

# "Hrvatski otočni proizvod" u poticanju integralnog razvoja otoka

---

Štimac, Nika

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Science / Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:217:503374>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-04**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Faculty of Science - University of Zagreb](#)



**Nika Štimac**

**„Hrvatski otočni proizvod“ u poticanju integralnog  
razvoja otoka**

**Diplomski rad**

**Zagreb  
2024.**



**Nika Štimac**

**„Hrvatski otočni proizvod“ u poticanju integralnog  
razvoja otoka**

**Diplomski rad**

predan na ocjenu Geografskom odsjeku  
Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu  
radi stjecanja akademskog zvanja  
magistre geografije

**Zagreb  
2024.**

Ovaj je diplomski rad izrađen u sklopu diplomskog sveučilišnog studija *Geografija*; smjer:  
*istraživački (Prostorno planiranje i regionalni razvoj)* na Geografskom odsjeku  
Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, pod vodstvom prof. dr. sc.  
Aleksandra Lukića

Sveučilište u Zagrebu  
 Prirodoslovno-matematički fakultet  
 Geografski odsjek

Diplomski rad

## „Hrvatski otočni proizvod“ u poticanju integralnog razvoja otoka

Nika Štimac

**Izvadak:** Programom „Hrvatski otočni proizvod“ (HOP), koji između ostalog uključuje i označavanje otočnih proizvoda istoimenom oznakom kvalitete prepoznato je kako potencijal hrvatskog otočja kao jedinstvene otočne geografske cjeline nije samo u turizmu, već i u izvornosti, tradicionalnosti te društvenim, gospodarskim i proizvodnim aktivnostima. Navedenu oznaku dodjeljuje Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije kako bi se potaknula proizvodnja i plasman, kao i promocija izvornih i kvalitetnih proizvoda s hrvatskih otoka te baštine i tradicije. Cilj je rada identificirati ulogu označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP u poticanju integralnog razvoja hrvatskih otoka, s naglaskom na lokalnu, otočnu zajednicu. Prilikom istraživanja koristilo se nekoliko metoda uključujući analizu relevantne znanstvene i stručne literature, statističke i grafičke metode, kartografsku vizualizaciju uz pomoć GIS alata, anketno istraživanje provedeno na uzorku od 78 ispitanika – otočnih proizvođača, dobitnika oznake HOP u razdoblju 2007. – 2023., četiri polustrukturirana intervjua s predstavnicima Uprave za otoke Ministarstva regionalnoga razvoja i fondova Europske unije te SWOT analizu. Istraživanje je utvrdilo kako označavanje otočnih proizvoda oznakom HOP doprinosi svim razmatranim elementima lokalnog razvoja otoka, od kojih se posebno ističe očuvanje otočne tradicije, identiteta i baštine, a idući je element prema doprinosu označavanja otočnih proizvoda promocija otoka kao turističke destinacije. Najvažnije su značajke otočnih proizvoda s oznakom HOP kvaliteta i autohtonost – otočni identitet.

89 stranica, 37 grafičkih priloga, 5 tablica, 69 bibliografskih referenci; izvornik na hrvatskom jeziku

**Ključne riječi:** otoci, označavanje otočnih proizvoda, Program HOP, razvoj otoka

**Voditelj:** prof. dr. sc. Aleksandar Lukić

**Povjerenstvo:** izv. prof. dr. sc. Petra Radeljak Kaufmann  
 izv. prof. dr. sc. Lana Slavuj Borčić  
 izv. prof. dr. sc. Ivan Zupanc

**Tema prihvaćena:** 8. 2. 2024.

**Rad prihvaćen:** 5. 9. 2024.

Rad je pohranjen u Središnjoj geografskoj knjižnici Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, Marulićev trg 19, Zagreb, Hrvatska.

## BASIC DOCUMENTATION CARD

University of Zagreb  
Faculty of Science  
Department of Geography

Master Thesis

### “Croatian Island Product” in fostering integral island development

Nika Štimac

**Abstract:** The "Croatian Island Product" (HOP) Program, which includes the designation of island products with the same name quality label, recognizes that the potential of Croatian islands as a unique geographical entity is not solely in tourism but also in originality, tradition, and socio-economic and production activities. This label is awarded by the Ministry of Regional Development and EU Funds to promote the production, placement and promotion of authentic and high-quality products from Croatian islands, along with their heritage and tradition. The objective of this study is to identify the role of the HOP label in fostering the integral development of Croatian islands, with a focus on local, island communities. The research employed various methods, including an analysis of relevant scientific and professional literature, statistical and graphical methods, cartographic visualization using GIS tools, a survey conducted with a sample of 78 respondents - island producers who received the HOP label between 2007 and 2023, four semi-structured interviews with representatives from the Department for Islands of the Ministry of Regional Development and EU Funds, and a SWOT analysis. The study found that labeling island products with the HOP designation contributes to all aspects of local island development, with particular emphasis on preserving island tradition, identity, and heritage. The promotion of the islands as tourist destinations also emerged as a significant benefit of the HOP labeling. The most important features of HOP-labeled island products are their quality and authenticity - the island identity.

89 pages, 37 figures, 5 tables, 69 references; original in Croatian

**Keywords:** islands, island products labeling, HOP Program, island development

**Supervisor:** Aleksandar Lukić, PhD, Full Professor

**Reviewers:** Petra Radeljak Kaufmann, PhD, Associate Professor  
Lana Slavuj Borčić, PhD, Associate Professor  
Ivan Zupanc, PhD, Associate Professor

**Thesis title accepted:** 08/02/2024

**Thesis accepted:** 05/09/2024

Thesis deposited in Central Geographic Library, Faculty of Science, University of Zagreb, Marulićev trg 19, Zagreb, Croatia.





## Zahvala

*Na kraju svog dugogodišnjeg obrazovanja, ovim putem želim iskreno zahvaliti svima koji su bili dio cijelog ovog razdoblja, kao i onima koji su na bilo koji način pridonijeli realizaciji ovog diplomskog rada.*

*Veliko hvala Upravi za otoke Ministarstva regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, gdje sam se tijekom Radne prakse susretala s odabranom temom, što me motiviralo za daljnje istraživanje „Hrvatskog otočnog proizvoda“ i njegove uloge u poticanju integralnog razvoja hrvatskog otočnog prostora. Posebnu zahvalu dugujem mentoru s prakse na preddiplomskom studiju, g. Vedranu Klišaniću i mentorici s prakse na diplomskom studiju, gđi Raheli Dorbić Valožić, čija je pomoć i stručnost značajno obogatila ovaj rad te mi omogućila bolje razumijevanje istraživane tematike, kao i donošenje kvalitetnijih zaključaka.*

*Veliku zahvalu dugujem i otočnim proizvođačima, našim HOP-ovcima koji su ispunili anketni upitnik, kao i sugovornicama i sugovornicima intervjuja iz Uprave za otoke koji su u velikoj mjeri pridonijeli uspjehu ovog istraživanja i bez kojih ovaj rad ne bi imao glavni dio.*

*Hvala mojim roditeljima i bratu Ivanu na podršci i svemu što su mi omogućili kroz život i tijekom studija. Hvala i mom psiću Teddyju koji je uvijek sjedio uz mene.*

*Hvala mojim najboljim prijateljicama, kao i kolegicama i kolegama koji su put do diplome učinili zabavnijim.*

*Veliko hvala svim profesorima s Geografskog odsjeka, a posebno mentoru, prof. dr. sc. Aleksandru Lukiću te članovima Povjerenstva.*

*Hvala svima od srca! 😊*

## SADRŽAJ

<b>1. UVOD</b> .....	1
<b>1.1. Predmet istraživanja</b> .....	3
<b>1.2. Ciljevi istraživanja i hipoteze</b> .....	3
<b>1.3. Metodologija istraživanja i izvori podataka</b> .....	4
<b>1.4. Prostorni i vremeni obuhvat istraživanja</b> .....	6
<b>1.5. Pregled dosadašnjih istraživanja i literature</b> .....	8
<b>2. HRVATSKO OTOČJE</b> .....	11
<b>2.1. Znanstveno-istraživački pristup promatranju otočnih prostora</b> .....	11
<b>2.2. Temeljna prostorna i geografska obilježja hrvatskih otoka</b> .....	11
<b>2.2.1. Opća obilježja hrvatskog otočnog prostora</b> .....	11
<b>2.2.2. Prirodna osnova</b> .....	12
<b>2.2.3. Demografsko-socijalna, gospodarska i administrativna obilježja</b> .....	12
<b>2.3. Klasifikacija otoka</b> .....	14
<b>2.4. Razvoj otoka</b> .....	17
<b>3. „HRVATSKI OTOČNI PROIZVOD“ (HOP)</b> .....	19
<b>3.1. Razvojna/planska dokumentacija i zakonska regulativa</b> .....	20
<b>3.1.1. Zakon o otocima</b> .....	20
<b>3.1.2. Nacionalni plan razvoja otoka 2021. – 2027.</b> .....	22
<b>3.1.3. Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine</b> .....	22
<b>3.2. Označavanje otočnih proizvoda oznakom “Hrvatski otočni proizvod” (HOP) i rezultati dosadašnje provedbe</b> .....	23
<b>3.2.1. Označavanje otočnih proizvoda oznakom HOP</b> .....	23
<b>3.2.2. Osvrt na rezultate dosadašnje provedbe (2007. – 2023.)</b> .....	25
<b>3.3. Manifestacije otočnih proizvoda s oznakom „Hrvatski otočni proizvod“ (HOP) i ostale promotivne aktivnosti</b> .....	31
<b>4. AKTIVNI NOSITELJI OZNAKE „HRVATSKI OTOČNI PROIZVOD“ (HOP)</b> .....	34

<b>5. REGIONALNE OZNAKE KVALITETE I NEOBVEZNI SUSTAV OZNAČAVANJA (OTOČNIH) PROIZVODA U NEKIM DRŽAVAMA EUROPSKE UNIJE.....</b>	<b>38</b>
5.1. Regionalne oznake kvalitete .....	38
5.2. Neobvezni sustav označavanja (otočnih) proizvoda u nekim državama Europske unije .....	39
<b>6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA.....</b>	<b>41</b>
6.1. Rezultati anketnog istraživanja.....	41
6.1.1. Demografsko-socijalna obilježja ispitanika .....	41
6.1.2. Lokacija otočne proizvodnje i grupe otočnih proizvoda .....	43
6.1.3. Pravna osobnost i iskustvo bavljenja otočnom proizvodnjom .....	49
6.1.4. Utjecaj oznake HOP na lokalni razvoj otoka i potražnja za otočnim proizvodima s oznakom HOP.....	50
6.1.5. Prepreke/izazovi, suradnja, promotivne aktivnosti i trenutni status rješenja.....	58
6.1.6. Prijedlozi uspješnijeg razvoja Programa HOP.....	63
6.2. Rezultati intervjua .....	65
6.2.1. Prednosti otočnih proizvoda s oznakom HOP i doprinos oznake HOP odabranim elementima lokalnog razvoja otoka .....	65
6.2.2. Promotivne aktivnosti Programa HOP i otočnih proizvoda s oznakom HOP.....	67
6.2.3. Vizija budućeg razvoja i utjecaja Programa HOP, izazovi/prepreke u razvoju Programa te planovi za budućnost .....	69
6.2.4. Inozemna iskustva u vezi s označavanjem otočnih proizvoda i/ili „Hrvatskim otočnim proizvodom“ i dodatni komentari sugovornika .....	73
<b>7. RASPRAVA.....</b>	<b>75</b>
<b>8. ZAKLJUČAK.....</b>	<b>79</b>
<b>POPIS LITERATURE I IZVORA .....</b>	<b>82</b>
Literatura.....	82
Izvori .....	85
<b>PRILOZI.....</b>	<b>IX</b>

## 1. UVOD

*„Osim slikovite ljepote, otoci njeguju bogato nasljeđe tradicionalnih obrta, nematerijalne kulturne baštine i gastronomske ponude uz prepoznatljive okuse i mirise koje im je podario jedinstven spoj mediteranske klime, zemlje i krša.“ (Katalog proizvoda, 2023, 2)*

Republika Hrvatska ističe se izuzetno razvedenom obalom, koja se ubraja među najrazvedenije ne samo na prostoru Europe, već i na svjetskoj razini. Duž jadranske obale Hrvatske, ukupne duljine od 5 835,3 km prostire se ukupno 1244 otoka, otočića, hridi i grebena, zbog čega se Hrvatska s pravom ponosi često korištenom i već dobro poznatom titulom – „zemlja tisuću otoka“ (Riđanović i Bićanić, 1993; Hrvatske vode, 2020). Hrvatsko otočje predstavlja jedinstvenu otočnu geografsku cjelinu koju čini 78 otoka, 524 otočića te 642 hridi i grebena, čime se ističe kao drugo prema veličini otočje u Sredozemlju iza grčkog otočja, obuhvaćajući pritom 5,8 % ukupne kopnene površine Republike Hrvatske. S poluotokom Pelješcem, koji u smislu Zakona o otocima ima status otoka, hrvatski otočni prostor zauzima 6,4 % kopnene površine Hrvatske (*Zakon o otocima*, NN 70/21; *Popis stanovništva 2021.*, 2022). Usporedbom ukupne površine unutarnjih morskih voda (12,5 tis. km<sup>2</sup>) i teritorijalnog mora (19 tis. km<sup>2</sup>), koji zajedno čine obalno more Republike Hrvatske, vidljiv je značajan utjecaj otoka na povećanje hrvatskog državnog teritorija (MRRFEU, n.d a). Sukladno Zakonu o regionalnom razvoju Republike Hrvatske, koji prepoznaje posebnosti hrvatskih otoka, a kojim se regulira upravljanje regionalnim razvojem na državnoj razini, hrvatski se otoci izdvajaju kao područja s razvojnim posebnostima, s obzirom na činjenicu da se na temelju prirodno-geografskih i društveno-ekonomskih karakteristika mogu diferencirati u odnosu na ostala područja Republike Hrvatske (*Zakon o regionalnom razvoju Republike Hrvatske*, NN 118/18). Uvažavajući otočne razvojne potrebe i trendove, kao i potrebu za nastavkom vođenja brige o razvoju otoka i otočnim zajednicama, hrvatski otoci kao područja s razvojnim posebnostima od strane nositelja politike otočnog i regionalnog razvoja stoga zahtijevaju specifičan programski i planski pristup u razvojnoj politici i planiranju (*Nacionalni plan razvoja otoka*, 2021).

Hrvatski otoci s obzirom na brojnost, prirodno-geografske, društveno-gospodarske i ostale specifičnosti predstavljaju značajno bogatstvo i jedan od ključnih elemenata hrvatske turističke ponude, kao i turističke ponude cijelog Sredozemlja, a na temelju podataka o broju

evidentiranih turističkih dolazaka i noćenja na otocima<sup>1</sup>, otočni turizam pokazuje rastuće trendove, čime čini značajan udio u ukupnom nacionalnom turizmu (*Nacionalni plan razvoja otoka*, 2021). Iako se turizam ističe kao jedan od ključnih faktora ekonomske, društvene, kulturne i prostorne transformacije otoka te je od 50-ih godina prošlog stoljeća postao najznačajniji čimbenik promjena, hrvatski otoci posjeduju značajan potencijal koji nije ograničen samo na turizam, s obzirom na činjenicu da obiluju izvornim i tradicionalnim vrijednostima te pružaju mogućnosti za raznovrsne gospodarske, društvene i proizvodne aktivnosti (Kušen, 2000; *Katalog proizvoda*, 2019). Navedeni je potencijal otočnih prostora prepoznat putem označavanja otočnih proizvoda oznakom kvalitete „Hrvatski otočni proizvod“ (HOP) (u daljnjem tekstu: oznaka (kvalitete) HOP). Oznaku HOP dodjeljuje Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije (MRRFEU) u cilju poticanja proizvodnje i plasmana, kao i promocije izvornih i kvalitetnih proizvoda s otoka te baštine i tradicije, a skupine otočnih proizvoda za koje se dodjeljuje navedena oznaka jesu: a) prehrambeni proizvodi, b) pića, c) kemijski proizvodi, d) (primijenjena) umjetnost i dizajn, e) nematerijalno dobro. Označavanje otočnih proizvoda oznakom HOP provodi se od 2007. godine, od kada se kroz poticanje razvoja proizvodnje na otocima te brendiranje i podizanje razine kvalitete proizvoda s hrvatskih otoka, valorizira njihov potencijal i naglašena izvornost, kao i njegovanje otočnih tradicionalnih djelatnosti te ostalih ekonomskih i proizvodnih aktivnosti. Kroz predstavljenu oznaku kvalitete, hrvatska turistička ponuda dodatno je unaprijeđena kvalitetnim autohtonim otočnim proizvodima, koji pružaju posjetiteljima i turistima jedinstveno iskustvo upoznavanja hrvatskih otoka na dublji i autentičniji način (*Program HOP*, 2022). Nadalje, oznaka „Hrvatski otočni proizvod“ u određenoj mjeri pomaže i lokalnom gospodarskom razvoju otoka putem razvoja i očuvanja tradicionalnih i/ili specifičnih proizvoda i usluga, koji se dodatno valoriziraju putem turističke aktivnosti (*Nacionalni plan razvoja otoka*, 2021). Sukladno navedenom, označavanje izvornih i kvalitetnih otočnih proizvoda oznakom HOP, u otočnoj je zajednici prihvaćeno kao dodatan poticaj gospodarskom i održivom razvoju, podrška samostalnom poslovanju, inovativnom i kreativnom poduzetništvu te kao doprinos zaštiti okoliša i dodatna vrijednost životu otočana (*Katalog proizvoda*, 2019).

---

<sup>1</sup> Navedeni su podaci objavljeni u publikaciji *Turizam u brojkama – izdanju Ministarstva turizma Republike Hrvatske* koje osim općih podataka o Hrvatskoj iznosi i sveobuhvatnu analizu turističkih pokazatelja, a ažurira se jedanput godišnje; u svrhu analize statističkih podataka o turističkom prometu na otocima korištena je publikacija *Turizam u brojkama* za godine od 2020. do 2022. (*Turizam u brojkama 2020.*, 2021; *Turizam u brojkama 2021.*, 2022; *Turizam u brojkama 2022.*, 2023)

## **1.1. Predmet istraživanja**

Predmet istraživanja u ovom radu odnosi se na analizu utjecaja označavanja otočnih proizvoda oznakom kvalitete „Hrvatski otočni proizvod“ na integralni razvoj hrvatskog otočnog prostora, s naglaskom na različite aspekte života i rada otočne zajednice. U radu se nastoji istražiti u kojoj mjeri označavanje otočnih proizvoda navedenom oznakom doprinosi gospodarskom, društvenom, kulturnom i ekološkom napretku otoka. Kroz temeljitu analizu nastoji se dobiti uvid u kojoj mjeri navedeno označavanje potiče očuvanje otočne tradicije, identiteta i baštine te utječe na poticanje otočne proizvodnje, samozapošljavanje otočana, kreativno poduzetništvo, održivi razvoj i zaštitu otočnog okoliša te promociju otoka kao atraktivne turističke destinacije. U svrhu dubljeg razumijevanja utjecaja označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na otočnu zajednicu, kao i percepcije otočana, istražiti će se mišljenja i stavovi otočnih proizvođača – dobitnika oznake HOP u razdoblju od 2007. do 2023. godine o predstavljenoj tematici, a dobiveni rezultati upotpunit će se intervjuima s relevantnim akterima iz područja istraživanja – djelatnicima Uprave za otoke Ministarstva regionalnoga razvoja i fondova Europske unije. Očekuje se da će provedeno istraživanje omogućiti bolje razumijevanje uloge opisanog označavanja u poticanju integralnog razvoja otoka, s fokusom na lokalni razvoj, a dobiveni rezultati mogu poslužiti kao smjernice za identifikaciju eventualnog daljnjeg unaprjeđenja Programa „Hrvatski otočni proizvod“ (HOP) (u daljnjem tekstu: Program HOP), a time i maksimizaciji pozitivnih utjecaja na otočnu zajednicu.

## **1.2. Ciljevi istraživanja i hipoteze**

Ciljevi istraživanja izravno se nadovezuju na predmet istraživanja. Glavni je cilj ovog rada na temelju podataka dobivenih iz primarnih i sekundarnih izvora identificirati ulogu označavanja otočnih proizvoda oznakom kvalitete „Hrvatski otočni proizvod“ u poticanju integralnog razvoja hrvatskog otočnog prostora, s naglaskom na lokalnu zajednicu. Navedena se uloga ponajprije istražuje mišljenjima i stavovima otočnih proizvođača – dobitnika navedene oznake u razdoblju od 2007. do 2023. godine, ispitanih putem anketnih upitnika, a razumijevanje je navedene uloge upotpunjeno provedenim intervjuima s relevantnim dionicima u području „Hrvatskog otočnog proizvoda“, uz oslanjanje na povezane informacije dobivene iz postojeće literature i izvora. Što se tiče sekundarnih ciljeva rada, jedan je od važnijih sekundarnih ciljeva analizirati rezultate dosadašnje provedbe označavanja otočnih proizvoda

oznakom HOP (2007. – 2023.), s obzirom na činjenicu da navedeno, kroz uvid u dosadašnje trendove i promišljanje o budućim perspektivama, doprinosi dubljem razumijevanju istraživane tematike. Nadalje, s obzirom na usklađenost Programa HOP s relevantnom razvojnom/planskom dokumentacijom i zakonskom regulativom, jedan je od sekundarnih ciljeva rada analizirati njihovu povezanost i iznijeti osvrt na navedenu dokumentaciju. Ostali sekundarni ciljevi istraživanja uključuju sljedeće: predstaviti znanstveno-istraživački pristup promatranju otočnih prostora; identificirati temeljna prostorna i geografska obilježja hrvatskih otoka; identificirati temeljna obilježja klasifikacije i razvoja otoka; predstaviti oznaku HOP, kao i postojeće promotivne aktivnosti vezane uz Program; razmotriti i analizirati brojnost i prostornu raspodjelu trenutno aktivnih nositelja oznake HOP; predstaviti i analizirati slične hrvatske regionalne oznake kvalitete i neobvezni sustav označavanja (otočnih) proizvoda u nekim državama Europske unije.

Nastavno na prethodno predstavljene ciljeve rada i predmet istraživanja postavljene su sljedeće hipoteze, koje će se potvrditi ili odbaciti razmatranjem dobivenih rezultata istraživanja:

H1: Proizvođači koji se duže bave otočnom proizvodnjom (više od 20 godina) imaju pozitivnije mišljenje o utjecaju označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na lokalni gospodarski razvoj u usporedbi s onima koji se bave otočnom proizvodnjom 10 godina i manje.

H2: Najveći je broj ispitanika opisao utjecaj označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na lokalni gospodarski razvoj kao pozitivan.

H3: Više od polovice ispitanika ocijenilo je doprinos označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP očuvanju otočne tradicije, identiteta i baštine ocjenom većom od 3 (na skali 1-5).

H4: Označavanje otočnih proizvoda oznakom HOP veće pozitivne učinke ostvaruje na očuvanje otočne tradicije, identiteta i baštine nego na promociju otoka kao turističke destinacije.

H5: Od ukupnog broja ispitanika, veći broj procjenjuje kako će utjecaj označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na integralni/sveobuhvatni razvoj otoka (s naglaskom na lokalnu zajednicu) za 10 godina biti veći nego danas, a udio pozitivnih odgovora veći je kod ispitanika koji trenutno imaju važeće rješenje o dodjeli oznake HOP za svoje otočne proizvode.

### **1.3. Metodologija istraživanja i izvori podataka**

Za potrebe prve faze istraživanja, koja je za cilj imala stvaranje osnovnog teorijskog okvira, provedeno je sustavno prikupljanje i analiza relevantnih sekundarnih izvora podataka

vezanih uz šire područje istraživanja, uključujući istraživačke, stručne i pregledne radove, knjige, razvojnu i plansku dokumentaciju, kataloge otočnih proizvoda, zakone, pravilnike i programe. Spomenuti su sekundarni izvori podataka prikupljeni koristeći pretraživač znanstvene i stručne literature *Google Scholar*, portal hrvatskih znanstvenih i stručnih časopisa Hrčak te web stranicu Ministarstva regionalnoga razvoja i fondova Europske unije. Svrha je teorijskog okvira rada upoznati se s prostorno-geografskim i razvojnim obilježjima te klasifikacijom hrvatskog otočnog prostora, oznakom kvalitete „Hrvatski otočni proizvod“ i povezanim procedurama dodjele te promotivnim aktivnostima, kao i brojnošću i prostornom raspodjelom trenutno aktivnih nositelja navedene oznake i njihovih proizvoda, a iznesen je i osvrt na zakonodavni okvir te relevantnu razvojnu i plansku dokumentaciju. Nadalje, razmatrane su i ostale slične hrvatske regionalne oznake kvalitete, kao i neobvezni sustav označavanja proizvoda u nekim državama Europske unije. Pružajući uvid u postojeće stanje, opisano je prikupljanje i analiza sekundarnih izvora podataka omogućilo formiranje temelja za daljnje istraživanje, kao i odabir temeljne istraživačke metode koja se koristila u radu - metoda anketnog istraživanja.

Kao glavna metoda prikupljanja primarnih izvora podataka korišteno je anketno istraživanje. Cilj navedene metode bio je dobiti povratne informacije od strane otočnih proizvođača u svrhu utvrđivanja mišljenja i stavova istih o ulozi označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP u poticanju integralnog razvoja hrvatskih otoka, s fokusom na lokalnu zajednicu. Anketno je istraživanje provedeno u razdoblju od 21. svibnja do 14. lipnja 2024. godine, a ciljna skupina bili su otočni proizvođači - dobitnici oznake HOP u razdoblju od 2007. do 2023. godine. Anketni upitnik pod naslovom „Hrvatski otočni proizvod“ u poticanju integralnog razvoja otoka, za čije je popunjavanje bilo predviđeno izdvojiti pet do sedam minuta vremena, sastojao se od ukupno dvadeset pitanja, odnosno tri pitanja o demografskim i socijalnim obilježjima ispitanika te sedamnaest pitanja vezanih uz tematiku rada (četnaest zatvorenih pitanja te tri otvorena pitanja), a odgovori su prikupljeni online, putem obrasca *Google Forms*. Anketa je ispitanicima jamčila potpunu anonimnost, a njezino ispunjavanje temeljilo se na načelu dobrovoljnosti. U ispunjavanju anketnog upitnika sudjelovalo je 78 ispitanika, čime je osigurana raznolikost među mišljenjima i stavovima otočnih proizvođača.

Rezultati dobiveni anketnim istraživanjem upotrijebljeni su intervjuima s predstavnicima Uprave za otoke Ministarstva regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, odnosno Sektora koji između ostalog obavlja i poslove vezane uz izradu i provođenje Programa HOP. Intervjui su bili polustrukturirani, a provedeni su s namjerom dobivanja boljeg uvida u Program HOP i njegov utjecaj na otočnu zajednicu. Intervjui su provedeni 8. srpnja 2024. godine.



U predzadnjem poglavlju rada, na temelju rezultata istraživanja provedena je SWOT analiza koja sumira ključne faktore vezane uz istraživanu tematiku, podijeljene unutar četiri kategorije (snage, slabosti, prilike i prijetnje).

Podaci dobiveni na temelju primarnih i sekundarnih izvora, u svrhu lakše vizualizacije i preciznije analize, prikazani su metodama deskriptivne statistike - tablično i grafički, pomoću programa *Microsoft Excel*, a za kartografsku vizualizaciju prostornih podataka korištena je aplikacija *ArcGIS Pro*.

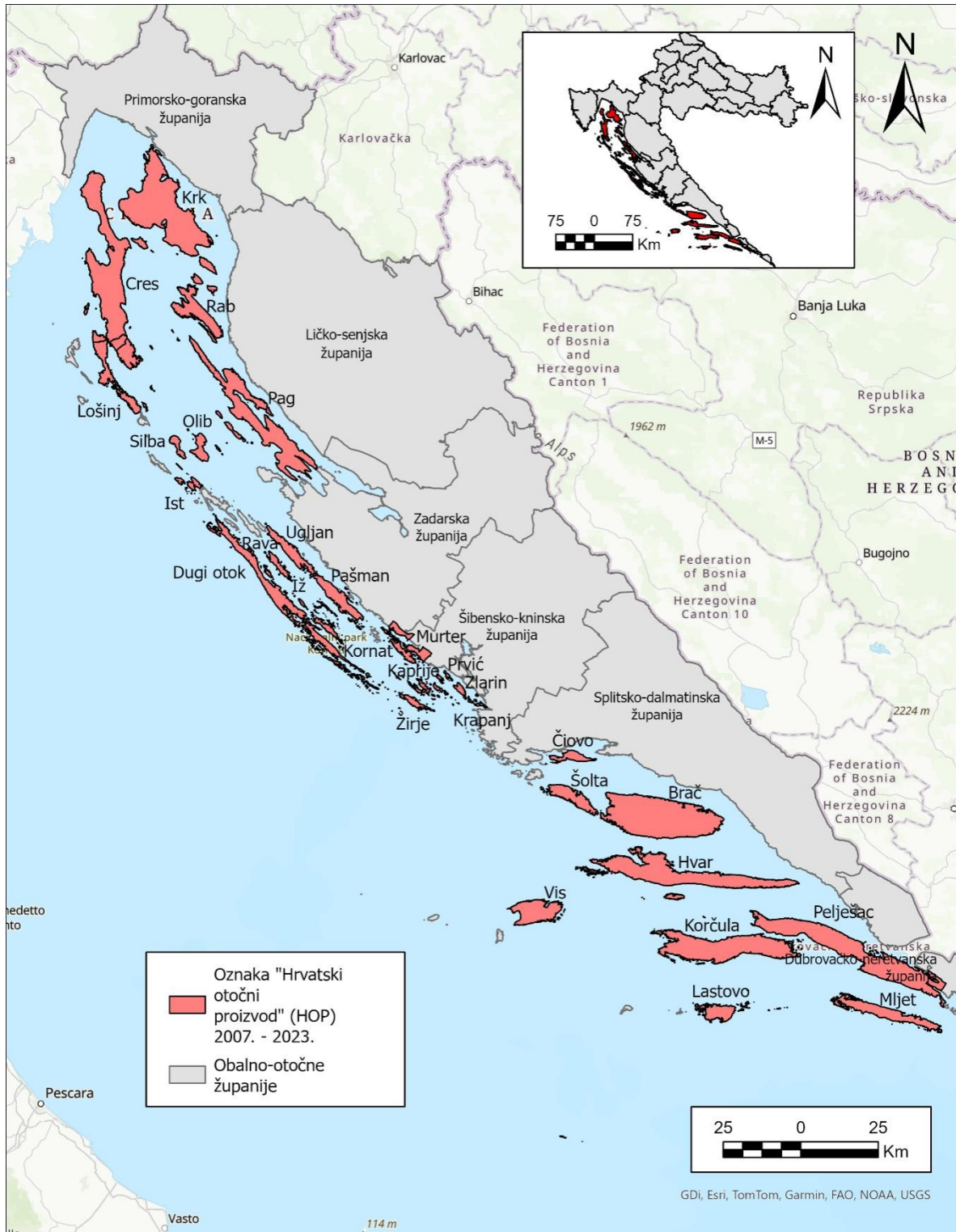
#### **1.4. Prostorni i vremenski obuhvat istraživanja**

Prostorni okvir istraživanja, imajući u vidu prethodno predstavljen predmet, ciljeve i hipoteze istraživanja, definiran je na temelju razmatranja evidencije otočnih prostora s kojih su otočni proizvođači, od početka provedbe označavanja, dobili oznaku HOP, za otočne proizvode koji odgovaraju propisanim kriterijima i uvjetima. Stoga je u prostorni obuhvat istraživanja u radu uključeno ukupno 28 otoka: Brač, Cres, Čiovo, Dugi otok, Hvar, Ist, Iž, Kaprije, Korčula, Kornat, Krapanj, Krk, Lastovo, Lošinj, Mljet, Murter, Olib, Pag, Pašman, Prvić<sup>2</sup>, Rab, Rava, Silba, Šolta, Ugljan, Vis, Zlarin, Žirje te poluotok Pelješac, u slučaju kojeg se, na temelju Zakona o otocima, iznimno koristi termin otočnosti, koji označava skup povijesnih, geografskih, društvenih, ekonomskih i ekoloških specifičnosti generiranih na temelju okruženosti morem u cijelosti (*Zakon o otocima*, NN 70/21 ) (sl. 1.). Navedeni su otoci u teritorijalnoj nadležnosti šest obalno-otočnih jedinica područne (regionalne) samouprave (Primorsko-goranska, Ličko-senjska, Zadarska, Šibensko-kninska, Splitsko-dalmatinska i Dubrovačko-neretvanska županija) te 55 jedinice lokalne samouprave - 17 gradova (Cres, Mali Lošinj, Krk, Rab, Novalja, Pag, Zadar, Šibenik, Vodice, Supetar, Split, Trogir, Hvar, Stari Grad, Komiža, Vis, Korčula) i 38 općina (Baška, Dobrinj, Malinska-Dubašnica, Omišalj, Punat, Vrbnik, Lopar, Kolan, Poveljana, Sali, Pašman, Tkon, Kukljica, Kali, Preko, Murter-Kornati, Tisno, Bol, Milna, Nerežišća, Postira, Pučišća, Selca, Sutivan, Okrug, Jelsa, Sućuraj, Šolta, Blato, Lumbarda, Smokvica, Vela Luka, Lastovo, Mljet, Ston, Orebić, Janjina, Trpanj) (Registar otoka, 2021). Promatrani su otoci ukupne površine 3260,5 km<sup>2</sup> , a prema podacima posljednjeg popisa stanovništva iz 2021., na njima živi 122.550 stanovnika, od čega 15.544

---

<sup>2</sup> Nastanjeni otok u sjevernodalmatinskoj otočnoj skupini u blizini Vodica, Šibensko-kninska županija; postoji i otok Prvić unutar kvarnerskih otoka koji se ističe kao najveći nenastanjeni otok na Jadranu (*Zakon o otocima*, NN 70/21; Best of Kvarner, 2023)

stanovnika (12,7%) pripada dobnoj skupini 0-14 godina, 72.015 stanovnika (58,8%) dobnoj skupini 15-64 godine, a 34.991 stanovnika (28,6%) starije je od 65 godina (*Zakon o otocima*, NN 70/21; *Popis stanovništva 2021.*, 2022).



Sl. 1. Oznaka „Hrvatski otočni proizvod“ (HOP) 2007. – 2023. (28 otoka i poluotok Pelješac)

Izvor: DGU, 2022; *Popis dobitnika oznake HOP*, 2024

Vremenski obuhvat istraživanja odnosi se na razdoblje od 2007. – 2023. godine, odnosno period od početka provedbe označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP do objave posljednje evidencije otočnih proizvođača – nositelja oznake HOP i njihovih otočnih proizvoda u trenutku pisanja rada. Obuhvaćeni vremenski raspon od šesnaest godina provedbe označavanja omogućit će temeljitu analizu stanja i trendova u proizvodnji i prepoznavanju izvornih i kvalitetnih proizvoda s hrvatskih otoka, što će pridonijeti dubljem razumijevanju utjecaja istraživane oznake kvalitete na otočnu zajednicu, odnosno na sveobuhvatni razvoj prostora njihova života i rada.

### 1.5. Pregled dosadašnjih istraživanja i literature

Hrvatska znanstvena literatura širokog je spektra kada je riječ o hrvatskom otočnom prostoru ili oznakama kvalitete hrvatskih proizvoda, ponajprije poljoprivrednih i prehrambenih. Istraživanja koja se fokusiraju na pojedinačne otoke, arhipelage ili otoke unutar određene županije češće su zastupljena u usporedbi s onima koji istražuju hrvatsko otočje kao cjelinu, a o hrvatskim je otocima najveći broj znanstvenih, stručnih, preglednih, kao i ocjenskih radova objavljen unutar znanstvenih grana i disciplina koje se bave proučavanjem prostora i njegovih glavnih komponenata, kao što su geografija, prostorno i razvojno planiranje, prostorna ekonomija, sociologija, promet, demografija i sl (Marinković, 2020). Začetak sveobuhvatnog istraživanja hrvatskih otoka obilježio je geograf, prof. dr. Ivo Rubić, čija knjiga pod naslovom „*Naši otoci na Jadranu*“ (1952, pretisak 2017)<sup>3</sup> predstavlja jedno od reprezentativnih znanstvenih djela hrvatske znanosti posvećenih prostoru hrvatskih otoka, odnosno otocima sjeveroistočnog dijela Jadrana. Nadalje, što se tiče radova vezanih uz tematiku specifičnosti, ali i heterogenosti otočnog prostora u odnosu na kopno, kao i na međuotočnoj razini, valja istaknuti rad pod naslovom „*Otoci u svjetlu socio-ekonomskih kretanja*“, autora I. Šimunovića (1994) te rad „*Otoci, regije i razvojna politika*“, autora N. Starca (1992), a da se hrvatski otoci zbog svojih specifičnosti, dinamičnih socio-geografskih obilježja te složene geoprostorne stvarnosti ističu kao jedinstven predmet znanstvenih istraživanja potvrđuju i radovi autorice V.

---

<sup>3</sup> Navedena knjiga čiji je autor jedan od najznamenitijih hrvatskih geografa 20. stoljeća objavljena je početkom 50-ih godina, u razdoblju kada su demografski razvoj hrvatskog otočnog prostora obilježavali depopulacijski procesi. Autor knjige pisao je o brojnosti i razdiobi te fizičko-geografskim obilježjima hrvatskih otoka sjeveroistočnog dijela Jadrana (Lajić i Mišetić, 2013; Rubić, 1952, pretisak 2017)

Marinković (2016; 2020), čiji je osnovni cilj istraživanja bio klasificirati hrvatski otočni prostor u homogenu kategoriju na temelju višekriterijskih prostornih i socioekonomskih obilježja.

Među najrelevantnijim radovima koji se bave užim područjem istraživanja, odnosno oznakama kvalitete otočnih proizvoda ili konkretno oznakom HOP valja izdvojiti nekoliko primjera. U radu „*Zaštitne oznake otočnih proizvoda u kontekstu hrvatskog i EU-zakonodavstva*“ (Rubić, 2018) ističe se važnost autohtonih proizvoda karakterističnih za otočna područja, kao i postojanje više zaštitnih oznaka za proizvode s otoka unutar hrvatskog zakonodavstva i zakonodavstva Europske unije (oznake izvornosti, zemljopisnog podrijetla, „hrvatski eko-proizvod“, „Hrvatski otočni proizvod“ te zajamčenost tradicionalnih specijaliteta) te se zaključuje kako bi se uvođenje jedinstvene oznake kvalitete – „proizvod otočne poljoprivrede“, pokazalo nelogičnim i nezadovoljavajućim kako za nacionalni sustav označavanja, tako i za otočne proizvođače, što bi rezultiralo izazovima u tržišnom natjecanju. U radu „*Hrvatski otoci i otočni proizvodi*“ (Vlahov i Gaćina, 2016) naglašava se značaj zaštite kulturnog naslijeđa otoka putem „Hrvatskog otočnog proizvoda“, kao i važnost istog u očuvanju kulturne baštine i rada otočana i njihovih gospodarstava te poboljšanja životnih uvjeta na otocima, koristeći otok Prvić u Šibensko-kninskoj županiji kao primjer. Nadalje, Prica (2009) istražuje utjecaj zahtjeva suvremenog doba na tradicijsku otočnu kulturu, analizom sadržaja radova objavljenih u zborniku „*Destinacije čežnje, lokacije samoće: uvidi u kulturu i razvojne mogućnosti hrvatskih otoka*.“ Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije izdaje kataloge otočnih proizvoda s oznakom HOP (2019; 2023), a unutar navedenih su kataloga otočni subjekti i njihovi proizvodi razvrstani prema otocima s kojih dolaze, dok je svaki otočni proizvod s oznakom HOP predstavljen fotografijom i kraćim tekstom vezanim uz same proizvode i/ili pripadajući otočni subjekt. Nadalje, stavljajući istraživanu tematiku u nešto širi kontekst, Knežević i dr. (2021) u radu „*Oznake zemljopisnog porijekla poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda*“ pažnju posvećuju oznakama kvalitete proizvoda na europskoj i nacionalnoj razini (pri čemu se spominje i oznaka kvalitete HOP) te mišljenju potrošača, pri čemu se zaključuje kako označavanje proizvoda, kao i poticanje promotivnih aktivnosti pridonosi boljoj prepoznatljivosti proizvoda od strane potrošača, a proizvođačima donosi priliku za bolji plasman i cijene proizvoda.

Uz istraživačke, stručne, pregledne radove i knjige analizirana je i razvojna/planska dokumentacija i zakonska regulativa, od koje se ističe Nacionalni plan razvoja otoka 2021. – 2027., srednjoročni akt strateškog planiranja koji u svrhu poticanja integralnog razvoja hrvatskog otočnog prostora iznosi razvojne potrebe i potencijale prema različitim razvojnim

domenama te prioritete javne politike, uz definiranu srednjoročnu razvojnu viziju prema kojoj je hrvatski otočni prostor posebnost na nacionalnoj razini, poželjan za život, povezan i samodostatan, upotrebljava resurse i potencijale u skladu s načelima održivog razvoja, a Jadransko more i otoci vrijedno su teritorijalno bogatstvo Republike Hrvatske. U svrhu poticanja integralnog/sveobuhvatnog razvoja otoka, planove razvoja otoka donose i obalno-otočne županije, a kao županija koja je prva u Hrvatskoj izradila i usvojila Plan razvoja otoka, izdvajajući razvojne potrebe i potencijale svojih otoka te područja ulaganja i pristup njihovom rješavanju ističe se Zadarska (Zadarska županija, 2023). Uz navedeno, u kontekstu otočne razvojne politike i poticanja sveobuhvatnog razvoja otoka važno je istaknuti i aktualni Zakon o otocima (NN, 70/21) kojim se uređuje upravljanje otočnim razvojem, dok je unutar Nacionalnog Programa razvitka otoka (1997) prvi puta, osim općih obilježja hrvatskog otočnog prostora iznesen i dosegnuti stupanj razvoja i razvojni potencijali te poticaji otočnom razvoju, kao i zadaci državne uprave koje je potrebno izvršiti, u cilju unaprjeđenja cjelokupnog razvoja otoka u nastojanju da se zaustavi napuštanje istih te da se relevantnim društveno-ekonomskim mjerama potakne, ponajprije mlade, na povratak na otoke.

## **2. HRVATSKO OTOČJE**

### **2.1. Znanstveno-istraživački pristup promatranju otočnih prostora**

Suvremeni znanstveni radovi naglašavaju specifičnosti otoka poput otočnosti, izoliranosti, posebnosti gospodarske strukture, specifičnosti prirodnog okoliša te posebnog načina života. Sve što razlikuje život na otoku od života na ostalim prostorima pojačava percepciju posebnosti, što opravdava potrebu za posebnim pristupom u znanstvenim istraživanjima (Šimunović, 1994). Sagledavajući različite aspekte otočnog života, poput gospodarstva, društvenih i komunikacijskih specifičnosti, ekosustava i sl. otoci se ističu izuzetnom složenošću, zbog čega zahtijevaju sveobuhvatni interdisciplinarni pristup. Stoga se sve češće spominje nova interdisciplinarna znanost – nisologija (Starč, 1992).

Nisologija ili „otokoznanstvo“ mlada je znanstvena disciplina čiji naziv dolazi od grčkih riječi nisos (otok) te logos (znanost), a pojam nisologije uveli su francuski geografi A. A. Moles i C. Depraetere 1980-ih godina. Spomenuta se disciplina bavi fenomenima otočnosti i otoka, a od trenutka njezina formiranja otočni prostori prestaju biti tek mjesto ili položaj u prostoru te postaju fokusom znanstvenih istraživanja (McCall, 1994; *Regio-novosti*, 2018).

### **2.2. Temeljna prostorna i geografska obilježja hrvatskih otoka**

#### **2.2.1. Opća obilježja hrvatskog otočnog prostora**

Hrvatski otočni prostor jedinstvena je otočna geografska cjelina sastavljena od 1244 prirodne tvorbe, od kojih je 78 otoka, 524 otočića te 642 hridi i grebena, a na otoke otpada 69,5 % hrvatske obale. Prema podacima posljednjeg popisa stanovništva iz 2021. godine, stalno su naseljena 52 otoka i poluotok Pelješac koji u smislu Zakona o otocima ima status otoka, a sukladno podacima istog popisa, na otocima s poluotokom Pelješcem u 2021. živi ukupno 127.838 stanovnika (Registar otoka, 2021; *Popis stanovništva 2021.*, 2022). Najveći su otoci Krk (405,8 km<sup>2</sup>), Cres (405,7 km<sup>2</sup>), Brač (396 km<sup>2</sup>), Hvar (297,4 km<sup>2</sup>) i Pag (132,8 km<sup>2</sup>), stanovništvom je najbrojniji otok Krk (19.916 stanovnika u 2021.), a najdulju obalnu crtu ima otok Pag (Duplančić Leder i dr., 2004; *Zakon o otocima*, NN 70/21; *Popis stanovništva 2021.*, 2022). Među nastanjenim hrvatskim otocima/otočićima, najgušćom se naseljenošću ističe otočić Krapanj (466,1 km<sup>2</sup>) (*Zakon o otocima*, NN 70/21; *Popis stanovništva 2021.*, 2022).

Stanovništvo otoka čini 3,3 % ukupnog stanovništva Republike Hrvatske, dok na otoku živi svaki trideseti stanovnik Republike Hrvatske (MRRFEU, n.d c).

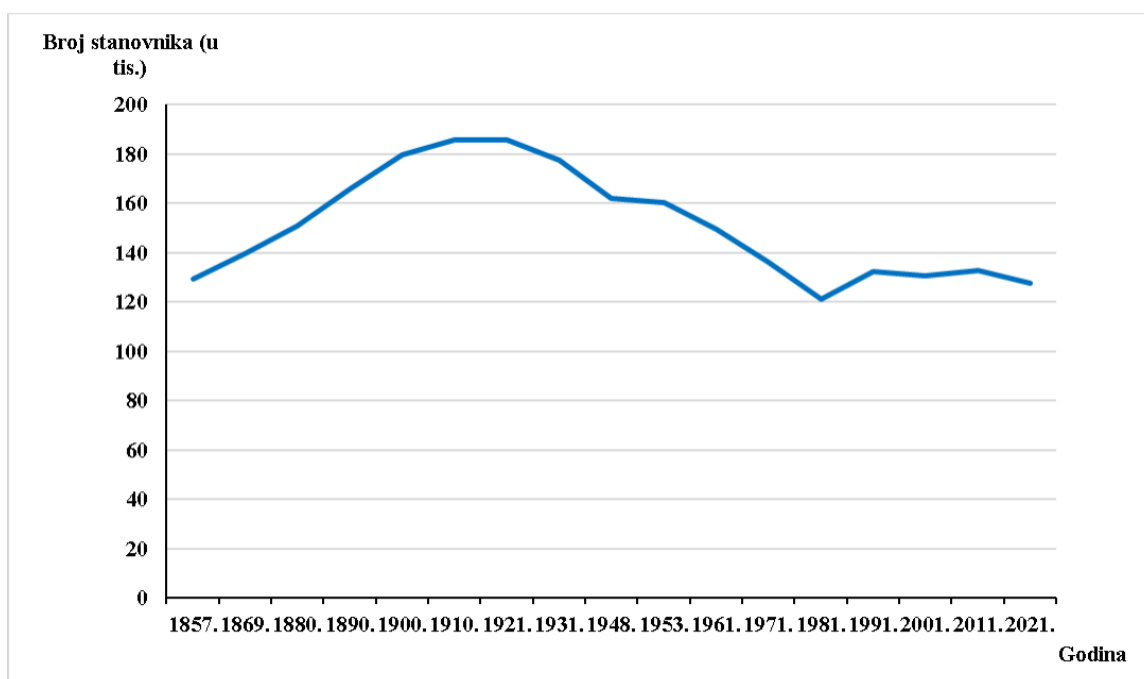
### **2.2.2. Prirodna osnova**

Reljef hrvatskih otoka formiran je nakon posljednjeg ledenog doba („gornjopleistocensko-holocenska transgresija“) kada su niže zone potopljene morem, a otoci predstavljaju uzdignuća bora kojima se hrptovi pružaju usporedno s obalom, što je u literaturi poznato kao „dalmatinski tip obale“ (Magaš, 1996; Magaš i dr., 2003, 49). Klima hrvatskih otoka je sredozemna, a varira od aridnijih južnijih do svježijih sjevernijih otoka, s prosječnim temperaturama od 6-8 °C u siječnju i 23-26 °C u srpnju, dok se prosječne količine padaline kreću od 750-800 mm/god. na jugoistočnim do 1.000-1.200 mm/god. na sjeverozapadnim otocima. Površinske vode na otocima su rijetke, a od slatkovodnih se jezera veličinom i značenjem ističe Vransko jezero na Cresu, a postoji i nekoliko slanih jezera (Mljet, Dugi otok). Na većim je otocima podzemna hidrologija formirala atraktivne speleološke objekte i pojave, kao što su vrulje, izvori i jame. Tla koja prekrivaju veće površine na otocima su rijetka (npr. Unije i Susak) te su zastupljena samo u proširenjima polja u kršu te udolinama, no predstavljaju osnovu poljodjelstva na otocima, posebno što se tiče uzgoja masline, vinove loze, smokava, žitarica, badema i sl., a obradivo tlo smatra se najvažnijim prirodnim dobrom u genezi otočnih društava (Rogić, 1994; Magaš, 1996). Biljni i životinjski svijet u skladu je s prethodno opisanim fizičko-geografskim obilježjima otočnog prostora, znatno oskudniji u odnosu na kopno, s dominacijom mediteranske flore (zajednice hrasta crnike, uglavnom s degradiranim formama zbog dugogodišnjeg preintenzivnog iskorištavanja) i faune (sitna stoka, osobito ovce) (Magaš, 1996).

### **2.2.3. Demografsko-socijalna, gospodarska i administrativna obilježja**

Naseljenost hrvatskih otoka može se pratiti od najstarijih vremena ljudskog postojanja do suvremenog doba, a prema nastanjenosti hrvatski se otoci mogu podijeliti u tri kategorije - nastanjeni, nenastanjeni i povremeno nastanjeni otoci (Magaš, 1996; Registar otoka, 2021). Kretanje stanovništva hrvatskih otoka može se podijeliti na tri etape. Prva etapa odnosi se na razdoblje do početka 20. stoljeća, kada je stanovništvo hrvatskih otoka bilo u porastu. Navedeno se može pripisati visokom natalitetu i naseljavanju otoka te njihovom poljoprivrednom

iskorištavanju (Starc, 1992). Iduća je etapa bila obilježena negativnim demografskim procesima te je od 1921. godine uslijedila depopulacija otoka kojoj je uzrok bilo dugogodišnje iseljavanje s otoka potaknuto gospodarskim i političkim faktorima, a intenzivno iseljavanje s otoka u razdoblju nakon 2. svjetskog rata pripisuje se snažnoj industrijalizaciji, kao i koncentriranju stanovništva u gradovima (Starc, 1992, Lajić i Mišetić, 2013). Što se tiče novijeg razdoblja, odnosno treće etape koja je započela prije nekoliko desetljeća, a i danas traje, moguće je utvrditi da se radi o stagnaciji broja stanovnika, uz lagani porast broja stanovnika u međupopisnom razdoblju 2001. – 2011. te polagani pad broja stanovnika u posljednjem međupopisnom razdoblju (sl. 2.).



Sl. 2. Kretanje broja stanovnika hrvatskih otoka u razdoblju od 1857. do 2021. godine<sup>4</sup>

Izvor: *Naselja i stanovništvo Republike Hrvatske 1857.-2001.*, 2005; *Popis stanovništva 2011.*, 2013; *Popis stanovništva 2021.*, 2022

Prema podacima posljednjeg popisa stanovništva iz 2021. godine, gustoća naseljenosti hrvatskog otočnog prostora iznosi 35,4 st/km<sup>2</sup>, a što se tiče dobne strukture, na hrvatskim otocima najveći je udio stanovnika srednje dobi, odnosno od 15-64 godine (58,4%), zatim slijedi stanovništvo starije dobi, u starosti od 65 i više godina (29%), dok su najmanjim udjelom zastupljene mlade osobe, u dobi do 14 godina (12,6%) (*Popis stanovništva 2021.*, 2022).

<sup>4</sup> U izračun broja stanovnika hrvatskih otoka po popisnim godinama uključen je i poluotok Pelješac koji u smislu Zakona o otocima ima status otoka (*Zakon o otocima*, NN 70/21)



Dominantne su gospodarske grane na otocima turizam te ugostiteljstvo, a u nešto manjem intenzitetu otočno se stanovništvo bavi i trgovinom na malo, poljoprivredom (vinarstvom i proizvodnjom vinskih destilata te maslinarstvom), ribarstvom i akvakulturom, pomorstvom te industrijom u koju se ubraja brodogradnja, prerada ribe te eksploatacija mineralnih sirovina na otocima (*Nacionalni plan razvoja otoka*, 2021).

Administrativno-politički, hrvatski su otoci dio ranije spomenutih sedam obalno-otočnih županija čija su sjedišta na kopnu, dok većina otoka gravitira kopnenim središtima u Zadru, Šibeniku, Splitu, Rijeci i Dubrovniku, koji ujedno predstavljaju i sjedišta priobalnih županija (Magaš, 1996).

Hrvatski otoci, iako su dio iste makroregije, Jadranske Hrvatske, odlikuju se iznimnom heterogenošću u geoprostornoj stvarnosti na lokalnoj, mikroregionalnoj, regionalnoj i međuotočnoj razini, kao i složenosti temeljnih sociogeografskih obilježja, kao posljedica prirodno-geografskih obilježja, povijesnih događaja i procesa te suvremenih razvojnih trendova (Marinković, 2016).

### **2.3. Klasifikacija otoka**

Polazište u istraživanju heterogenosti hrvatskih otoka, a ujedno i osnova za klasifikaciju otoka, izrečeno je u radu prostornog ekonomista I. Šimunovića (1994), gdje autor naglašava kako su otoci daleko od zbirne imenice, odnosno da je svaki pojedini otok zaseban svijet ili manji univerzum s vlastitom cjelovitošću i odredivošću. Starc (1992) ističe da hrvatski otoci imaju mnoštvo zajedničkih karakteristika da bi ih se moglo nazvati regijom, ali i mnoštvo različitosti da zahtijevaju podjelu na manje regije, tj. subregionalizaciju. Jedna od najaktualnijih podjela hrvatskih otoka jest ona prema površini, pri čemu se otoci dijele na otoke ( $>1\text{km}^2$ ), otočiće ( $0,01-1\text{ km}^2$ ), hridi i grebene ( $<0,01\text{ km}^2$ ), a jednu je od najranijih klasifikacija otoka u Hrvatskoj prema površini iznio I. Rubić, prema kojoj se otoci dijele unutar četiri skupine: veliki, srednji i mali otoci te naseljeni otočići (Rubić, 1952, pretisak 2017; *Zakon o otocima*, NN 70/21).

Prema aktualnom Zakonu o otocima, hrvatski se otoci klasificiraju prema geografskom kriteriju i teritorijalnoj nadležnosti, udaljenosti od kopna te specifičnom položaju. Prema geografskom kriteriju i teritorijalnoj nadležnosti obalno-otočnih jedinica područne (regionalne) samouprave, hrvatski se otoci razvrstavaju na sedam područja, koja redom obuhvaćaju otoke

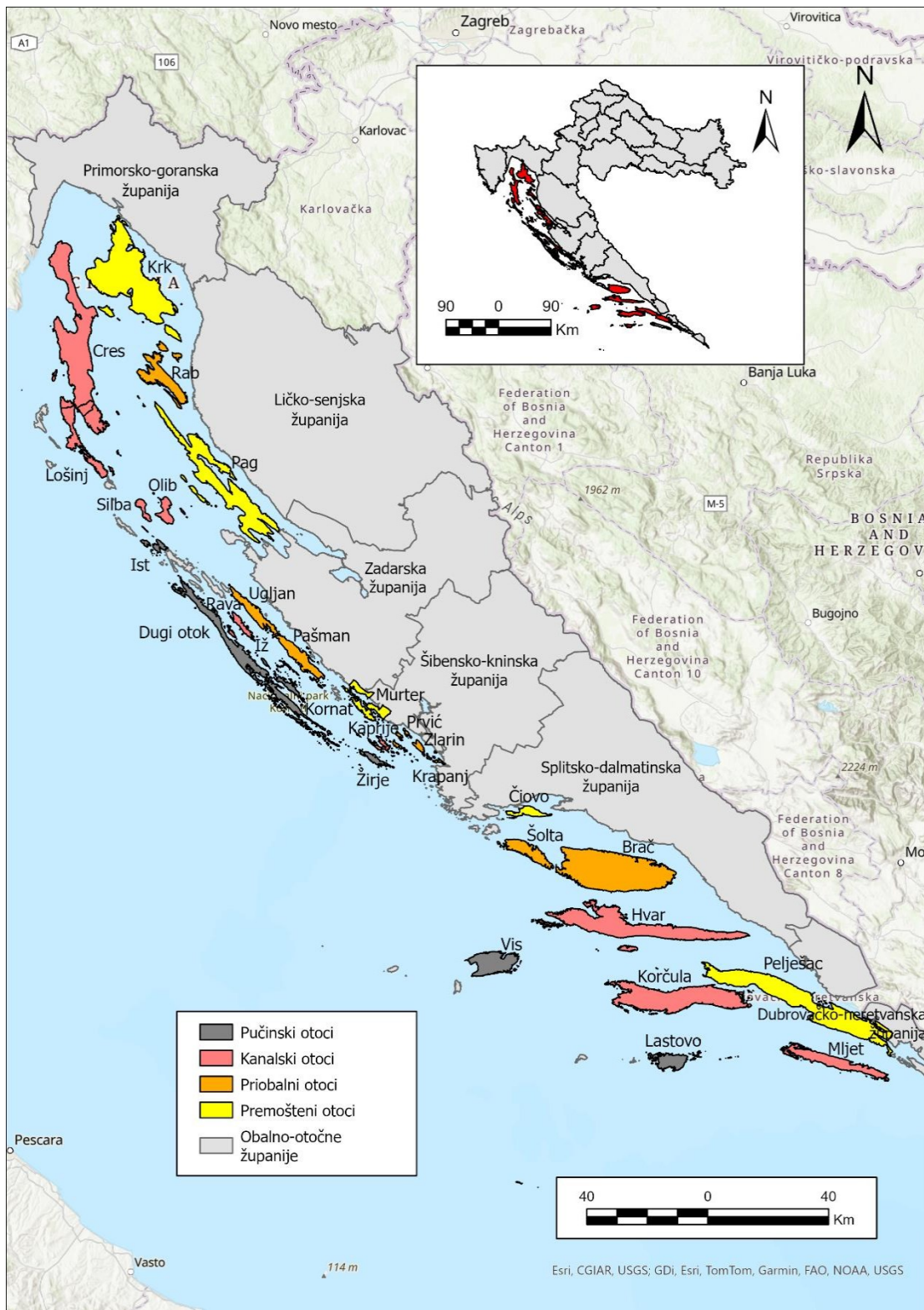
sljedećih županija: I. Istarske, II. Primorsko-goranske, III. Ličko-senjske - dio otoka Paga (Grad Novalja), IV. Zadarske, V. Šibensko-kninske, VI. Splitsko-dalmatinske, VII. Dubrovačko-neretvanske. Prema istom se Zakonu hrvatski otoci na temelju udaljenosti od kopna (sl. 3.) dijele na:

- 1) pučinske otoke – otoci najudaljeniji od kopna
- 2) kanalske otoke – otoci srednje udaljeni od kopna
- 3) priobalne otoke - otoci najbliži kopnu
- 4) premoštene otoke – otoci mostom spojeni s kopnom

Nadalje, otoci sa specifičnim položajem<sup>5</sup> odnose se na otoke ili otočne dijelove čije se sjedište jedinice lokalne samouprave nalazi na drugom otoku ili na kopnu.

---

<sup>5</sup> Otoci i dijelovi otoka sa specifičnim položajem: Vele Srakane, Male Srakane, Ilovik, Susak, Unije, Cres – dio, Premuda, Rava, Ist, Iž, Molat, Silba, Škarda, Olib, Babac, Zverinac, Lavdara, Vrgada, Ošljak, Rivanj, Sestrunj, Prvić, Kaprije, Krapanj, Zlarin, Žirje, Žuto-sitsko otočje, Kornat, Kornatsko otočje, Čiovo – dio, Drvenik Veli, Drvenik Mali, Pakleni otoci, Šćedro, Svetac/Sveti Andrija, Biševo, Budikovac Veli, Prežba, Sušac, Vrnik, Koločep, Šipan, Jakljan, Lokrum, Lopud (*Zakon o otocima*, NN 70/21)



Sl. 3. Otoci prema udaljenosti od kopna<sup>6</sup>

Izvor: *Zakon o otocima*, NN 70/21; DGU, 2022

<sup>6</sup> Radi preglednosti, na kartografskom prilogu uključeni su samo nazivi otoka prostora istraživanja (oznaka HOP 2007. – 2023.)

Unutar dosadašnjih znanstvenih promišljanja, izdvajaju se tri osnovna pristupa klasifikaciji hrvatskog otočnog prostora: prema prirodno-geografskim obilježjima, prema demografskim obilježjima te na temelju nodalno-funkcionalnog kriterija, a postoje i primjeri klasifikacije hrvatskih otoka koji istovremeno uključuju veći broj obilježja, kriterija ili faktora (Marinković, 2016). Geografski, N. Starc (1992) izdvaja istarsku, kvarnersku, sjevernodalmatinsku, srednjodalmatinsku i južnodalmatinsku otočnu skupinu, a promatrani otoci pripadaju svim navedenim otočnim skupinama osim istarske. Prema prostornim obilježjima, R. Zimmerman (1997) podijelio je naseljene hrvatske otoke na poluotoke i otoke povezane mostom, velike otoke (površine veće od 50 km<sup>2</sup>), srednje velike otoke (površine od 15 km<sup>2</sup> do 50 km<sup>2</sup>) te male otoke (površine od 1 km<sup>2</sup> do 15 km<sup>2</sup>) (Zimmerman 1997 prema Faričić i dr., 2009). Klasifikacija hrvatskih otoka prema različitim kriterijima omogućuje dublje razumijevanje otočnih specifičnosti i razvojnih potreba, s obzirom na činjenicu njihove izražene heterogenosti, zbog čega može poslužiti kao doprinos daljnjem promišljanju o planiranju i smjerovima otočnog razvoja (Marinković, 2020).

## **2.4. Razvoj otoka**

Razvoj hrvatskog otočnog prostora predstavlja jedan od ključnih elemenata nacionalne politike Republike Hrvatske, s obzirom na činjenicu da se otoci ističu geografskim, povijesnim, društvenim, ekonomskim i ekološkim specifičnostima proizašlih iz potpune okruženosti morem. Otoci, kao izolirani geografski prostori, stoga za sobom nose niz razvojnih izazova koji zahtijevaju sustavne napore kako bi se osigurale nove razvojne i ekonomske mogućnosti, što bi u konačnici pridonijelo ostvarenju najvažnijeg cilja – ostanku stanovništva na otočnim prostorima, povećanju njihovog ukupnog broja, kao i revitalizaciji života otočana (MRRFEU, n.d d; Starc, 2023).

Nacionalni program razvitka otoka iz 1997. godine postavio je temelje politike otočnog razvoja u Hrvatskoj, s fokusom na izjednačavanju životnih uvjeta i kvalitete života na otočnom i na kopnenom prostoru. Uvažavajući posebnosti hrvatskog otočnog prostora te ravnomjerni regionalni razvoj kao primarni cilj hrvatskih razvojnih politika, kroz Zakone o otocima, Republika Hrvatska je definirala institucionalni okvir i konkretne mjere koje pridonose održivom razvoju otoka, a ključne su inicijative usmjerene prema unaprjeđenju komunalne i društvene infrastrukture. Zakon o otocima uključuje konkretne mjere u funkciji gospodarske i

demografske obnove hrvatskih otoka, primjerice izjednačavanje cijene vode namijenjene za ljudsku potrošnju na otočnim prostorima koji nisu spojeni na sustav javne vodoopskrbe s cijenama na kopnenom prostoru, besplatan javni cestovni prijevoz na otocima za pojedine kategorije stanovništva, uklanjanje otpada s otoka i sl., a u novije se vrijeme promiče i održivi razvoj otoka putem projekata sukladno odrednicama Pametnog otoka, kao što su korištenje obnovljivih izvora energije, uvođenje novih tehnologija i sl. Uz Zakon o otocima, kao jedan od temeljnih dokumenata za razvoj otoka od nacionalnog značenja, ističe se i Nacionalni plan razvoja otoka 2021. – 2027., izrađen na temelju spomenutog Zakona. Nacionalni plan razvoja otoka utvrđuje provedbu ciljeva iz Nacionalne razvojne strategije Republike Hrvatske do 2030. godine te se ističe kao okvir za oblikovanje projekata, aktivnosti, mjera i programa koji se tiču otoka (MRRFEU, n.d a).

Razvijenost otoka ocjenjuje se otočnim razvojnim pokazateljima, prema kojima se stalno nastanjeni otoci mogu razvrstati unutar tri skupine: I. – nerazvijeni otoci; II. – manje razvijeni otoci; III. – razvijeni otoci, dok povremeno nastanjeni i nenastanjeni otoci ulaze u posebnu skupinu otoka koji se ne razvrstavaju unutar spomenutih skupina. U svrhu učinkovitijeg planiranja, usklađivanja i provođenja politike razvoja otoka, kao i u svrhu gospodarskog i fizičkog razvoja i društvene revitalizacije otoka, ustrojavaju se otočna prioritetna područja, u koja se ubrajaju otoci I. skupine prema razvijenosti te pučinski otoci i otoci sa specifičnim položajem (*Zakon o otocima*, NN 70/21).

Iako su pojedini otoci ostvarili značajan napredak u razvoju od početaka sustavnog ulaganja do današnjih vremena, potrebno je istaknuti da je i dalje nužno ulagati znatne napore u svrhu njihovog kontinuiranog razvoja. Unatoč postignućima, uvijek postoji prostor za unaprjeđenje i daljnje poboljšanje uvjeta i kvalitete života na otocima, što ukazuje na važnost nastavka ulaganja u razvoj otoka te provedbe razvojnih programa i projekata, čime će se podržati ne samo društvena i ekonomska stabilnost otočnih prostora, već će se pružati i temelji za očuvanje otočne prirodne i kulturne baštine, a time i njihove dugoročne održivosti. Stoga, investiranje u razvoj otoka ostaje jednim od ključnih prioriteta kako bi se osiguralo da otoci kao nacionalno bogatstvo državnog teritorija Republike Hrvatske budu zaštićeni, ostanu sačuvani te da prosperiraju u budućnosti (MRRFEU, n.d d).

### 3. „HRVATSKI OTOČNI PROIZVOD“ (HOP)

Označavanje otočnih proizvoda oznakom HOP, čiji je primarni cilj potaknuti proizvodnju izvornih i kvalitetnih proizvoda s hrvatskih otoka, kao projekt vizualnog označavanja otočnih proizvoda navedenom oznakom, s provedbom je započelo 2007. godine, u tadašnjem Ministarstvu mora, turizma, prometa i razvitka, a njegova se realizacija nastavila od 2012. godine u Ministarstvu regionalnoga razvoja i fondova Europske unije. U prosincu 2018. godine, kada je na snagu stupio novi Zakon o otocima, projekt „Hrvatski otočni proizvod“ (HOP) prelazi u Program „Hrvatski otočni proizvod“, čija se provedba ostvaruje kroz tri mjere koje su u međusobnoj korelaciji te se istovremeno odnose na nekoliko posebnih ciljeva (tab. 1.) (*Program HOP*, 2022). Program HOP usklađen je sa Zakonom o otocima, kao i Pravilnikom<sup>7</sup> donesenim na temelju navedenog Zakona (MRRFEU, n.d b). Dominantni je cilj Programa HOP potaknuti proizvodnju, plasman i promociju izvornih i inovativnih proizvoda s hrvatskih otoka, kao i očuvati otočnu tradiciju i baštinu. U sklopu navedenog cilja, Program nastoji pozicionirati oznaku HOP kao regionalnu oznaku, s ciljem jačanja identiteta otoka te njegove promocije, čuvanja baštine i tradicije te povećanja konkurentnosti otočne proizvodnje (*Program HOP*, 2022).

---

<sup>7</sup> Navedeni se Pravilnik, kao i u nastavku rada odnosi na Pravilnik o provedbi Programa „Hrvatski otočni proizvod“ u vezi s djelokrugom, brojem članova i sastavom stručnih povjerenstava za dodjelu oznake „Hrvatski otočni proizvod“, načinu vođenja evidencije subjekata kojima je dodijeljena oznaka „Hrvatski otočni proizvod“ i načinu provođenja kontrole nad korištenjem oznake „Hrvatski otočni proizvod“; unutar poglavlja 2.3. spominje se i Pravilnik o načinu vrednovanja zahtjeva za dodjelu bespovratnih financijskih sredstava, načinu rada te sastavu i broju članova povjerenstva za provedbu javnog poziva za promociju Programa HOP vezan uz promotivne aktivnosti Programa „Hrvatski otočni proizvod“

Tab. 1. Mjere i posebni ciljevi Programa HOP

<i>Mjera</i>	Posebni cilj
<b>1. Označavanje otočnih proizvoda oznakom HOP</b>	1. Poticanje gospodarskih aktivnosti otočnih subjekata te proizvodnje i distribucije otočnih proizvoda
	2. Osiguravanje i praćenje standarda kvalitete otočnih proizvoda
<b>2. Sufinanciranje troškova organizacije skupnih događanja koja pridonose ostvarenju ciljeva Programa HOP</b>	3. Promocija i jačanje vidljivosti Programa HOP
	4. Promocija otočne tradicije i identiteta otoka kao područja od posebnog interesa za Republiku Hrvatsku
<b>3. Sufinanciranje projekata i/ili programa promotivno-informativnog karaktera o Programu HOP</b>	3. Promocija i jačanje vidljivosti Programa HOP
	4. Promocija otočne tradicije i identiteta otoka kao područja od posebnog interesa za Republiku Hrvatsku

Izvor: Program HOP, 2022

### 3.1. Razvojna/planska dokumentacija i zakonska regulativa

#### 3.1.1. Zakon o otocima

Zakonom o otocima propisuje se način upravljanja razvojem, kao i zaštitom otoka i otočića Republike Hrvatske te poluotoka Pelješca, definira razvojna politika i tijela nadležna za usmjeravanje razvoja otoka. Nadalje, istim se Zakonom uređuje vrednovanje otočne razvijenosti, razvrstavanje otoka prema skupinama te praćenje i izvještavanje o provedbi otočne razvojne politike. Navedeni se Zakon sastoji od ukupno jedanaest dijelova, a unutar osmog dijela Zakona o otocima, koji se odnosi na gospodarski razvoj otoka, odnosno poticanje gospodarskih djelatnosti važnih za ekonomski rast otoka, kao jedna od važnijih komponenti

ističe se proizvodnja i prerada otočnih proizvoda s oznakom HOP. Donošenje Programa HOP, definiranje njegova cilja te procedura dodjele oznake propisana je odredbom članka 36. Zakona o otocima, dok je dodjela bespovratnih financijskih sredstava u svrhu sufinanciranja provođenja aktivnosti promocije Programa HOP uređena člankom 36. a. istog Zakona.

Na temelju Zakona o otocima, Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije dodjeljuje oznaku HOP otočnim proizvodima, kao i nematerijalnom dobru sa svrhom očuvanja identiteta i tradicije otoka sukladno Programu HOP. Odluku o raspisivanju Javnog poziva za dodjelu oznake „Hrvatski otočni proizvod“ (u daljnjem tekstu: Javni poziv – oznaka HOP) donosi ministar regionalnoga razvoja i fondova Europske unije. Također, ministar imenuje stručno Povjerenstvo za dodjelu oznake HOP za svaku pojedinu skupinu otočnih proizvoda (prehrambeni proizvodi, pića, kemijski proizvodi, primijenjena umjetnost i dizajn, nematerijalno dobro). Pravo podnošenja zahtjeva za dodjelu oznake HOP ostvaruju pravne i fizičke osobe koje obavljaju svoju djelatnost na otoku, a rješenje o podnesenim zahtjevima donosi MRRFEU na prijedlog stručnog povjerenstva te provodi kontrolu ispunjenja uvjeta.

Na temelju Zakona o otocima, Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije provedbom Javnog poziva za dodjelu bespovratnih financijskih sredstava za provedbu promotivnih aktivnosti Programa „Hrvatski otočni proizvod“ (u daljnjem tekstu: Javni poziv – promocija HOP) dodjeljuje i bespovratna financijska sredstva sa svrhom sufinanciranja provedbe aktivnosti promocije Programa HOP. Putem dodjele bespovratnih financijskih sredstava mogu se sufinancirati skupna događanja koja doprinose realizaciji ciljeva Programa HOP (manifestacije, sajmovi, konferencije, radionice, edukacije/seminari...) te projekti i/ili programi informativno-promotivnog karaktera o Programu HOP. Pravo podnošenja zahtjeva za dodjelu bespovratnih financijskih sredstava ostvaruju jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave, udruge, savezi udruga, javne ustanove, zadružni savezi te turističke zajednice, uz ispunjenje uvjeta propisanih Zakonom o otocima. Ministar regionalnoga razvoja i fondova Europske unije donosi odluku o raspisivanju Javnog poziva – promocija HOP, koji se objavljuje na mrežnim stranicama Ministarstva regionalnoga razvoja i fondova Europske unije te imenuje Povjerenstvo za njegovu provedbu. Na temelju Zakona o otocima određeno je kako rok za prijavu na Javni poziv – promocija HOP ne može biti kraći od petnaest dana od dana objave istog. Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije na prijedlog Povjerenstva donosi rješenja u upravnom postupku o podnesenim zahtjevima (*Zakon o otocima*, NN 70/21; *Program HOP*, 2022).



### **3.1.2. Nacionalni plan razvoja otoka 2021. – 2027.**

Nacionalni plan razvoja otoka za razdoblje od 2021. do 2027. godine srednjoročni je akt strateškog planiranja kojim se uređuje realizacija razvojnih ciljeva Republike Hrvatske za područje otoka. Unutar navedenog dokumenta, u sklopu razvojne domene Gospodarstvo, programskog područja Gospodarski razvoj i poduzetništvo, istaknuta je važnost promicanja izvornosti, kao i zaštita proizvoda s hrvatskih otoka kroz Program HOP i označavanje oznakom HOP. Zbog ograničenosti otočnih resursa, prioritet je učinkovito upravljanje tim resursima, kao i aktivnostima koje usklađuju tehnološka, ekonomska, socijalna i okolišna rješenja, što utječe i na lokalne gospodarske subjekte, gdje se dodjelom i valorizacijom oznake HOP navedene provedbene aktivnosti dodatne unaprjeđuju i upotpunjuju. Razvoj poduzetničkog i inovacijskog okruženja rezultirat će prepoznatljivim i kvalitetnim proizvodima, što će doprinijeti i jačanju gospodarskih aktivnosti, kao i povećanju konkurentnosti otočnog gospodarstva. Brendiranjem otočnih proizvoda i stvaranjem održivog turizma postaviti će se temelji promocije otočnih djelatnosti i sveukupnog potencijala lokalnog otočnog gospodarstva te osigurati veća prepoznatljivost izvornih i kvalitetnih otočnih proizvoda na tržištu. Programom HOP, na nacionalnoj se razini dodjelom oznake HOP prepoznaje i vrednuje potencijal hrvatskih otoka koji nije vezan isključivo za turizam, već i za izvornost otočnih proizvoda te očuvanje tradicionalnih, gospodarskih, društvenih i proizvodnih aktivnosti, čime se potiče samozapošljavanje otočnog stanovništva, kreativno poduzetništvo i zaštita okoliša, što daje dodatnu vrijednost kvaliteti života otočana. Uključivanje otočnih proizvoda u sustave kvalitete u velikoj mjeri pridonosi podizanju ugleda, kao i tržišne vrijednosti otočnih proizvoda (*Nacionalni plan razvoja otoka, 2021; Program HOP, 2022*).

### **3.1.3. Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine**

Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske za razdoblje do 2030. godine predstavlja krovni dokument i sveobuhvatni akt strateškog planiranja kojim se dugoročno usmjerava gospodarski i društveni razvoj unutar svih važnih pitanja za Republiku Hrvatsku. Navedeni se dokument temelji na gospodarskim potencijalima Republike Hrvatske, kao i razvojnim izazovima na regionalnoj, nacionalnoj, europskoj i svjetskoj razini. U svrhu postizanja ciljeva Strategije, važno je u središte staviti čovjeka, a svi dionici društva morat će zajednički djelovati s ciljem ostvarenja vizije Republike Hrvatske 2030. godine prema kojoj je

Hrvatska u 2030. godini konkurentna, inovativna i sigurna država s prepoznatljivim identitetom i kulturom, kao i država s očuvanim resursima, kvalitetnim životnim uvjetima i jednakim prilikama za sve. Program HOP usklađen je s Nacionalnom razvojnom strategijom Republike Hrvatske za razdoblje do 2030. godine, prema kojoj se osobita pozornost posvećuje daljnjem širenju i jačanju mogućnosti financiranja za male i srednje proizvođače, s fokusom na proizvodnji proizvoda veće dodane vrijednosti, kao i proizvodnji na otocima kao područjima s razvojnim posebnostima. S ciljem dodatnog oživljavanja gospodarstva i života na otocima, pozornost se usmjerava na proizvodnju i preradu hrane, turizam, digitalno gospodarstvo, dostupnost javnih usluga za sve otočane, obnovljive izvore energije te ribarstvo (*Nacionalna razvojna strategija*, 2021; *Program HOP*, 2022).

## **3.2. Označavanje otočnih proizvoda oznakom “Hrvatski otočni proizvod” (HOP) i rezultati dosadašnje provedbe**

### **3.2.1. Označavanje otočnih proizvoda oznakom HOP**

Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije dodjeljuje oznaku HOP za otočne proizvode (i nematerijalna dobra), u svrhu očuvanja otočne tradicije i identiteta sukladno Programu HOP, isključivo otočnim subjektima – fizičkim i pravnim osobama čije je sjedište na otocima, a istovremeno obavljaju svoju djelatnost na otocima. Grupe otočnih proizvoda za koje se oznaka HOP dodjeljuje jesu:

- a) prehrambeni proizvodi
- b) pića
- c) kemijski proizvodi
- d) (primijenjena) umjetnost i dizajn
- e) nematerijalno dobro

Izvršavanje procedure dodjele oznake HOP propisano je Pravilnikom, a provedba postupka dodjele spomenute oznake počinje raspisivanjem Javnog poziva za podnošenje zahtjeva za dodjelu oznake HOP, o čemu odluku donosi ministar regionalnoga razvoja i fondova Europske unije jedanput godišnje, uz objavu uputa za prijavitelje te pripadajućih obrazaca koje otočni subjekti prilažu prilikom prijave. Nadalje, administrativnu provjeru spomenute dokumentacije vrši MRRFEU, nakon čega, na temelju provjere usklađenosti

otočnog proizvoda s odredbama Pravilnika i Javnog poziva – oznaka HOP, dostavljene dokumentacije i stručne procjene proizvoda, stručno povjerenstvo daje mišljenje i izrađuje Prijedlog za dodjelu oznake HOP. Na osnovi spomenutog Prijedloga, Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije donosi rješenje o zahtjevu za dodjelu oznake HOP, koje se za otočni proizvod ili nematerijalno dobro otočnom subjektu izdaje na rok od pet godina. Označavanje proizvoda oznakom HOP provodi korisnik oznake, tj. otočni subjekt kojemu je Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije dodijelilo spomenutu oznaku, po donošenju rješenja i u skladu s knjigom grafičkih standarda. Evidenciju otočnih subjekata, tj. otočnih proizvoda i nematerijalnih dobara s oznakom HOP, kao i kontrolu nad korištenjem navedene oznake provodi MRRFEU (*Pravilnik o provedbi Programa HOP*, NN 139/2021). Figurativni prikazi oznake HOP evidentirani su unutar službene zbirke podataka o registracijama žigova kojom upravlja Državni zavod za intelektualno vlasništvo kao jamstveni žigovi, čiji je nositelj MRRFEU. Pri Državnom zavodu za intelektualno vlasništvo trenutno je registrirano pet žigova koji se odnose na „Hrvatski otočni proizvod“ (sl. 4.), a izgled oznake na otočnom proizvodu treba biti istovjetan jamstvenom žigu (MRRFEU, n.d b).

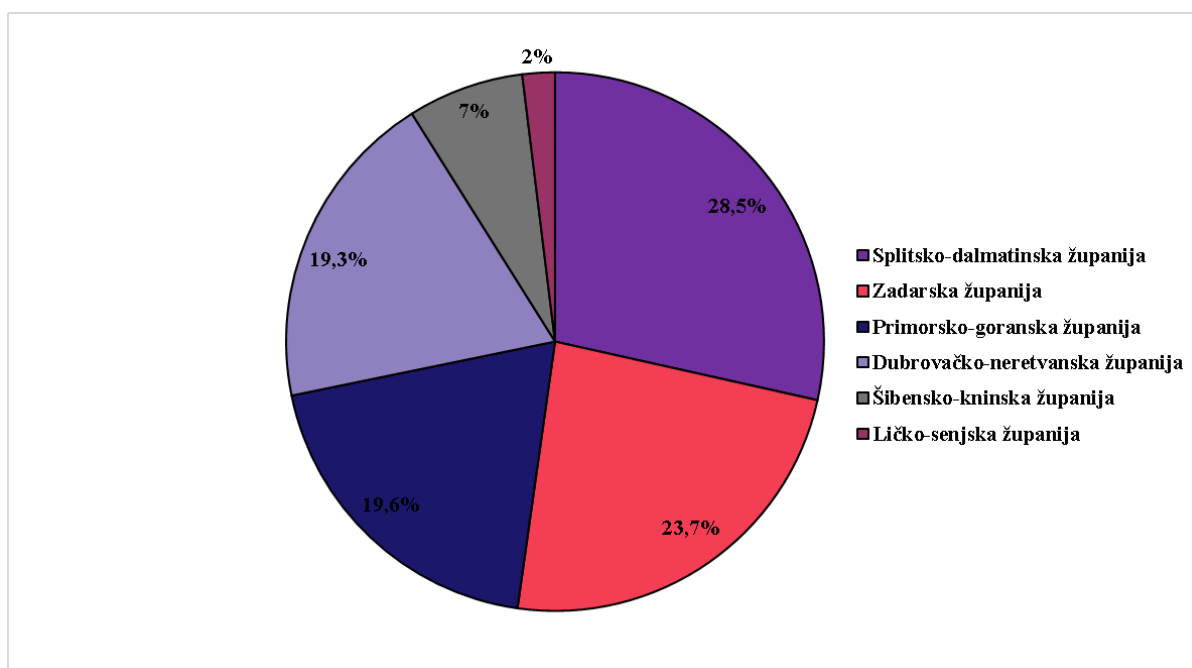


Sl. 4. Oznaka HOP – registrirani jamstveni žigovi pri Državnom zavodu za intelektualno vlasništvo

Izvor: *Program HOP*, 2022

### 3.2.2. Osvrt na rezultate dosadašnje provedbe (2007. – 2023.)

Program HOP od početka provedbe do danas u znatnoj je mjeri ostvario napredak u realizaciji postavljenih ciljeva, kao i u kontekstu proširenja opsega. Što se tiče označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP, pravo označavanja navedenom oznakom, za svoje je proizvode/proizvodne linije u promatranom razdoblju (2007. – 2023.) ostvarilo ukupno 358 otočnih subjekata za 1345 otočnih proizvoda/proizvodnih linija proizvedenih na 28 hrvatskih otoka (Brač, Cres, Čiovo, Dugi otok, Hvar, Ist, Iž, Kaprije, Korčula, Kornat, Krapanj, Krk, Lastovo, Lošinj, Mljet, Murter, Olib, Pag, Pašman, Prvić, Rab, Rava, Silba, Šolta, Ugljan, Vis, Zlarin, Žirje) te na poluotoku Pelješcu. Najveći je broj otočnih subjekata koji su stekli pravo označavanja otočnih proizvoda/proizvodnih linija navedenom oznakom s područja Splitsko-dalmatinske (102) te Zadarske županije (85), zatim iz Primorsko-goranske (70), Dubrovačko-neretvanske (69), Šibensko-kninske (25) te Ličko-senjske županije (7)<sup>8</sup> (sl. 5.).

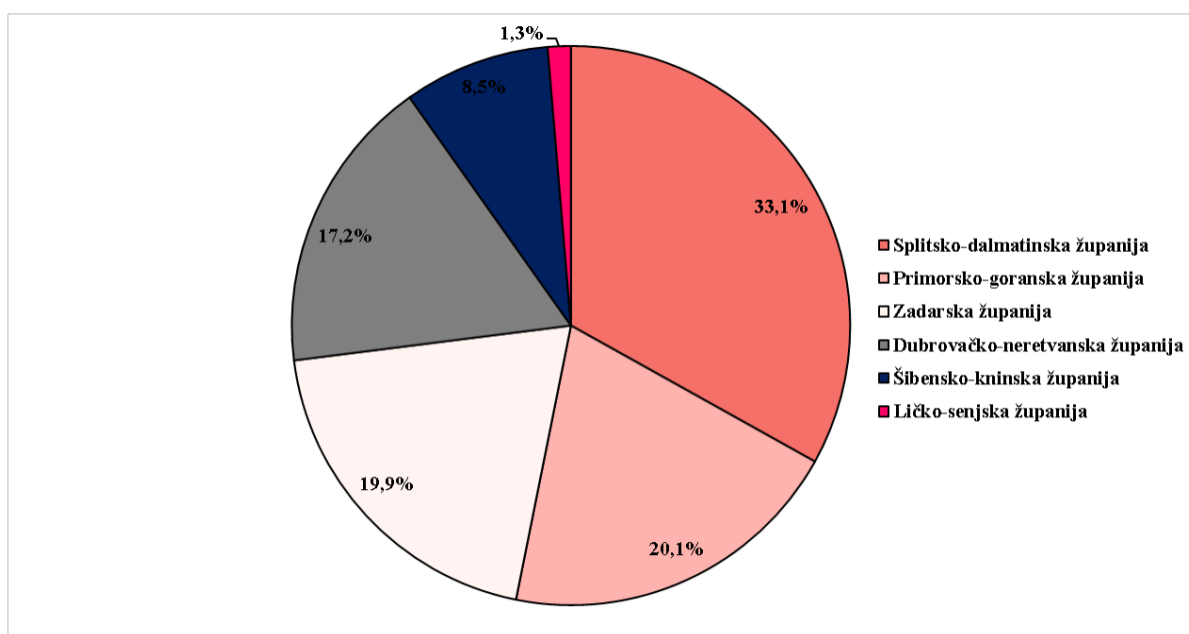


Sl. 5. Udio otočnih subjekata - dobitnika oznake HOP po obalno-otočnim županijama (2007. – 2023.)

Izvor: *Popis dobitnika oznake HOP, 2024*

<sup>8</sup> Podaci za Ličko-senjsku županiju, kao i u nastavku rada, odnose se na Grad Novalju na otoku Pagu, koji administrativno pripada Ličko-senjskoj županiji

Sukladno navedenom, najveći broj otočnih proizvoda/proizvodnih linija za koje su otočni subjekti ostvarili pravo označavanja oznakom HOP također je proizveden na teritoriju Splitsko-dalmatinske županije (445). Na drugom je mjestu Primorsko-goranska županija (270), a odmah iza nje slijedi Zadarska županija s razlikom od 0,22 %, odnosno tri otočna proizvoda/proizvodne linije manje (267). Nadalje, 231 otočni proizvod/proizvodna linija s oznakom HOP proizveden je na području Dubrovačko-neretvanske županije, nakon koje slijedi Šibensko-kninska županija sa 114 otočnih proizvoda/proizvodnih linija, dok je najmanji broj otočnih proizvoda/proizvodnih linija za koje su otočni subjekti dobili pravo označavanja oznakom HOP proizveden na području Ličko-senjske županije (18) (sl. 6.).



Sl. 6. Udio otočnih proizvoda/proizvodnih linija s oznakom HOP po obalno-otočnim županijama (2007. – 2023.)

Izvor: *Popis dobitnika oznake HOP, 2024*

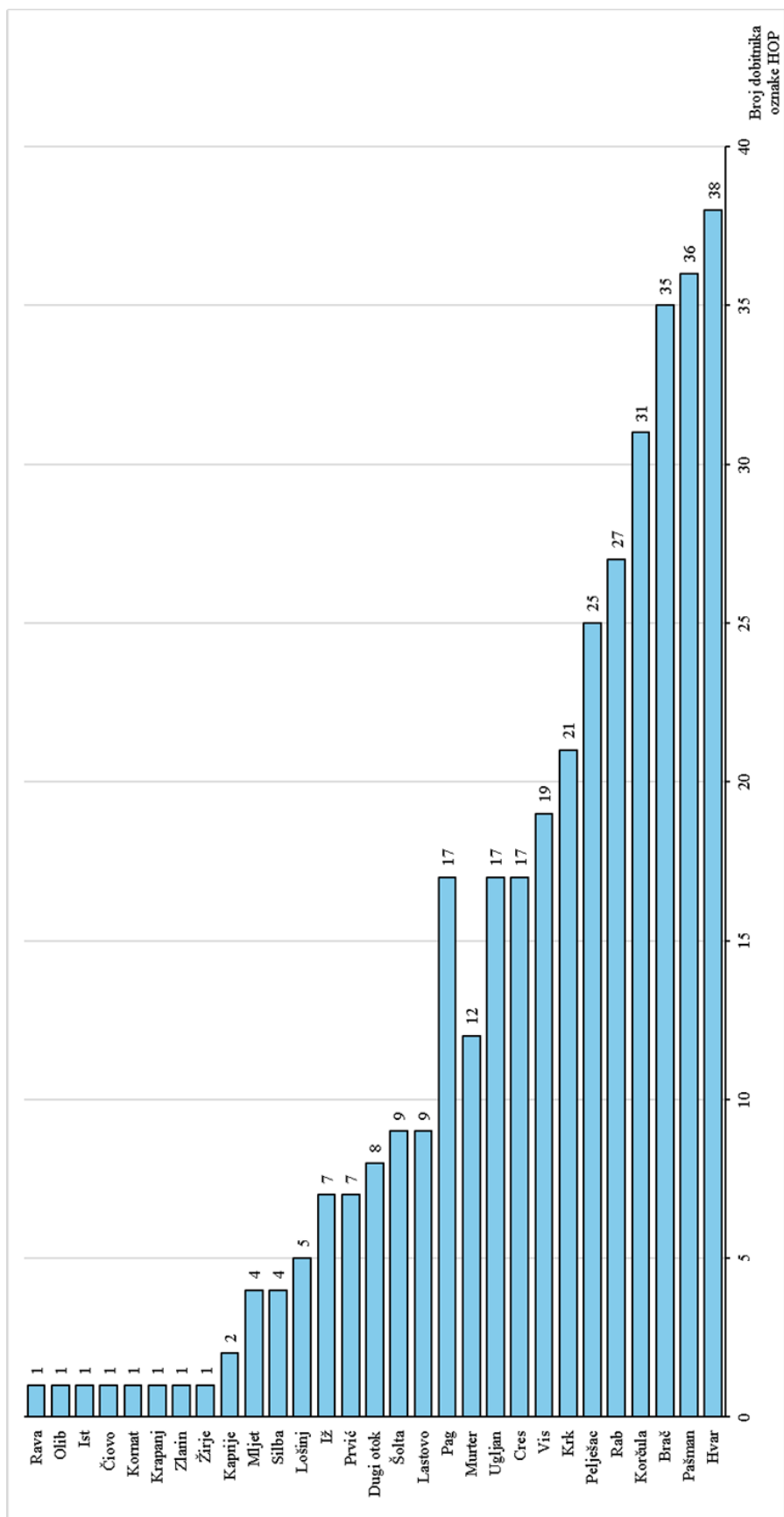
Analizirajući broj dobitnika oznake HOP, kao i broj otočnih proizvoda/proizvodnih linija s oznakom HOP po obalno-otočnim županijama, kao i prema pojedinačnim otocima Republike Hrvatske (sl. 7., sl. 8.) u razdoblju od početka provedbe označavanja do danas, primjetna je neuravnoteženost rezultata. Navedena se neujednačenost može pripisati raznolikošću otoka s različitim prirodno-geografskih i društveno-geografskih aspekata, što je u određenoj mjeri utjecalo i na formiranje mjerljivih čimbenika poput broja otoka u pojedinoj obalno-otočnoj

županiji, broja naselja na pojedinom otoku, ukupnog broja stanovnika ili gustoće naseljenosti pojedinog otoka i sl. (Marinković, 2020; *Program HOP*, 2022). Znanstvenici koji istražuju hrvatski otočni prostor uglavnom su mišljenja kako se otoci sastoje od istih elemenata kao i kopno, ali i kako otoci zajedno čine sustav različit od kopnenog (Starc, 1992). No, svaki pojedini otok predstavlja „svojevrsan svijet u malom“, s vlastitom odredivošću i cjelovitošću, odnosno *differentia specifica*<sup>9</sup> svakog pojedinačnog otoka, izražena u svim aspektima otočnog postojanja, uzrokuje njihovu raznolikost na svim prostornim razinama (Starc 1992 prema Marinković, 2020). Značajan utjecaj na interes i angažman otočnih subjekata u proizvodnji otočnih proizvoda i ostvarivanju prava njihova označavanja oznakom HOP imaju i regionalni razvojni faktori poput infrastrukturnih mogućnosti, a time i dostupnosti tržišta, što je također u skladu s prirodno-geografskim i društveno-ekonomskim obilježjima otočnog prostora. Pojedini veći otoci, kao i otoci koji su bliže obali, uspješnije rješavaju prometne izazove, što im omogućuje i jači razvoj otočne proizvodnje, a sukladno navedenom, takvi otoci uglavnom imaju i više proizvoda s oznakom HOP. Osjećaj izoliranosti i okruženosti morem pojačava se što je broj stanovnika na pojedinom otoku manji, što su infrastrukturne veze otoka slabije i što je otok prostorno udaljeniji od kopnenog prostora (Magaš, 1996). Proporcionalno tome, mogućnosti otočne proizvodnje također su ograničenije. Nadalje, otočna je prirodna osnova formirala uvjete za obavljanje gospodarskih djelatnosti, što također predstavlja jedan od ključnih faktora razvoja otočne proizvodnje (*Program HOP*, 2022). Nadalje, promatrajući nodalno-funkcionalnu organizaciju hrvatskog otočnog prostora, primjetan je sistem otočne gravitacije. Grad koji se ističe kao žarište ili pol rasta, lociran na otoku ili u najbližem kopnenom središtu, ima sposobnost vlastitog razvijanja, kao i razvijanja svoje okoline, s obzirom na činjenicu da koncentrira funkcije i na taj način veže određeni otok na sebe (Šimunović, 1994). U skladu s time, takvi otoci imaju i jače mogućnosti turističkog razvoja, jaču podršku lokalne zajednice i sl., što se također odražava na brojnost otočnih proizvoda s oznakom HOP. Analizom broja otočnih subjekata – dobitnika oznake HOP, kao i broja otočnih proizvoda/proizvodnih linija za koje su ostvarili pravo označavanja, od strane otočnih subjekata koji izrađuju/proizvode svoje proizvode na teritoriju Splitsko-dalmatinske, Zadarske i Primorsko-goranske županije primjetan je nešto veći interes za stjecanjem prava označavanja svojih proizvoda oznakom HOP, a na navedene županije otpada 71,79 % dobitnika navedene oznake, kao i 73,01 % otočnih proizvoda/proizvodnih linija s oznakom HOP. Kada je riječ o pojedinim otocima,

---

<sup>9</sup> Prema Hrvatskoj enciklopediji, *differentia specifica* (lat. vrsna razlika) pojam je iz filozofske struke, a označava ono po čemu se pojedini pojam razlikuje od drugih koji pripadaju istom najbližem rodnom pojmu (*Hrvatska enciklopedija*, n.d)

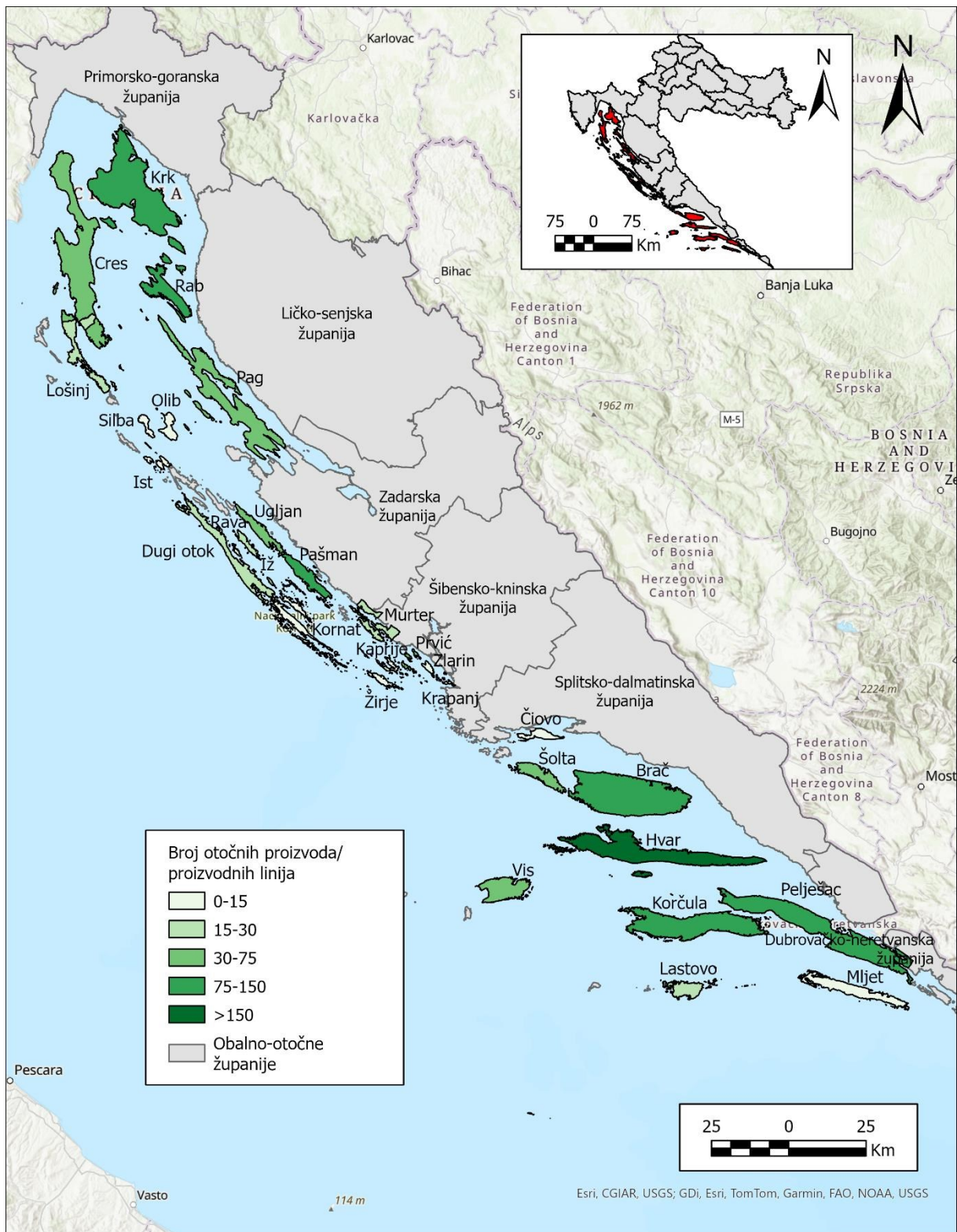
primjetno je kako veći i „popularniji“ otoci, s većim brojem stanovnika i pripadajućih naselja, povoljnijim infrastrukturnim mogućnostima, kao i uvjetima za gospodarsko iskorištavanje te položajem bliže kopnu, poput Hvara, Pašmana, Brača, Korčule i Raba, uglavnom imaju i veći broj otočnih proizvođača, što rezultira i većim brojem otočnih proizvoda, kao i dobitnika oznake HOP. S druge strane, manji otoci s manjim brojem pripadajućih naselja i stanovnika, a time i ograničenijim razvojnim mogućnostima, kao što su Rava, Olib, Ist, Čiovo, Kornat i sl. imaju ograničeniji broj otočnih proizvođača, što rezultira i manjim brojem otočnih proizvoda, kao i dobitnika navedene oznake.



Sl. 7. Broj otočnih subjekata - dobitnika oznake HOP po otocima (2007. – 2023.)

Izvor: *Popis dobitnika oznake HOP*, 2024





Sl. 8. Broj otočnih proizvoda/proizvodnih linija s oznakom HOP po otocima (2007. – 2023.)

Izvor: DGU, 2022; *Popis dobitnika oznake HOP*, 2024

### **3.3. Manifestacije otočnih proizvoda s oznakom „Hrvatski otočni proizvod“ (HOP) i ostale promotivne aktivnosti**

Opći cilj Programa HOP odnosi se na poticanje proizvodnje i plasmana, kao i promociju izvornih i inovativnih proizvoda s hrvatskih otoka te baštine i tradicije. U svrhu osiguravanja učinkovite provedbe općeg cilja Programa HOP, definirani su posebni ciljevi, koji između ostalog uključuju i posebni cilj 3, koji se odnosi na promociju i jačanje vidljivosti Programa HOP, a podrazumijeva aktivnosti sustavnog i kontinuiranog podizanja razine informiranosti te promoviranja Programa HOP u javnosti te posebni cilj 4, koji se odnosi na promociju tradicije i identiteta otoka kao područja od posebnog interesa za Hrvatsku, a uključuje mjere jačanja svijesti o važnosti brige o prirodnoj i kulturnoj baštini otoka te čuvanju otočnih vrijednosti i običaja. U skladu s navedenim, Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, na temelju Javnog poziva za dodjelu bespovratnih financijskih sredstava u svrhu provedbe promotivnih aktivnosti Programa HOP sufinancira provedbu istih. Spomenuti se Javni poziv provodi na temelju Zakona o otocima – članka 36.a, Programa HOP, kao i Pravilnika o načinu vrednovanja zahtjeva za dodjelu bespovratnih financijskih sredstava, načinu rada te sastavu i broju članova povjerenstva za provedbu javnog poziva za promociju Programa HOP (*Upute za prijavitelje*, 2024). Sukladno Javnom pozivu, prihvatljive aktivnosti jesu skupna događanja koja doprinose realizaciji ciljeva Programa HOP, a uključuju organizaciju manifestacija, sajмова, konferencija, radionica, edukacija/seminara i sl. te programi ili projekti koji imaju promotivno-informativni karakter o Programu HOP. Prihvatljivi prijavitelji na Javni poziv – promocija HOP su organizatori prijavljenog skupnog događanja, odnosno nositelji prijavljenog programa ili projekta, a mogu uključivati jedinice lokalne samouprave, jedinice područne (regionalne) samouprave, javne ustanove, udruge, saveze udruga, zadružne saveze te turističke zajednice, pod uvjetom da u okviru svoje djelatnosti promoviraju oznaku HOP, a ne obavljaju gospodarsku djelatnost (*Javni poziv*, 2024).

Među događanjima koja promoviraju oznaku HOP, kao i otočne proizvode s oznakom HOP, valja istaknuti nekoliko primjera, koji su ujedno i aktivni nositelji navedene oznake, a čiji su organizatori spomenuti u ovom potpoglavlju rada te na temelju ovogodišnjeg Javnog poziva ostvaruju pravo na dodjelu bespovratnih financijskih sredstava za sufinanciranje provedbe promotivnih aktivnosti Programa HOP. Natjecanjem pod nazivom Svjetsko prvenstvo u branju maslina, koje je i aktivni nositelj oznake HOP, promovira se otočno maslinarstvo te općina Postira kao atraktivna maslinarska destinacija, gdje se proizvodi prirodno maslinovo ulje visoke kvalitete, a osim natjecanja, održavaju se i izleti, degustacije i zabavne večeri, čime se

upotpunjuje doživljaj same općine, a uz razmjenu iskustava i druženja upoznaje se i tradicija maslinarstva različitih država (TZO Postira, n.d). Nadalje, Mala noćna regata predstavlja jednu od najdugovječnijih tradicija općine Postira, a održava se svakog ljeta u kolovozu, uz taktove Mozartove „Male noćne muzike“, po čemu je i dobila naziv te okuplja ponajbolje muzičare, kao i kormilare koji predstavljaju glavne aktere navedene sportsko-umjetničke priredbe koja se događa kao rezultat jedinstvenog prirodnog fenomena – noćne zračne struje poznate kao „gažul“, koja se tijekom ljetnih noći spušta s Vidove gore u postirsku luku, a navedena je manifestacija također aktivni nositelj oznake HOP (*Katalog proizvoda*, 2023; Dalić, 2023). Također, važno je istaknuti i Sajam otočnih proizvoda u organizaciji Turističke zajednice općine Tkon, koji se tradicionalno održava u Tkonu na otoku Pašmanu, za vrijeme manifestacije Škraping te u ljetnim mjesecima. Cilj je održavanja navedenog sajma poticanje razvoja otočne proizvodnje, očuvanje otočne tradicije i autohtonosti, ostanka mladih na otoku te brendiranje otočnih proizvoda kroz oznaku HOP, a sam sajam trenutno nema oznaku HOP (TZO Tkon, n.d a). Međunarodna treking i trail utrka Škraping jedinstvena je međunarodna treking utrka koja se održava po oštrom kamenju i gustom raslinju otoka Pašmana, zbog čega zahtijeva veliku vještinu te spada u vrstu ekstremnih sportova (sl. 9.). Zbog navedenog, spomenuta je utrka aktivni nositelj oznake HOP (TZO Tkon, n.d b).



Sl. 9. Tkon – otok Pašman, Škraping

Izvor: Škraping, 2023

Uz navedeno, Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije kroz Program HOP provodi i ostale promotivne aktivnosti poput uređivanja i tiskanja godišnjeg Kataloga

proizvoda s oznakom HOP (sl. 10.), tiskanja promotivnih materijala, medijskih objava, organizacije svečanih dodjela oznake HOP, podrške i pokroviteljstva nad događanjima kojima se promovira Program HOP i sl. (*Program HOP*, 2022).

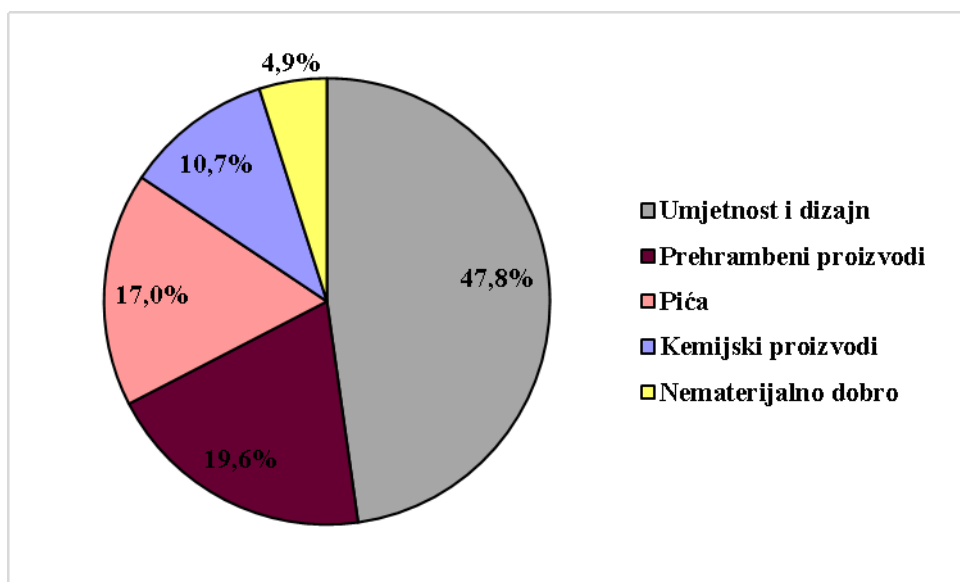


Sl. 10. Naslovna stranica kataloga otočnih proizvoda s oznakom „Hrvatski otočni proizvod“ (2020.-2023.)

Izvor: *Katalog proizvoda*, 2023

#### 4. AKTIVNI NOSITELJI OZNAKE „HRVATSKI OTOČNI PROIZVOD“ (HOP)

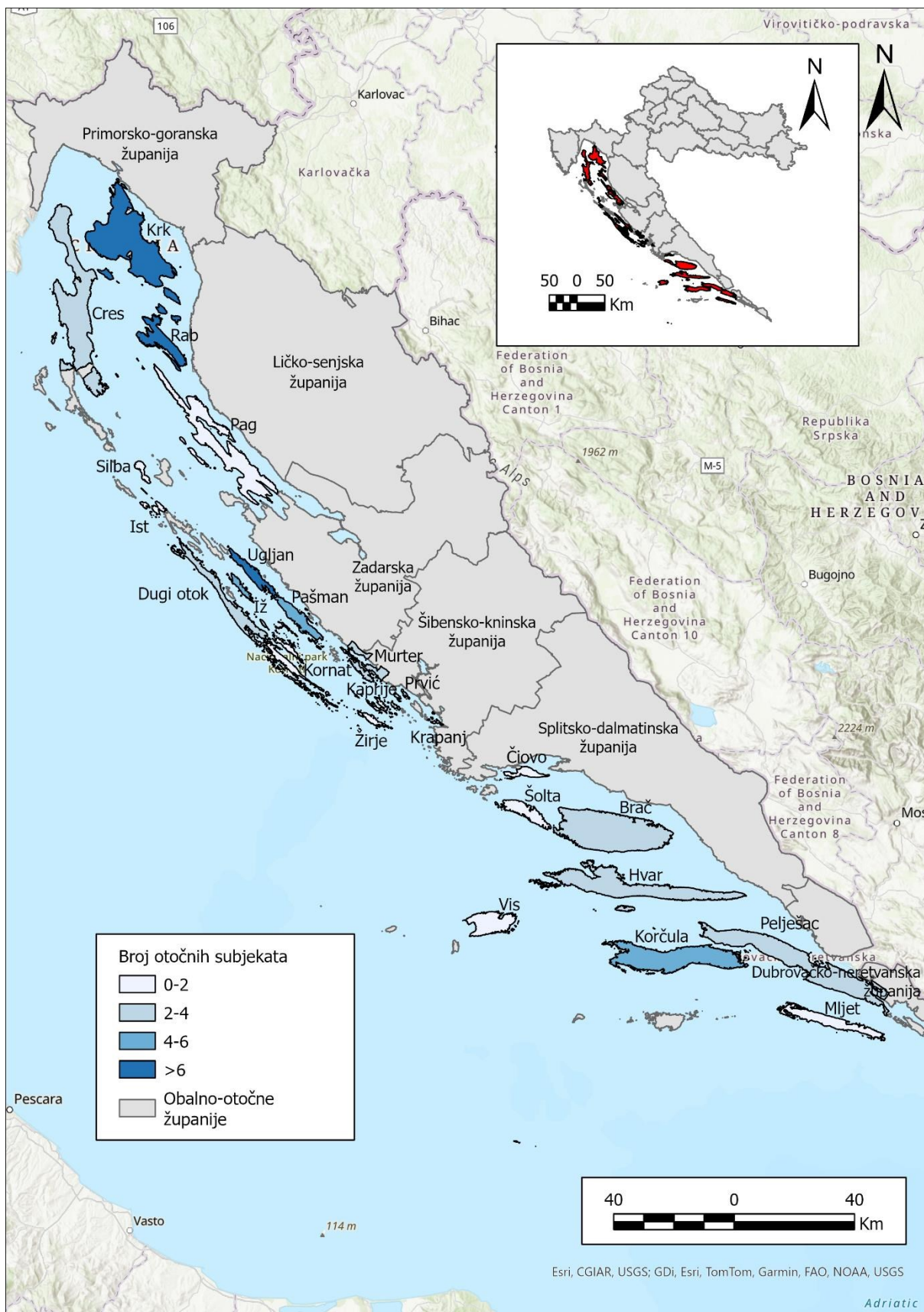
U ovom trenutku, aktivnih je nositelja, odnosno otočnih subjekata kojima je Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije dodijelilo oznaku HOP u razdoblju od 2020. do 2023. godine 76, a navedenu oznaku nosi ukupno 224 otočna proizvoda/proizvodne linije s 24 hrvatska otoka uključujući i poluotok Pelješac. Među spomenutim proizvodima, kao i prilikom razmatranja sveukupnih proizvoda s oznakom HOP od početka provedbe označavanja te onih koje izrađuju/proizvode ispitanici u anketnom upitniku, ističe se dominacija materijalnih otočnih proizvoda nad nematerijalnim dobrima. Kod aktivnih je nositelja oznake HOP, u skupini materijalnih otočnih proizvoda, najbrojnija kategorija primijenjena umjetnost i dizajn (107) te prehrambeni proizvodi (44), zatim slijede pića (38), dok su kemijski proizvodi najmanje zastupljeni (24). Nematerijalnih je dobara s oznakom HOP ukupno 11 (sl. 11.).



Sl. 11. Udio otočnih proizvoda/proizvodnih linija, aktivnih nositelja oznake HOP prema skupinama proizvoda

Izvor: HOP evidencija proizvoda i nositelja, 2023

Što se tiče prostorne distribucije otočnih subjekata, aktivnih nositelja oznake HOP, najviše ih je s otoka Ugljana (9) te Krka (8) dok je najmanji broj, odnosno po jedan aktivni nositelj oznake na sljedećim otocima: Žirje, Čiovo, Ist, Kaprije, Kornat, Krapanj, Mljet, Silba, Šolta, Vis (sl. 12.).



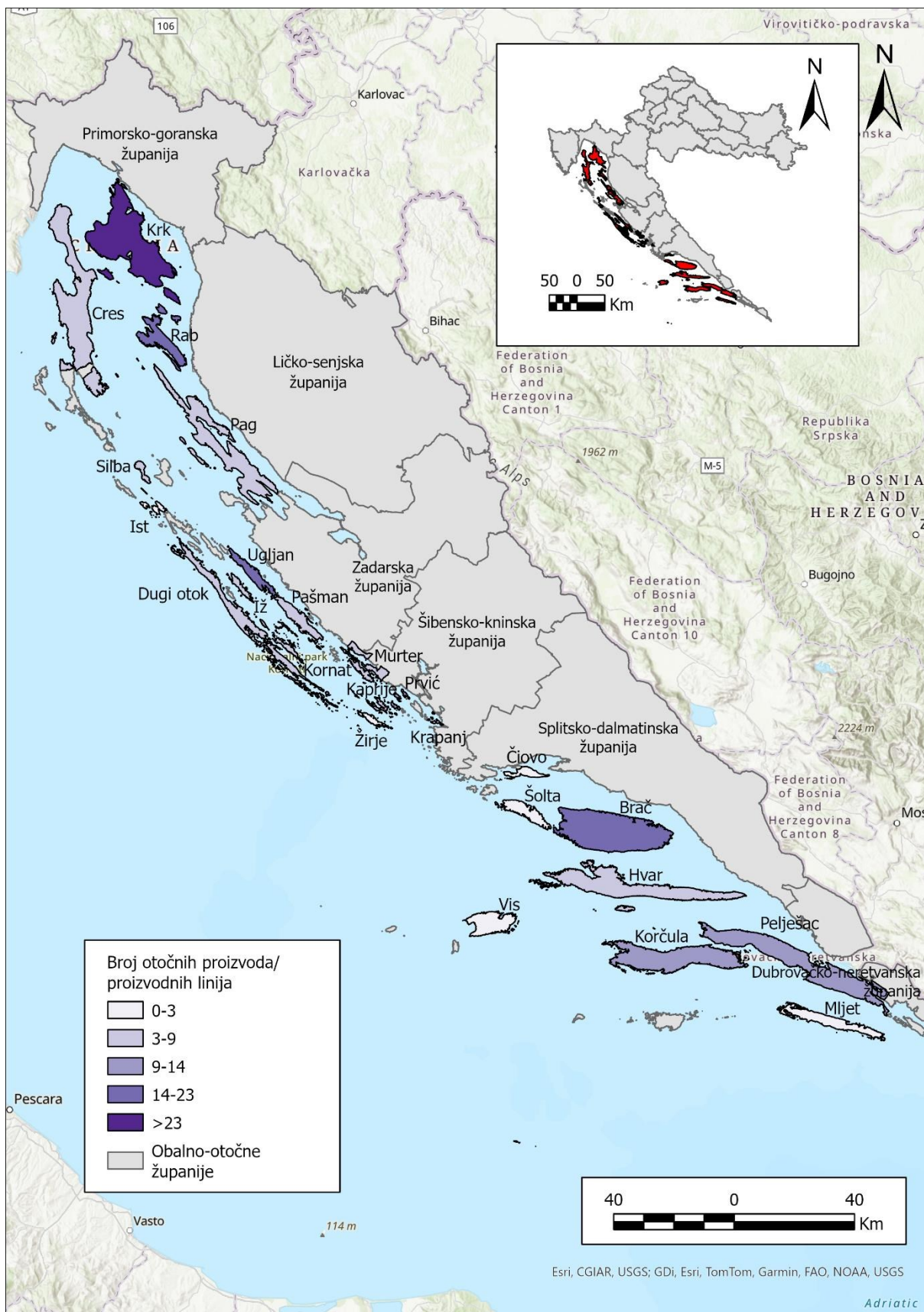
Sl. 12. Broj otočnih subjekata - aktivnih nositelja oznake HOP po otocima

Izvor: DGU, 2022; HOP evidencija proizvođača i nositelja, 2023

Nadalje, promatrajući broj otočnih proizvoda/proizvodnih linija s oznakom HOP, najveći je broj navedenih proizvoda izrađen/proizveden na otoku Krku (49), zatim na Rabu (23) te na otocima Ugljanu (21) i Braču (21). S druge strane, najmanje je otočnih proizvoda/proizvodnih linija koji trenutno imaju oznaku HOP izrađeno/proizvedeno na otocima Visu, Mljetu, Šolti, Krapnju te Čiovu – po jedan otočni proizvod/proizvodna linija (sl. 13.).

Brojnost otočnih proizvoda/proizvodnih linija po otocima odgovara broju otočnih subjekata na navedenim otocima. Iako brojnost otočnih subjekata – trenutno aktivnih nositelja oznake HOP, kao i njihovih otočnih proizvoda/proizvodnih linija po otocima u određenoj mjeri odstupa od prethodno analiziranog ukupnog broja dobitnika oznake HOP, kao i otočnih proizvoda/proizvodnih linija s navedenom oznakom u razdoblju od početka provedbe označavanja, odnosno poredak otoka se razlikuje, vidljivo je kako i dalje vrijede iste zakonitosti. Broj je aktivnih nositelja oznake i njihovih otočnih proizvoda, u skladu, osim s objektivnim faktorima poput veličine otoka, broja naselja i stanovnika te gustoće naseljenosti pojedinog otoka, i s klasifikacijom otoka prema udaljenosti od kopna. Spomenuti otoci s najvećim brojem otočnih subjekata - aktivnih nositelja oznake, kao i proizvoda/proizvodnih linija s oznakom HOP pripadaju skupini priobalnih otoka – otoka najbližih kopnu, dok je otok Krk mostom povezan s kopnom (premošteni otoci), što dodatno olakšava pristup otoku, a time i otočnu proizvodnju. Nadalje, spomenuti otoci s najmanjim brojem aktivnih nositelja oznake HOP i njihovih otočnih proizvoda, uglavnom su manje površine i broja stanovnika i naselja, a prema udaljenosti od kopna najviše ih se ubraja u skupinu pučinskih te kanalskih otoka, odnosno otoka najudaljenijih ili srednje udaljenih od kopna.

Kao i kod analize ukupnog broja dobitnika oznake HOP i njihovih otočnih proizvoda (2007. – 2023.) vidljivo je kako otoci veće površine i „popularnosti“, s većim brojem naselja i stanovnika te povoljnijim gospodarskim i infrastrukturnim uvjetima i smještajem bliže kopnu uglavnom imaju veći broj otočnih proizvođača, a time i veći broj otočnih proizvoda/proizvodnih linija s oznakom HOP. Nadalje, otoci manje površine, s manjim brojem naselja i stanovnika, smješteni daleko od kopnenog prostora, imaju ograničenije mogućnosti razvoja s obzirom na činjenicu da se suočavaju s izraženijim infrastrukturnim i ekonomskim izazovima, što generira i manji broj otočnih proizvođača i proizvoda/proizvodnih linija označenih oznakom HOP.



Sl. 13. Broj otočnih proizvoda/proizvodnih linija s oznakom HOP – aktivni nositelji

Izvor: DGU, 2022; HOP evidencija proizvoda i nositelja, 2023



## **5. REGIONALNE OZNAKE KVALITETE I NEOBVEZNI SUSTAV OZNAČAVANJA (OTOČNIH) PROIZVODA U NEKIM DRŽAVAMA EUROPSKE UNIJE**

### **5.1. Regionalne oznake kvalitete**

Uvođenje regionalnih oznaka kvalitete i neobveznih sustava označavanja proizvoda predstavlja značajan korak u promicanju zaštite i autentičnosti domaćih, tradicionalnih proizvoda pojedine države, s ciljem održivosti i povećanja lokalne proizvodnje. Navedeno je označavanje prepoznato kako na teritoriju Republike Hrvatske, tako i u mnogim drugim državama Europske unije, kao važno marketinško sredstvo koje može značajno doprinijeti prepoznatljivosti i konkurentnosti domaćih proizvoda na domaćem i inozemnom tržištu. Istovremeno, navedene oznake potiču lojalnost potrošača, stvarajući vezu između proizvoda i identiteta određene regije ili države. Na teritoriju Republike Hrvatske, u kontekstu regionalnog sustava označavanja proizvoda, sve veću prepoznatljivost stječu regionalne oznake poput Lika Quality te Istrian Quality (Živoder, 2022). Oznaka Lika Quality (sl. 14.) predstavlja cjeloviti regionalni sustav kvalitete hrane, pića i suvenira proizvedenih na području Lika destinacije koja uključuje dijelove Ličko-senjske, Zadarske i Karlovačke županije, tvoreći prirodno zaokruženu cjelinu. Kroz strogu selekciju, ova oznaka dodjeljuje se proizvodima koji zadovoljavaju visoke standarde kvalitete i tradicije, a unutar sustava Lika Quality nalazi se 64 proizvođača te sustav ukupno broji 174 proizvoda u 11 kategorija. Oznaka Lika Quality zaštićena je unutar Državnog zavoda za intelektualno vlasništvo kao jamstveni žig, a nastala je s ciljem jačanja prepoznatljivosti i promocije Like kao vrhunske gastro-destinacije, kao dio petogodišnjeg projekta INTEGRA LIKA 2020. Znak Lika Quality, čiji je nositelj Lokalna akcijska grupa Lika, osmišljen je kao spoj tradicionalne ličke kape s međunarodnom oznakom kvalitete, slovom Q (Lika Destination, n.d; Arbanas i Pezelj, 2021). Istrian Quality (IQ) regionalna je oznaka kvalitete za natprosječno kvalitetne proizvode i usluge s područja Istarske županije, nastalih kao rezultat istarske tradicije, razvojno-istraživačkog rada, invencije i inovacija, a razvila ju je Istarska razvojna agencija. Program evaluacije i dodjele oznake IQ ima za cilj podizanje kvalitete istarskih proizvoda, poticanje inovacija i kreativnosti, promoviranje istarske županije i identiteta te sustavno educiranje i pružanje podrške nositeljima oznake, kao i povezivanje institucija sa zajedničkim ciljem iskorištavanja turističkog potencijala Istarske županije putem brendiranja. U svrhu pristupanja procesu brendiranja na sustavan način, izrađeni su i usvojeni pravilnici o dodjeli oznake IQ za ekstra djevičansko maslinovo ulje, vina (Malvazija istarska i Teran), istarski pršut, med, jaka alkoholna pića te istarski češnjak (IDA, n.d). Predstavljene

regionalne oznake kvalitete pokazuju mnoštvo sličnosti, kao i jednaki smjer razvoja s oznakom kvalitete HOP, s obzirom na činjenicu da promoviraju kvalitetu i izvornost lokalnih proizvoda, ističući ih kao prepoznatljive simbole pojedine regije ili otoka. Nadalje, navedene oznake jamče visoku razinu kvalitete proizvoda proizvedenih sukladno strogim standardima, čime štite lokalnu baštinu i identitet. Osim toga, oznake pružaju potporu za promociju i plasman proizvoda na turističkom tržištu, pridonoseći time širem cilju, gospodarskom razvoju regija (Lika Destination, 2024).



Sl. 14. Oznaka Lika Quality

Izvor: LAG LIKA, 2017

## **5.2. Neobvezni sustav označavanja (otočnih) proizvoda u nekim državama Europske unije**

S ciljem zaštite domaće proizvodnje, ponajprije poljoprivredne, velik broj država članica Europske unije razvio je neobvezne sustave označavanja prehrambenih i poljoprivrednih proizvoda. Važnost isticanja kvalitetnih proizvoda, kao i važnost jasne informacije o podrijetlu sirovina za potrošače prepoznata je u Sloveniji nacionalnom oznakom kvalitete „Izabrana kakovost“, a namijenjena je poljoprivredno-prehrambenim proizvodima posebnih svojstava, poput kvalitete sirovina, ekološki prihvatljive proizvodnje, dobrobiti životinja i sl. Navedenom se oznakom označavaju poljoprivredno-prehrambeni proizvodi proizvedeni i prerađeni u Sloveniji, koji su prošli stroge i redovite kontrole (MKGP, n.d). Različitim oznakama kvalitete domaćih proizvoda obiluje i Italija, a na temelju dostupnih informacija objavljenih na mrežnim stranicama talijanskih nadležnih institucija, jedna je od poznatijih oznaka kvalitete 100 % Made in Italy, koja potrošačima jamči talijansko podrijetlo i kvalitetu kupljenih proizvoda, a

certifikaciju je odobrilo i sufinanciralo talijansko ministarstvo nadležno za gospodarski razvoj. Proizvođači koji imaju oznaku 100 % Made in Italy prolaze kroz niz provjera kako bi potvrdili da se cijeli proizvodni ciklus odvija u Italiji, a označavanje slijedi smjernice postavljene u važećim talijanskim zakonima, odnosno navedena se oznaka dodjeljuje za proizvod ili robu koja se može odrediti kao proizvedena u Italiji u skladu s važećim zakonodavstvom i za koju se dizajn, planiranje, obrada te pakiranje provode isključivo na teritoriju Italije (100 % Made in Italy, n.d). Prema nekim autorima, navedena oznaka nije samo tek obična oznaka države podrijetla, već je postala prepoznatljiva marka s jasno definiranim identitetom te se određuje kao sinonim za kvalitetu i pouzdanost (Ricci i dr. 2019 prema Živoder, 2022). Nadalje, u kontekstu otočnosti, od država članica Europske unije valja istaknuti Irsku, u kojoj se neobvezno označavanje proizvoda provodi nekoliko godina, s obzirom na činjenicu da je na svjetskoj razini prepoznata kvaliteta i osebujnost irskih proizvoda, što proizlazi iz jedinstvenog otočnog položaja države. Na temelju informacija dostupnih na mrežnim stranicama, najpoznatija je oznaka kvalitete Bord Bia Quality, koja označava da je proizvod proizveden u skladu s potrebnim standardima osiguranja kvalitete, a zastava i oznaka Origin Ireland potvrđuju da je proizvod u cijelosti proizveden na teritoriju Irske. Oznaka kvalitete može se koristiti za crveno meso, perad, jaja, voće i povrće (Bord Bia, n.d). Nadalje, danska oznaka kvalitete "Ø-specialiteter®" razvijena je s ciljem promoviranja raznolikosti prirodnih uvjeta na malim danskim otocima, gdje se proizvodnja hrane može prilagoditi spomenutim uvjetima, čime se potencijalno promovira veća održivost. Otočni proizvodi označeni s "Ø-specialiteter®" posebne su kvalitete koja ih razlikuje od ostalih proizvoda na tržištu, a proizvođač može dobiti dopuštenje za korištenje oznake pod uvjetom ispunjavanja dva od tri kriterija, koji uključuju lokalnu nabavu sirovina na čiju se kvalitetu odražavaju specifični prirodni i/ili kulturni uvjeti, dokumentiranje da proizvodnja stvara radna mjesta na lokalnoj razini te opravdavanje tvrdnje kako je specifična kvaliteta proizvoda proizašla iz tradicionalnih ili inovativnih prilagodbi specifičnim prirodnim uvjetima lokaliteta (Siig Christensen ,n.d).

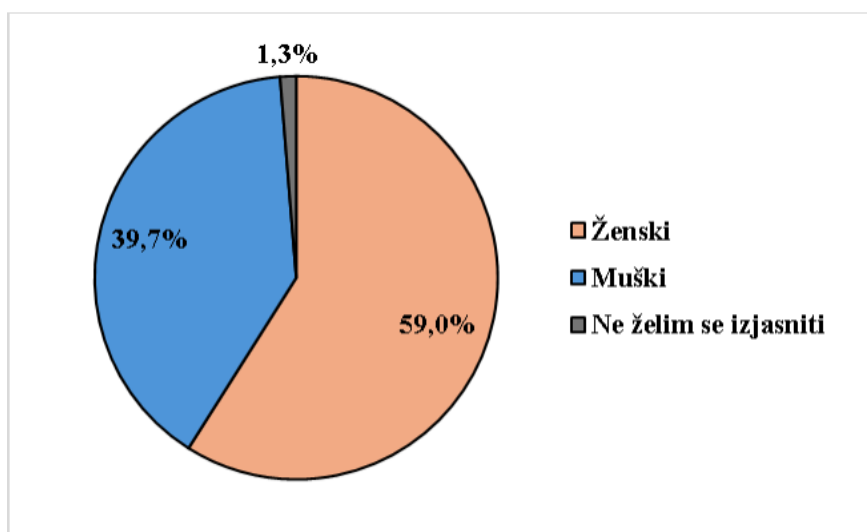
Neobvezni sustavi označavanja proizvoda, kako na prostoru Hrvatske, tako i u ostalim državama članicama Europske unije pružaju potrošačima uvjerenje o podrijetlu proizvodnje i prerade proizvoda u određenoj regiji ili državi, kao i kvaliteti i redovitoj kontroli proizvodnje (Živoder, 2022). Namjera je navedenog označavanja povećati opću vidljivost domaćih proizvoda, a u suvremenom razdoblju, sve značajniji utjecaj na izgradnju povjerenja potrošača u određeni brand imaju društveni mediji (Christou 2015 prema Živoder, 2022).

## 6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

### 6.1. Rezultati anketnog istraživanja

#### 6.1.1. Demografsko-socijalna obilježja ispitanika

U anketnom istraživanju sudjelovalo je 78 ispitanika – dobitnika oznake HOP u razdoblju od 2007. do 2023. godine. Od ukupnog broja anketiranih, 46 je ispitanika ženskog spola (59 %), 31 muškog spola (39,7 %), dok se jedan ispitanik nije želio izjasniti po pitanju spola (1,3 %) (sl. 15.). Analiza strukture ispitanika prema spolu ukazuje na nešto veći doprinos ženske populacije u uzorku, s 15 ispitanika više ili s 19,5 % većim udjelom žena u odnosu na muškarce<sup>10</sup>. U anketnim istraživanjima provedenim online često se primjećuje kako veći udio u uzorku čine žene, a navedenu je pojavu moguće pripisati češćem odbijanju ispunjavanja anketnog upitnika od strane muške populacije pod utjecajem različitih faktora, no nije posve jasan utjecaj osnovnog demografskog čimbenika poput spola na stopu odgovora na online anketu (Smith, 2008). S druge strane, pojedinim je istraživanjima utvrđeno kako razlike među stopama odgovora između muškaraca i žena mogu biti neznatne, što ovisi o tematici anketnog upitnika, kao i populaciji (Sax i dr., 2003), a prema S. R. Porter i W. E. Whitcomb (2005) značajniji su faktori sudjelovanja u online anketnim istraživanjima tip osobnosti te društveni angažman.

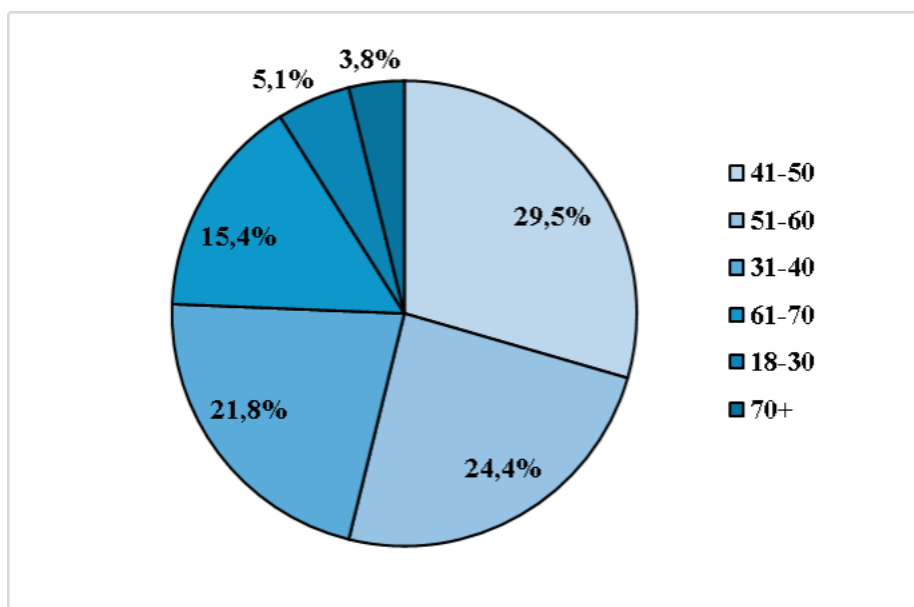


Sl. 15. Udio ispitanika prema spolu

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

<sup>10</sup> Prilikom navedene analize većeg doprinosa ženske populacije u uzorku isključen je jedan ispitanik koji u anketnom istraživanju nije izjasnio svoj spol

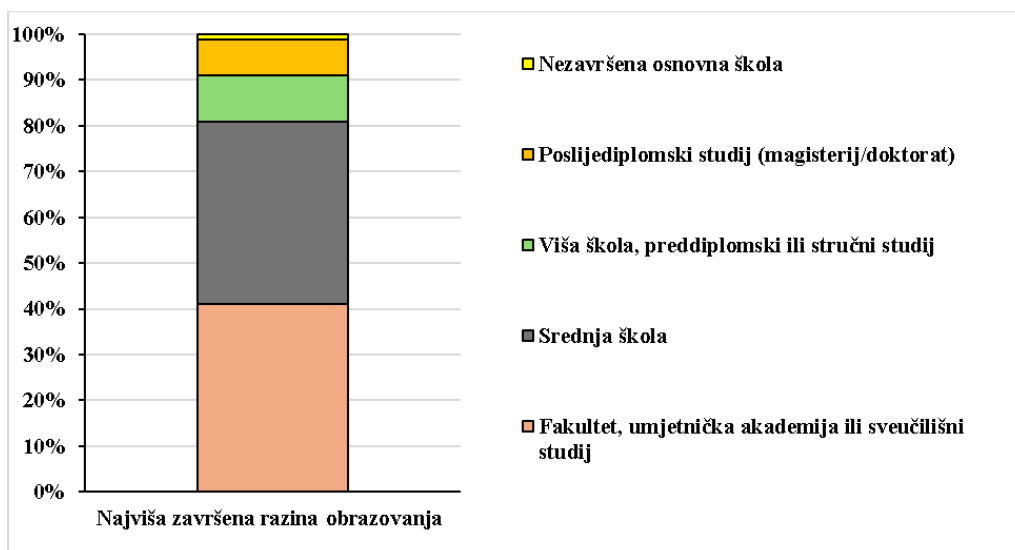
Analizirajući zastupljenost ispitanika prema dobnim skupinama, najviše je anketiranih unutar dobne skupine 41-50 godina (23), zatim 19 ispitanika pripada dobnoj skupini 51-60 godina, 17 ispitanika u dobnoj je skupini 31-40 godina, a 12 ispitanika pripadnici su dobne skupine 61-70 godina. Nadalje, unutar najmlađe (18-30 godina) i najstarije dobne skupine (više od 70 godina) primjetan je podjednak broj sudionika u anketnom istraživanju (sl. 16.). Na temelju navedene strukture ispitanika prema dobi, kao i podataka o dobnoj strukturi na istraživanim otocima iznesenih unutar potpoglavlja 1.4. ovog rada, moguće je donijeti određene zaključke. Sukladno dobnoj strukturi stanovništva promatranih otoka prema posljednjem popisu stanovništva iz 2021., najviše je ispitanika također srednje dobi, zatim slijede ispitanici starije dobi, dok su najmanje zastupljene mlade osobe. Nadalje, unutar dobne strukture stanovništva promatranih otoka, kao i dobne strukture sudionika u anketnom istraživanju primjetan je povećani udio stanovništva starije dobi. Objedinjavanjem posljednje dvije dobne skupine vidljivo je kako je anketni upitnik ispunilo 15 osoba starijih od 60 godina (19,2 %). U anketnom istraživanju, ipak, prevladava zrelo stanovništvo, što je u skladu s njihovom zaposlenošću/radnom sposobnošću i angažmanom u društvu, a time i većem stupnju korištenja interneta, odnosno emaila i društvenih mreža u usporedbi sa starim stanovništvom. Udio anketiranog zrelog stanovništva u skladu je s udjelom zrelog stanovništva na istraživanim otocima, dok je udio ispitanika starije dobi (starijih od 60 godina) manji nego u ukupnoj strukturi stanovništva prema dobi na otocima.



Sl. 16. Udio ispitanika prema dobnim skupinama

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

Što se tiče obrazovne strukture ispitanika, najviše ih je kao najvišu završenu razinu obrazovanja navelo fakultet, umjetničku akademiju ili sveučilišni studij (32; 41 %), ispitanika sa završenom srednjom školom bilo je 31 (39,1 %), dok je višu školu, preddiplomski ili stručni studij završilo 8 ispitanika (10,3 %). Poslijediplomski studij završilo je 6 ispitanika (7,7 %), a jedan ispitanik nema završenu osnovnu školu (1,3 %). Niti jedan ispitanik nije se izjasnio kako kao najvišu završenu razinu obrazovanja ima osnovnu školu (sl. 17.). Analitikom obrazovne strukture ispitanika primjetan je natpolovični udio visoko obrazovanih (46 ispitanika ili 59%). Stopa odgovora na online anketni upitnik u skladu je s najvišom završenom razinom obrazovanja ispitanika, odnosno online anketu ispunilo je znatno više visoko obrazovanih u odnosu na one s nižim stupnjem obrazovanja.



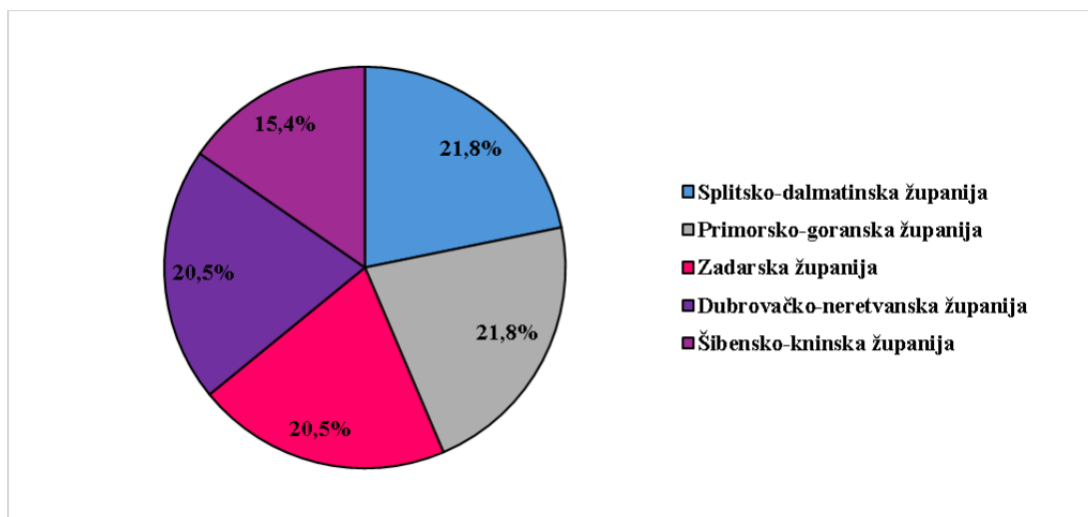
Sl. 17. Udio ispitanika prema najvišoj završenoj razini obrazovanja

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

### 6.1.2. Lokacija otočne proizvodnje i grupe otočnih proizvoda

Analizirajući strukturu anketiranih prema obalno-otočnoj županiji otočne proizvodnje, najveći broj ispitanika izrađuje/proizvodi svoje proizvode na teritoriju Splitsko-dalmatinske (17; 21,8 %) te Primorsko-goranske (17; 21,8 %) županije, zatim, također jednakim udjelom slijede ispitanici iz Zadarske (16; 20,5 %) i Dubrovačko-neretvanske (16; 20,5 %) županije, dok najmanje ispitanika izrađuje/proizvodi svoje proizvode na prostoru Šibensko-kninske županije (12; 15,4 %) (sl. 18.). Više od dvije trećine anketiranih (50; 64,1 %) svoje proizvode izrađuje/proizvodi na otocima Splitsko-dalmatinske, Primorsko-goranske te Zadarske županije.

Niti jedan od ispitanika koji izrađuju/proizvode svoje proizvode na prostoru Ličko-senjske županije nije odgovorio na anketni upitnik. Navedeni rezultati sugeriraju kako je geografska distribucija ispitanika prema obalno-otočnim županijama u skladu s ukupnom geografskom raspodjelom dobitnika oznake HOP u razdoblju 2007.-2023. po obalno-otočnim županijama, analiziranom unutar potpoglavlja 3.2. ovog rada.

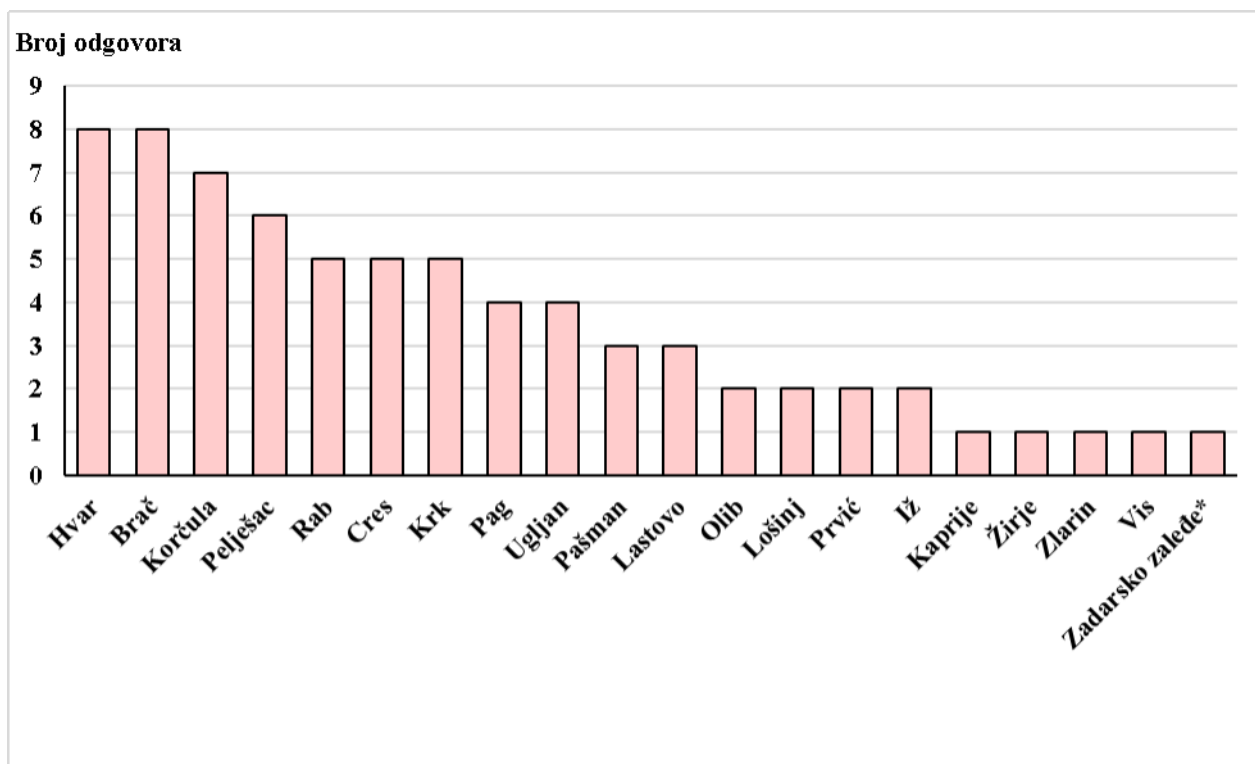


Sl. 18. Udio ispitanika prema obalno-otočnoj županiji otočne proizvodnje

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

Do sada su pravo označavanja svojih proizvoda/proizvodnih linija oznakom HOP ostvarili otočni subjekti koji izrađuju/proizvode svoje proizvode na ukupno 28 hrvatskih otoka te na poluotoku Pelješcu. Promatrajući strukturu ispitanika prema otocima proizvodnje primjetno je kako su na anketni upitnik odgovorili ispitanici s 20 otoka, što je 69% od ukupnog broja otoka s kojih su otočni subjekti ostvarili pravo označavanja svojih proizvoda. Najviše ispitanika izrađuje/proizvodi svoje proizvode na otoku Hvaru (8) te na Braču (8), zatim slijedi Murter (7) te Korčula (7), dok najmanje ispitanika izrađuje/proizvodi svoje proizvode na Visu (1), Zlarinu (1), Žirju (1) te Kapriju (1). Nadalje, jedan od ispitanika izrađuje/proizvodi materijalni otočni proizvod koji se zbog postojanja određenih tehničkih nemogućnosti izrađuje/proizvodi izvan otoka (Zadarsko zaleđe\*) (sl. 19., sl. 20.). Dobiveni rezultati odgovaraju činjenici heterogenosti otoka s različitih prirodno-geografskih i društveno-geografskih aspekata koji u međuovisnosti oblikuju gospodarsku strukturu otoka, a time i mogućnosti i privlačnost otoka za proizvodne aktivnosti. Prema nekim izvorima, kao temeljna odrednica dinamike i razvojnog dostignuća pojedinog otoka uzima se udaljenost od kopna (*Strategija prostornog uređenja RH 1997; Integralno upravljanje obalnim područjem 2014; Strategija prostornog razvoja RH 2015* prema

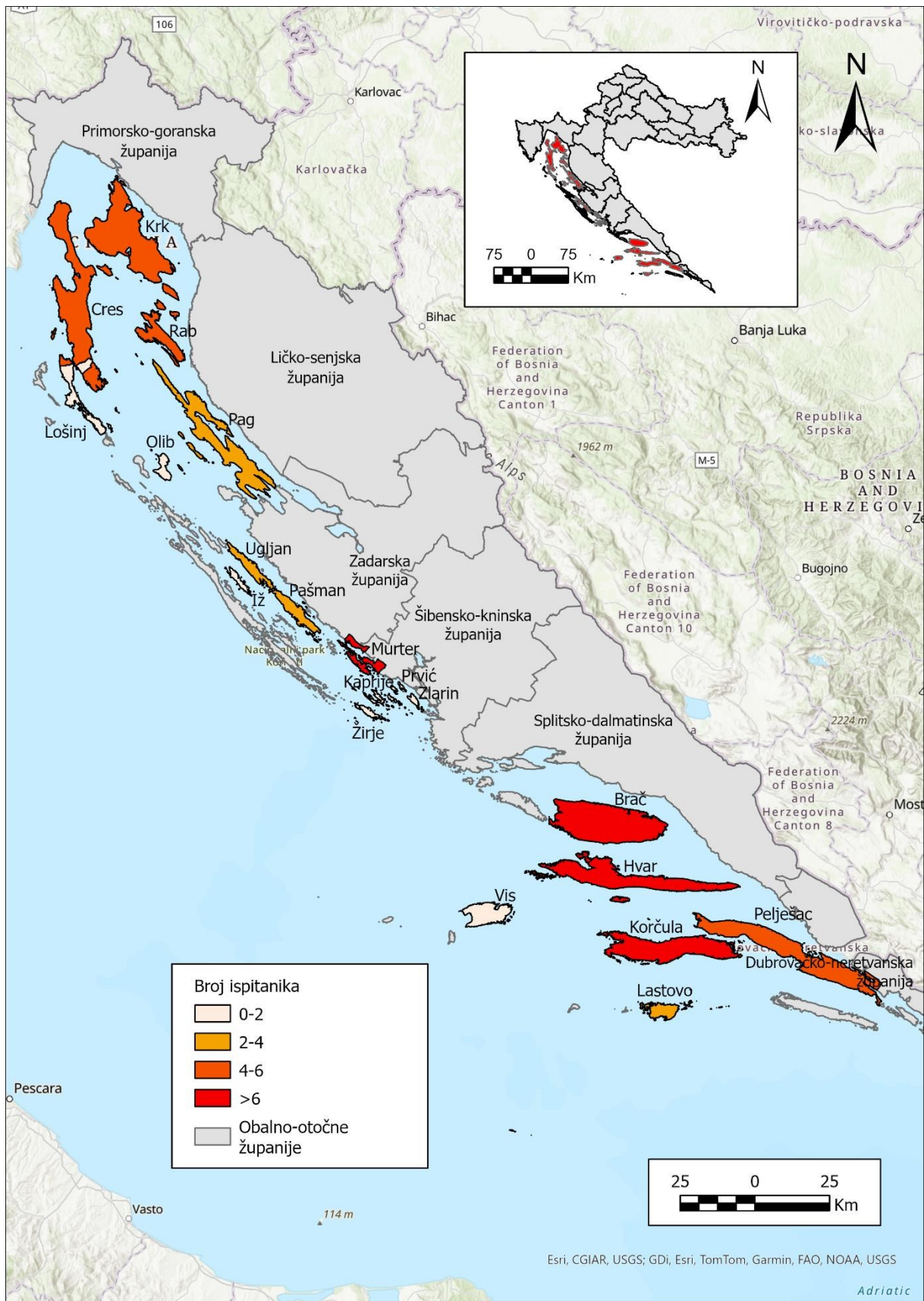
Marinković, 2016). Razmatrajući kategorizaciju otoka prema udaljenosti od kopna sukladno aktualnom Zakonu o otocima, na anketni je upitnik odgovorilo 5 ispitanika (6,4 %) koji izrađuju/proizvode svoje proizvode na pučinskim otocima (Lastovo, Žirje, Vis), zatim 28 ispitanika (35,9 %) izrađuje/proizvodi svoje proizvode na kanalskim otocima (Hvar, Korčula, Cres, Olib, Lošinj, Iž, Kaprije), 23 ispitanika (29,5 %) bavi se otočnom proizvodnjom na priobalnim otocima (Brač, Rab, Ugljan, Pašman, Prvić, Zlarin), dok na premoštenim otocima (Murter, Pelješac, Krk, Pag) svoje proizvode izrađuje/proizvodi 22 anketiranih (28,2 %) (sl. 21.).



Sl. 19. Broj ispitanika prema otoku na kojem izrađuju/proizvode svoje proizvode

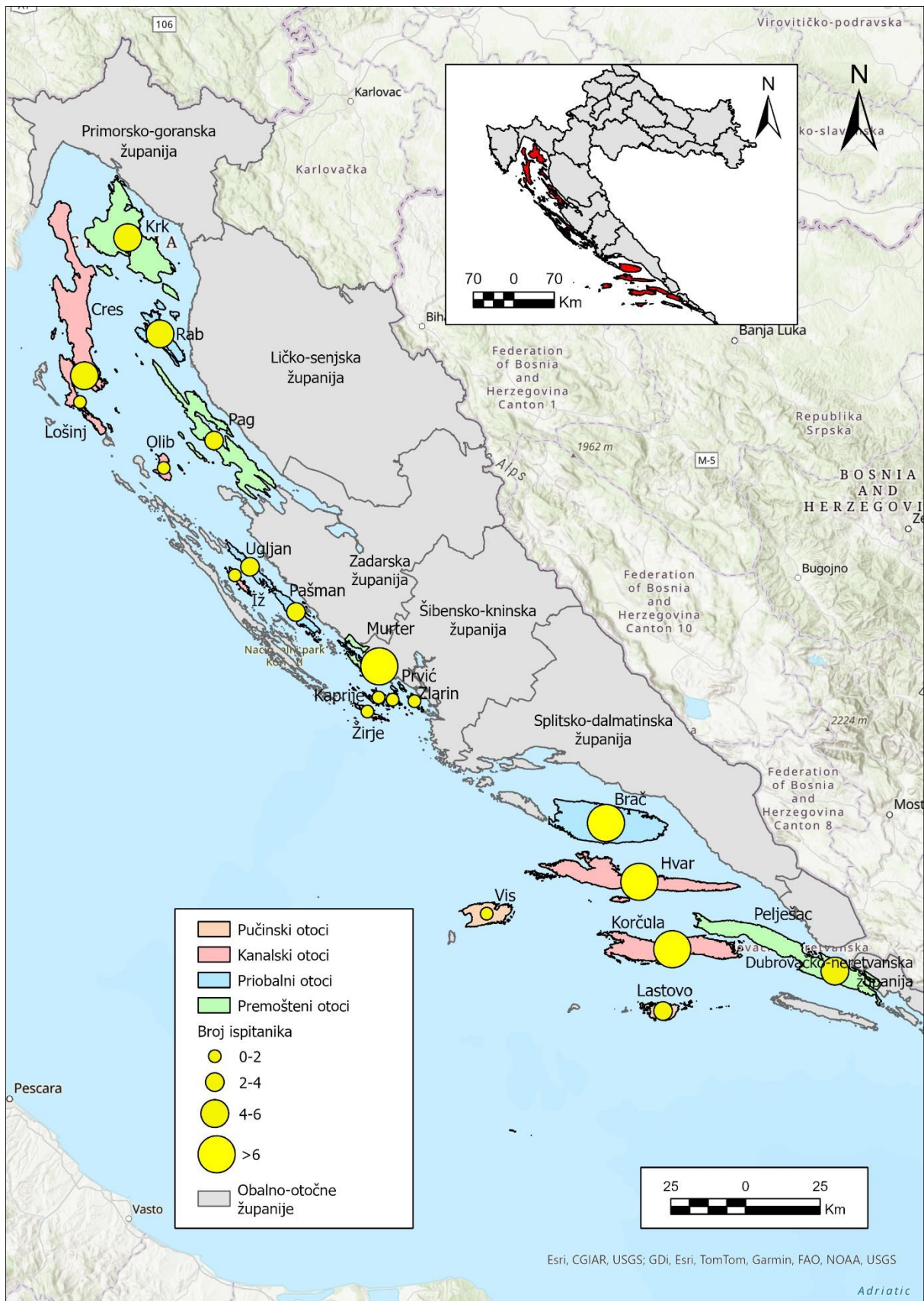
Izvor: Anketno istraživanje, 2024





Sl. 20. Broj ispitanika prema otoku na kojem izrađuju/proizvode svoje proizvode

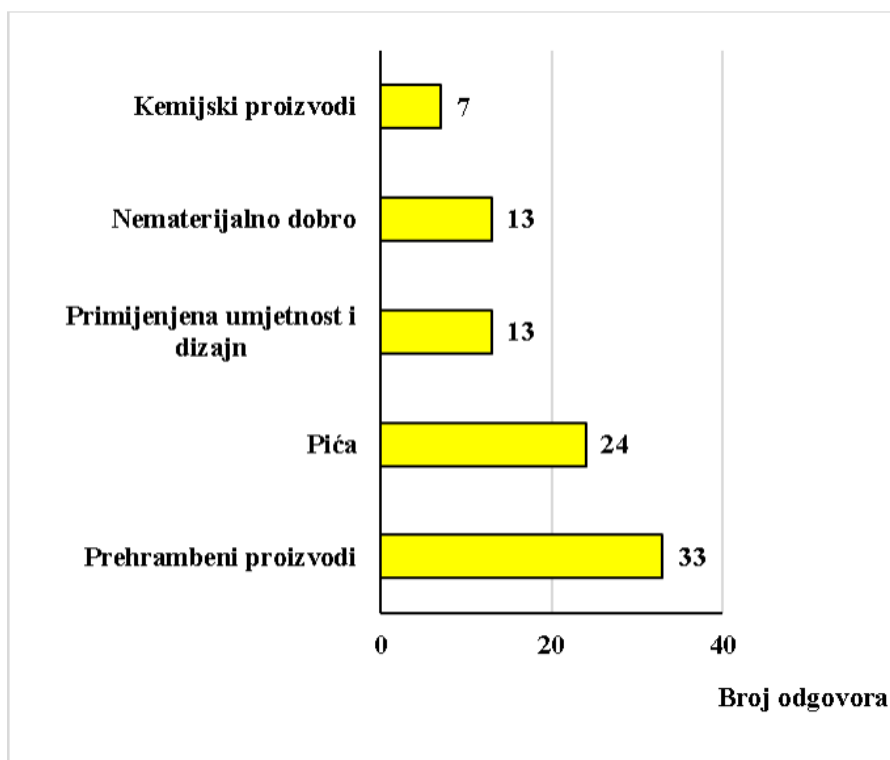
Izvor: DGU, 2022; Anketno istraživanje, 2024



Sl. 21. Broj ispitanika prema otocima (prema udaljenosti od kopna) na kojima izrađuju/proizvode svoje proizvode

Izvor: DGU, 2022; Anketno istraživanje, 2024

Otočni proizvodi s oznakom HOP vrlo su raznoliki, s obzirom na činjenicu da su rezultat diferencijacije otočnih djelatnosti i proizvodnje (*Program HOP, 2022*). Promatrajući skupine otočnih proizvoda koje ispitanici izrađuju/proizvode vidljivo je da dominiraju materijalni otočni proizvodi, ponajprije prehrambeni (42,3 %) te pića (30,8 %). Iduća je grupa otočnih proizvoda po zastupljenosti primijenjena umjetnost i dizajn (16,7 %), dok je istim udjelom zastupljena i kategorija nematerijalno dobro (16,7 %). Najmanje ispitanika bavi se proizvodnjom kemijskih proizvoda (9 %) (sl. 22.). Više od polovice otočnih proizvoda s oznakom HOP otpada na prehrambene proizvode i pića (57; 63,3 %). Navedeno se može pripisati bogatoj tradiciji proizvodnje prehrambenih proizvoda na hrvatskim otocima, čijoj kvaliteti i autentičnosti pridonosi povoljna mediteranska klima i plodno tlo (*Katalog proizvoda, 2023*). Nadalje, otočni prostor Hrvatske odlikuje se i bogatom tradicijom u proizvodnji pića, a važan segment otočne ekonomije kroz povijest do današnjih vremena predstavljalo je vinogradarstvo i vinarstvo (Plohl, 2023). Najmanje ispitanika izrađuje/proizvodi kemijske proizvode, što može biti posljedica nekoliko različitih čimbenika koje su ispitanici naveli kao prepreke/izazove koje najčešće susreću u otočnoj proizvodnji, poput nepostojanja i/ili udaljenosti industrijskih zona na otocima, ograničenih resursa, troškova proizvodnje i provođenja analitičkih ispitivanja proizvoda, transportnih poteškoća i sl.

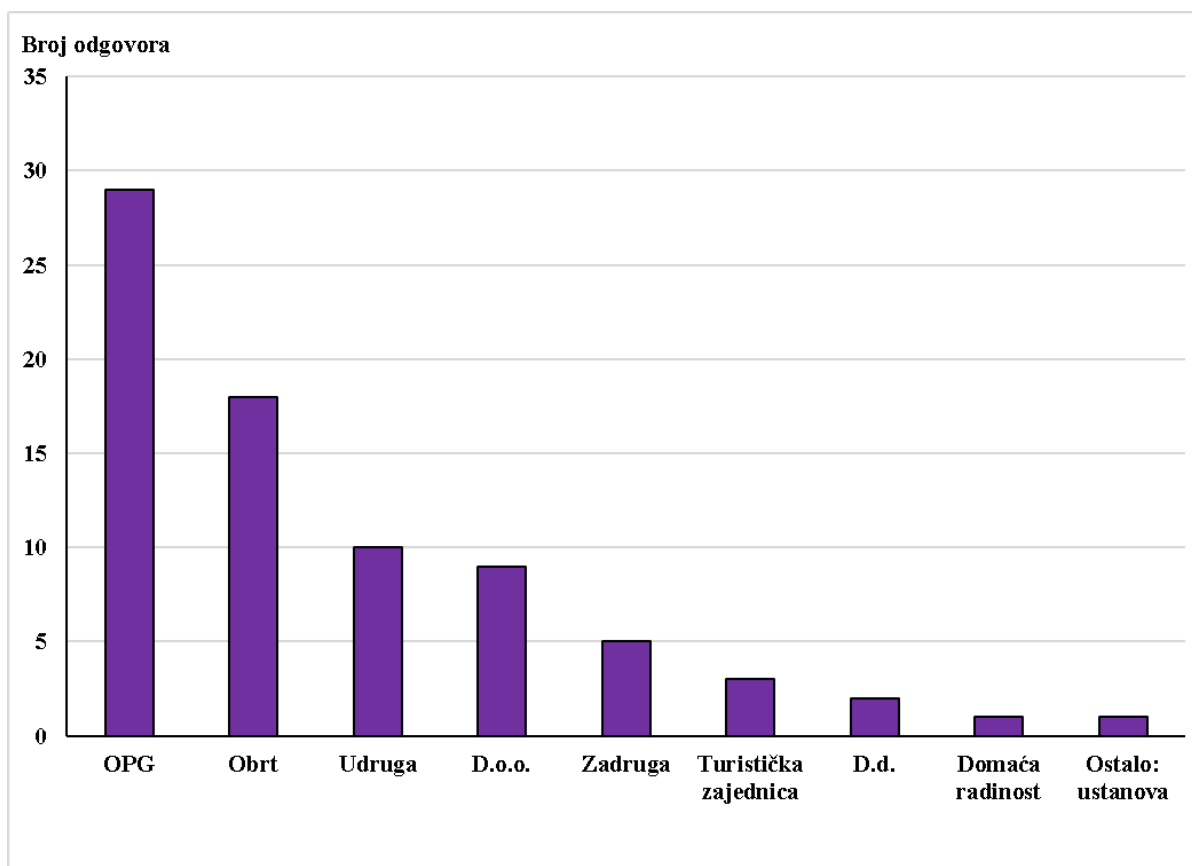


Sl. 22. Broj ispitanika prema skupinama otočnih proizvoda koje izrađuju/proizvode

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

### 6.1.3. Pravna osobnost i iskustvo bavljenja otočnom proizvodnjom

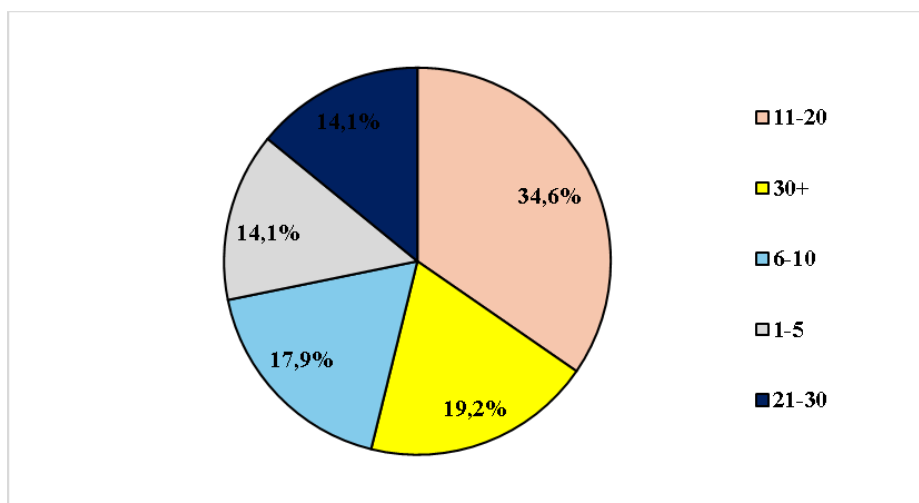
Najveći je broj ispitanika registriran kao obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo (OPG) (29), 18 je ispitanika (23,1 %) registrirano kao obrt, 10 je ispitanika (12,8 %) registrirano kao udruga, dok je približno jednak broj ispitanika (9; 11,5 %) registriran kao d.o.o. Nadalje, 5 je ispitanika (6,4 %) registrirano kao zadruga, 3 kao Turistička zajednica (3,8 %), 2 kao d.d. (2,6 %), dok je po jedan ispitanik (1,3 %) registriran kao domaća radinost te kao ostalo (sl. 23.). Na ispitanike registrirane kao obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo otpada 37,2 %, što je u skladu s prethodno analiziranim brojem ispitanika prema skupinama otočnih proizvoda koje izrađuju/proizvode te potvrđuje kako je označavanje otočnih proizvoda oznakom HOP ponajprije usmjereno poticanju proizvodnje autohtonih domaćih proizvoda na tradicionalan način te u manjim serijama. Drugi po zastupljenosti oblik registracije ispitanika jesu obrti, koji s obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima najviše pridonose samozapošljavanju otočana, a navedene dvije kategorije oblika registracije/pravne osobnosti zauzimaju udio od 60,3 % (kao OPG/obrt registrirano je 47 ispitanika) (*Program HOP, 2022*).



Sl. 23. Broj ispitanika prema obliku registracije/pravnoj osobnosti

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

Najviše se ispitanika otočnom proizvodnjom bavi 11-20 godina (27; 34,6 %), zatim se 15 ispitanika (19,2 %) bavi otočnom proizvodnjom više od 30 godina, a 14 ispitanika (17,9 %) bavi se otočnom proizvodnjom 6-10 godina. Jednak broj ispitanika (11) otočnom se proizvodnjom bavi 1-5 godina te 21-30 godina (14,1 %). Niti jedan od ispitanika ne bavi se otočnom proizvodnjom manje od godinu dana (sl. 24.). Navedeni rezultati ukazuju na povezanost strukture ispitanika promatranih otoka prema dobnim skupinama i dužine bavljenja otočnom proizvodnjom, što se može objasniti činjenicom da srednja i starija dobna skupina s duljim iskustvom bavljenja otočnom proizvodnjom čini veći dio stanovništva promatranih otoka, dok je manja zastupljenost anketiranih koji se otočnom proizvodnjom bave 1-5 godina, kao i 6-10 godina odraz nižeg udjela mladih u anketnom istraživanju.



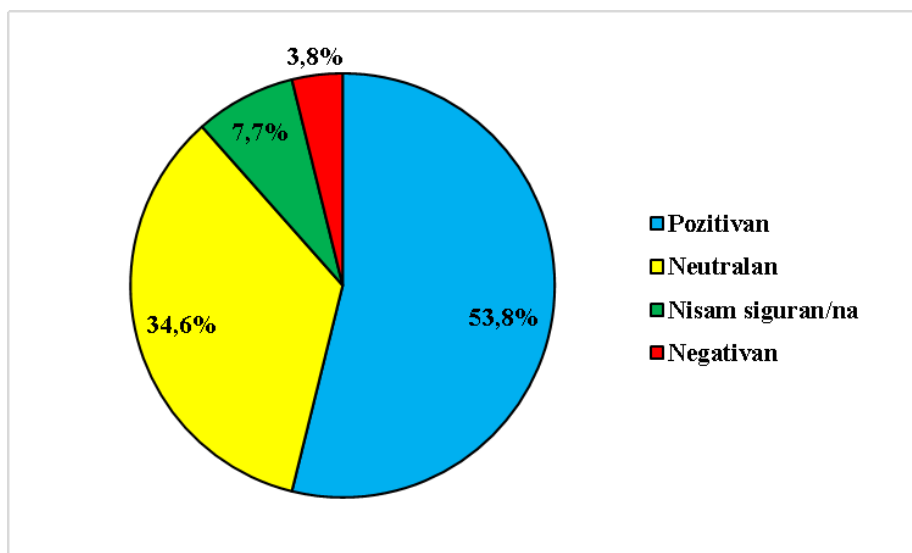
Sl. 24. Udio ispitanika prema dužini bavljenja otočnom proizvodnjom

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

#### 6.1.4. Utjecaj oznake HOP na lokalni razvoj otoka i potražnja za otočnim proizvodima s oznakom HOP

U okviru prioriteta Nacionalnog plana razvoja otoka za razdoblje 2021. – 2027. definiran je posebni cilj Razvoj otočnih proizvoda i usluga, kojim se naglašava potencijal za jači gospodarski rast i razvoj otoka (*Nacionalni plan razvoja otoka*, 2021). Upitani o utjecaju označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na lokalni gospodarski razvoj više od polovice ispitanika odgovorilo je kako je utjecaj pozitivan (42; 53,8 %), a značajnije promjene u lokalnoj ekonomiji koje bi mogli povezati s označavanjem proizvoda nije primijetilo 27 ispitanika (34,6 %), odnosno mišljenja su kako navedeno označavanje ne ostvaruje niti pozitivne niti negativne

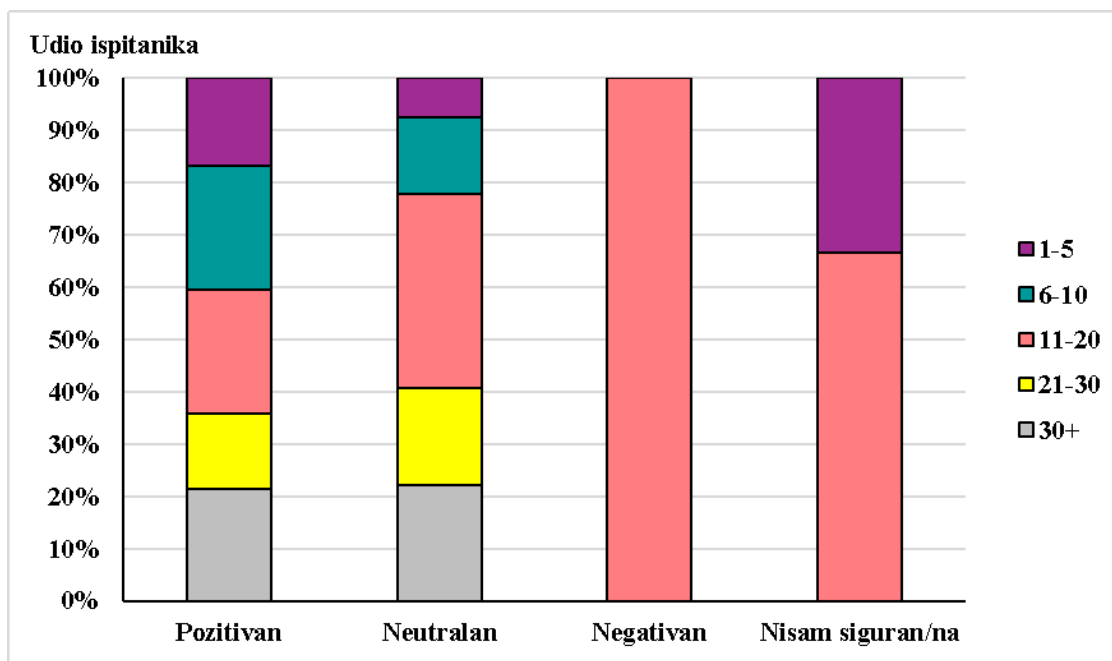
učinke na lokalni gospodarski razvoj. Neodlučnih u vezi utjecaja označavanja otočnih proizvoda na razvoj lokalnog gospodarstva bilo je 6 (7,7 %), dok je 3 ispitanika (3,8 %) opisalo utjecaj označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na lokalni gospodarski razvoj kao negativan (sl. 25.).



Sl. 25. Udio ispitanika prema opisu utjecaja označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na lokalni gospodarski razvoj

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

Razmatranjem problematike mišljenja o utjecaju označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na lokalni gospodarski razvoj prema duljini bavljenja otočnom proizvodnjom, najviše ispitanika koji misle da je navedeni utjecaj pozitivan bavi se otočnom proizvodnjom 11-20 godina te 6-10 godina (jednaki udio od 12,82 %), nakon čega slijede ispitanici koji se otočnom proizvodnjom bave više od 30 godina (11,54 %). Da je utjecaj označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na lokalni gospodarski razvoj neutralan, mišljenja je 12,82 % ispitanika koji se bave otočnom proizvodnjom 11-20 godina, zatim slijede oni koji proizvode otočne proizvode više od 30 godina (7,69 %). Da označavanje otočnih proizvoda oznakom HOP ostvaruje negativan utjecaj na lokalni gospodarski razvoj slažu se jedino ispitanici koji se otočnom proizvodnjom bave 11-20 godina (3,85 %). Neodlučnih u vezi utjecaja označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na lokalni gospodarski razvoj bilo je 5,13 % anketiranih koji se bave otočnom proizvodnjom 11-20 godina te 2,56 % onih koji se otočnom proizvodnjom bave 1-5 godina (sl. 26.).



Sl. 26. Udio ispitanika prema mišljenju o utjecaju označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na lokalni gospodarski razvoj s obzirom na dužinu bavljenja otočnom proizvodnjom

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

U tablici 2 uspoređeni su odgovori ispitanika prema mišljenju o utjecaju označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na lokalni gospodarski razvoj s obzirom na duljinu bavljenja otočnom proizvodnjom. S obzirom na duljinu bavljenja otočnom proizvodnjom ranije razmatranih pet kategorija ispitanika podijeljene su na dvije kategorije, odnosno na ispitanike koji se otočnom proizvodnjom bave više od 20 godina te na one koji se proizvodnjom bave 10 godina i manje. Usporedbom postotaka pozitivnih odgovora dviju promatranih skupina ispitanika primjećuje se kako ispitanici koji se otočnom proizvodnjom bave 10 godina i manje imaju pozitivnije mišljenje (17; 68 %) o utjecaju označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na lokalni gospodarski razvoj u usporedbi sa skupinom ispitanika koji imaju više od 20 godina iskustva u otočnoj proizvodnji (15; 55,56 %). Razlika u mišljenju anketiranih o utjecaju označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na lokalni gospodarski razvoj iznosi 12,44 % u korist ispitanika koji se otočnom proizvodnjom bave 10 godina i manje, što se može povezati s time da su ispitanici s manje iskustva pripadnici mlađe generacije otvorenije prema brendiranju i marketinškim inicijativama, dok su ispitanici s višegodišnjim iskustvom bolje upoznati s različitim izazovima i promjenama u svom poslovanju.

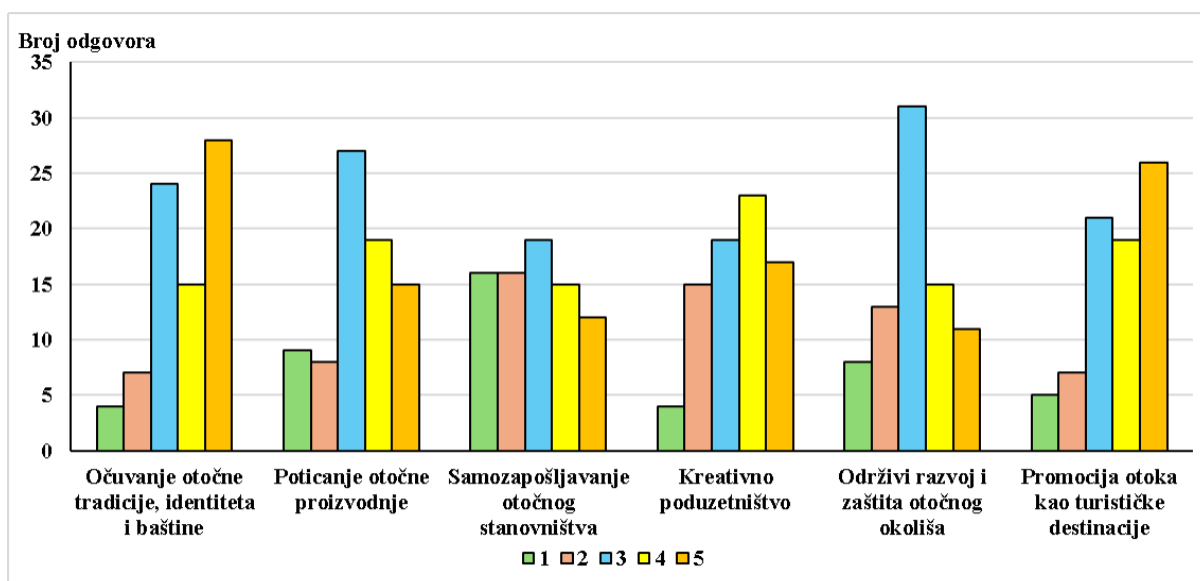
Tab. 2. Mišljenje ispitanika o utjecaju označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na lokalni gospodarski razvoj s obzirom na duljinu bavljenja otočnom proizvodnjom

		Pozitivan	Neutralan	Negativan	Nisam siguran/na
<b>Više od 20 godina</b>	Broj odgovora	15	11	0	0
	Udio (%)	55,56	40,74	0	0
<b>10 godina i manje</b>	Broj odgovora	17	6	0	2
	Udio (%)	68	24	0	8

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

Na pitanje vezano uz doprinos označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP odabranim elementima lokalnog razvoja otoka, ispitanici su ocjenjivali navedeni doprinos na Likertovoj skali, pri čemu je viša ocjena za pojedini element lokalnog razvoja otoka predstavljala veći doprinos označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP tom elementu prema mišljenju anketiranih i obratno. Ocjena 1 značila je kako označavanje otočnih proizvoda oznakom HOP ne doprinosi određenom elementu lokalnog razvoja otoka, dok je ocjena 5 označavala vrlo visok doprinos. Na temelju dobivenih rezultata te s ciljem njihove lakše usporedivosti izračunate su i prosječne ocjene za svaki pojedini element lokalnog razvoja otoka (tab. 3.). Očekivano, ispitanici su mišljenja kako označavanje otočnih proizvoda oznakom HOP najviše doprinosi očuvanju otočne tradicije, identiteta i baštine (3,72), što odgovara općem cilju Programa HOP, u okviru kojeg se oznaka HOP želi pozicionirati kao regionalna oznaka s ciljem jačanja identiteta otoka te njegove promocije, kao i očuvanja otočne tradicije i baštine (*Program HOP*, 2022). Ispitanici su doprinos označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP promociji otoka kao turističke destinacije također ocijenili dosta visokom ocjenom (3,69). Kroz Program HOP hrvatska je turistička ponuda dodatno obogaćena autohtonim otočnim proizvodima, a organizacija promotivnih aktivnosti s naglaskom na manifestacije i prodajno-izložbene sajmove pridonosi jačoj prepoznatljivosti i vidljivosti otočnih proizvoda s oznakom HOP, a time i turističkoj atraktivnosti otoka (*Program HOP*, 2022). Ispitanici su najniže ocjene dali samozapošljavanju otočnog stanovništva (2,88), a ističu se i niže ocjene po pitanju doprinosa označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP održivom razvoju i zaštiti otočnog okoliša (3,10) (sl. 27.).





Sl. 27. Ocjene doprinosa označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP elementima lokalnog razvoja otoka

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

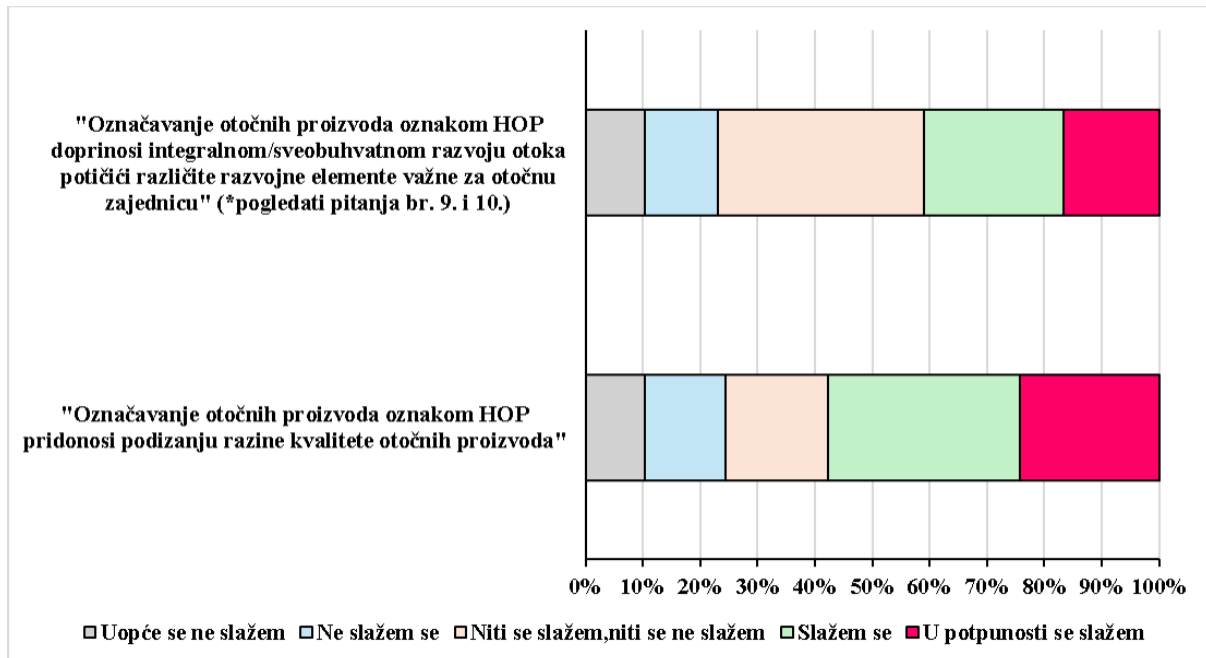
Tab. 3. Prosječne ocjene doprinosa označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP elementima lokalnog razvoja otoka

Element lokalnog razvoja otoka	Prosječna ocjena
<b>Očuvanje otočne tradicije, identiteta i baštine</b>	3,72
<b>Promocija otoka kao turističke destinacije</b>	3,69
<b>Kreativno poduzetništvo</b>	3,44
<b>Poticanje otočne proizvodnje</b>	3,29
<b>Održivi razvoj i zaštita otočnog okoliša</b>	3,1
<b>Samozapošljavanje otočnog stanovništva</b>	2,88

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

Nadalje, ispitanici su se, ocjenjivanjem stupnja slaganja s ponuđenim tvrdnjama na Likertovoj skali (1 do 5) složili kako označavanje otočnih proizvoda oznakom HOP pridonosi

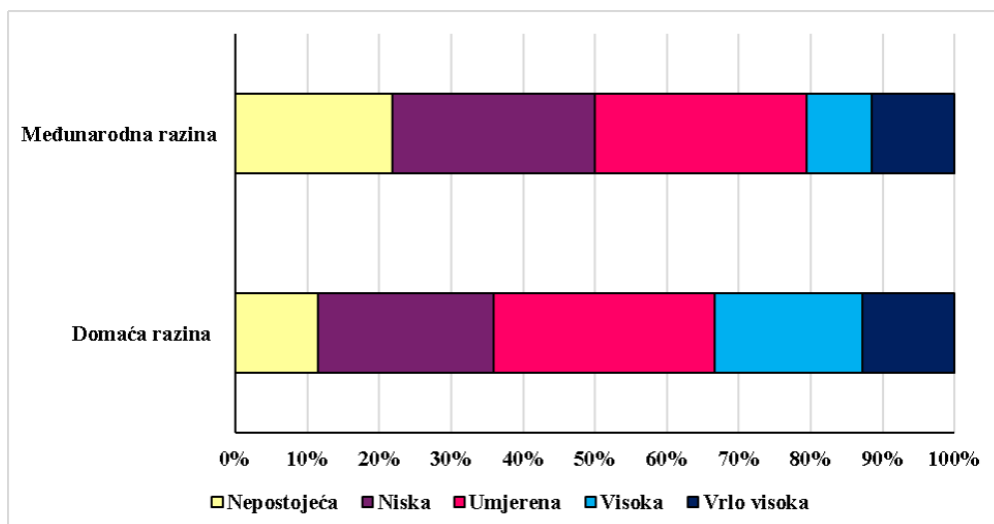
podizanju razine kvalitete otočnih proizvoda, dok su neodlučni po pitanju tvrdnje kako označavanje otočnih proizvoda oznakom HOP doprinosi integralnom/sveobuhvatnom razvoju otoka potičući različite razvojne elemente važne za otočnu zajednicu, koji su navedeni u sklopu anketnih pitanja pod brojevima 9 i 10 (sl. 28.).



Sl. 28. Stavovi ispitanika o utjecaju označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na razinu kvalitete otočnih proizvoda i doprinos integralnom/sveobuhvatnom razvoju otoka s naglaskom na otočnu zajednicu

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

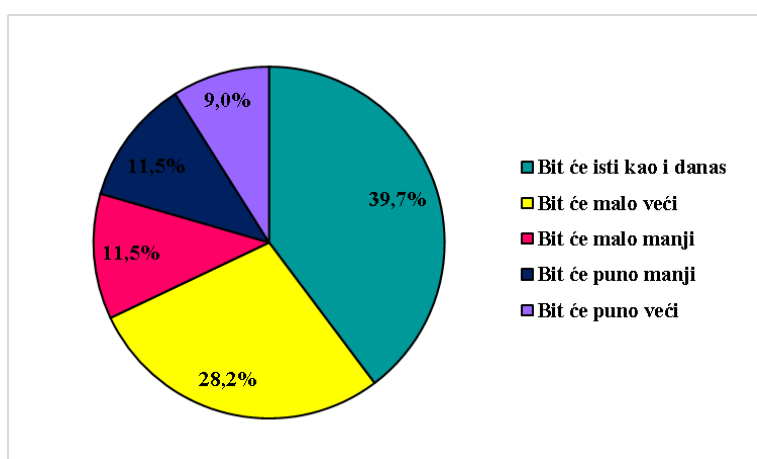
Upitani o potražnji za otočnim proizvodima s oznakom HOP na domaćoj i međunarodnoj razini, ispitanici su se, ocjenjivanjem potražnje za svojim proizvodima na Likertovoj skali (1 do 5) složili kako je ona na obje razine umjerena, dok su veće ocjene dali potražnji za otočnim proizvodima s oznakom HOP na domaćoj (prosječna ocjena 3,24) nego na međunarodnoj razini (prosječna ocjena 2,60) (sl. 29.).



Sl. 29. Potražnja za otočnim proizvodima s oznakom HOP na domaćoj i međunarodnoj razini prema mišljenju ispitanika

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

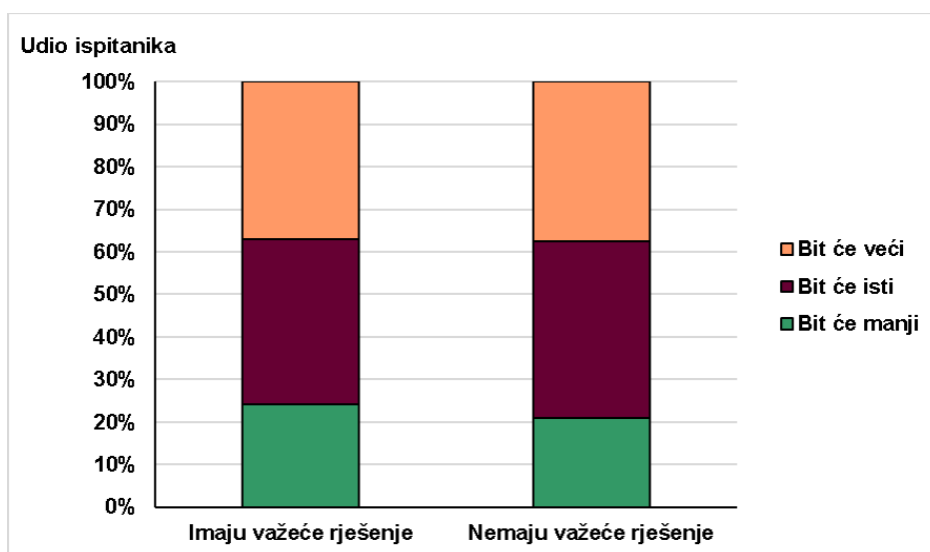
Na pitanje kako zamišljaju utjecaj označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na integralni/sveobuhvatni razvoj otoka (s naglaskom na lokalnu zajednicu) za 10 godina u odnosu na danas, najviše je ispitanika (31; 39,7 %) odgovorilo da će biti isti kao i danas, 22 anketiranih (28,2 %) mišljenja je kako će biti malo veći, zatim 9 ispitanika (11,5 %) misli kako će biti malo manji/puno manji, dok je 7 ispitanika (9 %) odgovorilo kako zamišlja puno veći utjecaj označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na integralni/sveobuhvatni razvoj otoka (s naglaskom na lokalnu zajednicu) za 10 godina u odnosu na danas (sl. 30.).



Sl. 30. Udio ispitanika prema mišljenju o utjecaju označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na integralni/sveobuhvatni razvoj otoka (s naglaskom na lokalnu zajednicu) za 10 godina u odnosu na danas

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

Razmatranjem problematike navedenog pitanja s obzirom na trenutni status rješenja o dodjeli oznake HOP za svoje otočne proizvode vidljivo je kako 13 anketiranih (24,1 %) koji trenutno imaju važeće rješenje smatra da će utjecaj označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na integralni/sveobuhvatni razvoj otoka (s naglaskom na lokalnu zajednicu) za 10 godina biti manji nego danas, dok 20 njih (37 %) vjeruje da će navedeni utjecaj biti veći. Što se tiče ispitanika koji trenutno nemaju važeće rješenje o dodjeli oznake HOP za svoje proizvode, 5 njih (20,8 %) mišljenja je kako će utjecaj označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na integralni/sveobuhvatni razvoj otoka (s naglaskom na lokalnu zajednicu) za 10 godina biti manji nego danas, a 9 anketiranih (37,5 %) optimističnog je mišljenja, odnosno smatra da će navedeni utjecaj biti veći (sl. 31.). Na pitanje o utjecaju označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na integralni/sveobuhvatni razvoj otoka (s naglaskom na lokalnu zajednicu) za 10 godina u odnosu na danas, neznatna je razlika u udjelu pozitivnih odgovora između ispitanika – trenutno aktivnih nositelja oznake HOP te onih koji trenutno nemaju važeće rješenje o dodjeli navedene oznake za svoje otočne proizvode (0,5 %).

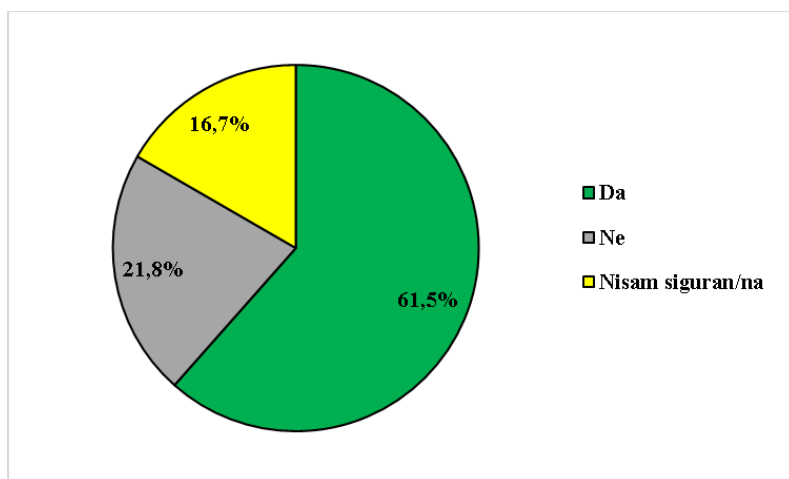


Sl. 31. Udio ispitanika prema mišljenju o utjecaju označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na integralni/sveobuhvatni razvoj otoka (s naglaskom na lokalnu zajednicu) za 10 godina u odnosu na danas s obzirom na trenutni status rješenja o dodjeli oznake HOP za svoje otočne proizvode

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

### 6.1.5. Prepreke/izazovi, suradnja, promotivne aktivnosti i trenutni status rješenja

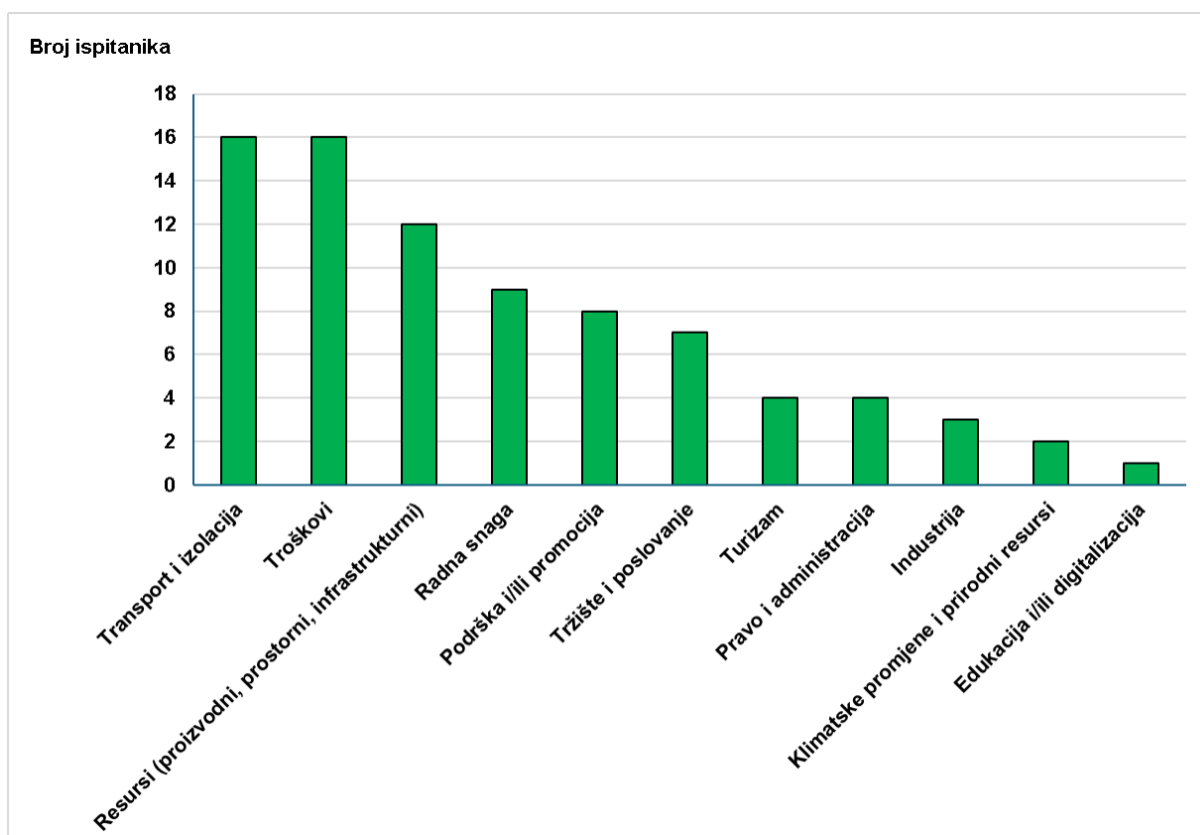
Više od polovice ispitanika (48; 61,5%) susreće određene prepreke/izazove u otočnoj proizvodnji, dok prepreke/izazove u proizvodnji ne susreće 17 ispitanika (21,8%). Nadalje, 13 anketiranih (16,7%) odgovorilo je kako nisu sigurni susreću li prepreke/izazove u otočnoj proizvodnji (sl. 32.).



Sl. 32. Udio ispitanika prema susretanju određenih prepreka/izazova u otočnoj proizvodnji

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

Ako su na pitanje vezano za prepreke/izazove u otočnoj proizvodnji odgovorili potvrdno, ispitanici su u idućem otvorenom pitanju bili zamoljeni da navedu 1-3 izazova/prepreka u otočnoj proizvodnji koje najčešće susreću. Od ukupno 78 ispitanika, 48 njih (61,5%) susreće određene prepreke/izazove u otočnoj proizvodnji, a svoj je odgovor/komentar dalo njih 47 (97,9%). Odgovori ispitanika analizirani su na temelju učestalosti pojavljivanja po pojedinom ispitaniku, a s obzirom na raznolikost, podijeljeni su prema zajedničkim obilježjima unutar jedanaest kategorija: transportne poteškoće i izolacija, visoki troškovi, ograničeni resursi, nedovoljno ljudi i/ili radne snage, nedostatak podrške i/ili promocije, poteškoće vezane uz tržište i poslovanje, poteškoće vezane uz turizam, administrativne i pravne poteškoće, nedostatak i/ili udaljenost industrije, klimatske promjene i ograničenost prirodnih resursa, nedostatak edukacije i/ili digitalizacije. Odgovori vezani uz transportne poteškoće i izolaciju, kao i visoke troškove pokazali su se kao najzastupljeniji izazovi koje susreću ispitanici, a kao značajna prepreka/izazov u otočnoj proizvodnji ističu se i ograničeni resursi (sl. 33.).



Sl. 33. Kategorije najčešćih prepreka/izazova u otočnoj proizvodnji kod ispitanika

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

Primjeri odgovora i njihova kategorizacija u skupine prikazani su u nastavku:

#### 1. Transportne poteškoće i izolacija

*“Poteškoće u prometu od proljeća do kraja turističke sezone”*

*“Proizvodnja na otoku je uvijek problematična jer je otok ipak specijalno područje ograničenog pristupa...”*

*“Transportne poteškoće”*

*“Skup i problematičan transport”*

#### 2. Visoki troškovi

*“Vrlo visoki troškovi života...”*

*“Skuplja proizvodnja u odnosu na istu na kopnu”*

*“Troškovi nabavke i proizvodnje, na otoku sve je skuplje”*

*“...Skupa proizvodnja...”*

3. Ograničeni resursi (proizvodni, prostorni, infrastrukturni)

*“...Slabija infrastruktura...”*

*“Nedostatak proizvodnih kapaciteta”*

*“Prostor za proizvodnju...”*

4. Nedovoljno ljudi i/ili radne snage

*“Nedostatak radne snage”*

*“Slabiji protok ljudi”*

*“Nedostatak ljudstva”*

5. Nedostatak podrške i/ili promocije

*“...Nedostatak podrške od lokalnih institucija”*

*“...Nedovoljna promocija i brendiranje otoka i otočnog proizvoda”*

6. Poteškoće vezane uz tržište i poslovanje

*“...Otežano tržište...”*

*“Izazovi proizvodnje u malim količinama”*

7. Poteškoće vezane uz turizam

*“...Pretjerana orijentiranost na turizam...”*

*“Kratka sezona...”*

8. Pravno-administrativne poteškoće

*“...Administrativno previše obaveza...”*

9. Nedostatak i/ili udaljenost industrije

*“Nepostojanje industrijske zone”*

*“Nedostatak i udaljenost industrije...”*

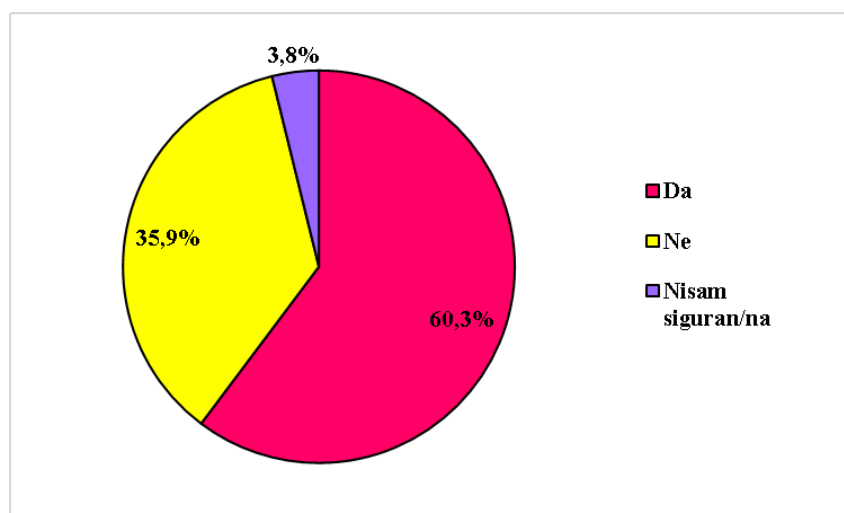
10. Klimatske promjene i ograničenost prirodnih resursa

*“Učestale klimatske promjene, male poljoprivredne površine”*

## 11. Nedostatak edukacije i/ili digitalizacije

*“Digitalizacijom u poljoprivredi olakšati rad... Stvoriti prostore za [...] predavanja, izobrazbu”*

Na pitanje vezano uz suradnju s ostalim otočnim proizvođačima, natpolovični udio ispitanika (47; 60,3 %) odgovorio je kako u svom poslovanju surađuje s ostalim otočnim proizvođačima, dok 28 ispitanika (35,9 %) ne ostvaruje suradnju s drugim otočnim proizvođačima u svom poslovanju. Neodlučnih po pitanju suradnje bilo je 3 (3,8 %) (sl. 34.).

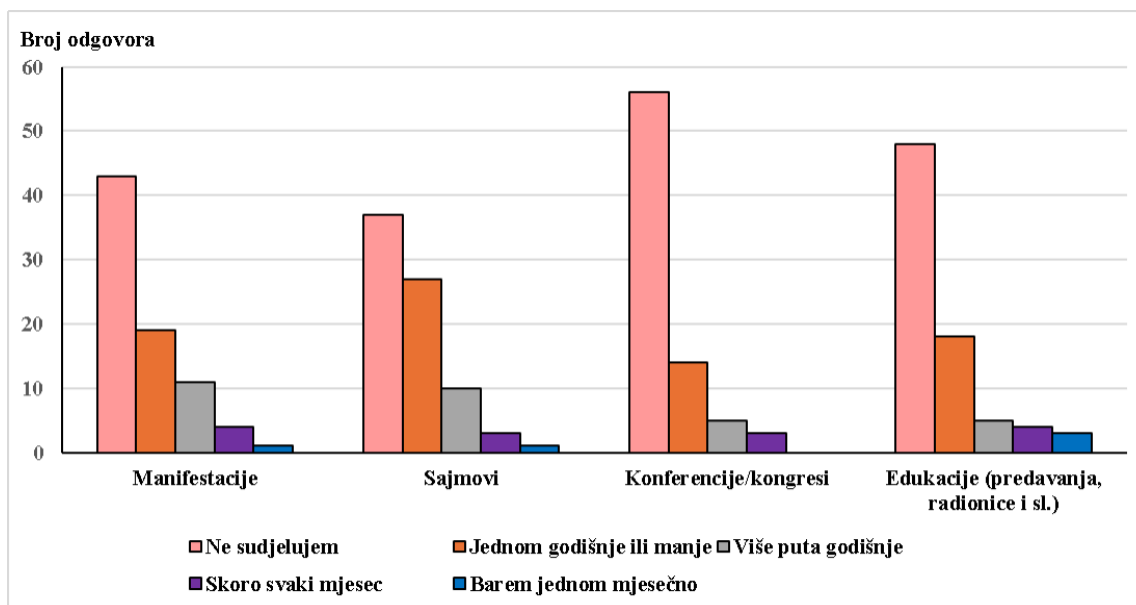


Sl. 34. Udio ispitanika prema suradnji s ostalim otočnim proizvođačima u svom poslovanju

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

Ocjenjivanjem učestalosti sudjelovanja na promotivnim aktivnostima otočnih proizvoda s oznakom HOP na Likertovoj skali (1 do 5), najveći broj anketiranih odgovorio je da ne sudjeluje na promotivnim aktivnostima otočnih proizvoda s oznakom HOP, a najniža je prosječna ocjena dana sudjelovanju na konferencijama/kongresima (1,42), na kojima 56 ispitanika uopće ne sudjeluje (71,8 %), 14 ispitanika (17,9 %) sudjeluje jednom godišnje ili manje, 5 ih sudjeluje više puta godišnje (6,4 %), 4 skoro svaki mjesec (5,1 %), dok niti jedan od ispitanika ne sudjeluje na konferencijama/kongresima koji promoviraju otočne proizvode s oznakom HOP barem jedanput mjesečno. Najvišom su prosječnom ocjenom ispitanici ocijenili sudjelovanje na sajmovima otočnih proizvoda s oznakom HOP (1,77), na kojima 27 ispitanika (34,6 %) sudjeluje jednom godišnje ili manje, 10 ispitanika (12,8 %) više puta godišnje, zatim 3 ispitanika (3,8 %) skoro svaki mjesec, dok je jedan ispitanika (1,3 %) odgovorio kako na sajmovima otočnih proizvoda s oznakom HOP sudjeluje barem jednom mjesečno (sl. 35.).

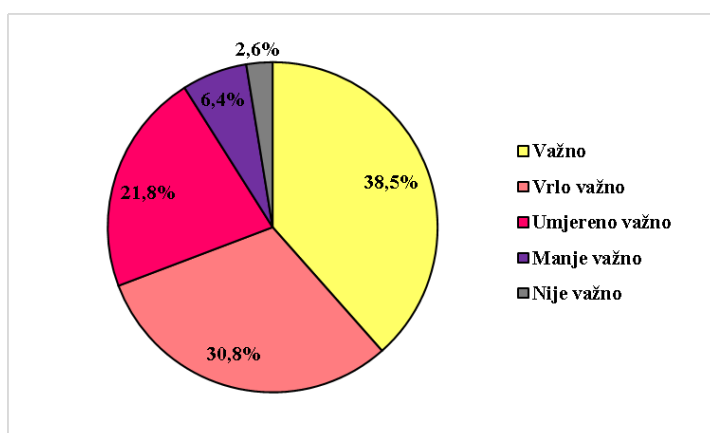




Sl. 35. Ispitanici prema sudjelovanju na promotivnim aktivnostima otočnih proizvoda s oznakom HOP

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

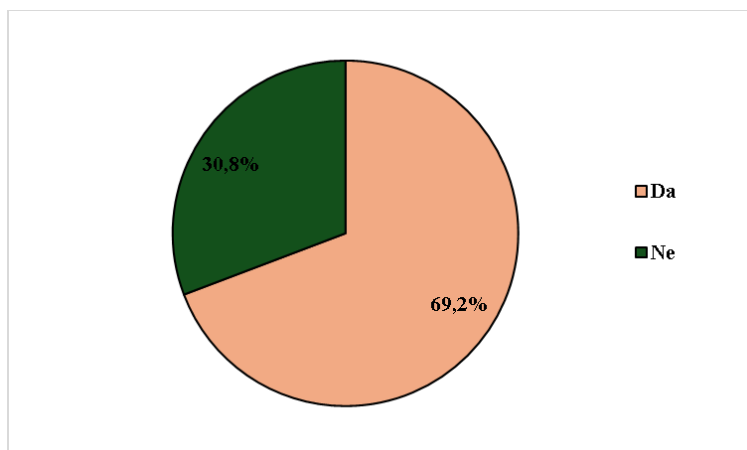
Na pitanje o važnosti promotivnih aktivnosti otočnih proizvoda s oznakom HOP (u smislu organizacije manifestacija, sajmova, konferencija/kongresa, edukacija i sl.) u svrhu njihove veće prepoznatljivosti, najveći je broj anketiranih odgovorio da su navedene promotivne aktivnosti važne (30; 38,5 %), dok 24 ispitanika (30,8 %) navedene aktivnosti opisuje vrlo važnim. Nadalje, 17 ispitanika (21,8 %) mišljenja je kako su promotivne aktivnosti umjereno važne, a 5 ih navodi kako su manje važne (6,4 %). Da su promotivne aktivnosti otočnih proizvoda s oznakom HOP nevažne smatraju 2 ispitanika (2,6 %) (sl. 36.).



Sl. 36. Udio ispitanika prema mišljenju o važnosti promotivnih aktivnosti otočnih proizvoda s oznakom HOP

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

Među ispitanicima, aktivnih je nositelja oznake HOP 54 (69,2 %), dok 24 ispitanika (30,8 %) nema važeće rješenje o dodjeli oznake HOP za svoje otočne proizvode (sl. 37.). Očekivano, veći interes za sudjelovanjem u anketnom istraživanju pokazali su otočni proizvođači – aktivni nositelji oznake HOP, koji zauzimaju natpolovičan udio anketiranih, nego proizvođači koji trenutno nemaju pravo korištenja oznake HOP za svoje otočne proizvode.



Sl. 37. Udio ispitanika prema važećem rješenju o dodjeli oznake HOP za svoje otočne proizvode

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

### 6.1.6. Prijedlozi uspješnijeg razvoja Programa HOP

U posljednjem pitanju anketnog upitnika ispitanicima je bilo postavljeno otvoreno pitanje vezano uz prijedlog uspješnijeg razvoja Programa HOP, pri čemu broj odgovora nije bio ograničen. S obzirom na brojnost i raznolikost dobivenih odgovora, prijedlozi ispitanika tematski su kategorizirani unutar šest skupina: prijedlozi vezani uz povećanje prepoznatljivosti i vidljivosti otočnih proizvoda s oznakom HOP, prijedlozi vezani uz poticaje/podršku i/ili angažman, prijedlozi vezani uz edukaciju, prijedlozi vezani uz kontrolu kvalitete, prijedlozi vezani uz administraciju te prijedlozi vezani uz suradnju i integraciju. Najviše je ispitanika isticalo prijedloge vezane uz povećanje prepoznatljivosti i vidljivosti otočnih proizvoda s oznakom HOP, među kojima se posebno ističe potreba povećanja aktivnog, kao i informativnog sadržaja vezanog uz Program HOP i otočne proizvode s navedenom oznakom (sajmovi, manifestacije, konferencije, reklame...). Nadalje, iduća je skupina prijedloga prema zastupljenosti odgovora kod ispitanika vezana uz poticaje/podršku i angažman, gdje se posebno ističe financijska podrška i sufinanciranje s obzirom na to da su općenito financijska sredstva uglavnom najvažniji faktor ograničavanja, ali i poticanja razvoja i napretka. Treća skupina

prijedloga uspješnijeg razvoja Programa HOP prema broju dobivenih odgovora jest prijedlozi vezani uz suradnju i integraciju, među kojima se posebno ističe jačanje suradnje s turističkim sektorom. Podjednak broj ispitanika iznio je prijedloge vezane uz edukaciju, administraciju te kontrolu kvalitete. Što se tiče prijedloga vezanih uz edukaciju, ispitanici smatraju kako je uz potrebu za educiranjem proizvođača važno i informirati i osvijestiti stanovništvo o prednostima otočnih proizvoda s oznakom HOP nad ostalim proizvodima, kao i o daljnjem očuvanju otočne tradicije i tradicionalnih proizvoda s otoka. Prema mišljenju ispitanika, procedura dobivanja certifikata provedenih analitičkih ispitivanja otočnih proizvoda, kao i same oznake HOP trebala bi biti jednostavnija, a kontrola kvalitete proizvoda stroža, kako bi se osiguralo da iza oznake „Hrvatski otočni proizvod“ stoje isključivo otočni proizvodi (tab. 4.).

Tab. 4. Prijedlozi uspješnijeg razvoja Programa HOP prema odgovorima ispitanika

<b>Prepoznatljivost i vidljivost otočnih proizvoda s oznakom HOP</b>	<b>Poticaji/ podrška i angažman</b>	<b>Edukacija</b>	<b>Kontrola kvalitete</b>	<b>Administracija</b>	<b>Suradnja i integracija</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- veća promocija (mediji, turistički sektor); jači marketing; brendiranje; veća vidljivost</li> <li>- (više) promotivnih aktivnosti (npr. sajmovi u Zagrebu...); daljnje podupiranje i razvoj postojećih</li> <li>- više besplatne promocije</li> <li>- otvaranje dućana s otočnim proizvodima (veći gradovi...)</li> <li>- predstavljanje HOP proizvođača u stranim državama; sajmovi po Europi i svijetu</li> <li>- ideja trajnije prezentacije HOP proizvoda na razini županije/grada</li> <li>- HOP proizvodi kao službeni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-veći angažman i zainteresiranost</li> <li>-sufinanciranje i programi potpore proizvođačima (npr. analize, troškovi prijevoza...)</li> <li>-fiksne, prihvatljivije cijene; niža stopa poreza</li> <li>- poticaji (manjim) proizvođačima</li> <li>- veća komunikacija s proizvođačima; jača potpora</li> <li>- više ljudskih i financijskih resursa</li> <li>- više ulaganja u razvoj proizvoda</li> <li>- pomoć države u očuvanju</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- edukacija proizvođača; besplatna predavanja</li> <li>-osvješćivanje stanovništva o važnosti konzumiranja HOP proizvoda u odnosu na umjetne proizvode</li> <li>- informiranje domaćih stanovnika o važnosti očuvanja tradicionalnih otočnih proizvoda</li> <li>- edukativni sastanak jednom godišnje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- stroža kontrola kvalitete proizvoda (isključivo otočni proizvodi)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- jednostavnija procedura dobivanja certifikata</li> <li>- jednostavnija procedura dobivanja oznake HOP</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- suradnja s relevantnim dionicima (npr. HTZ, lokalne TZ, HGK, različita ministarstva...)</li> <li>- suradnja i veća uključenost lokalne zajednice i lokalne uprave</li> <li>- veća razina integracije s dionicima kulturne i turističke ponude na otoku</li> <li>- preporuke i prezentiranje HOP proizvoda od strane turističkih djelatnika</li> <li>- češći zajednički nastupi na prostoru RH</li> </ul>

pokloni; promotivni materijali	otočnih proizvoda				
--------------------------------	-------------------	--	--	--	--

Izvor: Anketno istraživanje, 2024

## 6.2. Rezultati intervjua

U svrhu dobivanja šireg uvida u Program HOP i njegov utjecaj na otočnu zajednicu, kao i upotpunjavanja rezultata dobivenih provedenim anketnim istraživanjem, provedeni su polustrukturirani intervjui s djelatnicima Uprave za otoke unutar Ministarstva regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, odnosno Sektora koji se između ostalog bavi i poslovima vezanim uz izradu i provođenje Programa HOP. Intervjuirano je četvero predstavnika navedenog Sektora. Intervjui su započeli pitanjima vezanim uz glavne prednosti otočnih proizvoda s oznakom HOP te doprinos oznake HOP odabranim elementima lokalnog razvoja otoka, a razgovaralo se i o promotivnim aktivnostima otočnih proizvoda s oznakom HOP, kao i samog Programa te postojećim izazovima/preprekama koji trenutno ograničavaju njegov razvoj. Nadalje, sugovornici su, uz hodogram aktivnosti i planova za budući razvoj Programa HOP iznijeli i svoju viziju razvoja i utjecaja Programa za 5-10 godina u odnosu na danas, a diskutiralo se i o inozemnim iskustvima u vezi s označavanjem otočnih proizvoda i/ili „Hrvatskim otočnim proizvodom“.

### 6.2.1. Prednosti otočnih proizvoda s oznakom HOP i doprinos oznake HOP odabranim elementima lokalnog razvoja otoka

Prvo postavljeno pitanje odnosilo se na glavne prednosti otočnih proizvoda s oznakom HOP. Otočni proizvodi s oznakom HOP, prema navodima ispitanika, imaju nekoliko ključnih prednosti koje ih izdvajaju od ostalih proizvoda na tržištu, a najvažnije su značajke spomenutih proizvoda kvaliteta i autohtonost, zbog čega se ističe potreba njihove dodatne valorizacije u odnosu na ostale proizvode. Navedeni su proizvodi izrađeni od otočnih sirovina i proizvedeni isključivo na otocima, njihovoj jedinstvenosti doprinosi i ručna izrada, a zbog svega navedenog nose dodatnu vrijednost i odražavaju autentičnost, što je osobito važno u današnje vrijeme kada su tržišta preplavljena proizvodima iz cijelog svijeta, katkada upitne kvalitete. Navedene prednosti otočnih proizvoda s oznakom HOP potvrđuju niže navedeni komentari sugovornika:

*„Hrvatski otočni proizvod“ mora se disperzirati u odnosu na druge proizvode upravo svojom kvalitetom i svojim nekim specifikacijama i minimalnim uvjetima u odnosu na ostale. On se mora dodatno valorizirati u odnosu na ostale proizvode.“ (V. K.)*

*„Specifični su po tome što su s otoka, imaju baš te karakteristike. I to nisu industrijski proizvodi, u principu su ručno rađeni i skoro svaki je unikatan.“ (I. K. R.)*

*„Otočne sirovine i proizvodnja isključivo na otoku.“ (G. Z.)*

*„U današnje vrijeme, kada smo preplavljeni kojekakvim „proizvodima“ iz čitavog svijeta, koji su ponekad i upitne kvalitete, mislim da je jedna ovakva oznaka kvalitete važna jer se njome garantira ne samo kvaliteta, nego i autohtonost, što znači da je proizvod baš s otoka. Jedna takva oznaka, koja potrošačima jamči te dvije bitne stavke, itekako je važna i samim proizvođačima da se mogu istaknuti u odnosu na druge, i potrošačima da znaju što kupuju.“ (R. D. V.)*

Drugo i treće pitanje u intervjuu za cilj je imalo ispitati mišljenja i stavove sudionika intervjua o važnosti „Hrvatskog otočnog proizvoda“ u doprinosu pojedinim elementima lokalnog razvoja otoka. Drugo je pitanje glasilo: *„Koji je, prema Vašem mišljenju najvažniji element lokalnog razvoja otoka kojemu doprinosi oznaka HOP?“*. Sukladno odgovorima na pitanje u anketnom upitniku za otočne proizvođače, vezanom uz doprinos označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP odabranim elementima lokalnog razvoja otoka, sudionici intervjua također kao najvažniji element naglašavaju očuvanje otočne tradicije, identiteta i baštine. Otočni su identitet sugovornici intervjua stavili na prvo mjesto, s obzirom na činjenicu da *„postoje i druge oznake kvalitete, a ovdje se baš naglašava taj otočni identitet, što otočanima puno znači – očuvanje i isticanje otočnog identiteta i autohtonosti.“* (R. D. V.). Navedeno je u skladu s općim ciljem Programa HOP, u okviru kojeg se oznaka HOP želi pozicionirati kao regionalna oznaka s ciljem jačanja otočnog identiteta i njegove promocije te očuvanja baštine i tradicije, a u obuhvatu općeg cilja Programa nalazi se između ostalog i posebni cilj 4. *Promocija otočne tradicije i identiteta otoka kao područja od posebnog interesa za Republiku Hrvatsku (Program HOP, 2022).*

Iduće pitanje u intervjuu bilo je vezano za važnost „Hrvatskog otočnog proizvoda“ u promoviranju otoka kao turističke destinacije, a navedeno se nastojalo utvrditi s obzirom na činjenicu da su otočni proizvođači u anketnom upitniku, najvećim apsolutnim brojem odgovora ocijenili doprinos označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP navedenom elementu ocjenom 5 (vrlo visoko doprinosi), dok su, promatrajući prosječne ocjene koje su ispitanici u anketi

dodijelili svakom pojedinom elementu lokalnog razvoja otoka, drugu po redu najvišu ocjenu dali upravo promociji otoka kao turističke destinacije. Prema riječima sugovornika intervjuja, „Hrvatski otočni proizvod“ vrlo je važan u promoviranju otoka kao turističke destinacije, odnosno „*proizvodi predstavljaju otok*“ (I. K. R.), a da je važnost „Hrvatskog otočnog proizvoda“ u promoviranju otoka kao turističke destinacije velika, prepoznato je i od strane Hrvatske turističke zajednice. „*I Hrvatska turistička zajednica prepoznala je važnost HOP-a u promoviranju otoka kao turističke destinacije jer je upravo s njima započela suradnja... Sama činjenica da su i oni prepoznali HOP i odlučili ga uvrstiti u neke svoje promotivne materijale i stavke i tako još predložili neke druge vidove suradnje mislim da dovoljno govori o tome da je HOP vrlo važan u promoviranju otoka kao turističke destinacije.*“ (R. D. V.).

### **6.2.2. Promotivne aktivnosti Programa HOP i otočnih proizvoda s oznakom HOP**

Četvrtim se pitanjem u intervjuu namjeravala istražiti uloga i učestalost promotivnih aktivnosti u prepoznatljivosti i prodaji otočnih proizvoda s oznakom HOP te planovi za budućnost: „*Prema Vašem mišljenju, kakvu ulogu imaju promotivne aktivnosti (manifestacije, sajmovi, konferencije/kongresi, edukacije i sl.) u prepoznatljivosti i prodaji otočnih proizvoda s oznakom HOP i koliko često se takve aktivnosti organiziraju? Koje konkretne aktivnosti, prema Vašem iskustvu najviše doprinose prepoznatljivosti i prodaji otočnih proizvoda s oznakom HOP? Postoje li planovi za povećanje učestalosti ili opsega promotivnih aktivnosti HOP-a u budućnosti?*“ Prema riječima sugovornika, promotivne aktivnosti poput manifestacija, sajmova, konferencija/kongresa, edukacija i sl. od ključne su važnosti za promociju „Hrvatskog otočnog proizvoda“. Spomenute aktivnosti omogućuju otočnim proizvođačima da predstavljaju svoje proizvode široj javnosti i time povećaju njihovu prepoznatljivost. Sudjelovanje na takvim aktivnostima, bilo kroz organizaciju Uprave za otoke/MRRFEU-a, turističkih zajednica ili drugih relevantnih organizacija osigurava kvalitetnu promociju otočnih proizvoda s oznakom HOP. Otočni proizvodi s oznakom HOP najbolje se promoviraju na sajmovima i manifestacijama, a promotivne se aktivnosti održavaju nekoliko puta mjesečno. Kako bi se proširila prepoznatljivost i prisutnost otočnih proizvoda s oznakom HOP, važno je intenzivirati promotivne aktivnosti ne samo na otocima nego i na kopnu te u inozemstvu. Navedeno potkrjepljuju sljedeći informativni komentari sugovornika, obuhvaćajući sve važne aspekte tematike pitanja:

*„Izuzetno su važne manifestacije, sajmovi, konferencije/kongresi, edukacije i slično. Hodogram aktivnosti naše Uprave i Ministarstva, koji je planiran, uključuje upravo i sudjelovanje na takvim aktivnostima, što u organizaciji samog Ministarstva, što u organizaciji turističkih zajednica i nekih drugih organizacija koje su usko posljedično vezane u promociji „Hrvatskog otočnog proizvoda“. Naravno da, ukoliko će analiza pokazati, da će se planirati dodatne aktivnosti, ali potrebno je gledati taj kvalitativni dio i što kvalitetnije promovirati, nije isto promovirati zajedno s turističkom zajednicom ili na nekakvoj manifestaciji lokalnog karaktera, ali sve promotivne aktivnosti imaju svoju važnost i sve su izuzetno važne“ (V. K.)*

*„Na sajmovima i manifestacijama najbolje se promovira „Hrvatski otočni proizvod.“ Što se tiče učestalosti organiziranja, prije korone se jako puno organiziralo, onda je u koroni stalo, sad smo opet pokrenuli, koliko vidim da ih je sve više i više.“ (I. K. R.)*

*„Dva do tri puta mjesečno, pogotovo sada u ljetnim mjesecima su česti sajmovi i manifestacije.“ (G. Z.)*

*„Anketa koju smo proveli među nositeljima oznake isto je tako pokazala, sami su oni istaknuli upravo sajmove kao jedan važan vid promocije tako da je to potvrđeno i od njih. Ono što nama vrlo često spomenu su upravo ti sajmovi pogotovo koji se održavaju u Zagrebu. Što se tiče planova za povećanje učestalosti, mislim da ima prostora za malo jače promotivne aktivnosti [osim na otocima] i na kopnu, a isto tako i u inozemstvu, što nam je jedna od stavki suradnje s HTZ-om, da se malo i na tim inozemnim sajmovima HOP promovira. Što se tiče učestalosti održavanja promotivnih aktivnosti, svaki mjesec se sigurno negdje održi neki događaj povezan s HOP-om. Nije sve u našoj organizaciji, ali smo ili suorganizatori ili pokrovitelji ili sudjelujemo na neki drugi način, najčešće u suradnji s turističkim zajednicama, a nadam se da će biti i s ostalima, tipa udrugama. Općenito mislim da su udruge premalo upoznate s mogućnosti financiranja promotivnih aktivnosti, pa ćemo malo više nastojati njih informirati i animirati, možda u suradnji s njima pokušati provesti još neke dodatne promotivne aktivnosti. Mjeru koju provodimo koja se tiče tog sufinanciranja su mahom prijavitelji TZ-ovi i nešto manje općine, isto tako su prihvatljivi prijavitelji udruge, zadružni savezi i sl., imamo dobro suradnju sa Zadružnim savezom Dalmacije, pa nešto po uzoru na to mislim da bi mogli ostvariti i s brojnim drugim udrugama i mislim da ćemo onda možda malo više ići u tom smjeru. Postoje i Heritage hoteli, mali luksuzni hoteli gdje bi se ti naši HOP proizvodi koji se isto tako ne proizvode u nekim velikim serijama puno lakše mogli plasirati i promovirati nego kroz neke veće sustave.“ (R. D. V.)*

### 6.2.3. Vizija budućeg razvoja i utjecaja Programa HOP, izazovi/prepreke u razvoju Programa te planovi za budućnost

Peto pitanje intervjua ticalo se vizije razvoja i utjecaja Programa HOP za 5-10 godina u odnosu na danas, kao i očekivanja u pogledu budućeg razvoja Programa na temelju dosadašnjih trendova: „Kako zamišljate razvoj i utjecaj HOP-a za 5-10 godina u odnosu na danas? Što se, prema Vašem mišljenju i dosadašnjim trendovima očekuje u pogledu broja pristiglih zahtjeva, raznolikosti kategorija proizvoda, ostalih aspekata...?“ Na temelju odgovora iz intervjua može se zaključiti kako trenutna pozitivna poslovna klima, zajedno s rastom turizma, značajno doprinosi uspjehu i prodaji otočnih proizvoda s oznakom HOP, a postoji optimizam kako će se ovaj trend nastaviti. Sudionici intervjua također naglašavaju važnost povezivanja zelene i plave Hrvatske kroz suradnju s klasterima iz kontinentalnih dijelova Hrvatske, kao što su Slavonija, Baranja i Lika. „To nam je sve skupa u trendu s trenutnom pozitivnom poslovnom klimom i prodajom HOP proizvoda koja je aktualna u ovom trenutku. S obzirom da je i turistička sezona vrlo dobra i prati taj trend HOP-a, u budućnosti će nam možda HOP više pridonijeti tom našem promotivnom dijelu nego što on trenutno pridonosi, a opet nadamo se da će turizam i dalje rasti, tako da će te dvije stavke biti uzročno-posljedično pozitivne. Važno je nadodati i povezivanje zelene i plave Hrvatske, što nam je bitno, znači povezivanje kontinentalnog. Imamo sastanke s klasterom Slavonije, Baranje i Lika Quality.“ (V. K.). Suradnja sa spomenutim klasterima za cilj ima promoviranje otočnih proizvoda s oznakom HOP, ne samo na prostoru Hrvatske, već i na međunarodnoj razini kroz suradnju s Hrvatskom turističkom zajednicom. U narednih pet do deset godina očekuje se povećanje broja pristiglih zahtjeva, osobito u skupini kemijskih/kozmetičkih proizvoda, zahvaljujući planiranim mjerama sufinanciranja skupih certifikata. „Lika Quality, da, i s njima smo se isto povezali tako da i preko njih vidimo prostora da se HOP malo promovira i na kontinentu, za početak u Lici, pa onda i s agroklasterom u Slavoniji, a preko HTZ-a i u inozemstvu. Što se tiče razvoja i utjecaja HOP-a za 5-10 godina i broja pristiglih zahtjeva, tu očekujemo veći udio kozmetičkih proizvoda, s obzirom na mjere kojima nastojimo potaknuti takve proizvođače da se jave, a to je sufinanciranje njihovih, nažalost, vrlo skupih certifikata. Nadamo se da će ta mjera sljedeće godine zaživjeti i da će posljedica biti povećan broj prijava u tom segmentu, ali, naravno, nećemo se ograničiti samo na tu kategoriju. Nadamo da će sveukupan broj HOP proizvoda biti veći, a što se tiče prirodnih kozmetičkih proizvoda, čini mi se, da ih ima sve više, da je nekako u kozmetici trend u tome, pogotovo na otocima, samo im nedostaje još taj poticaj s financijske strane. Ako mi taj dio uspijemo izrealizirati kroz novi zakon i pravilnik, mislim da bi onda tu trebalo doći do



*povećanog broja prijava.“ (R. D. V.). U konačnici, ozbiljan pristup, mjere i vidovi suradnje trebali bi doprinijeti boljoj koordinaciji, kao i boljim rezultatima Programa HOP u budućnosti, a sudionici intervjua vjeruju i da će osim porasta prepoznatljivosti HOP-a, u budućnosti biti i više inovativnih proizvoda, a ne samo tradicijskih te da će međusobno poticanje i suradnja među otočnim proizvođačima dodatno jačati uspjeh ovog Programa. „Naša ozbiljnost i pristup, mjere i vidovi suradnje, sigurno će u budućnosti pridonijeti boljoj koordinaciji i boljem rezultatu“ (V. K.). „Očekujemo da će HOP biti prepoznatljiviji te da ćemo imati više inovativnih proizvoda, a ne samo tradicijskih i da će proizvođači biti poticaj jedni drugima“ (G. Z.)*

Šesto pitanje u intervjuu također je bilo vezano za budući razvoj Programa HOP, a glasilo je: *„Što su prema Vašem mišljenju najveće prilike za rast i razvoj Programa HOP u budućnosti? Kako vidite ulogu digitalnih tehnologija u promociji HOP proizvoda?“* Sugovornici intervjua naglašavaju važnost digitalnih tehnologija u promociji Programa HOP. Korištenje digitalnih alata, poput Facebook stranice, kao i nadolazeće web stranice predstavlja novi vid promoviranja koji će značajno doprinijeti razvoju Programa. Ističe se i promocija putem Jadrolinije, gdje će fizički plakati biti postavljeni na prodajnim mjestima, a digitalni plakati (QR kod) bit će na katamaranima i trajektima. Navedeni plakati uključuju dinamični QR kod koji omogućuje praćenje broja posjetitelja i njihovog interesa za HOP. *„Ulogu digitalnih tehnologija vidim kao jednog velikog pomagatelja u promociji Programa HOP. Dakle, to je jedan novi vid promocije. Započeli smo s Facebook stranicom. Svakako, radimo i na izradi naše HOP web stranice. Dakle, započeli smo rad na tome i neće samo na tome stati. Svakako, mislim da će to jako puno doprinijeti promociji i razvoju samog Programa, u vezi svega onoga što smo prethodno rekli - njihovo poticanje međusobno, i da oni sami vide prednost Programa kao takvog, i da se prezentiraju HOP proizvodi, potakne proizvodnja i sama prodaja istih. Što se tiče tih digitalnih tehnologija u promociji HOP-a, jednu smo, koja nam je bila u planu, trenutno izrealizirali. Dakle, to je promocija putem Jadrolinije. Fizički pravi plakati bit će zalijepljeni na prodajnim mjestima Jadrolinije. Znači, to je jedan vid promocije. I na svim katamaranima i trajektima će biti u digitalnom obliku ti isti plakati. Tako da, evo, svi posjetitelji, tj. putnici će biti upoznati na taj način s Programom. Na tom plakatu postoji i QR kod s našim HOP katalogom. Taj QR kod je dinamični, preko njega možemo i pratiti koliko je posjetitelja kliknulo, što je isto jedan mali vid kontrole ili provjere koliko je ljudi zainteresirano za samu promociju i Program, bitan nam je broj posjetitelja.“ (G. Z.).* U budućnosti se planira proširenje HOP-a na društvenim mrežama, izrada HOP web stranice te potencijalna izrada HOP aplikacije. Također, postoji ideja o integraciji HOP rubrike u Registar otoka, što bi dodatno promoviralo otočne proizvođače i

njihove proizvode po otocima. Uz veći budžet omogućila bi se dodatna financiranja promotivnih aktivnosti, a kao važna stavka ističe se i ranije spomenuta suradnja s HTZ-om i inozemni sajmovi. „Za početak, Facebook, nadamo se i druge društvene mreže, Web stranica je u planu i u financijskom planu za ovo godinu. A možda u budućnosti i jedna vrsta aplikacije HOP? Postoji i ideja vezana uz Registar otoka koji već postoji u jednom trenutku kad se bude nagograđivao, isto tako nadograditi s HOP rubrikom, odnosno proizvodima i proizvođačima po otocima. I ako bude moguće, malo veći budžet koji će onda omogućiti malo više financiranja ovih promotivnih dijela. Svakako i suradnja [s HTZ-om] i promocija HOP-a na inozemnih sajmovima.“ (R. D. V.). Najveća prilika za rast i razvoj Programa leži u sufinanciranju, s obzirom na činjenicu da su „općenito, financijska sredstva ta koja koč...“ (V. K.). „Što se tiče najveće prilika za rast i razvoj, mislim da je tu dosta važno sufinanciranje što namjeravamo provesti. To bi bila dosta dobra prilika za rast i razvoj HOP-a.“ (I. K. R.).

Idućim, sedmim pitanjem namjeravalo se utvrditi glavne izazove/prepreke koje trenutno ograničavaju razvoj Programa HOP. Prema riječima sugovornika intervjua, jedan je od ključnih izazova nedostatak umreženosti i suradnje među korisnicima oznake. Potreba za osnivanjem udruge proizvođača prepoznata je kao značajan korak prema poboljšanju komunikacije i zajedničkog djelovanja. „...Slaba suradnja i umrežavanje samih korisnika. Nama bi od velike važnosti i pomoći bilo baš to, da su oni međusobno nekako bolje povezani, umreženi, a tu je sad i na nama da im malo pomognemo i da ih povežemo, tako da, evo, nadam se da ćemo u tome i uspjeti, jer bi nam jedna udruga proizvođača bila stvarno od važnosti, i da možemo onda lakše provoditi i promotivne aktivnosti... I onda bi jedni druge nekako poticali. Nama je u Programu jedna od aktivnosti i umrežavanje korisnika. ...koliko god je to teško i izazovno, jer ima različitih profila [različiti interesi između većih/manjih korisnika te unutar različitih kategorija proizvoda] i to je teško tako sve te oprečne interese povezati i uskladiti, a u konačnici, bilo bi dobro da nekako, bar jednom godišnje sa svima njima imamo nekakvu vrstu sastanka... Tako da, kad bi postojala jedna takva udruga onda bi to mogli puno lakše... Imamo u planu i dodjelu ove godine pa se nadam da će to biti prilika da se malo s njima otvoreno porazgovaramo.“ (R. D. V.). „Upravo je ta udruga spona između nas i njih, da to malo potakne i poveže...“ (G. Z.). Daljnji izazov, vezan za kemijske proizvode, predstavlja zakonska regulativa na razini Europske unije, s obzirom na potrebu provođenja skupih analitičkih ispitivanja, što proizvođači teško mogu ispuniti. „Trenutno nem je veliki izazov i prepreka ovaj zakon što se tiče kemijskih proizvoda. To nam je bila velika prepreka, ali nam je sada i izazov i pokušavamo to riješiti. To je zakon koji ograničava - oni moraju imati analize koje ne mogu ispoštovati u principu.“

(I. K. R.). Nadalje, ograničena financijska sredstva dodatno ograničavaju razvoj Programa, a postoji i mogućnost korištenja drugih mjera i potpora, primjerice Ministarstva poljoprivrede ili drugih institucija za obiteljska poljoprivredna gospodarstva koja čine većinu otočnih subjekata. „U obziru da je naša širina „Hrvatski otočni proizvod“ te da se dobar dio, bazira na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima, preko 90 %, oni su podložni i nekim drugim mjerama koje mogu potpomoći u ovom dijelu, koristiti neke druge mjere, od Ministarstva poljoprivrede, nekih drugih institucija....“ (V. K.).

Osmim pitanjem u intervjuu namjeravalo se istražiti planira li se jačanje suradnje s turističkim sektorom u promociji otočnih proizvoda s oznakom HOP, što je već ranije spomenuto kroz prethodna pitanja. Postojeća suradnja s turističkim zajednicama, kao i s Hrvatskom turističkom zajednicom važna je za promociju „Hrvatskog otočnog proizvoda.“ Planira se intenziviranje navedene suradnje kako bi se dodatno ojačala prepoznatljivost „Hrvatskog otočnog proizvoda“ među turistima. Nadalje, važno je i povezivanje s regionalnim oznakama kvalitete, kao i suradnja s hotelskim grupacijama na otocima. „Suradnja s turističkim zajednicama postoji i nastaviti ćemo ju još više jačati, a onda na jednoj široj razini tu je i suradnja s HTZ-om... Također, i suradnja i povezivanje s nekim regionalnim oznakama kvalitete. ... Suradnja s hotelskim grupacijama i promocija HOP-a unutar njihovih hotela na otocima.“ (R. D. V.). „Na stranicama otoka i suvenira će se pojaviti, znači, općenito link o Programu HOP s katalogom proizvoda [video katalog], čisto da se upozna javnost - turisti kada dođu na određene otoke, da postoji HOP, a i moći će vidjeti na kojem otoku što ima. Planira se jačanje suradnje, ne samo s turističkim sektorom, već je bitna i suradnja i spajanje s drugim oznakama kvalitete unutar Hrvatske, kao što je Lika Quality...“ (G. Z.).

Deveto pitanje bilo je vezano uz planove za budući razvoj Programa HOP i ključne korake za daljnji razvoj istog. Od budućih aktivnosti usmjerenih jačanju prepoznatljivosti i promocije „Hrvatskog otočnog proizvoda“, prema riječima sugovornika intervjuja, ističe se inovativnost otočnih proizvoda, valorizacija oznake HOP od strane državnih tijela, aktivan nadzor kvalitete, kao i spomenuta suradnja s turističkim sektorom te prodavaonicama specijaliziranim za autohtone proizvode:

„Inovativnost otočnih proizvoda, valoriziranje oznake od strane državnih tijela u postupcima dodjele sredstava, aktivnosti praćenja kvalitete, zajedno s povjerenstvima, terenskim i drugim kontrolama... Suradnja s prodavaonicama autohtonih proizvoda...“ (R. D. V.)

„Suradnja s turističkim sektorom - od Jadrolinije do turističke zajednice.“ (I. K. R.)  
„... I s nekim prodajnim mjestima isto smo potakli suradnju - s prodavaonicama koje proizvode otočne proizvode, da se i tu promovira HOP i da se osvijesti što se u stvari prodaje, kada su otočni proizvodi u pitanju.“ (G. Z.)

#### **6.2.4. Inozemna iskustva u vezi s označavanjem otočnih proizvoda i/ili „Hrvatskim otočnim proizvodom“ i dodatni komentari sugovornika**

Predzadnje pitanje intervjua dotaklo se inozemnih iskustava u vezi s označavanjem otočnih proizvoda i/ili konkretno „Hrvatskim otočnim proizvodom“, a spominjala se Danska, Irska, Grčka i Italija. U cilju promoviranja raznolikih prirodnih uvjeta na malim danskim otocima, razvijena je oznaka kvalitete za otočne proizvode, "Ø-specialiteter®“, što bi u budućnosti možda otvaralo priliku za neki oblik suradnje. Irska kao otočna država ima i oznaku kvalitete za svoje poljoprivredno-prehrambene proizvode – Bord Bia Quality, dok, što se tiče Grčke, ne postoji posebna nacionalna oznaka kvalitete koja se odnosi isključivo na otočne proizvode. Nadalje, što se tiče Italije, prema riječima sugovornika, upravo će suradnja na projektu spomenutom u nastavku biti prilika za razmatranje eventualnih zajedničkih izazova i potencijala i/ili razmjenu iskustava: „Kroz projekt GUSTI i Program Interreg Italija-Hrvatska, imat ćemo priliku vidjeti imaju li talijanski otoci nešto slično s hrvatskim otocima.“ (G. Z.).

Posljednjim su pitanjem u intervjuu sugovornici bili upitani imaju li za nadodati još nešto vezano uz Program HOP i njegov utjecaj na otočne zajednice, a da do sada nije bilo obuhvaćeno istraživanjem. Sugovornici su istaknuli projekt GUSTI u kojem Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije sudjeluje kao pridruženi partner, a usmjeren je revitalizaciji „Hrvatskog otočnog proizvoda“ te uključuje razne planirane aktivnosti, isključivo na prostoru Dubrovačko-neretvanske županije. „Projekt GUSTI - to je, znači, projekt u kojem sudjeluje Ministarstvo kao pridruženi partner. Inače, projekt je financiran iz Programa prekogranične suradnje Interreg Italija-Hrvatska. Cilj je upravo revitalizacija HOP-a, tako da se nadamo da će i kroz taj projekt HOP dobiti na prepoznatljivosti i važnosti. To je tek započelo [uvodni sastanci], a planirat će se u narednom periodu u sklopu projekta i sajam u Stonu, istraživanja na području Dubrovačko-neretvanske županije, o koristima HOP-a... U svakom slučaju, generalni cilj je upravo revitalizacija HOP-a, između ostalih ciljeva projekta. (R. D. V.). „Mi smo pridruženi partner Regionalnoj razvojnoj agenciji Dubrovačko – neretvanske županije,

*DUNEA. Planiraju se aktivnosti isključivo u Dubrovačko-neretvanskoj županiji.*“ (G. Z.). Također, spomenuta je i ideja o mogućnost uključivanja HOP-a i u druge projekte, a i organizacija HOP tura po otocima u suradnji s relevantnim dionicima. *„Možda uspijemo uključiti HOP i u neke druge projekte, u suradnji s nekim grupacijama/zainteresiranim hotelima organizirati HOP ture po otocima...“*(R. D. V.). Nadalje, jedan je od sugovornika nadodao sljedeći komentar o važnosti „Hrvatskog otočnog proizvoda“ u provedbi najvažnijeg cilja sadržanog u razvojnim dokumentima koji se tiču otočnih prostora: *„HOP nam je i instrument revitalizacije otoka i opstanka otočnog stanovništva, kao i daljnjeg razvoja otoka – to je ono što je najvažnije“* (V. K.).

## 7. RASPRAVA

Rezultati provedenog anketnog istraživanja i intervjua, zajedno s analizom sekundarnih izvora podataka, omogućili su identifikaciju u kojoj mjeri označavanje otočnih proizvoda oznakom HOP utječe na integralni razvoj hrvatskog otočnog prostora, s naglaskom na lokalnu zajednicu.

Da je život i rad otočne zajednice stvarnost sačinjena od mnogo toga lijepog, ali i poprilično složenog i problematičnog, kao što je istaknuto u radu prostornog ekonomista I. Šimunovića (1994), potvrđuju rezultati anketnog upitnika analizirani u sklopu pitanja vezanih uz prepreke/izazove u otočnoj proizvodnji koje ispitanici najčešće susreću, što se u širem kontekstu reflektira kao opći razvojni izazovi s kojima se suočavaju hrvatski otoci (transportne poteškoće i izolacija, visoki troškovi, ograničenost resursa i sl). Navedeno je prepoznato i unutar Nacionalnog plana razvoja otoka za razdoblje od 2021. do 2027. kao razvojne potrebe u sklopu razvojne domene Gospodarstvo, programskog područja Gospodarski razvoj i poduzetništvo, gdje se ističe potreba za boljom povezanošću i pristupom tržištima, smanjivanjem troškova ulaganja na otocima, diverzifikacijom gospodarske strukture u svrhu smanjenja ovisnosti o turizmu i sl. (*Nacionalni plan razvoja otoka*, 2021). Što se tiče glavnih prednosti otočnih proizvoda s oznakom HOP, rezultati provedenih intervjua ukazuju na važnost spomenute oznake koja jamči ne samo kvalitetu, već i autentičnost, osobito u današnje vrijeme kada na tržištu postoji velik broj proizvoda iz čitavog svijeta, koji su ponekad upitne kvalitete. Navedeno je istaknuto u radu pod naslovom „*Hrvatski otoci i otočni proizvodi*“, autorica A. Vlahov i N. Gaćine (2016), gdje se navodi činjenica kako je danas, u tehnološki razvijenom i užurbanom svijetu vrlo teško odabrati „pravi“ proizvod/uslugu između ponuđenih na tržištu, a suvremeni potrošači potražuju nešto drugačije, teže pozitivnom iskustvu i ispunjenju svojih očekivanja. Da je cilj zaštite proizvoda otočne poljoprivrede upravo garancija kvalitete, kao i otočnog podrijetla, zbog čega ih je korisno vidno zaštititi prepoznato je i u radu agronoma J. Defilippisa pod naslovom „*Koncept i mogućnosti razvitka otočne poljoprivrede*“ (1997). Anketnim istraživanjem i intervjuima ispitanici su istaknuli i važnost povezivanja otočne proizvodnje i turizma, a da Hrvatski otoci zahvaljujući očuvanoj prirodi, kao i društvenim odnosima imaju konkurentsku prednost koju je potrebno iskoristiti povezivanjem poljoprivredne proizvodnje i turističkog sektora ističe i rad pod naslovom „*Percepcija lokalnih dionika o mogućnostima razvoja hrvatskih otoka – primjer otoka Cres*“, autora Đogić, I. i Cerjak, M. (2015). Da je udaljenost od kopna upravo temeljna odrednica razvojne dinamike i dostignuća pojedinog otoka dokazuju rezultati anketnog istraživanja, kao i kartiranja odnosno

najmanji broj otočnih proizvođača izrađuje/proizvodi svoje proizvode na otocima najudaljenijim od kopnenog prostora, a stupanj opremljenosti otoka centralnim funkcijama, a time i mogućnosti otočne proizvodnje puno je veći na otocima s geografskim položajem bliže kopnu (*Strategija prostornog uređenja RH 1997; Integralno upravljanje obalnim područjem 2014; Strategija prostornog razvoja RH 2015* prema Marinković, 2016). Analizom rezultata provedenog anketnog istraživanja utvrđeno je kako označavanje otočnih proizvoda oznakom HOP pridonosi očuvanju otočne tradicije, identiteta i baštine, poticanju otočne proizvodnje, samozapošljavanju otočnog stanovništva, kreativnom poduzetništvu, održivom razvoju i zaštiti otočnog okoliša te promociji otoka kao turističke destinacije, što je u skladu s aktualnim Programom HOP. Nadalje, rezultati ankete, kao i intervjuja potvrdili su kako je najvažniji element lokalnog razvoja otoka kojemu doprinosi oznaka HOP upravo očuvanje otočne tradicije, identiteta i baštine, što je u skladu s općim ciljem Programa „Hrvatski otočni proizvod“, odnosno navedena oznaka, osim što jamči kvalitetu označenih proizvoda, jamstvo je identiteta otoka (*Program HOP, 2022*).

Na temelju rezultata dobivenih korištenjem kvantitativnih i kvalitativnih istraživačkih metoda provedena je SWOT analiza (tab. 5.). SWOT analiza je alat pomoću kojeg se sumiraju vanjski (prilike i prijetnje) i unutarnji (snage i slabosti) faktori povezani s određenim područjem interesa ili problemom. Spomenuta analiza pruža priliku za bolje razumijevanje trenutne situacije, prepoznavanje potencijalnih prilika za unaprjeđenje, kao i mogućnost pripreme i/ili adekvatnog odgovora na potencijalne izazove (Božac, 2008). Navedena je analiza provedena razmatranjem ključnih čimbenika važnih u kontekstu „Hrvatskog otočnog proizvoda“ u poticanju integralnog razvoja hrvatskog otočnog prostora, kao i u kontekstu mogućnosti daljnjeg unaprjeđenja i valorizacije oznake HOP i/ili pravovremenog i kvalitetnog suočavanja s potencijalnim prijetnjama u daljnjem razvoju otočne proizvodnje te napretku cjelokupnog Programa HOP. Stoga provedena analiza može poslužiti u svrhu predlaganja potencijalnih rješenja istraživane problematike i time osigurati što veću kvalitetu života i rada otočnog stanovništva, kao i njihovih proizvodnih aktivnosti.

Tab. 5. SWOT analiza: „Hrvatski otočni proizvod“ u poticanju integralnog razvoja otoka

SNAGE (S)	SLABOSTI (W)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- brojnost otoka/otočića</li> <li>- otoci kao jedan od ključnih elemenata turističke ponude Hrvatske i Mediterana</li> <li>- izvorne i tradicionalne vrijednosti te mogućnosti za raznovrsne gospodarske, društvene i proizvodne aktivnosti na otocima</li> <li>- doprinos oznake HOP razmatranim elementima lokalnog razvoja otoka (očuvanje otočne tradicije, identiteta i baštine, poticanje otočne proizvodnje, samozapošljavanje otočana, kreativno poduzetništvo, održivi razvoj i zaštita otočnog okoliša, promocija otoka kao turističke destinacije)</li> <li>- dodatno unaprjeđenje turističke ponude kvalitetnim autohtonim otočnim proizvodima s oznakom HOP</li> <li>- napredak u realizaciji postavljenih ciljeva te u kontekstu proširenja opsega Programa HOP (2007. do danas)</li> <li>- daljnje unaprjeđenje Programa „Hrvatski otočni proizvod“</li> <li>- povoljna mediteranska klima i tlo te čistoća zraka</li> <li>- povoljna obrazovna struktura otočnih proizvođača na (promatranim) otocima</li> <li>- bogata i duga tradicija proizvodnje hrane i pića na otocima (vinogradarstvo, vinarstvo...)</li> <li>- doprinos oznake HOP podizanju razine kvalitete otočnih proizvoda</li> <li>- promotivne aktivnosti otočnih proizvoda s oznakom HOP</li> <li>- prednosti otočnih proizvoda s oznakom HOP koje ih izdvajaju od ostalih proizvoda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pad broja stanovnika u posljednjem međupopisnom razdoblju</li> <li>- povećí udio stanovništva starije dobi te nizak udio mladih na (promatranim) otocima</li> <li>- heterogenost i složenost prirodno-geografskih i društveno-gospodarskih obilježja otoka na svim prostornim razinama što rezultira neuravnoteženošću mogućnosti za otočnu proizvodnju</li> <li>- izolacija i problematičan transport</li> <li>- nedostatak ljudi i/ili radne snage</li> <li>- ograničeni resursi (proizvodni, prostorni, infrastrukturni)</li> <li>- nedostatak i/ili udaljenost industrije</li> <li>- administrativne i pravne poteškoće</li> <li>- pretjerana orijentiranost na turizam, kratka sezona</li> <li>- nedostatak podrške i/ili promocije</li> <li>- nedostatak edukacije i/ili digitalizacije</li> </ul>
PRILIKE (O)	PRIJETNJE (T)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- financijska podrška i sufinanciranje od strane države</li> <li>- tehnološki napredak i korištenje digitalnih tehnologija u promociji Programa HOP i otočnih proizvoda s oznakom HOP te educiranju</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- poteškoće vezane uz tržište i poslovanje</li> <li>- klimatske promjene i ograničenost prirodnih resursa; elementarne nepogode</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>- pozitivna poslovna klima i turistički rast</li> <li>- suradnja i umreženost otočnih proizvođača – korisnika oznake HOP</li> <li>- daljnje jačanje suradnje i integracije (turistički sektor, prodavaonice autohtonih otočnih proizvoda, uključivanje HOP-a u razne projekte, suradnja s kolegama iz inozemstva...)</li> <li>- inovativnost otočnih proizvoda</li> <li>- valorizacija oznake HOP od strane državnih tijela</li> <li>- aktivan nadzor kvalitete proizvoda</li> <li>- diverzifikacija ekonomije i/ili proizvodnje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- zakonska regulativa (potreba za provođenjem analitičkih ispitivanja proizvoda...)</li> <li>- daljnja depopulacija i starenje stanovništva na otocima</li> <li>- daljnje iseljavanje stanovništva s otoka (osobito mladog i/ili radno aktivnog)</li> <li>- financijske krize</li> <li>- epidemije bolesti</li> </ul>
--	--

## 8. ZAKLJUČAK

Razmatranjem doprinosa „Hrvatskog otočnog proizvoda“ integralnom razvoju hrvatskog otočnog prostora s fokusom na lokalnu, otočnu zajednicu uz pomoć kvantitativnih i kvalitativnih istraživačkih metoda, hipoteze postavljene u uvodnom poglavlju rada uglavnom su potvrđene u potpunosti (**H2, H3, H4**), jedna je od hipoteza potvrđena djelomično (**H5**), dok je jedna hipoteza odbačena (**H1**).

Prema rezultatima anketnog istraživanja, prva hipoteza (**H1**) koja predviđa da proizvođači koji se bave otočnom proizvodnjom više od 20 godina izražavaju pozitivnije mišljenje o utjecaju označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na lokalni gospodarski razvoj u usporedbi s onima koji se bave otočnom proizvodnjom 10 godina i manje, odbačena je. Rezultati su, usporedbom postotaka pozitivnih odgovora dviju promatranih kategorija ispitanika pokazali kako ispitanici koji se otočnom proizvodnjom bave 10 godina i manje imaju pozitivnije mišljenje (68 %) o utjecaju označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na lokalni gospodarski razvoj u odnosu na one s više od 20 godina iskustva u otočnoj proizvodnji (55,56 %).

Potvrđena je hipoteza da je najveći broj ispitanika opisao utjecaj označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na lokalni gospodarski razvoj kao pozitivan (**H2**). Analizom rezultata anketnog istraživanja ustanovljeno je kako je najveći apsolutni broj ispitanika (42 odgovora ili 53,8 %) odgovorio kako je navedeni utjecaj pozitivan. Nadalje, 27 ispitanika ili 34,6 % odgovorilo je kako je navedeni utjecaj neutralan, 6 ispitanika ili 7,7 % bilo je neodlučno u vezi utjecaja označavanja otočnih proizvoda na razvoj lokalnog gospodarstva, dok je 3 ispitanika ili 3,8 % odgovorilo kako je utjecaj označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na lokalni gospodarski razvoj negativan.

Više od polovice ispitanika ocijenilo je doprinos označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP očuvanju otočne tradicije, identiteta i baštine ocjenom većom od 3 (na skali 1-5) (43 ispitanika ili 55,1 %), čime je ova hipoteza (**H3**) potvrđena.

Nadalje, analizom rezultata anketnog istraživanja i intervjua ustanovljeno je kako je najvažniji među razmatranim elementima lokalnog razvoja otoka kojemu doprinosi označavanje otočnih proizvoda oznakom HOP očuvanje otočne tradicije, identiteta i baštine. Navedeni su element ispitanici u anketnom upitniku ocijenili najvišom prosječnom ocjenom (3,72), dok su sugovornici intervjua također kao najvažniji element naglasili očuvanje otočne tradicije, identiteta i baštine, s obzirom na to da se navedenim označavanjem naglašava upravo otočni identitet, tj. očuvanje i isticanje otočnog identiteta i autohtonosti. Stoga se može

zaključiti kako je **H4**: *Označavanje otočnih proizvoda oznakom HOP veće pozitivne učinke ostvaruje na očuvanje otočne tradicije, identiteta i baštine nego na promociju otoka kao turističke destinacije potvrđena.*

Posljednja hipoteza glasila je: *Od ukupnog broja ispitanika, veći broj procjenjuje kako će utjecaj označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na integralni/sveobuhvatni razvoj otoka (s naglaskom na lokalnu zajednicu) za 10 godina biti veći nego danas, a udio pozitivnih odgovora veći je kod ispitanika koji trenutno imaju važeće rješenje o dodjeli oznake HOP za svoje otočne proizvode (H5).* Da će utjecaj označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na integralni/sveobuhvatni razvoj otoka (s naglaskom na lokalnu zajednicu) za 10 godina biti veći nego danas biti veći mišljenja je 29 ispitanika ili 37,2 % (bit će malo veći – 22 ispitanika ili 28,2 %; bit će puno veći – 7 ispitanika ili 9 %). Razmatrajući problematiku navedenog pitanja s obzirom na trenutni status rješenja o dodjeli oznake HOP za svoje otočne proizvode, odnosno usporedbom udjela pozitivnih odgovora kod ispitanika – trenutno aktivnih nositelja oznake HOP za svoje otočne proizvode te onih koji trenutno nemaju važeće rješenje o dodjeli oznake HOP za svoje proizvode primjetno je kako 20 ispitanika ili 37 % koji trenutno imaju važeće rješenje o dodjeli oznake HOP za svoje proizvode misli kako će utjecaj označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na integralni/sveobuhvatni razvoj otoka (s naglaskom na lokalnu zajednicu) za 10 godina biti veći nego danas, a s navedenim se mišljenjem slaže 9 anketiranih ili 37,5 % koji trenutno nemaju važeće rješenje o dodjeli oznake HOP. Nadalje, optimističnog su mišljenja u vezi vizije razvoja i utjecaja Programa HOP za 5-10 godina u odnosu na danas, kao i očekivanja u pogledu budućeg razvoja Programa na temelju dosadašnjih trendova i sugovornici intervjua. Prema tome, može se reći kako je navedena hipoteza djelomično potvrđena.

Naposljetku, otočni prostor Hrvatske, povezivanjem bogatstva očuvanih prirodnih ljepota i kulturne baštine te tradicionalnih djelatnosti, ima značajan potencijal za daljnji napredak, koji nadilazi tek samo turističku ponudu, što je zapaženo kroz Program „Hrvatski otočni proizvod“. Međutim, svaki pojedini otok predstavlja „zaseban svijet“, što rezultira i njihovom prirodno-geografskom i društveno-ekonomskom raznolikošću na svim prostornim razinama, što u konačnici određuje i mogućnosti bavljenja proizvodnjom na otocima te za sobom nosi niz prepreka i izazova u kontekstu otočne proizvodnje. Učinci oznake HOP na razmatrane elemente lokalnog razvoja otoka su pozitivni, a njihov puni potencijal može se ostvariti identificiranjem i rješavanjem ključnih izazova s kojima se suočavaju otočni proizvođači. Transportne poteškoće, visoki troškovi, ograničeni resursi, nedostatak radne snage i sl. predstavljaju

značajne prepreke koje je potrebno prevladati kroz koordinirane napore na svima razinama i interdisciplinarnu suradnju. Uspješno prevladavanje spomenutih izazova, kao i daljnje unaprjeđenje cjelokupnog Programa „Hrvatski otočni proizvod“ ključno je u postizanju dugoročnog gospodarskog, društvenog, kulturnog i ekološkog napretka otoka, čime će se osigurati ne samo očuvanje otočnog identiteta, tradicije i baštine, već i osnaživanje lokalnih, otočnih zajednica i poboljšanje kvalitete njihova života i rada, s obzirom na činjenicu da, osim što su temeljne značajke otočnih proizvoda s oznakom HOP kvaliteta i autohtonost – otočni identitet, „Hrvatski otočni proizvod“ ističe se i kao važan instrument u postizanju najvažnijeg cilja – ostanka stanovništva na otočnim prostorima, povećanja njihovog ukupnog broja te revitalizacije života otočana.

## POPIS LITERATURE I IZVORA

### Literatura

Arbanas, I., Pezelj, I., 2021: Analiza društvenog poduzetništva u ruralnim krajevima primjenom društveno korisnog učenja, u: *Zbornik radova 4. Međunarodne znanstveno-stručne konferencije „Digitalizacija, nove tehnologije i informacijsko društvo u razvoju ruralnih krajeva“* (ur. Ružić, V.), Veleučilište „Nikola Tesla“ u Gospiću, 113-135.

Božac, M., 2008: SWOT analiza i Towns matrica – sličnosti i razlike, *Ekonomika istraživanja* 21 (1), 19-34.

Defilippis, J., 1997: Koncept i mogućnosti razvitka otočne poljoprivrede, *Sociologija sela* 35(1/4), 1-10.

Duplančić Leder, T., Ujević, T., Čača, M., 2004: Duljine obalne crte i površine otoka na hrvatskom dijelu Jadranskog mora određene sa topografskih karata mjerila, *Geoadria* 9(1), 5-32.

Đogić, I., Cerjak, M., 2015: Percepcija lokalnih dionika o mogućnostima razvoja hrvatskih otoka – primjer otoka Cresa, *Journal of Central European Agriculture* 16(1), 259-276, DOI: 10.5513/JCEA01/16.1.1576.

Faričić, J., Graovac, V., Čuka, A., 2009: Mali hrvatski otoci – radno rezidencijalni prostor i/ili prostor odmora i rekreacije, *Geoadria* 15 (1), 145-185.

Knežević, N., Palfi, M., Vrandečić, K., Dodlek Šarkanj, I., Čosić, J., 2021: Oznake zemljopisnog porijekla poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, *Meso* 23 (5), 420-429, DOI: 10.31727/m.23.5.3.

Kušen, E., 2000: Hrvatski otoci u deset slika Prilog procjeni utjecaja turizma na razvoj hrvatskih otoka, *Sociologija sela* 39(1/4), 109-152.

Lajić, I., Mišetić, R., 2013: Demografske promjene na hrvatskim otocima na početku 21. stoljeća, *Migracijske i etničke teme* 29 (2), 169-199.

Magaš, D., 1996: Hrvatski otoci – osnovna geografska i geopolitička obilježja, *Geoadria* 1 (1), 5-16.

Magaš, D., Faričić, J., Surić, M., 2003: Prirodno-geografske odrednice razvitka otoka Kaprija, Kakna i pripadajućih otočića, *Geoadria* 8(2), 45-66.

Marinković, V., 2016: Socijalnogeografske osnove i odrednice klasifikacija hrvatskih otoka, *Geoadria* 21 (1), 143-166.

Marinković, V., 2020: Socijalnogeografska klasifikacija hrvatskoga otočnoga prostora, Doktorska disertacija, Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet.

McCall, G., 1994: Nissology: A Proposal for Consideration, *Journal of The Pacific Society* 17 (63-64), 98-106.

Porter, S. R., Whitcomb, M., E., 2005: Non-Response in Student Surveys: The Role of Demographics, Engagement and Personality, *Research in Higher Education* 46(2), 127-152, DOI: 10.1007/s11162-004-1597-2.

Prica, I., 2009: Hrvatski otočni proizvod, u: *Destinacije čežnje, lokacije samoće: uvidi u kulturu i razvojne mogućnosti hrvatskih otoka* (ur. Jelavić, Ž.), Institut za etnologiju i folkloristiku i Hrvatsko etnološko društvo, Zagreb, 5-24.

Riđanović, J., Bičanić, Z., 1993: Hrvatski Jadran i novi teritorijalni ustroj (prostorni pojam, duljina i razvedenost hrvatske obale), *Acta Geographica Croatica* 28 (1), 85-97.

Rogić, I., 1994: Hrvatski otoci: Sjećanje na pet razvojnih ograničenja, *Društvena istraživanja : časopis za opća društvena pitanja* 3(4-5), 437-439.

Rubić, I., 1952 (pretisak 2017): *Naši otoci na Jadranu*, Matica hrvatska, Ogranak Zadar.

Rubić, M., 2018: Zaštitne oznake otočnih proizvoda u kontekstu hrvatskog i EU-zakonodavstva, u: *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu* (ur. Barić Punda, V.), Sveučilište u Splitu, Pravni fakultet, 853-864.

Sax., L. J., Gilmartin, S., K., Bryant, A. N., 2003: Assessing Response Rates and Nonresponse Bias in Web and Paper Surveys, *Research in Higher Education* 44(4), 409-432, DOI: 10.1023/A:1024232915870.

Smith, W. G., 2008: Does Gender influence Online Survey Participation? A Record – Linkage Analysis of University Faculty Online Survey Response Behavior, *ERIC Document Reproduction Service No. ED 501717*, San Jose State University.

Starc, N., 1992: Otoci, regije i razvojna politika, *Društvena istraživanja* 1 (1), 115-126.

Starc, N., 2023: Otočnost – kako prepoznati, kako čuvati, u: *Otočnost u suvremenom društvenom kontekstu – pogled u budućnost* (ur. Vukić, J.), Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti i Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 33-34.

Šimunović, I., 1994: Otoci u svjetlu socio-ekonomskih kretanja, *Društvena istraživanja* 3 (4-5), 451-466.

Vlahov, A., Gaćina, N., 2016: Hrvatski otoci i otočni proizvodi, u: *Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku* (ur. Zlatović, D.), Veleučilište u Šibeniku, 95-102.

Živoder, D., 2022: *Marketinške implikacije označavanja domaćih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda putem prepoznatljivih oznaka i zaštićenih znakova*, Doktorska disertacija, Sveučilište u Osijeku.

## Izvori

100% Made in Italy, n.d: Regulations - In defense of the consumer and the small firms, The 100% Made in Italy Logo, <https://www.100madeinitaly.it/en/regulations/> (15.5.2024.)

Best of Kvarner, 2023: Otok Prvić (Kvarner) – 7 zanimljivosti najvećeg nenaseljenog otoka na Jadranu, <https://bestofkvarner.hr/otok-prvic/> (15.3.2024.)

Bord Bia Irish Food Board, n.d: Bord Bia Quality Mark, <https://www.bordbia.ie/bord-bia-quality-mark/> (15.5.2024.)

Dalić, M., 2023: BRAČ – “Mala noćna regata” iz Postira dobitnik nagrade Suncokret, <https://otoci.eu/brac-mala-nocna-regata-iz-postira-dobitnik-nagrade-suncokret-2/> (15.4.2024.)

Hrvatska enciklopedija, n.d: differentia specifica, *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, <https://www.enciklopedija.hr/clanak/differentia-specifica> (10.5.2024.)

*Hrvatski otočni proizvod evidencija proizvoda i nositelja*, Ministarstvo regionalnoga razvoja I fondova Europske unije, 2023, <https://razvoj.gov.hr/UserDocsImages//slike/Vijesti/2023/prosinac//HRVATSKI%20OTO%C4%8CNI%20PROIZVOD%20evidencija%20proizvoda%20i%20nositelja%20.pdf> (10.7.2024.)

Hrvatske vode, 2020: Hrvatska – zemlja sa više od tisuću otoka, <https://voda.hr/hr/novost/hrvatska-zemlja-sa-vise-od-tisucu-otoka> (25.2.2024.)

Istarska razvojna agencija (IDA), n.d: IQ - Istarska kvaliteta, <https://ida.hr/hr/bn/stratesko-planiranje/iq-istarska-kvaliteta/> (15.5.2024.)

*Javni poziv za dodjelu bespovratnih financijskih sredstava za provedbu promotivnih aktivnosti Programa „Hrvatski otočni proizvod“*, Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, 2024.,



[https://razvoj.gov.hr/UserDocsImages//O%20ministarstvu/Regionalni%20razvoj/Otoci%20i%20priobalje/2024//Javni%20poziv%20PROMOCIJA%20HOP\\_2024\\_2\\_1.pdf](https://razvoj.gov.hr/UserDocsImages//O%20ministarstvu/Regionalni%20razvoj/Otoci%20i%20priobalje/2024//Javni%20poziv%20PROMOCIJA%20HOP_2024_2_1.pdf) (10.4.2024.)

*Katalog proizvoda 2007-2019*, Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, 2019, Zagreb.

*Katalog proizvoda 2020-2023*, Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, 2023, Zagreb.

LAG LIKA, 2017: <https://lag-lika.hr/wp-content/uploads/2017/05/LQ-u-boji-na-bijeloj-pozadini.jpg.jpg> (9.8.2024.)

Lika Destination, n.d: Lika Quality – regionalni sustav kvalitete, <https://www.lika-destination.hr/regionalni-sustav-kvalitete/> (10.5.2024.)

Lika Destination, 2024: Održan sastanak predstavnika regionalnih oznaka kvalitete Hrvatski otočni proizvod i Lika Quality, <https://www.lika-destination.hr/vijesti/detaljnije/odrzan-sastanak-predstavnika-regionalnih-oznaka-kvalitete-hrvatski-otocni-p> (10.5.2024.)

Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i prehrane (MKGP), n.d: Odabrana kvaliteta – Slovenija, <https://www.nasasuperhrana.si/za-potrosnike/sheme-kakovosti/izbrana-kakovost/> (15.5.2024.)

Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, n.d a: Hrvatski otoci, <https://razvoj.gov.hr/hrvatski-otoci/4213> (5.3.2024.)

Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, n.d b: Hrvatski otočni proizvod, <https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/djelokrug-1939/otoci/hrvatski-otocni-proizvod/133> (6.3.2024.)

Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, n.d c: Otoci, <https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/djelokrug-1939/otoci-i-priobalje/3834> (25.2.2024.)

Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, n.d d: Razvoj otoka, <https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/djelokrug-1939/otoci/razvoj-otoka/127> (5.3.2024.)

*Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030.*, 2021, [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021\\_02\\_13\\_230.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_02_13_230.html) (10.5.2024.)

*Nacionalni plan razvoja otoka 2021.-2027.*, Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, 2021, [https://razvoj.gov.hr/UserDocsImages//O%20ministarstvu/Regionalni%20razvoj/Otoci%20i%20priobalje/2021//Nacionalni%20plan%20razvoja%20otoka%202021.-2027.\\_28.12.2021..pdf](https://razvoj.gov.hr/UserDocsImages//O%20ministarstvu/Regionalni%20razvoj/Otoci%20i%20priobalje/2021//Nacionalni%20plan%20razvoja%20otoka%202021.-2027._28.12.2021..pdf) (25.2.2024.)

*Nacionalni program razvitka otoka*, Ministarstvo razvitka i obnove, 1997, <https://razvoj.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/Regionalni%20razvoj/OTOCI/Nacionalni%20program%20razvitka%20otoka.doc> (1.7.2024.)

*Naselja i stanovništvo Republike Hrvatske 1857.-2001.*, Državni zavod za statistiku, 2005, [https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px\\_type=PX&px\\_db=Naselja+i+stanovni%u0161tvo+Republike+Hrvatske&px\\_language=hr](https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_type=PX&px_db=Naselja+i+stanovni%u0161tvo+Republike+Hrvatske&px_language=hr) (15.4.2024.)

Plohl, M., 2023: *Vinarije dalmatinskih otoka - vinska utočišta s morskom dušom*, [https://zadarskilibet.novilist.hr/plodovi-zemlje-i-mora/vinarije-dalmatinskih-otoka-vinska-utocista-s-morskom-dusom/#google\\_vignette](https://zadarskilibet.novilist.hr/plodovi-zemlje-i-mora/vinarije-dalmatinskih-otoka-vinska-utocista-s-morskom-dusom/#google_vignette) (10.07.2024.)

*Popis dobitnika oznake HOP*, Ministarstvo regionalnoga razvoja I fondova Europske unije, 2024, Excel tablice, Zagreb.

*Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011. - Stanovništvo prema starosti i spolu po naseljima*, Državni zavod za statistiku, 2013, [https://web.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/results/htm/H01\\_01\\_01/H01\\_01\\_01.html](https://web.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/results/htm/H01_01_01/H01_01_01.html) (10.4.2024.)

*Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2021. – Stanovništvo – po naseljima*, Državni zavod za statistiku, 2021, [https://podaci.dzs.hr/media/rqybclnx/popis\\_2021-stanovnistvo\\_po\\_naseljima.xlsx](https://podaci.dzs.hr/media/rqybclnx/popis_2021-stanovnistvo_po_naseljima.xlsx) (1.7.2024.)

*Pravilnik o provedbi Programa »Hrvatski otočni proizvod« u vezi s djelokrugom, brojem članova i sastavom stručnih povjerenstava za dodjelu oznake »Hrvatski otočni proizvod«, načinu vođenja evidencije subjekata kojima je dodijeljena oznaka »Hrvatski otočni proizvod« i načinu provođenja kontrole nad korištenjem oznake »Hrvatski otočni proizvod«, Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, 2021, [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021\\_12\\_139\\_2348.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_12_139_2348.html) (10.3.2024.)*

*Program „Hrvatski otočni proizvod“, Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, 2022, [https://razvoj.gov.hr/UserDocsImages//O%20ministarstvu/Regionalni%20razvoj/Otoci%20i%20priobalje/2022/HOP%202022//Program%20HOP%202022\\_19.09.2022.pdf](https://razvoj.gov.hr/UserDocsImages//O%20ministarstvu/Regionalni%20razvoj/Otoci%20i%20priobalje/2022/HOP%202022//Program%20HOP%202022_19.09.2022.pdf) (25.2.2024.)*

*Regio-novosti, Ekonomski institut, Zagreb, 2018, chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/regio-novosti/regio\_11\_ozujak-2018.pdf (1.3.2024.)*

*Registar otoka, Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, 2021, <https://registar-otoka.gov.hr/> (1.3.2024.)*

*Siig Christiansen, L., n.d: Ø-specialiteter® (Island Specialities) – a terroir in Danish, <https://northsearegion.eu/reframe/online-resource-centre/business-innovation-through-smart-specialisation/%C3%B8-specialiteter-island-specialities-a-terroir-in-danish/> (15.5.2024.)*

*Središnji registar prostornih jedinica Republike Hrvatske, Državna geodetska uprava (DGU), 2022, GIS shapefileovi, Zagreb.*

*Škraping, 2023: Prijave na utrku Škraping 2023 su službeno otvorene, <https://www.skraping.hr/hr/prijave-na-utrku-skraping-2023-su-sluzbeno-otvorene/> (9.8.2024.)*

*Turizam u brojkama 2020., Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2021, [https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR\\_%202020\\_0.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR_%202020_0.pdf) (5.6.2024.)*

*Turizam u brojkama 2021.*, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2022, [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022\\_dokumenti/Turizam%20u%20brojkama%202021.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/Turizam%20u%20brojkama%202021.pdf) (5.6.2024.)

*Turizam u brojkama 2022.*, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2023, [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2023\\_dokumenti/230804\\_turizam\\_u\\_brojkama\\_2022\\_hr\\_v.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2023_dokumenti/230804_turizam_u_brojkama_2022_hr_v.pdf) (5.6.2024.)

Turistička zajednica Općine Postira, n.d: Svjetsko prvenstvo u branju maslina, <https://www.postira.hr/svjetsko-prvenstvo-u-branju-maslina/> (15.4.2024.)

Turistička zajednica Općine Tkon, n.d a: Sajam otočnih proizvoda, <https://www.tzo-tkon.hr/vodi%C4%8D/manifestacije/sajam-oto%C4%8Dnih-proizvoda> (15.4.2024.)

Turistička zajednica Općine Tkon, n.d b: Škraping, <https://www.tzo-tkon.hr/vodi%C4%8D/manifestacije/%C5%A1kraping> (15.4.2024.)

*Upute za prijavitelje na Javni poziv za dodjelu bespovratnih financijskih sredstava za provedbu promotivnih aktivnosti Programa „Hrvatski otočni proizvod“*, Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, 2024, [https://razvoj.gov.hr/UserDocsImages//O%20ministarstvu/Regionalni%20razvoj/Otoci%20i%20priobalje/2024//Prilog%201\\_Upute%20za%20prijavitelje%20PROMOCIJA%20HOP\\_2024\\_2\\_1.pdf](https://razvoj.gov.hr/UserDocsImages//O%20ministarstvu/Regionalni%20razvoj/Otoci%20i%20priobalje/2024//Prilog%201_Upute%20za%20prijavitelje%20PROMOCIJA%20HOP_2024_2_1.pdf) (10.4.2024.)

Zadarska županija, 2023: Zadarska županija prva u Hrvatskoj izradila i usvojila Plan razvoja otoka: Preduvjet za povlačenje 25,6 milijuna eura, <https://www.zadarska-zupanija.hr/novosti/item/4218-zadarska-%C5%BEupanija-prva-u-hrvatskoj-izradila-i-usvojila-plan-razvoja-otoka-preduvjet-za-povla%C4%8Denje-25,6-milijuna-eura> (5.4.2024.)

*Zakon o otocima* (NN 70/21), <https://www.zakon.hr/z/638/Zakon-o-otocima> (25.2.2024.)

*Zakon o regionalnom razvoju Republike Hrvatske* (NN 118/18), <https://www.zakon.hr/z/239/Zakon-o-regionalnom-razvoju-Republike-Hrvatske> (25.2.2024.)

## PRILOZI

### Popis slika

Sl. 1. Oznaka „Hrvatski otočni proizvod“ (HOP) 2007. – 2023. (28 otoka i poluotok Pelješac)..7	
Sl. 2. Kretanje broja stanovnika hrvatskih otoka u razdoblju od 1857. do 2021. godine.....13	
Sl. 3. Otoci prema udaljenosti od kopna.....16	
Sl. 4. Oznaka HOP – registrirani jamstveni žigovi pri Državnom zavodu za intelektualno vlasništvo.....24	
Sl. 5. Udio otočnih subjekata - dobitnika oznake HOP po obalno-otočnim županijama (2007. – 2023.) .....25	
Sl. 6. Udio otočnih proizvoda/proizvodnih linija s oznakom HOP po obalno-otočnim županijama (2007. – 2023.).....26	
Sl. 7. Broj otočnih subjekata - dobitnika oznake HOP po otocima (2007. – 2023.).....29	
Sl. 8. Broj otočnih proizvoda/proizvodnih linija s oznakom HOP po otocima (2007. – 2023.).....30	
Sl. 9. Tkon – otok Pašman, Škraping.....32	
Sl. 10 Naslovna stranica kataloga otočnih proizvoda s oznakom „Hrvatski otočni proizvod“ (2020.-2023.).....33	
Sl. 11. Udio otočnih proizvoda/proizvodnih linija, aktivnih nositelja oznake HOP prema skupinama proizvoda.....34	
Sl. 12. Broj otočnih subjekata - aktivnih nositelja oznake HOP po otocima.....35	
Sl. 13. Broj otočnih proizvoda/proizvodnih linija s oznakom HOP – aktivni nositelji.....37	
Sl. 14. Oznaka Lika Quality.....39	
Sl. 15. Udio ispitanika prema spolu.....41	
Sl. 16. Udio ispitanika prema dobnim skupinama.....42	
Sl. 17. Udio ispitanika prema najvišoj završenoj razini obrazovanja.....43	
Sl. 18. Udio ispitanika prema obalno-otočnoj županiji otočne proizvodnje.....44	
Sl. 19. Broj ispitanika prema otoku na kojem izrađuju/proizvode svoje proizvode.....45	
Sl. 20. Broj ispitanika prema otoku na kojem izrađuju/proizvode svoje proizvode.....46	

Sl. 21. Broj ispitanika prema otocima (prema udaljenosti od kopna) na kojima izrađuju/proizvode svoje proizvode.....	47
Sl. 22. Broj ispitanika prema skupinama otočnih proizvoda koje izrađuju/proizvode.....	48
Sl. 23. Broj ispitanika prema obliku registracije/pravnoj osobnosti.....	49
Sl. 24. Udio ispitanika prema dužini bavljenja otočnom proizvodnjom.....	50
Sl. 25. Udio ispitanika prema opisu utjecaja označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na lokalni gospodarski razvoj.....	51
Sl. 26. Udio ispitanika prema mišljenju o utjecaju označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na lokalni gospodarski razvoj s obzirom na duljinu bavljenja otočnom proizvodnjom....	52
Sl. 27. Ocjene doprinosa označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP elementima lokalnog razvoja otoka.....	54
Sl. 28. Stavovi ispitanika o utjecaju označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na razinu kvalitete otočnih proizvoda i doprinosu integralnom/sveobuhvatnom razvoju otoka s naglaskom na otočnu zajednicu.....	55
Sl. 29. Potražnja za otočnim proizvodima s oznakom HOP na domaćoj i međunarodnoj razini prema mišljenju ispitanika.....	56
Sl. 30. Udio ispitanika prema mišljenju o utjecaju označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na integralni/sveobuhvatni razvoj otoka (s naglaskom na lokalnu zajednicu) za 10 godina u odnosu na danas.....	56
Sl. 31. Udio ispitanika prema mišljenju o utjecaju označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na integralni/sveobuhvatni razvoj otoka (s naglaskom na lokalnu zajednicu) za 10 godina u odnosu na danas s obzirom na trenutni status rješenja o dodjeli oznake HOP za svoje otočne proizvode.....	57
Sl. 32. Udio ispitanika prema susretanju određenih prepreka/izazova u otočnoj proizvodnji...58	58
Sl. 33. Kategorije najčešćih prepreka/izazova u otočnoj proizvodnji kod ispitanika.....	59
Sl. 34. Udio ispitanika prema suradnji s ostalim otočnim proizvođačima u svom poslovanju...61	61
Sl. 35. Ispitanici prema sudjelovanju na promotivnim aktivnostima otočnih proizvoda s oznakom HOP.....	62
Sl. 36. Udio ispitanika prema mišljenju o važnosti promotivnih aktivnosti otočnih proizvoda s oznakom HOP.....	62
Sl. 37. Udio ispitanika prema važećem rješenju o dodjeli oznake HOP za svoje otočne proizvode.....	63

## Popis tablica

Tab. 1. Mjere i posebni ciljevi Programa HOP.....	20
Tab. 2. Mišljenje ispitanika o utjecaju označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP na lokalni gospodarski razvoj s obzirom na duljinu bavljenja otočnom proizvodnjom.....	53
Tab. 3. Prosječne ocjene doprinosa označavanja otočnih proizvoda oznakom HOP elementima lokalnog razvoja otoka.....	54
Tab. 4. Prijedlozi uspješnijeg razvoja Programa HOP prema odgovorima ispitanika.....	64
Tab. 5. SWOT analiza: „Hrvatski otočni proizvod“ u poticanju integralnog razvoja otoka.....	77

Prilog 1. Anketni upitnik: "Hrvatski otočni proizvod" u poticanju integralnog razvoja otoka

1. Spol:

- a) muški
- b) ženski
- c) ne želim se izjasniti

2. Dobna skupina:

- a) 18-30 godina
- b) 31-40 godina
- c) 41-50 godina
- d) 51-60 godina
- e) 61-70 godina
- f) Više od 70 godina

3. Najviša završena razina obrazovanja:

- a) nezavršena osnovna škola
- b) osnovna škola
- c) srednja škola
- d) viša škola, preddiplomski ili stručni studij
- e) fakultet, umjetnička akademija ili sveučilišni studij
- f) poslijediplomski studij (magisterij/doktorat)

4. Na području koje županije izrađujete/proizvodite svoje proizvode?

- a) Dubrovačko-neretvanske
- b) Ličko-senjske
- c) Primorsko-goranske
- d) Splitsko-dalmatinske
- e) Šibensko-kninske
- f) Zadarske

5. Na području kojeg otoka izrađujete/proizvodite svoje proizvode? \_\_\_\_\_

\*ako izrađujete/proizvodite materijalni otočni proizvod koji se zbog tehničkih nemogućnosti ne izrađuje/ne proizvodi na otoku, navedite mjesto izrade/proizvodnje



6. Skupina otočnih proizvoda koje izrađujete/proizvodite:

- a) prehrambeni proizvodi
- b) pića
- c) kemijski proizvodi
- d) primijenjena umjetnost i dizajn
- e) nematerijalno dobro

7. Oblik registracije/pravna osobnost:

- a) d.d.
- b) d.o.o.
- c) domaća radinost
- d) j.d.o.o.
- e) obrt
- f) obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo (OPG)
- g) turistička zajednica
- h) udruga
- i) zadruga
- j) ostalo: \_\_\_\_\_

8. Koliko se dugo bavite otočnom proizvodnjom?

- a) manje od godinu dana
- b) 1-5 godina
- c) 6-10 godina
- d) 11-20 godina
- e) 21-30 godina
- f) više od 30 godina

9. Prema Vašem mišljenju, kako biste opisali utjecaj označavanja otočnih proizvoda oznakom „Hrvatski otočni proizvod“ (HOP) na lokalni gospodarski razvoj?

- a) pozitivan
- b) neutralan
- c) negativan
- d) nisam siguran/na

10. Ocijenite (od 1 do 5) doprinos označavanja otočnih proizvoda oznakom „Hrvatski otočni proizvod“ (HOP) sljedećim elementima lokalnog razvoja otoka (1 – ne doprinosi, 2 – nisko doprinosi, 3 – umjereno doprinosi, 4 – visoko doprinosi, 5 – vrlo visoko doprinosi)

a) očuvanje otočne tradicije, identiteta i baštine	1	2	3	4	5
b) poticanje otočne proizvodnje	1	2	3	4	5
c) samozapošljavanje otočnog stanovništva	1	2	3	4	5
d) kreativno poduzetništvo	1	2	3	4	5
e) održivi razvoj i zaštita otočnog okoliša	1	2	3	4	5
f) promocija otoka kao turističke destinacije	1	2	3	4	5

11. Ocijenite od 1 do 5 u kojoj mjeri se slažete s tvrdnjom (1 – uopće se ne slažem; 2 – ne slažem se; 3 – niti se slažem, niti se ne slažem; 4 – slažem se; 5 – u potpunosti se slažem):

a) „Označavanje otočnih proizvoda oznakom „Hrvatski otočni proizvod“ (HOP) pridonosi podizanju razine kvalitete otočnih proizvoda“

b) „Označavanje otočnih proizvoda oznakom „Hrvatski otočni proizvod“ (HOP) doprinosi integralnom/sveobuhvatnom razvoju otoka potičući različite razvojne elemente važne za otočnu zajednicu“ (\*pogledati pitanja br. 9. i 10.)

12. Prema Vašem mišljenju, ocijenite (od 1 do 5) (1-nepostojeća, 2-niska, 3-umjerena, 4-visoka, 5-vrlo visoka )potražnju za otočnim proizvodima s oznakom „Hrvatski otočni proizvod“ (HOP) na:

a) domaćoj razini	1	2	3	4	5
b) međunarodnoj razini	1	2	3	4	5

13. Kako zamišljate utjecaj označavanja otočnih proizvoda oznakom „Hrvatski otočni proizvod“ (HOP) na integralni/sveobuhvatni razvoj otoka (s naglaskom na lokalnu zajednicu) za 10 godina u odnosu na danas? (\*pogledati pitanja br. 9. i 10.)

- a) bit će puno manji
- b) bit će malo manji
- c) bit će isti kao i danas
- d) bit će malo veći
- e) bit će puno veći

14. Susrećete li određene prepreke/izazove u otočnoj proizvodnji?

- a) da
- b) ne
- c) nisam siguran/na

15. Ako je na prethodno pitanje odgovor bio „Da“, navedite koje prepreke/izazove u otočnoj proizvodnji najčešće susrećete (navedite 1-3 prepreka/izazova) (npr. ograničeni resursi, transport poteškoće i sl.)

---

16. Surađujete li s ostalim otočnim proizvođačima u svom poslovanju?

- a) da
- b) ne
- c) nisam siguran/na

17. Koliko često sudjelujete na promotivnim aktivnostima otočnih proizvoda s oznakom „Hrvatski otočni proizvod“ (HOP)? (1 - ne sudjelujem, 2 - jednom godišnje ili manje, 3 - više puta godišnje, 4 - skoro svaki mjesec, 5 - barem jednom mjesečno)?

a) manifestacije	1	2	3	4	5
b) sajmovi	1	2	3	4	5
c) konferencije/kongresi	1	2	3	4	5
d) edukacije (predavanja, radionice i sl.)	1	2	3	4	5

18. Prema Vašem mišljenju, kako biste opisali važnost promotivnih aktivnosti otočnih proizvoda s oznakom „Hrvatski otočni proizvod“ (HOP) (u smislu organizacije manifestacija, sajмова, konferencija, radionica, seminara/edukacija i sl.) u svrhu njihove veće prepoznatljivosti?

- a) vrlo važno
- b) važno
- c) umjereno važno
- d) manje važno
- e) nije važno

19. Imate li u ovom trenutku važeće rješenje o dodjeli oznake "Hrvatski otočni proizvod" (HOP) za svoj/e proizvod/e?

- a) da
- b) ne

20. Što biste predložili za uspješniji razvoj Programa „Hrvatski otočni proizvod“ (HOP)?

---

## Prilog 2. Obrazac intervjua

1. Koje su, prema Vašem mišljenju glavne prednosti otočnih proizvoda s oznakom „Hrvatski otočni proizvod“ (HOP)?
2. Koji je, prema Vašem mišljenju najvažniji element lokalnog razvoja otoka kojemu doprinosi oznaka HOP? (očuvanje otočne tradicije, identiteta i baštine; poticanje otočne proizvodnje; samozapošljavanje otočnog stanovništva; kreativno poduzetništvo; održivi razvoj i zaštita otočnog okoliša; promocija otoka kao turističke destinacije; ostalo...?) Ukratko obrazložite svoj odgovor.
3. Kolika je, prema Vašem mišljenju važnost HOP-a u promoviranju otoka kao turističke destinacije?
4. Prema Vašem mišljenju, kakvu ulogu imaju promotivne aktivnosti (manifestacije, sajmovi, konferencije/kongresi, edukacije i sl.) u prepoznatljivosti i prodaji otočnih proizvoda s oznakom HOP i koliko često se takve aktivnosti organiziraju? Koje konkretne aktivnosti, prema Vašem iskustvu najviše doprinose prepoznatljivosti i prodaji otočnih proizvoda s oznakom HOP? Postoje li planovi za povećanje učestalosti ili opsega promotivnih aktivnosti HOP-a u budućnosti?
5. Kako zamišljate razvoj i utjecaj HOP-a za 5-10 godina u odnosu na danas? Što se, prema Vašem mišljenju i dosadašnjim trendovima očekuje u pogledu broja pristiglih zahtjeva, raznolikosti kategorija proizvoda, ostalih aspekata...?
6. Što su prema Vašem mišljenju najveće prilike za rast i razvoj Programa HOP u budućnosti? Kako vidite ulogu digitalnih tehnologija u promociji HOP proizvoda?
7. Postoje li i koji su glavni izazovi/prepreke koje trenutno ograničavaju razvoj Programa HOP?
8. Planira li se jačanje suradnje s turističkim sektorom u promociji HOP proizvoda?
9. Koji su planovi za budući razvoj Programa HOP? Što biste predložili kao ključne korake za daljnji razvoj Programa HOP?
10. Prema Vašem mišljenju/iskustvu, što biste rekli vezano za inozemnih iskustava u vezi s označavanjem otočnih proizvoda i/ili konkretno “Hrvatskim otočnim proizvodom”?
11. Imate li još nešto što biste željeli nadodati vezano uz Program HOP i njegov utjecaj na otočne zajednice?