

Održivo upravljanje turističkim proizvodima otoka Brača

Leko, Laura

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **VERN University / Sveučilište VERN**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:146:535130>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-21**



Repository / Repozitorij:

[VERN University Repository](#)



SVEUČILIŠTE VERN'

Zagreb

Studij Turizma

ZAVRŠNI RAD

**ODRŽIVO UPRAVLJANJE TURISTIČKIM PROIZVODIMA
OTOKA BRAČA**

Laura Leko

Zagreb, 2021.

SVEUČILIŠTE VERN'

Zagreb

Preddiplomski stručni studij

Studij Turizma

ZAVRŠNI RAD

**ODRŽIVO UPRAVLJANJE TURISTIČKIM PROIZVODIMA
OTOKA BRAČA**

Mentorica: Dr. sc. Izidora Marković Vukadin

Studentica: Laura Leko

Zagreb, studeni 2021.

Sadržaj

SAŽETAK	I
ABSTRACT	II
1. UVOD	1
2. OBILJEŽJA ODRŽIVOG TURIZMA	3
2.1. Povijesni razvoj turizma i održivog razvoja.....	4
2.2. Održivi trendovi	5
3. ODRŽIVI TURIZAM U HRVATSKOJ	8
3.1. Strateško planiranje održivog turizma u Republici Hrvatskoj	9
3.2. Zakonski okvir	11
3.3. Primjeri održivih turističkih proizvoda u Republici Hrvatskoj	12
4. OSNOVNA OBILJEŽJA OTOKA BRAČA.....	14
4.1. Geografski položaj i prometna dostupnost	14
4.2. Glavne gospodarske grane otoka Brača	16
4.3. Resursna osnova.....	19
5. UPRAVLJANJE TURIZMOM NA OTOKU BRAČU.....	26
5.1. Turistička zajednica grada Supetra	26
5.2. Turistička zajednica općine Bol.....	27
5.3. Turistička zajednica općine Milna	27
5.4. Turistička zajednica grada Sutivana.....	28
5.5. Ponuda održivih turističkih proizvoda otoka Brača.....	29
6. Daljni razvoj temeljem razvojnih dokumenata.....	32
6.1. Strategija razvoja općine Bol od 2014. do 2020	33
6.2. Strategija razvoja općine Milna od 2014. do 2020	34
6.3. Plan razvoja grada Supetra od 2016. do 2020.....	34

6.4.	Strateški program projekata općine Pučišća od 2014. do 2020.....	34
6.5.	Razvojna strategija općine Postira od 2014. do 2020	35
7.	PRIMARNO ISTRAŽIVANJE - ANKETA.....	36
7.1.	Cilj istraživanja	36
7.2.	Metodologija	36
7.3.	Rezultati ankete	37
7.4.	Preporuke za inovativni i održivi razvoj destinacije Brač.....	41
8.	Zaključak.....	43
	Literatura.....	44
	Popis slika.....	48
	Popis tablica	49
	PRILOZI.....	50

SAŽETAK

U ovom radu prikazana su obilježja održivog turizma u svijetu kao i održivi trendovi koji postaju kulturni pomak u svijetu. Analizirano je stanje održivog razvoja turizma u Hrvatskoj zajedno s primjerima dobre prakse i osnovnim resursima za razvoj. Utvrđeni su dionici otoka Brača i načini kojima društveno odgovorno upravljaju turizmom. Cilj ovog rada je utvrditi mogućnost postizanja održivog razvoja turizma otoka Brača s fokusom na razvoj održivih turističkih proizvoda i upravljanje destinacijom. Rezultati istraživanja su pokazali kako većina ispitanika smatra održivost srednje bitnom i da otok Brač ima mjesta za napredak.

Otok Brač je prepoznatljiv po 'suncu i moru', dok mu njegovi prirodni, kulturni, materijalni i nematerijalni resursi dozvoljavaju da bude održiviji, kvalitetniji i prepoznatljiviji po baštini. Uz prikazani napredak i dobru praksu Republike Hrvatske što se tiče održivog turizma, otok Brač već posjeduje održivu turističku ponudu koju prikazuje tijekom svoje sezone. Svaka od jedinica lokalne samouprave ima razvojne strategije koje upućuju na povećanje kvalitete resursa i njihovu održivost.

Ključne riječi: održivi trendovi, održivi turizam, strategija razvoja, prirodni resursi, otok Brač

ABSTRACT

This paper presents the features of sustainable tourism in the world as well as sustainable trends that are becoming a cultural shift in the world. The state of sustainable tourism development in Croatia is analysed together with examples of good practice and basic resources for development. The stakeholders of the Island of Brač are determined and the ways in which they manage tourism socially responsibly. The aim of this paper is to determine the possibility of achieving sustainable tourism development of the island of Brač with a focus on the development of sustainable tourism products and destination management. The results of the research showed that majority of respondents consider sustainability to be of medium importance and that the island of Brač has room for improvement.

The island of Brač is recognizable for its „sun and sea“, while its natural, cultural, material and intangible resources allow it to be more sustainable, high quality and more recognizable for its heritage. With the presented progress and good practice of the Republic of Croatia in terms of sustainable tourism, the island of Brač already has a sustainable tourist offer that it shows during its season. Each of the local self – government units has development strategies that point to increasing the quality of resources and their sustainability.

Keywords: sustainable trends, sustainable tourism, development strategy, natural resources, island of Brač

1. UVOD

Turizam je pojava koja nastaje kao posljedica želje ili potrebe, a skup je odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost (Hunziker i Krapf, 1942). Utjecaj turističkih putovanja je teško odrediti, jer postoje direktni i indirektni utjecaji na globalnoj, nacionalnoj i lokalnoj razini. Turistička kretanja imaju pozitivan ekonomski učinak na poduzeća koja direktno (hoteli, barovi, restorani i sl.) sudjeluju u turističkoj ponudi, ali i na poduzeća koja indirektno sudjeluju u turizmu (nabava dobara za hotele, dućani i dr.). Nažalost, turistička kretanja imaju i negativan utjecaj, prvenstveno, okolišnog i ekološkog karaktera. Također, opterećenje lokalne infrastrukture u turističkoj destinaciji može imati dugoročne posljedice za lokalno stanovništvo. Kako bi minimalizirali negativan utjecaj turizma potrebno je razvijati ponudu koja je u skladu sa ciljevima održivosti.

U cilju lakšeg shvaćanja pojma održivosti, potrebno je utvrditi teoriju održivog razvoja. Održivi ili uravnoteženi razvoj jedan je od najučestalijih pojmova u znanosti i društvu, a često djeluje kao nepoznanica po pitanju primjene koncepta održivosti u stvarnosti. To je gospodarski i društveni rast usklađen s ekosustavima u kojima djeluje, a kao takav je i dugoročno održiv (Črnjar, 2002). Zbog degradacije prirode i okoliša održivi turizam neophodan je u svim aspektima gospodarskog i društvenog djelovanja, pa tako i u turističkim djelatnostima. Princip primjene održivosti temelji se na ispunjavanju potreba sadašnjih i budućih naraštaja te je vrlo važno utvrditi rješenje problema postojećih trendova u svijetu, koji su prijetnja stabilnosti daljnjem razvitku svijeta (Jeličić i sur., 2003).

Održivi turizam temelji se na zadovoljavanju potreba turista na način da se provodi ekonomski održivim i ne upropaštava resurse o kojima ovisi njegova budućnost, naročito okoliš i društvene odnose zajednice. Cilj ovog rada je utvrditi ekonomsku održivost otoka Brača, kvalitetu radnih mjesta, društvenu pravednost zajednice, lokalno upravljanje, kulturno bogatstvo, fizički identitet, biološku raznovrsnost, održivo korištenje resursa te kvalitetu okoliša. Identifikacijom granice održivosti, upravljanjem i kontrolom zakonodavstva i prostornog planiranja možemo utvrditi moguća rješenja održivog sustava. Ekološka, društvena i ekonomska održivost osnovne su dimenzije održivog turizma, a stvaranjem svijesti o vrijednostima resursa pridonosimo zajednici i potičemo dobru praksu.

Cilj ovog rada je utvrditi mogućnost postizanja održivog razvoja turizma otoka Brača s fokusom na razvoj održivih turističkih proizvoda i upravljanje destinacijom. U svrhu postizanja kvalitetnog istraživanja, odredili smo metode istraživanja koje su korištene u radu. Primarno istraživanje provedeno je anketnim upitnikom u programu *Google forms*. Upitnik je imao za cilj istražiti stavove rezidenata otoka Brača i potencijalnih turista na otoku o održivosti i inovativnosti otoka Brača. Anketa sadrži 19 pitanja koja su podijeljena u tri skupine: demografsku grupu pitanja, pitanja o poznavanju otoka Brača te stavovi i mišljenja korisnika o održivim elementima otoka. Anketa je provedena u listopadu 2021. godine, a sudjelovalo je 52 ispitanika. U radu je provedeno i sekundarno istraživanje, odnosno analiza službenih dokumenata otoka Brača te su prikupljeni podaci iz znanstvene i stručne literature na temu održivosti i inovativnosti otoka.

Struktura rada je koncipirana u osam poglavlja, gdje se opisuje turizam i održivi turizam te njegov razvoj, održivi trendovi u Hrvatskoj i svijetu te primjeri dobre prakse, kao i strateško planiranje održivog turizma u Hrvatskoj. Prikazane su strategije i zakonski okviri nužni za njihovo planiranje i realizaciju. Otok Brač je opisan demografski i geografski te su navedene gospodarske grane po jedinicama lokalne samouprave, ali i cjelovita resursna osnova, kako prirodna tako i kulturna, materijalna i nematerijalna. Navedene su i opisane turističke zajednice kao i njihove razvojne strategije za razvoj i povećanje konkurentnosti otoka. Opisana je i trenutna pozicija otoka Brača na tržištu, kao i njegova ponuda i prema tome je napravljena i provedena anketa o inovativnosti i održivosti otoka te predložene preporuke za daljnji razvoj.

2. OBILJEŽJA ODRŽIVOG TURIZMA

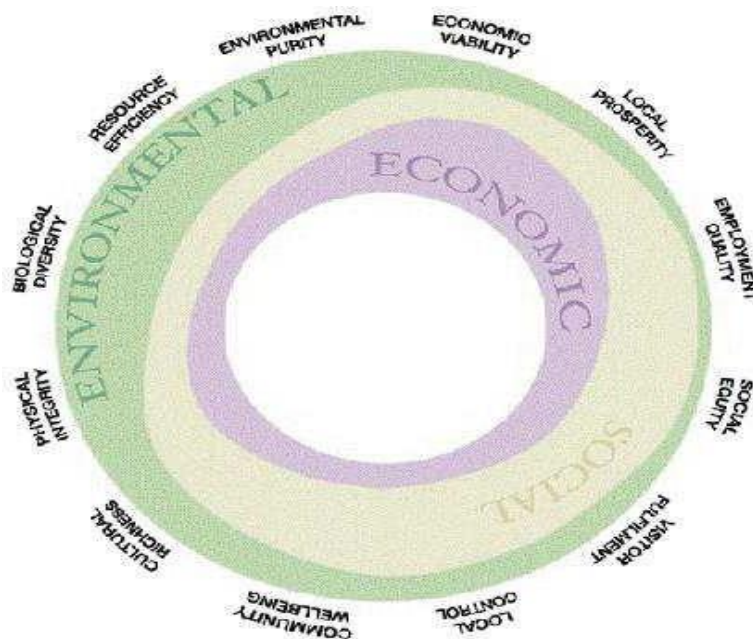
Potreba za održivim turizmom nastaje kao posljedica negativnog utjecaja turističkih kretanja na lokalnoj, nacionalnoj i globalnoj razini. Obzirom na činjenicu da lokalne samouprave u turističkim destinacijama pokušavaju smanjiti negativan utjecaj turizma u destinaciji, potvrđuje se da postoji želja za održivim razvojem. Svjetska turistička organizacija (UNWTO) je objavila 12 svjetskih ciljeva za razvoj održivog turizma.¹ Na temelju tih smjernica nacionalne, regionalne i lokalne turističke zajednice pokušavaju usmjeriti strategiju razvoja kako bi bile u skladu s propisanim ciljevima UNWTO-a.

Dvanaest svjetskih ciljeva za razvoj održivog turizma su:

- Ekonomska održivost
- Boljitak lokalne zajednice
- Kvaliteta radnih mjesta
- Društvena pravednost
- Zadovoljstvo posjetitelja
- Lokalno upravljanje
- Blagostanje zajednice
- Kulturno bogatstvo
- Fizički integritet
- Biološka raznolikost
- Učinkovito korištenje resursa
- Čistoća okoliša.

¹ Održivi turizam, preuzeto s: <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=21> (6.11.2021.)

Slika 2.1. Dvanaest ciljeva održivog razvoja



Izvor: Hrvatski portal Održivi turizam, <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=4534> (8.11.2021.)

Trenutno je aktualno 17 ciljeva održivog razvoja za dostizanje prosperiteta i očuvanje planeta uključivanjem svih dijelova društva kroz partnerstva, a za glavne ciljeve izdvajaju se okončanje siromaštva, borba protiv nejednakosti i nepravde i borba protiv klimatskih promjena.²

2.1. Povijesni razvoj turizma i održivog razvoja

Potreba za smještajem postoji od trenutka kada je došlo do prvog višednevnog putovanja, a potreba za hranom i pićem je dio osnovnih ljudskih potreba za život. Smještaj namijenjen za putnike je najčešće bio postavljan na trgovačkim putovima koji su uz smještaj pružali uslugu hrane i pića. Turizam prošlosti i turizam sadašnjice se jako razlikuju i teško ih je, skoro nemoguće uspoređivati, ali možemo reći da je turizam prošlosti potaknuo razvoj turizma kakav imamo danas. Turizam prošlosti je nastao iz potrebe, a turizam današnjice pretežito nastaje kao posljedica želje.

² Ministarstvo turizma i sporta, preuzeto s: <https://mint.gov.hr/vijesti/unwto-pokrece-online-platformu-za-dostizanje-ciljeva-odrzivog-razvoja-u-turizmu/14445> (8.11.2021.)

Koncept održivog razvoja bio je posebno popularan devedesetih godina (1990.), ali potreba i ideja za održivošću postoji već stoljećima. Prema Swarbrooke J. (1999) održivi razvoj znači da nešto razvijamo danas kako bi udovoljili našim potrebama, bez da narušimo mogućnost budućim generacijama da mogu zadovoljiti svoje potrebe. S tim načinom razmišljanja moramo raditi dugoročnije planove koji nisu standardna praksa u društvu današnjice. Koncept održivosti obuhvaća ekološke, ekonomske i društvene sustave.

2.2. Održivi trendovi

Američki Natural Marketing Institute u svojem godišnjem izvješću o stanju održivosti je identificirao glavne trendove održivosti, iz čega proizlazi da održivost nije trend, nego postaje kulturni pomak gdje će sve organizacije morati shvatiti da održivost nije samo želja, nego potrebna strategija³. Potrošači su sve više motivirani za ekološki prihvatljivije proizvode, dobit od održivih investicija donosi višestruku ekonomsku korist, kako u financijskim uštedama za tvrtku tako i povećanju vrijednosti brenda, povećanju prodaje i smanjenju rizika. Jedan od trendova je i da će sve više prevladavati proizvodi i usluge koje imaju manji štetni utjecaj na okoliš, bez kompromitiranja cijene i kvalitete, održivost uzrokuje razornu inovaciju u mnogim gospodarskim granama, a potrošači sve više obraćaju pažnju na rok razgradivosti ambalaže. Klasična ambalaža proizvoda sve će više uzmicati pred ekološki prihvatljivom ambalažom, jer su ljudi svjesni da odbačena ambalaža više neće ugrožavati okoliš, već će biti reciklirana i opet upotrijebljiva. Sve će se više koristiti tehnologije i usluge koje omogućuju korisnicima bolju potrošnju energije, a globalizacija će uzrokovati potrebu za prilagođavanjem djelatnostima koje su temelj održivosti. Najnoviji trend je da organizacije ulažu sve veće napore u razvoj optimalnih marketinških pristupa svakom od segmenata zelenih potrošača.

³ Održivi turizam, preuzeto s: <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=3347> (8.11.2021.)

Principi održivosti se odnose na okolišne, gospodarske, društvene i kulturne aspekte razvoja turizma. Kako bi se uspostavila ta dugotrajna održivost, mora se uspostaviti ravnoteža između sva ta tri aspekta, što bi značilo da bi se okolišni resursi trebali optimalno iskoristiti i prirodna baština se mora maksimalno zaštititi, društveno-kulturna autentičnost destinacije se mora nekompromitirano poštivati, kao i kulturna nasljeđa i autentičnost, uz međukulturalno razumijevanje i toleranciju, te se mora osigurati da su sve gospodarske djelatnosti dugoročne održive i da donose društvenu i gospodarsku korist svim dionicima uz pravičnu raspodjelu, stabilnost zaposlenja, zarade i smanjivanje siromaštva.

Održivi turizam mora:

- Optimalno iskoristiti okolišne resurse koji su ključni element turističkog razvoja, zadržavajući bitne ekološke procese i pomažući u zaštiti prirodne baštine i raznolikosti.
- Poštivati društveno- kulturnu autentičnost destinacije, očuvati njihovo izgrađeno i živo kulturno nasljeđe i tradicijske vrijednosti, te pridonijeti međukulturalnom razumijevanju i toleranciji.
- Osigurati da su gospodarske aktivnosti održive i dugoročne, te da donose društvenu i gospodarsku korist svim dionicima i uz pravičnu raspodjelu, između ostaloga stabilnost zaposlenja, mogućnosti zarade od pruženih usluga, pomažući smanjivanju siromaštva.⁴

Održivi razvoj u turizmu podrazumijeva sposobnost turističke destinacije da ostane u ravnoteži s okruženjem, odnosno sposobnost da ostane konkurentan na tržištu usprkos pojavi novih i manje posjećenih destinacija te da privuče podjednako posjetitelje koji se vraćaju i oni koji dolaze više puta.

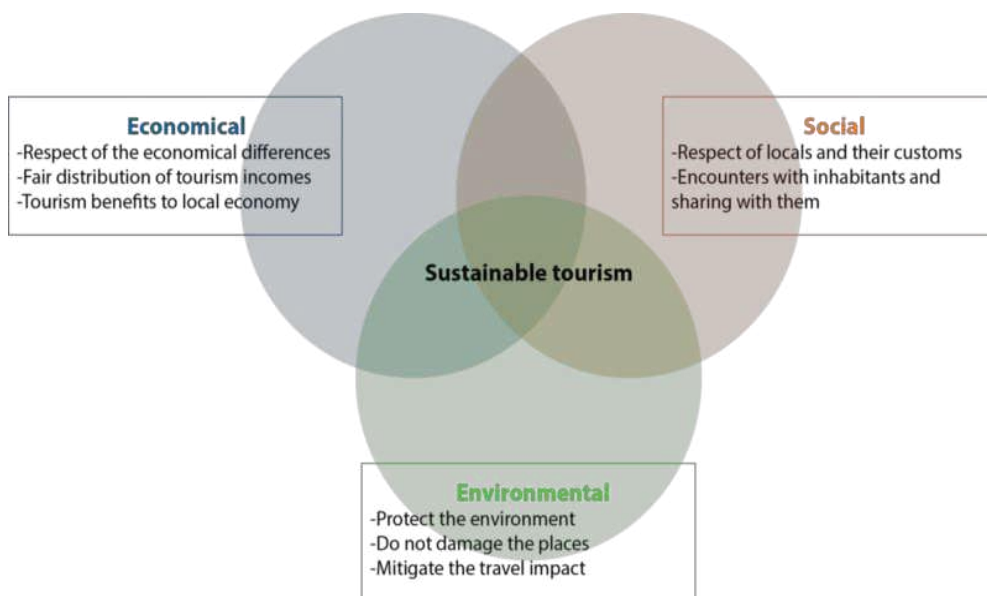
Tri su temeljna zahtjeva koja odgovorni održivi turizam treba zadovoljiti (Slika 2.2.):

- Ekonomski – poštivati ekonomske razlike, poštenu distribuciju turističkih prihoda i iskoristiti profit od turizma za boljitak društvene zajednice
- Socijalni – poštivati rezidente i njihove običaje, prilagoditi se i ući u suživot s lokalnim stanovništvom
- Ekološki – zaštititi i ne zagađivati okoliš.⁵

⁴ Održivi turizam, preuzeto s: <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=97> (8.11.2021.)

⁵ Odgovorni turizam, preuzeto s: <https://mytriplan.travel/sustainable-tourism/> (8.11.2021.)

Slika 2.3. Odgovorni turizam – temeljna tri principa



Izvor: Američki portal My Triplan, <https://mytriplan.travel/sustainable-tourism/> (8.11.2021.)

3. ODRŽIVI TURIZAM U HRVATSKOJ

Hrvatska je turistički orijentirana zemlja i izuzetno je važno sačuvati prirodne resurse i okoliš obzirom da joj to može biti velika konkurentna prednost. Hrvatska ima veliki broj zaštićenih područja i prirodnih parkova pa time predstavlja i svojevrsni park Europe.

Hrvatska je još prije tri desetljeća veliku pažnju pridavala održivom razvoju, pa je tako već na Svjetskoj konferenciji okoliša i razvoja održanoj 1992. u Rio de Janeiru pod pokroviteljstvom Ujedinjenih naroda, prihvatila koncepciju održivog razvoja kao jedinog rješenja problema razvoja i okoliša, zajedno s još 179 zemalja svijeta te podržala Agendu 21 i Plan djelovanja i preuzela obveze koje proizlaze iz Milenijske deklaracije i Milenijske razvojne ciljeve usvojene na Općoj skupštini Ujedinjenih naroda 2000. godine. U Agendi 21 obuhvaćena su uglavnom pitanja održivog razvoja i u njoj je obrađeno 40 područja od kojih su najznačajniji: klimatske promjene, ljudski resursi, održiva poljoprivreda, zbrinjavanje otpada, zaštita tla, šuma, voda, zraka i drugo. Ona je program za 21. stoljeće i predlaže niz mjera koji će razvoj učiniti gospodarski, društveno i ekološki održivim. Navodi se devet osnovnih društvenih grupa čije će djelovanje biti od ključnog značaja za održivi razvoj Zemlje, a njih čine žene, djeca, mladež, autohtono stanovništvo, nevladine organizacije, lokalne vlasti, radništvo i sindikati, poslovni svijet i industrija, znanstvenici i poljoprivrednici.⁶

U posljednjih desetak godina održivi razvoj je vrlo aktualan kroz značajan broj konferencija, edukacija, publikacija, od kojih su najistaknutije:

- Ekoturizam srednje Europe, alati za zaštitu prirode – CEETO, održana u Opatiji 2018. s temom rasprave o održivom turizmu,⁷
- Izazovi i perspektive održivog turizma Hrvatske, održana na Plitvičkim jezerima 2017. godine i
- Održivi turizam u zaštićenim područjima Republike Hrvatske, održana na Plitvičkim jezerima 2019. godine.⁸

Tri su temeljna stupa održivog razvoja turizma u Hrvatskoj:

- resursi okoliša – maksimalno iskorištavanje okoliša na optimalan način

⁶ Ministarstvo vanjskih i europskih poslova, preuzeto s: <http://www.mvep.hr/hr/vanjska-politika/multilateralni-odnosi0/globalne-teme/odrzivi-razvoj/> (8.11.2021.)

⁷ Priroda, Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima Hrvatske, preuzeto s: <https://ju-priroda.hr/2018/06/projekt-ceeto-i-konferencija-o-odrzivom-turizmu/> (8.11.2021.)

⁸ Ministarstvo turizma i sporta, preuzeto s: <https://mint.gov.hr/vijesti/na-plitvicama-odrzana-konferencija-odrzivi-turizam-u-zasticenim-podrucjima-rh/19123> (8.11.2021.)

- poštivanje društveno-kulturne autentičnosti destinacije, smanjenje masovnog dolaska turista i nametanje njihovih načela koji se kose s lokalnim stanovništvom te
- osiguranje dugoročne i održive gospodarske aktivnosti destinacije, koja osigurava pravednu raspodjelu i korist za sve dionike.

Hrvatska je na 27. mjestu prema Izvješću o konkurentnosti putovanja i turizma iz 2019. godine u konkurenciji 110 zemalja Europe i Euroazije, za razliku od Izvješća iz 2017. godine gdje je bila pet mjesta niže, što bilježi rast od 2,4%.⁹

3.1. Strateško planiranje održivog turizma u Republici Hrvatskoj

Hrvatska ima niz strategija i akcijskih planova kojima želi održivi razvoj integrirati u sve sfere hrvatskog društva te da se integrira kako u turizam tako i u sve gospodarske grane, a neke od njih su Strategija održivog razvitka, Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Pravilnik o zaštiti okoliša u Republici Hrvatskoj, Akcijski plan razvoja zelenog turizma i brojni drugi dokumenti na regionalnoj razini.

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.

Kao krovni razvojni dokument hrvatskog turizma daje smjernice i otvara novi prostor za razvoj turizma u nadolazećem razdoblju i daje odgovor na pitanje kakav turizam Hrvatska želi i treba razvijati te se utvrđuju ključne aktivnosti turističke politike usmjerene na osiguravanje proizvodnih, institucionalnih, organizacijskih i ljudskih pretpostavki za poboljšanje hrvatske konkurentnosti i korištenje resursne osnove na načelima odgovornog i održivog razvoja. Poželjan razvoj hrvatskog turizma podrazumijeva upravljanje resursima koje udovoljava osnovnim ekonomskim, socijalnim i estetskim kriterijima dugoročno održivog poslovanja uz rast blagostanja, očuvanje kulturnog integriteta te vitalnih ekoloških sustava i biološke raznolikosti.

Osnovni zadaci i ciljevi razvoja hrvatskog turizma su:

- poboljšavanje strukture i kvalitete smještaja, novo zapošljavanje, investicije i povećanje turističke potrošnje,

⁹ The travel and tourism competitiveness, preuzeto s: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (8.11.2021.)

- investiratnije u imidž i promociju, rebrandiranje hrvatskog turističkog brenda i percepcije Hrvatske iz destinacije samo ljetnog odmora u identitet Hrvatske kao mješavine racionalnih, emotivnih, socioloških i kulturnih prednosti,
- privatizacija i aktivacija turistički interesatne, a neiskorištene državne imovine te unapređenje smještajne ponude,
- kontinuirano unapređivanje i povećavanje kvalitete dominantnog turističkog proizvoda 'sunce i more', no obzirom na to da u budućnosti samo takav proizvod ne može znatno pridonijeti konkurentnosti Hrvatske, nužno je razvijati i druge grane turizma, kao što su nautički turizam, zdravstveni turizam, kulturni turizam, poslovni turizam, golf turizam, cikloturizam i eno i gastroturizam, ruralni i planinski turizam, pustolovni i sportski turizam, te cjelogodišnje poslovanje u ekoturizmu, omladinskom turizmu i socijalnom turizmu.¹⁰

Akcijski plan razvoja zelenog turizma

Akcijski plan razvoja zelenog turizma predstavlja korak u operacionalizaciji Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske te drugih strateških dokumenata u dijelu u kojem su oni relevantni za temu ozelenjivanja turizma. Ovaj plan predstavlja iskorak u sljedeću fazu u kojoj će, kroz sustavnu i koordiniranu proaktivnost i suradnju svih dionika, zeleno postati novo normalno i daje okvir za udruživanje resursa i učinkovitu suradnju lokalne uprave, turističkih operatera i civilnog sektora te osiguravanje potpore, standarda, smjernica i platforme za razmjenu iskustava na nacionalnoj i EU razini.

Ministarstvo turizma je 2012. godine pokrenulo portal 'Održivi turizam Hrvatska' na kojem i dalje prikuplja i organizira relevantne informacije o održivom turizmu, što je pridonijelo jačoj promociji, prisutnosti i prepoznatljivosti teme održivosti, a Ministarstvo zaštite okoliša i prirode je 2011. uspostavilo znak okolišne izvrsnosti 'Prijatelj okoliša' za hotele i kampove čija su mjerila usklađena s mjerilima za znak zaštite okoliša Europske unije 'EU Ecolabel', Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske (UPUHH), vrlo aktivno promovira certifikat o održivom poslovanju *Sustainable hotel certificate by UPUHH*, Udruga obiteljskih i malih hotela je razvila certifikacijsku shemu za održivi turizam 'Eco hoteli', a Udruga hrvatskih putničkih agencija je u sklopu EU projekta razvila transfer inovacija, certificirala turističke agencije i managere 'zelenim'.

¹⁰ Ministarstvo turizma i sporta RH, preuzeto s: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/160120_1-sast_medjmint_vijece.pdf (8.11.2021.)

Ciljevi Akcijskog plana su:

- kontinuirano i sustavno unapređenje okolišne održivosti turizma u RH,
- unapređenje okolišne održivosti turizma na razini turističkih destinacija,
- unapređenje okolišne održivosti turizma na razini ugostiteljsko turističkog pružatelja usluga,
- dodjela turističkom brendu Hrvatske atribut destinacije predvodnice održivog turizma.¹¹

Strategija razvoja održivog turizma do 2030.

Ministarstvo turizma i sporta pokrenulo je izradu nove Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i Nacionalnog plana razvoja održivog turizma od 2021. do 2027. godine. Strategija će propisati viziju turizma, vodeći računa o načelima održivog razvoja, razvojne potrebe i razvojne potencijale turizma, kao i propisati strateške ciljeve ključnih pokazatelja učinka i ciljane vrijednosti pokazatelja. U okviru Nacionalnog plana odredit će se terminski plan provedbe projekata od strateškog značaja, izradit će se indikativni financijski plan s prikazom financijskih pretpostavki za provedbu posebnih ciljeva i projekata od važnosti za područje turizma.¹²

3.2. Zakonski okvir

Zakon o zaštiti okoliša, Zakon o zaštiti zraka i Zakon o zaštiti prirode, te Pravilnik za dodjelu kvalitete ugostiteljskog objekta - vrste hotel, djeluju kao zakonski okvir za održivost turizma.

- Zakon o zaštiti okoliša ističe i regulira važnost i načela zaštite okoliša i održivog razvitka, definira dokumente održivog razvitka i zaštite okoliša, kao i načine na koji će se zaštita okoliša i održivi razvitak provoditi u državi. Načelo održivog razvitka i mehanizmi zaštite okoliša trebaju prožeti sve gospodarske djelatnosti pa tako i turizam, kako bi se stvorili preduvjeti za razvoj održivog turizma.

¹¹ Ministarstvo turizma, preuzeto s: https://mint.gov.hr/UserDocImages/arhiva/160715_AP_Zelenog_t.pdf (8.11.2021.)

¹² Ministarstvo turizma i sporta, preuzeto s: <https://mint.gov.hr/strategija-razvoja-odrzivog-turizma-do-2030-godine/11411> (8.11.2021.)

- Zakon o zaštiti zraka je osnovni zakon kojim se određuju nadležnost i odgovornost za zaštitu zraka i ozonskog sloja, ublažavanje klimatskih promjena i prilagodbu klimatskim promjenama, planski dokumenti, praćenje i procjenjivanje kvalitete zraka, mjere za sprečavanje i smanjivanje onečišćavanja zraka, izvještavanje o kvaliteti zraka i razmjeni podataka, djelatnosti praćenja zraka i emisija plinova.
- Zakon o zaštiti prirode uređuje sustav zaštite i cjelovitog očuvanja prirode i svih njezinih dijelova. Pri tome se misli na očuvanje bioraznolikosti, georaznolikosti i prirodne ravnoteže, osiguranje održivog korištenje prirodnog dobra, očuvanje prirodnosti tla, atmosfere, klime i kakvoće vode i mora te sprečavanje i ublažavanje poremećaja u prirodi, kao i šteta nastalih ljudskim djelovanjem.¹³

3.3. Primjeri održivih turističkih proizvoda u Republici Hrvatskoj

Republika Hrvatska se ponosi s mnoštvom održivih turističkih proizvoda na kojima svakodnevno radi i s kojima pokušava držati korak s ostatkom svijeta. Hrvatska je prepoznala važnost održivosti, pogotovo u turizmu koji je velik dio gospodarstva.

Plavi svijet dobrog dupina

U Velom Lošinju postoji neprofitna organizacija Plavi svijet – Institut za istraživanje i zaštitu mora koja djeluje na očuvanju morskog okoliša provođenjem tri glavna programa: program znanstvenog istraživanja, obrazovni program i program zaštite. Jedan od projekata Plavog svijeta je osnivanje lošinjskog rezervata za dupine – najvećeg zaštićenog morskog područja u Jadranu. Ovim projektom jedna se ugrožena životinjska vrsta, dobri dupin, koristi kao promotor zaštite cjelokupnog okoliša, dok se istodobno dupinima osigurava područje potrebno za opstanak i zadovoljenje ključnih bioloških potreba. Cilj ovakve zaštite je praktičnim primjerom pokazati da zaštita područja može donijeti značajnu gospodarsku korist području, ako se njime upravlja na održiv i prihvatljiv način.¹⁴

¹³ Održivi turizam, preuzeto s: <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=57> (8.11.2021.)

¹⁴ Plavi svijet, preuzeto s: <https://www.plavi-svijet.org/> (8.11.2021.)

Čudo u Zagvozdu

Ljetna kulturna zbivanja u Zagvozdu, u organizaciji udruge 'Glumci u Zagvozdu', učinila su to mjesto nezaobilaznim na kulturnoj karti Hrvatske. Domaći ljudi, gosti i umjetnici stvaraju i konzumiraju izvrsne kulturne proizvode i to sve u autohtonom ambijentu zaboravljenog mjesta Dalmatinske zagore. Razvojni potencijali ovog kraja su: bogata tradicija, očuvan okoliši prirodna baština koja je dijelom zaštićena u sklopu Parka prirode Biokovo. Udruga 'Glumci iz Zagvozda' odlučila je proširiti djelovanje na zaštitu i prezentaciju lokalnih ekoloških i tradicijskih vrijednosti, te su organizirali uklanjanje više od deset tona otpada iz okolice mjesta te smanjili broj divljih odlagališta. (Carić H., 2006.)

Vuna s otoka Cresa

S obzirom da svake godine desetak tona odstrižene vune predstavlja estetski i ekološki problem na otoku Cresu, lokalna udruga 'Ruta' počela je rješavati taj problem obrađujući odbačenu vunu i pretvarajući je u autohtoni proizvod. Osim odjeće i obuće, izrađuju se igračke, modni dodaci, ukrasi i knjige. Udruga također održava tečajeve i radionice o obradi vune, koje turisti često pohađaju, kao i kreativne radionice u kojima sudjeluju djeca i mladi, čime se popularizira rad s vunom i njeguje tradicija.¹⁵

Plava zastava

Plava zastava za marine i plaže je međunarodni ekološki program zaštite okoliša mora i priobalja, čiji je prvenstveni cilj održivo upravljanje i gospodarenje morem i obalnim pojasom. Nacionalni koordinator i voditelj projekta Plava zastava u Hrvatskoj je udruga 'Lijepa naša'. To je najpriznatiji model ekološkog odgoja i obrazovanja i obavještavanja javnosti, kada je u pitanju briga za more i obalni pojas. Trenutno u Hrvatskoj Plavu zastavu nosi 99 plaža i 19 marina diljem zemlje.¹⁶

¹⁵ Održivi turizam, preuzeto s: <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=4498> (8.11.2021.)

¹⁶ Lijepa naša, preuzeto s: <https://www.lijepa-nasa.hr/plava-zastava/> (8.11.2021.)

4. OSNOVNA OBILJEŽJA OTOKA BRAČA

Na otoku Braču nalazi se osam jedinica lokalne samouprave. Površinom najveća je općina Pučišća, a najviše stanovnika broji grad Supetar. Dosljedno Ustavu, otok Brač se uključuje u Splitsko-dalmatinsku županiju, a administrativno je podijeljen na grad Supetar i općine Milna, Sutivan, Nerežišća, Postira, Bol, Pučišća i Selca (Tablica 4.1.).

Tablica 4.1. Lokalne samouprave otoka Brača

Jedinica lokalne samouprave	Broj stanovnika	Površina km ²	Naselja
Grad Supetar	4074	29,13	Supetar, Milica, Splitska, Škrip
Općina Bol	1630	21,88	Bol, Murvica
Općina Milna	1034	36,09	Bobovišća, Ložišća, Milna
Općina Nerežišća	862	78,45	Donji Humac, Dračevica, Nerežišća
Općina Postira	1559	50,66	Dol, Postira
Općina Pučišća	2171	103,35	Gornji Humac, Pražnica, Pučišća
Općina Selca	1804	53,96	Novo selo, Povlja, Selca, Sumartin
Općina Sutivan	822	22,18	Sutivan

Izvor: Plan tranzicije otoka Brača na čistu energiju, preuzeto s:

https://euislands.eu/sites/default/files/EUIslands_CETA_Brac_102020.pdf (8.11.2021.)

4.1. Geografski položaj i prometna dostupnost

Otok Brač je najveći srednjodalmatinski otok, treći najveći otok Jadranskog mora s površinom od 395 kilometara kvadratnih. Dug je oko 40 kilometara, a širok prosječno 12 kilometara (slika 4.2). Od kopna ga dijeli Brački kanal, od Šolte Splitska vrata, a od Hvara Hvarski kanal. Pruža se u smjeru zapad-istok. Najviši vrh je Vidova gora (Vidovica, Sutvid, 780 metara) koji je ujedno i najviši vrh Jadranskih otoka. Ukupna duljina obale iznosi 180,6 kilometara, a koeficijent razvedenosti je 2,6 km. Srednja temperatura u siječnju kreće se od 1,2 do 4,9°C, a u srpnju 22,9 do 24,7°C. Klima otoka se odlikuje karakteristikama mediteranske klime, toplai sušna ljeta, a kratke i blage zime. Brač pripada najsunčanijem jadranskom području, s oko 2700 sunčanih sati godišnje. Uz obale Brača more je relativno toplo, u kolovozu od 21 do 25°C, a u veljači od 11 do 14°C. Budući da na otoku nema većih naselja ni industrije, nema zagađenja u zraku. Prema zadnjem popisu stanovništva iz 2011. godine, Brač ima 14.434 stanovnika. Hrvati su danas većinski stanovnici otoka Brača, govore čakavskim narječjem u raznim inačicama, a na krajnjem istoku i štokavski.

Slika 4.2. Otok Brač



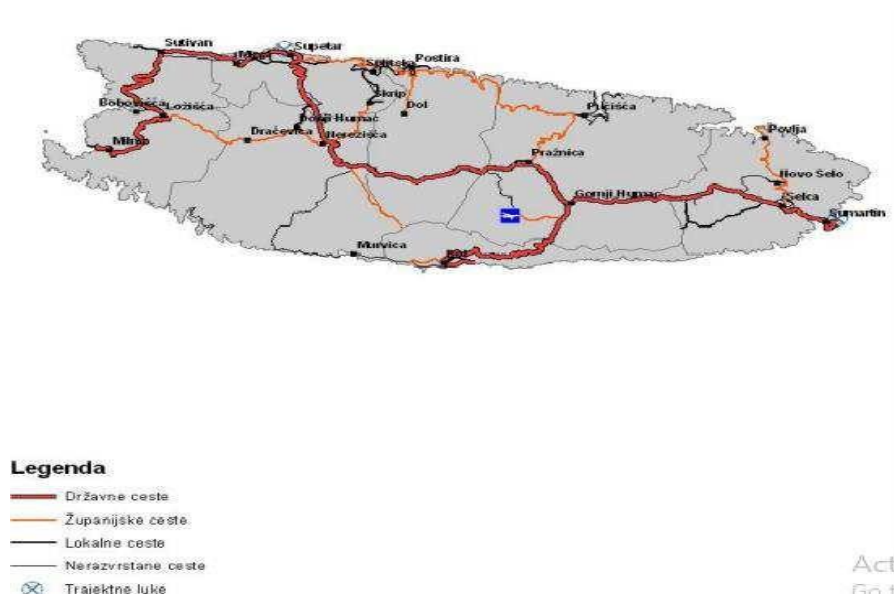
Izvor: Hrvatski portal Brač info, <https://www.bracinfo.com/hr/karta-otoka-braca.html> 8.11.2021. (10.10.2021)

Prometna infrastruktura otoka Brača odvija se putem cestovnog, zračnog i pomorskog prometa. Pomorski promet je za otok najznačajnija vrsta prometa te je tako i glavni oblik povezanosti s kopnom i drugim otocima. Trajektne veze otoka Brača ostvaruju se iz Splita i Makarske. Primarno pomorsko prometno čvorište na otoku je trajektna luka Supetar, sekundarna trajektna luka Sumartin, a povezanost s kopnom brzom brodskom linijom ostvaruje i Bol tijekom cijele godine. Na području Brača nalaze se ukupno 12 luka otvorenih za javni promet, u Bobovišćima, Bolu, Milni, Mircima, Postirama, Povlja, Pučišćima, Splitskoj, Supetru, Sumartinu i Sutivanu.

Cestovni promet se odvija putem državnih, županijskih i lokalnih cesta. Na otoku se nalaze tri državne ceste (D113, D114 i D155), deset županijskih prometnica i devet lokalnih cesta. Postoji i mreža nerazvrstanih prometnica na otoku, uključujući poljske i šumske, koje predstavljaju značajan potencijal i koje je nužno aktivirati radi gospodarskog razvoja (Slika 4.3.). Zračni promet na otoku se obavlja preko zračne luke Brač, smještene na Veškom polju u općini Pučišća te je opremljena za prihvat manjih komercijalnih putničkih zrakoplova. Godišnje kroz zračnu luku Brač prođe oko 30.000 putnika, a zračne veze ostvaruju se putem aerodroma Split. Također, na području Brača nalaze se tri interventna heliodroma.¹⁷

¹⁷ Internetski portal Otok Brač, preuzeto s: <http://www.otok-brac.info/lokacije2/brac-opis.htm> (8.11.2021.)

Slika 4.3. Prometna infrastruktura otoka Brača



Izvor: Martinić – Jerčić, L. (2018). *Razvoj naselja otoka Brača* (završni rad), Prirodoslovno-matematički fakultet Zagreb. Preuzeto s: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/pmf%3A4798/datastream/PDF/view> (8.11.2021.)

4.2. Glavne gospodarske grane otoka Brača

Poljoprivreda

Tri najzastupljenije kulture otoka Brača su maslina, krški pašnjaci te vinova loza. Maslinarstvo nije samo gospodarska grana, nego i način života stanovnika otoka. Danas na otoku raste oko milijun stabala maslina, od čega se oko polovina obrađuje, što stavlja Brač u sami vrh maslinarskih područja u Hrvatskoj. Na otoku dominira sorta oblica koju još zovu i 'Bračka maslina', a uzgajaju se i stare sorte uljarica i buharica. Danas otok Brač ima 26 proizvođača ekstrasjedičanskog maslinovog ulja i proizvoda od masline, koji imaju oznaku Hrvatski otočni proizvod. Ministarstvo poljoprivrede odobrilo je prijelaznu nacionalnu zaštitu naziva 'Bračko maslinovo ulje' zaštićeno oznakom izvornosti, što omogućuje proizvođačima zaštitu i prepoznatljivost samih proizvoda, a time i povećava konkurentnost na tržištu. Godišnje se u prosjeku proizvede oko 750 vagona ulja. Bračko maslinovo ulje nije samo hrana i začim u kuhinji, nego je lijek i kozmetički pripravak, a u posljednje vrijeme je sve više povezano s turističkom i gastronomskom ponudom otoka. Brač godišnje posjeti više od 200.000 turista, od kojih veliki broj kao suvenir ponese upravo bračko djevičansko maslinovo ulje.

Druga poljoprivredna grana specifična za otok Brač je uzgoj krških pašnjaka kao prirodnog resursa ovog područja, na kojima se uzgajaju ovce. Najviše se uzgaja autohtona ovca pramenka, od čijeg se mlijeka proizvodi kvalitetni brački sir, za koji je pokrenut postupak dobivanja oznake izvornosti.

Otočani se bave i ribarstvom i marikulturom. Ribolov nije samo značajan kao gospodarska grana, već kao dio tradicije i identiteta otočnih mjesta, a ribolovom se za vlastite potrebe bave stanovnici otoka Brača. Tvornica Sardina d.o.o. posjeduje vlastitu ribarsku flotu od 22 ribarska plovila, a proizvodna linija joj je 40 milijuna konzerviranih proizvoda, dok se na uzgajalištima svake godine proizvede najmanje 1200 tona tune i bijele ribe. Unutar akvatorija Brača djeluje pet marikulturnih lokacija.

Vinova loza je također vrlo zastupljena na području otoka Brača. Najpoznatije sorte su Plavac mali te bijele domaće sorte Pošip i Vugava. Najznačanija vinorodna područja se nalaze u unutrašnjosti te na južnoj strani otoka.

Kamenarstvo

Na otoku Braču se vadi i obrađuje vapnenački kamen koji ljudi često nazivaju bijeli mramor, iako on to zapravo nije. U Hrvatskoj i ne postoje nalazišta mramora i granita, nego se uglavnom radi o sedimentnim, vapnenačkim stijinama. Naš najpoznatiji kamen vadi se i prerađuje na otoku Braču i osim snježnobijelog kamena koji se uglavnom koristi za sve vanjske radove, vadi se i kamen koji je sive, žućkaste, pa čak i crne boje. Najistaknutiji dalmatinski renesansni graditelji i kipari Juraj Dalmatinac, Andrija Aleši i Nikola Firentinac svoj su stvaralački talent pokazali na bračkom kamenu. Tradicija gradnje kamenom postala je identitetom otoka Brača. Brojne građevine u Hrvatskoj i u svijetu sagrađene su od bračkog kamena, kao što su: Šibenska katedrala svetog Jakova i Trogirska katedrala, zgrade Parlamenta u Beču i Budimpešti, te navodno i Bijela kuća u Washingtonu.

Turizam

Treća gospodarska grana otoka Brača svakako je turizam. Obzirom na izrazito povoljne prirodne i društvene uvjete razvoja, turizam je na otoku tijekom dvadesetog stoljeća postao jedan od najvažnijih gospodarskih grana. Danas smještajni kapaciteti otoka Brača čini 12,3% smještajnih kapaciteta Splitsko-dalmatinske županije. Prihodi od turizma su glavni pokretački motiv razvoja ovog kraja, omogućili su Bračanima podizanje životnog standarda, što je rezultiralo investicijama u otočnu infrastrukturu, turističku ponudu i ulaganje u ostale gospodarske grane.

Otok Brač danas, nakon rekordno loše sezone zbog pandemije COVID-19, ove godine bilježi rast ostvarenog turističkog prometa iz 2019. godine, kao i broj noćenja.

Tablica 4.1. Broj dolazaka i noćenja po gradovima i općinama otoka Brača

GRAD/OPĆINA	2019.	2020.	2021. (do kolovoza)
Bol - dolasci	112.010	35.972	57.329
Bol - noćenja	602.649	220.517	338-032
Supetar – dolasci	81.388	33.430	42.180
Supetar - noćenja	546.129	236.487	285.461
Sutivan - dolasci	15.659	7.217	Nema podataka
Sutivan - noćenja	118.350	60,375	Nema podataka
Milna – dolasci	2.513	1.645	6-514
Milna - noćenja	20.216	14.875	49.802
Pučišća - dolasci	5.232	2.512	3.060
Pučišća – noćenja	34.795	17.688	18.876

Izvor: Hrvatski portal Državni zavod za statistiku, <https://www.dzs.hr/> (30.10.2021.)

Broj dolazaka u podacima o turističkom prometu u kolovozu ukazuje na to da je broj dolazaka ove godine bio veći za oko 30% u odnosu na 2020. godinu (tablica 4.1).¹⁸

¹⁸ LAG Brač, preuzeto s : http://www.lagbrac.hr/wp-content/uploads/2016/10/LRS-LAG-Brac%CC%8C-2014-2020-Master_Final-.pdf (8.11.2021.)

4.3. Resursna osnova

Resursi su opći naziv za prirodne i proizvedene stvari, kao i ljudsko znanje i sposobnosti kojima se može koristiti kao sredstvima za zadovoljavanje potreba neposredno u potrošnji ili posredno u proizvodnji. To su sva sredstva koja se mogu privesti korisnoj svrsi. Na otoku Braču nalazimo turističku resursnu osnovu koja je podjeljena na prirodna i antropogena dobra, koja kao takva daju prednost turističkom i gospodarskom razvoju. Privlačnost resursa odredit će funkciju i ulogu atrakcije u području.

Prirodni turistički resursi

Kao jedan od najbitnijih prirodnih turističkih resursa otoka Brača svakako su plaže. Rajska plaža Zlatni rat jedna je od najljepših šljunčanih plaža na našoj obali i najprepoznatljivija vizura Bola. Nastala je taloženjem zlatnog šljunka oko grebena, a njena specifičnost je u tome što pod utjecajem valova i vjetrova vršak plaže stalno mijenja svoj oblik. Nadalje, u mjestu Postira nalazi se i pješčana plaža Lovrečina, a šljunčana plaža Murvica omeđena je stijenama. Otok Brač ima još mnogo prekrasnih plaža i uvala kao što su Martinica, Acapulco, Punta koje uz kristalno čisto more imaju i gustu borovu šumu te puno sportskih sadržaja i ugostiteljskih objekata. Najznačaniji predstavnik biljnog svijeta je makija, no gospodarskim djelatnostima je uglavnom uništena pa prelazi u garik i kamenjar. U pojasu makije zastupljen je alepski bor iznad kojih se javlja crni bor. Diljem otoka zastupljene su i listopadne zajednice hrasta medunca, graba, jasena i dr. Karakteristični reljefni oblici su krška polja, vrtače, pećine i škrape. Otok je poznat po iznimno okomitim i dubokim jamama, te ima oko 230 špilja i jama. Najveće su one kod Pražnica i u blizini Gornjeg Humca, Vela špilja kod Murvice, špilja Kopačina kod Donjeg Humca, te špilja na Vidovoj gori. Svim prirodnim resursima pogoduje što je otok Brač jedan od najsunčanijih područja na Jadranu, te broji oko 2600 sunčanih sati na godinu. Zime su relativno blage, a ljeta topla koje zna rashladiti i ugodan vjetar maestral. Uz obale Brača more je relativno toplo, u kolovozu od 21 do 25°C, a u veljači od 11 do 14°C. No, otok nije samo pogodan za statični odmor na plažama, već nudi i aktivan odmor zbog svojih prirodnih resursa kojima raspolaže. Turistička zajednica grada Supetra i Turistička zajednica općine Bol započeli su s projektom integralnog upravljanja kvalitetom u svojim destinacijama (eng. *IQM Destination Brač*), što je trenutno pilot projekt kojem će se u narednim godinama priključiti i ostale općine otoka Brača, a pridonijet će povećanoj i simuliranoj kvaliteti usluge i proizvoda, integrirano funkcioniranje sinergije u destinaciji,

povezivanje s lokalnim proizvođačima i implementaciju oko 25% lokalnih proizvoda u turističku ponudu.

Tablica 4.2. Turistički resursi Bol

TURISTIČKI RESURSI	NAZIV	SPECIFIČNOSTI
Prirodni turistički resursi	Plaža	Zlatni rat – symbol of Adriatic Murvica
	Gornji Humac i Pražnica	Naselja specifičnih ugođaja i otočnih specijaliteta
	Vidova gora	Najviši vrh otoka Brača
Materijalni kulturni resursi	Murvica	Pustinjski spomenički ostaci
	Zmajeva špilja	Minijatura crkvice u pećini s isklesanim reljefima i likovima
	Blaca	Samostan pustinjaka i njihova zbirka
Nematerijalni kulturni resursi	Bolska litnja noć	Gastronomsko - glazbeni program
	Imena	Bolski festival kulture
	Ciklus klasičnih koncerata i ciklus ljetnih izložbi	
	Bolsko kulturno ljeto	Festival dalmatinskih klapa, Festival mediteranskog filma

Izvor: Vlastiti rad autorice prema: <https://www.bol.hr/o-bolu/kultura-hr6> (8.11.2021.)

U gradu Bolu najpoznatiji prirodni resurs je plaža Zlatni rat koji je ujedno i simbol otoka, Vidova gora kao poznata turistička atrakcija i naselja koja nude poznate otočne doživljaje. Sezonski grad nudi i mnoštvo kulturnih manifestacija, te raznih programa za turiste što je vidljivo u Tablici 4.2.

Slika 4.4. Simbol otoka Brača, plaža Zlatni rat



Izvor: HTZ, <https://croatia.hr/hr-HR/dozivljaji/plaze/plaza-zlatni-rat> (8.11.2021.)

U Tablici 4.3. vidljivo je da grad Supetar nudi izuzetno puno povijesnih atrakcija, kao i sakralne baštine od kojih su najpoznatije Oltarne pale i Supetarske orgulje. Od prirodnih turističkih resursa grad obiluje začinskim biljima i izraženim biljnim svijetom.

Tablica 4.3. Turistički resursi SUPETAR

TURISTIČKI RESURSI	NAZIV	SPECIFIČNOSTI
Prirodni turistički resursi	Plaže, biljni svijet, začinsko bilje, šume	Rogač, agava, kaktus, ružmarin – ljekovito začinsko bilje
Materijalni kulturni resursi	Crkve, Mauzolej	Crkve Uznesenja Marijina, Crkva Navještenja Marijina, Crkva sv. Luke, Crkva sv. Martina, Mauzolej obitelji Petrinović, Kuća Fadić...
	Oltarna pala 'Sveta Konzervacija'	Venecijanski slikar visoke renesanse Palme Mlađeg
	Supetarske orgulje	
	Bracera	Brod 'Roditelj'
Nematerijalni kulturni resursi	Festivali, manifestacije	Supetarsko lito, Biser mora, Supetarski ljetni karneval...

Izvor: Vlastiti rad autorice prema Strategiji razvoja turizma grada Supetra preuzeto s:

<https://www.bol.hr/o-bolu/kultura-hr6> (8.11.2021.)

Iz Tablice 4.4. vidljivo je da općina Sutivan obiluje, kako prirodnim tako i kulturnim resursima. Najpoznatija je turističko-planinarska staza Via Brattia koja je jedna od najvećih održivih turističkih atrakcija.

Tablica 4.4.. Turistički resursi SUTIVAN

Prirodni turistički resursi	Golo brdo	Najviša točka s vidikom na kopno
	Japnenica	Suhozidne peći
	Vela Lokva	Sakupljalište vode s pričama iz prošlosti
	Via Brattia	Turističko – planinarska staza
Materijalni kulturni resursi	Ilić dvor, Gustrida-Pjover, Kala O' Konguli, Kavanjinovi dvori, Most Franje Josipa, Mlin, Kamena fontana park, Mojstir	
	Sakralna baština	Sv. Spiridon, Gospa od Stomorice, Sv. Vicenco...
Nematerijalni kulturni resursi	Mačka u kampanelu	Legenda
	Vanka regule	Festival, natjecanje u ekstremnim sportovima

Izvor: Vlastiti rad autorice prema Strateškom planu razvoja Sutivana preuzeto s: https://www.sutivan.hr/wp-content/uploads/2016/04/Strateski-razvojni-program-Opcina-Sutivan_2016-2020.pdf (8.11.2021.)

U Tablici 4.5. vidljivo je da općina Milna uz sve prirodne i materijalne kulturne resurse nudi i nematerijalne kulturne resurse kao što su poznate gastronomske delicije, kao i Fjera koja je identitet ovog mjesta. Također, Milna ima svoje poznate plaže i uvale te izuzetnu kulturnu ostavštinu, kuću i memoare Vladimira Nazora.

Tablica 4.5. Turistički resursi MILNA

Prirodni turistički resursi	Plaže	Bijaka, Obiteljska plaža
	Uvale	Uvala Osibova, Uvala Lučice, Uvale Salbunara i Ošišac, Bobovišća
Materijalni kulturni resursi	Kuća Vladimira Nazora	Mala memorijalna zbirka s rukopisima – zaštićeno kulturno dobro RH

	Kaštel Gligo	Barokni sklop za obranu luke i pristupa unutar Brača – zaštićeno kulturno dobro RH
	Tri sestrice	Simbolička kula
	Kameni most	Raritetna tehnička rješenja i spomenik inženjerije 19. st. – zaštićeno kulturno dobro RH
Nematerijalni kulturni resursi	Gastronomija	Vitalac, Butalac, Brujet, Procip, Paradižet
	Fjere, Kalaton	Fjera Gospe Karmelske

Izvor: Vlastiti rad autorice prema Strategiji razvoja općine Milna preuzeto s:

<https://www.opcinamilna.hr/strategija-razvoja-opcine-milna/> (8.11.2021.)

Općina Pušišća nudi turistima aktivni odmor kao jednu od svojih turističkih atrakcija zbog svojih prirodnih resursa. Kao najveći materijalni kulturni resurs izdvaja se Povaljska listina koja je najstarija čuvana listina pisana hrvatskim jezikom što je iskazano u Tablici 4.6.

Tablica 4.6. Turistički resursi PUČIŠĆA

Prirodni turistički resursi	Plaže	Sv. Rok, Luka i Lučišća
Materijalni kulturni resursi	Povaljska listina	Najstarija čuvana listina pisana hrvatskim jezikom
	Jupiterov žrtvenik i rimska nadgrobna stela	Arheološki nalasci
Nematerijalni kulturni resursi	Aktivni odmor	Biciklizam, jedrenje na dasci, paragliding...

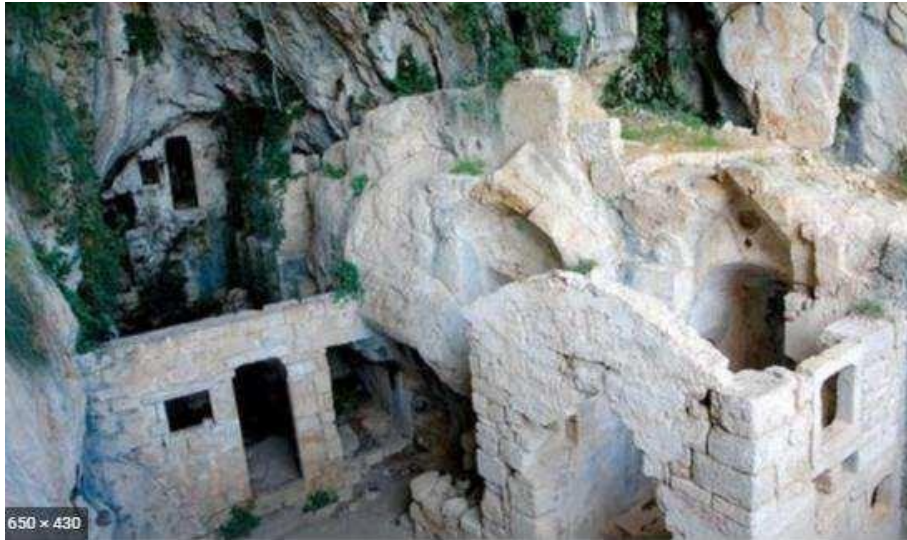
Izvor: Vlastiti rad autorice prema

http://www.pucisca.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=52&Itemid=2 (8.11.2021.)

Kulturna baština u okruženju

Otok Brač krasi i Zmajeva špilja koja je ujedno i spomenik pećinskog samostanskog života popova glagoljaša u XV. stoljeću gdje su oni započeli svoj redovnički život zajedno s drugim pustinjama Silvijo, Stipančić, Dutić i Dračeva luka, u čemu je utjelovljena duhovna povijest jednog naroda sa kršćanskom naukom. Ovdje se čuvalo i njegovalo glagoljaštvo i glagoljica. Odavde potječe rijedak primjerak hrvatskoga glagoljskog prvotiska misala iz 1483. godine koji se sada čuva u Dominikanskom muzeju u Bolu.

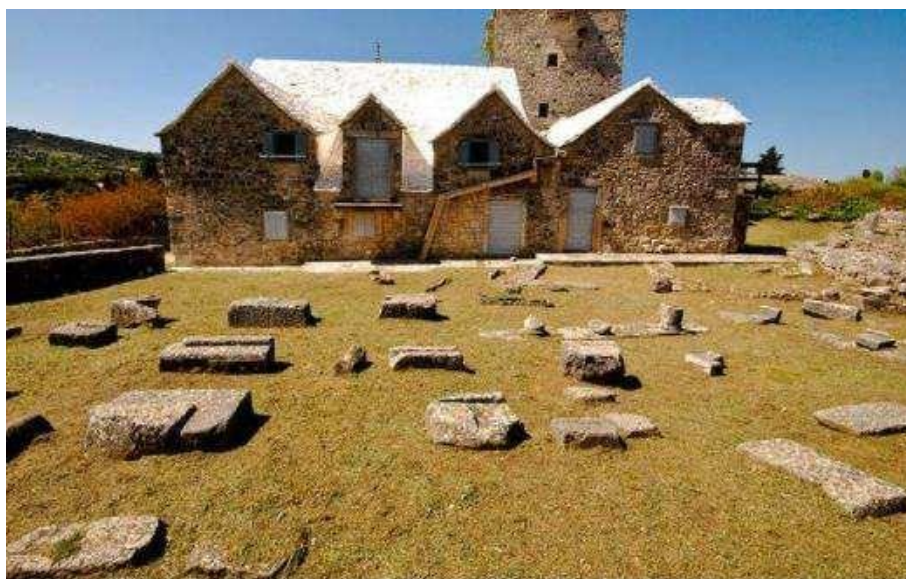
Slika 4.5. Zmajeva špilja



Izvor: Gorja, <https://gorja.net/putopisi/65/otok-brac-zmajeva-spilja/> (8.11.2021.)

Pustinjački samostan Blaca nosi u sebi veliku spomeničku vrijednost. U početku je bila kamenjem pregrađena pećina i činila je prvo sklonište poljičkih pustinjaka, a zatim su oni dozidavali neugledne prizemnice različitih oblika i namjena, kao što su crkva, samostan i višekatnice. Pustinja je funkcionirala kao samostan, iako oni nisu bili službenici nijednog reda. To je izniman spomenik ljudskog rada i ljudske izdržljivosti te je pustinja pravi prirodni kulturološki fenomen. Dugu povijest otoka najbolje će se doživjeti u Škripu koji je najstarije naselje na Braču, a znamenito je po stoljetnim kamenolomima. Osim kamenoloma, tu su i muzej otoka Brača koji među brojnim spomenicima posjeduje i Herkulov lik, odljev Povaljskoga praga, a u donjem dijelu muzeja nalazi se i rimski mauzolej, poznat po legendi da su ovdje sahranjene supruga i kći cara Dioklecijana, te muzej Uja u kojem je prikazana povijest uzgoja i cijeli postupak proizvodnje maslina na otoku, svi tradicionalni alati koji su se koristili za prijevoz, proizvodnju i skladištenje maslinovog ulja, crkva iz 18. stoljeća, pretpovijesni bedemi, srednjovjekovni grobovi i drugo.

Slika 4.6. Muzej otoka Brača



Izvor: Best of Brač, <https://bestofbrac.com/hr/brac-kultura/muzej-otoka-braca/> (8.11.2021.)

U Dominikanskom samostanu u Bolu mogu se naći mnogi ostaci ranokršćanske arhitekture, a najviše pozornosti privlači oltarska slika Gospe s djetetom i svecima, a oltar samostanske crkve Gospe od Milosrđa je među najljepšim na otoku. Na otoku je poznato i mjesto Mirje u kojem su ostaci benediktinskog samostana usred zelenih vinograda s prekrasnim pogledom na Brački kanal. Brač se diči i svojom Bračkom katedralom, zapravo župnom crkvom Krista Kralja, a središnja figura je kip Srca Isusova, djelo poznatog hrvatskog kipara Ivana Meštrovića. U blizini crkve postavljen je spomenik papi Ivanu Pavlu II. u prirodnoj veličini. Ostale poznate crkve na otoku su SV. Juraj na Bračuti, Sv. Mihovil, Sv. Petar, sv. Nikola, Sv. Martin. Nadaleko su poznate Bračke fjere koje su izraz odnosa prema kulturnoj i spomeničkoj baštini otočana, a obilježavaju se liturgijskim slavljem i svečanom procesijom kroz mjesto, a završavaju narodnim veseljem. Autohotoni glazbeni oblik je klapsko pjevanje koje je dio stoljetne sredozemne kulturne baštine, a najpoznatije klape su Boduli, Feštuni, klapa Volat te bolska klapa Bracijera.

5. UPRAVLJANJE TURIZMOM NA OTOKU BRAČU

Brač je jedan od najljepših hrvatskih otoka, nedavno ga je tako *Business Insider* uvrstio na svoj popis 100 *Under-the-radar* otoka na svijetu koji se moraju posjetiti barem jednom u životu, dok je britanski Lonely Planet objavio veliku reportažu o njemu.¹⁹ Za to su, između ostalog, zaslužne i lokalne zajednice, turističke zajednice, institucije za upravljanje kulturnim, povijesnim i tradicijskim nasljeđem, lokalne i druge vlasti, autohtono stanovništvo i posjetitelji. Otok je administrativno podijeljen na grad Supetar i općine Bol, Milna, Nerežišća, Postira, Pučišća, Selca i Sutivan te svaki ima svoju zajednicu koja upravlja turizmom u tom mjestu.

5.1. Turistička zajednica grada Supetra

Turistička zajednica grada Supetra s preko 25 godina postojanja, glavno je nadležno tijelo koje organizira cjelokupni turizam u Supetru. Rad Turističke zajednice je uređen Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma s ciljem promicanja prirodnih resursa i ljepota grada Supetra, kao i promicanje materijalne i nematerijalne baštine. Sjedište Turističke zajednice je na početku rive i tako je dostupna svima, a ima i svoju internet stranicu www.supetar.hr te je aktivna na portalima Facebook i Instagram, gdje turist lako može istražiti pješačke i tematske staze kao ključ aktivnog odmora, a neke od njih su planinarska staza Supetar-Vidova gora-Bol, poučna staza Vidova gora i Maslinovi puti. Na stranicama je navedena i baština grada Supetra i opisano je etno selo Dol, Gožul i most Franje Josipa te muzej grada Supetra, a turist može naći i sve o gradskoj gastronomiji. Stranica je aktivna u najavi nadolazećih događaja, mjesta za izlazak te je naveden smještaj koji se može naći u hotelima, vilama, nautičkim vezovima, kampu i privatnim smještajima, apartmanima i sobama. Navedene su i četiri turističke agencije koje djeluju u tom području.

Glavni ciljevi za 2021. godinu su:

- održavanje minimalno hladnog pogona organizacije tijekom zimskih mjeseci i u slučaju produljenja pandemije COVID 19
- financijska potpora velikim turističkim agencijama za marketing turističkih paketa i proizvoda hotelskih kuća
- značajnije aktivnosti na društvenim mrežama i internetu uopće

¹⁹ Dobrodošli u Hrvatsku, preuzeto s: <https://welcome-to-croatia.com/news/island-of-brac-one-of-the-15-under-the-radar-islands-in-the-world-worth-visiting/> (8.11.2021.)

- održavanje i nadogradnja postojećih turističkih proizvoda i projekata.

5.2. Turistička zajednica općine Bol

Turistička zajednica općine Bol također djeluje na internet stranici www.bol.hr gdje nudi turistima sve informacije o Bolu, smještaju, događajima i doživljajima Bola. Strategija i akcijski plan TZ Bol je da Bol bude destinacija koja većinu svojih turističkih proizvoda temelji ne samo na resursima samog Bola, već i na zanimljivostima koje gostima pruža upoznavanje područja šire destinacije za vrijeme odmora ili poslovnog boravka, što uz zahtjev za stalnom inovativnošću nameće potrebu korištenja i prepoznavanja otočnih atrakcija u turistički proizvod koji nudi otok Brač. TZ Bol stavlja naglasak na sljedeće projekte:

- turističko zoniranje mjesta kojima se jasno naznačuju prostorna područja destinacije vezano uz turističke aktivnosti
- projekti vezani uz kvalitetno upravljanje plažom Zlatni rat, kao temeljnom turističkom atrakcijom te uspostava odgovarajućeg sustava monitoringa zaštite okoliša i prostora koja u daljnjem vremenskom razdoblju treba osigurati ostvarenje održivog, a ne masovnog razvoja turizma koji ima očigledne negativne posljedice na cjelokupnu destinaciju Bol
- projekte u funkciji povećanja kvalitete destinacijskog projekta koji se odnose na prostornu komponentu (uređenje plaža, biciklističke i pješačke staze), na smještajne objekte (revitalizacija 'Bijele kuće') kao i na različite asprekte destinacijskog proizvoda, od primjera stvaranja tematskih itinerara i menadžmenta manifestacija pa do kreiranja jedne nove shopping zone .

5.3. Turistička zajednica općine Milna

Turistička zajednica općine Milna također ima svoju internet stranicu www.tz-milna.hr koja na svojim službenim stranicama daje turistima jasan uvid o općini Milna, smještajnim kapacitetima, gastronomiji i malim mjestima baroknog urbanizma ove općine. Na internet stranici se mogu naći korisni kontakti za iznajmljivače, ali i za turiste, može se upoznati znamenitosti Milne kao što su kuća Vladimira Nazora, Kaštel Gligo, kula Tri sestrice, Simbolična kula i Kameni most. TZ Milna također daje jasne informacije o svojim trima marinama.

Dugoročni i kratkoročni ciljevi TZ Milna su:

- Održivi turistički razvoj uz maksimalno povećanje kvalitete života lokalne zajednice, prirodne ljepote i kulturnu baštinu potrebno je koristiti kao turistički potencijal, vodeći računa o očuvanju ravnoteže između očuvanja prirode i povećanja turističkog prometa. Potrebno je raditi na većoj dostupnosti, odnosno olakšanom pristupu kulturnim dobrima na način da se radi na većem broju šetnica, tematskih i pomoćnih staza te biciklističkih staza. Tijekom 2021. započet će se realizacija tematske staze maritimne zaštite te će se nastaviti s realizacijom planinarsko-pješačke staze Via Brattia. Potrebno je raditi na poboljšanju infrastrukture i regionalno na boljoj povezanosti Milne s drugim otocima i kopnom. Potrebno je aktivno sudjelovati u energetske tranziciji otoka Brača i prelaska na čistu energiju.
- Smanjenje sezonalnosti u čiju svrhu je potrebno povećati turističke aktivnosti izvan glavne sezone, poticati vlasnike smještajnih kapaciteta i ugostitelje u uključivanje ponude izvan sezone po povoljnijim cijenama i kreirati novu turističku i unaprijediti postojeću ponudu te osigurati održivost turističkog razvoja.
- Podizanje kvalitete ponude i povećanje atraktivnosti te poboljšanje kvalitete smještaja, dodati nove sadržaje koji prate postojeće trendove u turizmu i raditi na promociji destinacije te razviti postojeće potencijale za razvoj selektivnih oblika turizma (aktivni turizam, kulturni turizam).

5.4. Turistička zajednica grada Sutivana

Turistička zajednica grada Sutivana ima svoju web stranicu www.visitsutivan.com na kojoj je opisana povijest Sutivana, opis događanja tijekom ljeta, a turist može istražiti Sutivan kroz kulturne znamenitosti, sakralne baštine, skrivene ljepote, moske staze i objekte za sport i dječju razonodu. Turistička zajednica općine Selca obuhvaća općine Sumartin, Povelja i Novo Selo, i dostupna je za sva pitanja turista o općinama, događanjima i smještaju. Također, na web stranici se mogu naći sve informacije o destinacijama, doživljajima, nautici, smještaju i događanjima na ovim prostorima.

Ciljevi TZ Sutivana su:

- podizanje kvalitete smještaja pružatelja usluga kroz projekte 'Bike friendly', 'Stivansko lito', a sve s ciljem povećanja dolazaka i noćenja

- povećanje fizičkog obujma turističkog prometa kroz promidžbene aktivnosti kroz PR oglašavanja
- poboljšanje usluga pružanja turističkih informacija i usluga putem interneta
- ranom objavom kalendara na web stranicama TZ-a te staviti naglasak na turističke manifestacije kao što su biciklistički maraton 'Uvati vitar', Island living – sajamska prezentacija otočnih proizvoda tijekom cijele godine, Međunarodni JAZZ festival i drugo.

5.5. Ponuda održivih trističkih proizvoda otoka Brača

Otok Brač je danas jedan od hrvatskih otoka s mnogo uvala i šuma, arhitekturom i izuzetnom kulturno-povijesnom baštinom što će namamiti svakog turista da se bar jednom uputi na taj otok. Posljednjih godina pozicionirao se kao okupljalište domaće i svjetske elite, s plažama kao najvećim adutom, od kojih je najpoznatija Zlatni rat, idealnom klimom što ga čini pogodnim za posjete tijekom cijele godine te izuzetno čistim morem. Osebujan u svojoj prirodnoj ljepoti, otok se diči maslinama i lozom, ponosi ovcama i kozama, kamenarstvom i klesarstvom, a s druge strane nudi turistima fjere i fraje koje nude turistu izniman doživljaj.

Trenutno je izuzetno zanimljiv biciklistima, jer je idealan sa svojim makadamskim i asfaltiranim stazama s blagim usponima (slika 5.1). Posebno su biciklisti poželjni u Sutivanu gdje sve vrvi *bike friendly* restoranima, kafićima i apartmanima. Vožnja brdskim biciklima uskim stazama kroz brežuljke nudi turistima prekrasan pogled na sva mjesta na otoku, maslinike i vinograde te kulturnu baštinu. Ono na čemu Brač trenutno radi je pustolovni turizam u koji spada i kajakarenje, gdje se može samostalno ili uz pomoć vodiča istražiti sve, od poznatih mjesta do skrivenih uvala. Obzirom da je otok Brač prepoznao da je aktivni odmor jedan od omiljenih trendova u 21. stoljeću, osim kajakarenja, pogotovo na plaži Zlatni rat, Brač nudi i bezbroj drugih mogućnosti za prave pustolove, kao što su jedrenje, nautički turizam i jedrenje na dasci i surfanje na festivalima ekstremnih sportova 'Vanka regule' i 'Uvati vitar'. Posljednjih godina se pozicionirao kao destinacija za sportsko penjanje, i u blizini Ložišća, u kanjonu Veliki Dolac nudi više od stotinu penjačkih smjerova različitih težina. Najnovije na otoku je i kružna planinarsko-turistička staza Brača u duljini od 140 kilometara koja povezuje 12 najatraktivnijih povijesnih lokacija i većinu pitoresknih mjesta ovog otoka, znana kao Via Brattia, koja je izazov za sve rekreativce i planinare željne pustolovina.

Slika 5.1. Bolski cikloturizam



Izvor: Hrturizam, <https://hrturizam.hr/bol-na-bracu-prvi-u-svijetu-ima-dvije-bike-storytelling-staze/> (8.11.2021.)

Izuzetna strateška pozicija otoka Brača, točnije naselja Milne, daje sve ono što nautičari u današnje vrijeme traže i što Brač čini nautičkim mjestom. Milna je zbog sjajnog položaja zaštićena od svih vjetrova, a zbog blizine Splitskih vrata idealna je postaja za nautičare koji nastavljaju prema Hvaru, Visu i Korčuli, te je tako i dobila naziv 'Valle di mille navi' odnosno Uvala tisuću brodova. Marina je opremljena svim nautičkim servisima, a u sklopu marine je i ronilački centar koji, osim za gledanje dupina, nudi i obilazak špilje u uvali Lučica. Bol je danas izrazito turistička sredina s najmodernijim hotelima i raznolikim smještajima, ali i aktivnim odmorom. Danas je na Bolu teniski centar s preko 20 igrališta sa zemljanom crvenom podlogom, a krasi ga i centralni teniski stadion na kojem se održavaju državna, regionalna i svjetska prvenstva poput Fed Cup-a. Svi winsurferi iz cijele Europe dolaze na Bol koji je postao omiljeno njihovo okupljalište, jer pruža idealne klimatske uvjete u četiri surf-centra.

U Supetru mogu uživati i planinari za koje je spremna tematska staza Herkules koja će posjetitelje voditi iz centra Splitske do kamenoloma u kojima se vadio kamen za izgradnju Dioklecijanove palače u Splitu, a koja je markirana planinarskom markacijom, s putokazima i interpretacijskim pločama. Također, može se zaputiti i pješačkom stazom 'Maslinovi puti' koja je duga šest kilometara i posjetiteljima nudi šetnju maslinicima i upozna ih s tradicijom proizvodnje maslinovog ulja, vrstama maslinovog ulja i maslina koje rastu na otoku Braču.

Izuzetno brzo je zaživio i najnoviji projekt u bolskom cikloturizmu, i to samo u 15 dana u koje je bilo uključeno osmišljavanje ideje, razrade, dobivanja dozvola, plaćanja i postavljanja signalizacije i info tabli, a to su prve svjetske *bike storytelling* staze koje imaju svoje priče koje se pomoću pratećeg softwera mogu čuti na tri jezika na lokacijama velikih info tabli koje se nalaze na stazama pa su tako te ciklostaze prilagođene i slijepim i slabovidnim osobama.

Brač je danas poznat po izuzetnoj gastronomskoj ponudi koja uključuje svježiju ribu i plodove iz mora, ali i nadaleko poznata i priznata bračka janjetina uz odlično vino iz sorte Plavac mali i djevičansko maslinovo ulje. Također, preporučuje se i Vitalac, autohtono bračko jelo koje je uvršteno na popis nematerijalne baštine Republike Hrvatske, kao i torta Hrapoćuša.

Kulturna ponuda je ovog ljeta postigla svoj vrhunac, te je održan festival Imena i otvorena je Galerija umjetnina Branislav Dešković, a moguće je i pogledati nevjerojatnu zbirku malih formata kao prava kulturna poslastica poklonjena otoku.

Slika 5.2. Aktivnosti za cijelu obitelj na otoku Braču



Izvor: Vile Dinoti, <https://dinoti.hr/aktivnosti-otok-brac/> (8.11.2021.)

Turistička zajednica Supetar nudi izuzetno zanimljivu gurmansku pješačku stazu 'Dolce Vita'(slika 5.2) koja je duga šest kilometara, na kojoj je cilj upoznavanje s tradicionalnom hranom tog dijela. Uz to, postoje i razne manifestacije kao što su 'Varenik', 'Dani boba i blitve', 'Trudnateća' te 'Kužina od štajuna' te 'Biser mora', što Bračani s ponosom predstavljaju kao najvećekulinarsko natjecanje u ovom dijelu Europe.

6. DALJNI RAZVOJ TEMELJEM RAZVOJNIH DOKUMENATA

LAG Brač

Lokalna akcijska grupa Brač je lokalno partnerstvo javnog, privatnog i civilnog sektora u ravnopravnom odnosu, čiji je cilj da se zajedničkim naporima, kroz izradu lokalnih razvojnih strategija i provedbu konkretnih zajedničkih razvojnih projekata, unaprijedi sveukupni razvoji podigne konkurentnost područja otoka Brača. Obuhvaća ukupno osam jedinica lokalne samuprave, Grad Supetar te općine Bol, Milnu, Nerežišća, Postira, Pučišća, Selca i Sutivan, a broji sveukupno 22 naselja.

Ono što je LAG Brač prepoznao kao snagu Brača u tom razdoblju je:

- porast indeksa razvijenosti,
- izuzetno povoljan geostrateški položaj za kontrolu Jadrana i dobra povezanost brodskim linijama s kopnom, kao i povezanost zračnim linijama,
- visoka pokrivenost vodoopskrbom svih naselja,
- kulturno-povijesna baština, prirodna baština, krajobrazna geomorfološka raznolikost povoljna za razvoj poljoprivrede i turizma i
- bogata gastronomija, ekološka i integrirana poljoprivredna proizvodnja, razvoj turističke ponude s dodatnim sadržajima u ruralnom turizmu i postojanje profesionalnih udruga i udruge za zaštitu okoliša na regionalnoj razini.

Kao prilike za razvoj istaknuli su izrazito povoljno područje za poljoprivrednu proizvodnju proizvoda visoke dodane vrijednosti, izvori sufinanciranja za unapređenje prometne i komunalne infrastrukture, Program razvoja otoka na nacionalnoj razini, izvori sufinanciranja za ulaganja u pješačke, biciklističke i tematske staze, poticanje i promicanje razvoja ekološke poljoprivrede i novih tehnologija vezanih za energiju i očuvanje okoliša, provođenje edukativnih seminara o održivom razvoju i zaštiti okoliša i rast interesa turističkih emitivnih tržišta za zaštićena područja te kulturno-povijesne baštine i općenito selektivnih oblika turizma i smještaja u tradicijskim objektima i na ruralnim područjima te razvoj selektivnih oblika turizma, kao što su pustolovni, sportsko-rekreacijski itd.

Ciljevi su:

- poticanje malih poljoprivrednih gospodarstava,
- razvoj i povećanje konkurentnosti uvođenjem novih, okolišno prihvatljivijih, znanja i tehnologija u poljoprivrednu proizvodnju i preradu,
- pružanje potpora zajedničkim poduzetničkim inicijativama temeljenim na lokalnim specifičnostima i tradicijama,
- inovacijama poboljšati gospodarske prilike i mogućnosti, prepoznatljivost i diversifikaciju ponude razvojem nepoljoprivrednih djelatnosti i ruralnog turizma, unaprijediti kvalitetu i mogućnosti bogatijeg života, rada, razonode i uključenosti svih stanovnika i posjetitelja otoka, kao što su animacija i izgradnja kapaciteta dionika za aktivan život.²⁰

Trenutno je na snazi Lokalna razvojna strategija LAG-a 2014. - 2020., a u pripremi je strategija Prijelazno razdoblje 2021.-2022. za što je LAG Brač dobio sredstva od Republike Hrvatske kako bi nastavili s provedbom Programa ruralnog razvoja Republike Hrvatske iz 2014. - 2020. godine.

6.1. Strategija razvoja općine Bol od 2014. do 2020.²¹

U SWOT analizi Strategije razvoja kao prednosti su istaknute prostor i njegove prirodne karakteristike: klima, more, pejzaž i čista priroda, bogata povijesna baština, prepoznatljivi prirodni fenomeni: Vidova gora i Zlatni rat i povijesni fenomeni: Murvica i okolni pustinjački samostan, nezagađen okoliš, veliki potencijal za razvoj turizma, tradicija i znanje o turizmu, kvaliteta turističkog smještaja, dostupnost zračne luke i relativno dobra mreža zdravstvenih i socijalnih institucija. Ono što je u Strategiji prepoznato kao mogućnosti u koje se treba ulagati i koje treba poticati su:

- razvoj male privrede,
- ulaganje u obnovljive izvore energije,
- razvoj šetnica i biciklističkih staza,
- razvoj seoskog turizma te
- produženje sezone, gastronomija i proboj prema novim tržišnim segmentima.
- Bol je u viziji budućeg razvoja prepoznatljiv kao važna turistička destinacija prepuna sadržaja bogate turističke ponude. Ciljevi su kvalitetan sustav gospodarenja razvojem na načelima integralnog upravljanja, unapređenje razvoja turizma, razvoj fizičke infrastrukture, razvoj gospodarskih i društvenih procesa u međudodnosu sa širim prostorom otoka Brača i Hvara, razvoj mreže institucija u kulturi i razvoj odgovornog i održivog gospodarstva i poduzetništva.

²⁰ LAG Brač, preuzeto s: http://www.lagbrac.hr/wp-content/uploads/2016/10/LRS-LAG-Brac%CC%8C-2014-2020-Master_Final-.pdf (8.11.2021.)

²¹ Općina Bol, preuzeto s: <https://www.opcinabol.hr/pdf/strategija.pdf> (8.11.2021.)

6.2. Strategija razvoja općine Milna od 2014. do 2020.²²

Općina Milna je donijela Strategiju razvoja općine Milna od 2020. do 2025. kojom su postavljeni glavni ciljevi strateškog razvoja usmjereni na društveno-gospodarski razvoj općine, a to su: unapređenje javne i komunalne infrastrukture, razvoj konkurentnog gospodarskog okruženja, razvoj sportskih i kulturnih proizvoda, poticanje održivog razvoja turizma, povećanje efikasnosti upravljanja razvojem općine. Ideja je da općina Milna bude i ostane sigurno i atraktivno mjesto za život, s uređenim infrastrukturnim, komunalnim i drugim uvjetima za stabilan razvoj mikro i malog poduzetništva, kojem zamah daje turizam utemeljen na lokalnoj tradiciji, bogatoj i raznovrsnoj kulturnoj ponudi.

6.3. Plan razvoja grada Supetra od 2016. do 2020.²³

Analizom postojećeg stanja u gradu Supetru kao prednosti izdvojene su: očuvana priroda i nezagađen okoliš, vrijedne biljne vrste, razvedena obala, očuvane povijesne cjeline, tradicija pružanja usluga u turizmu, kvalitetan hotelski smještaj, prometna povezanost, kvalitetni marketing i aktivnosti TZ grada Supetra. Ono što grad prepoznaje kao priliku je porast svijesti o značaju aktivnost i zdravog načina života, interes niskotarifnih aviokompanija za zračnu luku, dugoročno povoljna kretanja na strani potražnje, mogućnost korištenja međunarodnih izvora financiranja. Ciljevi razvoja turizma su povećanje ukupnog turističkog prometa, smanjenje sezonalnosti turističke potražnje, razvoj novih i kvalitetnih sadržaja turističke ponude u zaleđu grada Supetra, bolji poslovni pokazatelji hotelskog sektora, veća prosječna dnevna potrošnja turista u destinaciji, podizanje tržišne poželjnosti i prepoznatljivosti grada Supetra na turističkom tržištu, razvoj novih i inovativnih proizvoda na cijelom području.

6.4. Strateški program projekata općine Pučišća od 2014. do 2020.

²² Općina Milna, preuzeto s: <https://www.opcinamilna.hr/strategija-razvoja-opcine-milna/> (8.11.2021.)

²³ Grad Supetar, preuzeto s: <https://www.gradsupetar.hr/images/docs/Strategija%20razvoja%20turizma%20grada%20Supetra.pdf> (8.11.2021.)

U skladu s razvojnom vizijom, općina Pučišća želi osigurati uvjete za održivi razvoj tradicionalne djelatnosti vađenja i obrade kamena do visokog stupnja gotovosti uz posebni naglasak na očuvanje tradicije Klesarske škole. Glavni ciljevi su rast broja stanovnika i preokretanje trenda depopulacije jer općina posljednjih 40 godina bilježi pad broja stanovnika, održivi razvoj gospodarstva s naglaskom na kamenarstvo, razvoj turizma i mreže djelatnosti u službi turizma jer se ovdje turizam nije razvijao kao na ostatku otoka te se stanovništvo u principu ne bavi turističkim djelatnostima u značajnom obujmu, no općina je zbog istaknutih prostornih kulturnih i prirodnih potencijala odlučila istaknuti turizam kao jednu od gospodarskih grana koja može pridonijeti samozapošljavanju ili zapošljavanju stanovnikui veće prihode, te prometna povezanost općine, koja trenutno nije dobra te se općina čak može i smatrati izoliranom od otočnih centara.

6.5. Razvojna strategija općine Postira od 2014. do 2020.²⁴

Općina Postira ima izuzetno dobru mediteransku klimu s povoljnim obilježjima za razvoj poljoprivrede i turizma kao i za udobno življenje, vrijedne prostore za smještaj gospodarskih aktivnosti i za stanovanje, atraktivna prostorna obilježja, očuvanost kulturnih i povijesnih znamenitosti, dobre uvjete za prometno povezivanje i dobre uvjete za korištenje obnovljivih izvora energije. Trenutno gospodarstveno stanje je temeljeno na prirodnim resursima s mogućnošću novih turističkih kapaciteta, razvoja selektivnih oblika turizma, ponosi se bogatom gastronomskom ponudom i proizvodnjom maslinovog ulja, vina, voća i povrća, a uz sve to i kvalitetnim životom lokalnog stanovništva uz tendenciju poboljšanja demografskih obilježja. Ono što se u Strategiji prepoznaje kao mogućnost za razvoj i napredak je unapređenje i gospodarenje šumskim bogatstvom, unapređenje sustava gospodarenja otpadom, proširenje i bolje funkcioniranje zračne luke Brač i izgradnja teretne luke za prijevoz ulovljene ribe i drugog tereta, unapređenje poljoprivredne proizvodnje, turističke infrastrukture u vidu biciklističkih, pješačkih i tematskih staza i jačanje turističke promocije te uspostavljanje bolje komunikacije i suradnje s obiteljskim iznajmljivačima turističkih kapaciteta uz privlačenje sredstava iz EU fondova za razne aktivnosti i za ekološku proizvodnju.

²⁴ Općina Postira, preuzeto s: http://www.opcina-postira.hr/images/Dokumenti/PDF/Razvojna_strategija_Op%C4%87ine_Postira/RAZVOJNA_STRATEGIJA_OP%C4%86INE_POSTIRA.pdf (8.11.2021.)

7. PRIMARNO ISTRAŽIVANJE - ANKETA

U ovom poglavlju iskazat će se poznavanje i informiranost rezidenata i nerezidenata otoka Brača o prepoznatljivosti ponude otoka Brača i održivim turističkim proizvodima otoka Brača te općenito o privlačnosti otoka kao turističke destinacije u koju putuju. Također, ispitat će se i važnost održivosti općenito kao i 'zeleni turizam' pri odabiru destinacije i koji tip odmora preferiraju.

7.1. Cilj istraživanja

Cilj istraživanja je utvrditi zainteresiranost ispitanika općenito o odabiru Brača kao destinacije, njihovoj zainteresiranosti i informiranosti o održivim turističkim proizvodima otoka i njihovi stavovi općenito o aktivnom odmoru kojeg Brač nudi. Isto tako, ispitat će se i marketing otoka Brača kao cjeline koji radi na informiranju turista i mještana o novim turističkim proizvodima koji bi ih razlikovali od drugih turističkih destinacija.

7.2. Metodologija

Primarno istraživanje provedeno je anketnim upitnikom *online* u programu *Google forms*. Sastavljen je od skupine pitanja koja bilježe stavove rezidenata otoka Brača i potencijalnih turista na otoku Braču o održivosti i inovativnosti otoka Brača. Anketa sadrži 19 pitanja koja su podijeljena na tri skupine: demografsku grupu pitanja, pitanja o poznavanju otoka Brača te stavovi i mišljenja korisnika o održivim elementima ponude otoka. Anketa je provedena u listopadu 2021. godine na uzorku od 52 ispitanika ženskog i muškog roda, različite životne dobi. Rezultati su brojčano iskazani pomoću tablica i slika te opisani metodom deskriptivne statistike. S obzirom na mali uzorak, rezultate ovog istraživanja treba uzeti s dozom opreza, pri čemu postojeći *snowball* uzorak ne mora nužno reflektirati stvarno stanje. U radu je provedeno i sekundarno istraživanje, odnosno analiza službenih dokumenata otoka Brača te su prikupljeni podaci iz znanstvene i stručne literature na temu održivosti i inovativnosti otoka Brača.

7.3. Rezultati ankete

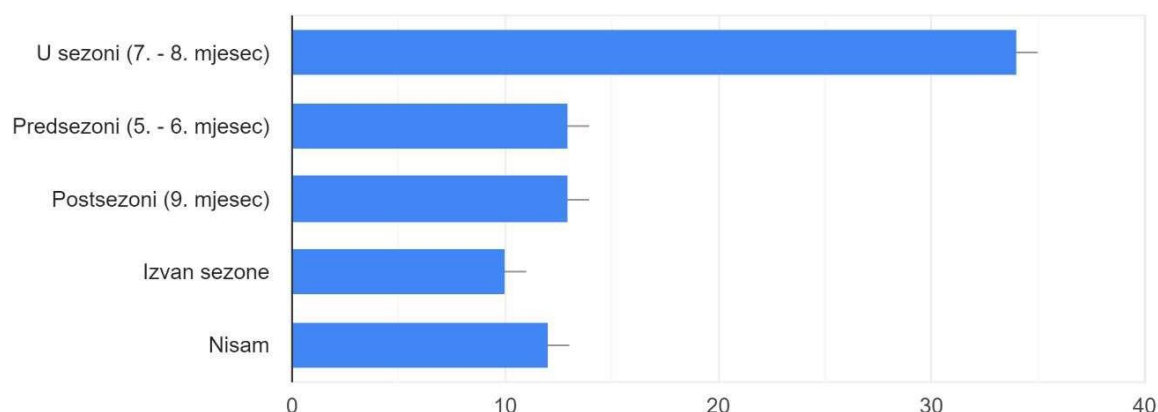
U anketi koja je provedena *online* putem obrasca *Google forms* sudjelovalo je 52 ispitanika, iz različitih gradova Republike Hrvatske. Najveći broj ispitanika je iz Zagreba, njih čak 69,1%, iz ostalih gradova nerezidenata bilo ih je 7,8%, a rezidenata otoka Brača bilo je 23,1%. Anketu je ispunilo 17,3% muških ispitanika, a 82,7% ženskih. Najveća dobna skupina je bila dob između 18 i 34 godina, čak 80,8%, dob između 35 i 49 godina čini 11,5% ispitanika, a najmanji broj je u dobi između 50 i 64 godine, čiji postotak iznosi 7,7%.²⁵

Na pitanje ispitanicima jesu li posjetili otok Brač, u velikom broju odgovaraju da jesu, njih čak 76,9%. Otok Brač je najviše posjećen u sezoni (7. i 8. mjesec), slijedi ga predsezona (5. i 6. mjesec) i postsezona (9. mjesec). U izrazito malom broju ispitanici posjećuju Brač izvan sezone ili ga uopće ne posjećuju. (Slika 7.1.)

Slika 7.1. Posjećenost otoka Brača

AKO JESTE, U KOJEM DIJELU GODINE?

52 odgovora



Izvor: Anketa provedena od strane autorice

Iz ankete se vidi da je najzanimljiviji dio otoka Brača grad Bol i Supetar koje su posjetili većina ispitanika, njih 69,2% za grad Bol, a 50% ispitanika grad Supetar. Manje posjećene su općine Sutivan, Milna i Pučišća, u prosjeku oko 25%. Razlog odabira posjeta otoku u najvećem postotku su prirodne karakteristike, čak 34,6%, slijedi ga potreba za aktivnim odmorom kojeg Brač nudi 23,1% i dobra zabava i elitno ljetovanje s oko 32%. Ostatak njih navodi različite razloge posjeta poput turistički izlet, posjedovanje nekretnina, želje za posjetom i sl.

²⁵ Navedeno je posljedica slučajnog uzorka, zbog kojeg većina ispitanika bliža dobi i roda autorice istraživanja

Slika 7.2. Prikaz preferirane vrste odmora ispitanika

KAKAV ODMOR PREFERIRATE?

52 odgovora



Izvor: Anketa provedena od strane autorice

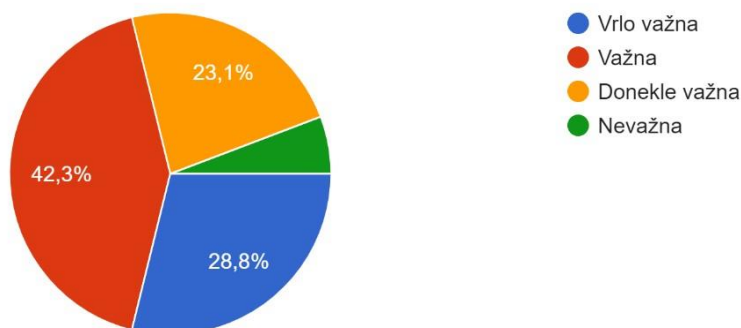
Grafikon pokazuje da je kombinacija aktivnog i pasivnog odmora ono što najviše ispitanici preferiraju (Slika 7.2.), a otok Brač nudi kombinaciju jednog i drugog. Samo aktivni ili samo pasivni odmor preferira otprilike isti broj ispitanika, njih u prosjeku oko 12%.

Održivost kod donošenja odluke o odabiru destinacije je važna velikom broju ispitanika, 42,3%, veći broj ispitanika smatra ju vrlo važnom, čak 28,8% i donekle važnom tek 23,1%, a nevažnom samo 5,8% ispitanika. (Slika 7.3.)

Slika 7.3. Prikaz važnosti održivosti u donošenju odluke kod odabira destinacije

KOLIKO VAM JE VAŽNA ODRŽIVOST U DONOŠENJU ODLUKE KOD ODABIRA DESTINACIJE?

52 odgovora



Izvor: Anketa provedena od strane autorice

U anketi se jasno vidi da je maslinovo ulje najpoznatiji turistički proizvod otoka Brača, čak za 76,9% ispitanika ulje je prva asocijacija na proizvod s tog mjesta, a slijede ga bračka janjetina, riba, mlječni kozji i ovčji proizvodi. Prirodna kozmetika kao ultimativni trend je također poznat ispitanicima, čak 30,8% ispitanika.

Od turističkih atrakcija i aktivnog odmora najpoznatija je također pješačka staza 'Maslinovi puti', obzirom da je maslina najpoznatija namirnica otoka Brača, slijedi pustolovni turizam, biciklistička staza Via Brattia, gurmanska staza Dolce Vita, planinarska staza Hercules i bolski cikloturizam. Na pitanje ispitanicima jesu li zainteresirani za atrakcije otoka Brača, odgovori su sljedeći (Tablica 7.1.):

Tablica 7.1. Stavovi ispitanika o zainteresiranosti atrakcija otoka Brača

	Nisam zainteresiran	Pomalo sam zainteresiran	Zainteresiran sam	Vrlo sam zainteresiran	Izuzetno sam zainteresiran
Via Brattia	13,5%	13,5%	19,2%	28,8%	25%
Pustolovni turizam	1,9%	11,5%	9,6%	32,7%	44,2%
Planinarska staza	3,8%	11,5%	26,9%	17,3%	40,4%
Maslinovi puti	0%	9,6%	15,4%	21,2%	53,8%
Dolce Vita	3,8%	5,8%	15,4%	17,3%	57,7%
Bolski cikloturizam	3,8%	9,6%	34,6%	26,9%	25%

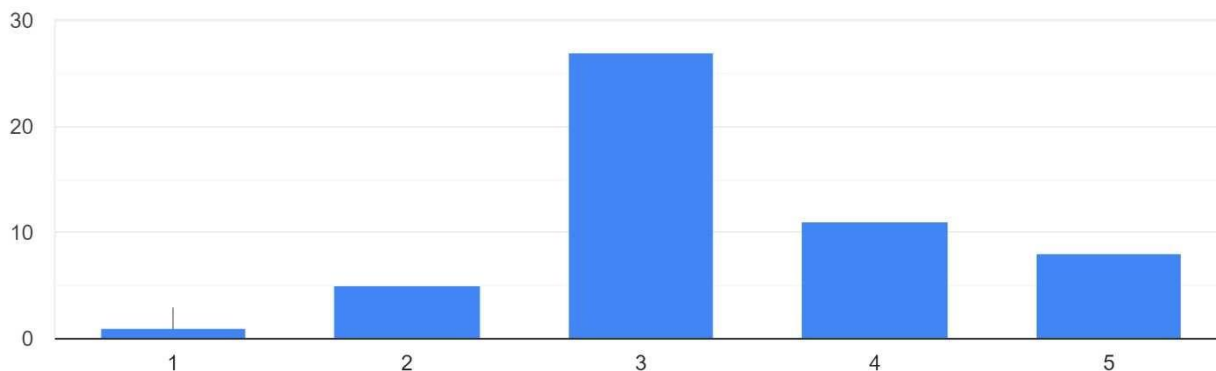
Izvor: Anketa provedena od strane autorice

Više od pola ispitanika, 55,8% mišljenja je da je otok Brač izuzetno održiva turistička destinacija, 25% da je približno održiva, a nijedan ispitanik nije mišljenja da Brač nije održiv. 51,9% ispitanika smatra da postoje velike mogućnosti za poboljšanje kvalitete boravka na otoku Braču, približno mišljenja je i 32,7% ispitanika, a vrlo mali broj, samo 3,8% ispitanika smatra da mogućnosti, u principu, ne postoje.

Slika 7.4. Stavovi ispitanika o kvalitetnom upravljanju elementima okolišne održivosti na otoku Braču

NA OTOKU SE KVALITETNO UPRAVLJA ELEMENTIMA OKOLIŠNE ODRŽIVOSTI (GOSPODARENJE OTPADOM, OBNOVLJIVI IZVORI ENERGIJE I SL.)

52 odgovora



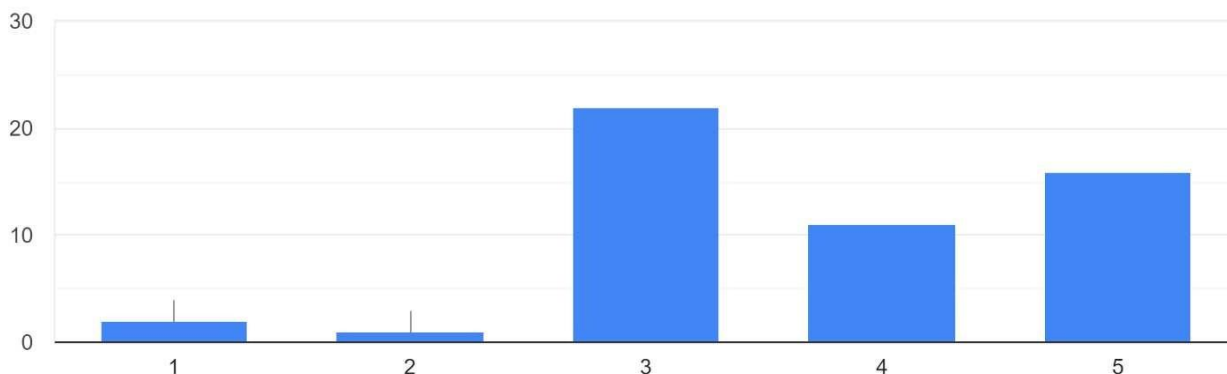
Izvor: Anketa provedena od strane autorice

Prema odgovorima iz ankete može se pretpostaviti da ispitanici nisu dobro upoznati s temom okolišne održivosti i prostornim upravljanjem, pa uglavnom stavljaju odgovore koji su pretpostavka da se otokom i upravlja i ne upravlja (Slika 7.3.5.). Svakako se može pretpostaviti da upravljanje okolišnom održivošću i prostorom ima još prostora za napredak.

Slika 7.5. Stavovi ispitanika o održivosti turizma na otoku Braču

POSTOJEĆI OBLICI TURIZMA NA OTOKU BRAČU SU DUGOROČNO ODRŽIVI

52 odgovora



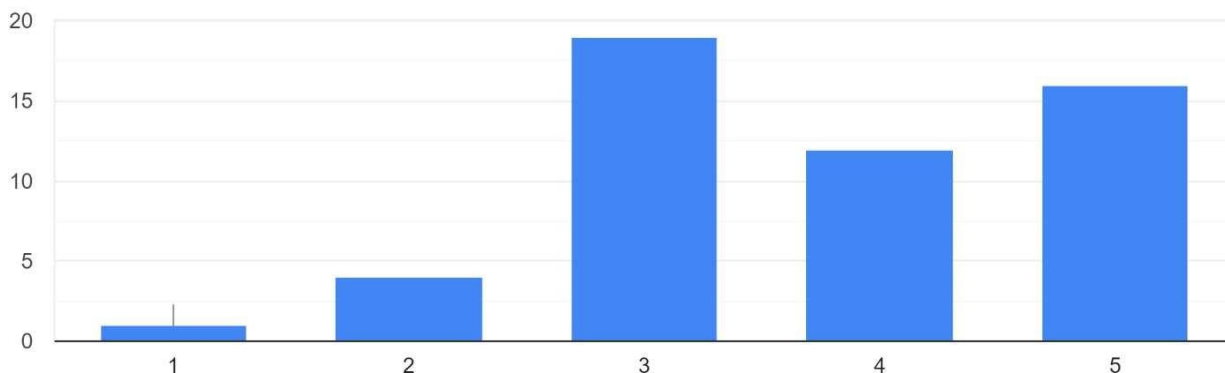
Izvor: Anketa provedena od strane autorice

U principu približno isti broj ispitanika smatra da su postojeći oblici turizma na otoku Braču dugoročno održivi, kao i da baš i nisu, što daje za pretpostavku da također nema generalnog stava po tom pitanju (Slika 7.5.). Izuzetno mali broj ispitanika smatra da oblici nisu dugoročno održivi. Izuzetno velik broj ispitanika smatra da je na zajednici najveći teret da pridonese održivosti i kvalitetnom razvoju turizma na otoku, njih čak 59,6%, a približnog mišljenja su i ostali, dok nitko od ispitanika smatra ovu izjavu nevažecom.

Slika 7.6. Stavovi ispitanika o važnosti održivosti turizma prilikom odabira destinacije

ODRŽIVO UPRAVLJANJE TURIZMOM U DESTINACIJI JEDAN JE OD ELEMENATA O KOJIMA VODIM RAČUNA PRILIKOM IZBORA DESTINACIJE

52 odgovora



Izvor: Anketa provedena od strane autorice

Iz ankete se jasno vidi da podjednako broju ispitanika održivost i predstavlja i ne predstavlja veliki značaj (slika 7.6.). Veći dio ispitanika u ovom slučaju održivost cijeni i podržava, dok čak i više njih smatra održivost srednje bitnom. Otok Brač ima prilično mjesta za napredak.

7.4. Preporuke za inovativni i održivi razvoj destinacije Brač

Otok Brač kontinuirano radi na inovativnosti i održivosti svojih turističkih proizvoda i destinacije. Ono što je bitno da nastavi raditi je jačanje svijesti zajednice o važnosti te održivosti kroz razne edukacije kako bi ti prirodni, ali i kulturni resursi mogli biti valorizirani ne samo u turističke svrhe već kako bi se postigla bolja zaštita istih.

Nužno je pokušati razviti cjelogodišnji turizam kroz razne programe, izletišta i manifestacije. Razvojne mogućnosti otoka bile bi daleko bolje iskorištene daljnjim razvojem zračne luke, alii novih pomorskih luka, što bi dovelo do novih ulaganja u turizmu i drugim sektorima. Svakako, kao jedna od preporuka bila bi i maksimalno iskorištavanje obnovljivih izvora energije, prvenstveno solarne, koja je idealna za otoke, a što bi doprinjelo većem stupnju energetske neovisnosti otoka. Uređenje plaža kao sportsko-rekreacijske infrastrukture dovelo bi do povećanja njihove održivosti, a time i bolje kvalitete života stanovnika.

Destinacijske menadžment organizacije u vidu turističkih zajednica i turističkih agencija mora inzistirati na aktivnostima usmjerenih na jačanje kvalitete turističkog proizvoda i kreiranja održivog okruženja, što bi dovelo do podizanja konkurentnosti i osiguranju održivog razvoja te svakako veće koristi od turizma i opće prepoznatljivosti Brača kao brenda na turističkom tržištu. Uvođenjem održivih aktivnosti i aktivnog odmora kao dijela prepoznatljivosti otočne ponude, pokazuje kako je marketing i organizacijski menadžment na dobrom putu, no i dalje su nužne aktivnosti i manifestacije koje su usmjerene na održivost, kao što su cikloturizam, gastroturizam, planinarenje i pješaćenje, upoznavanje turista i stapanje s prirodom.

Trenutna zaposlenost u turizmu (preko 35% stanovništva) dovodi do zaključka kako to postaje prioritetna gospodarska grana otoka, no bitno je povećati interes stanovništva pa kasnije i turista o mnogim drugim tradicijskim proizvođačkim i prerađivačkim djelatnostima, što bi dovelo do održivih oblika cjelogodišnje održive turističke ponude. Još uvijek je prva pomisao na Brač 'sunce i more', pa i plaža Zlatni rat iako je slogan Brača 'Brač-otok kulturei avanture', što je pokazatelj da turističke organizacije moraju poraditi na marketingu i promociji otoka i svih njegovih atrakcija, kako bi i održivi proizvodi postali razlog i inspiracija turistima za nove dolaske. Fokus svakako mora biti i ostati na postojećim prirodnim i kulturnim materijalnim i nematerijalnim resursima, ali je nužno kvalitetno upravljanje istim. Otočna baština, nažalost, nije u dovoljnoj mjeri prepoznata i valorizirana, a na njoj je itekako moguće temeljiti održiviji gospodarski razvoj. Otok je po svojoj definiciji cjelina, ali je podijeljen na osam jedinica lokalne samouprave, što rezultira nejednakim i nedovoljno efikasnim načinom upravljanja razvoja otoka te je preporuka pokušati centralizirati turističkom zajednicom, koja bi u jednakoj mjeri krenula s razvojem svih lokalnih jedinica u istom smjeru boljeg, kvalitetnijeg i održivijeg upravljanja resursima.

8. ZAKLJUČAK

Održivi turizam razvojna je mogućnost i potreba današnjice. Masovni turizam kakav poznajemo i kakav je svima na prvi spomen drag, dovodi i do masovnog uništenja prirodnih kulturnih resursa što je dovelo destinacijski menadžment organizacije u svijetu pa tako i u Hrvatskoj na bolje i kvalitetnije planiranje i realizaciju turističke ponude. Takvo upravljanje mora dovesti do valorizacije svih resursa. Otok Brač sa svim svojim resursima radi na tome da postane održiviji, kvalitetniji i diferenciraniji od ostalih otoka, no, nužno je daljnje djelovanje, bolje, jače i koncipiranije u skladu s potrebama i potražnjom, te svim propisima i zakonima koji to uređuju.

Ovaj završni rad ispituje stavove i potrebe rezidentnog, ali i nerezidentnog stanovništva za održivim i inovativnim razvojem otoka Brača. Rezultati su pokazali kako otok kao cjelina ima prostora za napredak i poboljšanje, kao i za inovativnost i da je na pravom putu kako bi to postigao. Trenutno je još uvijek najpoznatiji po pasivnom odmoru, te po svojim prirodnim resursima, ali je prepoznata želja i potreba za aktivnim odmorom i održivom turističkom ponudom. Upravljačka tijela su primorana konstantno raditi na što kvalitetnijoj provedbi razvojnih mogućnosti i marketingu usmjerenom na održiviji razvoj, što će diferencirati otok Brač i dovesti da u vrh turističkih destinacija prepoznatih po takvom načinu vođenja. Ovaj rad želi biti poticaj i podrška u budućem planiranju razvoja i valorizacije resursa otoka Brača, jer se sa svojom prirodnom i kulturnom baštinom može dovesti do pravog primjera održivog turističkog mjesta, s održivom turističkom ponudom kakvu i otok, njegovi stanovnici, ali i turisti koji su ga odabrali kao destinaciju, zaslužuju.

LITERATURA

KNJIGE:

1. Carić, H. (2006). *Održivi turizam u deset koraka*. Zagreb: Institut za turizam
2. Herceg, N. (2013). *Okoliš i održivi razvoj*. Zagreb: Synopsis
3. Jenkins, I. i Schroder R. (2013). *Sustainability in tourism: a multidisciplinary approach*. Wiesbaden: Springer Gabler
4. Kušen, E. (2002). *Turistička atrakcijska osnova*, Zagreb; Institut za turizam
5. Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. Wallingford: Cabi
6. Vlahović, D. (2020). *Turizam u autentičnim poželjnim okvirima*. Zagreb: vlastita naknada
7. Vujić, V. (2005). *Održivi razvoj turizma*. Zagreb: Grafomark

STRUČNI I ZNANSTVENI ČLANCI:

1. Jeličić, S. i Petrović, M. i Sunara Ž. (2013). Održivi turizam kao konkurentna prednost Republike Hrvatske. *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu*, 4 (1), 83-88.
2. Kuveždić, H. (2001). Razvoj i suvremeno stanje turizma na otoku Braču. *Acta Geographica Croatica*, 34. (1.), 127-139.
3. Vidak, N. (2015). Pravci razvoja suvremenog turizma – pretpostavke za održivi turizam u Hrvatskoj, *Radovi Zavoda za znanstvenoistraživački i umjetnički rad u Bjelovaru*, (9), 295-302.

OSTALO:

1. Boranić Živoder, S. (2014). *Upravljanje turističkom destinacijom*. Zagreb: Veleučilište Vern'
2. Banec, T. (2019.) *Turistička ponuda i turistički resursi otoka Hvara, Brača i Visa* (završni rad). Preuzeto s: <https://repozitorij.mev.hr/islandora/object/mev%3A1131> (8.11.2021.)
3. Bralić, I. (2019). *Stanje i mogućnosti razvoja kulturnog turizma na otoku Braču* (završni rad). Preuzeto s: <https://repozitorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A2555/datastream/PDF/view> (8.11.2021.)

4. Brkljača - Pucar, M. (2016). *Održivi turizam u Republici Hrvatskoj* (diplomski rad). Preuzeto s:
<https://repositorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A2417/datastream/PDF/view>
(8.11.2021.)
5. Eterović, M. (2020). *Uloga lokalnih turističkih zajednica u razvoju gastro turizma na otoku Braču* (diplomski rad). Preuzeto s:
<https://repositorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst%3A3584/datastream/PDF/view>
(8.11.2021.)
6. Martinić – Jerčić L. (2018). *Razvoj naselja otoka Brača* (završni rad). Preuzeto s:
<https://zir.nsk.hr/islandora/object/pmf%3A4798/datastream/PDF/view> (8.11.2021.)
7. Vidučić, V. (2007). *Održivi razvoj otočkog turizma Republike Hrvatske* (znanstveni časopis). Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/13166> (8.11.2021.) str. 42-48.
8. Zlatar, J. (2010). *Odrednice turističke djelatnosti u smjeru održivog razvoja: primjer mjesta Povelja na otoku Braču* (časopis za istraživanje). Preuzeto s:
<https://hrcak.srce.hr/61612> (8.11.2021.) str. 247-272.

MREŽNI IZVORI:

1. Best of Brač. Preuzeto s: <https://bestofbrac.com/hr/brac-kultura/muzej-otoka-braca/> (8.11.2021.)
2. Bol. Preuzeto s: <https://www.bol.hr/o-bolu/kultura-hr6> (8.11.2021.)
3. Croatia.hr. Preuzeto s: <https://croatia.hr/hr-HR/dozivljaji/plaze/plaza-zlatni-rat>
(8.11.2021.)
4. Državni zavod za statistiku. Preuzeto s: <https://www.dzs.hr/> (8.11.2021.)
5. Eu Islands. Preuzeto s:
https://euislands.eu/sites/default/files/EUislands_CETA_Brac_102020.pdf
(8.11.2021.)
6. Go2bike. Preuzeto s: Go2bike. Preuzeto s: <https://www.go2bike.eu/> (8.11.2021.)
7. Hrvatski turizam. Preuzeto s: <https://hrturizam.hr/bol-na-bracu-prvi-u-svijetu-ima-dvije-bike-storytelling-staze/> (8.11.2021.)
8. Interreg Central Europe CEETO. Preuzeto s: https://ceeto-network.eu/content/smjernice_ceeto_a_za_razvoj_odrzivog_turizma_na_zasticenim_podrucjima.pdf (8.11.2021.)

9. Journal.hr Preuzeto s: <https://www.journal.hr/lifestyle/putovanja/brac-otok-plaze-na-otoku-bracu-ljeto-2021/> (8.11.2021.)
10. Lokacijska akcijska grupa Brač. Preuzeto s: http://www.lagbrac.hr/wp-content/uploads/2016/10/LRS-LAG-Brac%CC%8C-2014-2020-Master_Final-.pdf (8.11.2021.)
11. Moj planinarski dnevnik. Preuzeto s: <https://gorja.net/putopisi/65/otok-brac-zmajeva-spilja/> (8.11.2021.)
12. Ministarstvo turizma i sporta. Preuzeto s: <https://mint.gov.hr/vijesti/unwto-pokrece-online-platformu-za-dostizanje-ciljeva-odrzivog-razvoja-u-turizmu/14445> (8.11.2021.)
13. Ministarstvo turizma. Preuzeto s: https://mint.gov.hr/UserDocImages/arhiva/160715_AP_Zelenog_t.pdf (8.11.2021.)
14. Ministarstvo turizma. Preuzeto s: https://mint.gov.hr/UserDocImages/arhiva/160120_1-sast_medimint_vijece.pdf (8.11.2021.)
15. Ministarstvo turizma i sporta. Preuzeto s: <https://mint.gov.hr/vijesti/na-plitvicama-odrzana-konferencija-odrzivi-turizam-u-zasticenim-podrucjima-rh/19123> (8.11.2021.)
16. Ministarstvo turizma i sporta. Preuzeto s: <https://mint.gov.hr/strategija-razvoja-odrzivog-turizma-do-2030-godine/11411> (8.11.2021.)
17. Ministarstvo vanjskih i europskih poslova. Preuzeto s: <http://www.mvep.hr/hr/vanjska-politika/multilateralni-odnosi0/globalne-teme/odrzivi-razvoj/> (8.11.2021.)
18. My Triplan. Preuzeto s: <https://mytriplan.travel/sustainable-tourism/> (8.11.2021.)
19. Nacionalni park Plitvička jezera. Preuzeto s: <https://np-plitvicka-jezera.hr/konferencija-o-odrzivom-turizmu-u-zasticenim-podrucjima-rh/> (8.11.2021.)
20. Nacionalni park Plitvička jezera. Preuzeto s: <https://np-plitvicka-jezera.hr/odrzivo-poslovanje-nacionalnog-parka-plitvicka-jezera/> (8.11.2021.)
21. Odgovorno. Hr. Preuzeto s: <https://odgovorno.hr/category/o-dop-u-strucno/> (8.11.2021.)
22. Održivi turizam. Preuzeto s: <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx?id=97> (8.11.2021.)

23. Održivi turizam. Preuzeto s: <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/odrzivi-turizam> (8.11.2021.)
24. Otok Brač. Preuzeto s: <http://www.otok-brac.info/lokacije2/brac-opis.htm> (8.11.2021.)
25. Općina Milna. Preuzeto s: <https://www.opcinamilna.hr/strategija-razvoja-opcine-milna/> (8.11.2021.)
26. Plavi svijet. Preuzeto s: <https://www.plavi-svijet.org/> (8.11.2021.)
27. Pokret otoka. Preuzeto s: <https://www.otoci.eu/brac-odrzivi-turizam/> (8.11.2021.)
28. Postira. Preuzeto s: <https://supetar.hr/hr/kljuc-aktivnog-odmora/pjesacke-staze/maslinovi-puti/> (8.11.2021.)
29. Priroda – javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode. Preuzeto s: <https://ju-priroda.hr/2018/06/projekt-ceeto-i-konfenerncija-o-odrzivom-turizmu/> (8.11.2021.)
30. Pučišća.hr. Preuzeto s: http://www.pucisca.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=52&Itemid=2 (8.11.2021.)
31. Supetar. Preuzeto s: <https://supetar.hr/hr/kljuc-aktivnog-odmora/pjesacke-staze/maslinovi-puti/> (8.11.2021.)
32. Sutivan.hr. Preuzeto s: https://www.sutivan.hr/wp-content/uploads/2016/04/Strateski-razvojni-program-Opcina-Sutivan_2016-2020.pdf (8.11.2021.)
33. Udruga Lijepa Naša Zagreb. Preuzeto s: <https://www.lijepa-nasa.hr/plava-zastava/> (8.11.2021.)
34. Valamar Riviera. Preuzeto s: <https://valamar-riviera.com/hr/drustvena-odgovornost/vijesti-iz-dop-a/valamar-ce-svake-godine-zasaditi-1000-novih-stabala/> (8.11.2021.)
35. Welcome to Croatia. Preuzeto s: <https://welcome-to-croatia.com/news/island-of-brac-one-of-the-15-under-the-radar-islands-in-the-world-worth-visiting/> (8.11.2021.)
36. World Economic Forum. Preuzeto s: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (8.11.2021.)

POPIS SLIKA

Slika 2.1. Dvanaest ciljeva održivog razvoja.....	4
Slika 2.2. Odgovorni turizam – temeljna tri principa.....	7
Slika 4.1.. Otok Brač.....	18
Slika 4.2. Prometna infrastruktura otoka Brača.....	16
Slika 4.3.. SymbOL of Croatia, plaža Zlatni rat.....	24
Slika 4.4. Zmajeva špilja.....	24
Slika 4.5. Muzej otoka Brača.....	25
Slika 5.1. Bolski cikloturizam.....	30
Slika 5.2. Aktivnosti za cijelu obitelj na otoku Braču.....	31
Slika 7.1. Posjećenost otoka Brača.....	37
Slika 7.2. Prikaz preferirane vrste odmora ispitanika.....	38
Slika 7.3. Prikaz važnosti održivosti u donošenju odluke kod odabira destinacije.....	38
Slika 7.4. Stavovi ispitanika o kvalitetnom upravljanju elementima okolišne održivosti na otoku Braču.....	45
Slika 7.5 Stavovi ispitanika o održivosti turizma na otoku Braču.....	40
Slika 7.6. Stavovi ispitanika o važnosti održivosti turizma prilikom odabira destinacije.....	41

POPIS TABLICA

Tablica 4.1. Lokalne samouprave otoka Brača	17
Tablica 4.2. Broj dolazaka i noćenja po gradovima i općinama otoka Brača.....	18
Tablica 4.3. Turistički resursi BOL.....	20
Tablica 4.4. Turistički resursi SUPETAR	21
Tablica 4.5. Turistički resursi SUTIVAN.....	22
Tablica 4.6. Turistički resursi MILNA.....	22
Tablica 4.7. Turistički resursi PUČIŠĆA	23
Tablica 7.1. Stavovi ispitanika o zainteresiranosti atrakcija otoka Brača	39

PRILOZI

Prilog 1

Povijesni razvoj održivog turizma

Potreba za održivim razvojem nastala je prilikom izgradnje prvih gradova, zato što se moralo osigurati dugotrajnost infrastrukture i onemogućiti degradacija životnih uvjeta za buduće generacije. Isti koncept i način razmišljanja kroz povijest se počeo primjenjivati i na druge resurse, s tim da je naglasak na ekologiji i ekonomiji. Masovni turizam postao je fenomen 1960-ih godina te se tada počinje razgovarati o održivom turizmu kao dijelu koncepta održivog razvoja. Obzirom da su do tada ljudi bili izrazito optimistični zbog masovnog turizma i vidjeli samo pozitivne učinke istog, dolazi do kritike i odgovora o lošim učincima takvog turizma. Najpoznatiji kritičari takvog turizma su Jost Krippendorf koji uvodi pojam krajobrazožder (njem. *Landschaftsfresser*) i Michael Korol koji poziva na ostanak kod kuće, jer je razvoj cestovnog prometa doveo do povećanja broja cestovnih linija, uz sve veću dostupnost osobnih automobila, a razvoj zrakoplovnog prometa olakšao je odlazak na godišnji odmor i pojavu sve masovnijeg turizma (Brkljavča- Pucar, 2016).²⁶ U osamdesetima prošlog stoljeća održivi se turizam počinje shvaćati ozbiljnije i skreće pozornost na hotele, u čemu sudjeluje posebno Inter-Continental lanac, gdje je postavljena inicijativa pod nazivom *The International Hotels Environmental Initiative*, s idejama i savjetima za hotelijere o zelenijem poslovanju, recikliranju, smanjivanju otpada i smanjenju korištenja energije, što bi naposljetku dovelo do smanjenja hotelskih troškova.

Godine 1997. Clarke je predložio da koncept održivog turizma sadrži četiri pristupa:

- Polarna suprotnost - održivi turizam i masovni turizam su smatrani kao suprotnosti što bi značilo da bi se trebalo odreći masovnog turizma, da bi se održivi turizam razvio.
- Kontinuitet – masovni turizam i održivi turizam nisu suprotnosti, nego se priznaje da postoje različite nijanse jednog i drugog i da se moraju naći negdje u sredini.
- Pokret – nalaže da masivni turizam ipak može biti više održiv nego što jest.

²⁶ Brkljavča – Pucar M. (2016.), *Održivi turizam u Republici Hrvatskoj*, (diplomski rad), preuzeto s: <https://repositorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A2417/datastream/PDF/view> (8.11.2021.)

- Konvergencija - ideja da svi oblici turizma mogu voditi ka održivosti. U to doba, malo ljudi je racionalno razmišljalo o održivom turizmu, gledajući na to samo kao ideju. Ipak, na konferenciji u Vancouveru devedesetih, napravljena je lista pozitivnih učinaka održivog razvoja, gdje se, između ostalog, navodi da održivi turizam potiče na razmišljanje o učincima turizma na prirodni, kulturni i društveni okoliš, da takav turizam generira lokalnu zaposlenost, stimulira domaće industrije na profit, kao što su hoteli, restorani i transporti, da turizam daje novi novac lokalnoj ekonomiji, potiče na otvaranje novih rekreacijskih centara, koje bi uz turiste koristilo i domaće stanovništvo. Tako održivi turizam prati, procjenjuje i upravlja koristima turizma, razvija metode pozitivne utjecaje prema okolišu i pokušava suzbiti negativne utjecaje na isti (Swarbrooke, 1999).²⁷

Prilog 2 - primjeri održivih tursitičkih proizvoda u RH (nastavak)

Održivo poslovanje NP Plitvička jezera

Nacionalni park Plitvička jezera je u proteklih nekoliko godina nositelj certifikata ZelEn što znači da električnu energiju nabavljaju iz certificiranih hidroelektrana u kojim je povećana pozornost na neškodljivom utjecaju elektrana na okoliš i koje zbrinjavaju opasni otpad. Nacionalni park 2015. godine uvodi i biorazgradivu ambalažu te započinje proces izbacivanja plastike iz poslovanja, a sav ostali otpad u hotelu se odvaja, te se bio otpad koristi za proizvodnju bio goriva i hrane za životinje. Od 2018. godine uveli su i novu LED tehnologiju, koja troši i do 50% manje električne energije i povoljnija je za životinjski svijet.²⁸

²⁷ Swarbrooke J., (1999.), *Sustainable Tourism Management*, CABI, str. 3 - 11

²⁸ NP Plitvička jezera, preuzeto s: <https://np-plitvicka-jezera.hr/odrzivo-poslovanje-nacionalnog-parka-plitvicka-jezera/> (2.10.2020.)

1.000 stabala Valamara

Tvrtka Valamar Riviera je pokrenuo inicijativu '1.000 stabala Valamara', najveću inicijativu ovakvog tipa u hrvatskom turizmu. U sklopu inicijative Valamar je zasadio tisuću novih stabalaj preko 50.000 novih sadnica godišnje (poput visokih grmova i trajnica) u svojim destinacijama duž jadranske obale. Ovom inicijativom Valamar želi naglasiti važnost održivog turizma i brige za okoliš kao i povećavanje konkurentnosti i stvaranja nove vrijednosti turističke ponude u Hrvatskoj.²⁹

Go2bike

Prvi hrvatski sustav javnih bicikala Go2bike postaje sve popularniji način kretanja, kako među građanima tako i turistima. Opremljenost odredišta sustavom javnih bicikala pridonosi kreiranju moderne slike odredišta te promiče kulturu 'bicikliranja' i održivosti. Turistička odredišta uvođenjem ovakvog sustava smanjuju preopterećenost javnog prometa te korisnicima pružaju zelenu alternativu u kretanju po odredištu. Destinacija koja posjeduje *bike-sharing* sustav nosi naziv odredišta 2021. godine, jer takva destinacija kao prednost nudi brz i jeftin prijevoz, manje zagađenje, zdravlje na kotačima i mogućnost prilaska nadomak nedostupnome mjestu.³⁰

²⁹ Valamar Riviera, preuzeto s: <https://valamar-riviera.com/hr/drustvena-odgovornost/vijesti-iz-dop-a/valamar-ce-svake-godine-zasaditi-1000-novih-stabala/> (24.10.2019.)

³⁰ Go2Bike, preuzeto s: <https://www.go2bike.eu/> (8.11.2021.)

Prilog 3

Anketna pitanja

1. Spol
2. Dob
3. Vaše prebivalište
4. Jeste li posjetili otok Brač?
5. Ako jeste, u kojem dijelu godine?
6. Koje gradove i općine otoka Brača ste posjetili?
7. Koji je razlog vašeg odabira otoka Brača za odmor?
8. Kakav odmor preferirate?
9. Koliko vam je važna održivost u donošenju odluke kod odabira situacije?
10. Odaberite vama poznate proizvode otoka Brača.
11. Odaberite vama poznate turističke atrakcije otoka Brača.
12. Biste li bili zainteresirani za održive turističke atrakcije otoka Brača?
Izjave ocjenjene skalom od 1 do 5
13. Smatram da je otok Brač održiva turistička destinacija.
14. Postoje velike mogućnosti za poboljšanje kvalitete boravka na otoku Braču.
15. Na otoku se kvalitetno upravlja elementima okolišne održivosti (gospodarenje otpadom, obnovljivi izvori energije i sl.).
16. Na otoku se kvalitetno upravlja prostorom (izgradnja u skladu s identitetom otoka).
17. Postojeći oblici turizma na otoku Braču su dugoročno održivi.
18. Smatram da je zajednica bitan element kvalitetnog razvoja turizma na otoku Braču.
19. Održivo upravljanje turizmom u destinaciji jedan je od elemenata o kojima vodim računa prilikom izbora destinacije.