajući s pozitivne strane, kriza u kojoj se ekonomija nalazi potaknula je razvoj novih strategija za opstanak i preživljavanje mnogih proizvođača. Odlukom Vlade Republike Hrvatske Ministarstvo poljoprivrede je pokrenulo nacionalnu Internet platformu - Tržnica.hr⁶⁶. Cilj je pomoći hrvatskim poljoprivrednicima i ribarima da opstanu u kriznoj situaciji. Osim navedene Internet platforme, kreirale su se mnoge virtualne grupe putem društvenih mreža (npr. Facebook grupe) koje povezuju i olakšavaju pristup od proizvođača do potrošača. Ovim potezom se ukazalo na važnost potpore domaćih proizvođača što bi rezultiralo većom proizvodnjom u Hrvatskoj i manjom potrebom za uvozom iz drugih zemalja (poboljšanje BDP-a).⁶⁷

⁶⁵ <https://morski.hr/2020/04/29/u-krizi-najvise-stradalo-skoljkarstvo-a-ulov-uzgoj-i-prerada-ribe-ce-se-donekle-oporaviti/>

⁶⁶ <https://trznica.mps.hr/>

⁶⁷ <https://morski.hr/2020/05/04/ministarstvo-poljoprivrede-pokrenulo-trznica-hr-kupnja-poljoprivrednih-proizvoda-iz-cijele-hrvatske/>

4. Kompatibilnost marikulture i turizma Srednjeg Jadrana

U 4. cjelini kompatibilnosti marikulture i turizma Srednjeg Jadrana prikazat će se odnos i način na koji međusobno funkcioniraju. Također, navest će se mogući nedostaci djelatnosti te kako se međusobno nadopunjuju i kako optimalno iskoristiti postojeće resurse.

4.1. Usklađenost marikulture i turizma Srednjeg Jadrana

Prema izrađenoj studiji „Studija korištenja i zaštite mora i podmorja na području Splitsko-dalmatinske županije“ smatra se da je turističko tržište optimalno za proizvode marikulturnog podrijetla. Također, gledajući iz perspektive marikulture djelatnosti, ono može biti simbol čistog mora, sredstvo za provedbu turističkih aktivnosti poput posjeta uzgajalištima, te poseban oblik turističke ponude i atrakcije (prepoznatljiva gastro ponuda obogaćena proizvodima marikulture djelatnosti).⁶⁸ S ciljem kvalitetnog prikaza sklada turizma i marikulture, navest će se nekoliko primjera iz prakse gdje su uključena oba sektora u proces organizacije, planiranja, financiranja, sudjelovanja i sl.

1. Dobar primjer koji spaja marikulturni sektor sa turističkim jest festival „Kvaljske ribarske noći – „Tunuare“ koji se održava u Zadarskoj županiji u općini Kali. Cilj održavanja manifestacije koja je sad već dio tradicije, jest promocija ribarstva, ribljih proizvoda i mjesta gdje se cjelokupni događaj održava, Kali. Prema službenim statističkim podacima turističke zajednice, vidljiv je porast u dolascima turista za vrijeme održavanja manifestacije što predstavlja pozitivan učinak samog događaja. Na postavljenim uslužnim štandovima posjetiteljima su ponuđeni autohtoni proizvodi poput plave ribe (sitne i krupne), riba iz uzgoja (bijela riba) i riblje prerađevine.⁶⁹
2. S obzirom da je manifestacija koja je organizirana u sklopu projekta „Riba Hrvatske – jedi što vrijedi“ od strane Hrvatske gospodarske komore održana u gradu Zagrebu (van područja Srednjeg Jadrana), vrijedi spomenuti svrhu i ciljeve planiranja samog događaja. Dakle, ponuda manifestacije se sastojala od morskih riba, školjaka i slatkovodnih riba koje su posjetitelji mogli besplatno konzumirati. Cilj manifestacije je bio povećati potrošnju morskih i slatkovodnih proizvoda te podizanje svijesti potrošača

⁶⁸ OIKON d.o.o. – Institut za primijenjenu ekologiju (2012): Studija korištenja i zaštite mora i podmorja na području Splitsko-dalmatinske županije, s naglaskom na djelatnost MARIKULTURE, u multisektorskom kontekstu Integralnog upravljanja obalnim područjem

⁶⁹ <https://ezadar.net.hr/zabava/2221367/45-godina-kvaljskih-ribarskih-noci-tunuara/>

o kvaliteti hrvatske proizvodnje i važnosti konzumacije ribe.⁷⁰ Pozitivan učinak manifestacije jest širenje turističke ponude i povećanje prepoznatljivosti područja.

3. U gradu Zadru je 2019.godine potpisano pismo namjere o osnivanju Hrvatskog muzeja maritimne kulture u Zadru. Sadržaj muzeja bi obuhvaćao pomorski dio (lokalna pomorska kultura grada i regije), ribarski dio (hrvatski doprinos ribarskoj kulturi i sl) i marikulturni dio (trenutni i budući održivi razvoj marikulturnog gospodarstva). Jedan od razloga ovog pothvata jest nedostatak infrastruktura gdje bi se proučavala maritimna baština te se smatra da će muzej biti vrlo zanimljiva, jedinstvena atrakcija ali i rijetki kulturno turistički sadržaj na ovom području.⁷¹
4. Gastronomija predstavlja bitan dio turističke ponude destinacije te se u svrhu diversificirane ponude hrane i pića nekog mjesta povezanih sa brojem posjetitelja područja, koristi termin gastronomski turizam. U lipnju 2019.godine održan je skup „Novigradska dagnja – održivi razvoj ribarstvenog i akvakulturnog područja“ u Novigradu (Zadarska županija). Glavni cilj skupa je bio jačanje brenda Novigradske dagnje, unaprjeđivanje i prepoznatljivost turističke gastro ponude i sl. Uz kreativne (radionice za djecu) i znanstvene programe manifestacije (predavanja i edukativni programi) u sklopu organizacije održava se i gastro-turistički događaj „okusi Novigradske dagnje“. Cilj organiziranja manifestacije jest obogatiti turističku ponudu mjesta Novigrad i promocija dagnji kao specifičnog gastro proizvoda tog područja.⁷²
5. U Šibensko-kninskoj županiji nalazi se naselje Zaton prepoznatljivo po jedinstvenoj gastronomskoj ponudi dagnji („pidoći“) kao školjke posebnog okusa zbog mješavine mora i rijeke Krke na području gdje se nalaze (uzgajaju). U 2018. godini se prvi put održala manifestacija pod nazivom „Zatonska pidočijada“ koja je ostvarila vrlo pozitivne učinke na lokalnu zajednicu i posjetitelje iz drugih gradova, a za potrebe održavanja događaja uzgajivači školjaka su donirali dagnje za pripremu jela. Shvaćajući važnost i vrijednost uzgoja „pidoći“ za gospodarski razvoj naselja, mjesni odbor Zaton

⁷⁰ <https://www.ribahrvatske.hr/manifestaciju-u-okviru-projekta-riba-hrvatske-jedi-sto-vrijedi/>

⁷¹ <https://ezadar.net.hr/kultura/3453549/zadar-dobija-muzej-maritimne-kulture/>

⁷² <https://zadarski.slobodnadalmacija.hr/zadar/tribina/u-subotu-svi-u-novigrad-domacini-ce-podijeliti-500-kila-daganja-609413>

i Veleučilište u Šibeniku su odlučili izraditi studiju zaštite zatonske pidoće i započeti proces „brendiranja“ školjke. Također, smatra se da će pothvat brendiranja pedoči pridonijeti većem interesu i broju posjetitelja, odnosno razvoju turizma naselja, imat će utjecaj i na stvaranje tradicije te na društveni i kulturni razvoj lokalne zajednice.⁷³

Prethodno navedenim primjerima pruža se uvid u trenutno stanje područja gdje marikulturni i turistički sektor djeluju zajedno i time generiraju različite pozitivne efekte. Dakle, najčešće je riječ o manifestacijama tematskog tipa kao što su ribarske večeri, dani lokalnih proizvoda, sajmovi, radionice, upoznavanje posjetitelja sa lokalnom tradicijom i kulturom kroz različite programe i sl. Iako postoje mnogi planirani događaji koji su s vremenom postali simbol (prepoznatljivost područja) određenog mjesta i doprinijeli rastu turizma, potencijal zajedničkog djelovanja marikulture i turizma nije dovoljno iskorišten na svim područjima (kao što je npr. područje Istarske županije).

4.2. Utjecaj razvoja turizma na okoliš

Primarni resurs iz kojeg turizam crpi i koristi benefite jest okoliš. Ako se pravilno upravlja i kontrolira razvojem turizma tada ono ne predstavlja velikog onečišćivača okoliša. Negativne posljedice turizma na okoliš najčešće se javljaju zbog koncentracija turističkih djelatnosti u ograničenom prostoru i vremenu. Neki od pritisaka turizma na okoliš su neodgovarajući i neplanski način gradnje turističkih objekata uslijed kojeg dolazi do vizualne degradacije prostora, nepravilno zbrinjavanje otpada, onečišćenje zraka zbog velikog broja gostiju s automobilima, iscrpljivanje prirodnih resursa, oštećenje prirodne i kulturne baštine, napuštanje tradicionalnih djelatnosti zbog veće profitabilnosti u turizmu i sl.⁷⁴ Posljedica velike koncentracije ljudi (turista) na pojedinim mjestima jest opterećenje u velikoj mjeri za okoliš. U 2015. godini zabilježeno je 2.800.000 posjetitelja u nacionalnim parkovima diljem Hrvatske. Prema kalkulaciji ukupnog broja posjetitelja na odgovarajućoj površini, najveće opterećenje zabilježeno je u NP Krka gdje se nalazilo okvirno 8.500 posjetitelja/km².⁷⁵ Primarni kulturno-turistički resursi su povijesne znamenitosti, vrijednosne stare gradske jezgre, mnogobrojne crkve i sl. Problem koji se javlja kod korištenja resursa u turističke svrhe jest neodgovarajuće upravljanje nad njima. Ukoliko destinaciju tijekom godina posjećuje sve veći broj turista

⁷³ <https://sibenski.slobodnadalmacija.hr/sibenik/vijesti/sibenik/najbolje-su-zatonske-pidoce-brednirajmo-je-nek-39-se-zna-svitu-tu-je-njezin-dom-601808>

⁷⁴ Kružić, N. (2004): Turizam i okoliš, *Tourism and hospitality management*, 10(2), str. 97-100

⁷⁵ <http://www.haop.hr/hr/publikacije/odabrani-pokazatelji-okolisa-i-prirode-u-hrvatskoj-2016>

(masovni turizam), a pritom se nije ulagalo u obnovu određene povijesne znamenitosti (redovne kontrole stručnjaka, pravilno rukovanje i zbrinjavanje vrijednosti osjetljivih na dodir i sl.) tada dolazi do postepenog propadanja kulturnih baština. 2017. godine dubrovački gradonačelnik je donio odluku o praćenju broja, tj. smanjenju prometa u povijesnoj jezgri grada Dubrovnika nakon što je UNESCO izdalo upozorenje o smanjenju kvalitete očuvanja kulturne baštine. Strategija koja se koristila za reduciranje opterećenosti je postavljanje kamera s brojačima posjetitelja na ulazu u povijesnu jezgru.⁷⁶ Osim prethodno navedenog potrebno je spomenuti i prirodnu baštinu koja se, također, uz neadekvatno postupanje narušava, a ponekad dolazi i do njenog potpunog uništavanja i nestanka. Masovni turizam sa sobom donosi velika zagađenja okoline u kojoj se nalazimo, a iz koje se posebno izdvaja Jadransko more (glavni turistički resurs). Neki od negativnih utjecaja na more su komunalni otpad, ispuštanje otpada iz plovila (problem nautičkog turizma), buka i svjetlost, onečišćivanje plaža različitim otpadima koji s vremenom dospiju u more. Dodatan problem masovnog turizma predstavlja i betonizacija obale u različite svrhe i prilagodbe turistima. Kao primjer navodi se neodgovarajuća gradnja na području arheološkog lokaliteta na otoku Biševu. Uslijed devastacije baštine, početkom 2018. godine stvorena je građanska inicijativa „Spasimo Biševo“ s ciljem očuvanja povijesne, kulturne i prirodne baštine.⁷⁷ U 2017. godini provedeno je istraživanje o zagađenju zraka u odredištima gdje pristaju brodovi na kružnim putovanjima. Analizu je napravila udruga Transportation and environment, a bila je provedena na uzorku od 27.173 registriranih vozila i 40 brodova koji su uplovili te godine u dubrovačku luku Gruž. Istraživanje se temeljilo na vremenskom periodu u kojem su vozila (brodovi) boravila u luci te na količini ispuštenih onečišćenih čestica za to vrijeme. Zaključno je da su registrirana vozila u luci ispuštala 11.561 kg ispušnih plinova, a plovila na kružnim putovanjima 2.523 kg onečišćenih čestica.⁷⁸ Kriza uzrokovana pandemijom COVID-19 većinom ima negativne posljedice za ekonomiju, no uslijed mjera za prevenciju širenja virusa (ograničeno kretanje ljudi) dolazi do značajnog poboljšanja kvalitete zraka te smanjenja onečišćenja zraka što rezultira očuvanjem prirode i ljudskog zdravlja.⁷⁹ Također, sve se više javlja pitanje problema dostupne čiste vode za piće te se smatra da će se u budućnosti voditi ratovi za vodu kao što se to danas radi zbog nafte.

⁷⁶ <https://hrturizam.hr/dubrovnik-smanjuje-broj-posjetitelja-unutar-zidina-na-4-000-u-jednom-trenutku/>

⁷⁷ <https://morski.hr/2018/02/24/inicijativa-spasimo-bisevo-od-betoniranja-upozorava-na-devastaciju-otoka/>

⁷⁸

<https://www.transportenvironment.org/sites/te/files/publications/One%20Corporation%20to%20Pollute%20The%20All%20English.pdf>

⁷⁹ <https://mzoe.gov.hr/vijesti/prema-trenutnim-nevalidiranim-podacima-poboljsana-je-kvaliteta-zraka-u-cijeloj-hrvatskoj/5839>

Govoreći o pozitivnim učincima, turizam generira prihode, omogućava zapošljavanje, potiče ulaganja u razvoj manje razvijenih područja ili područja gdje je potrebna obnova. Zbog rasta broja posjetitelja sve se više ulaže u stvaranje ideja i ponuda koje se prilagođavaju turistima, a istodobno se zadržava tradicionalni duh i običaji kao simbol određenog turističkog područja. Turističke zajednice učestalo promoviraju odgovorno ponašanje prema prirodi, okolišu i zajednici te se sve više prihvaća štedljivo korištenje resursa i eventualna zamjena istih za one koji su ekološki prihvatljiviji (naplaćivanje plastičnih vrećica, korištenje vlastitih platnenih/papirnatih ili biorazgradivih vrećica, prodaja namirnica/proizvoda u pakiranju od materijala koji nije štetan za okoliš, korištenje prirodnih i manje agresivnih sredstva za kućanstvo i sl.). Upravni odjel za turizam Istarske županije primjenjuje program EcoDomus u cilju povećanja ekološke i društvene odgovornosti. Program je namijenjen malim turističkim smještajnim objektima radi poticanja diversifikacije i kvalitete smještaja, ali u skladu s načelima održivog razvoja i turizma. Kako bi se pobliže objasnila svrha programa, navest će se sljedeće karakteristike jednog turističkog objekta s certifikatom EcoDomusa: korištenje eco certificiranih sredstava za pranje i čišćenje te eco toaletni proizvodi, korištenje prirodnih materijala, štednja vode/energije te sortiranje i recikliranje otpada i sl.⁸⁰ Turizam također utječe i na razinu obrazovanja stanovništva. Dakle, održavanjem sajмова, konferencija, sastanaka, projekata, manifestacija, izložbi, humanitarnih programa i sl. stvara se dodatno iskustvo u kojem se stječu nova znanja i potiče svijest o važnosti odgovarajućeg strateškog upravljanja turizmom. Posljednjih godina u Hrvatskoj se postavljaju temelji za razvoj ekoturizma, odnosno, oblik turizma u kojem posjetitelji zagovaraju zaštitu prirode i okoliša destinacije te kulturnu baštinu lokalne zajednice. Hrvatska ima vrlo zahvalnu poziciju za razvijanje novih mogućnosti u turizmu, a kako bi se olakšalo pokretanje poslova privatnicima u ekoturizmu Ministarstvo turizma, Hrvatska gospodarska komora te Hrvatska obrtnička komora pružaju pomoć pri pokretanju poslova u ekoturizmu. Cilj ekološke proizvodnje jest smanjenje uporabe kemijskih gnojiva, pesticida i ostalih sredstava kako bi se povećala prirodna otpornost sadnica. Neki od oblika gospodarstava u ekoturizmu su istarske stancije (obnovljeno obiteljsko seosko poljoprivredno gospodarstvo s ciljem pružanja turističkih usluga; hrana koja je u ponudi je ekološki uzgojena, upoznaje se gosta s tradicionalnim poslovima i kulturom), dalmatinska etno-eko sela (cilj je potaknuti gospodarski razvoj sela; turisti su smješteni u autohtonim kamenim kućama, upoznaju se sa tradicijskom proizvodnjom i starim obrtima, nudi se domaća ekološka hrana i sl.) i baranjske etno kuće (naglasak je na aktivnom turizmu i boravku u prirodi te se

⁸⁰ <https://www.istra-istria.hr/index.php?id=5036>

također pruža iskustvo u tradicionalnim poslovima i domaćoj ekološkoj hrani).⁸¹ Razvojem turizma razvili su se određeni standardi prema posjetiteljima što je rezultiralo učestalim čišćenjem morskog dna od raznog glomaznog otpada te se uz to provode sankcije i mjere ukoliko se otpad odbaci na zabranjeno mjesto.⁸²

4.2. Utjecaj razvoja marikulture na okoliš

Uzgoj morske ribe u kavezima na odgovarajućoj lokaciji ima pozitivne i negativne učinke na okolinu. U ovom poglavlju prikazat će se kakav utjecaj marikultura ima na okoliš i kako se sama kvaliteta proizvodnje može unaprijediti s ciljem smanjenja štetnog utjecaja na prirodu i čovjekovo zdravlje.

Neki od negativnih učinaka marikulture proizvodnje:

- uzgoj npr. bijele ribe i tune može rezultirati većim količinama sedimentacije organske tvari (nepojedena hrana, razni ostaci organizama i sl.) što dovodi do promjena u sastavu morskih staništa
- ukoliko je uzgajalište smješteno na nepovoljnoj lokaciji (slabo strujanje mora) tada može doći do cvjetanja mora (masovno razmnožavanje algi ili cijanobakterija koje mogu imati toksično djelovanje na ekosustav)
- pokretanje procesa rada uzgajališta, prisutnost ljudi, rad strojeva, gradnja objekata na obali i sl. uznemirava ptice i samim time vodi smanjenju njihovih staništa
- fizičko oštećenje biljaka i grebena zbog kaveza i mreža potrebnih za uzgoj
- nepropisno ispuštanje otpadnih voda u more (unos patogena u okoliš), korištenje jakih kemikalija za potrebe čišćenja ribe od nametnika, nepravilno odlaganje otpada i sl.

Za prethodno navedeno vrijedi da ako određeno poduzeće redovito vrši kontrole, obavlja proizvodni proces u skladu s zakonom i s ciljem zaštite okoliša tada negativni čimbenici nemaju utjecaja na okolinu ili su gotovo zanemarivi. Dakle, strategije smanjenja štetnog djelovanja uzgajališnih zona na okoliš su pravilno planiranje lokacije uzgajališta, optimalne mjere zaštite uzgajališta od predatora (ulaganje u zaštitnu opremu), provođenje ispravnih istraživanja lokacija (terenska istraživanja) u svrhu izbjegavanja područja gdje je morski okoliš (biljke i organizmi) narušen, korištenje manje agresivnih/ekološki prihvatljivih sredstava za potrebe

⁸¹ Miljak, T., Bačić, L., i Kitić, M. (2012): Ekoturizam kao poticaj razvoja poduzetništva u turizmu na primjeru Republike Hrvatske', Učenje za poduzetništvo, 2(2), str. 323-331

⁸² <https://morski.hr/2019/10/04/eko-akcija-ciscenja-podmorja-u-tri-naselja-na-dugom-otoku/>

čišćenja u blizini mora, kod pakiranja proizvoda koristiti što manje plastičnog materijala (što može rezultirati pozitivnom slikom proizvođača prema potrošačima), korištenje prirodne i kvalitetne hrane za ribe i sl.⁸³

S druge strane, kao pozitivan utjecaj marikulture na okoliš može se navesti vizija proizvođača koji teže razvijanju organskog uzgoja morske ribe. Ekološki način proizvodnje smanjuje količine otpada i štetnog utjecaja na okolinu te djeluje na povećanu potražnju za ribom (sve više ljudi mijenja životne navike i kupuju namirnice organskog podrijetla). Prema bazi podataka i pokazatelja stanja morskog okoliša, marikulture i ribarstva za 2017. godinu dostupni su podaci koji pružaju uvid u ekološke, biološke i kemijske pokazatelje. Ekološko stanje najvećeg akvatorija u RH je ocijenjeno s vrlo dobrim stupnjem. Nešto niži rang dodijeljen je za tri manja područja. Što se tiče kakvoće uzgajanih morskih organizama i mora u kojem se uzgajaju, ispitivana uzgajališta školjki bilježe slabije rezultate u odnosu na 2016. godinu, tj. u uzorku od 28 uzgajališta na samo jednom je utvrđena iznimno visoka razina koncentracije *E.coli* (*Escherichia coli*; bakterija koja živi u donjem dijelu probavnog trakta⁸⁴). Prisutnost biotoksina je za većinu uzoraka bila ispod najvišeg dopuštenog udjela, a kod bioloških pokazatelja zaključeno je da nema intenzivne cvatnje te je biomasa znatno manja u odnosu na prethodne godine.⁸⁵ Dakle, uz navedene pritiske marikulture na okoliš i prednosti koje se ostvaruju može se zaključiti da marikultura kao djelatnost ne predstavlja prijetnju okolišu ako se proces proizvodnje, odnosno, uzgoja, odvija planski i uz primjenu strategija za smanjenje štetnog utjecaja na prirodu i okolinu. Nadalje, s obzirom na dostupnost izvještaja o fizikalno-kemijskoj i biološkoj kvaliteti vode i sedimenta na uzgajalištu riba jednog registriranog poduzeća u Splitsko-dalmatinskoj županiji, prikazat će se kakav je njegov utjecaj na okoliš na temelju stvarnih podataka navedenog uzgajališta. Istraživanje je provedeno putem laboratorija za akvakulturu i patologiju akvatičkih organizama (Zavod za istraživanje mora i okoliša). Prema uvodnom dijelu izvješća fizikalno-kemijski parametri vode izmjereni su na uzgajalištu, a u zaključnom dijelu navodi se da je u kvantitativnoj analizi fitoplanktona u ribogojilištu poduzeća utvrđeno dobro ekološko stanje te i dalje nema znakova degradacije s obzirom na prethodne analize. Parametri kisika su bili nešto niži od prosjeka, ali to je rezultiralo zbog jesenskih uvjeta kada je istraživanje provedeno. Dakle, parametri vode i sedimenta ukazuju na stabilan

⁸³ Haramina, T. (2014): Strateška studija utjecaja na okoliš Nacionalnog strateškog plana razvoja akvakulture za razdoblje 2014.-2020, Zagreb

⁸⁴ https://hr.wikipedia.org/wiki/Escherichia_coli

⁸⁵ <http://baltazar.izor.hr/azopub/bindex>

ekosustav koji odgovara otvorenom moru.⁸⁶ Rezultati analize provedene na uzgajalištu su zadovoljavajući i samim time uzgajalište ne predstavlja opasnost za prirodni okoliš i ljude. Iako je nemoguće da se gotovo svi pridržavaju redovitih kontrola i pravilnog rukovanja uzgajalištima zbog eventualnog nedostatka znanja, iskustava ili pak zbog vlastitih interesa gdje će proći „jeftinije“ (neadekvatna oprema, zanemarivanje oštećenja na kavezima, strojevima i sl.) ipak će takva uzgajališta snositi posljedice od strane nadležnih tijela ili će pozicija uzgajališta postati vrlo zagađena i nepovoljna za daljnji proces uzgoja morskih organizama što rezultira gašenjem poslovanja.

⁸⁶ Kolda, A., Muhin, N., Vulić Šostarić, Z., Kapetanović, D. (2019): Izvještaj o fizikalno-kemijskoj i biološkoj kvalitete vode i sedimenta na uzgajalištu riba u uvali Movar-Rogoznica, Zagreb

5. Metodologija istraživanja i opće karakteristike anketnog upitnika

5.1. Opis anketnog upitnika i uzorka istraživanja

Empirijsko istraživanje obuhvaća sastavljanje anketnog upitnika kojeg su popunili ispitanici. Zatim se prikupljaju podaci iz anketnog upitnika te se formira uzorak istraživanja. Ispitanici koji sudjeluju u anketnom istraživanju vlasnici su i zaposlenici poduzeća koja se bave marikulturnom djelatnošću, turističke zajednice te lokalne akcijske grupe u ribarstvu (LAGUR) na području Srednjeg Jadrana. Anketni upitnik provodi se kao instrument prikupljanja podataka budući da u kratkom vremenu omogućava dobivanje opsežnog broja podataka od stručnih osoba. Svrha upitnika odnosi se na prikupljanje primarnih podataka. Pitanja su sastavljena u obliku višestrukog odgovora, umetnutog odgovora (tekst), jednostavnih pitanja te Likertove ljestvice.

Konačan uzorak sačinjava 15 poduzeća iz industrije ribarstva od kojih 10 pripada djelatnosti 03.21 - morska akvakultura (prema NKD-u 2007), 1 poduzeće iz djelatnosti 10.20 – prerađivačka i konzerviranje riba, rakova i školjaka, 3 poduzeća djelatnosti 03.11 – morski ribolov te 1 poduzeće djelatnosti 46.90 – nespecijalizirana trgovina na veliko. Nadalje, 11 turističkih zajednica koje, prema NKD-u 2007, pripadaju djelatnosti 94.11 – djelatnosti poslovnih organizacija i organizacija poslodavaca te 1 turistička agencija koja pripada djelatnosti 79.11 - djelatnosti putničkih agencija. Posljednji dio uzorka čine lokalne akcijske grupe koje su svrstane kao djelatnosti 94.99 – djelatnosti ostalih članskih organizacija, d.n.

5.2 Način obrade prikupljenih podataka

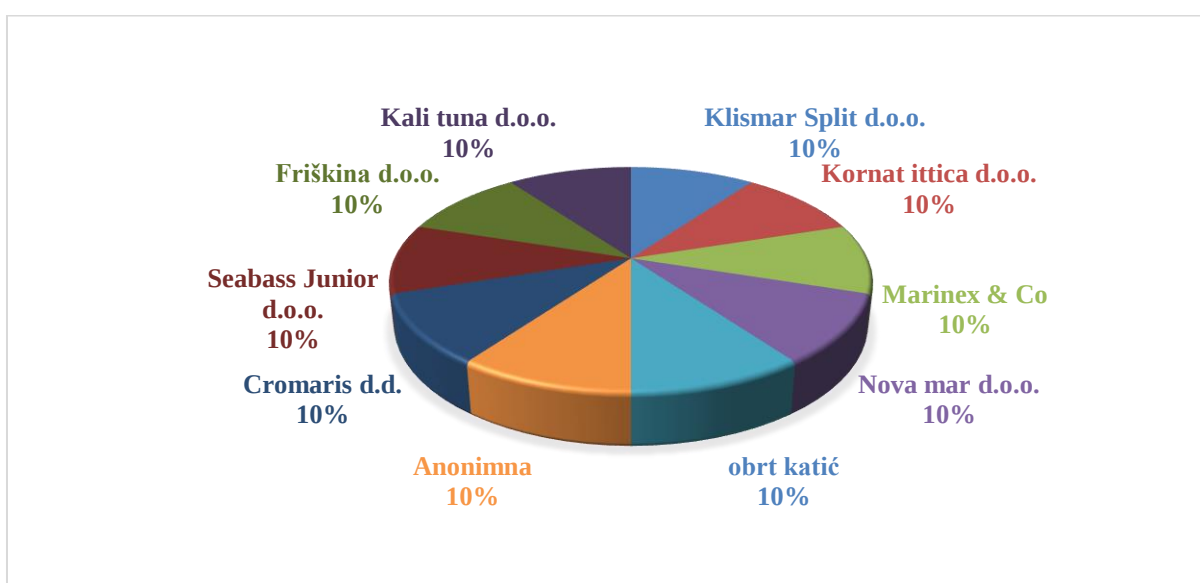
Kvantitativnim istraživanjem provedena je analiza stanja turizma i marikulture na Srednjem Jadranu. Prikupljeni podaci dobiveni su anketnim on-line upitnikom te su prikazani u grafičkom obliku. Istraživanje je deskriptivno, jednokratno, provedeno na namjerno izabranom uzorku. Za testiranje hipoteza koristi se t-test (studentova distribucija – primjenjuje se kod procjene parametara i kod testiranja hipoteza na osnovu uzorka⁸⁷).

⁸⁷ Rozga, A. (2009): Statistika za ekonomiste, Sveučilište u Splitu EFST, Split

6. Analiza podataka i rezultati istraživanja

6.1. Analiza prikupljenih podataka

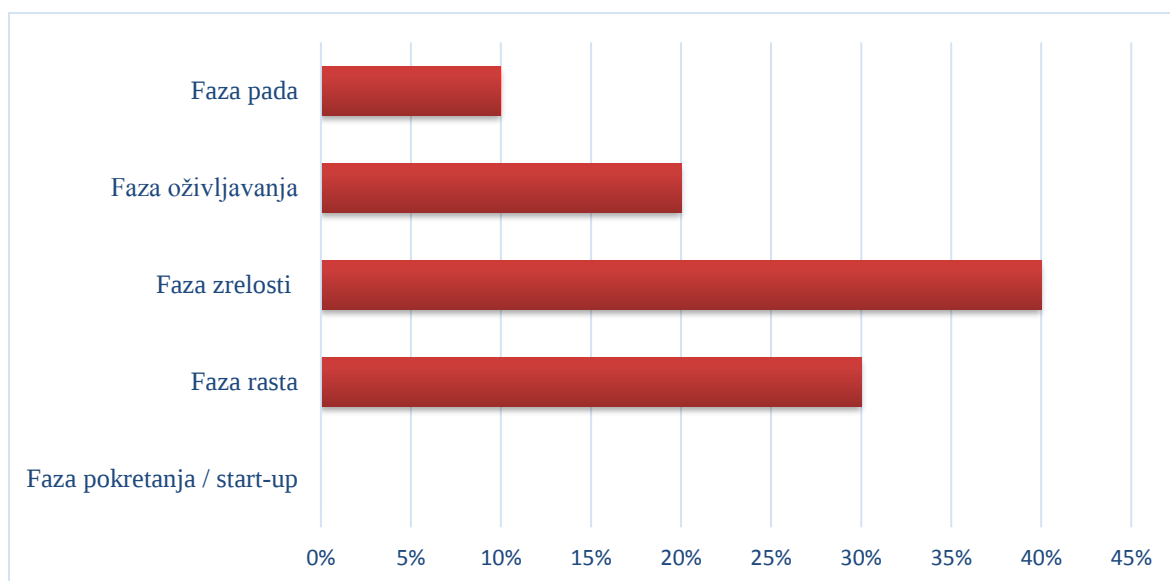
Za potrebe istraživanja koristile su se dvije ankete koje su bile namijenjene poduzećima marikulture djelatnosti i turističkim zajednicama gradova, otoka i sl. Od planirane veličine uzorka anketnih upitnika za poduzeća iz marikulture vraćeno je 67% popunjenih anketa, a od planirane veličine anketnih upitnika za turističke zajednice vraćeno je 73% popunjenih anketa. Prva obrađena anketa jest anketa namijenjena poduzećima marikulture djelatnosti.



Grafikon 6. Poduzeća koja su sudjelovala u anketi

Izvor: izrada autora

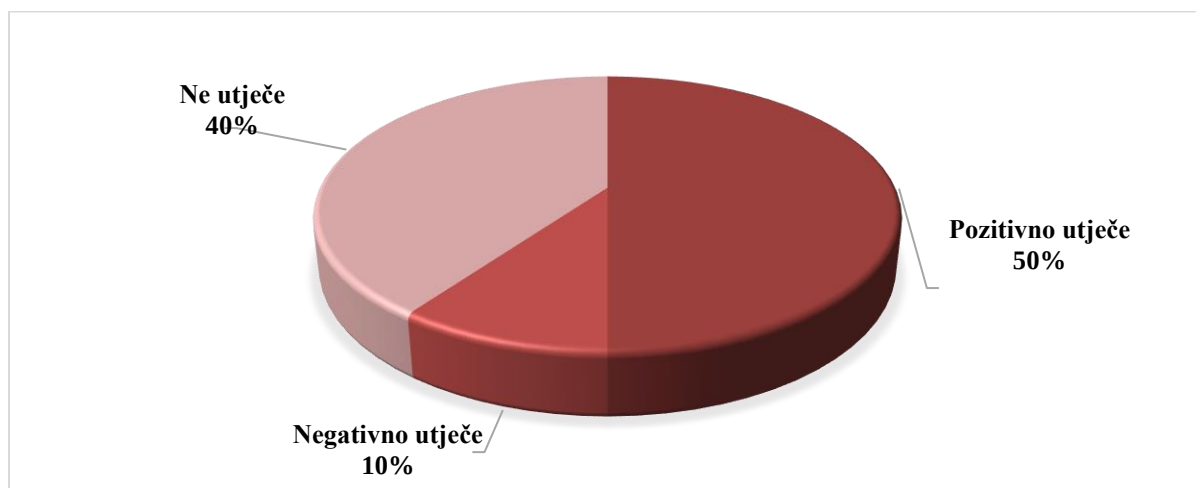
1. Poduzeća ispitanika nalaze se na području Šibensko-kninske, Splitsko-dalmatinske i Zadarske županije



Grafikon 7. Faze životnog ciklusa u kojim se poduzeća trenutno nalaze

Izvor: Izrada autora

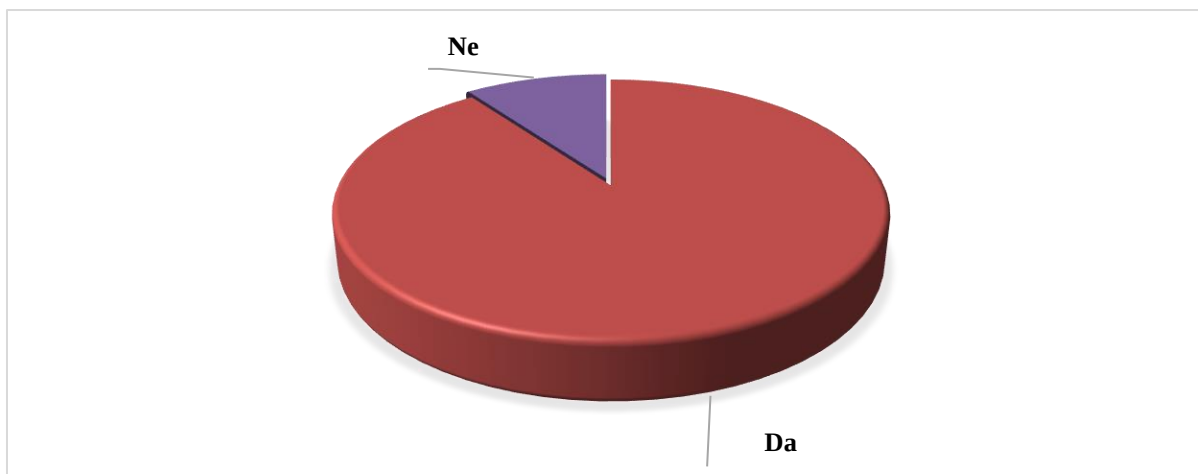
- Većina poduzeća se nalazi u fazi zrelosti no nekoliko njih se nalazi u onim lošijim fazama zbog smanjenog izvoza, ograničavanja kretanja od strane državnih tijela, smanjen uvoz u susjednim državama i sl.



Grafikon 8.: Stav ispitanika o utjecaju marikulture na prirodni okoliš

Izvor: Izrada autora

- Većina ispitanika, točnije, njih 50% smatra da marikultura pozitivno utječe na prirodni okoliš dok 10% smatra da utječe negativno što nije zanemariv postotak s obzirom na to da je to stav poduzeća koji se bavi marikulturnom djelatnosti. Ostatak, 40% smatra da marikultura ipak nema nikakav utjecaj na prirodni okoliš.



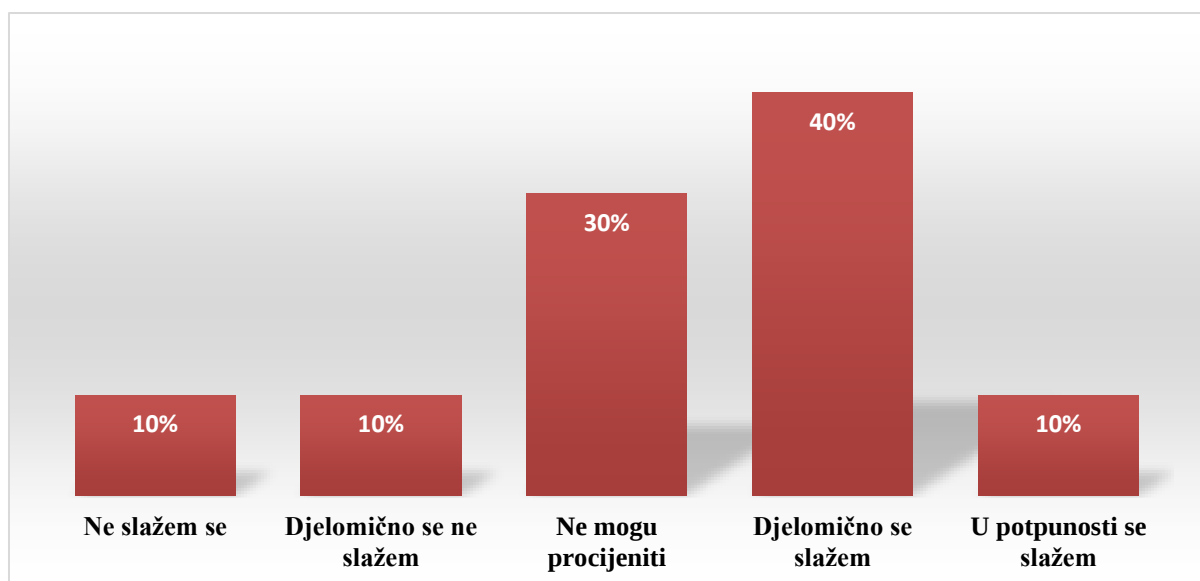
Grafikon 9.: Turizam i marikultura – sustav koji se razvija i profitira; budućnost Jadranske obale

Izvor: Izrada autora

4. Na pitanje što misle postoji li budućnost u zajedničkom djelovanju turizma i marikulture kao sustava koji se razvija i profitira na području Jadrana, 90% ispitanika smatra da postoji mogućnost zajedničkog razvoja, a 10% smatra da nema budućnosti u tome.
5. Sljedeće pitanje je otvoreno pitanje na koje su ispitanici dali svoje osobno mišljenje, odnosno, stav koji je produkt vlastitog iskustva kojeg su stekli kroz dugi niz godina uzgoja i procesa proizvodnje u marikulturi.

Za glavne nedostatke (prepreke) marikulture na području Jadrana ispitanici su naveli problem birokracije/zakonskih regulativa (teško se dolazi do novih lokacija za uzgoj), problem nedovoljnog broja kvalitetnih lokacija za uzgoj sa neophodnom infrastrukturom, problem potrebnih investicija u infrastrukturu koje zahtijevaju veliku svotu novca, loša percepcija kod ljudi, odnosno, manjak edukacije i znanja o utjecaju na okoliš (često se stvara negativan stav o uzgajanju ribe i školjaka u moru što u konačnici ne mora biti točno zahvaljujući procedurama koja su poduzeća dužna provoditi u svrhu pravilnog upravljanja i zaštite okoliša).

6. Kako bi se provela analiza kvalitete ribe i školjaka koje se uzgajaju na području Srednjeg Jadrana, ispitanici su na postavljeno pitanje koju vrstu hrane koriste u procesu hranidbe ribe naveli sljedeće: sitna plava riba, riblja hrana od ribljeg brašna, riblje ulje, soja, kukuruz, pšenica (prerađeno u suhu hranu) i koštano brašno.

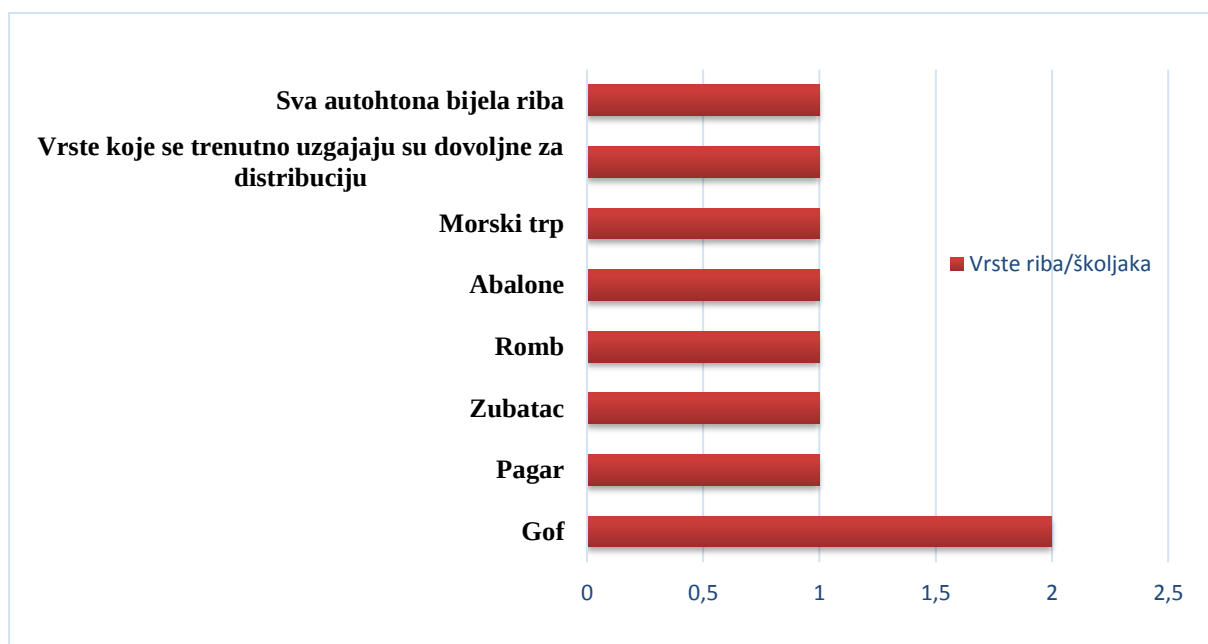


Grafikon 10.: „Hrvatski eko proizvod/organic“ ima značajnu ulogu za potrošače pri odabiru proizvoda za konzumaciju

Izvor: Izrada autora

7. Pri ispitivanju stava prema važnosti organskog certifikata proizvoda za potrošače, 4 ispitanika se djelomično slažu, 3 ne mogu procijeniti (podijeljene strane), 1 ispitanik se ne slaže, 1 se djelomično ne slaže a 1 ispitanik se u potpunosti slaže.

8. U pitanju broj 8 ispituje se način upravljanja otpadom koji se stvara prilikom procesa uzgoja ribe i školjaka. Ako se poduzeća pridržavaju odgovarajućih procedura zbrinjavanja otpada tada će štetni učinak na prirodni okoliš biti minimalan što rezultira pozitivnom slikom obale, a samim time se omogućava razvoj turizma na tom području (atraktivna priroda, čisto more i sl.). Svi ispitanici su odgovorili na pitanje kako upravljaju otpadom koji se stvara tijekom cjelokupnog procesa uzgoja ribe i ribljih proizvoda, a odgovori su sljedeći: otpadom se upravlja sukladno standardima, u skladu sa zakonom i propisima, zbrinjavanje putem ovlaštenih institucija, sortiranjem ambalaže od robe i odvoz istih te putem procesa komposta, otpad koji se stvara je biološki i u potpunosti razgradiv. Jedan ispitanik je naveo da nema otpada.

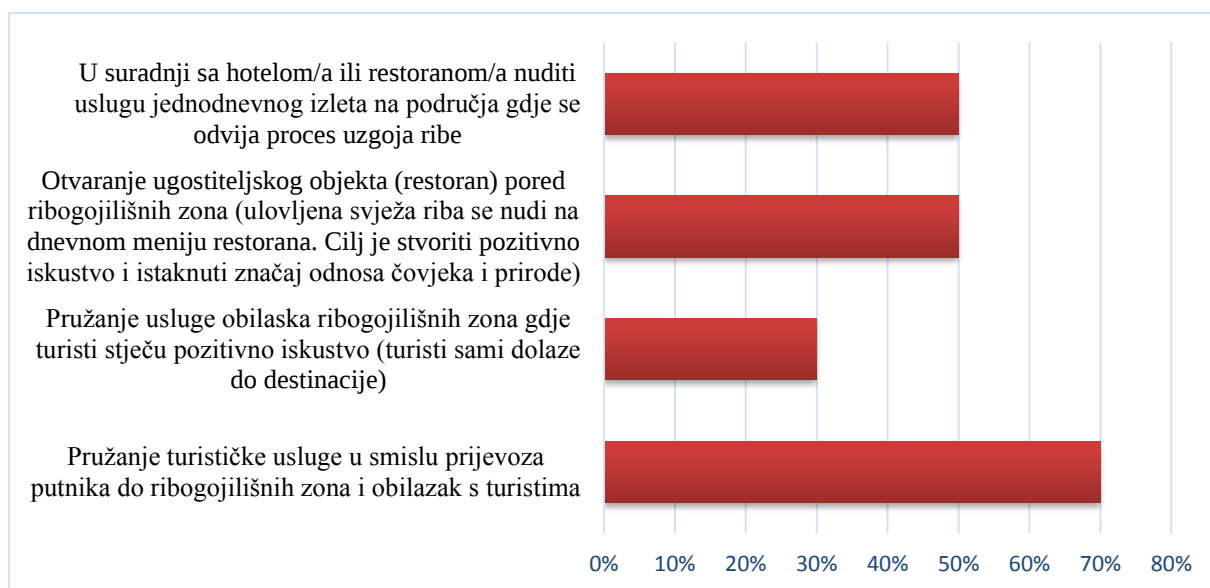


Grafikon 11.: Potencijalne ribe/školjke za uzgoj i distribuciju na području Jadrana

Izvor: Izrada autora

9. Priloženi grafikon prikazuje odabir riba/školjki od strane ispitanika za koje smatraju da imaju potencijal za mogući uzgoj u Jadranu. Dvoje ispitanika je navelo ribu gof (riba iz porodice Carangidae – bitnice; vrsna grabljivica snažnog tijela⁸⁸), ostali ispitanici su dali po jedan glas za svaku ribu/školjku navedenu u trakastom grafikonu dok jedan ispitanik smatra da trenutne vrste koje se uzgajaju su sasvim dovoljne za distribuciju na području Jadrana.

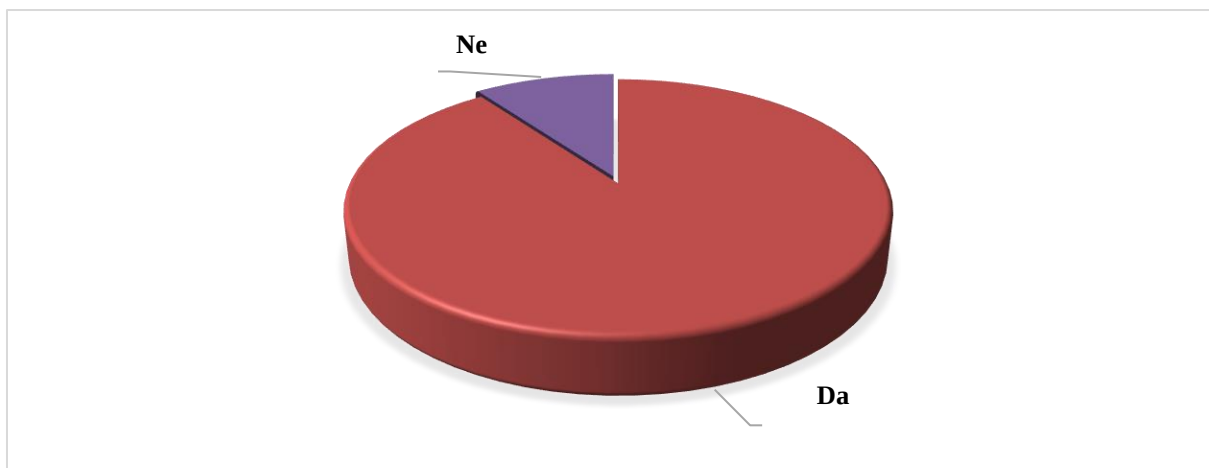
⁸⁸ <https://hr.wikipedia.org/wiki/Gof>



Grafikon 12.: Aktivnosti koje bi se prakticirale uz dostupne novčane izvore/investicije

Izvor: Izrada autora

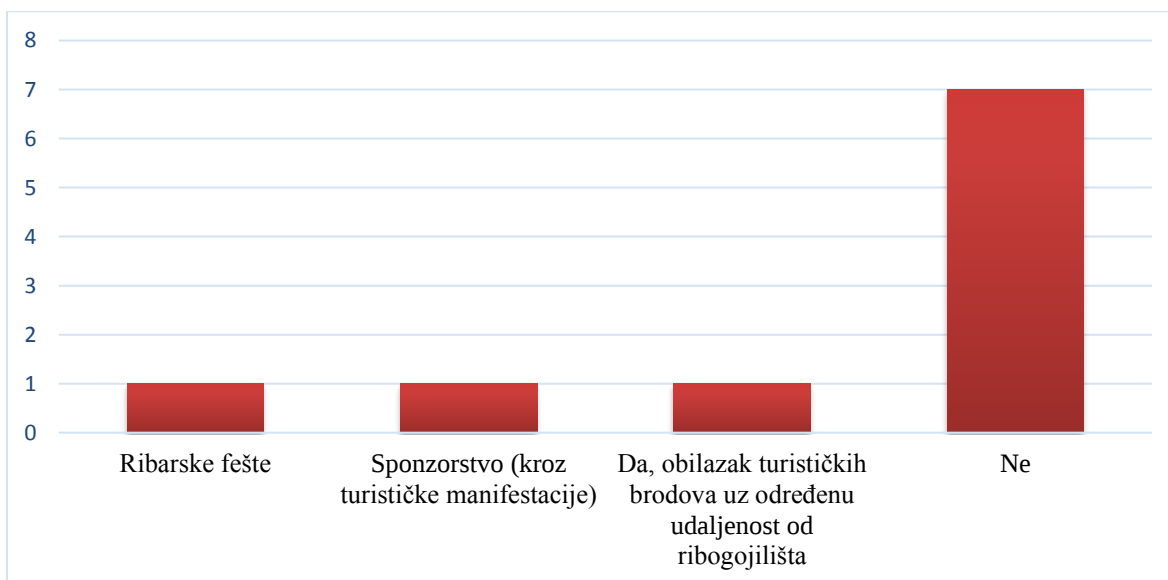
10. Ispitanicima su predstavljene 4 različite aktivnosti koje uključuju turističke segmente te su mogli odabrati više od jednog odgovora. Najviše ispitanika (7) je glasovalo za pružanje turističke usluge u smislu prijevoza putnika do ribogojilišnih zona te obilazak tih zona s turistima. Za otvaranje ugostiteljskog objekta (restorana) pored ribogojilišnih zona glasovalo je 50% ispitanika (U ovom slučaju ulovljena svježa riba se nudi na dnevnom meniju restorana. Cilj je stvoriti pozitivno iskustvo i istaknuti značaj odnosa čovjeka i prirode). Za suradnju s hotelima ili restoranima gdje se nudi usluga jednodnevnog izleta na područja gdje se odvija proces uzgoja ribe glasovalo je 50% ispitanika. Najmanji broj glasova ima aktivnost pružanja usluga obilaska ribogojilišnih zona gdje turisti stječu pozitivno iskustvo, a naglasak je na tome da turisti sami dolaze do destinacije što se pretpostavlja da ispitanicima to predstavlja narušavanje rutine poslovanja, neodgovarajuće vrijeme dolaska turista i sl.



Grafikon 13.: Suradivanje s organizatorima manifestacija/eventa vezano uz teme „Ribarska večer“, *food* festivali (festivali hrane) i sl.

Izvor: Izrada autora

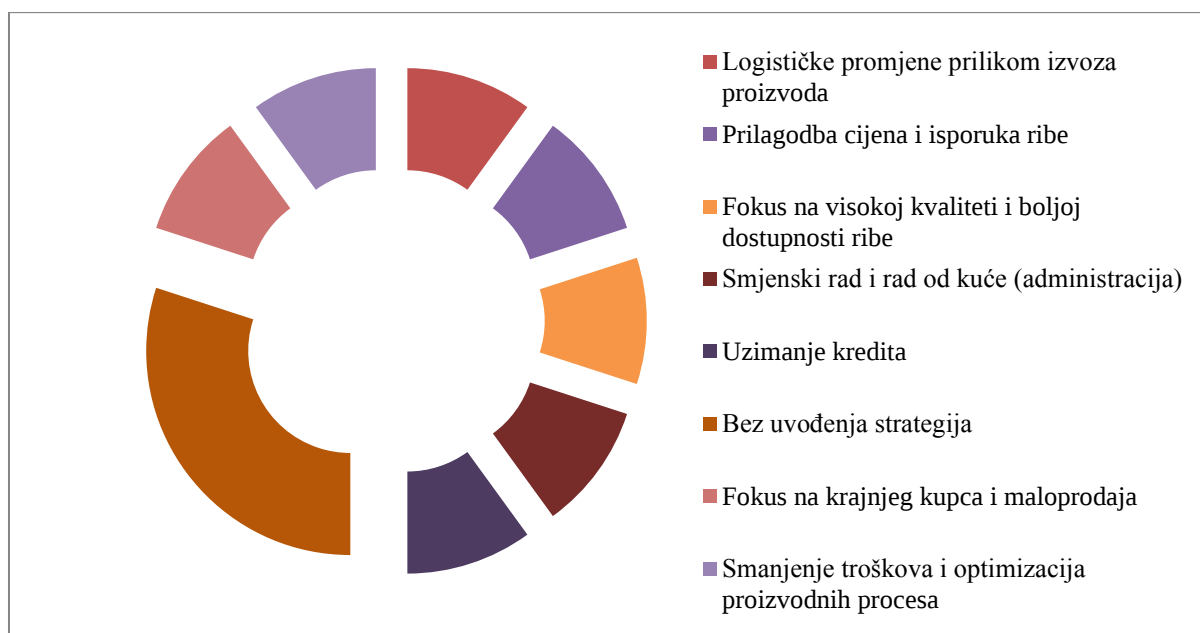
11. U svrhu marketinga vlastitog brenda, upoznavanja posjetitelja s izvornim proizvodima, širenja ponude destinacije i sl. 90% ispitanika je potvrdilo da bi surađivali s organizatorima manifestacija/eventa vezano uz teme ribarskih večeri, festivala hrane i sl. Jedan ispitanik ne bi surađivao.
12. Sljedeće pitanje je vezano uz prethodno, a od ispitanika se tražilo da objasne razlog ako ne bi bili voljni surađivati s organizatorima manifestacija/eventa te je jedan ispitanik koji je odgovorio sa „ne“ obrazložio da njegov proizvod nije konzumna riba već riblja mlađ (mlada riba za poribljavanje).



Grafikon 14.: Suradnja marikulturnih poduzeća sa turističkim djelatnostima

Izvor: Izrada autora

13. Od ukupnog broja ispitanika, 7 ispitanika nikada nije imalo oblik suradnje s turističkim djelatnostima dok su preostala 3 ispitanika navela turističke manifestacije putem sponzorstva, manifestacije s tematikom ribarske večeri (fešte) i obilazak ribogojilišta turističkim brodovima.
14. Na pitanje da objasne stav o vrsti uzgoja morske ribe u zatvorenim recirkulacijskim sustavima na kopnu ispitanici su uglavnom imali pozitivan stav o navedenom. Smatraju da je to budućnost uzgoja, da je optimalan za pojedine vrste, te ima pozitivne učinke ako se nalazi na manje naseljenom području u blizini mora i smatraju da je takav uzgoj brži, ali isto tako tehnički i financijski dosta zahtjevan i nedovoljno razvijen u RH. Jedan ispitanik smatra da je takva vrsta uzgoja nepotrebna u našem podneblju, a dva ispitanika nemaju stav o navedenom pitanju.
15. Mjere očuvanja Jadranskog mora s ciljem zaštite prirodnog okoliša koje bi ispitanici proveli su sljedeće: smanjiti (ukinuti) kočarenje, više kontrole otpadnih voda koje se ispuštaju u more i okoliš, veća kontrola nautičkog turizma koji onečišćuje more, redovite kemijske i biološke analize mora i sedimenta, bolja regulacija charter plovila i kruzera te uzgoj na otvorenom moru. Jedan ispitanik nije odgovorio na navedeno pitanje.

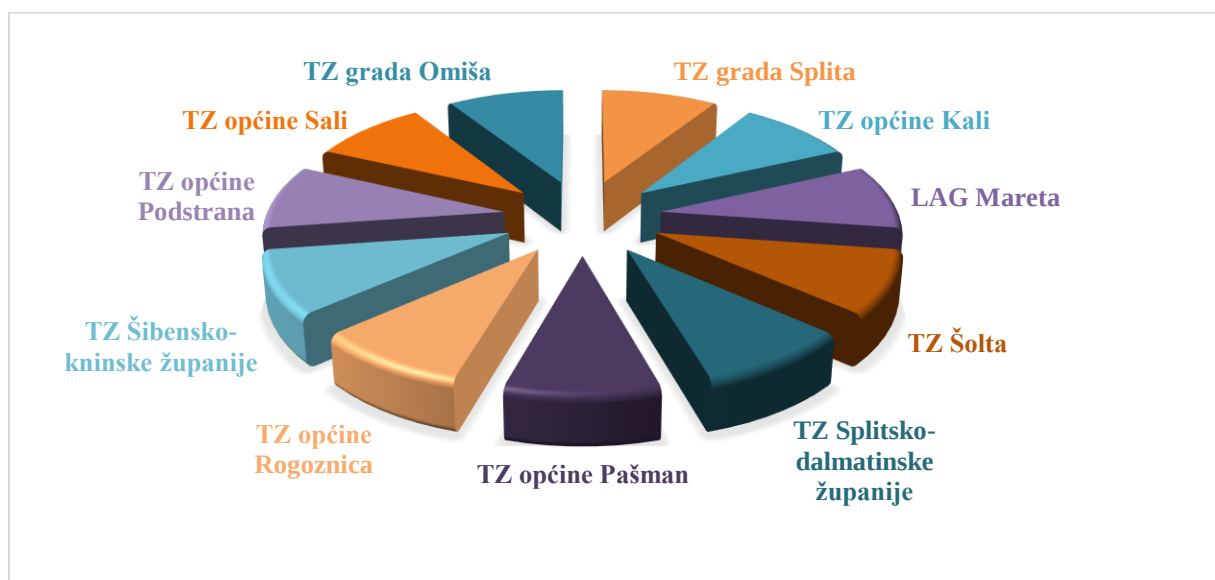


Grafikon 15.: Strategije koje su primijenjene u svrhu preživljavanja poduzeća (kontinuiranog poslovanja) zbog nastale situacije uzrokovane COVID-19

Izvor: Izrada autora

16. Prema priloženom grafikonu zaključuje se da je većini ispitanika bio cilj omogućiti što bolju dostupnost vlastitih proizvoda potrošačima te prilagoditi cijene proizvoda i uvesti logističke promjene prilikom izvoza (s obzirom na to da su državne granice određeni period bile zatvorene i izvoz je patio). Troje ispitanika nije primijenilo nove strategije u svom poduzeću, jedno poduzeće se usmjerilo na uvođenje načina rada od kuće i po smjenama, a posljednje poduzeće za odgovor primijenjene strategije navelo je uzimanje kredita.

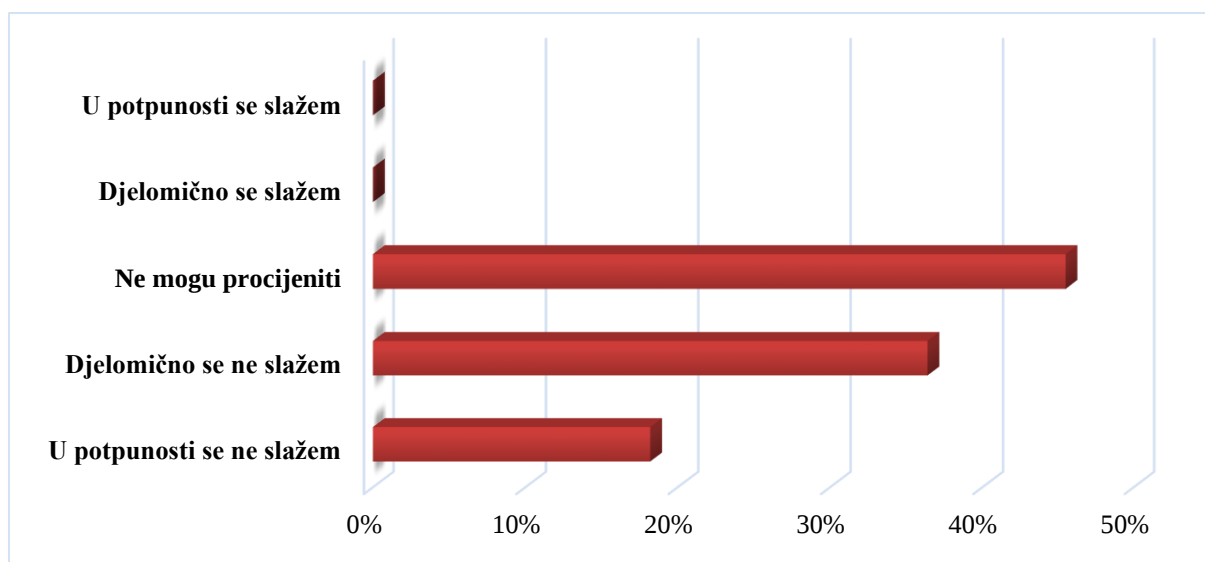
Anketa namijenjena turističkim zajednicama i lokalnim akcijskim grupama.



Grafikon 16.: Naziv tvrtke (udruženja/grupe) – ispitanici

Izvor: Izrada autora

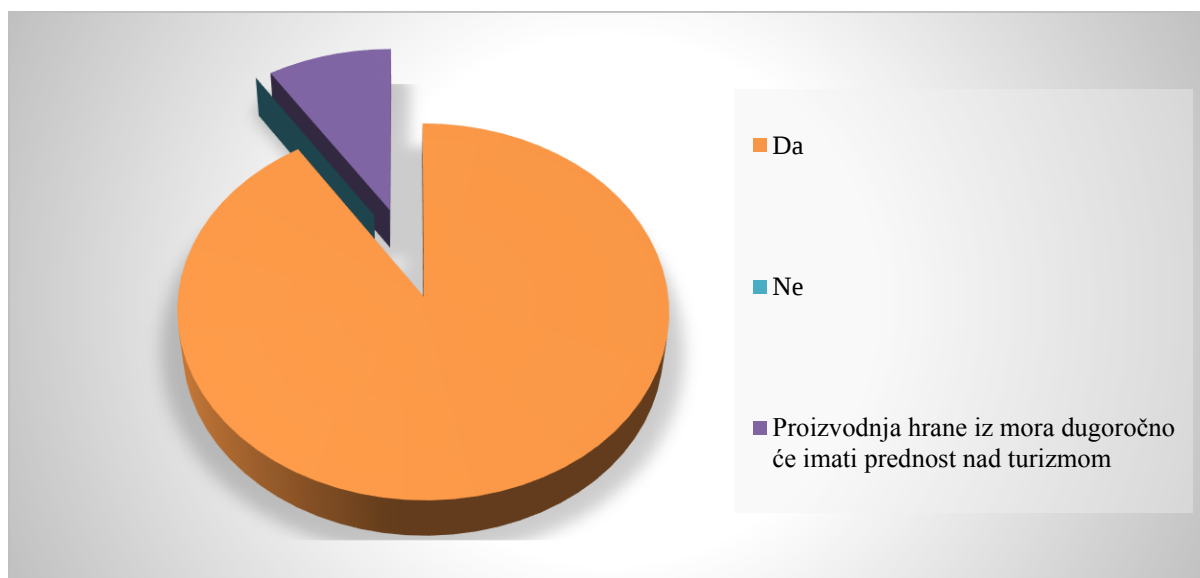
1. Ispitanici obuhvaćaju tri županije koje čine područje Srednjeg Jadrana, Splitsko-dalmatinsku, Šibensko-kninsku i Zadarsku županiju. Ukupno je 11 ispitanika.



Grafikon 17.: Stav o negativnom utjecaju razvoja marikulture na prirodni okoliš na području Srednjeg Jadrana u RH

Izvor: Izrada autora

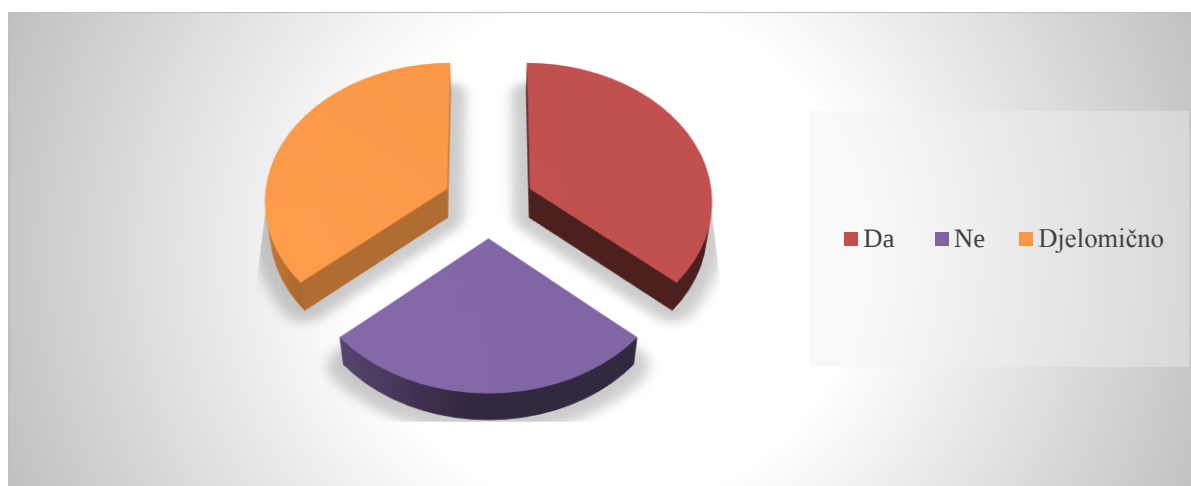
- Ispitanicima je postavljeno pitanje što misle utječe li razvoj marikulture negativno na prirodni okoliš na području Srednjeg Jadrana u RH. Manje od polovine ispitanika, 46%, ne može procijeniti utječe li negativno ili ne, 18% se u potpunosti ne slaže da razvoj marikulture ima negativan utjecaj na okoliš dok se 36% djelomično ne slaže.



Grafikon 18.: Turizam i marikultura mogu djelovati kao sustavna cjelina koja se razvija i profitira

Izvor: Izrada autora

3. Za navedeno pitanje smatraju li ispitanici da ima budućnosti u djelovanju turizma i marikulture kao sustavne cjeline koja se razvija i profitira, 90% ispitanika je odgovorilo sa „da“ dok je jedan ispitanik iskoristio opciju umetanja vlastitog odgovora i naveo kako će proizvodnja hrane iz mora dugoročno imati prednost nad turizmom.



Grafikon 19.: Proces razvoja marikulture ovisi o razvoju turizma na području Jadrana

Izvor: Izrada autora

4. Kako bi se jednostavnije prikazala analiza odgovora ispitanika na grafikonu su prikazani samo potvrdno-negativni odgovori s udjelom ispitanika koji su dali određeni odgovor. Ispitanici (4 od 11) koji su naveli da proces razvoja marikulture ovisi o razvoju turizma na području Jadrana obrazložili su sljedeće:

- Poprilično ovisi jer je to primjer vrlo jednostavnog odnosa ponude i potražnje
- Ovisi zbog toga što razvoj turizma utječe na količinu potražnje za proizvodima
- Razvoj turizma omogućava veći broj konzumenata koji obilaze Jadran, te se uzima u obzir bogata i specifična gastro ponuda koja se temelji na marikulturi

Ispitanici (3 od 11) koji smatraju da proces razvoja marikulture ne ovisi o razvoju turizma na području Jadrana navode:

- Ne ovisi ako se radi promišljeno i planski u dogovoru sa lokalnim zajednicama
- Marikultura je samostalna djelatnost u proizvodnji hrane za potrebe stanovništva. Razvoj turizma pomaže u potrošnji njihovih proizvoda i utječe na potražnju proizvoda marikulture → razvoj marikulture se odvija samostalno
- Sukob interesa velikih tvrtki i lokalnog stanovništva

Ispitanici (4 od 11) koji smatraju da proces razvoja marikulture djelomično ovisi o razvoju turizma na području Jadrana navode:

- Turizam povećava potražnju te upoznaje posjetitelje sa proizvodima
- Razvojem turizma povećava se potreba za razvojem marikulture

5. Za sljedeće pitanje bilo je potrebno navesti kako bi ispitanici obogatili (iskoristili) ponudu grada za turiste, ali s obzirom na sadržaje vezane uz proces uzgoja ribe i ribljih proizvoda. Pitanje je sastavljeno u obliku odjeljka, odnosno, umetnutog odgovora. Rezultati su sljedeći:

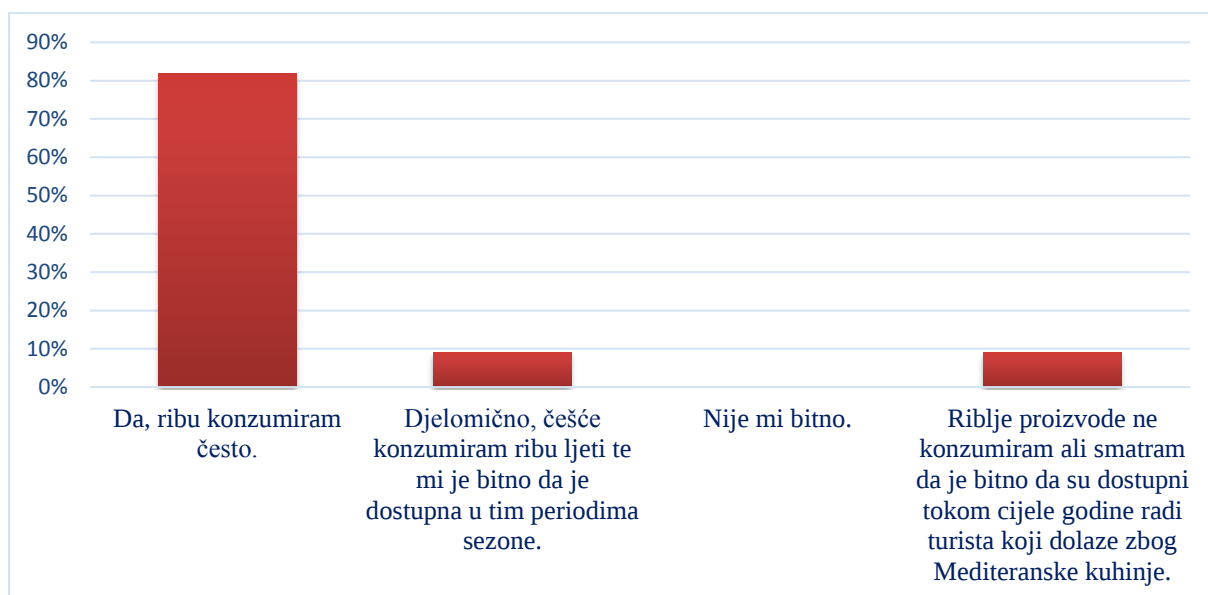
- Dostupnosti i vidljivosti proizvoda marikulture u trgovinama i ugostiteljskim objektima i isticanje tih proizvoda (promo letci, na menijima, na policama). Stvaranje dodatnih vrijednosti proizvodima u smislu upućivanja na njihovu kvalitetu (kontrolirani proizvodni procesi, svježina zbog blizine uzgajališta, čisti okoliš Jadrana, brz put između ulova i daljnje distribucije) i učinak na zdravlje.
- Turistički obilazak uređenim uzgajalištima na kojima se nudi mogućnost kupnje ribe iz bazena, predstavljanje tokom glavne sezone tvrtke i njezinih proizvoda, štandovi na kojima se nudi hrana iz istih uzgajališta, upoznavanje stanovnika i turista sa koristima uzgoja ribe, radionice za djecu i sl.
- Riba uzgojena u kavezima uvijek lošije kotira kod potrošača, međutim to je ipak svjež, lokalno proizvedeni proizvod i treba mu takav PR
- Promotivne aktivnosti, ribarske fešte, podupiranje razvoja gastro ponude, nagrađivanje i promocija restorana. Studijska putovanja u EU za male poduzetnike i djelatnike razvojnih agencija u mjesta koja su prepoznatljiva po marikulturi i gastro ponudi
- Omogućiti što veću ponudu ribljih proizvoda za kupovinu, organizirati obilasku tvornica za preradu ribe, poticati što više gastronomsku ponudu u restoranima baziranu na domaćim ribljim proizvodima i sl.
- Specifičnost ponude grada Šibenika je u razvoju i prezentaciji dagnji (pidoća) te bi se marketinški orijentirala na taj prepoznatljiv i specifičan proizvod
- Omogućili bismo turistima ture, kao novi doživljaj, na kojima bi sudjelovali u procesu uzgoja ribe (uz stručno vodstvo),
- Više suradnje za prezentacije i degustacije proizvoda.



Grafikon 20.: Proizvodi marikulture dovoljno su zastupljeni kao oblik gastronomske ponude turistima

Izvor: Izrada autora

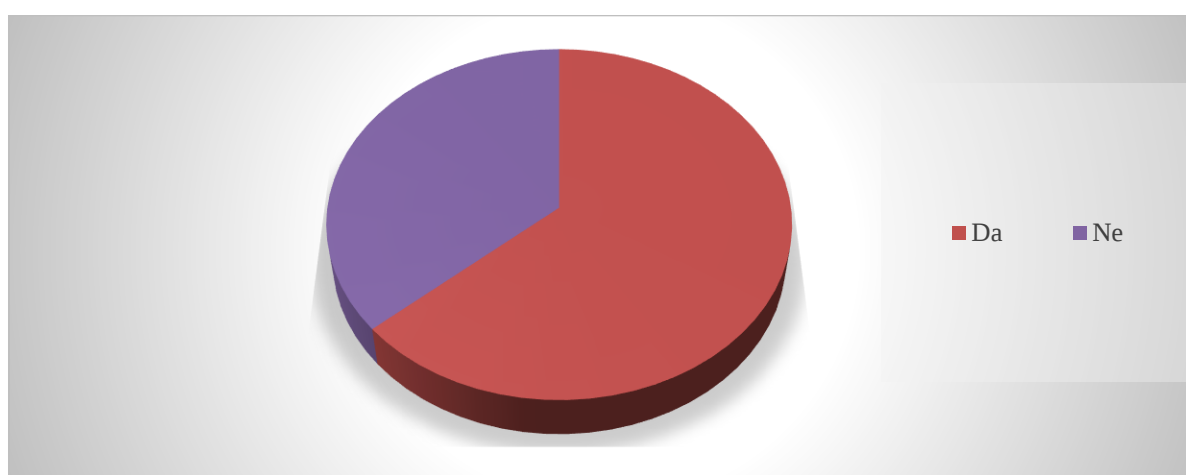
6. 64% ispitanika smatra da su proizvodi marikulture dovoljno zastupljeni kao oblik gastronomske ponude turistima, ali isto tako bilo bi poželjno da se uzgajaju i druge vrste riba, dok 36% ispitanika smatra da proizvodi marikulture nisu dovoljno zastupljeni kao oblik gastronomske ponude turistima.



Grafikon 21.: Bitnost u dostupnosti proizvoda marikulture tijekom cijele godine

Izvor: Izrada autora

7. U ovom pitanju zahtijevalo se od ispitanika da odaberu jedan od ponuđenih odgovora. Većini ispitanika (82%) je bitno da su proizvodi marikulture dostupni tijekom cijele godine, dok jedan ispitanik (9%) ne konzumira riblje proizvode, ali smatra da trebaju biti dostupni zbog turista koji dolaze zbog Mediteranske kuhinje, a jedan ispitanik (9%) češće konzumira ribu ljeti te mu je bitno da je dostupna u tim periodima sezone.



Grafikon 22.: Marikultura utječe na smanjenje depopulacije lokalnog stanovništva otoka i priobalnog područja

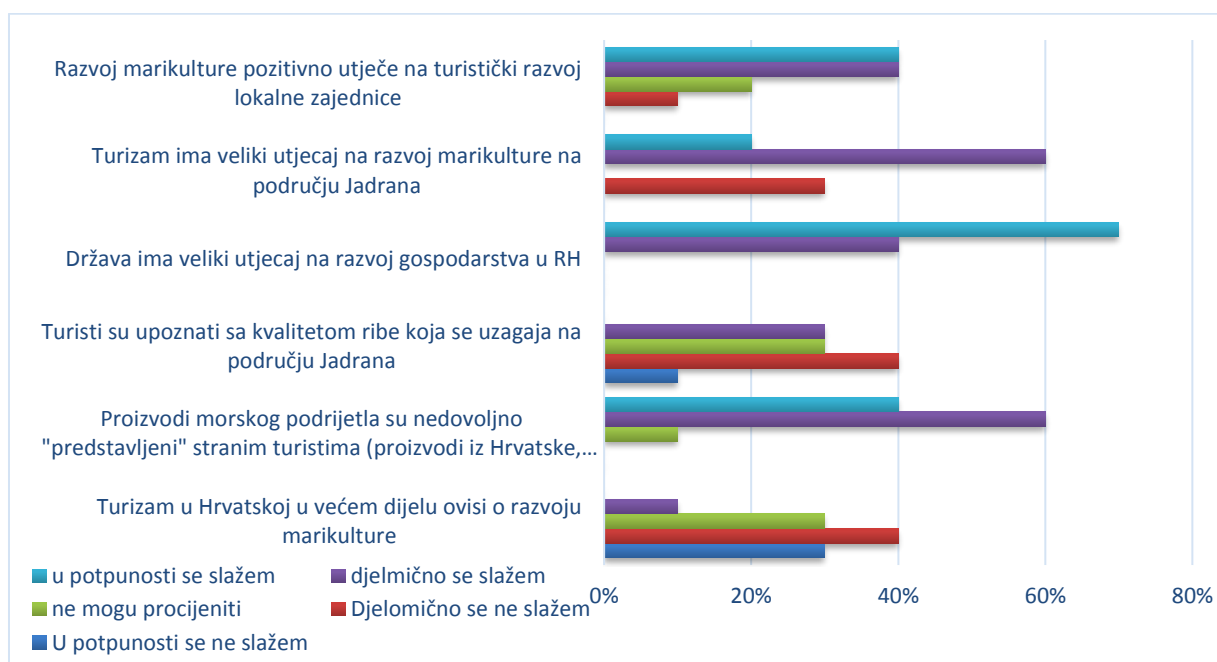
Izvor: Izrada autora

8. Iz grafikona se iščitava da 7 od 11 ispitanika smatra da marikultura utječe na smanjenje depopulacije lokalnog stanovništva otoka i priobalnog područja uz obrazloženje da marikultura otvara radna mjesta i da zadržava mlade obitelji na otocima (unosan posao). Ostatak ispitanika (4 od 11) smatra da marikultura ne utječe na smanjenje depopulacije lokalnog stanovništva otoka i priobalnog područja.
9. Ispitanicima se postavilo pitanje u kojem moraju napisati u odjeljak kakav oblik suradnje bi stvorili s poduzećima koja se bave uzgajanjem i prodajom ribe i/ili školjaka.

Navedeni su sljedeći odgovori:

- Organizacija festivala koji bi promovirali proizvode marikulture i obogaćivali turističku ponudu mjesta. Organizacija manjih događanja u suradnji s lokalnim ugostiteljima koji bi povećali vidljivost proizvoda i proizvođača i ukazali na vrijednost proizvoda u smislu autentičnosti kuhinje i zdravlja. Veća dostupnost i vidljivost proizvoda u trgovinama i ugostiteljskim objektima. Kulinarske radionice samostalno ili u sklopu većeg događanja. Suradnja prilikom prezentacije na različitim sajmovima. Edukativno-turistički posjeti na farmama uz stručna vođenja (teško izvedivo s obzirom na važeće zakone iz područja ribarstva i marikulture, a i prirode posla na uzgajalištima). Uređenje i edukativna interpretacija prostora i ruta vezanih za marikulturu, ribarstvo i preradu u mjestu. Pomoć kod stvaranja uvjeta za lokalne proizvođače za izravnu prodaju (samostalne kućice, štandovi, dostava i sl.). Pomoć ukoliko proizvođač odluči nuditi degustacije u smislu informiranja turista, novinara, suradnja s agencijama i sl. Stvaranja i drugih dodatnih vrijednosti, inovacije proizvoda, novi okusi starih proizvoda, razvijanje „zaštićene oznake izvornosti“ i osiguranje najviše kvalitete, certifikacija, osmišljavanje novih proizvoda. Brendiranje proizvoda i marketing proizvoda. Artikulacija proizvoda i ponude ribarstva i marikulture i njihova prisutnost i uključenost kao bitnog elementa u ukupnoj turističkoj ponudi mjesta.
- Promocija putem vlastitih (turističkih) promotivnih kanala, posebice ukoliko u svoju ponudu uključe dodatne usluge turistima poput već spomenutih stručnih obilazaka.
- Koordiniranje u marketinškom smislu, organiziranje manifestacija i sl., pomoć u stvaranju preuvjeta za plasiranje proizvoda kroz lanac ugostiteljskih objekata i hotela

- Vrsta suradnje koja bi najviše bila usmjerena na promociju usluga i proizvoda tih poduzeća na međunarodnim tržištima.
- S ovim poduzećima/obrtima najuže trebaju surađivati Upravni odjeli za pomorstvo jadranskih županija.
- Promocija lokalnih proizvođača te otkupljivanje njihovih proizvoda i gastro suvenira
- Prezentacijske ture i *seafood* festivali
- Suradnja na bazi promotivnih aktivnosti
- Posjetiteljski centar



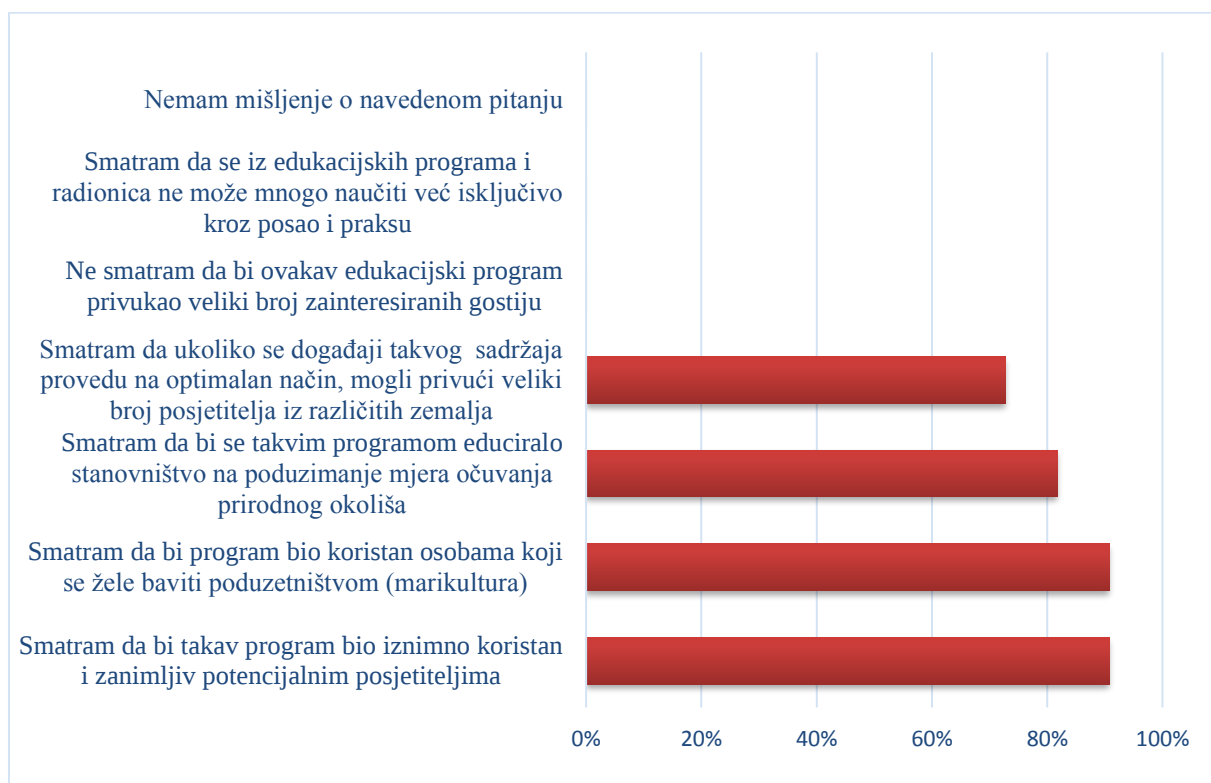
Grafikon 23.: Stavovi ispitanika o navedenim tvrdnjama

Izvor: Izrada autora

10. Analiza tvrdnji:

1. Razvoj marikulture pozitivno utječe na turistički razvoj lokalne zajednice – 4 ispitanika se u potpunosti slažu s navedenom tvrdnjom, 4 ispitanika se djelomično slažu, 2 ispitanika ne mogu procijeniti stav i 1 se djelomično ne slaže sa tvrdnjom.
2. Turizam ima veliki utjecaj na razvoj marikulture na području Jadrana – 6 ispitanika se djelomično slaže sa tvrdnjom, 2 ih se potpuno slaže te se 3 djelomično ne slaže
3. Država ima veliki utjecaj na razvoj gospodarstva u RH – 7 ispitanika se u potpunosti slaže dok se 4 ispitanika djelomično slažu sa tvrdnjom

4. Turisti su upoznati sa kvalitetom ribe koja se uzgaja na području Jadrana – 4 od 11 ispitanika se djelomično ne slaže sa navedenom tvrdnjom, 3 od 11 se djelomično slaže, 3 ispitanika ne može procijeniti stav te se 1 ispitanik u potpunosti ne slaže
5. Proizvodi morskog podrijetla su nedovoljno „predstavljeni“ stranim turistima (proizvodi iz Hrvatske, zdravi, ekološki i lokalni proizvodi...) – 6 od 11 ispitanika se djelomično slaže, 4 od 11 ih se u potpunosti slaže sa tvrdnjom dok 1 ne može procijeniti stav
6. Turizam u Hrvatskoj u većem dijelu ovisi o razvoju marikulture – 3 od 11 ispitanika se u potpunosti ne slaže s tvrdnjom, 4 od 11 ih se djelomično ne slaže, 3 od 11 ne može procijeniti te 1 od 11 ispitanika se djelomično slaže



Grafikon 24.: Organiziranje edukacijskih programa u suradnji sa vlasnicima i/ili zaposlenima poduzeća koje se bavi marikulturnom djelatnošću

Izvor: Izrada autora

11. Ispitanici su za navedeno pitanje morali označiti tvrdnje (višestruki odabir) koje podupiru njihov stav:

9 ispitanika je označilo sljedeće tvrdnje:

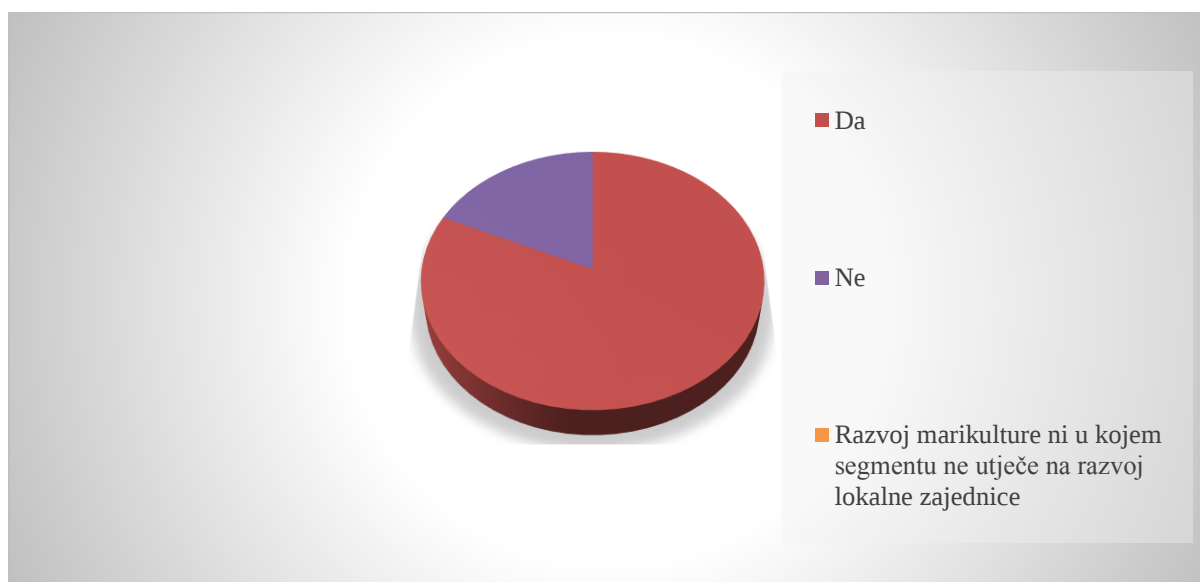
- Smatram da bi takav program bio iznimno koristan i zanimljiv potencijalnim posjetiteljima
- Smatram da bi program bio koristan osobama koji se žele baviti poduzetništvom (marikultura)

8 ispitanika je označilo:

Smatram da bi se takvim programom educiralo stanovništvo na poduzimanje mjera očuvanja prirodnog okoliša

7 ispitanika je odabralo tvrdnju:

- Smatram da ako se događaji takvog sadržaja provedu na optimalan način, mogli bi privući veliki broj posjetitelja iz različitih zemalja



Grafikon 25.: Razvoj marikulture utječe pozitivno na turistički razvoj lokalne zajednice

Izvor: Izrada autora

12. Ispitanicima je postavljeno pitanje smatraju li da razvoj marikulture pozitivno utječe na turistički razvoj lokalne zajednice te su morali označiti jedan odgovor koji podupire njihov stav

82% ispitanika smatra da razvoj marikulture utječe pozitivno na turistički razvoj lokalne zajednice, a 18% se ne slaže sa navedenom tvrdnjom

13. Sljedeće pitanje glasi: Prema vašem mišljenju kakvi se pozitivni efekti mogu ostvariti organiziranjem festivala morske hrane (ribljih proizvoda, školjki i sl.)? Ispitanicima je ponuđeno umetanje vlastitog odgovora u odgovarajući odjeljak.

Analiza odgovora ispitanika:

- Višestruki efekti. Obogaćivanje turističke ponude mjesta, upoznavanje s lokalnim proizvodima, upoznavanje s autentičnom kuhinjom i kulturom života i rada mjesta, osviještenost o kvaliteti proizvoda i njihovoj nutricionističkoj vrijednosti. Atraktor za nove posjetitelje, povećanje turističkog prometa, promidžba destinacije, promidžba proizvoda, bolji imidž destinacije i pozivnica za njezino otkrivanje i upoznavanje. Hrana je iznimno bitan čimbenik u turističkom doživljaju putovanja. Osnaživanjem i pozicioniranjem vrijednosti lokalnih proizvoda ribarstva i marikulture mogu postati važan čimbenik pri odabiru destinacije i ukupnom doživljaju, naročito ako se radi o jako kvalitetnim namirnicama i proizvodima iz autentičnog podneblja.
- Podiže se svijest o lokalno ugojenoj hrani, održivom razvoju i sl., a *food* festivali uvijek imaju veliku publiku i dobro su prihvaćeni
- Predstavljanje proizvoda turistima te poticanje lokalnih poduzeća da uvrste riblje proizvode u svoju ponudu
- Promocija i prodaja lokalnih proizvoda. Pružanje autentičnog doživljaja turistima.
- Dodatna ponuda za turiste, a ujedno i dodatni motiv za dolaske turista
- Veća lokalna prepoznatljivost, povećanje broja posjetitelja veće platežne moći.
- Interesantan „turistički proizvod“ koji privlači turiste.
- Upoznavanje gastronomske ponude, privlačenje novih posjetitelja i sl.
- Mogućnost približavanja tradicije gostima
- Bolja promocija proizvoda i destinacije

14. Ispitanicima je postavljeno pitanje „Koje mjere očuvanja Jadranskog mora biste vi proveli s ciljem zaštite prirodnog okoliša?“ te su upisivali vlastite odgovore u odgovarajući odjeljak.

Analiza odgovora ispitanika:

- Smatram da je potrebna redovita kontrola područja farmi i monitoring okoliša i utjecaja na ekosustav. Neophodno je provođenje održivog modela marikulture u odnosu na okoliš, stroga i odgovorna provedba regulativa, pažljiva kalkulacija između razvoja i širenja farmi i mogućnosti prihvata na određenom akvatoriju. Potreban je općenito odgovoran odnos prema ekosustavu i zbiljsko uvažavanje vrijednosti održivog razvoja i suglasje privrede, čovjekovog djelovanja i okoliša. Treba pratiti odvijanje i utjecaje svih radnji na moru (promet, turizam, nautički turizam, ribolov, marikultura...) i nastojati minimizirati negativne učinke odgovornim odnosom, ponašanjem i djelovanjem uz strogu znanstvenu kontrolu i angažman državnih institucija u provedbi.
- Smatram da je bitno urediti nautički turizam jer sustav kakav je sad stvara velika onečišćenja i uništava morsko dno i staništa.
- Upoznavanje sa zaštićenim vrstama (brošure, radionice i sl.), radionice na temu otpada u moru, akcije čišćenja i sl.
- Izgradnja pročišćivača otpadnih voda, smanjenje izgrađenosti obale.
- Monitoring, čišćenje podmorja, edukacija kroz radionice
- Mjere koje pozitivno utječu na očuvanje ribljeg fonda.
- Postavljanje edukacijskih tabli duž cijele obale
- Edukacija

Preostalih 20% ispitanika nije dalo odgovor na navedeno pitanje.

15. Posljednje pitanje ankete glasi: Stanje uzrokovano pandemijom COVID-19 znatno je utjecalo na poslovanje poduzeća u RH te je posljedično rezultiralo padom turizma i borbom malih poduzeća za preživljavanje. S obzirom na činjenicu da su morske ribe i školjke iz Jadranskog mora prepoznatljivi simboli koji privlače turiste, kakvu strategiju bi primijenili u svrhu očuvanja marikulture, povećanja turističke potrošnje, i sl. ?

Ispitanici su na navedeno pitanje upisivali vlastite odgovore u odgovarajući odjeljak. 30% ispitanika nije navelo odgovor na pitanje.

Analiza odgovora ispitanika:

- Kontinuirane akcije i projekti usmjereni na povećanje potrošnje ribe i domaće proizvode ribarstva naše nacije per capita. Pomoć u boljem plasmanu i distribuciji proizvoda kako na domaćem tako i na stranom tržištu. Snažnije povezivanje domaćih ribarskih tvrtki sa trgovačkim lancima u Hrvatskoj i turističkim sektorom, prvenstveno hotelskim kućama kojima bi trebao na prvom mjestu biti domaći proizvod ribarstva, a ne uvozni. Kontinuirana ponuda i preferencija proizvoda ribarstva domaćih proizvođača u cjelokupnom ugostiteljskom sektoru.
- To je svakako strategija višeg stupnja koja obuhvaća sve gospodarske djelatnosti i čimbenike koji utječu na razvoj nacionalnog i lokalnog gospodarstva.
- Strategiju povećanja izvoza i povećanja ulaganja u promotivne aktivnosti kao i cjenovno približavanje domaćim kupcima.
- Promocija očuvanog okoliša, marketinške kampanje u svrhu promocije proizvoda marikulture.
- Održivi razvoj marikulture uz očuvanje prirodnih resursa
- Prezentacije, degustacije, festivali...
- Bolja prezentacija morskih proizvoda.

6.2. Analiza hipoteze istraživanja

Testiranje hipoteza:

H0: Marikultura i turizam su gospodarske grane koje su kompatibilne

Uz pomoć anketa koje su namijenjene za poduzeća marikulturne djelatnosti i turističkim zajednicama kao i lokalnim akcijskim grupama, ispitani su stavovi o utjecaju marikulture na prirodni okoliš što predstavlja značajnu poveznicu sa turizmom.

U grafikonu 18. 90 % ispitanika (TZ) smatra da postoji budućnost u djelovanju turizma i marikulture kao sustavne cjeline koja se razvija i profitira.

Tablica 14.: Analiza odgovora ispitanika (t test) – djelovanje turizma i marikulture kao sustava

		Djelatnosti ispitanika	
		Turizam	Marikultura
Tvrdnje ispitanika	Da	10	9
	Ne	1	1
Postoji li budućnost u zajedničkom djelovanju turizma i marikulture kao sustava koji se razvija i profitira	t-value	df	p- vrijednost
	17	2	0,0034

Izvor: Izrada autora

U tablici 14. su prikazani odgovori (da, ne) od obje skupine ispitanika, odnosno, skupina ispitanika marikulturnih poduzeća i skupina ispitanika turističkih zajednica i lokalnih akcijskih grupa (LAG). S obzirom na dobivene rezultate iz tablice 14., iščitava se vrijednost t-testa koja iznosi 17,00000, a empirijska razina signifikantnosti je manja od 5% .

Dakle, prihvaća se nulta hipoteza da postoji budućnost u zajedničkom djelovanju turizma i marikulture kao sustava koji se razvija i profitira.

Tablica 15.: Analiza odgovora ispitanika (t-test) – kompatibilnost turizma i marikulture

		Djelatnosti ispitanika	
		Turizam	Marikultura
Tvrdnje ispitanika	Da	8	9
	Ne	3	1
Turizam i marikultura mogu uzajamno surađivati putem manifestacija, promotivnih aktivnosti i sl.	t-value	df	p
	5,814	2	0,028

Izvor: Izrada autora

Iz priložene tablice 15. se iščitava empirijska razina signifikantnosti ($p = 0,028$) koja je manja od 5%, odnosno, prihvaća se postavljena hipoteza da turizam i marikultura mogu zajedno surađivati kroz razne događaje, programe, promotivne aktivnosti i sl.

Tablica 16.: Analiza odgovora ispitanika (marikulturna poduzeća) – suradnja sa turističkim sektorom (glasovanje)

Pružanje turističke usluge u smislu prijevoza putnika(ili bez prijevoza-turisti sami dolaze do destinacije) do ribogojilišnih zona i obilazak s turistima	10
Otvaranje ugostiteljskog objekta (restoran) pored ribogojilišnih zona (ulovljena svježa riba se nudi na dnevnom meniju restorana. U suradnji sa hotelom/a ili restoranom/a nuditi uslugu jednodnevnog izleta na područja gdje se odvija proces uzgoja ribe	5
Suradnja sa organizatorima manifestacija/eventa vezano uz teme "Ribarska večer", food festivali (festivali hrane), i sl.	9

Izvor: Izrada autora

Tablica 17.: Analiza odgovora ispitanika (t-test za podatke iz tablice 16.)

	t-value	df	p
Kompatibilnost turizma i marikulture	4,67	2	0,043

Izvor: Izrada autora

Iz priloženih tablica vrijedi $p < 5\%$ uz $df = 2$, $t = 4,67$

Prihvaća se postavljena hipoteza da su turizam i marikultura kompatibilne djelatnosti.

Ispitanici marikulturnih poduzeća su u anketnom upitniku naveli aktivnosti koje bi provodili u suradnji sa turističkim sektorom (tablica 16.). Sve navedene „suradnje“ predstavljaju aktivnosti koje tvore temelje u zajedničkom djelovanju turističke i marikulturne djelatnosti na određenom području. Ukoliko oba sektora djeluju s ciljem budućeg rasta, održivosti, očuvanja resursa (npr. čisto more – resurs koji je neophodan i za turizam i za marikulturu), povećanja prihoda, stvaranja imidža destinacije i sl. tada se djelatnosti mogu percipirati kao kompatibilne.

H1: Produktivnost marikulture ovisi o razvoju turizma

Tablica 18.: Analiza odgovora ispitanika – zbroj glasovanja za tvrdnje namijenjene testiranju hipoteze H1

	Ispitanici	
	da	ne
Marikultura ovisi o razvoju turizma	8	3
Poduzeće je moralo uvesti nužne strategije uslijed smanjenog turizma	6	4
Turizam ima veliki utjecaj na razvoj marikulture	8	1

Izvor: Izrada autora

Tablica 19.: Analiza odgovora ispitanika (t-test)

Produktivnost marikulture ovisi o razvoju turizma	t-value	df	p
	4,22	4	0,013

Izvor: Izrada autora

U tablici 19 se testirala značajnost podataka iz tablice 18., a dobiveni rezultat pokazuje da je p – vrijednost manja od 5% (uz broj stupnjeva slobode 4) što znači da se prihvaća postavljena hipoteza da produktivnost marikulture ovisi o razvoju turizma.

Zbog novonastale situacije u kojoj se nalazi cijeli svijet a koja je obilježena ograničenim kretanjem ljudi, zatvaranje državnih granica, zaustavljanje procesa poslovanja i sl. poduzeća su bila prisiljena primijeniti alternativne strategije kako bi opstala na tržištu. Poduzeća koja prodaju svoje proizvode hotelima i ostalim poduzećima koja posluju s restoranima, potrošačima i sl. nisu ostvarila prodaju kakvu su procijenila za taj period. Ako turizam bude i dalje slabio, proizvođači će morati smanjiti kapacitete uzgoja, odnosno, smanjit će se profit i proizvodnja, a manja poduzeća neće opstati na tržištu. Dakle, slabiji razvoj turizma znači manju potražnju za marikulturnim proizvodima i manji broj poduzeća koja se bave proizvodnjom riba i školjaka. Prethodno navedeno ne znači da marikultura kao djelatnost neće postojati već će na raspolaganju biti zadovoljavajući kapacitet koji pokriva potražnju lokalnog stanovništva. Zaključno, produktivnost marikulture ovisi o razvoju turizma.

S obzirom da se u uzorku ispitanika nalazi nekoliko poduzeća koja su znatno veća od ostalih ispitanika (u količinskom smislu proizvodnje, broj zaposlenih, i sl.) prikupljeni podaci kod ispitivanja stabilnosti poslovanja uslijed koronavirus krize su bili drugačiji od očekivanih. Naime, mala poduzeća su mnogo više pogođena krizom u odnosu na velika poduzeća te se pri testiranju ovisnosti marikulture o razini razvijenosti turizma i kod donošenja zaključka to mora uzeti u obzir.

H2: Razvoj marikulture pozitivno utječe na turistički razvoj lokalne zajednice

Tablica 20.: Analiza odgovora ispitanika - Edukacijski programi - pozitivni efekti suradnje marikulturnog i turističkog sektora na lokalnu zajednicu

	Ispitanici (TZ i LAG)	
	Da	Ne
Smatram da bi takav program bio iznimno koristan i zanimljiv potencijalnim posjetiteljima	10	1
Smatram da bi se takvim programom educiralo stanovništvo na poduzimanje mjera očuvanja prirodnog okoliša	9	2
Smatram da ukoliko se događaji takvog sadržaja provedu na optimalan način, mogli privući veliki broj posjetitelja iz različitih zemalja	8	3

Izvor: Izrada autora

Tablica 21.: Analiza odgovora ispitanika (t-test)

Razvoj marikulture pozitivno utječe na turistički razvoj lokalne zajednice	t-value	df	p
	8,57	4	0,00102

Izvor: Izrada autora

Ispitivanjem utjecaja organiziranja edukacijskih programa (radionice, predavanja, skupovi, timski radovi, i sl.) koji su planirani u suradnji sa marikulturnim poduzećima u svrhu upoznavanja same djelatnosti, očuvanja prirodnog okoliša, izlaganja novih strategija, kreiranja novih pothvata, i sl. ispitanici su naveli svoje odgovore (tablica br 18.). Iz tablice 19. se iščitava p – vrijednost koja ukazuje na prihvatanje postavljene hipoteze, tj. razvoj marikulture utječe pozitivno na turistički razvoj lokalne zajednice.

Tablica 22. : Analiza odgovora ispitanika – utjecaj marikulture na razvoj lokalne zajednice

	Ispitanici	
	Da	Ne
Marikultura utječe na smanjenje depopulacije stanovnika otoka i priobalnog područja	8	3
Marikultura pozitivno utječe na turistički razvoj lokalne zajednice	9	2

Izvor: Izrada autora

Tablica 23.: Analiza odgovora ispitanika (t-test)

Razvoj marikulture pozitivno utječe na turistički razvoj lokalne zajednice	t-value	df	p
	8,485	2	0,014

Izvor: Izrada autora

S obzirom na tvrdnje iz tablice 22. zaključuje se da je razina signifikantnosti ($p = 0,014$) manja od 5% što znači da se prihvaća postavljena hipoteza da razvoj marikulture pozitivno utječe na turistički razvoj lokalne zajednice.

Organiziranjem festivala i evenata (u ovom slučaju za primjer se uzima manifestacije morske hrane) ostvaruju se brojni efekti koji direktno utječu na turistički razvoj lokalne zajednice, a i na jačanje ponosa same lokalne zajednice. Neki od ostvarenih efekata su (primjeri odgovora ispitanika): isticanje kvalitete lokalno ugojene hrane, *food* festivali imaju veliku publiku i dobro su prihvaćeni, poticanje lokalnih poduzeća da uvrste riblje proizvode u svoju ponudu, promocija i prodaja lokalnih proizvoda, pružanje autentičnog doživljaja turistima, veća lokalna prepoznatljivost, promocija proizvoda i destinacije i sl.

Zaključno, marikultura može pozitivno utjecati na turistički razvoj lokalne zajednice onda kad se primijene odgovarajuće potrebne strategije.

7. Zaključak

Postavljene hipoteze H0, H1 i H2 se prihvaćaju s obzirom na dobivene rezultate ispitanika i provedene analize istraživanja. Zaključuje se da su marikultura i turizam kompatibilne gospodarske grane te da mogu djelovati kao cjelina koja se razvija i profitira. Marikultura može djelovati na određenoj destinaciji u kojoj je turizam nešto slabije razvijen no tada je riječ o gospodarskoj grani koja ne ostvaruje značajan učinak kao što bi to bilo sa turističko razvijenom destinacijom. Ispitanici smatraju da na području Srednjeg Jadrana nisu dovoljno razvijene aktivnosti koje spajaju posjetitelje (turiste) i ribogojilišna poduzeća te su naveli primjere kako obogatiti turističku ponudu Srednjeg Jadrana. Nadalje, ispitanici (TZ i LAG) smatraju da su marikulturni proizvodi relativno dovoljno zastupljeni turistima kao oblik gastronomske ponude ali isto tako bi trebalo težiti ka proširivanju ponude, odnosno, uzgajanjem novih morskih vrsta što stvara veću mogućnost odabira i privlači posjetitelje različitih preferencija.

Osim za provedbu istraživanja, cilj priloženih anketa jest ukazati na moguće nedostatke turizma i marikulture Srednjeg Jadrana te iniciranje potencijalnih strategija razvoja istih. Obje grupe ispitanika se slažu da je potrebna bolja regulacija u načinu provedbe zaštite Jadranskog mora. Također, ukazuju na problem nedostatka educiranosti i nepravilnog ponašanja ljudi u prirodnom okruženju. Iako je većina ispitanika marikulturnih poduzeća navela kako nisu imala nikakav oblik suradnje sa turističkim djelatnostima, smatra se da će provedeno istraživanje utjecati na više stvaranje potencijalnih poslovnih suradnji oba sektora.

Većina uzgajivača ribe i školjaka trguje s ugostiteljskim objektima što znači da kad je broj turista određene destinacije u porastu tada i potražnja za ribljim proizvodima, školjkama i sl. raste. Iz navedenog proizlazi da razina razvoja turizma utječe na produktivnost marikulturnih poduzeća. Organiziranje festivala hrane, sajмова lokalnih proizvoda, događanja (radionice, prezentacije i sl.) koja su vezana uz promociju morskih proizvoda i sl. pozitivno utječe na turistički razvoj lokalne zajednice te stvara bolji imidž destinacije (prepoznatljivost i autentičnost). Osim toga, marikultura potiče smanjenje depopulacije na otocima i priobalnom području stvaranjem radnih mjesta što rezultira očuvanjem populacije na udaljenijim i manjim mjestima, a samim time se pruža mogućnost za razvoj turizma na tim područjima.

8. Sažetak

Marikultura se smatra jednim od najbrže rastućih sektora u proizvodnji hrane. Proizvodnja morske ribe na području Hrvatske započela je 1980-ih godina, a uzgaja se bijela riba (lubin i komarča), plava riba (tuna), i školjkaši (dagnje i kamenice).

Hrvatska je prepoznata kao zemlja s rastućim brojem posjetitelja te se smatra jednom od atraktivnijih destinacija. Broj dolazaka i noćenja stranih turista na području Sjevernog Jadrana je u porastu tijekom godina te se ističe kako je turizam značajan generator gospodarskog razvoja Hrvatske.

Marikultura pridonosi oživljavanju poduzetništva, povećanju zaposlenosti, izvoza i novčanih prihoda stanovništva te opskrbljuje turiste i lokalno stanovništvo nutritivno bogatom hranom. Marikultura i turizam nailaze na određene prepreke tijekom godina uzrokovane različitim faktorima kao što su npr. Domovinski rat, Financijska kriza i Koronavirusna recesija. S obzirom na posljedice koje su ove gospodarske grane morale prihvatiti, istraživački dio rada se odnosi na pitanje kompatibilnosti turizma i marikulture te njihov utjecaj na lokalnu zajednicu.

Provedenim ispitivanjem izdvaja se činjenica da je edukacija stanovništva o očuvanju prirodne okoline u kojoj žive i očuvanju morskog okoliša od iznimne važnosti.

Ključne riječi: marikultura, turizam, lokalno stanovništvo, edukacija stanovništva, morski okoliš.

9. Summary

Mariculture is considered one of the fastest growing sectors in food production. The production of fish in Croatia began in the 1980s, and white fish (sea bass and sea bream), blue fish (tuna), and shellfish (mussels and oysters) are farmed.

Croatia is recognized as a country with a growing number of visitors and is considered one of the most attractive destinations.

The number of arrivals and overnight stays by foreign tourists in the North Adriatic area has increased over the years and it is emphasized that tourism is a significant generator of Croatia's economic development.

Mariculture contributes to the revival of entrepreneurship, increase of employment, export and monetary income of the population and provides tourists and locals with nutrient-rich food. Mariculture and tourism have encountered certain obstacles over the years caused by various factors such as the Homeland War, the financial crisis and the coronavirus recession.

Given the consequences that these industries had to accept, the research part of the paper deals with the issues of compatibility of tourism and mariculture and their impact on the local community.

The conducted research highlights the fact that educating the population on the preservation of the natural environment in which they live and the preservation of the marine environment is of utmost importance.

Keywords: mariculture, tourism, local population, education of locals, marine environment

LITERATURA

KNJIGE

1. Rozga, A. (2009): Statistika za ekonomiste, Sveučilište u Splitu EFST, Split
2. Zelenika, R. (1998.): Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka, str. 323-347

ZNANSTVENI ČLANCI

3. Abbasov, F., et al. (2019): One corporation to pollute them all – Luxury cruise air emissions in Europe, Transport & Environment – Campaigning for cleaner transport in Europe
4. Čavrak, V. (2020): Makroekonomija krize COVID-19 i kako pristupiti njenom rješavanju, EFZG working paper series, (03), str. 1-19
5. Klarić, Z. (2020): Širenje koronavirusa u svijetu i hrvatski turizam, Institut za turizam, str. 1-5

ZNANSTVENI ČASOPISI

6. Andrić, V., et al. (2010): Postupak i kriteriji za postavljanje uzgajališta ribe, Croatian Journal of Fisheries, 68(4), str. 167-174
7. Ban, I., i Borković-Vrtiprah, V. (1997): Položaj Hrvatske na europskom turističkom tržištu, Tourism and hospitality management, 3(2), str. 209-224
8. Cicvarić, A. (1998): Perspektive razvoja turizma na Jadranu, Naše more, 45 (1-2), str. 81-90
9. Čavlek, N., et al. (2010): Prilog novim odrednicama turističke politike u hrvatskoj, Acta turistica, 22(2), str. 137-160
10. Geić, S., Geić, J., i Maršić, N. (2010): Upravljanje vodama u hrvatskim turističkim regijama, Naše more, 57(3-4), str. 179-187
11. Katavić, I. (2003): Učinci kaveznih uzgajališta riba duž istočne obale Jadrana na morski okoliš, Croatian Journal of Fisheries, 61(4), str. 175-194.
12. Katavić, I., i Vodopija, T. (2001): Razvojne mogućnosti marikulture u Republici Hrvatskoj, Croatian Journal of Fisheries, 59(2), str. 71-84.

13. Kružić, N. (2004): Turizam i okoliš, *Tourism and hospitality management*, 10(2), str. 97-100
14. Miljak, T., Bačić, L., i Kitić, M. (2012): Ekoturizam kao poticaj razvoja poduzetništva u turizmu na primjeru Republike Hrvatske', *Učenje za poduzetništvo*, 2(2), str. 323-331
15. Popović, dr. med. vet., R., et al. (2012): Kakvoća komarči iz uzgoja i slobodnog mora, *MESO: Prvi hrvatski časopis o mesu*, XIV(6), str. 466-471
16. Šarušić, G. (2000): Mariculture on Croatian islands, *Croatian Journal of Fisheries*, 58(3), str. 111-118
17. Turk, M. (1995): Vijesti iz udruženja stočarstva, ribarstva i prateće industrije, *Croatian Journal of Fisheries*, 53(3), str. 122-126
18. Vulić, A., et al. (2012): Usporedba kemijskog sastava i količine teških metala u mesu lubina (*Dicentrarchus labrax*) i komarče (*Sparus aurata*) iz uzgoja i slobodnog ulova, *MESO: Prvi hrvatski časopis o mesu*, XIV(5), str. 404-410
19. Žuvela, I. (2000): Konceptija i strategija razvitka pomorskog gospodarstva Hrvatske, *Pomorski zbornik*, 38(1), str. 11-60
20. Katalenić, M. (2007): Masti i ulja u prehrani, *Hrvatski časopis za javno zdravstvo*, str. 1-5

IZVJEŠTAJI, DOKUMENTI I PUBLIKACIJE

21. Haramina, T. (2014): Strateška studija utjecaja na okoliš Nacionalnog strateškog plana razvoja akvakulture za razdoblje 2014.-2020, Zagreb
22. Hrvatska agencija za okoliš i prirodu (2016): Odabrani pokazatelji okoliša i prirode u Hrvatskoj, Zagreb
23. Kolda, A., Muhin, N., Vulić Šostarić, Z., Kapetanović, D. (2019): Izvještaj o fizikalno-kemijskoj i biološkoj kvalitete vode i sedimenta na uzgajalištu riba u uvali Movar-Rogoznica, Zagreb
24. OIKON d.o.o. – Institut za primijenjenu ekologiju (2012): Studija korištenja i zaštite mora i podmorja na području Splitsko-dalmatinske županije, s naglaskom na djelatnost MARIKULTURE, u multisektorskom kontekstu Integralnog upravljanja obalnim područjem
25. Razvojna agencija Zadarske županije, ZADRA d.o.o., Sveučilište u Zadru (2013): Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije 2013.-2023, Zadar

26. Šibensko-kninska županija (2017): Master plan turizma Šibensko-kninske županije do 2020. godine, Šibenik
27. Šibensko-kninska županija (2018): Plan upravljanja za rutu kulturnog turizma „voda-moćna stvarateljica povijesti“, Zagreb
28. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2018): Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije (2017-2027) sa strateškim i operativnim planom marketinga
29. Vlada Republike Hrvatske (2013): Prijedlog strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Zagreb
30. Zelena infrastruktura d.o.o. (2017): Mapiranje resursa i održivo upravljanje sektorom marikulture u Šibensko-kninskoj županiji, Zagreb
31. Županijska skupština Splitsko-dalmatinske županije (2011): Zaključak o donošenju Razvojne strategije Splitsko-dalmatinske županije 2011.-2013.

IZVORI S INTERNETA

32. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2019): Dolasci i noćenja turista u 2018. godini, [Internet], raspoloživo na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/04-03-02_01_2018.htm
33. Grad Rijeka (2016): Masti, Školica pravilne prehrane, [Internet], raspoloživo na: <http://skolica-prehrane.rijeka.hr/hrana-i-prehrana/hranjive-tvari/masti/>
34. Hrvatska gospodarska komora (2018): Gospodarska kretanja Zadarske županije, [Internet], raspoloživo na: <https://www.hgk.hr/documents/gospodarska-kretanja-zadarske-zupanije-broj-34-listopad-20185bed3d138d23c.pdf>
35. Hrvatska gospodarska komora: gospodarski profil Zadarske županije, [Internet], raspoloživo na: <https://www.hgk.hr/zupanijska-komora-zadar/gospodarski-profil-zadarske-zupanije>
36. Hrvatska narodna banka: Statistika – glavni makroekonomski indikatori, [Internet], raspoloživo na: <https://www.hnb.hr/statistika/glavni-makroekonomski-indikatori>
37. <https://www.facebook.com/Dalmatia.hr>
38. <https://www.worldometers.info/coronavirus/>
39. Internet tržnica Ministarstva poljoprivrede, [Internet], raspoloživo na: <https://trznica.mps.hr/>

40. Istarska županija: Eco domus - certificiranje Eko prijateljskog smještaja, [Internet], raspoloživo na: <https://www.istra-istria.hr/index.php?id=5036>
41. Izvozni portal: O hrvatskom izvozu, [Internet], raspoloživo na: <https://izvoz.gov.hr/o-hrvatskom-izvozu/9>
42. Leksikografski zavod Miroslav Krleža: Marikultura, [Internet], raspoloživo na: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=38940>
43. Lučka uprava Split: Proširenje i obnova putničkih vezova na vanjskoj strani lukobrana Gradske luke Split, [Internet], raspoloživo na: <https://portsplit.hr/projekti-obnove-infrastrukture-split/>
44. Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja Republike Hrvatske (2020): Prema trenutnim, nevalidiranim podacima, poboljšana je kvaliteta zraka u cijeloj Hrvatskoj, [Internet], raspoloživo na: <https://mzoe.gov.hr/vijesti/prema-trenutnim-nevalidiranim-podacima-poboljsana-je-kvaliteta-zraka-u-cijeloj-hrvatskoj/5839>
45. Ministarstvo poljoprivrede: Akvakultura, [Internet], raspoloživo na: <https://ribarstvo.mps.hr/default.aspx?id=14>
46. Ministarstvo poljoprivrede: Marikultura, [Internet], raspoloživo na: <https://ribarstvo.mps.hr/default.aspx?id=79>
47. Ministarstvo poljoprivrede: Registar dozvola u akvakulturi, Akvakultura, [Internet], raspoloživo na: <https://ribarstvo.mps.hr/default.aspx?id=415>
48. Ministarstvo zaštite okoliša i energetike: Baza podataka i pokazatelja stanja morskog okoliša, marikulture i ribarstva, [Internet], raspoloživo na: <http://baltazar.izor.hr/azopub/bindex>
49. Morski HR, Jadranski web portal (2018): Inicijativa „spasimo Biševo od betoniranja“ upozorava na devastaciju otoka! , [Internet], raspoloživo na: <https://morski.hr/2018/02/24/inicijativa-spasimo-bisevo-od-betoniranja-upozorava-na-devastaciju-otoka/>
50. Morski HR, Jadranski web portal (2019): Eko akcija čišćenja podmorja u tri naselja na Dugom otoku, [Internet], raspoloživo na: <https://morski.hr/2019/10/04/eko-akcija-ciscenja-podmorja-u-tri-naselja-na-dugom-otoku/>
51. Morski HR, Jadranski web portal (2020): Ministarstvo poljoprivrede pokrenulo Tržnica.hr - kupnja poljoprivrednih proizvoda iz cijele Hrvatske, [Internet], raspoloživo na: <https://morski.hr/2020/05/04/ministarstvo-poljoprivrede-pokrenulo-trznica-hr-kupnja-poljoprivrednih-proizvoda-iz-cijele-hrvatske/>

52. Morski HR, Jadranski web portal (2020): U krizi najviše stradalo školjkarstvo, a ulov, uzgoj i prerada ribe će se donekle oporaviti, [Internet], raspoloživo na: <https://morski.hr/2020/04/29/u-krizi-najvise-stradalo-skoljkarstvo-a-ulov-uzgoj-i-prerada-ribe-ce-se-donekle-oporaviti/>
53. Narodne novine (1993): Razvojna strategija hrvatskog turizma, [Internet], raspoloživo na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1993_12_113_2184.html
54. Natural Wealth (2017): Dobar, loš i zao - LDL i HDL kolesterol, [Internet], raspoloživo na: <https://naturalwealth.com.hr/zivjeti-zdravije/zdravlje-od-do-z/dobar-los-i-zao-ldl-i-hdl-kolesterol-29/>
55. Poslovni dnevnik (2008): Akcija očuvanja najvažnijeg hrvatskog gospodarskog resursa, [Internet], raspoloživo na: <https://www.poslovni.hr/lifestyle/akcija-ocuvanja-najvaznijeg-hrvatskog-gospodarskog-resursa-83396>
56. Poslovni.hr (2019): Otvoren novi terminal Zračne luke Split, [Internet], raspoloživo na: <https://www.poslovni.hr/hrvatska/foto-otvoren-novi-terminal-zracne-luke-split-pogledajte-kako-izgleda-355353>
57. Razvojna agencija Šibensko-kninske županije: CODE Aquaculture – Suradnja za razvoj marikulture, [Internet], raspoloživo na: <http://www.rra-sibenik.hr/projekti/code-aquaculture-suradnja-za-razvoj-marikulture/20.html>
58. Riba Hrvatske – jedi što vrijedi (2018): Manifestacija u okviru projekta „Riba Hrvatske – jedi što vrijedi“, [Internet], raspoloživo na: <https://www.ribahrvatske.hr/manifestaciju-u-okviru-projekta-riba-hrvatske-jedi-sto-vrijedi/>
59. Rihelj, G. (2017): Dubrovnik smanjuje broj posjetitelja unutar zidina na 4.000?, Turistički news portal, [Internet], raspoloživo na: <https://hrturizam.hr/dubrovnik-smanjuje-broj-posjetitelja-unutar-zidina-na-4-000-u-jednom-trenutku/>
60. Slobodna Dalmacija (2019): U subotu svi u Novigrad – domaćini će podijeliti 500 kila daganja!, [Internet], raspoloživo na: <https://zadarski.slobodnadalmacija.hr/zadar/tribina/u-subotu-svi-u-novigrad-domacini-ce-podijeliti-500-kila-daganja-609413>
61. Slobodna Dalmacija (2019): Najbolje su zatonske pidoće : Brednirajmo je nek' se zna! Svitu, tu je njezin dom, [Internet], raspoloživo na: <https://sibenski.slobodnadalmacija.hr/sibenik/vijesti/sibenik/najbolje-su-zatonske-pidoce-brednirajmo-je-nek-39-se-zna-svitu-tu-je-njezin-dom-601808>

62. Studentska udruga Financijski klub (2014): Analiza građevinskog sektora u RH, [Internet], raspoloživo na: <http://finance.hr/analiza-gradevinskog-sektora-u-rh/>
63. TasteAtlas: Tuna, Sushi and Wine Festival, [Internet], raspoloživo na: <https://www.tasteatlas.com/tuna-sushi-wine-festival>
64. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije: Srednja Dalmacija, [Internet], raspoloživo na: <https://www.dalmatia.hr/hr>
65. Turistička zajednica Šibensko-kninske županije: Programski dokumenti, [Internet], raspoloživo na: <https://www.dalmatiasibenik.hr/hr/b2b/regulativa/programski-dokumenti/>
66. Turistička zajednica Zadarske županije: Dokumenti, [Internet], raspoloživo na: <https://www.zadar.hr/hr/o-nama/dokumenti>
67. Wikipedia, slobodna enciklopedija: Bjelančevine, [Internet], raspoloživo na: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Bjelan%C4%8Devine>
68. Wikipedia, slobodna enciklopedija: Escherichia Coli, [Internet], raspoloživo na: https://hr.wikipedia.org/wiki/Escherichia_coli
69. Wikipedia, slobodna enciklopedija: Gof, [Internet], raspoloživo na: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Gof>
70. Wikipedia, slobodna enciklopedija: Omega-3 masne kiseline, [Internet], raspoloživo na: https://hr.wikipedia.org/wiki/Omega-3_masne_kiseline
71. Wikipedia, slobodna enciklopedija: Pandemija, [Internet], raspoloživo na: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Pandemija>
72. Wikipedia, slobodna enciklopedija: Ribe, [Internet], raspoloživo na: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Ribe>
73. Wikipedia, slobodna enciklopedija: Turizam u Hrvatskoj, [Internet], raspoloživo na: https://hr.wikipedia.org/wiki/Turizam_u_Hrvatskoj
74. Wikipedia, the free encyclopedia: Linoleic acid, [Internet], raspoloživo na: https://en.wikipedia.org/wiki/Linoleic_acid
75. Zadarska županija: Osnovna analiza - dodatak 2, [Internet], raspoloživo na: https://www.zadarska-zupanija.hr/images/dokumenti/ZRS_Dodatak_2_Osnovna_analiza.pdf
76. Zadarski Internet portal (2013): 45 godina „Kualjskih ribarskih noći – Tunuara!“, [Internet], raspoloživo na: <https://ezadar.net.hr/zabava/2221367/45-godina-kualjskih-ribarskih-noci-tunuara/>

77. Zadarski Internet portal (2019): Zadar dobija Hrvatski muzej maritimne kulture, [Internet], raspoloživo na: <https://ezadar.net.hr/kultura/3453549/zadar-dobija-muzej-maritimne-kulture/>
78. Zelena infrastruktura za zaštitu okoliša i prostorno uređenje, [Internet], raspoloživo na: <https://green-in.hr/hr/o-nama>

POPIS TABLICA

Tablica 1. Uzgoj (proizvodnja) morske ribe i školjkaša (t) u RH od 2009. do 2018. godine...	8
Tablica 2. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u Zadarskoj županiji (2016.-2019.).....	13
Tablica 3. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u Splitsko-dalmatinskoj županiji (2016.-2019.).....	17
Tablica 4. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u Šibensko-kninskoj županiji (2016.-2019.).....	18
Tablica 5. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u RH (1990.-1992.).....	20
Tablica 6. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u RH (1993.-1995.).....	20
Tablica 7. Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u RH (nasumičan odabir godina prije financijske krize, tijekom i nakon financijske krize)	21
Tablica 8. Glavni makroekonomski indikatori – BDP (mil, HRK) 2007. - 2012.....	22
Tablica 9. Dolasci i noćenja domaćih i stranih (inozemnih) turista u ožujku 2019. i 2020. godine – usporedba.....	23
Tablica 10. Dolasci i noćenja domaćih i stranih (inozemnih) turista u svibnju 2019. i 2020. – usporedba.....	23
Tablica 11. Robna razmjena Republike Hrvatske s inozemstvom – izvoz (2007.- 2011.).....	24
Tablica 12. Uzgoj (proizvodnja) morske ribe i školjkaša (2008. – 2011.) (t).....	24
Tablica 13. Robna razmjena Republike Hrvatske s inozemstvom od siječnja do svibnja – izvoz (2017. – 2020.).....	25
Tablica 14.: Analiza odgovora ispitanika (t test) – djelovanje turizma i marikulture kao sustava.....	54
Tablica 15.: Analiza odgovora ispitanika (t-test) – kompatibilnost turizma i marikulture.....	55
Tablica 16.: Analiza odgovora ispitanika (marikultura poduzeća) – suradnja sa turističkim sektorom (glasovanje).....	55
Tablica 17.: Analiza odgovora ispitanika (t-test za podatke iz tablice 16.).....	56
Tablica 18.: Analiza odgovora ispitanika – zbroj glasovanja za tvrdnje namijenjene testiranju hipoteze H1.....	56
Tablica 19.: Analiza odgovora ispitanika (t-test).....	57
Tablica 20.: Analiza odgovora ispitanika - Edukacijski programi - pozitivni efekti suradnje marikulturnog i turističkog sektora na lokalnu zajednicu.....	58

Tablica 21.: Analiza odgovora ispitanika (t-test).....	58
Tablica 22. :Analiza odgovora ispitanika – utjecaj marikulture na razvoj lokalne zajednice.....	59
Tablica 23.: Analiza odgovora ispitanika (t-test)	59

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Masnokiselinski sastav uzorka komarče iz uzgoja.....	11
Grafikon 2. Masnokiselinski sastav uzorka komarče iz ulova.....	11
Grafikon 3. Noćenja turista u Zadarskoj županiji po zemljama iz kojih dolaze (2016.-2019.).....	14
Grafikon 4. Noćenja turista u Splitsko-dalmatinskoj županiji po zemljama iz kojih dolaze (2016.-2019.).....	17
Grafikon 5. Noćenja turista u Šibensko-kninskoj županiji po zemljama iz kojih dolaze (2016.-2019.).....	19
Grafikon 6. Poduzeća koja su sudjelovala u anketi.....	32
Grafikon 7. Faze životnog ciklusa u kojim se poduzeća trenutno nalaze.....	33
Grafikon 8. Stav ispitanika o utjecaju marikulture na prirodni okoliš.....	33
Grafikon 9. Turizam i marikultura – sustav koji se razvija i profitira; budućnost Jadranske obale.....	34
Grafikon 10. „Hrvatski eko proizvod / organic“ ima značajnu ulogu za potrošače pri odabiru proizvoda za konzumaciju.....	35
Grafikon 11. Potencijalne ribe/školjke za uzgoj i distribuciju na području Jadrana.....	36
Grafikon 12. Aktivnosti koje bi se prakticirale uz dostupne novčane izvore/investicije.....	37
Grafikon 13. Suradivanje s organizatorima manifestacija/eventa vezano uz teme „Ribarska večer“, <i>food</i> festivali (festivali hrane) i sl.....	38
Grafikon 14. Suradnja marikulturnih poduzeća sa turističkim djelatnostima.....	38
Grafikon 15. Strategije koje su primijenjene u svrhu preživljavanja poduzeća (kontinuiranog poslovanja) zbog nastale situacije uzrokovane COVID-19.....	39
Grafikon 16. Naziv tvrtke (udruženja/grupe) – ispitanici.....	40
Grafikon 17. Stav o negativnom utjecaju razvoja marikulture na prirodni okoliš na području Srednjeg Jadrana u RH.....	41
Grafikon 18. Turizam i marikultura mogu djelovati kao sustavna cjelina koja se razvija i profitira.....	41

Grafikon 19. Proces razvoja marikulture ovisi o razvoju turizma na području Jadrana.....	42
Grafikon 20. Proizvodi marikulture su dovoljno zastupljeni kao oblik gastronomske ponude turistima.....	44
Grafikon 21. Bitnost u dostupnosti proizvoda marikulture tijekom cijele godine.....	45
Grafikon 22. Marikultura utječe na smanjenje depopulacije lokalnog stanovništva otoka i priobalnog područja.....	45
Grafikon 23. Stavovi ispitanika o navedenim tvrdnjama.....	47
Grafikon 24. Organiziranje edukacijskih programa u suradnji sa vlasnicima i/ili zaposlenima poduzeća koje se bavi marikulturnom djelatnošću.....	48
Grafikon 25. Razvoj marikulture utječe pozitivno na turistički razvoj lokalne zajednice.....	49

PRILOZI

Anketni upitnici za potrebe istraživanja kompatibilnosti turizma i marikulture na području Srednjeg Jadrana

Anketa 1 – turistička zajednica i LAG

Poštovani/a,

Ovo istraživanje se provodi u svrhu izrade diplomskog rada na Ekonomskom fakultetu u Splitu. Cilj istraživanja je donijeti zaključke o kompatibilnosti turizma i marikulture na području Srednjeg Jadrana. Anketa je u potpunosti anonimna i bit će korištena isključivo u svrhu navedenog istraživanja.

Hvala Vam na sudjelovanju.

1. Naziv tvrtke (udruženja/grupe) : _____
2. Smatrate li da razvoj marikulture negativno utječe na prirodni okoliš na području Srednjeg Jadrana u RH ? (1 - U potpunosti se ne slažem, 2 - djelomično se ne slažem, 3 - ne mogu procijeniti, 4 - djelomično se slažem, 5 - u potpunosti se slažem)
a) 1 b) 2 c) 3 d) 4 e) 5
3. Smatrate li da ima budućnosti u djelovanju turizma i marikulture kao sustavne cjeline koja se razvija i profitira?
1) Da 2) Ne 3) Ostalo _____
4. Smatrate li da proces razvoja marikulture ovisi o razvoju turizma na području Jadrana? Zašto? _____
5. Kako biste Vi obogatili (iskoristili) ponudu grada (u kojem se nalazite) za turiste ? (s obzirom na sadržaje vezane uz proces uzgoja ribe i ribljih proizvoda) _____
6. Smatrate li da su proizvodi marikulture dovoljno zastupljeni kao oblik gastronomske ponude turistima ?
1) Da 2) Ne 3) Da, ali bi bilo poželjno da se uzgajaju i druge vrste riba (široka ponuda visoke kvalitete)

7. Da li Vam je bitno da su proizvodi marikulture dostupni tijekom cijele godine?
- Da, ribu konzumiram često.
 - Djelomično, češće konzumiram ribu ljeti te mi je bitno da je dostupna u tim periodima sezone.
 - Nije mi bitno.
 - Riblje proizvode ne konzumiram ali smatram da je bitno da su dostupni tokom cijele godine radi turista koji dolaze zbog Mediteranske kuhinje.
 - Ostalo_____
8. Utječe li marikultura na smanjenje depopulacije lokalnog stanovništva otoka i priobalnog područja? _____
9. Kakav oblik suradnje bi Vi stvorili sa poduzećima koja se bave uzgajanjem i prodajom ribe i/ili školjaka ? _____
10. Sljedeće tvrdnje označite (1 - U potpunosti se ne slažem, 2 - djelomično se ne slažem, 3 - ne mogu procijeniti, 4 - djelomično se slažem, 5 - u potpunosti se slažem)
- a) Turizam u Hrvatskoj u većem dijelu ovisi o razvoju marikulture

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
- b) Proizvodi morskog podrijetla su nedovoljno "predstavljeni" stranim turistima
(proizvodi iz Hrvatske, zdravi, ekološki i lokalni proizvodi,...)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
- c) Turisti su upoznati sa kvalitetom ribe koja se uzgaja
na području Jadrana

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
- d) Država ima veliki utjecaj na razvoj gospodarstva u RH

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
- e) Turizam ima veliki utjecaj na razvoj marikulture na području Jadrana

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
- f) Razvoj marikulture pozitivno utječe na turistički razvoj lokalne zajednice

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
11. Označite one tvrdnje koje podupiru Vaš stav. Organiziranje edukacijskih programa u suradnji sa vlasnicima i/ili zaposlenima poduzeća koja se bavi marikulturnom djelatnošću.

- Smatram da bi takav program bio iznimno koristan i zanimljiv potencijalnim posjetiteljima
- Smatram da bi program bio koristan osobama koji se žele baviti poduzetništvom (marikultura)
- Smatram da bi se takvim programom educiralo stanovništvo na poduzimanje mjera očuvanja prirodnog okoliša
- Smatram da ukoliko se događaji takvog sadržaja provedu na optimalan način, mogli privući veliki broj posjetitelja iz različitih zemalja
- Ne smatram da bi ovakav edukacijski program privukao veliki broj zainteresiranih gostiju
- Smatram da se iz edukacijskih programa i radionica ne može mnogo naučiti već isključivo kroz posao i praksu
- Nemam mišljenje o navedenom pitanju

12. Smatrate li da razvoj marikulture pozitivno utječe na turistički razvoj lokalne zajednice?

1)Da 2)Ne 3) Razvoj marikulture ne utječe ni u kojem segmentu na turistički razvoj lokalne zajednice

13. Prema Vašem mišljenju, kakvi se pozitivni efekti mogu ostvariti organiziranjem festivala morske hrane (ribljih proizvoda, školjki i sl.) ? _____

14. Koje mjere očuvanja Jadranskog mora bi Vi proveli s ciljem zaštite prirodnog okoliša? _____

15. Stanje uzrokovano COVID-19 je znatno utjecalo na poslovanje poduzeća u RH te je posljedično rezultiralo padu turizma i borbi za preživljavanje malih poduzeća. S obzirom na činjenicu da su morske ribe i školjke iz Jadranskog mora prepoznatljivi simboli koji privlače turiste, kakvu strategiju bi primijenili u svrhu očuvanja marikulture, povećanja turističke potrošnje, i sl. ?

Anketa 2 – poduzeća marikulturne djelatnosti

Poštovani/a,

Ovo istraživanje se provodi u svrhu izrade diplomskog rada na Ekonomskom fakultetu u Splitu. Cilj istraživanja je donijeti zaključke o kompatibilnosti turizma i marikulture na području Srednjeg Jadrana. Anketa je u potpunosti anonimna i bit će korištena isključivo u svrhu navedenog istraživanja.

Hvala Vam na sudjelovanju.

1. Naziv tvrtke: _____
2. U kojoj se fazi životnog ciklusa nalazi Vaša tvrtka?
 - Faza pokretanja / start-up (započinjanje sa poslovanjem)
 - Faza rasta (naglasak na brzom rastu prodaje)
 - Faza zrelosti (profitabilnost i stabilizacija u poslovanju)
 - Faza oživljavanja (diversifikacija i ekspanzija prodajnog tržišta s ciljem ostvarenja novog rasta)
 - Faza pada (konkurentska pozicija poduzeća je slaba, potrebno naći odgovor na pitanje preživjeti ili propasti?)
3. Što mislite, kako marikultura utječe na prirodni okoliš?
1) Pozitivno utječe 2) Negativno utječe 3) Ne utječe
4. Mislite li da postoji budućnost u zajedničkom djelovanju turizma i marikulture kao sustava koji se razvija i profitira na području Jadrana?
1) Da 2) Ne
5. Prema Vašem mišljenju, koji su glavni nedostaci (prepreke) marikulture na području Jadrana? _____
6. Koju vrstu hrane koristite u procesu hranidbe ribe? (naziv proizvoda ili glavni sastojak proizvoda) _____
7. Smatrate li da certifikat „Hrvatski eko proizvod/organic“ ima značajnu ulogu za potrošače pri odabiru proizvoda za konzumaciju? (1 - ne slažem se, 2 - djelomično se ne slažem, 3 - ne mogu procijeniti, 4 - djelomično se slažem, 5 - u potpunosti se slažem)
a)1 b)2 c)3 d)4 e)5

8. Kako upravljate otpadom koji se stvara tijekom cjelokupnog procesa uzgoja ribe i ribljih proizvoda ? _____
9. Za koju vrstu ribe/školjaka mislite da ima potencijal za proces uzgoja i distribucije na području Jadrana? (uz napomenu da se trenutno ne uzgaja u Jadranskom moru) _____
10. Od navedenih primjera označite one koje bi prakticirali uz dostupne novčane izvore / investicije.
- Pružanje turističke usluge u smislu prijevoza putnika do ribogojilišnih zona i obilazak s turistima
 - Pružanje usluge obilaska ribogojilišnih zona gdje turisti stječu pozitivno iskustvo (turisti sami dolaze do destinacije)
 - Otvaranje ugostiteljskog objekta (restoran) pored ribogojilišnih zona (ulovljena svježa riba se nudi na dnevnom meniju restorana. Cilj je stvoriti pozitivno iskustvo i istaknuti značaj odnosa čovjeka i prirode)
 - U suradnji sa hotelom/a ili restoranom/a nuditi uslugu jednodnevnog izleta na područja gdje se odvija proces uzgoja ribe
11. Biste li surađivali s organizatorima manifestacija/eventa vezano uz teme "Ribarska večer", *food* festivali (festivali hrane), i sl. (marketing vlastitog brenda, širenje turističke ponude područja, upoznavanje posjetitelja sa izvornim proizvodima,..)
- 1)Da 2)Ne
12. Ukoliko ste na prethodno pitanje odgovorili sa "ne", napišite razlog zbog kojeg ne biste. (u protivnom u odjeljak stavite "da") _____
13. Jeste li ikada imali oblik suradnje sa turističkim djelatnostima? Ukoliko je Vaš odgovor "da" molim Vas da napišete koja vrsta suradnje. _____
14. Objasnite Vaš stav o vrsti uzgoja morske ribe u zatvorenim recirkulacijskim sustavima na kopnu ? (gdje bi se mogle obavljati uzgojne faze predrasta i uzgoj do konzumne veličine) _____
15. Koje mjere očuvanja Jadranskog mora biste Vi proveli s ciljem zaštite prirodnog okoliša? _____
16. Zbog trenutnog stanja u RH (COVID-19) poduzeća su bila prisiljena uvesti promjene kako bi opstali na tržištu. _____ Koje nužne strategije ste primijenili u poduzeću s ciljem preživljavanja poduzeća (kontinuiranog poslovanja)? _____