

ODRŽIVI TURIZAM KAO RAZVOJNA MOGUĆNOST NA PRIMJERU DUGOG OTOKA

Vinko BAKIJA
Marijana BULIĆ

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti
Sveučilište u Zadru

UDK: 338.48:504>(497.5)(210.7 Dugi Otok)

Prethodno priopćenje/Preliminary paper

Primljeno: 5.11.2013.

SUMMARY

In this paper authors have tried to elaborate some aspects of socioeconomic approach which would eventually unveil the future of economic and cultural development of the island of Dugi otok. It can be argued that the development of tourism as well as other economic activities on the island of Dugi otok can be attested as a paradigm for all bigger islands on the Croatian Adriatic sea. Sustainable tourism development on Dugi otok can only be durable if all other production and land exploitation activities adopt the paradigm of sustainable development. The island of Dugi otok is probably the best model of what can be called an unpolished diamonds of the Croatian Adriatic with so many resources that wait to be properly activated in order to preserve the authentic life experience on the island. This research paper has tried to prove that along with sustainable amount of mass tourism, there should develop appropriate quantity of specific niche tourism products with aim to enhance the value of authentic sustainable development of island tourism.

Ključne riječi: Dugi otok, turistički razvoj, održivi turizam

1. UVOD

Cilj je rada ukazati na mogućnosti razvoja turizma Dugog otoka, kao i potaknuti razmišljanja i rješenja o budućem razvoju turizma na ovome otoku.

Dugi otok još uvijek ima očuvanu prirodu i okoliš, bogatu kulturnu baštinu, te mjesta koja su sačuvala svoju autohtonost, tako da privlačnost Dugog otoka kao turističke destinacije nije upitna, ali da bi taj turizam sačuvala okolinu i bio u skladu s interesima domicilne zajednice, treba biti unaprijed usmjeravan. Zato je temeljna pretpostavka ovog rada da bi Dugi otok trebao sačuvati svoju prirodnu i tradicijsku baštinu uz primjenu razvoja turizma usmjerenog na očuvanje okoliša i unaprjeđenje otočne društvene zajednice, odnosno održivog razvoja.¹ Održivi razvoj nudi turizmu rješenje kako opstati, a da istovremeno uz svoj razvoj ostavlja što manje negativnih posljedica na prostore u kojima se zbiva. Samo razumnom strategijom razvoja turizma, ali i cjelokupnog gospodarskog razvoja, odnosno diverzificiranom razvojnom strategijom, mogu se izbjeći nepoželjne posljedice na cjelokupnu okolinu. Tome u prilog ide i činjenica da takve negativne promjene u okruženju ne utječu samo na život domicilnog stanovništva, već i na turističku potražnju koja gubi interes za takvu devastiranu destinaciju.

Isto tako, postoji potreba sagledavanja turizma kao djelatnosti koja predstavlja značajnu razvojnu šansu za brži razvitak Dugog otoka, kao mogući generator ostanka, ali i povratka stanovništva na ovaj otok. Anketno istraživanje² provedeno 2001. pokazalo je da bi se 75 % otočana (u istraživanju je ispitivana mlađa populacija Dugog otoka, Ugljana i Iža) najradije bavilo turizmom, odnosno da je turizam posao koji ih najviše privlači.

Međutim, dosadašnja turistička ponuda i uopće dosadašnji masovni i izrazito sezonski turizam ne nudi neku značajniju perspektivu stanovništvu Dugog otoka. Takav nediferencirani turistički proizvod teško da je prepoznatljiv u mnoštvu druge konkurencije. Osim motiva mora, sunca i lijepe prirode gotovo da ne postoji drugi značajniji „push“ motiv za posjet Dugog otoka. Potrebno je ciljano odrediti kakav je razvoj turizma moguć i ujedno održiv za ovaj otok. Samo uz uvođenje selektivnosti u turističku ponudu i uz profiliranje prepoznatljivog imidža destinacije moguće je postizanje veće kvalitete ukupnog proizvoda, a time i bolje budućnosti svih onih koji direktno i indirektno ovise o turizmu Dugog otoka.

1 Održivi razvoj je razvoj bez oštećivanja ili iscrpljivanja resursa koji se koriste prilikom tog razvoja, što se postiže upravljanjem resursima na način da se mogu obnavljati istom mjerom po kojoj se troše ili prelaženjem od resursa koji se sporo obnavljaju na resurse čije je obnavljanje brže. Na taj način resursi su na raspolaganju ne samo sadašnjim već i budućnim generacijama (Pančić Kombol, T., *Selektivni turizam: uvod u menadžment prirodnih i kulturnih resursa*, TMCP Sagena, Matulji 2000., str. 51.).

Prema Svjetskoj komisiji za okoliš i razvoj u Brundtlandovu izvješću, definicija održivog turizma glasi: „Održivi razvoj turizma je razvoj koji zadovoljava sadašnje potrebe turista i lokalne zajednice, dok se istovremeno čuvaju resursi za njihovo buduće korištenje.“ (Črnjar, M., Črnjar, K., *Menadžment održivog razvoja: ekonomija, ekologija, zaštita okoliša*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji Sveučilišta u Rijeci; Glosa, Rijeka 2009., str. 42.).

2 Babić, D., Lajić, I., *Obrazovne, radne i profesionalne težnje mladih otočana – primjer zadarskih otoka (Iž, Dugi otok, Ugljan)*, Migracijske i etničke teme, br. 2-3, Zagreb 2004, str. 275.

2. PREGLED POVIJESTI DUGOG OTOKA

Najstariji tragovi ljudskog habitasa na Dugom otoku mogu se datirati još iz doba paleolitika (oko 400.000 do 10.000 g. pr. Kr.), a pronađeni su u nalazištima na otvorenom vezanim uz ležišta tadašnjih sirovina. Kao primjere možemo navesti Veli rat, Krševanje polje i gradina Omišenjak kod Sali, polupećina Vlakno, Velo i Malo jezero i gradina Gradec kod Žmana. U to prapovijesno vrijeme početka ljudske evolucije Dugi Otok zajedno s kornatskim otočjem čini veću cjelinu koja je preko otoka Molata i Ista spojena s tadašnjim kopnom.³

Promjenom klime i krajem ledenog doba u periodu mezolitika, pred oko 10.000 godina dolazi do geomorfološkog oblikovanja Srednjeg i Sjevernog Jadrana s pripadajućim otocima. Podizanjem razine Jadranskog mora Dugi otok gubi vezu s kopnom i postaje otok s pripadajućom prepoznatljivom konfiguracijom terena. Privreda je dijelom ostala na ranijem stupnju, a zahvaljujući nestanku ledenodobnih životinja te razvoju biljnoga svijeta, veću ulogu dobiva sakupljanje biljnih dobara, dok se lov smanjuje i ograničava na sitne životinje. Sukladno tome, dolazi do promjene u izradi i oblikovanju oružja i oruđa.

Dugi otok je zajedno s ostatkom zadarskog otočja kao i Kvarnerskim arhipelagom u željeznom dobu bio sastavni dio liburnske kulture, pa tako cijelu ovu skupinu otoka stari grčki i rimski povjesničari i zemljopisci nazivaju jedinstvenim nazivom: Liburnskim otocima po ilirskom narodu Liburni.

Na Dugom otoku nema pronađenih tragova grčke kolonizacije niti njihovih priobalnih naselja, mada se u narodu zadržala usmena predaja da su maslinik u Saljskom polju zasadili Grci prije 2.000 godina. Da su stari Grci ipak poznavali zadarsku skupinu otoka, koju su zvali Liburnskim otocima, svjedoči antički pisac Pseudo-Skimno iz 2. st. pr. Kr. koji citira još starijeg grčkog povjesničara Teopompa iz 4. st. pr. Kr. čije djelo „Povijest Filipova“ nije sačuvano.⁴

Već pri samim počecima rimske kolonizacije Istočnoga Jadrana, Liburni već oko 167. g. pr. Kr. postaju stalni saveznici Rimljana, a nakon potpunog rimskog osvajanja ilirskih krajeva, početak nove ere označava liburnsko gubljenje samostalnosti i postupno romaniziranje. Do potpune asimilacije dolazi u kasnoj antici. Na čitavom zadarskom arhipelagu nije bilo značajnijih urbaniziranih naselja, pa iz toga možemo zaključiti da ni prije dolaska Rimljana na ove prostore na njima nije bilo istaknutijih naselja koja bi imala ulogu središta autohtonih teritorijalnih zajednica kao što je primjerice Zadar (Iader) imao na kopnu.⁵

3 Suić M., Zadarski otoci u antici, u: Uranija, V. (ur.), Zadarsko otočje, zbornik radova, Narodni muzej u Zadru, Zadar 1974.

4 Batović Š., O prapovijesti Dugog otoka, u: Batović, Š. (ur.), Dugi otok, zbornik radova, Matica hrvatska, Zadar 1977.

5 Batović Š., O prapovijesti Dugog otoka, u: Batović, Š. (ur.), Dugi otok, zbornik radova, Matica hrvatska, Zadar 1977.

Raspadom Rimskog carstva te provalom barbarskih plemena na ove prostore (kraj 5., početak 6. st.) dolazi do opće nesigurnosti u naseljima na kopnu a fortifikacijski sustavi još nisu dovoljno razvijeni, pa gradsko stanovništvo bježi na otoke ili se udaljava od postojećih urbaniziranih središta. U odmakloj antici i najranijem srednjem dobu zadarski su otoci bez sumnje bili najbolje i najgušće naseljeni u čitavoj njihovoj starijoj prošlosti. Za vrijeme bizantske theme Dalmacije koja je obuhvaćala otoke Krk, Osor i Rab, te gradove Zadar, Trogir, Split, Dubrovnik i Kotor, Bizant je svoj suverenitet u značajnoj mjeri temeljio i na zadarskim otocima bez kojih ne bi mogao kontrolirati te upravljati maritimnim gospodarskim aktivnostima na ovom dijelu Jadrana.

Dugi otok prvi put spominje sredinom 10. st. bizantski car Konstantin Porfirogenet, koji ga u svom djelu "De administrando imperio" navodi pod imenom Pizuh. Nadalje, početkom 11. st. Dugi otok se u pisanim izvorima naziva Insula Tilagus, a slijedi više različitih imena na latinskom i hrvatskom jeziku: Tilagus (1195.), Insula magma (1287.), Insula maior (1290.), Santa Marija (1311.), Insula Bozava (1327.), Insula Maqani (1341.), Insula Verbigni (1370.). Ime Veli otok zabilježeno je prvi put glagoljicom 1460. godine, zatim Isola di Sale (1475.), Insula templi (prije 16. st.), Isola grossa i Isola lunga (17. st.), Debeli otok (17. st.) i na kraju Dugi otok.⁶ U najstarijoj sačuvanoj povijesnoj ispravi o ribarstvu na hrvatskim prostorima, načinjenoj 995. godine, spominje se Dugi otok (Tilago) i ribarstvo u njegovoj uvali Telašćici. Tom darovnicom zadarski plemići ustupaju Samostanu sv. Krševana u Zadru svoje pravo ribarenja na otocima Molat i Dugi otok. Darovnica se danas čuva u Državnom arhivu u Zadru.⁷

Gotovo u cijelosti romanizirano liburnsko stanovništvo i nešto rimskog zatekli su u 9. i 10. st. Hrvati kad su doplovili do Dugog otoka. Prevlast Hrvata na otoku nad superiornijom rimskom civilizacijom nije se dogodila odjednom, nego postepeno kroz nekoliko stoljeća. Gotovo sa sigurnošću možemo zaključiti da je početkom 13. stoljeća većinsko stanovništvo na Dugom otoku hrvatskoga porijekla.

Novi vijek u zadarskim krajevima započinje konstantnim prijetnjama bujajućeg Otomanskog carstva. Turci sve više i više nadiru s pravca istoka. Odlukom mletačkih vlasti iz 1684. godine dvije bojne galije pod zapovjedništvom braće Nikole i Petra Corponesea upućene su u dugootočki akvatorij sa zadatkom da ribare zaštite od mogućih turskih gusarskih napada. Upravo su Turci 1715. godine upali na Dugi otok, neka sela spalili a radno sposobno stanovništvo odveli u ropstvo. Veliki broj stanovništva iz zadarskog zaleđa za vrijeme Mletačko-turskih ratova bježi na Dugi otok gdje zamjenjuje porobljene otočane, pa

6 Beverin, A., Armanini, J., *Libar o Dugom otoku*, Matica hrvatska, Zadar 2009., str. 41.

7 Batović S., *O prapovijesti Dugog otoka*, u: Batović, S. (ur.), *Dugi otok*, zbornik radova, Matica hrvatska, Zadar 1977.

možemo zaključiti da se demografska struktura stanovništva na otoku (broj stanovnika) nije značajno mijenjala.

2.1. POVIJESNI PREGLED RAZVOJA TURIZMA NA DUGOM OTOKU

Prema Juriću⁸ povijest nastanka turizma na Dugom otoku veže se uz zadarsko planinarsko i turističko društvo „Liburnija“, osnovano 1899. godine, koje je 1900. godine izvršilo prvo speleološko istraživanje špilje „Strašna peć“ u blizini Savra te je otvorilo za javnost. Špilja „Strašna Peć“ je prva izletnička destinacija u zadarskom arhipelagu i među prvim špiljama otvorenim na području Hrvatske. 1904. god. austrijski časopis „Ilustrierte Österreichische Riviera Zeitung“ popularizira Strašnu peć i dovodi prve posjetitelje. Isti posjetitelji na Dugi Otok dolazili su starim parobrodima iz Zadra. Osim njih o „Strašnoj Peći“ pisali su vodeći njemački, hrvatski i talijanski mediji. Veliki događaj za Dugi otok zbilo se 1904. godine kad je špilju posjetio i sam austro-ugarski car Franjo Josip koji zadivljen njezinom ljepotom odlučuje financirati njezino uređenje – željezna vrata na ulazu, dva ferala i stubište k moru. Špilju je 1936. godine pohodio i budući britanski kralj (koji će godinu kasnije neslavno abdicirati s prijestolja), princ Edward u društvu svoje buduće supruge Amerikanke Wallis Simpson. Strašna peć od 2006. godine ponovno je otvorena za posjet nakon što je više od 90 godina bila zaboravljena. Gore navedni podatci ukazuju na značajne mogućnosti razvoja kulturnog turizma na Dugom otoku. Posebno danas kada glad i žeđ za *kulturološkom autentičnošću* postaju jedan od glavnih motivatora za odlazak na turističko putovanje, odnosno posjet specifičnom turističkom odredištu, kada element nostalgije utječe na donošenje odluke o odlasku na otok, razvoj ovog specifičnog oblika turizma, predstavlja se kao imperativ razvojnih strategija Dugoga otoka.

Nakon Prvog svjetskog rata kada je Zadar pripao Talijanima, Dugi je otok ostao izvan talijanske ovlasti tako da se sve više povezuje sa Šibenikom. U međuratnom razdoblju od 1925. godine postoji putnička teretna linija Rab-Sali-Šibenik u organizaciji Jadranske plovidbe, a od 1926. i linija Sali-Preko. U godinama uoči Drugog svjetskog rata u Salima postoji gostionica „Radulić“ s 20 ležaja te gostionica „Aunedi“ sa 4 ležaja. U Božavi postoji gostionica „Uglešić“ s 12 ležaja, ali tu su također i ležajevi u kućnoj radinosti. Postojanje općina u Salima i Božavi pridonosilo je simboličkom povećanju putnika u tim mjestima. Ograničavajući faktor za razvoj turizma u tom vremenu bili su postojeći

⁸Jurić, B., *Gospodarske prilike na Dugom otoku od početka 20. stoljeća do 1941. godine*, u: Batović, Š. (ur.), *Dugi otok*, zbornik radova, Matica hrvatska, Zadar 1997., str 426.

nedostatci u infrastrukturi – u elektroopskrbi, vodoopskrbi i prometnom povezivanju.⁹

Za vrijeme Drugog svjetskog rata značajnu štetu na otoku nanijeli su talijanski fašisti koji su spalili nekoliko mjesta na otoku i prognali veliki broj otočana u zbjeg u Egipat gdje su bili smješteni u izbjeglički logor u El Shattu. Gospodarstvo i razvoj otoka još jednom su ušli u period stagnacije te nazadovanja.

Turizam se u većoj mjeri počeo razvijati nakon Drugog svjetskog rata, posebno u Božavi 1951. godine najprije u zadružnom i privatnom sektoru, a nakon izgradnje prvog hotela „Božava“ u lipnju 1960. godine (adaptiran prvi put 1979. godine pod nazivom „Kadulja“) nekoliko godina je postojalo ugostiteljsko poduzeće „Saharun“.

Prema Beverin i Armanini¹⁰ prvi su posjetili Božavu Belgijanci i Francuzi, a od 1958. godine stalni su posjetioci Austrijanci. Povećava se dolazak i domaćih gostiju, a sve veći priliv gostiju zahtijevao je gradnju novih objekata smještajnog tipa i pratećih sadržaja te je 1971. izgrađen novi hotel B kategorije nazvan „Lavanda“. Uz hotele „Kadulju“, „Lavandu“ i restoran kapaciteta 500 mjesta, gosti su u okviru smještajnih kapaciteta dobili i depandanse „Agavu“, „Mirtu“ i „Palmu“. U sklopu hotela nalazili su se također frizerski salon i brijačnica, suvenirnica, samoposluga, škola ronjenja i iznajmljivanje brodica i glisera. Svi ti ugostiteljski objekti nalazili su se u sastavu SOUR-a „Jugotanker Turist-hotel“ iz Zadra. Druga polovica XX. stoljeća karakterizirana je intezivnim razvojem masovnog kupališnog turizma kako na otocima, tako i na obali. Gotovo stihijski razvoj radničkih odmarališta koja su postepeno pretvarana u hotelska naselja sa skromnim pratećim sadržajima, pratila je izgradnja apartmana i vikendica u naseljima. Sve je to vodilo prema daljnjem omasovljenju turističkih dolazaka samo za vrijeme ljetnog kupališnog perioda koji je trajao niti tri mjeseca.

Nakon Domovinskog rata, u kolovozu 2001. godine dionice Turisthotela Turističkog naselja „Božava“ na Dugom otoku prodane su slovačkom investicijskom fondu. „Lavanda“ je 2002. godine potpuno preuređena i nazvana „Maksim“, a hotel je dobio 4 zvjezdice gradnjom bazena i popratnog sadržaja. Danas, osim u hotelskom smještaju, gosti Dugog otoka mogu boraviti i u nekoliko privatnih pansiona, te u brojnim apartmanima i sobama, odnosno u tzv. privatnom smještaju. Jednom od važnijih prekretnica u daljnjem razvoju turističkog gospodarstva na Dugom otoku možemo smatrati dovršenje glavne cestovne prometnice 1997. koja je s izgradnjom započela još 70-tih godina prošlog stoljeća. Osim što dovodi do brže tranzicije robe i ljudi, te povezuje nekad jako udaljena mjesta, omogućuje i povezivanje Dugog otoka kao

⁹ Jerić, M., Dugi otok i njemu susjedni otoci u vremenu i prostoru, Ognjen Prica, Zagreb 1986., str. 102-105.

¹⁰ Beverin, A., Armanini, J., Libar o Dugom otoku, Matica hrvatska, Zadar 2009., str. 47-49.

jedinstvene turističke destinacije u jednu cjelinu. Uz dobru prometnu komunikaciju otoka, za daljnji turistički razvoj Dugog otoka, važan faktor je i dobra trajektna povezanost sa Zadrom.

Međutim, neplanski razvoj poglavito masovnog turizma na Dugom otoku donosi višestruku opasnost od brojnih negativnih eksternalija neplanskog i masovnog turističkog razvoja među kojima su svakako najopasniji: monokulturni gospodarski razvoj na otoku (masovni turizam), rast troškova života te smanjenje strukturnih investicija, vulgarizacija turizma te prirodne i kulturno-povijesne baštine, odljev autohtonog stanovništva te priljev ne-otočana kroz potražnju za jeftinom radnom snagom, itd. Ovaj rad ima za cilj kreirati utemeljenu znanstveno-istraživačku podlogu na osnovu koje bi se, eventualno, razvojne strategije Dugog otoka (pre)usmjerile u smjeru odgovornog dugoročnog razvoja održivog turizma te pratećih gospodarskih aktivnosti (stočarstvo, uljarstvo, ribarstvo, vinogradarstvo, itd.).

3. ODRŽIVI TURIZAM ZA ODRŽIVOST DUGOG OTOKA

Jedna od vodećih razvojnih teorija s kraja XX. stoljeća je teorija održivosti. Očigledan rastući nesrazmjer između raspoloživih resursa s jedne strane, i rastućih ljudski potreba s druge strane, doveo je do prihvaćanja paradigme održivosti kao plauzibilnog sustava promišljanja i planiranja ne samo u turizmu, već u svim socioekonomskim poljima i granama. Kako je to još davnih dana lijepo iskazao Dragutin Alfier kazavši da „ni na jednom području nije tako važno načelo koordinacije na svim razinama odlučivanja i praktičnog rada kao na području turizma“¹¹, sve je jasnije da se planiranje održivog turističkog razvoja u cijelosti uklapa u politiku održivog života na Dugom otoku. Planiranje i usvajanje strategije održivog turističkog razvoja tako postaje *conditio sine qua non*, cjelovitoj politici očuvanja izvornosti življenja i gospodarenja na otoku. Posebice iz razloga što je geomorfološka struktura otoka izrazito posebna po svom sadržaju i strukturi, a *turistički resurs je prirodna i socioekonomska sastavnica određenog prostora koja ili privlači turiste ili osigurava infrastrukturu potrebnu za kreiranje zadovoljavajućeg turističkog iskustva*. Ovdje je potrebno istaknuti kako autori smatraju da resursi nisu statične datosti određenog prostora u određenom vremenu, već predstavljaju fluidan skup biotropnih i antropogenih elemenata koji u značajnoj mjeri ovise o ljudskim potrebama, interesima i aktivnostima. Relativno ograničeni resursi Dugog otoka još više naglašavaju potrebu za sustavnim strateškim planiranjem održivog gospodarskog razvoja. Ante Dulčić o tome kaže:

¹¹ Čavlek N., Bartoluci M., Prebežac D., Kesar O., Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb 2011., str. 409

„Strateško planiranje je proces pripreme kratkoročnih i dugoročnih strategija koje mogu dosegnuti poslovne i korporativne ciljeve. Strateško planiranje definira svrhu i smjer za sve operativne aktivnosti, a od sudionika zahtijeva postizanje konsenzusa o srednjoročnim i dugoročnim ciljevima“¹². Većina autora ističe kako paradigma održivog turističkog razvoja mora zadovoljiti načela ekološke, sociokulturoške i ekonomske održivosti¹³, uz praćenje globalnih kretanja unutar turističkog sustava. Ispunjenje svih zahtjeva održivog turističkog razvoja nije moguće očekivati bez odgovarajućeg menadžmenta. O turističkom menadžmentu Victor T.C. Middleton kaže „da se može definirati kao strategije i akcijski programi koji koriste i koordiniraju raspoloživim tehnikama (resursima op.a.) s namjerom kontroliranja i utjecanja na turističku ponudu i potražnju s ciljem postizanja planiranih rezultata za lokalnu destinaciju“¹⁴. Menadžment u turizmu Dugog otoka važan je element održivosti te osigurava, ukoliko je efikasan i kvalitetan, model za upravljanje svim pratećim i/ili komplementarnim gospodarskim segmentima. Ovdje je potrebno istaknuti kako kontrola nad turističkim razvojnim strategijama treba ostati, barem jednim većim dijelom, u rukama lokalnog autohtonog stanovništva. Kako ističe Victor Middleton, postoji nekoliko kontrolnih faktora koji stoje na raspolaganju otočanima s ciljem zadržavanja „kontrolnog paketa“ unutar razvojnih politika koje se odnose na otok: „(1) prostorni razvojni planovi (reaktivni i proaktivni), (2) propisi koji kontroliraju izgradnju (reaktivni i proaktivni), (3) osiguranje infrastrukture (posebno pristupa određenom prostoru), (4) investicijski poticaji uz fiskalnu kontrolu i prateće propise, (5) utjecaj na potražnju“¹⁵. Dugi otok kao izuzetno atraktivan prostor za investicije u razvoj turističkih potencijala nije moguće zaštititi bez odgovarajućeg sustava destinacijskog menadžmenta. Operativno se destinacijski menadžment može definirati kao *složena poslovna aktivnost koja koordinira i usklađuje aktivnosti različitih javnih i privatnih subjekata (dionika) s ciljem kreiranja turističkih proizvoda, usluga i iskustava (doživljaja) koji će omogućiti postizanje optimalnih socioekonomskih učinaka za lokalnu zajednicu te održive konkurentske prednosti na regionalnom i globalnom turističkom tržištu*. Autori smatraju da je jedna krovna destinacijska menadžment agencija na Dugom otoku dovoljna za osiguranje održivog turističkog razvoja uz maksimalnu kontrolu investicijskih aktivnosti. Aktualni sociodemografski pokazatelji govore u prilog ideji o organizaciji turističkog upravljanja otokom koji bi počivao na jednoj agenciji za destinacijski menadžment te lokalnim (mjesnim) ispostavama koje bi bile razmještene na

¹² Dulčić A., prema Čavlek N., Bartoluci M., Prebežac D., Kesar O., Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb 2011., str. 414

¹³ ibid., str. 416

¹⁴ Middleton V.T.C., 1994., prema Middleton V.T.C., Sustainable Tourism – A Marketing Perspective, Butterworth-Heinemann, Oxford 1998., str. 84

¹⁵ ibid., str. 94

strateški biranim otočnim lokacijama. To bi mogao biti kvalitativan pomak u smjeru razvoja i održanja konkurentnosti i atraktivnosti Dugog otoka. *Konkurentnost destinacije je sposobnost kontinuiranog povećavanja turističke potrošnje uz kreiranje zadovoljavajućeg memorabilnog iskustva kod turista i posjetitelja na osnovu ponuđenih proizvoda i usluga te konstantno obogaćivanje kvalitete života lokalnog stanovništva.* Kao otok s ograničenim ali autohtonim i osobito vrijednim socioekonomskim potencijalima, Dugi otok bi mogao postati primjer uspjeha u kreiranju strategije održivog gospodarenja s prirodnim i kreiranim resursima. Međutim, potrebno je nadvladati određene barijere koje ne samo da usporavaju već i onemogućavaju prihvaćanje održive turističke razvojne politike na Dugom otoku. Ne samo na otoku već i općenito, brojni znanstvenici upozoravaju na određene poteškoće koje se javljaju prilikom implementacije paradigme održivosti. Tako Harry Coccossis i Peter Nijkamp ističu sljedeće barijere koje mogu sprečavati implementaciju strategije održivog turističkog razvoja:

Organizacijske i političke barijere – različite interesne skupine i političke opcije mogu značajno usporiti prihvaćanje i implementaciju strategije održivog turističkog razvoja. Otpor lokalnih političkih stranaka utemeljen na očuvanje ili dobijanje političkih poena te partikularnih interesa političkih lidera može dovesti do kreiranja političkog otpora održivom turističkom razvoju.

Društvene barijere – koje proizlaze iz manjka obrazovanja i kvalitetnog informiranja o pozitivnim aspektima održivog turističkog razvoja. Nepovoljna demografska struktura stanovnika na određenom području može nepovoljno djelovati prema prihvaćanju strategije održivog gospodarenja prostorom. Stav lokalnog stanovništva prema ograničavanju ekscesivnog turističkog razvoja koji u relativno kratkom vremenskom periodu može pokazati određene ekonomske rezultate, jedan je od ograničavajućih faktora održivom turističkom razvoju.

Ekološke barijere – koje se mogu pokazati bitnima za prihvaćanje kako strategije održivog turističkog razvoja tako i bilo kakvog turističkog razvoja uopće. Bez sustavnog praćenja učinaka turističkog razvoja na prirodu, prirodnu ambijentalnost određenog biotropnog pokrova na određenom prostoru, utjecaja turističkog razvoja na kulturu i društveni život lokalnog stanovništva te utjecaja turističkih kretanja na očuvanje autohtone tradicije, nije moguć ekološki prihvatljiv razvoj turizma.

Financijske barijere – koje se očituju ili u manjku financijski sredstava za turistički i općenito gospodarski razvoj na određenom području, ili u nedostatku interesa u privlačenju vanjskih (stranih) interesnih skupina i organizacija s ciljem povećanja ulaganja u turistički razvoj destinacije. Politika selektivnog ulaganja u manje i srednje projekte s jedne strane, te manje i

srednje poduzetnike s druge strane, također može predstavljati barijeru te obeshrabruti značajne, ali možda špekulativne investitore u razvoj turizma na određenom prostoru.¹⁶

Odsustvo ili nedovoljan broj visokoobrazovanih kadrova u turizmu svakako predstavlja značajnu barijeru u razvoju i prihvaćanju paradigme održivosti. Kako je to lijepo iskazao W.F. Theobald: „Interes poduzetnika u turizmu za održivi turistički razvoj je sasvim logičan jer se ovdje radi o industriji koja prodaje okruženje (prostor op.a.), bilo fizičko bilo ljudsko, kao svoj proizvod“.¹⁷ Faulkner je prilično detaljno sintetizirao različite komponente održivog turističkog razvoja, ističući da je održivi turistički razvoj onaj koji:

Čuva i unapređuje prirodne i kulturne resurse određene destinacije

Čuva i unapređuje kvalitetu života lokalnog stanovništva te životnih mogućnosti

Zadovoljava potrebe i očekivanja turističkog tržišta

Je ekonomski održiv te osigurava povrat investicija onima koji investiraju u turizam

Postiže jednakost u raspodjeli troškova i koristi između različitih segmenata lokalne zajednice te između sadašnjih i budućih generacija. Ovo znači da se učinci održivog turističkog razvoja razmatraju na osnovu dugoročne razvojne politike te omogućuju inter i intra generacijsku jednakost.¹⁸

Svakako je ovdje uputno navesti kako „Destinacije nose u sebi potencijalno sjeme njihovog unutarnjeg razdora, ukoliko dozvole vlastitu komercijalizaciju i izgube svoje odlike koje su u startu privlačile turiste“.¹⁹ Dosegnuti stupanj razvijenosti određenog prostora, u ovom slučaju Dugog otoka, uvelike određuje s koje pozicije će se eventualne razvojne strategije pokrenuti prema daljnjem razvoju turističkog gospodarstva, te mijenjanja okruženja. Ukoliko tehnološki, kulturološki, spoznajni i vrijednosno-moralni stupanj razvoja nije dosegnuo nivo kojeg ima šire okruženje – regionalno, nacionalno ili globalno – tada ne možemo smatrati da će se paradigma održivog turističkog razvoja skladno uklopiti u postojeću socioekonomsku scenu. Iako je to lijepo izrazio Weaver kazavši da „u biti, održivi turistički razvoj uključuje minimizaciju negativnih učinaka i maksimalizaciju pozitivnih učinaka“²⁰, to ni na koji način ne predstavlja dovoljno polazište za održivu razvojnu i investicijsku strategiju. Jedna je stvar na teoretskoj razini raspravljati i argumentirati pozitivne aspekte održivog turističkog razvoja, dok je sasvim druga stvar implementirati održivu razvojnu

¹⁶ Coccossis H., Nijkamp P., Sustainable Tourism Development, Hants, Ashgate 1998., str. 180-182

¹⁷ Theobald W.F., Global Tourism, London, Elsevier 2005., str. 168

¹⁸ Faulkner, 2001., prema Theobald W.F., Global Tourism, London, Elsevier 2005., str. 176

¹⁹ Plog, 1974., prema Theobald W.F., Global Tourism, London, Elsevier 2005., str. 252

²⁰ Weaver D., Sustainable Tourism, Elsevier, London 2006., str. 10

strategiju u konkretne razvojne planove, projekte i investicije. Upravo u zaokretu prema održivom investiranju u turističke potencijale (postojeće i moguće) leži sva težina prihvaćanja paradigme održivosti. Isto tako je osobito važno da se održivi turistički razvoj može fluidno integrirati u postojeće ekonomske planove i razvojne strategije. O tome McKercher kaže: „Da bi se održivi turistički razvoj dogodio, potrebno je da on bude čvrsto integriran sa svim ostalim (socioekonomskim op.a.) aktivnostima koje postoje u regiji (destinaciji op.a.)“.²¹ Samo kroz prihvaćanje ideje komplementarnosti između postojećih i mogućih gospodarskih aktivnosti na Dugom otoku, moguće je zadržati atraktivni potencijal na turističkom tržištu. Turisti XXI. stoljeća nisu nekakvo humanoidno stado koje se kreće od jedne do druge destinacije bez ideje ili jednostavno vođeni marketinškim aktivnostima organizatora putovanja. Bez implementacije spoznaja u segmentu kreativne ekonomije te njenih sastavnica ekonomije znanja i ekonomije iskustva, bez uspostavljanja kreativne sinergije između kulturno-povijesnog nasljeđa, tehnologije, ekonomije i kreativnog duha inventivnih pojedinaca, nije moguće napraviti zaokret u održivo ekonomsko gospodarenje raspoloživim resursima. Sposobnost pretvaranja ideja i zamisli u konkretne poduzetničke inicijative koje će onda dovesti do investicija u turistički razvoj Dugog otoka, temelj je otočke poduzetničke kompetencije. Inventivni poduzetnici u suradnji s lokalnom upravom mogu i dalje razvijati, unutar emitivnih turističkih regija, ono što se može nazvati glad i žeđ za prirodnom i kulturološkom autentičnošću destinacije koja tada postaje prepoznati prostor izuzetne turističke valorizacije. Morfologija turističke motivacije na početku XXI. stoljeća, sve više i više ide u pravcu heterogenosti čiju složenost uvjetuju brojni psihološki (unutarnji) i sociokulturološki (vanjski) motivatori u svojoj interkaciji. Na stanovništvu je Dugog otoka, prepoznati i prihvatiti strategiju održivog turističkog razvoja kroz koju će se zasigurno kreirati onaj traženi buket proizvoda, usluga i doživljaja koji će predstavljati dodanu vrijednost postojećoj turističkoj infrastrukturi.

4. REZULTATI I ANALIZA ISTRAŽIVANJA

Kako bi se što vjerodostojnije utvrdilo trenutno stanje turizma na Dugom otoku, te percepcija njegovih aktera, receptivne zajednice i njezinih gostiju, provedena su dva odvojena istraživanja, odnosno metode ankete, jedna s lokalnim stanovništvom, a druga s turistima.

²¹ McKercher 1993., prema Harris R., Griffin T., Williams P., *Sustainable Tourism: A Global Perspective*, Butterworth-Heinemann, Oxford 2002., str. 6

4.1. ISTRAŽIVANJE STAVOVA LOKALNOG STANOVNIŠTVA DUGOG OTOKA

4.1.1. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Istraživanje je provedeno u vremenskom razdoblju od početka lipnja do sredine rujna 2011. godine. U istraživanju se koristila metoda ankete kojom se je nastojala utvrditi percepcija stalnih i povremenih stanovnika Dugog otoka o turizmu otoka. Anketni upitnik sastojao se od 12 glavnih pitanja zatvorenog tipa. Ispitivanje je provedeno na stratificiranom slučajnom uzorku od 161 ispitanika²² kojima su podijeljeni anketni upitnici na samostalno ispunjavanje. Stratifikacija uzorka je provedena prema mjestu (stalnog ili povremenog) boravka ispitanika, odnosno broj ispitanika određenog mjesta na Dugom otoku približno je razmjerni udjelu tog obilježja u ukupnoj populaciji, pa je sukladno tome najviše ispitanika iz mjesta Sali.

Tablica 1. Sociodemografske karakteristike ispitanika

	Broj ispitanika	Postotak
Spol ispitanika:		
Muški	82	50,93
Ženski	78	48,45
Nepoznato	1	0,62
<i>Ukupno:</i>	161	100
Dob ispitanika:		
15 – 25	35	21,74
26 – 35	21	13,04
36 – 45	30	18,63
46 – 55	32	19,88
56 – 65	24	14,91
66 – 78	11	6,83
Nepoznato	8	4,97
<i>Ukupno:</i>	161	100
Obrazovanje ispitanika:		
Osnovno	13	8,08
Srednje	97	60,25
Više, visoko, magisterij	47	29,19
Doktorat	1	0,62
Nepoznato	3	1,86
<i>Ukupno:</i>	161	100

Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 73-74.

²² Kako bi uzorak bio reprezentativan, vodilo se računa da u istraživanju sudjeluje oko 10% ispitanika u odnosu na ukupan broj stanovnika Dugog otoka.

Tablica 2. Prosječni broj mjeseci boravka ispitanika tijekom godine na Dugom otoku

Broj mjeseci	Broj ispitanika	Postotak
12	67	41,61
10 -11	8	4,97
8 -9	7	4,35
6-7	14	8,70
4-5	21	13,04
3 i manje od 3 mjeseca.	39	24,22
Nepoznato:	5	3,11
<i>Ukupno:</i>	161	100

Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 74.

Podjednako je ispitano muškaraca (50,93%) i žena (48,45%). Od šest dobni skupina koje su sudjelovale u istraživanju, najviše ispitanika je u skupini od 15 do 25 godina (21,74%), a zatim onih od 46 do 55 godina (19,88%) te od 36 do 45 god. (18,63%).

Najveći dio ispitanika (41,6%) živi tijekom cijele godine na Dugom otoku, 18% većinu godine (od 6 do 11 mjeseci), a ostali ispitanici (37,3%) borave na istom manje od pola godine. U istraživanje je pored stalnih stanovnika uključeno i povremeno stanovništvo da bi se izbjegao preveliki udio kasne dobi ispitanika zbog loše demografske slike, ali i zbog toga što je povremeno stanovništvo, pogotovo ono koje živi u bliskoj okolici, vezano za Dugi otok u različitim segmentima života, te također o njima i njihovim postupcima ovisi i sama budućnost Dugog otoka.

4.1.2. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

4.1.2.1. Mogućnosti i atrakcije za budući razvoj turizma

Kod pitanja: *Što su po vašem mišljenju glavne prednosti turizma na Dugom otoku?*, ispitanici su mogli odabrati maksimalno tri prednosti, pa je konačno evidentirano 437 opredjeljenja:

Tablica 3. Mogućnosti i atrakcije za budući razvoj turizma

RANG	PREDNOSTI	Broj	Postotak
1.	Lijep i očuvan prirodan krajolik	133	30,4
2.	Posebnost ambijenta, mala mjesta koja su sačuvala svoju autohtonost.	94	21,5
3.	Lijepa plaže.	50	11,4
4.	Postojanje Parka prirode "Telašćica".	44	10,1
5.	Sigurnost.	32	7,3
6.	Ljetne fešte.	28	6,4
7.	Gostoljubivost lokalnog stanovništva.	24	5,5
8.	Kulturne znamenitosti (crkve, arheološki lokaliteti, spomenici...).	18	4,1
9.	Gastronomska ponuda (nacionalna kuhinja).	14	3,2
	<i>Ukupno:</i>	437	100

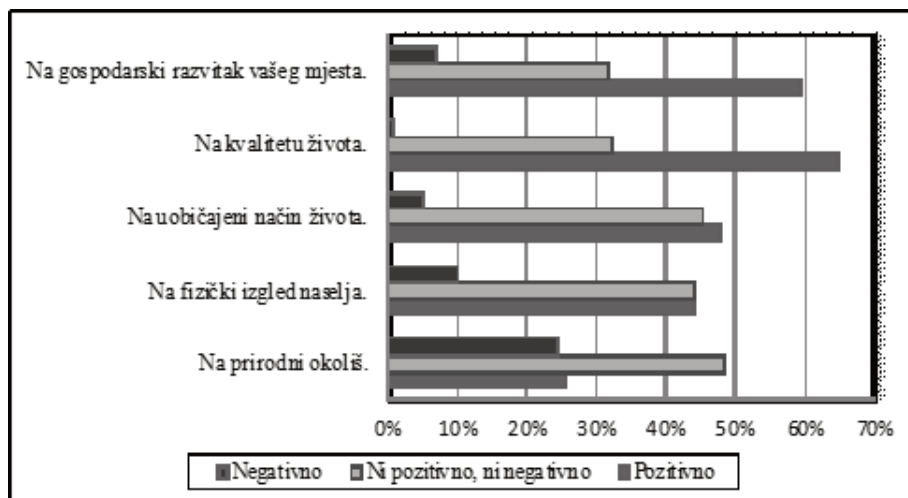
Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 75.

Ispitanici su prepoznali važnost prirodnog sačuvanog ambijenta budući da je *lijep i očuvan prirodan krajolik* rangiran na prvom mjestu, kao glavna prednost dugootočkog turizma. Zatim slijedi, na drugom mjestu, *posebnost ambijenta, mala mjesta koja su sačuvala svoju autohtonost*, čime se potvrđuje važnost očuvanja tipičnog otočkog ambijenta prilikom budućih izgradnji. Visok rang ima imaju i *lijepa plaža* i *postojanje Parka prirode „Telašćica“*. Unatoč bogatoj kulturnoj baštini, ispitanici su se najmanje opredijelili za *kulturne znamenitosti*, kao i za *gastronomsku ponudu*, koja je najlošije rangirana.

4.1.2.2. Utjecaj turizma na okolinu i život lokalnog stanovništva

Visok udio pozitivnih ocjena zabilježen je kod utjecaja turizma na *kvalitetu života* (64,6%) te *gospodarski razvitak vašeg mjesta* (59,6%). Približno isti postotak ispitanika dijeli pozitivno i negativno mišljenje naspram utjecaja turizma na prirodni okoliš, što pokazuje određenu svjesnost da turizam osim pozitivnih donosi i negativne posljedice. Međutim, velik postotak (48,4%) nema određeno mišljenje o ovom problemu. To je vjerojatno posljedica toga što turizam na Dugom otoku još uvijek nije napravio neke veće intervencije u prostoru, pa ispitanici turizam ne osjećaju kao neku veliku prijetnju za okolni prirodni ambijent.

Graf 1. Procjena utjecaja turizma na okolinu i život lokalnog stanovništva



Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 78.

Zanimljivo je da 47,8% ispitanika smatra da turizam ima pozitivan utjecaj na *uobičajeni način života*, a samo 5% negativan, što se također može objasniti time da turizam na ovome otoku još uvijek nije stvorio široke razmjere masovnosti, te da još uvijek nema nekih većih nepoželjnih posljedica na uobičajeni život stanovništva.

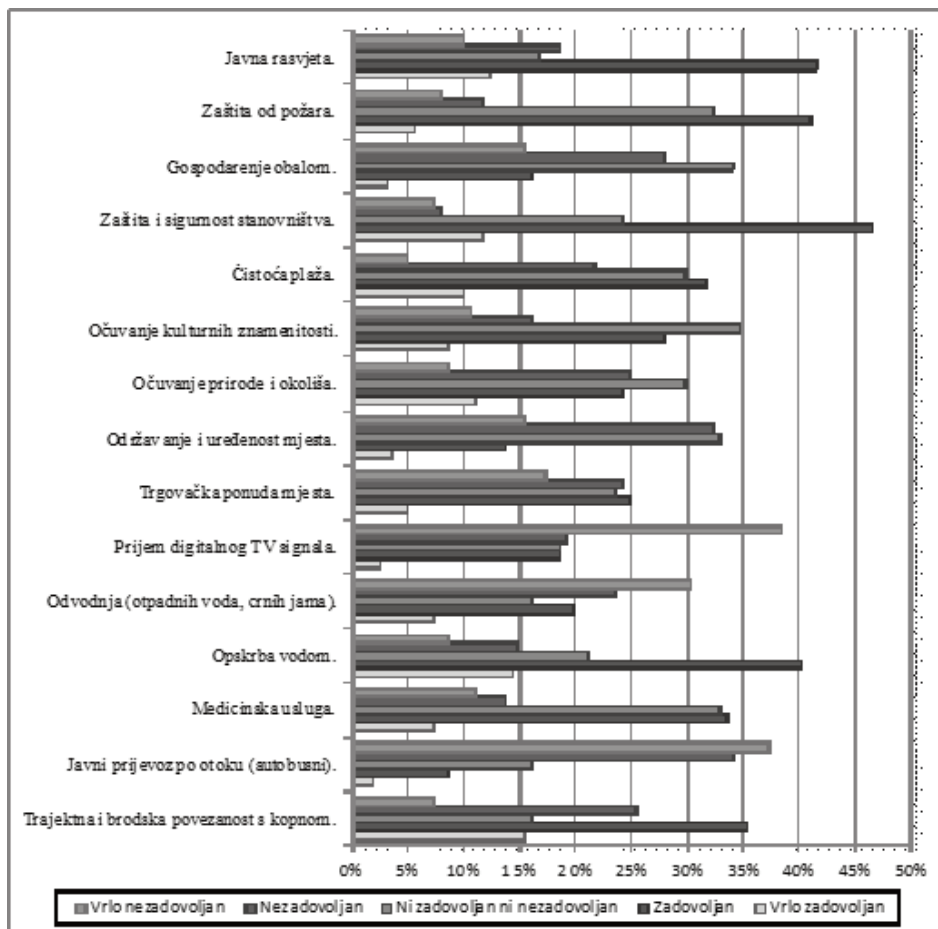
Ovdje se vidi da su ispitanici prepoznali turizam kao nositelja gospodarskog razvitka i bolje kvalitete života, ali su najoprezniji kad se govori o utjecaju turizma na prirodni okoliš.

4.1.2.3. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva uvjetima življenja na Dugom otoku

Kod pitanja gdje se ispitivalo *zadovoljstvo određenim elementima vezanim za Dugi otok*, varijabla zadovoljstva mjerena je s ukupno 15 indikatora i svaki je ocjenjivan u rasponu od *vrlo nezadovoljan* do *vrlo zadovoljan*. Najveće nezadovoljstvo (71,5%) primijećeno je kod *javnog prijevoza (autobusni)*, gdje se čak 37,3% ispitanika izjasnilo da je vrlo nezadovoljno, a 34,2% da je nezadovoljno. Zatim slijedi nezadovoljstvo *prijemom digitalnog signala* od 57,8% (38,5% vrlo nezadovoljno i 19,3% nezadovoljno), te nezadovoljstvo *odvodnjom (otpadnih voda, crnih jama)* od 54% (30,4% vrlo nezadovoljno, a 23,6% nezadovoljno). Ispitanici su u najvećem postotku od 58,4% (11,8% vrlo zadovoljno; 46,6% zadovoljno) iskazali zadovoljstvo postojećom *zaštitom i sigurnošću stanovništva*. Zanimljivo je da je velik dio ispitanika (54,7%) iskazao zadovoljstvo sustavom *opskrbe vode* (14,3%

vrlo zadovoljno; 40,4% zadovoljno), unatoč činjenici da Dugi otok nije priključen na kopneni sustav vodovoda.²³ Prema *trajektnoj i brodskoj povezanosti s kopnom*, što je vrlo bitan element za jedan otok, ukupno 50,9% ispitanika iskazalo je zadovoljstvo (15,5% vrlo zadovoljno; 35,4% zadovoljno), dok 33% još uvijek nije zadovoljno (7,5% vrlo nezadovoljno; 25,5% nezadovoljno).

Graf 2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva uvjetima življenja na Dugom otoku



Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 80.

Budući da je svaki indikator zadovoljstva ocjenjivan u rasponu od 1 do 5 (*vrlo nezadovoljan, nezadovoljan, ni zadovoljan ni nezadovoljan, zadovoljan, vrlo zadovoljan*), distribucija prosječnih rezultata kod ovog pitanja izgleda ovako:

²³ Najzadovoljniji su *opšrbom vode* ispitanici iz Zaglava (81,3%, od čega je 25% vrlo zadovoljno i 56,3% zadovoljno), Sali (76,2%, od čega je 28,6% vrlo zadovoljno i 47,6% zadovoljno) i Zmana (75%, od čega je 25% vrlo zadovoljno i 50% zadovoljno), što nije iznenađujuće budući da ovaj dio otoka ima nešto bolje riješeni sustav opskrbe vode.

Tablica 4. Indikatori zadovoljstva: distribucija prosječnih rezultata

	INDIKATORI ZADOVOLJSTVA	Prosječna ocjena
1.	Zaštita i sigurnost stanovništva.	3,48
2.	Opskrba vodom.	3,37
3.	Javna rasvjeta.	3,28
4.	Trajektna i brodska povezanost s kopnom.	3,26
5.	Zaštita od požara.	3,25
6.	Čistoća plaža.	3,20
7.	Medicinska usluga.	3,13
8.	Očuvanje kulturnih znamenitosti.	3,08
9.	Očuvanje prirode i okoliša.	3,04
10.	Trgovačka ponuda mjesta.	2,70
11.	Gospodarenje obalom.	2,62
12.	Održavanje i uređenost mjesta.	2,57
13.	Odvodnja (otpadnih voda, crnih jama).	2,49
14.	Prijem digitalnog TV signala.	2,25
15.	Javni prijevoz po otoku (autobusni).	2,02

Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 81.

Iznenadjujuće visoko zadovoljstvo opskrbom vode vjerojatno je posljedica poboljšanja načina opskrbe vode prethodnih godina kada se krenulo s projektom opskrbe vode sa žmanskih jezera, kao i znatno bolje organizacije opskrbe vode nego što je to bilo ranije.

Prema prosječnim ocjenama *trgovačka ponuda mjesta*, *te održavanje i uređenost mjesta*, *odvodnja*, *prijem digitalnog signala* i posebice *javni prijevoz (autobusni)* nisu zadovoljavajući, te bi na tim problemima trebalo posebno poraditi. Nezadovoljstvo javnim prijevozom nije iznenadjujuće budući da se javni cestovni promet na Dugom otoku odvija se sa zastarjelim autobusima čije je red vožnje prilagođen pomorskom prometu, što znači da mimo trajektnih i brodskih linija praktički nema javnog prijevoza po otoku.²⁴ Sudeći prema niskoj ocjeni za

²⁴ Trajektna linija Zadar-Brbinj povezana je s autobusnom linijom koja putnike prevozi do ostalih naselja na sjeverozapadnom dijelu otoka (Brbinj-Savar-Dragove-Božava-Soline-Veli Rat), dok je brzobrodsko i brodska linija Zadar-Sali-Zaglav povezana s autobusnom linijom koja putnike prevozi do ostalih naselja na jugoistočnom dijelu otoka (Luke i Žmana). Do nedavno nije postojao javni cestovni promet između sjeverozapadnog i jugoistočnog dijela otoka, ali danas prometuje autobusna linija tri puta tjedno. Ovakav javni prijevoz nije adekvatan ni za potrebe domicilnog stanovništva, ali ni za potrebe gostiju koji Dugi otok posjećuju bez osobnog automobila.

gospodarenje obalom očito je da i ovo pitanje zabrinjava stanovništvo Dugog otoka. Ovi, kao i svi ostali indikatori zadovoljstva navedeni u *Tablici 4* utječu na kvalitetu života stanovništva, ali ujedno i na kvalitetu boravka turista, a za kvalitetnu turističku destinaciju potrebno je znatno više.

4.1.2.4. Mogućnosti razvoja turizma

Na pitanje: *Koja vam se od tri mogućnosti razvoja turizma na Dugom otoku čini najboljom?*, od tri ponuđena odgovora, ispitanici su se u najvećem postotku (72,7%) opredijelili za odgovor: *Rast broja turista do neke određene razine, razvoj turizma u skladu s prirodom, nenarušavanje krajolika i identiteta mjesta*, čime su potvrdili da je većina lokalnog stanovništva za opciju razvoja turizma na načelima održivosti. Dio ispitanika, od 11,8%, ima mišljenje da je najbolja mogućnost razvoja turizma za Dugi otok: *Mnogo veći broj turista, velik broj hotela i apartmana, mnogo novih turističkih sadržaja*, što je opcija klasičnog masovnog turizma. Samo 6,8% ispitanika odabralo je odgovor: *Turizam bez pomaka u bilo kojem smjeru, ovako je dobro*, čime su se opredijelili za stagnaciju na području turizma.

Značajno je da svi ostali, osim ovih 6,8% ispitanika kojima odgovara postojeće stanje, žele promjene u razvoju turizma na Dugom otoku. Jedan mali dio želi masovni razvoj, ali većina ipak priželjkuje održivi turistički razvoj.

4.1.2.5. Percepcija lokalnog stanovništva o mogućnostima izgradnje kapaciteta povezanih s turizmom

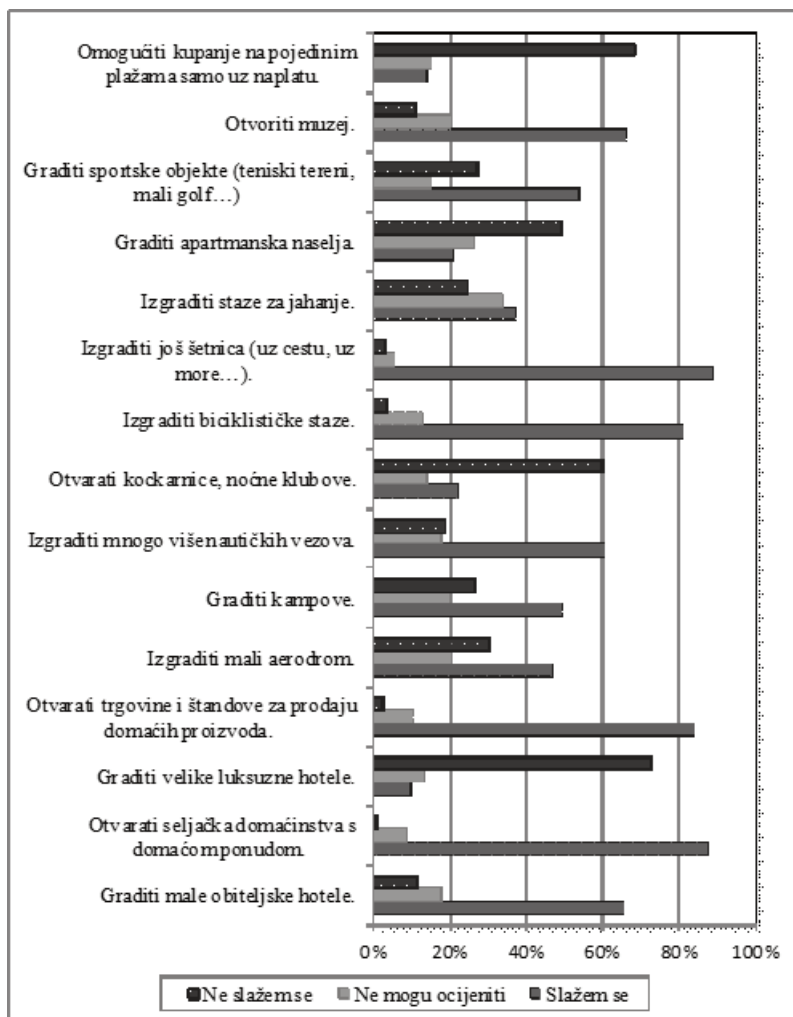
Ispitanici se u najvećoj mjeri slažu da bi na Dugom otoku u budućnosti trebalo *otvarati seljačka domaćinstva s domaćom ponudom* (u postotku od 88,2%, a samo 0,6% posto se ne slaže), *izgraditi još šetnica* (88,8% se slaže, a samo 3,1% se ne slaže), *otvarati trgovine i štandove za prodaju domaćih proizvoda* (84,5% se slaže, a samo 2,5% se ne slaže), *te izgraditi biciklističke staze* u postotku od 81,4% (samo 3,7% se ne slaže). Više od polovice ispitanika ima mišljenje da na Dugom otoku treba *graditi male obiteljske hotele* (65% se slaže, a 11,80% se ne slaže), kao i *otvoriti muzej* (66,46% se slaže, a 11,18% se ne slaže), *te izgraditi mnogo više nautičkih vezova* (60,87% se slaže, a 18,63% se ne slaže).²⁵

Najveće protivljenje ispitanika zabilježeno je prema *izgradnji velikih luksuznih hotela* (72,7% ne slažem se; 9,94% slažem se), *kupanja na pojedanim*

²⁵ Na pitanju o izgradnji nautičkih vezova primijećena je znatna razlika u stavovima kod ispitanika iz Brbinja, Velog Rata i Savra u odnosu na ispitanike iz ostalih mjesta na Dugom otoku. Ispitanici iz ovih mjesta u najvećem postotku se ne slažu sa izgradnjom novih nautičkih vezova. Ovakvo stajalište kod ispitanika iz Brbinja i Velog Rata vjerojatno je izazvano činjenicom da u njihovim mjestima već postoji popriličan broj nautičkih vezova, posebice na području Velog Rata gdje se uz najveći broj sidrišta na otoku nalazi i tzv. marina. Ispitanici iz ostalih mjesta na ovo pitanje izjašnjavali su se u rasponu od 54%, pa čak do 100% sa odgovorom *slažem se*.

plažama samo uz naplatu (68,3% ne slažem se; 14,3 slažem se), te otvaranja kockarnica, noćnih klubova (60,3% ne slažem se; 22,4% slažem se). Postotak od 49,1% ne slaže se ni s izgradnjom apartmanskih naselja (21,2% se slaže, dok čak 26,7% ne može ocijeniti). Ispitanici iz Dragova, Solina i Velog Rata u podjednakom su se postotku izjasnili za i protiv naplate kupanja na pojedinim plažama,²⁶ dok su ispitanici iz ostalih mjesta u znatno višem postotku izrazili neslaganje naplatom ulaska na pojedine plaže.

Graf 3. Stav o mogućnostima izgradnje kapaciteta povezanih s turizmom



Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 83.

²⁶ Dragove – 40% slažem se, 40% ne slažem se; Soline – 37,5% slažem se, 37,5% ne slažem se; Veli Rat – 40% slažem se, 40% ne slažem se. Budući da se na području Velog Rata, Solina i Dragova nalaze najatraktivnije plaže na Dugom otoku, ovakvi odgovori, iako njihovi razlozi mogu biti različiti, nisu iznenađujući.

4.2. ISTRAŽIVANJE STAVOVA TURISTA

4.2.1. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Istraživanje je provedeno u vremenskom razdoblju od početka lipnja do kraja rujna 2011. godine na području Dugog otoka. U istraživanju je korišten anketni upitnik s 8 glavnih pitanja zatvorenog tipa. Anketni upitnik je preveden na 5 stranih jezika: engleski, talijanski, češki, njemački i poljski. Ispitivanje je provedeno na stratificiranom slučajnom uzorku od 107 anketiranih turista. Uzorak je obuhvatio 9 zemalja porijekla turista i to u sljedećim postotcima: Hrvatska 11,2%, Italija 20,6%, Slovenija 18,7%, Austrija 15%, Njemačka 12,1%, Češka 11,2%, Slovačka 6,5%, Poljska 3,7% i Švicarska 0,9%. Stratifikacija uzorka provedena je prema strukturi gostiju u Općini Sali 2010.

U istraživanju je sudjelovalo 38,3% muških, te 50,5% ženskih ispitanika u dobi od 14 do 82 godine. Prema dobi, najveći udio ispitanika (36,4%) pripada skupini od 31 do 45 godina. Zatim slijede skupine od 46 do 60 godina u postotku od 34,6% i skupina od 18 do 30 godina s 18,7%. Prema navedenom, nameće se zaključak da Dugi otok najviše posjećuju turisti srednjih godina, od 30 do 60, te u nešto manjoj mjeri mlađa populacija. Gosti stariji od 60 godina sudjelovali su u istraživanju u postotku od 8,4%, što također ukazuje na manju posjećenost turista starije životne dobi.

4.2.2. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

4.2.2.1. Motiv dolaska

Kod pitanja: *Zašto ste se odlučili posjetiti baš Dugi otok?*, ispitanici su mogli odabrati maksimalno 4 motiva dolaska, pa je konačno evidentirano 358 opredjeljenja:

Tablica 5. Motivi dolaska na Dugi otok

RANG	MOTIVI	Broj	Postotak
1.	Odmor i opuštanje.	93	26,0
2.	Prirodne ljepote.	70	19,6
3.	Lijepa plaže.	52	14,5
4.	Posebnost otočnog ambijenta.	39	10,9
5.	Preporuke.	37	10,3

6.	Nova iskustva i doživljaji.	23	6,4
7.	Sport i rekreacija.	11	3,1
8.	Gastronomija.	10	2,8
9.	Povoljne cijene.	6	1,7
10.	Posjet Parku prirode "Telaščica".	6	1,7
11.	Upoznavanje kulturnih znamenitosti.	1	0,3
12.	Zabava na ljetnim feštama.	0	0,0
/	Drugi razlozi	10	2,8
	<i>Ukupno:</i>	358	100

Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 91.

Najveći motiv dolaska na Dugi otok je *odmor i opuštanje* što je u skladu s trendom porasta pasivnog odmora budući da je prema istraživanju TOMAS 2010.²⁷ najveći motiv dolaska gostiju u Hrvatsku također pasivni odmor i opuštanje. Slijedeći značajan motiv dolaska na Dugi otok su *prirodne ljepote i lijepe plaže*, čime se još jedanput potvrđuje potreba za očuvanjem prirodne okoline. Međutim, prema istraživanju TOMAS 2010. *upoznavanje prirodnih ljepota* kao motiv dolaska gostiju u Hrvatsku je rangirano tek na petom mjestu, što je znatno slabiji motiv dolaska u odnosu na Dugi otok.

Visoko rangirana je, na četvrtom mjestu, i *posebnost otočnog ambijenta*. *Preporuke* imaju također znatan utjecaj na motivaciju dolaska na Dugi otok. Zanimljivo je da je *zabava na ljetnim feštama* najlošije rangirana, s niti jednim opredjeljenjem, dok su u prethodnom istraživanju s domicilnim stanovništvom, ljetne fešte bile rangirane ispred gastronomije i kulturnih znamenitosti. Ovdje je *upoznavanje kulturnih znamenitosti* također loše rangirano, sa samo jednim opredjeljenjem. Kulturne znamenitosti su i prema TOMAS 2010. jedan od najlošije rangiranih motiva dolaska u Hrvatsku.

4.2.2.2. Ocjena zadovoljstva elementima turističkog ambijenta

Kako bi se saznala percepcija u odnosu na određene elemente turističkog ambijenta na Dugom otoku ispitanicima je ponuđeno 20 elemenata koje su ocjenjivali u rasponu od 1 do 5 (*vrlo loše, loše, ni dobro ni loše, dobro, vrlo dobro*).

²⁷ Čorak, S., Marušić, Z. i sur., TOMAS ljetno 2010: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam, Ministarstvo turizma RH, Zagreb 2011, <http://www.iztg.hr/UserFiles/File/novosti/Tomas-Ljeto-2010-Prezentacija-HR-CROTOUR-23-03-2011.pdf>. (Pristupljeno 15.9.2011.)

**Tablica 6. Ocjena zadovoljstva elementima turističkog ambijenta:
distribucija prosječnih rezultata**

		Prosječna ocjena
1.	Ljubaznost osoblja u smještajnom objektu.	4,74
2.	Tišina i mir.	4,72
3.	Gostoprimstvo stanovništva.	4,51
4.	Čistoća u turističkim objektima.	4,50
5.	Kvaliteta smještaja.	4,49
6.	Osobna sigurnost.	4,43
7.	Očuvanost prirode.	3,94
8.	Uređenost mjesta.	3,91
9.	Očuvanost autentičnosti naselja.	3,81
10.	Očuvanost kulturnih znamenitosti.	3,78
11.	Trajektna i brodska povezanost s kopnom.	3,70
12.	Informacije o turističkim uslugama i ponudi.	3,67
13.	Čistoća plaža.	3,65
14.	Gastronomska ponuda.	3,63
15.	Prezentacija kulturnih znamenitosti.	3,44
16.	Trgovačka ponuda.	3,19
17.	Bogatstvo ponude domaćih proizvoda.	3,18
18.	Bogatstvo sportskih sadržaja.	2,93
19.	Bogatstvo zabavnih sadržaja.	2,79
20.	Ponuda suvenira.	2,72

Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 94.

Ispitanici su najpozitivnije ocijenili *ljubaznost osoblja u smještajnom objektu i tišinu i mir*. Visoke ocjene, sve iznad četiri, dobili su i *gostoprimstvo stanovništva, čistoća u turističkim objektima, kvaliteta smještaja*²⁸, te *osobna sigurnost*. Iznenađujuće su visoke ocjene za kvalitetu smještaja na koje je vjerojatno utjecao kompletni dojam uz ljubaznost osoblja. Najlošije je ocijenjena *ponuda suvenira, bogatstvo zabavnih i sportskih sadržaja, te bogatstvo ponude domaćih proizvoda i uopće trgovačka ponuda*. Kod *prezentacije kulturnih znamenitosti* znatan dio ispitanika od 21,5%

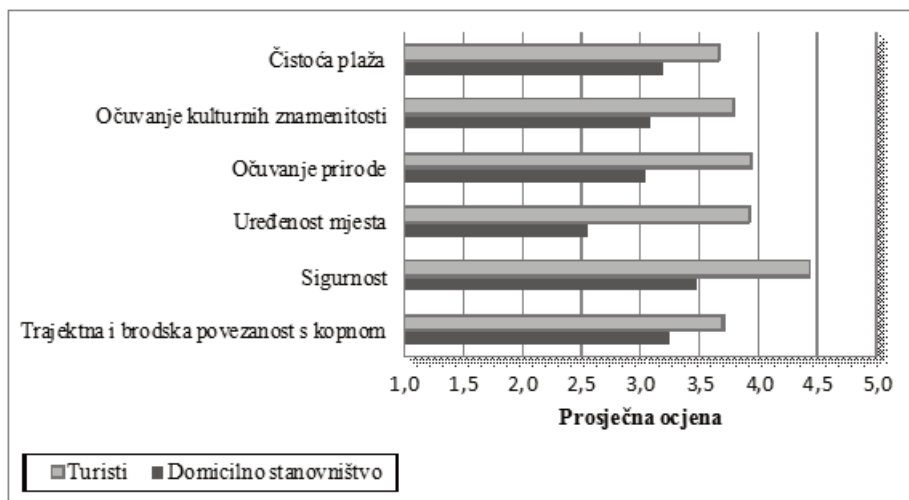
²⁸ Nažalost, rezultati vezani za smještajne objekte nisu reprezentativni za cijeli Dugi otok, više su informativnog tipa, budući da nije postignut odgovarajući obuhvat smještanih objekata.

nije odgovorio na ovo pitanje, kao i kod *očuvanosti kulturnih znamenitosti* gdje 16,8% ispitanika također nisu dali nikakav odgovor. U razgovoru s nekim od ispitanika došlo se do zaključka da je pitanje prezentacije kulturnih znamenitosti pomalo nejasno, a mnogi od njih nisu znali kako bi ocijenili ova dva elementa jer slabo poznaju kulturne znamenitosti Dugog otoka. Iako je udio od 58,9% ispitanika ocijenio *čistoću plaža* pozitivno (24,3% vrlo dobro; 34,6% dobro), ovaj postotak i nije posebno dobar, trebao bi biti znatno veći budući da je kupališni turizam osnova turizma Dugog otoka.

Ako se uspoređuju prosječne ocjene nekih od elemenata turističkog ambijenta između stanovništva Dugog otoka i turista, onda se primjećuje da su gosti bili manje kritični i davali veće prosječne ocjene (Graf 4.). Najveće slaganje između turista i domicilnog stanovništva, odnosno najmanje razlike između njihovih prosječnih ocjena prisutne su kod elemenata: *trajektne i brodske povezanosti s kopnom*, te *čistoćom plaža*.

Dugi otok kao sigurnu destinaciju potvrđuje činjenica da su turisti i stanovništvo Dugog otoka visokim prosječnim ocjenama ocijenili upravo *sigurnost*.

Graf 4. Usporedba prosječnih ocjena turista i domicilnog stanovništva



Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 96.

Najveća razlika u stavovima izražena je kod *uređenosti mjesta* gdje je domicilno stanovništvo dalo znatno manju ocjenu od turista. Gostima su dugootočka mjesta zanimljiva po svojoj autentičnosti i posebnosti ambijenta, pa vjerojatno iz tih razloga manje primjećuju njihove nedostatke. S druge strane, za njegove stanovnike, Dugi otok je mjesto njihova života te je razumljivo da su više kritični i da žele bolje uvjete života i veću brigu o otoku.

4.2.2.3. Aktivnosti u destinaciji

Preko 90% ispitanika se je tijekom svog boravka na Dugom otoku kupalo, plivalo i išlo u šetnje. Velik postotak je posjećivao restorane (86%) i kafiće (77,6%). Između 70% i 55% ispitanika kupilo je neki lokalni proizvod, posjetilo Park prirode „Telašćicu“ i vozilo se brodom. Nešto manje od polovice ispitanika (44,9%) otišlo je u obilazak kulturnih znamenitosti.

Tablica 7. Aktivnosti u destinaciji

	Broj ispitanika	Postotak
Kupanje, plivanje.	102	95,3
Šetnja.	101	94,4
Odlazak u restoran.	92	86,0
Odlazak u kafić.	83	77,6
Kupovanje lokalnih proizvoda.	66	61,7
Posjeta Parku prirode "Telašćica".	64	59,8
Vožnja brodom.	63	58,9
Obilazak kulturnih znamenitosti.	48	44,9
Ribarenje ili podvodni ribolov.	29	27,1
Posjeta lokalnoj fešti.	25	23,4
Kupovanje suvenira.	25	23,4
Trčanje.	21	19,6
Vožnja biciklom.	19	17,8
Igranje tenisa.	10	9,3

Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 97.

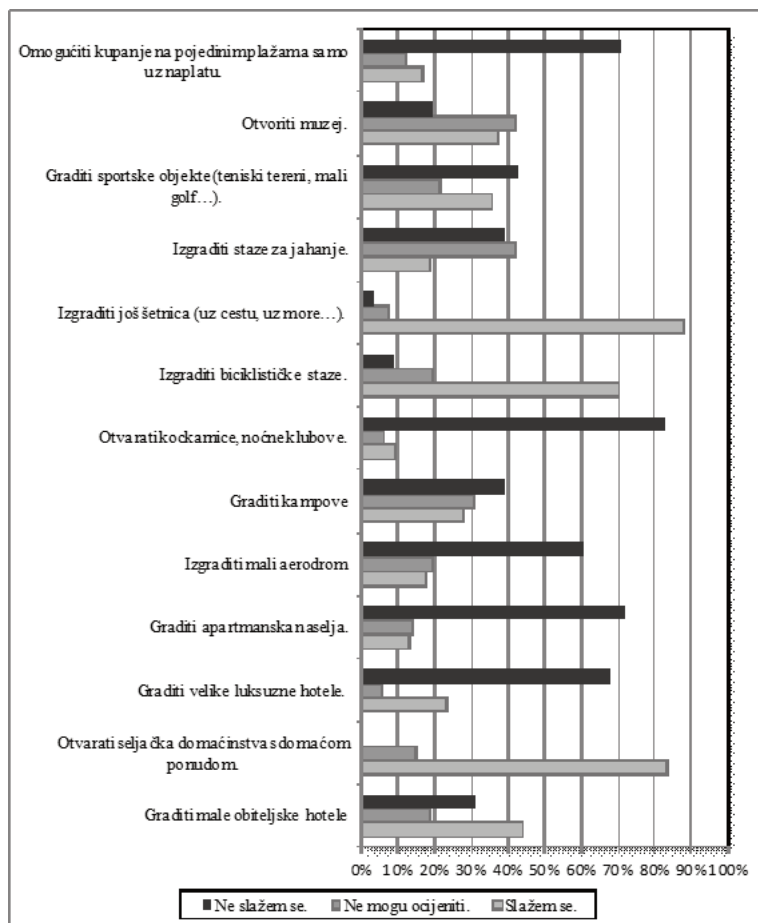
Uspoređujući s rezultatima istraživanja TOMAS 2010., najveće razlike u aktivnostima u destinaciji primjećuju se pri posjetu lokalnoj fešti gdje je na razini Hrvatske postotak između 50% i 70%, a na Dugom otoku znatno niži, samo 23,4%. Iako su lokalne fešte glavna zabavna ponuda Dugog otoka, očito je da su one posjećene u manjoj mjeri turistima, a više lokalnim stanovništvom. Ali, kad se radi o posjetu nacionalnim parkovima (ako se podrazumijeva da su u to uvršteni i parkovi prirode), on na razini Hrvatske iznosi između 30% i 50%, dok je na Dugom otoku posjećenost Parka prirode „Telašćica“ 59,8% prema izjavama ispitanika, što je nešto bolji udio. Iako posjet Parku prirode „Telašćica“ nije naveden kao osobito jak primarni motiv dolaska na Dugi otok, ipak je omiljena destinacija za dnevni obilazak ili boravak većine gostiju.

4.2.2.4. Stav turista o mogućnostima izgradnje kapaciteta povezanih s turizmom

Kako bi se utvrdio stav ispitanika prema budućim aktivnostima na Dugom otoku vezanima za turizam, gostima je postavljeno pitanje: *Smatrate li da bi u budućnosti na Dugom otoku trebalo...*, zatim im je ponuđeno 13 elemenata koje su ocjenjivali u rasponu od 1 do 3 (*ne slažem se, ne mogu ocijeniti, slažem se*).

Najveći broj ispitanika slaže se da bi u budućnosti na Dugom otoku trebalo *otvarati seljačka domaćinstva s domaćom ponudom* (83,25% se slaže; 0% se ne slaže), kao i *izgraditi još šetnica i biciklističke staze*. Udio od 43,9% ispitanika je također suglasan da bi trebalo *graditi male obiteljske hotele* (31,8% ne slaže s time, a 18,7% ne može ocijeniti). 37,4% ispitanika se slaže da bi trebalo *otvoriti muzej* (19,6% se ne slaže, dok čak 42,1% ne može ocijeniti).

Graf 5. Stav turista o mogućnostima izgradnje kapaciteta povezanih s turizmom

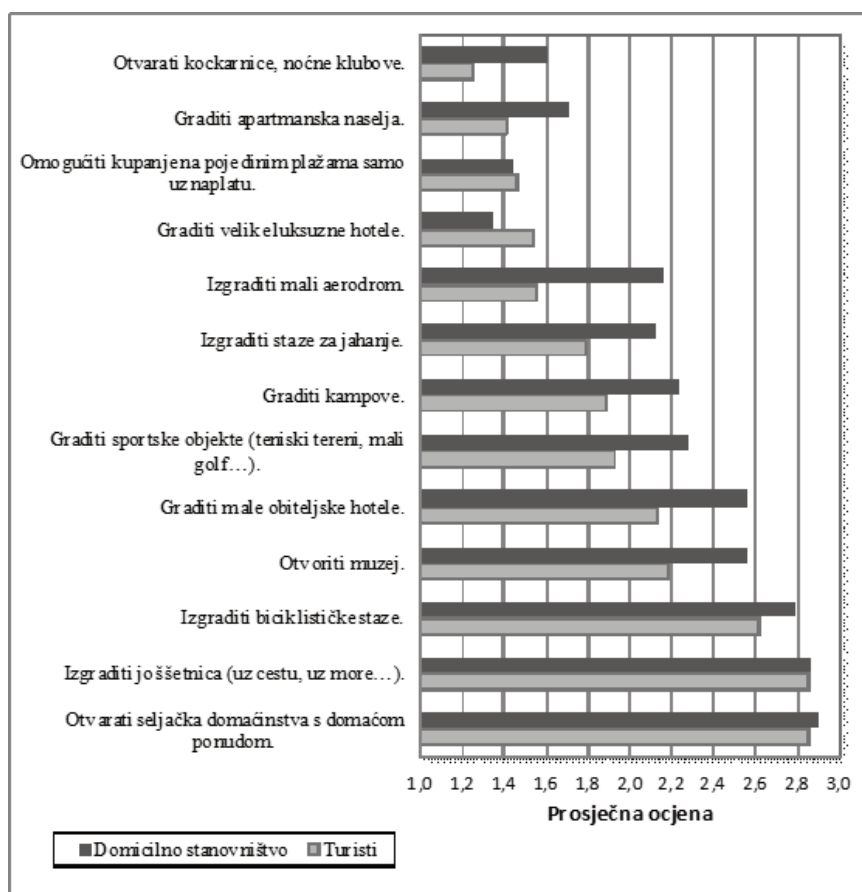


Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 100.

Izrazito veliko protivljenje je zabilježeno prema *otvaranju kockarnica i noćnih klubova* (83,2% je protiv). Velik dio ispitanika se ne slaže ni s izgradnjom *apartmanskih naselja i luksuznih hotela*, kao ni s *naplatom ulaska na pojedinim plažama*. 60,7% ispitanika ne slaže se ni s izgradnjom *malog aerodroma* (17,8% se slaže; 19,6% ne može ocijeniti.). Protiv *gradnje kampova* je 39,3% ispitanika, nasuprot 28% koji su za izgradnju (30,8% ne može ocijeniti). Zanimljivo je da se 43% ispitanika ne slaže s *gradnjom sportskih objekata* (35,5% se slaže; 21,5% ne može ocijeniti). 39,3% ispitanika izjasnilo se protiv izgradnje *staza za jahanje* nasuprot onih 18,7% koji su za, dok velik broj od čak 42,1% ne može ocijeniti.

Kada se usporede ovi podatci s onima dobivenim prethodnim istraživanjem sa stanovništvom Dugog otoka, onda se dobije sljedeći grafički prikaz prosječnih ocjena:

Graf 6. Usporedba prosječnih ocjena domicilnog stanovništva i turista



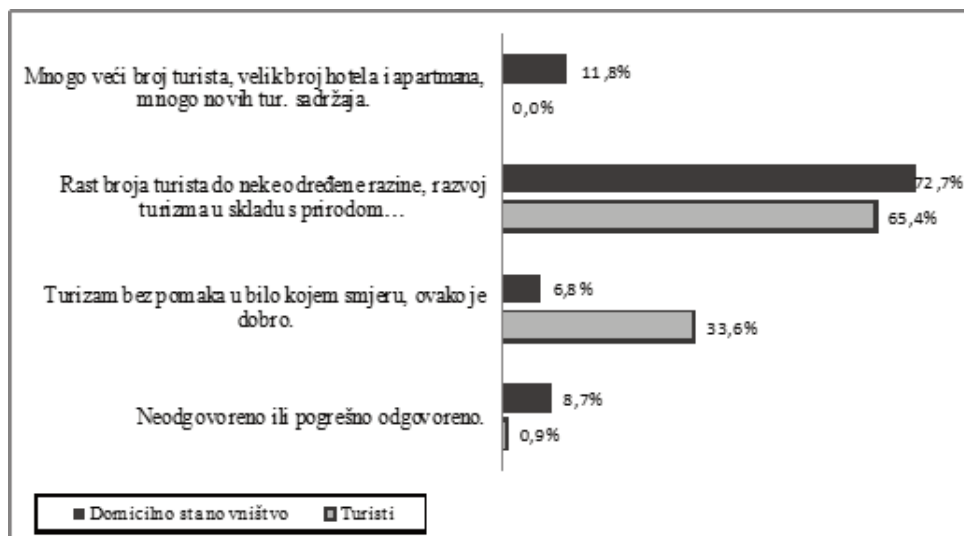
Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 101.

Krivulja prosječnih ocjena domicilnog stanovništva i turista ima sličan nagib, što pokazuje da su im stavovi približno jednaki kod većine elemenata, osim što su kod turista prisutne nešto manje prosječne ocjene. I jedni i drugi, s gotovo identičnim visokim prosječnim ocjenama, slažu se da na Dugom otoku u budućnosti treba otvarati *seljačka domaćinstva s domaćom ponudom*, te izgraditi još *šetnica*. Isto tako, sudeći prema prosječnim ocjenama, na Dugom otoku bi svakako trebalo izgraditi *biciklističke staze*, otvoriti *muzej* i graditi *male obiteljske hotele*.

4.2.2.5. Mogućnosti razvoja turizma

I turisti su, poput domicilnog stanovništva, imali priliku odgovoriti na pitanje: *Koja vam se od tri mogućnosti razvoja turizma na Dugom otoku čini najboljom?* Od tri ponuđena odgovora, gosti su se u najvećem postotku (65,4%) opredijelili za odgovor: *Rast broja turista do neke određene razine, razvoj turizma u skladu s prirodom, nenarušavanje krajolika i identiteta mjesta*, što je ujedno i stav većine domicilnog stanovništva (72,7%).

Graf 7. Mogućnosti razvoja turizma: usporedba rezultata između domicilnog stanovništva i turista



Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 102

Niti jedan gost nije odabrao opciju: *Mnogo veći broj turista, velik broj hotela i apartmana, mnogo novih turističkih sadržaja*. 33,6% odabralo je odgovor: *Turizam bez pomaka u bilo kojem smjeru, ovako je dobro*, što je nešto veći postotak u odnosu

na domicilno stanovništvo. Sudeći prema odgovorima, trećina gostiju je zadovoljna postojećim turizmom na Dugom otoku što je značajna činjenica. Ipak, većina razumije da će se turizam na Dugom otoku neminovno razvijati u budućnosti te smatra da bi se taj razvoj trebao kretati na način koji će očuvati postojeće prirodne resurse i otočni identitet.

4.3. EVALUACIJA ISTRAŽIVANJA

Rezultati istraživanja jasno su odredili prirodan krajolik i autohtoni ambijent kao glavne prednosti turizma Dugog otoka, ali i ukazali na mnoge nedostatke poput neuključenosti kulturnih znamenitosti u turističku ponudu, nedovoljne razvijenosti gastronomije, loše trgovačke ponude, nedostatka sportskih i zabavnih sadržaja, te posebice nedostatka ponude domaćih proizvoda. Ocjenom zadovoljstva domicilnog stanovništva o uvjetima življenja na Dugom otoku uočeno je nezadovoljstvo javnim prijevozom po otoku, prijemom digitalnog signala, odvodnjom, gospodarenjem obalom, pa čak i održavanjem i uređenosti mjesta. Turisti su, prema ocjenama zadovoljstva elementima turističkog ambijenta, najzadovoljniji ljubaznosti osoblja u smještajnom objektu, tišinom i mirom u destinaciji, te gostoprimstvom stanovništva.

Istraživanje je posebice ukazalo na turističku potražnju za seljačkim domaćinstvima s domaćom ponudom, te potrebu za izgradnjom šetnica i biciklističkih staza. Isto tako, prema istraživanju, na Dugom otoku u budućnosti ne bi trebalo graditi velike luksuzne hotele, apartmanska naselja i kockarnice, već se okrenuti izgradnji malih obiteljskih hotela.

Ovakvi rezultati istraživanja pokazuju da su i gosti i domicilno stanovništvo prepoznali održivi razvoj kao najbolji mogući smjer za turizam Dugog otoka.

ZAKLJUČAK

Ovaj rad je trebao dovesti u vezu određene moderne socioekonomske smjernice koje bi trebale otkriti budući gospodarski i svekoliki razvojni pravac na Dugom otoku. Autori smatraju kako bi razvojna paradigma Dugog otoka mogla biti model razvoja svih otoka Zadarske regije, pa i šire. Kao što se može iščitati iz dobivenih rezultata, autohtono stanovništvo na Dugom otoku relativno jasno vidi u kojem smjeru bi trebali kreirati razvojne strategije i usmjeriti investicijske potencijale. Dugoročnost održivog turističkog razvoja na Dugom otoku moguća je ukoliko se održiva razvojna paradigma proširi na sve gospodarske segmente oslonjene na postojeće prirodne i socioekonomske resurse.

Otoci hrvatskoga Jadrana a među njima Dugi otok kao jedan od najljepših i najvećih nebrušenih dragulja mediteranskog dijela Hrvatske, predstavljaju još uvijek neiskorišteni resurs koji čeka svoje uključenje u održivi socioekonomski razvoj Zadarske regije. Resursi nisu statične datosti određenog prostora i vremena, već otvorene razvojne mogućnosti koje će se iskoristiti ili ne, ovisno o ljudskoj mudrosti i strateškim ciljevima i interesima. Rezultati istraživanja jasno pokazuju da su stanovnici Dugog otoka djelomice prepoznali značaj prihvaćanja održivog turističkog razvoja s ciljem očuvanja autentične ambijentalnosti otočkog prostora.

Osim kupališnog masovnog turizma vezanog za srpanj i kolovoz, na Dugom otoku postoje neslućeni potencijali razvoja nekih specifičnih oblika turističkog gospodarenja. Autori smatraju kako se na Dugom otoku, pored kupališnog turizma, trebaju komplementarno razvijati i kulturni turizam, eno-gastro turizam, sportski turizam i avanturizam (primjerice „škraping“, kajak), eko turizam, ribolovni turizam i još neki vidovi kreativnog turizma 21. stoljeća.

LITERATURA:

Babić, Dragutin, Lajić, Ivan, *Obrazovne, radne i profesionalne težnje mladih otočana – primjer zadarskih otoka (Iž, Dugi otok, Ugljan), Migracijske i etničke teme*, br. 2-3, Zagreb 2004, p. 259-282.

Batović, Šime, *O prapovijesti Dugog otoka*, u: Batović, Š. (ur.), *Dugi otok*, zbornik radova, Matica hrvatska, Zadar, 1997., p. 99-151.

Beverin, Ante; Armanini, Jerolim, *Libar o Dugom otoku*, Matica hrvatska, Zadar 2009.

Bulić, Marijana, *Razvoj turizma na Dugom otoku*, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011.

Coccosis H., Nijkamp P., *Sustainable Tourism Development*, Ashgate, Hants 1998

Čavlek N., Bartoluci M., Prebežac D., Kesar O., *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb 2011

Čorak, S., Marušić, Z. i sur., *TOMAS ljeta 2010: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj*, Institut za turizam, Ministarstvo turizma RH, Zagreb 2011,

<http://www.iztztg.hr/UserFiles/File/novosti/Tomas-Ljeto-2010-Prezentacija-HR-CROTOUR-23-03-2011.pdf>. (Pristupljeno 15.9.2011.)

Črnjar, Mladen, Črnjar, Kristina, Menadžment održivog razvoja: ekonomija, ekologija, zaštita okoliša, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji Sveučilišta u Rijeci; Glosa, Rijeka 2009.

Harris R., Griffin T., Williams P., Sustainable Tourism: A Global Perspective, Butterworth-Heinemann, Oxford 2002

Jerić, Miljenko, Dugi otok i njemu susjedni otoci u vremenu i prostoru, Ognjen Prica, Zagreb 1986.

Jurić, Boris, Gospodarske prilike na Dugom otoku od početka 20. stoljeća do 1941. godine, u: Batović, Š. (ur.), Dugi otok, zbornik radova, Matica hrvatska, Zadar 1997., p. 405-430.

Middleton V.T.C., Sustainable Tourism – A Marketing Perspective, Butterworth-Heinemann, Oxford 1998

Pančić Kombol, Tonka., Selektivni turizam: uvod u menadžment prirodnih i kulturnih resursa, TMCP Sagena, Matulji 2000.

Magaš, Dragan, Management turističke organizacije i destinacije, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija; Adamić, Rijeka 2003.

Magaš, Dragan, Destinacijski menadžment – modeli i tehnike, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija 2008.

Suić, Mate, Zadarski otoci u antici, u: Uranija, V.(ur.), Zadarsko otočje, zbornik radova, Narodni muzej u Zadru, Zadar 1974., p. 47-63.

Theobald W.F., Global Tourism, Elsevier, London 2005.

Weaver, D., Sustainable Tourism, Elsevier, London 2006.