STANJE I MOGUĆNOSTI RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA NA OTOKU BRAČU

Bralić, Ivo

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:891118

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

STANJE I MOGUĆNOSTI RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA NA OTOKU BRAČU

Mentor: **Student:**

doc. dr. sc. Davorka Mikuić **Ivo Bralić**

Split, rujan 2019.

SADRŽAJ:

1. UVOD 2

2. TEORIJSKI KONCEPT KULTURNOG TURIZMA 4

2.1. Veza između turizma i kulture 6

2.2. Povijest kulturnog turizma u Europi 8

3. ANALIZA STANJA I KULTURNIH RESURSA NA OTOKU BRAČU ... 10

3.1. Otok Brač – osnovni podaci 10

3.2. Analiza turističke ponude i potražnje otoka Brača 11

3.2.1. Analiza turističke ponude 11

3.2.2. Analiza turističke potražnje 14

3.3. Materijalna kulturna baština 18

3.3.1. Nepokretna kulturna baština 18

3.3.2. Arheološka baština 21

3.3.3. Pokretna kulturna baština 22

3.4. Nematerijalna kulturna baština 23

3.5. Djelovanje turističkih zajednica na otoku Braču 26

4. SMJERNICE ZA RAZVOJ KULTURNOG TURIZMA OTOKA BRAČA 29

4.1. Problemi razvoja kulturnog turizma 29

4.2. Smjernice razvoja kulturnog turizma 30

5. ZAKLJUČAK 33

LITERATURA 34

POPIS TABLICA 39

SAŽETAK 40

1. UVOD

Jedna od glavnih gospodarskih djelatnosti Hrvatske je turizam koji godinama bilježi trendove rasta i privlači sve veći broj posjetitelja. U drugoj polovici 20. stoljeća dolazi do prekretnice i razvoja masovnog turizma, dok kraj tog stoljeća donosi povratak kvalitetnog turizma i pojavu selektivnih oblika turizma. Selektivni oblici turizma podrazumijevaju orijentiranost na pojedinca (turista) i njegove želje. Razvoj selektivnih oblika turizma je definiran razvojnim strategijama kako na državnoj tako i na lokalnoj razini; nedovoljno znanje lokalnoga stanovništva o dostupnim kapacitetima i nekoordiniranost između turizma i kulture, djeluju na usporavanje mogućega napretka. S obzirom na to da je turizam djelatnost koja je podložna promjenama, odnosno eksternim faktorima; poput političkih i ekonomskih zbivanja koji mogu utjecati na turizam destinacije, nužno je razviti snažne interne faktore i raditi na njihovom unaprjeđenju.

Otok Brač, površinom od 395 km^2 treći je otok na Jadranu po veličini, dug je približno 40 km, a prosječno širok 12 km te je od kopna udaljen 6 do 13 km. Prema zapadu je Splitskim vratima odvojen od Šolte, a prema jugu Hvarskim kanalom od Hvara. Zbog postojećih povoljnih prirodnih i društvenih uvjeta u području kulturnoga turizma, dodatnim razvojem toga područja otok Brač bi mogao obogatiti turističku ponudu i stvoriti prepoznatljivost.

Cilj završnoga rada je analizom stanja i resursa na otoku Braču omogućiti saznanja o kulturnom turizmu destinacije i problemima koji potencijalno djeluju na usporavanje razvoja ovakvoga oblika turizma.

Za izradu rada korišteni su sekundarni izvori podataka, odnosno podatci iz udžbenika, znanstvenih članaka, časopisa i publikacija.

Prilikom izrade rada primijenjene su sljedeće metode:[1]

- metoda analize – raščlanjivanje složenih misaonih tvorevina na jednostavnije
- metoda deskripcije – postupak jednostavnog opisivanja ili ocrtavanja činjenica, procesa i predmeta
- metoda klasifikacije – podjela općih pojmova na posebne
- metoda komparacije –uspoređivanje istih ili srodnih činjenica
- metoda sinteze – spajanje jednostavnih misli u složene
- metoda indukcije – donošenje općeg suda temeljem pojedinačnih ili posebnih činjenica
- metoda dedukcije – donošenje posebnih, pojedinačnih sudova temeljem općih stavova.

Struktura rada sastoji se od pet cjelina; nakon uvoda, u drugom dijelu rada teorijski je obrađen koncept kulturnoga turizma kako bi se ukazalo na bitne aspekte kulturnoga turizma. Na početku trećega dijela rada predočuju se osnovni podaci o otoku Braču, nadovezujući se na analizu stanja turističke ponude i potražnje otoka da bi u konačnici završilo analizom kulturnih resursa otoka. Nakon datoga prikaza trenutnoga stanja destinacije, u četvrtom dijelu rada su iznesene smjernice i ključne komponente za razvoj kulturnog turizma otoka Brača dok su u zadnjem dijelu rada su iznesena zaključna razmišljanja.

[1] Zelenika, R. (2000): Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela. Ekonomski fakultet Rijeka, Rijeka, str. 309-402.

2. TEORIJSKI KONCEPT KULTURNOG TURIZMA

Turizam godinama bilježi sve veći i snažniji privredni značaj diljem svijeta. Osim što donosi relevantnu zaradu za mnoge države ima značenje izvoznog proizvoda, generatora zapošljavanja i stvaranja novih radnih mjesta. Turizam oblikuje gospodarske aspekte, ali nesumnjivo ima utjecaj na socijalne, psihološke, ekološke, kulturne i druge aspekte života.[2]

Turizam se može definirati na brojne načine, jer ovisi o pojedincu te kako on percipira i doživljava pojedinu stvar i iskustvo. Stoga se "turizam u najširem smislu riječi može razumjeti kao skup različitih individualnih iskustava o odnosima koji nastaju povodom zadovoljavanja čovjekovih potreba, koje uobičavamo zvati turističkim."[3]

Blažević[4] pak turizam definira kao "skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost."

Pojam kulture podrazumijeva stavove, uvjerenja, ideje i vrijednosti, način ponašanja ili života ili pak ono što ljudi stvaraju (umjetnička djela, artefakti, kulturni proizvodi). Kultura se ostvaruje u procesima (ideje i način života) i proizvodima tih procesa (građevine, umjetnost, običaji, itd.). [5]

U stručnoj literaturi nalaze se brojne definicije kulturnoga turizma zbog različitih djelatnosti i njegovih proizvoda. Ovakav oblik turizma se u suvremenom svijetu zasniva na sličnim ili istim motivima, pridodajući mu identitet lokaliteta, tradiciju, manifestacije i doživljaje koji reflektiraju lokalno stanovništvo i njihov način življenja.

Svjetska turistička organizacija (WTO) je 1985. godine definirala kulturni turizam kao "putovanja motivirana kulturom poput studijskih, kazališnih i kulturnih tura, putovanja na festivale i slična događanja, posjete povijesnim lokalitetima i spomenicima, putovanja kako bi se proučavala priroda, folklor ili umjetnost te hodočašća“.[6]

[2] Jeliničić A. D.(2008): Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia Zagreb, str.15.
[3] Petrić L.(2003): Osnove turizma, Ekonomski fakultetu Split, str. 19.
[4] Blažević, B.(2007): Turizam u gospodarskom sustavu, Fakultet za hotelski i turistički menadžment Opatija, Opatija, str. 72.
[5] Razović, M. (2009): Obilježja ponude kulturnog turizma Dalmatinske županije, raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/file/67725 [10.6.2019.], str. 3.
[6] Tomljenović, R.(2006): Kulturni turizam. U: Čorak, S. i Mikačić, V. Hrvatski turizam - plavo, bijelo, zeleno. Zagreb: Institut za turizam, str. 121.

Odabir dolaska u destinaciju može biti motiviran raznim čimbenicima, ovisno o preferenciji pojedinca; turista. Tipologija kulturnog putovanja prema stupnju motivacije može biti: primarna, usputna i slučajna.[7]

Turisti motivirani posjetiti određene destinacije s isključivom namjerom da prisustvuju kulturnom događaju u destinaciji motivirani su tzv. *Primarnom motivacijom*. Ovaj tip turista svoj boravak u destinaciji zasniva na posjeti događaja poput muzejskih izložbi, vjerskih slavlja i hodočašća, razgledavanju arhitekture i slično.
Turisti kojima kulturni turizam nije primaran već sekundaran motiv za odlazak u određenu destinaciju, motivirani su tzv. *Usputnom motivacijom*. Odnosno, turisti motivirani usputnom motivacijom posjećuju kulturne manifestacije, odlaze na glazbene festivale i koncerte iako su prvobitno odlučili boraviti u toj destinaciji zbog sunca i mora, poslovnih razloga i slično.
Slučajna motivacija odnosi se na turiste koji nemaju namjeru upoznati kulturu destinacije, ali ipak kroz svoj boravak nesvjesno dolaze u kontakt s lokalnim stanovništvom, gastronomijom i slično te razvijaju određeni interes.

Pitanje odabira destinacije odnosi se na prirodu kulturnog interesa turista, pa današnja tipologija razlikuje: [8]

- specifičan i
- nespecifičan kulturni interes.

Specifičan kulturni interes podrazumijeva interes turista koji točno zna koji događaj želi posjetiti i na njemu sudjelovati, primjerice; galerije određenoga autora, istraživanje i upoznavanje arhitekture grada i slično. Nespecifični kulturni interes posjeduju turisti koje ne zanima određeni oblik kulture, već šire područje kulture destinacije.

[7] Jeliničić A. D.(2008): Abeceda kulturnog turizma, MEANDARMEDIA Zagreb, str. 44.
[8] Ibidem, str. 47

Slično tome treba razlikovati[9]:

- općeg kulturnog turista i
- specijaliziranoga kulturnog turista.

Opći kulturni turist posjećuje različite zemlje, regije, gradove i sudjeluje u određenim oblicima kulturnog života. Razvijajući svoje znanje o destinacijama i njihovoj kulturi, povećava ga praktičnim radom, uključujući primjerice učenje kako se odnositi prema lokalnom stanovništvom i sudjelovanjem u njihovim svakodnevnim aktivnostima. Turist definira ideje o lokalnoj umjetnosti, narodnom životu, životnim stilovima, povijesti destinacije i onda ih uspoređuje s lokalitetima koje je već posjetio.
Specijalizirani kulturni turist se orijentira prema jednom ili manjem broju lokaliteta ili kulturnih entiteta. On kontinuirano posjećuje određeni grad, regiju ili zemlju s ciljem da što bolje upozna i razumije destinaciju. Turist za takvim posjetom može biti motiviran primjerice potragom za određenom vrstom umjetnosti, povijesti, festivala, muzeja, itd.[10]

2.1. Veza između turizma i kulture

Kulturni turizam označava kretanje ljudi motivirano kulturnim atrakcijama izvan njihovog uobičajenog mjesta stanovanja s namjerom zadovoljavanja svojih kulturnih potreba skupljajući nove informacije i proživljavajući nove događaje.[11]

Veći dio 20. stoljeća, turizam i kultura su bili promatrani uglavnom kao odvojeni aspekti destinacije ili odredišta. Kulturni su resursi sagledavani kao kulturno nasljedstvo destinacije, povezani s obrazovanjem lokalnog stanovništva i očuvanje lokalnog ili nacionalnog identiteta. S druge strane, turizam je bio promatran kao aktivnost vezana uz odmor i slobodno vrijeme, odvojen od svakodnevnog života i kulture lokalnog stanovništva. Kulturni resursi dobivali su sve više važnosti u privlačenju turista i diferencijaciji destinacije od drugih te je kulturni turizam ubrzo postao glavni izvor gospodarskog razvoja za veliki broj destinacija.

[9] Jeliničić A. D.(2008): Abeceda kulturnog turizma, MEANDARMEDIA Zagreb. str 47
[10] Ibidem, str. 48
[11] Richards, G. (1999): 17. European Cultural Tourism: Patternsand Prospects. U: Planning Cultural Tourismin Europe; Dodd, D. i Van Hemel, A., ur.; Amsterdam, Boekman Foundation/Ministry of Education, Cultureand Science, str. 17.

"Suvremeni turizam od svih sudionika na strani turističke ponude zahtijeva izuzetnu kulturnu svijest, razinu potrebnih znanja i humanističkog ophođenja, što doprinosi svestranom kulturnom obogaćenju turističke destinacije, stvarajući specifičnu turističku kulturu domicilnog pučanstva."[12]

Veza između kulture i turizma potaknula je niz čimbenika na strani potražnje i ponude. Potražnja je izražena u povećanju interesa prema kulturi; izvoru identiteta i diverzifikacije u svijetu globalizacije; povećanju kulturnog kapitala, potaknuto porastom razine obrazovanja; starenju populacije u razvijenim regijama; želji za izravnim oblicima iskustava („životno viđenje“ umjesto razgledavanja); naglašenoj važnosti između nematerijalne kulture i lokalne atmosfere i povećanoj mobilnosti što olakšava pristup drugim kulturama.[13]

Generiranje ponude potiče: razvoj kulturnog turizma za poticanje otvaranja novih radnih mjesta i porast prihoda; viđenje kulturnog turizma kao kvalitetno i stalno rastućeg tržišta; veću kulturnu ponudu kao rezultat regionalnog razvoja; veću dostupnost informacija o kulturi i turizmu kroz nove tehnologije i želju novih naroda i regija za uspostavu jedinstvenog identiteta.[14]

Sve ovo utječe na kulturu, koja se sve više sagledava kao ključan aspekt turističkog proizvoda i imidža destinacije. Također, turizam se više uključuje u kulturološke razvojne strategije kao sredstvo podrške kulturnom nasljedstvu i kulturnoj proizvodnji. Sinergija između turizma i kulture je viđena kao jedan od najvažnijih razloga za podupiranje sve direktnijeg odnosa i veze između dva navedena elementa. Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (eng. Organisation for Economic Cooperation and Development ili OECD) pretpostavlja da je internacionalni turizam odgovoran za otprilike 21,7 % ukupnog globalnog izvoza u 2017. godini te kultura i kreativnost se sve više razmatraju kao glavni pokretači ekonomskog razvoja.[15]

Kultura pruža sadržaj turizmu, omogućujući zemljama i regijama da se diferenciraju od konkurencije na već zasićenom tržištu.

[12] Geić S.(2008): Organizacija i politika turizma, Sveučilište u Splitu, str.40
[13] OECD (2009): The Impact of Culture on Tourism, [Internet], raspoloživo na: http://www.liaa.gov.lv/files/liaa/attachments/turisms/petijumi/OECD_Tourism_Culture.pdf [20.08.2018] str. 21-22.
[14] Ibidem
[15]OECD (2018): OECD Tourism Trends and Policies 2018, OECD Publishing Paris, raspoloživo na: http://dx.doi.org/10.1787/tour-2018-en [20.08.2018], str. 21.

2.2. Povijest kulturnog turizma u Europi

Europa je uvijek bila glavna destinacija koja je privlačila bogate aristokratske putnike svojim kulturnim i povijesnim nasljeđem. Prvi srednjovjekovni putnici su bili hodočasnici i već su se u tom razdoblju uspostavili temelji modernih „kulturnih itinerera". Glavni kulturni resursi su uglavnom koncentrirani u gradovima te je kultura temelj razvoja turizma u brojnim europskim gradovima.

Kroz 16. i 17. stoljeće sve veći broj pripadnika plemstva, aristokracije i bogatih trgovaca iz Europe putuju u nastojanju da se upoznaju s civilizacijskim i kulturnim dostignućima drugih dijelova kontinenta, s glavnim naglaskom na Italiju i Francusku. Veliko putovanje (Grand Tour of Europe) postalo je neizostavni dio školovanja i obrazovanja mladih pripadnika više klase te kasnije ova putovanja sve više dobivaju na masovnosti, a kultura kao izvor uživanja i zabave pada u drugi plan. Muzeji, izložbe i druge manifestacije su bili osmišljeni na način da prikažu ljudska, umjetnička i industrijska postignuća te se broj muzeja ubrzano povećavao diljem Europe upravo zbog povećanih kulturnih putovanja. „Dostupnost muzeja, izložba i drugih kulturnih manifestacija za javnost, pomoglo je razvijanju turizma i turističke potrošnje te su postali središte interesa putnika. Zbog brojnih svojih karakteristika ova putovanja nazivamo pretečom pravih turističkih putovanja, a neki teoretičari nazivaju i međufazom između predturističke i turističke epohe."[16]

Rast turističkog tržišta srednje klase tijekom 19. stoljeća potaklo je pionire kao što je Thomas Cook da ponude prve „paket aranžmane" koji su bili organizirani prema destinacijama poput; Italije i Grčke.

Poslije Drugoga svjetskog rata uglavnom se radilo o putovanjima gdje je glavno odredište bio Mediteran na kojem se moglo uživati u suncu i moru. Ta putovanja su uključivala relativno oskudnu kulturnu ponudu koja je bila pretežito bazirana na upoznavanju i interakciji s lokalnim stanovništvom.

[16] Čavlek N. (1998): Turoperatori i svjetski turizam, Golden Marketing Zagreb 1998., str. 26-27.

Masovni se turizam snažno razvija kroz 20. stoljeće; to doba je obilježeno brojnim promjenama - tehnološka dostignuća, bolja prava radnika, veća zarada i više slobodnoga vremena su postali glavnim preduvjetima za razvoj turističkih putovanja. Masovni je turizam uzrokovao niz negativnih posljedica zbog čega se javila potreba za novim, selektivnim oblicima turizma koji bi bili u skladu s načelima održivog razvoja. Osim zaštite prirodnih resursa, javila se potreba i za očuvanjem drugih turističkih resursa poput tradicije, običaja, stila života, kulture i slično. Upravo zbog toga je 1992. godine donesen dokument od strane WTO i WCTT (World Council for Travel and Tourism) pod nazivom Agenda 21 koji je usvojen kako bi pomogao svim organizacijama i poduzećima u području turizma. Razvoj suvremenog turizma se usmjerava prema pojedincu i njegovim specifičnim potrebama koje želi zadovoljiti na nekom putovanju kao i zaštiti i očuvanju turističkih resursa bez ugrožavanja budućih naraštaja. Jedan od oblika selektivnog turizma je i kulturni turizam.

U okviru razvoja kulturnog turizma održivi se turizam usredotočuje na tri ključna pitanja:[17]

- kontrola turističkog iskustva koja za posljedicu ima kontrolu aktivnosti turista
- razmatranje turističkog potencijala lokaliteta, upravljanje na postojećim lokalitetima
- nenametanje turizma lokalnoj zajednici.

Nije svaka destinacija prikladna za turističke posjete; ograničenim pristupom određenim lokalitetima u destinaciji smanjuje se rizik oštećenja kulturne baštine i okoliša te na taj način povećava svijest posjetitelja o kulturnoj i prirodnoj baštini same destinacije.

Nametnut ili loše vođen turizam može naštetiti lokalnoj zajednici, prirodi i kulturi, ali i budućim posjetiteljima. Turizam treba donijeti dobrobit lokalnoj zajednici, a lokalna zajednica treba imati osjećaj vlasništva nad lokalitetom i pripadnosti vlastitoj kulturi.[18]

Na međunarodnoj razini brojne organizacije se ističu u provedbi kulturnog turizma: Europska unija, Vijeće Europe, UNESCO, UNWTO. Sve one imaju zajedničke ciljeve a to je promicati kulturni turizam i značaj kulture kako u ekonomskom kontekstu tako i u socio-kulturnom pa i ekološkom.

[17] Jelinčić A. D.(2008): Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia Zagreb, str. 38.
[18] Jelinčić, D. A.(2010): Kultura, turizam, interkulturalizam. Institut za međunarodne odnose. Meandarmedia, Zagreb, str. 66.

3. ANALIZA STANJA I KULTURNIH RESURSA NA OTOKU BRAČU

3.1. Otok Brač – osnovni podaci

Otok Brač nalazi se u srednjoj Dalmaciji te je treći najveći otok u Hrvatskoj s površinom od 395 km^2. Brač je ujedno i najviši otok u Hrvatskoj, a najviši vrh, Vidova gora, nalazi se na 778 metara visine. Okužuju ga sa sjeverne strane Brački, a s južne Hvarski kanal, dok ga od susjedne Šolte na zapadu odvajaju Splitska vrata. Od Splita ga dijeli Brački kanal dubine 78 metara, od Šolte je odvojen Splitskim vratima, a od Hvara Hvarskim kanalom dubine 91 metar. Brač je sačinjen od karbonatno-vapnenačkih stijena, a star je preko sto milijuna godina.[19] Otok Brač karakterizira mediteranska klima–ljeta su topla i sušna, a zime kratke i blage. Sjeverna obala nešto je hladnija zbog utjecaja obližnjeg kopna, a južna toplija zbog blagodatnoga utjecaja mora. Brač pripada najsunčanijem jadranskom području s oko 2700 sunčanih sati godišnje. Na Braču nema površinskih vodenih tokova, a trajne izvore nalazimo samo na području Bola. Voda se dovodi podmorskim vodovodom iz Cetine. [20]

Otok Brač bogat je povijesnim građevinama, ranokršćanskim crkvicama i bazilikama, palačama, itd. Otok su kroz povijest nastanjivali Iliri, Rimljani, Bizant, Mlečani, Austro-Ugarska Monarhija. Jedno kratko vrijeme otokom je vladala francuska i ruska uprava. Otok Brač zbog raznolikosti povijesnih bogatstava i očuvanim spomenicima često nazivaju otokom kulture.[21]

Prvo javno kupalište izgrađeno je 1909. godine u gradu Supetru što su inicirali građani udruženi u Društvo za gradnju kupališta i poljepšavanja varoši Supetar. Nakon kupališta, gradi se hotel Praha koji je mnogo pridonio promidžbi među češkim turistima. Zbog svoje iznimne lijepe plaže pod imenom Zlatni Rat, Bol je vrlo rano postao poznato odredište te je već daleke 1923. godine registrirao svoje prve goste. Prvo javno priznanje za najbolje turističko mjesto na Jadranu Bol dobiva 1965. godine, te je nakon toga još mnogo puta nagrađivan.[22]

[19] Wikipedia (2018): Brač, The Free Encyclopedia. [Internet], raspoloživo na: https://hr.wikipedia.org/wiki/Bra%C4%8D [04.09.2018]
[20] Ibidem
[21] Karlić B, Vučetić M.(2014): Brač- vodič otokom, Morski vodiči d.o.o., Makarska, str. 16.
[22] Ibidem, str. 36.-37.

Supetar i Bol uvidjeli su prednosti turizma i njegovu ekonomsku snagu zbog čega se s vremenom povećao broj hotela, kao i kuća za iznajmljivanje od strane lokalnog stanovništva. U skladu s turizmom razvijala se i prometna infrastruktura. Znatno se podiže kvaliteta postojećih hotela, ali se otvaraju i manji hoteli i luksuzne vile. Sama apartmanska ponuda se povećava te nadilazi hotelsku ponudu. Nautička infrastruktura kasnije se također unaprjeđuje pa je Brač postao atraktivan nautičkim turistima.[23]

Danas na otoku Braču dominira sezonski karakter i odlike masovnog turizma, no posjeduje svu potrebnu infrastrukturu, atrakcije, zanimljivosti i ostale usluge da postane otok koji zadovoljava turističke potrebe posjetitelja kroz cijelu godinu. Otok Brač ima dobre preduvjete za razvoj selektivnih oblika turizma, primjerice sportsko-rekreacijski turizam. Brač ima razvijen *windsurfing, kiteboarding* i ronjenje, posebno u Bolu, ali i biciklizam, planinarenje te sve više *climbing*, za kojeg na Braču postoje izvrsni preduvjeti. Osim aktivnoga turizma na Braču se nalazi i eko-etno selo Murvica. Uz već prethodno navedeni potencijal za selektivne oblike turizma, Brač ima velike predispozicije za još bolji razvoj i kulturnoga turizma.

3.2. Analiza turističke ponude i potražnje otoka Brača

3.2.1. Analiza turističke ponude

Temelj svake uspješne destinacije su kvalitetni receptivni faktori. "U užem smislu u receptivne faktore ubrajamo ugostiteljske objekte za pružanje usluga smještaja i za pružanje usluga prehrane i točenja pića."[24] Turisti primarno zainteresirani za kulturu spadaju u grupu posjetitelja visoke platežne moći; prema tome im je potrebno pružiti odgovarajuće usluge smještaja, prehrane i pića. Svaka destinacija koja želi svoj turistički razvoj bazirati na kulturnom turizmu mora zadovoljavati visoke standarde u receptivnim faktorima.

Na otoku Braču još uvijek dominiraju smještajni kapaciteti privatnoga karaktera, no posljednjih nekoliko godina bilježi se stalan porast broja hotela i kampova. Po pitanju objekata za pružanje usluga hrane i pića ponuda na otoku Braču je zadovoljavajuća, otvaranjem novih objekata ponuda je postala kvalitetnija i diversificirana.

[23] Ibidem
[24] Petrić L.(2003): Osnove turizma, Ekonomski fakultetu Split, str. 99.

Na službenim stranicama Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije značajan broj hotela i ostalih tipova smještajnih kapaciteta na otoku Braču nije prikazan; takav propust ostavlja negativan utjecaj na dojmove samih turista i plasman na turističkome tržištu.

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku grad Supetar je 2017. godine imao 7990 postelja; općina Bol 8235 postelja; općina Milna 2298 postelja; općina Nerežišća 294 postelja; općina Postira 2206 postelja; općina Pučišća 731 postelja; općina Sutivan 2197 postelja i općina Selce 2133 postelja.[25] Bol kao glavna receptivna destinacija na otoku Braču, posjeduje najveći broj postelja kako bi turistima pružili što kvalitetnije uvjete koji bi ih duže zadržali u destinaciji.

Tablica 1. Prikaz hotelskog i aparthotelskog smještaja u općini Bol 2016. godine

Red. br.	Naziv	Kategorija	Soba
1.	Hotel Kaštil	**	32
2.	Zlatni rat beach hotel	***	19
3.	Hotel Villa Daniela	***	30
4.	Bluesun hotel Borak	***	181
5.	Bluesun hotel Bonaca	***	236
6.	Hotel Villa Dalmatna	****	11
7.	Hotel Bol	****	23
8.	Hotel Baština Sveti Križ	****	29
9.	Hotel Ivan	****	30
10.	Hotel Bretanide	****	260
11.	Bluesun hotel Elaphusa	****	306

Izvor: Turistička zajednica Bol (2015): Strategija turističkog razvoja općine Bol za razdoblje 2016.-2021., [Internet], raspoloživo na: https://www.opcinabol.hr/pdf/tur-raz.pdf [05.09.2018]

[25] Državni zavod za statistiku (2018): Turizam u 2017. [Internet], raspoloživo na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/SI-1616.pdf, [21.1.2019.]

Prema procjeni Instituta za turizam u 2017. godini otok Brač je imao 25 598 ležaja i iskorištenost od 67% u kolovozu.[26] U nastavku rada će se prikazati podaci o smještaju iz javno dostupnih podataka po određenim mjestima na otoku.

Prema podacima Strategije turističkog razvoja općine Bol za razdoblje 2016.-2021. Bol je 2015. godine raspolagao s ukupno 7.242 kreveta od toga 4.310 pripada privatnom smještaju, hotelskom 2.572, a kampovima 360 kreveta.[27] Općina Bol raspolaže s visokokategoriziranim objektima te se očekuju daljnja ulaganja u budućnosti i stavljanje u funkciju hotela „Bijela Kuća" i „Park" koji će povećati hotelske kapacitete za otprilike 700 kreveta. Sveukupna popunjenost hotelskog smještaja iznosi 123 dana te vlasnici hotela idu u smjeru razvoja dodatnih sadržaja i aktivnosti kako bi produžili sezonu.[28]

Sutivan također većinu svojih smještajnih kapaciteta bazira na privatnom smještaju. Međutim u Sutivanu se 2016. godine zbog povećanje potražnje za smještajnim kapacitetima otvorio hotel s 5 zvjezdica koji u ponudi ima 22 apartmana i 6 soba. U Sutivanu postoji 2754 kreveta koji su većinom popunjeni tijekom dva mjeseca ljetne sezone.[29]

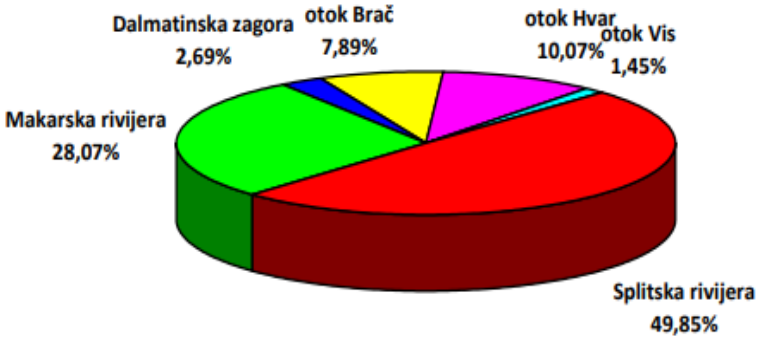
Grad Supetar (2017) broji ukupno oko 1 727 smještajnih jedinica od kojih 607 u hotelima, 709 u objektima u domaćinstvima i 411 u ostalim smještajnim jedinicama (kampovima, apartmanima i hostelima). [30]

[26] Institut za turizam (2018): Studija prihvatnih kapaciteta turizma na području Splitsko-dalmatinske županije, [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/priopcenja/studija-prihvatnih-kapaciteta-na-podrucju-splitsko-dalmatinske-zupanije/download/studija-prihvatnih-kapaciteta-146, [22.1.2019], str. 48.
[27] Turistička zajednica Bol (2015): Strategija turističkog razvoja općine Bol za razdoblje 2016.-2021., [Internet], raspoloživo na: https://www.opcinabol.hr/pdf/tur-raz.pdf [05.09.2018], str. 117.
[28] Ibidem
[29] Turistička zajednica Sutivan (2015): Strategija razvoja turizma Općine Sutivan za razdoblje 2016.-2020., [Internet], raspoloživo na: http://www.sutivan.hr/wp-content/uploads/2017/02/STRATEGIJA-RAZVOJA-TURIZMA.mini_.pdf, [05.09.2018.]
[30]Bartulović, D. (2018): Razvoj turizma u gradu Supetru, [Internet], raspoloživo na:https://repozitorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst:2322/preview, Str. 21. [21.1.2019.]

3.2.2. Analiza turističke potražnje

Analizirajući glavne turističke pokazatelje (broj i struktura smještajnih kapaciteta, broj dolazaka i noćenja turista, te ostvarenih prihoda) dolazi se do zaključka kako je otok Brač u turističkom pogledu jedan od najrazvijenijih otoka i kao takav vrlo značajan za Splitsko - dalmatinsku županiju.

Na području Splitsko - dalmatinske županije najveći broj noćenja 2017. godine ostvaren je u gradu Splitu (13%). Otok Brač je ostvario udio od 7,89% (slika 1).[31]

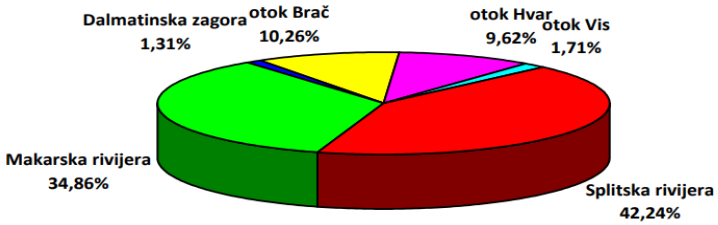


Slika 1: Udio dolazaka turista u destinacije TZ Splitsko-dalmatinske županije 2017.

Izvor: Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2018): Statistička analiza turističkog prometa 2017, [Internet], raspoloživo na:https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/statisticka-analiza-turistickog-prometa-u-2017-godini ,[21.1.2019.]

Udio noćenja u destinacija Splitsko-dalmatinske županije u 2017. godini ukazuje da je najbolje rezultate ostvarila Splitska rivijera (42,24%), potom slijedi Makarska rivijera, 9% više dolazaka (uz 28% udjela s padom udjela od 2% u odnosu na 2016. godinu po dolascima), otok Brač (porast od 9%) uz isti udio, 8% kao i u 2016., dok je otok Hvar imao porast od 14%, uz 10% udjela kao i prethodne godine, itd. Struktura udjela prikazana je na slici 2.[32]

[31] Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2018): Statistička analiza turističkog prometa 2017, [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/statisticka-analiza-turistickog-prometa-u-2017-godini str. 5. [21.1.2019.]
[32] Ibidem



Slika 2: Udio noćenja u destinacije TZ Splitsko-dalmatinske županije 2017.

Izvor: Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2018): Statistička analiza turističkog prometa 2017, s [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/statisticka-analiza-turistickog-prometa-u-2017-godini, [21.1.2019.]

Tablica 2. Dolasci turista na Brač u 2017. godini, bez nautike

OTOK BRAČ	DOLASCI TURISTA			Indexi 16/15		
	Domaći	Strani	UKUPNO	Domaći	Strani	UKUPNO
	20 031	232 736	252 767	97	110	109
Milna	1 263	14 724	15 987	134	165	162
Supetar	7 012	76 228	83 240	106	108	108
Postira	2 390	2 390	17 999	138	110	113
Pučišća	536	3 534	4 070	102	93	94
Sutivan	1251	13 576	14 827	135	119	120
Bol	6 865	95 880	102 745	73	105	102
Selca	616	11 754	12 370	125	122	122
Nerežišća	98	1 431	1 529	258	119	123

Izvor: Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2018): Statistička analiza turističkog prometa 2017, [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/statisticka-analiza-turistickog-prometa-u-2017-godini str. 5. [21.1.2019.], str. 6.

U 2017. godini najveći broj dolaska turista na otoku Braču ostvarila je općina Bol s 102 745 dolazaka., dok je najmanji broj dolazaka ostvarila općina Pučišća s 4 070 dolazaka.

Tablica 3. Noćenja turista na otoku Braču u 2017. godini, bez nautike

OTOK BRAČ	NOĆENJA TURISTA			Indexi 17/16		
	Domaći	Strani	UKUPNO	Domaći	Strani	UKUPNO
	110 408	1 629 086	1 739 494	98	108	108
Milna	7746	106521	114267	118	152	149
Supetar	35225	559342	594567	103	108	107
Postira	15028	118423	133451	130	105	108
Pučišća	4594	26045	30639	107	114	113
Sutivan	9601	110994	120595	123	114	114
Bol	32.835	598852	631746	74	102	100
Selca	4732	98460	103192	113	118	118
Nerežišća	588	10449	11037	204	117	120

Izvor: Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2018): Statistička analiza turističkog prometa 2017, [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/statisticka-analiza-turistickog-prometa-u-2017-godini str. 5. [21.1.2019.], str. 7.

Na području županije Splitsko-dalmatinske tijekom 2017. godine boravilo je 3 204 868 turista, od čega 2 960 524 stranih i 244 344 domaća koji su ostvarili zajedno 16 948 651 noćenja (94% stranih).[33]

Najviše dolazaka su ostvarili turisti iz Poljske kojih je bilo 24% više nego prethodne godine, dok su na drugom mjestu turisti iz Njemačke koji su ostvarili 16% više dolazaka, na 3. mjestu se po broju dolazaka nalaze domaći turisti, sa porastom od 2%, na istom mjestu kao i 2016. godine.[34]

[33] Izvor: Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2018): Statistička analiza turističkog prometa 2017, [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/statisticka-analiza-turistickog-prometa-u-2017-godini, [21.1.2019.], str. 14.
[34] Ibidem

Najveći broj noćenja u Splitsko-dalmatinskoj županiji ostvarili su kao i prethodne godine Poljaci (uz rast od 21%), dok su na 2. mjestu kao i prethodne godine Nijemci (uz rast od 13%), da bi se na trećem našli turisti iz Češke (uz rast od 3% u odnosu na 2016.) po ostvarenim noćenjima.[35]

Prosjek noćenja po dolasku u cijeloj županiji je 5,4 dana i najveći prosjek ostvaruju Rusi, Bjelorusi, Česi i Ukrajinci (po 8 dana), Slovaci, Poljaci, Nijemci, Slovenci, Norvežani i Srbi (po 7 dana), turisti iz Mađarske, Austrijanci, Šveđani, Danci i Finci (po 6 dana), te turisti iz Makedonije, Bosne i Hercegovine, Nizozemci, Estonci, Litavci, Britanci, Belgijanci, Rumunji, Letonci, i Luksemburžani s po 5 dana boravka u prosjeku.[36]

Turisti iz Poljske su ostvarili najveći broj noćenja na razini cijele Županije ali i grada Supetra, općina Jelsa, Selce, Sutivan i Postira. Nijemci su zauzeli drugo mjestu i ostvarili su najviše noćenja u Bolu, Supetru, Milna, Selce i Sutivan. Česi su najviše boravili u Selcima, Bolu, Supetru. [37]

[35] Ibidem, str. 16
[36] Ibidem, str. 18.
[37] Ibidem

3.3. Materijalna kulturna baština

Prema Konvenciji za zaštitu svjetske prirodne i kulturne baštine koja je donesena 1972. godine materijalna baština se odnosi na spomenike, skupine građevina i lokalitete koji imaju povijesnu, estetsku, arheološku, znanstvenu, etnološku ili antropološku vrijednost.[38] Materijalnu baštinu čine kompleksi građevina, kulturno povijesne cjeline te krajolici koji imaju izuzetno povijesno značenje ali i obrazovnu funkciju za stanovništvo i turiste.

3.3.1. Nepokretna kulturna baština

Nepokretna kulturna baština uključuje graditeljsku baštinu, arheološku baštinu i kulturni krajolik.

Graditeljska baština uključuje spomenike, skupine građevina i područja.[39] Spomenici uključuju sve građevine povijesnog, arheološkog, umjetničkog, društvenog ili tehničkog značenja, zajedno s njihovo opremom. Skupine građevina su homogene grupe urbanih ili ruralnih građevina koje imaju povijesno, arheološko, umjetničko, znanstveno, društveno ili tehničko značenje te tvore prepoznatljive topografske jedinice. Graditeljske baštine mogu biti i izgrađene zone koje su oblikovane uz pomoć čovjeka i prirode te i one mogu biti topografski definirane. Osim toga zone su od povijesnog, arheološkog, umjetničkog, znanstvenog, društvenog ili tehničkog značenja[40].

Najstariju utvrđenu palaču u Sutivanu, podigao je Jakov Nadali - Božičević 1505. godine u renesansnom stilu, dogradnjom pročelja i kasnijim izmjenama ova palača izgubila je mnogo svoje izvorne ljepote. Na pročelju kuće je hvalospjev Mletačkoj Republici jer je Jakov Nadali ratovao pod zastavom Sv. Marka i novcem dobivenim u tim ratovima sagradio je palaču. Palača ima prostrani park do danas sačuvan i obnovljen. Njezin južni dio pretvoren je u javni park.[41]

[38] Cattaneo,M., Trifoni,J. (2006.) Velika knjiga UNESCO-ove svjetske baštine, Stanek, Varaždin, str. 504.
[39] Ministarstvo kulture Republike Hrvatske (2010): Strategija zaštite, očuvanja i održivog gospodarskog korištenja kulturne baštine Republike Hrvatske za razdoblje 2011.–2015., [Internet], raspoloživo na: https://www.min-kulture.hr/userdocsimages/bastina/STRATEGIJA_BASTINE_VRH.pdf [21.1.2019.]
[40] Ministarstvo kulture (2003.): Europska mreža o Baštini (Herein), [Internet], raspoloživo na: https://www.min-kulture.hr/UserDocsImages/dokumenti/bastina/indok/suradnja/HEREIN.pdf [5.7.2019.]
[41] Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Sutivan. [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/kultura-i-zanimljivosti/sutivan-utvrdena-palaca [21.1.2019.]

U Supetru se nalazi barokna Crkva Marijina Navještenja koja datira iz XVIII. stoljeća; na mjestu crkve nekada je bila trobrodna bazilika sv. Petra. Pokraj crkve se nalazi zvonik sa satom te crkveni muzej, na ulazu u muzej nalazi se skulptura sv. Viktora, dok se u crkvenom dvorištu nalazi se kip Majke Tereze. Pored crkve nalazi se bogati ranokršćanski mozaik iz VI. stoljeća.[42]

Otok Brač bogat je kaštelima, kulama i palačama koje su uzdignute prvobitno zbog obrane od strane agresora. Danas su navedene građevine pokazatelji prekrasne tradicionalne dalmatinske gradnje. Svi kašteli su građeni s visokim kruništima koji su bili izuzetno bitni za samu obranu. Danas palače imaju druge namjene, primjerice u jednoj od njih se nalazi hotel, a u drugoj slikarska radionica.

Ranokršćanska bazilika u Povljima datira iz 5. stoljeća te su sami ostaci vrlo dobro očuvani i restaurirani, odnosno mnogi dijelovi bazilike su vrlo dobro vidljivi te pa se može steći dojam kako je izgledao jedan od najvažnijih vjerskih centara tog vremena. U bazilici se nalazio grob sv. Ivana Povaljskog čije su tijelo odnijeli Mlečani.[43]

Najljepša sakralna baština na Otoku Braču je Bračka katedrala, nalazi u Selcima, na samom trgu, a izgrađena je u neromantičnom stilu. Visine je 45 metara što je čini najvišom crkvom na dalmatinskim otocima, unutar nje nalazi se kip Srca Isusova kojeg je izradio Ivan Meštrović. Kao zahvalu ovom proslavljenom hrvatskom kiparu, mještani su od topovskih čahura prikupljenih okolo mjesta izradili autorov kip u bronci.[44]

Franjevački samostan sagrađen početkom XVIII. stoljeća nalazi se u uvali Sitno na istočnom rtu otoka Brača u mjestu Sumartin. Samostan posjeduje bogatu biblioteku i samostanski arhiv na bosančici iz XVII. i XVIII. stoljeća; osim toga u samostanu se nalazi zbirka baroknih slika.[45]

[42] Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Supetar. [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/kultura-i-zanimljivosti/supetar-crkva-navjestenja-marijina [21.1.2019.]
[43] Ostojić, I. (1960.): Starokršćanska bazilika s krstionicom i rimskim spomenicima u Povljima na Braču, [Internet], raspoloživo na: https://hrcak.srce.hr/file/240095 [5.7.2019.]
[44] Bračka katedrala, Best of Brač. [Internet], raspoloživo na: : https://bestofbrac.com/hr/brac-kultura/bracka-katedrala/ [21.1.2019.]
[45] Turistička zajednica splitsko-dalmatinske županije (2019.): Sumartin, [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/kultura-i-zanimljivosti/sumartin-franjevacki-samostan [21.1.2019.]

Na južnoj obali otoka Brača se nalazi pustinja Blaca; pustinjačko prebivalište koje su osnovali poljički svećenici glagoljaši u 16. stoljeću bježeći od Osmanlija. Naziv pustinja nosi zbog oskudne prirode i resursa. Na području pustinje se nalazi samostan u sklopu kojeg se nalazi crkva iz 17. stoljeća, stambene i gospodarske zgrada te zvjezdarnica i biblioteka. Na ovom je mjestu se nalazila glavna škola u koju su dolazili učenici iz svih okolnih mjesta. Zanimljivo je da samostan posjeduje drugi najveći teleskop u Europi, no trenutno nije u upotrebi.[46]

Crkva Gospe od Blagovijesti je barokna crkva koja se nalazi na samoj mlinarskoj obali te datira iz 1783. godine. Crkvu je izgradio Ignacije Macanović iz Trogira. Unutrašnjost crkve je katedralnog karaktera sa puno svjetlosti. U crkvi se nalazi sedam mramornih oltara sa vrijednim slikama – Palama koji su djela venecijanskih slikara.[47]

Vladimir Nadzor je proveo dio svog djetinjstva u kući u Bobovišćima te se ona čuva kao spomen vrijednosti iz 19. stoljeća. U neposrednoj blizini kuće nalazi se i spomenik posvećen Vladimiru Nazoru.

Grad Boljun, mjesto koje je naseljeno još od prapovijesti bogato nalazima iz rimskog razdoblja i razdoblja ranog srednjeg vijeka, smješteno je na brežuljku iznad plodne doline Boljunskog polja i toka Boljunčice. U naselju je sačuvan srednjovjekovni kaštel s kružnim i četverokutnim kulama, skladište za desetinu na glavnom gradskom trgu, s gradskom ložom u prizemlju. U sklopu cjeline nalaze se i crkva Sv. Kuzme i Damjana, crkva Sv. Fabijana i Sebastijana, te crkva Sv. Jurja iz 16. st., proširena u 17. stoljeću kada se gradi i zvonik.[48]

Crkva sv. Ivana smještena je na predjelu Bunta, istočno od naselja Sutivan. Podignuta je u 6. stoljeću na temeljima ranokršćanske crkve. Visoko na pročelju natpis je s grbom splitskoga kanonika Jerolima Natalisa iz 1655. godine, a nad njim kamena preslica sa zvonom. Unutrašnjost je presvođena bačvastim svodom s profiliranim vijencem na bočnim zidovima, a u pačetvorinastom svetištu je trodijelni drveni rezbareni oltar.[49]

[46] Best of Brač (2019): Pustinja Blaca,[Internet], raspoloživo na: https://bestofbrac.com/hr/brac-kultura/blaca-desert/ [21.1.2019.]
[47] Turistička zajednica Milna, Znamenitosti. [Internet], raspoloživo na: http://www.tz-milna.hr/hr/znamenitosti/ [21.1.2019.]
[48]Ministarstvo kulture (2019.): Boljun, Kulturno - povijesna cjelina grada Boljuna, [Internet], raspoloživo na: https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6212&kdId=368532395
[49] Ministarstvo kulture (2019.): Sutivan, Crkva sv. Ivana i temelji ranokršćanske crkve, [Internet], raspoloživo na: https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6212&kdId=368525161 [5.7.2019.]

Naselje Bol, primorsko naselje na južnoj obali otoka Brača zaštićeno je kulturno dobro kao kulturno povijesna cjelina. Antički lokaliteti u naselju se nalaze na perifernim dijelovima Bola: na istoku u uvali Martinici, na poluotoku Glavici i na poluotoku Râtu na zapadu. U 15. stoljeću dolaze stanovnici iz bračke unutrašnjosti, a 1475. godine, Dominikanci osnivaju samostan na Glavici. Na istočnom kraju luke se nalazi gotički Kaštil, u 17. stoljeću uz more se gradi kaštel i reprezentativna palača obitelji Vusio. Iznad javnog bunara Studenca na predjelima Rudini i Obali kuće imaju odlike tradicionalne arhitekture. Koncem 18. i u 19. stoljeću ističu se kuće obitelji Nikolorić, Paloc, palača Lode, nekad kuća Martinis-Marchi s perivojem i dr. Središte luke artikulirano je Ložom s lukovima.[50]

3.3.2. Arheološka baština

Arheološku baštinu čine svi ostaci i objekti te ostali tragovi čovjekova postojanja iz proteklih razdoblja: [51]

- čija zaštita i proučavanje pomažu rekonstrukciji povijesti čovječanstva i njegova odnosa s prirodnim okolišem;
- za koje su arheološka iskopavanja i otkrića glavni izvori spoznaja;
- koji se nalaze na prostoru pod jurisdikcijom zemalja potpisnica Konvencije.

Kamenolom Rasohe nalazi se na brdu poviše Splitske, u njemu se nalazi reljef mitskog lika Herkulesa u stijeni. Kamenolom je korišten za izgradnju Dioklecijanove palače u Splitu te stara legenda kaže da su lik Herkulesa u tajnosti uklesali robovi dok su vadili kamen za izgradnju palače.

Zmajeva špilja spomenik je pećinskoga samostanskog života popova glagoljaša u XV. stoljeću. Oko 200 metara iznad Murvice ova je špilja je služila kao hram i obitavalište. Ovdje do danas „žive“ slavenski mitovi o vilama, vukodlacima, morama i vještицama i mediteranske priče o Orkomarinu, jednookom divu koji živi u pećini.[52]

[50] Ministarstvo kulture (2019.): Bol, Kulturno-povijesna cjelina naselja Bol, [Internet], raspoloživo na: https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6212&kdId=368527158 [5.7.2019.]
[51] Ministarstvo kulture Republike Hrvatske (2010): Strategija zaštite, očuvanja i održivog gospodarskog korištenja kulturne baštine Republike Hrvatske za razdoblje 2011.–2015., [Internet], raspoloživo na: https://www.min-kulture.hr/userdocsimages/bastina/STRATEGIJA_BASTINE_VRH.pdf [21.1.2019.]
[52] Zmajeva špilja, Otok Brač, [Internet], raspoloživo na: http://www.otok-brac.info/lokacije2/zmajeva_spilja.htm [21.1.2019.]

Arheološko nalazište „Vičja luka“ je podmorsko i kopneno nalazište ilirsko grčke civilizacije. Na ovom nalazištu su pronađena četiri prapovijesna groba s višestrukim ukopima i bogatim prilozima.

Špilja Kopačina smatra se najzanimljivijim i najstarijim pretpovijesnim nalazištem na otoku. Pronađeni ostaci s ovog nalazišta se čuvaju u Muzeju otoka Brača te lokalnoj konobi istog imena, u Donjem Humcu. Špilja je duga dvanaest metara te je podijeljena na dva dijela.[53]

3.3.3. Pokretna kulturna baština

Pokretna kulturna baština se sastoji od muzejske građe, arhivskog gradiva i knjižnične baštine.

Muzejsku građu čine civilizacijska, kulturna i prirodna dobra kao dio nacionalne i općeljudske baštine koja se godinama skuplja, čuva i istražuje.

Osnovna djelatnost muzeja je briga oko građe koju posjeduje te priređivanje izložbi i objavljivanje stručnih, znanstvenih i drugih podataka o njoj.[54]

Galerija Ivan Rendić se nalazi na dnu supetarske luke te dijeli zgradu s gradskom knjižnicom. Galerija posjeduje spomen zbirka od 20 skulptura, 50 originalnih projekata i nacrta te brojne fotografije i dokumente.

Muzej otoka Brača se nalazi u Škripu i čuva kulturno-povijesnu zbirku o razdoblju nakon dolaska Hrvata. Zbirka predstavlja graditeljsku i pomorsku tradiciju otoka i njegovu bogatu književnu baštinu. U muzeju je izloženo i pokućstvo imućnijih obitelji iz bračkih naselja vezanih za ovčarstvo, vinogradarstvo, maslinarstvo, ribarstvo i obradu kamena., kao i prikaz tipične otočke kuhinje.[55]

[53] Kopačina, Otok Brač info, [Internet], raspoloživo na: http://www.otok-brac.info/lokacije2/kopacina.htm [21.1.2019.]
[54] Ministarstvo kulture Republike Hrvatske (2010): Strategija zaštite, očuvanja i održivog gospodarskog korištenja kulturne baštine Republike Hrvatske za razdoblje 2011.–2015., [Internet], raspoloživo na: https://www.min-kulture.hr/userdocsimages/bastina/STRATEGIJA_BASTINE_VRH.pdf [21.1.2019.]
[55] Muzej otoka Brača, Hrvatski muzeji i zbirke online. [Internet], raspoloživo na: http://hvm.mdc.hr/muzej-otoka-braca,510:%C5%A0KR/hr/info/ [21.1.2019.]

Muzej uja prikazuje povijest maslinarstva na otoku Braču uključujući i cjelokupni tradicionalni proces prerade maslinovog ulja. U muzeju se nalaze i skulpture kipara Đanija Martinića te slike akademske slikarice Hane-Marte Jurčević Bulić. Posjetioci muzeja mogu kušati i kupiti maslinovo ulje i ostale lokalne proizvode.[56]

U središtu luke Bol nalazi se Galerija Dešković, smještena je u renesansno-baroknoj palači. U Galeriji se nalaze skulpture Branislava Deškovića, I. Rendića, V. Michielija, M. Ostoje te mnogih drugih. Mnogi od njih svojim su podrijetlom vezani za otok Brač ili je Brač u određenoj mjeri utjecao na oblikovanje njihova umjetničkog izričaja.[57]

Galerija Jakšić nalazi se u dvorištu obiteljske kuće u Donjem Humcu. Prva izložba u galeriji bila je prije više od 50 godina i održao ju je meštar Lovre Jakšić. U galeriji se mogu pronaći brojna umjetnička djela obitelji Jakšić (skulpture, kameni kalendari, cvijeće, čestitke i slično).

Najstariji sačuvani dokument koji je pisan hrvatskom ćirilicom je Povaljska listina. Listina govori o posjedu benediktinskog samostana sv. Ivana.[58] Napisao ga je hrvatski bilježnik kanonik Ivan.

3.4. Nematerijalna kulturna baština

Nematerijalna kulturna baština obuhvaća: prakse, predstave, izraze, znanja, vještine, kao i instrumente, predmete, rukotvorine i kulturne prostore koje zajednice, skupine ili pak pojedinci prihvaćaju kao dio svoje kulturne baštine. Nematerijalna baština prenosi se iz generacije u generaciju i ona pruža stvaranje prepoznatljivog identiteta i kulturne raznolikosti određene zajednice. [59]

Najpoznatiji turistički atribut nematerijalne kulturne baština na otoku Braču je obrada kamena koja potječe još iz antičkih vremena. Otok Brač izvor je vrhunskoga kamena kojim su izrađene brojne značajne građevine, a među njima i Dioklecijanova palača u Splitu.

[56] Muzej uja Škrip. [Internet], raspoloživo na: http://www.muzejuja.com/hrvatski.html [21.1.2019.]
[57] Galerija umjetnina „Branislav Dešković“, Hrvatski muzeji i zbirke online, [Internet], raspoloživo na: http://hvm.mdc.hr/galerija-umjetnina-branislav-deskovic,525:BOL/hr/info/ [21.1.2019.]
[58] Povaljska listina, Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje [Internet], raspoloživo na: http://ihjj.hr/iz-povijesti/povaljska-listina/6/ [24.08.2018]
[59] UNESCO-ova Konvencija za zaštitu nematerijalne kulturne baštine, 2003., Ministarstvo kulture, [Internet], raspoloživo na: https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=3640 [24.08.2018]

Pravi procvat brački kamen doživljava u 15. i 16. stoljeću, u razdoblju kasne gotike i renesanse, u vrijeme gradnje brojnih palača, katedrala i skulptura u Dalmaciji. Značajnu ulogu u očuvanju ove tradicije ima Klesarska škola u Pučišćima, jedina takva škola u Hrvatskoj i u ovom dijelu Europe. Danas su Pučišća centar kamenoklesarstva, a tradicija obrade kamena na Braču je sačuvana prenošenjem znanja s oca na sina.

Na otoku Braču ljudi se tradicionalno bave i vinogradarstvom, najpoznatija vinarija nalazi se u Bolu i ima tradiciju dugu više od sto godina. Na otoku se sve više povezuje tradicija vinogradarstva s turističkim turama koje nude i organiziraju ture za razgledavanje vinskih podruma i vinogradara.

Otok Brač smatra se jednim od najvećih maslinarskih područja u Hrvatskoj. Na otoku Braču dominira sorta Oblica koju još zovu i „bračka" maslina. Plod je karakterističnog krupnoga, okrugloga oblika težine i do 5 grama. Razdoblje dozrijevanja ploda je od sredine listopada do sredine prosinca. Bračani od maslina prvenstveno prave maslinovo ulje, ali ih koriste za konzerviranje zelenih i crnih maslina.[60] Dodatnim ulaganjem u ruralni turizam može se postići produljenje turističke sezone.

U gastronomskoj tradiciji otoka Brača prevladavaju morski specijaliteti odnosno riba i plodovi mora, dok je unutrašnjost Brača poznata po kvalitetnim mesnim proizvodima. Na otoku se uzgajaju janjci i kozlići koji su bili izrazito cijenjeni još i u antičkom dobu. Posebnost ovih janjaca i kozlića je što ne pasu aromatično mediteransko bilje već se hrane samo majčinim mlijekom. Naročito cijenjena delicija je „vitalac" – janjeće iznutrice koje se nabadaju komad po komad na tanki ražanj, omotane janjećom maramicom.[61]

[60] Croatian Hot Spot, Masline otoka Brača. Dostupno na: http://hotspots.net.hr/2015/11/masline-otoka-braca/ [24.08.2018]
[61] Gastronomija, Brač info, [Internet], raspoloživo na http://www.bracinfo.com/hr/gastronomija.htm [25.08.2018]

Kulturne manifestacije

Lokalne "fjere" organiziraju se u svim mjestima na otoku, ovisno o danu kada se slavi zaštitnik mjesta. Fjere se održavaju u ljetnom periodu i predstavljaju svojevrsni odnos kulturne i spomeničke baštine otočana. Dan fjere započinje obilježavanje liturgijskim slavljem i svečanom procesijom kroz mjesto, a na kraju i narodnim veseljem.[62]

Klapsko je pjevanje tradicijsko višeglasno pjevanje bez pratnje instrumenata, na otoku Braču se pojavilo sredinom 19. stoljeća.

Festival čakavske riči se održava u čast bračkog pjesnika Stjepana Pulišelića. Festival je započeo s održavanjem na stotu obljetnicu njegova rođenja i održava se u Škripu. Cilj je festivala njegovanje izvorne čakavske riječi i čuvanje identiteta Brača.[63]

Nazorovi dani održavaju se u Postirima u čast dvojice pjesnika Vladimira Nazora i Milana Begovića. U manifestaciji sudjeluju brojni učitelji, pedagozi, znanstveni i kulturni radnici.

Brač Film Festival je međunarodni festival igranog filma koji se održava u sklopu kulturne manifestacije Supetarsko lito. Glavni dio programa festivala se održava na tri lokacije: Ljetno kino Supetar, Amfiteatar Waterman Resort i Narodna knjižnica Supetar. Tijekom festivala prikazuju se dugometražni i kratkometražni igrani filmovi. Jedan dio programa je natjecateljskog karaktera, dok najbolji film bira publika. [64]

Mala noćna regata je manifestacija koja se odvija Postirima spuštajući se s Vidove gore u postirsku luku.

Croatia rediviva je manifestacija koja se odvija od 1991. godine u općini Selce. Stihovi pobjednika manifestacije se klešu u kamene ploče bračkog kamena i postavljaju na zid uz glavni mjesni trg. Među pobjednicima manifestacije su i istaknuti hrvatski pjesnici i pjesnikinje, kao primjerice Vesna Parun, Luko Paljetak, Drago Štambuk, Dragutin Tadijanović i brojni drugi.[65]

[62] Kultura otoka Brača, Blue Sun Hotels. [Internet], raspoloživo na https://www.bluesunhotels.com/otok-brac-kultura.aspx [25.08.2018]
[63] Festival čakavske riči, Best of Brač, [Internet], raspoloživo na https://bestofbrac.com/hr/brac-dogadjanja/festival-cakavske-rici [25.08.2018]
[64] Brač Film Festival, Hrvatski audiovizualni centar, [Internet], raspoloživo na https://www.havc.hr/hrvatski-film/festivali-u-hrvatskoj/popis-festivala/brac-film-festival [25.08.2018]
[65] Croatia Rediviva, Općina Selca. [Internet], raspoloživo na: http://www.selca.hr/croatia-rediviva.php#.Wv0w7YiFPIU [24.08.2018]

Graffiti na Gradele je međunarodni festival koji ugošćava *graffitere* i *street art* umjetnike iz cijelog svijeta. Festival traje tri dana i odvija se u Bolu. Cilj ovakvog festivala je promoviranje ovakvog tipa umjetnosti omogućavajući grafiterima, uličnim umjetnicima, skejterima i glazbenicima da predstave svoj rad.

„Imena“, bolski festival je manifestacija kulture koji se održava svakog ljeta posljednjih nekoliko godina u Bolu. Festival Imena objedinjuje razne vrste umjetnika tijekom četiri dana.[66]

Potezanje Mrduje manifestacija je koja već niz godina okuplja mnoštvo brodica s Brača i susjedne Šolte, kako bi se na šaljiv način odlučilo kome otočić pripada naredne godine. Mještani Milne na Braču i Stomorske na Šolti svake se godine iznova bore za naslov vlasnika otočića Mrduje.

3.5. Djelovanje turističkih zajednica na otoku Braču

Otok Brač u proteklim godinama se pozicionirao na tržište kao novo, sadržajno i interesantno kulturno odredište, odnosno posjeduje bogatu kulturno-povijesnu baštinu i organizira brojne manifestacije u gotovo svim mjestima na otoku. No, i dalje postoji predodžba o Braču koji nudi samo sunce, more i plažu kao svoje komparativne prednosti. Kako bi se ta predodžba promijenila potrebno je značajno ulagati u promidžbu i valorizaciju turističkih resursa i prilagođavanje potrebama turista jer elementi kulturnog turizma imaju potencijala postati značajan izvor turističkih prihoda.

Na otoku Braču, grad Supetar, a i općine na otoku imaju svoje turističke zajednice. U kratkom pregledu u nastavku će se predstaviti rad svake zajednice.

TZ Supetar je glavni nositelj razvoja turizma u gradu Supetru, zadužena je za informiranje turista o gradu kao turističkoj destinaciji. Postojeća web stranica TZ je vrlo atraktivna i nudi niz informacija o resursima grada, aktivnostima koje su dostupne turistima, gastronomiji, događanjima, i sl.

[66] Bol-otvoren festival kulture „Imena“, Slobodna Dalmacija, [Internet], raspoloživo na: https://www.slobodnadalmacija.hr/scena/kultura/clanak/id/136584/bol-otvoren-festival-kulture-imena-fotogalerij [24.08.2018]

Prema Institutu za turizam[67] grad Supetar ima određene probleme koje su posljedice nejasnog smjera razvitka turizma koje treba odrediti turistička zajednica. Glavni ciljevi prema Strategiji razvoja turizma grada Supetra od 2015. do 2020.. godine su definiranje nove vizije razvoja turizma, definiranje strateških odrednica i mjerljivih ciljeva, postizanje kvalitete turističkog destinacijskog proizvoda, poboljšanje promidžbenih aktivnosti, itd.[68]

TZ općine Bol i njene aktivnosti u potpunosti su regulirane Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma. Tri su osnovna cilja TZ: razvoj proizvoda, promocija destinacije te razvijanje svijesti lokalnoj zajednici o važnosti turizma. TZ općine Bol organizira aktivnosti tijekom cijele godine i glavna strategija i akcijski plan idu u smjeru razvijanja destinacije Bol i privlačenja turista u šire područje za vrijeme odmora ili poslovnog boravka koristeći sve atrakcije otoka Brača.[69]

TZ Postira svoje Razvojne planove za turizam temelji na sljedećim aktivnostima [70]:

- realizacija i stavljanje u upotrebu šetnice Splitska – Postira – Lovrečina
- dodatno uređenje postojećih plaža
- postavljanje dodatnih sadržaja na plažama i u moru
- osigurati prostor za rekreaciju
- izgradnja kampa na prostoru iznad Prje
- izgradnja športskog centra,
- povećanju suradnje turističkih zajednica cijelog otoka, itd.

TZ općine Selce nema svoju web stranici niti dokumente koji jasno prikazuju rad zajednice i smjernice rasta. U Strateškom razvojnom programu općine Selce za razdoblje 2015. – 2020. donosi se samo pregled stanja turizma (dolazaka, noćenja i smještaja) općine do 2015 godine.[71]

[67] Institut za turizam (2014): Strategija razvoja turizma grada Supetra za razdoblje od 2016. do 2020. godine, [Internet], raspoloživo na: https://gradsupetar.hr/images/docs/Strategija%20razvoja%20turizma%20grada%20Supetra.pdf [23.1.2019.]
[68] Ibidem
[69] Općina Bol (2015): Strategija turističkog razvoja općine Bol za razdoblje 2016. – 2021., [Internet], raspoloživo na: https://www.opcinabol.hr/pdf/tur-raz.pdf , [23.1.2019.]
[70] Općina Postira (2013): Razvojna strategija općine Postira od 2014. do 2020., [Internet], raspoloživo na: http://www.opcina-postira.hr/images/RAZVOJNA_STRATEGIJA_OP%C4%86INE_POSTIRA.pdf, [23.1.2019.]
[71] Općina Selce (2014): Strateški razvojni program Općine Selca za razdoblje 2015. – 2020., [Internet], raspoloživo na: http://selca.hr/pdf/opcinski-nacelnik/Strategija%20razvoja%20Opcine%20Selca%20-%202015%20-2020.pdf , [23.1.2019.]

Općina Sutivan je 2016. godine objavila Strategiju razvoja turizma za razdoblje do 2020. godine gdje je ukazano da Turistička zajednica ima značajan utjecaj na razvoj turizma i pokretanju aktivnosti. Cilj razvoja je donijeti smjernice i sugestije kako valorizirati raspoložive resurse kako bi se stvorili prepoznatljivi turistički proizvodi te tako destinacija razvila u marku. [72]

Turistička ponuda pri Turističkoj zajednici Općine Pučišća obuhvaća sljedeće aktivnosti: smještaj po privatnim apartmanima; osigurane vezove u luci Pučišća za brodice i jahte, priključke struje i vode, organizirani odvoz otpadaka; uvjete za biciklizam, jedrenje na dasci, skijanje na moru, paragliding (na Bolu), ronjenje; pošta, mjenjačnica, bankomat, ambulanta, zubna ambulanta, ljekarna; restorani i konobe, slastičarne, caffe bar i disco; marketi; Autobusna postaja je u samom centru naselja (24 km do Supetra); najbliže benzinske crpke su u Supetru (24 km), Bolu (22 km) i Sumartinu (25 km); blizina zračne luke – Aerodrom Brač (16 km). [73]

Sve Turističke zajednice na otoku imaju svoju autonomnost i samostalnost, što za razvoj turizma na cijelom otoku predstavlja i problem. Ne postoji zajednička strategija razvoja na razini otok zbog čega se raspravljalo o udruživanju zajednica kako bi se otok Brač bolje i kvalitetnije pozicionirao kao turistička destinacija. Međutim, projekt je prekinut bez uspjeha.

-

[72] Općina Sutivan (2015): Strategija razvoja turizma općine Sutivan, ., [Internet], raspoloživo na: https://www.sutivan.hr/wp-content/uploads/2017/02/STRATEGIJA-RAZVOJA-TURIZMA.mini_.pdf , [23.1.2019.]

[73] Turistička zajednica: Pučišća, [Internet], raspoloživo na: http://www.tzo-pucisca.hr/pucisca-4/?lang=hr, [23.1.2019.]

4. SMJERNICE ZA RAZVOJ KULTURNOG TURIZMA OTOKA BRAČA

4.1. Problemi razvoja kulturnog turizma

Kulturni turizam jedan je od posebnih oblika turizma koji hrvatskom gospodarstvu nudi ostvarivanje dugoročne konkurentske prednosti. Hrvatska je prepoznata kao zemlja kulturnog turizma i postoji potražnja među dosadašnjim turistima za ovim oblikom turizma.

Desetljećima se turizam u Hrvatskoj razvijao kao masovni, dok su kultura i druge privlačnosti bili u drugom planu. Najvažniji turistički proizvodi Hrvatske se temelje na "odmoru na moru i suncu" te su svi dugi selektivni oblici turizma potisnuti i nailaze na brojne probleme.

Kulturni turizam se u Hrvatskoj, pa tako i na otoku Braču susreće s brojnim probleme, a oni su:[74]

- nedovoljno razvijen sustav kulturnih statistika
- nedovoljna znanja koordinatora projekata o kulturnom menadžmentu
- centraliziranost i birokratizacija postupaka
- nepostojanje prepoznatljivog kulturnog turizma
- površno znanje lokalnog stanovništva o vlastitoj baštini
- nedovoljna ili loše organizirana promidžba
- nedovoljna suradnja između sektora kulture i turizma.

Iz navedenih problema kulturnog turizma možemo izvući daljnje smjernice za razvoj istog.

[74] Jelinčić A. D.(2008): Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia Zagreb, str. 267

4.2. Smjernice razvoja kulturnog turizma

Analizom postojećeg stanja te sagledavajući ograničenja razvoja i prednosti za daljnji razvoj turističkog proizvoda specifičnog za Splitsko-dalmatinsku županiju dolazi se do strateških smjernica o čijoj primjeni će ovisiti uspjeh željenog razvitka.

Najvažnije smjernice o kojima treba voditi računa prilikom strukturiranja strategije područja su sljedeće[75]:

- uspostava cjelovitog ustroja za djelatno upravljanje razvojem i kvalitetom turizma na razini područja srednje Dalmacije, preuređenjem uloga postojećih subjekata i institucija te eventualno uvođenjem novih
- zaštita okoliša, prostora i ambijentalnih vrijednosti turističkih destinacija i cijelog prostora županije
- stvaranje preduvjeta za razvoj i pokretanje procesa uklanjanja ključnih prepreka – slabih strana i prijetnji
- Organizirani pristup marketingu turističkog područja srednja Dalmacija, koji podrazumijeva imidž područja na temelju njezinih globalnih vrijednosti, kao marketing ključnih turističkih proizvoda s profesionalnim razvojem marketinške infrastrukture. To će se provesti cjelovitim preustrojem postojećeg sustava turističkih organizacija i ureda
- osnivanje poluge za financijsku, savjetodavnu i partnersku podršku poduzetnicima u projektima proširenja, diversificiranja i specijalizacije turističke ponude (npr. razvoja selektivnih proizvoda, razvoja seoskog turizma, razvoja lokalne poljoprivredne proizvodnje, proizvodnje suvenira, poticanja obrtništva, podrška razvoja turističke ponude i proizvoda u funkciji cjelogodišnjeg poslovanja).
- oblikovanje jedinstvene kulturne politike na županijskoj razini orijentirane prema turizmu, a s osobitim naglaskom na promidžbu dalmatinskoga životnog stila.

[75] Splitsko-dalmatinska županija (2016.): Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije, [Internet], raspoloživo na: http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/GLAVNI-PLAN-TURIZMA.pdf [5.7.2019.]

Ne postoji temeljni strateški plan razvoja kulturnog turizma na otoku Braču, već pojedini gradovi imaju izrađenu svoju Strategiju razvoja turizma. U donesenim planovima i strategijama svi gradovi se osvrću na kulturni turizam kao jedan od najdominantnijih turističkih proizvoda te ga vide kao budućega nositelja turističke ponude. Također, naglašavaju da je kulturni turizam poseban po tome što uvelike može produžiti predsezonu i posezonu i postići interes kod lokalnog stanovništva za vlastitom kulturom.

Prema Glavnom planu razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije[76] glavni prioriteti otoka Brača za razvoja turizma su fokusiranje na turističke proizvode; sunce i more, nautički turizam i određeni posebni interesi. Proizvod „sunce i more" odnosi se na razvoj tematskih plaža koje bi pridonijele privlačenju i zadržavanju turista nudeći im drugačije doživljaje. Navedeni proizvod povezan je i s oblicima aktivnoga turizma poput jedrenja na dasci i vožnje kajaka koji bi omogućili produljenje sezone s obzirom na to da se mogu odvijati i u hladnijim mjesecima.

Proizvod „nautika" usko je vezan za prethodni proizvod more, a odnosi se na regate, jedrenje, iznajmljivanje brodova, nautički čarter, itd. Nautički turizam jedan je od najvažnijih oblika turizma u Hrvatskoj, daljnjim razvojem ovoga proizvoda otoka Brač bi stvorio veću prepoznatljivost.

Treći proizvod koji spada u kategoriju glavnih prioriteta je proizvod „posebni interesi" koji upotpunjuje turističku ponudu i turistu pruža potpuno iskustvo. Na temelju toga može se podijeliti na različite podsegmente; primjerice eko i kulturni turizam; branje i učenje o gljivama, šparogama, ljekovitom i aromatičnom bilju, ture nasljeđa u mjestima poput Milne, Bola, Škripa, Dola, Postira, Povlja, Mirca, Blaca, posjet muzejima i umjetničkim galerijama (Muzej otoka Brača), gastronomski; gastronomske tura i recepti, lokalne tržnice te sportsko-rekreacijski turizam; izleti na konjima i tečajevi jahanja, ronjenje, tehnike udičarenja, penjanje na Vidovoj gori, golf-tereni i akademija na području Selca, speleologija i jame.

[76] Splitsko-dalmatinska županija (2016.): Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije, [Internet], raspoloživo na: http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/GLAVNI-PLAN-TURIZMA.pdf [5.7.2019.]

Prema strategiji razvoja grada Supetra najveća važnost turističkoga proizvoda je jedinstvenost i prepoznatljivost kako bi se stvorio identitet destinacije. Pri tom je nužno obuhvatiti život lokalnoga stanovništva, kulturnu i povijesnu baštinu te ih povezati s potrebama i zanimanjima turista. Kako bi se stvorio adekvatan turistički proizvod prema Smjernicama za razvoj turističkog proizvoda Strategije grada Supetra[77] nužno je urediti jezgru grada Supetra koja je od posebne povijesne, kulturne, ali i turističke vrijednosti. Otvaranjem difuznoga hotela u povijesnoj gradskoj jezgri i/ili u naselju Splitska omogućio bi se veći stupanj gostoljubivosti i veće uključivanje gosta u život zajednice. Bolje upoznavanje gosta s kulturnim čimbenicima omogućilo bi se i kroz razvoj sadržaja turističke ponude povezanih s kulturom života i rada u naseljima Škrip i Gornja Mirca. Nužna je izrada promotivnih materijala te označavanje i interpretacija atrakcija s područja kulturnog turizma kako bi se gostu predočila ponuda koju otok pruža. Bolja integracija kulturnoga turizma u boravak turista moguća je kroz povezivanje atrakcija kulturnog turizma u poučne staze i tematske rute. Navedene smjernice omogućile bi gradu Supetru stvaranje kvalitetnoga turističkoga proizvoda.

Strategija razvoja turizma otoka Bola naglašava da je jedan od aduta turizma Bola - Vidova gora s koje se pruža prekrasan pogled na čitavo mjesto. Ističe se da je potrebno povezati prirodne i kulturno-povijesne atrakcije kako bi se podigla razina atraktivnosti obilaska Vidove gore što bi je učinilo glavnom destinacijom ugostiteljske ponude bračkih specijaliteta, pješačenja, alpinizma i slično.„Regulacija turističkih tijekova kroz definirane staze za kretanje posjetitelja značajnim krajobrazom Vidove gore trebala bi biti prvi korak u promišljanju uvođenja nekih od selektivnih oblika turizma (primjerice kulturno-arheološkoga, sportskoga i avanturističkoga turizma) na tom području.“[78]

Donesena su tri strateška cilja turističkog razvoja otoka Bola; kvaliteta, održivi razvoj te destinacijski menadžment i partnerstvo. Kvaliteta se želi realizirati kroz ponudu novih i potpunijih turističkih proizvoda, produženje sezone i povećanje prosječne potrošnje po gostu. S obzirom na to da je Bol jedna od najpopularnijih destinacija u Hrvatskoj događa se problem prenapučenosti tijekom glavne sezone. Visok broj turista rezultira potencijalnom opasnosti za nekontroliranu devastaciju kulturno-povijesne baštine općine Bol stoga je jedan od ciljeva smanjenje masovnoga turizma, opterećenosti plaža i nekvalitetnih privatnih smještajnih kapaciteta.

[77] Institut za turizam (2014): Strategija razvoja turizma grada Supetra za razdoblje od 2016. do 2020. godine, [Internet], raspoloživo na: https://gradsupetar.hr/images/docs/Strategija%20razvoja%20turizma%20grada%20Supetra.pdf [23.1.2019.]
[78] Općina Bol (2015): Strategija turističkog razvoja općine Bol za razdoblje 2016. – 2021., [Internet], raspoloživo na: https://www.opcinabol.hr/pdf/tur-raz.pdf , [23.1.2019.]

5. ZAKLJUČAK

Kulturni turizam posjeduje izvanredan turistički potencijal te ovaj oblik selektivnog turizma bilježi dobre rezultate proteklih nekoliko godina u Hrvatskoj. Na temelju donesenih strateških dokumenata daljnji razvoj ovog oblika turizma trebao bi biti prioritet hrvatskoga turizma.

Za razvoj kulturnog turizma je nužno stvoriti pozitivno okruženje koje će poticati stvaranje kulturnih turističkih proizvoda. Kulturni resursi u Hrvatskoj imaju potencijala obogatiti kvalitetu hrvatske turističke ponude. Uključivanjem kulturnih resursa u ponudu može se očekivati veći broj posjetitelja što dovodi do većih prihoda. Razvoj kulturnoga oblika turizma svakako zahtjeva aktivnu suradnju organizacija i vlasti na lokalnoj i regionalnoj razini.

Mogućnosti razvoja kulturnog turizma otoka Brača se ogledaju u povijesnoj mješavini kulture i bogatog graditeljskog naslijeđa. Tijekom ljetne sezone Brač ima bogat kulturni život koji se ogleda u izložbama, književnim večerima, festivalima, festama, itd. Međutim postoji veliki prostor za napredak i iskorištavanje svih kulturnih resursa koje Brač posjeduje.

Turistički razvoj otoka Brača trebao bi biti usmjeren prema održivom razvoju turizma koji uključuje lokalnu zajednicu, ali i poštuje kulturu, povijest i prirodu samog otoka. Otok Brač jedinstven je po tome što posjeduje veliki broj kulturno-povijesnih resursa, no to ne jamči povećanje potražnje za destinacijom.

Na otoku je potrebna krovna organizacija koja bi uskladila sve turističke dionike, kreirala kvalitetnu i prepoznatljivu kulturnu ponudu. Potrebno je ponajprije efikasnije ulagati u turističku promidžbu, podići kvalitetu organiziranih manifestacija i uključiti lokalnu zajednicu u turističko-kulturne procese. Gradovi poput Supetra, Bola i Sutivana su prepoznali snagu kulturnog turizma te su ga svrstali u razvojne Strategije kao jednog od najprosperitetnijih oblika selektivnog turizma.

Brač posjeduje sve uvjete za ponuditi turistima više od samo „sunca i mora“, no potrebna je kreativnost turističkih dionika kako bi se razvio kvalitetan i prepoznatljiv kulturno-turistički proizvod.

LITERATURA

Knjiga:

1. Blažević, B.(2007): Turizam u gospodarskom sustavu, Fakultet za hotelski i turistički menadžment Opatija, Opatija.
2. Čavlek N. (1998): Turoperatori i svjetski turizam, Golden Marketing Zagreb
3. Geić S. (2008): Organizacija i politika turizma,2008. godina., Sveučilište u Splitu.
4. Jelinčić, D. A.(2010): Kultura, turizam, interkulturalizam. Institut za međunarodne odnose. Meandarmedia, Zagreb
5. Jeliničić A. D.(2008): Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia Zagreb,
6. Karlić B, Vučetić M.(2014): Brač- vodič otokom, Morski vodiči d.o.o., Makarska
7. Karlić B, Vučetić M., Brač- vodič otokom, Morski vodiči d.o.o., Makarska 2014.
8. Middleton, V.T.C., Clarke J. (2002): Marketing in Travel and Tourism, Butterworth Heinemann, Oxford
9. Middleton, V.T.C., Clarke J. (2002): Marketing in Travel and Tourism, Butterworth Heinemann, Oxford
10. Munsters W., Freund de Klumbis D. (2005): Culture as a Component of the Hospitality Product. U: Sigala M., Leslie, D.: International Cultural Tourism: Management, Implications and Cases. Oxford
11. Munsters W., Freund de Klumbis D.(2005): Culture as a Component of the Hospitality Product. U: Sigala M., Leslie, D.: International Cultural Tourism: Management, Implications and Cases. Oxford.
12. Nenad, I., Miroslav, D. (2000): Upravljanje financijskim resursima, Oskar Zagreb
13. Petrić L.(2003): Osnove turizma, Ekonomski fakultetu Split.
14. Richards, G. (1999): 17. European Cultural Tourism: Patternsand Prospects. U: Planning Cultural Tourismin Europe; Dodd, D. i Van Hemel, A., ur.; Amsterdam, Boekman Foundation/Ministry of Education, Cultureand Science
15. Swarbrooke, J., Horner, S.(2003): Consumer Behaviour in Tourism, ButterworthHeinemann, Oxford
16. Tomljenović, R., (2006), Kulturni turizam. U: Čorak, S. i Mikačić, V. Hrvatski turizam - plavo, bijelo, zeleno. Zagreb, Institut za turizam.
17. Vladimir, A. (1994): Rječnik hrvatskoga jezika, Drugo dopunjeno izdanje, Novi Liber, Zagreb

18. Vukonić, B.(2008): Povijesni gradovi i njihova turistička razvojna opcija. Acta Turistica Nova. 2
19.OECD (2009), OECD The Impact of Culture on Tourism, 2009., str. 21-22. [Internet], raspoloživo na: http://www.liaa.gov.lv/files/liaa/attachments/turisms/petijumi/OECD_Tourism_Culture.pdf [20.08.2018]
20. OECD (2018): OECD Tourism Trends and Policies 2018, OECD Publishing Paris, str. 21[Internet], raspoloživo na: http://dx.doi.org/10.1787/tour-2018-en [20.08.2018]

Izvor s interneta:

1. Bartulović, D. (2018): Razvoj turizma u gradu Supetru, [Internet], raspoloživo na:https://repozitorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst:2322/preview, Str. 21. [21.1.2019.]
2. Bol-otvoren festival kulture „Imena“, Slobodna Dalmacija. [Internet], raspoloživo na: https://www.slobodnadalmacija.hr/scena/kultura/clanak/id/136584/bol-otvoren-festival-kulture-imena-fotogalerija (24.08.2018)
3. Brač Film Festival, Hrvatski audiovizualni centar, [Internet], raspoloživo na: https://www.havc.hr/hrvatski-film/festivali-u-hrvatskoj/popis-festivala/brac-film-festival [25.08.2018]
4. Brač, Wikipedia, The Free Encyclopedia. [Internet], raspoloživo na: https://hr.wikipedia.org/wiki/Bra%C4%8D (04.09.2018)
5. Bračka katedrala, Best of Brač. [Internet], raspoloživo na: https://bestofbrac.com/hr/brac-kultura/bracka-katedrala/ [21.1.2019.]
6. Brački raj za djecu: Mali park kraj Sutivana nudi obilje prirode zabave i neodoljivih životinja, Slobodna Dalmacija. [Internet], raspoloživo na: http://goo.gl/7MXYJA [21.1.2019.]
7. Croatia Rediviva, Općina Selca. [Internet], raspoloživo na: http://www.selca.hr/croatia-rediviva.php#.Wv0w7YiFPIU [24.08.2018]
8. Croatian Hot Spot, Masline otoka Brača. [Internet], raspoloživo na: http://hotspots.net.hr/2015/11/masline-otoka-braca/ [24.08.2018]
9. Državni zavod za statistiku (2018): Turizam u 2017. [Internet], raspoloživo na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/SI-1616.pdf, [21.1.2019.]

10. Festival čakavske riči, Best of Brač, [Internet], raspoloživo na https://bestofbrac.com/hr/brac-dogadjanja/festival-cakavske-rici [25.08.2018]
11. Galerija umjetnina „Branislav Dešković“, Hrvatski muzeji i zbirke online, [Internet], raspoloživo na: http://hvm.mdc.hr/galerija-umjetnina-branislav-deskovic,525:BOL/hr/info/ [21.1.2019.]
12. Gastronomija, Brač info, [Internet], raspoloživo na: http://www.bracinfo.com/hr/gastronomija.htm [25.08.2018]
13. Gastronomija, Brač info. [Internet], raspoloživo na: http://www.bracinfo.com/hr/gastronomija.htm (25.08.2018)
14. Institut za turizam (2018): Studija prihvatnih kapaciteta turizma na području Splitsko-dalmatinske županije, [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/priopcenja/studija-prihvatnih-kapaciteta-na-podrucju-splitsko-dalmatinske-zupanije/download/studija-prihvatnih-kapaciteta-146, [22.1.2019]
15. Kolač koji ostvaruje vaše želje, Best of Brač, [Internet], raspoloživo na: https://bestofbrac.com/hr/brac-kultura/kolac-koji-ostvaruje-vase-zelje/ [21.1.2019.]
16. Kopačina, Otok Brač info, [Internet], raspoloživo na: http://www.otok-brac.info/lokacije2/kopacina.htm [21.1.2019.]
17. Kultura otoka Brača, Blue Sun Hotels. [Internet], raspoloživo na https://www.bluesunhotels.com/otok-brac-kultura.aspx [25.08.2018]
18. More i krš, Spomenik prirode [Internet], raspoloživo na: http://www.dalmatian-nature.hr/spomenik-prirode/bor-nerezisca [21.1.2019.]
19. Muzej otoka Brača, Hrvatski muzeji i zbirke online. [Internet], raspoloživo na: http://hvm.mdc.hr/muzej-otoka-braca,510:%C5%A0KR/hr/info/ [21.1.2019.]
20. Muzej uja Škrip. [Internet], raspoloživo na: http://www.muzejuja.com/hrvatski.html [21.1.2019.]
21. Plaža Zlatni rat, Otok Brač, [Internet], raspoloživo na: http://www.otok-brac.hr/destinations/bol/zlatni-rat [21.1.2019.]
22. Plaža Zlatni rat, Otok Brač. Dostupno na: http://www.otok-brac.hr/destinations/bol/zlatni-rat (23.08.2018)
23. Povaljska listina, Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje [Internet], raspoloživo na: http://ihjj.hr/iz-povijesti/povaljska-listina/6/ [24.08.2018]
24. Pustinja Blaca, Best of Brač [Internet], raspoloživo na: https://bestofbrac.com/hr/brac-kultura/blaca-desert/ [21.1.2019.]

25. Sumartin, Turistička zajednica splitsko-dalmatinske županije, [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/kultura-i-zanimljivosti/sumartin-franjevacki-samostan [21.1.2019.]
26. Turistička zajednica Milna, Znamenitosti. [Internet], raspoloživo na: http://www.tz-milna.hr/hr/znamenitosti/ [21.1.2019.]
27. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2018): Statistička analiza turističkog prometa 2017, s [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/statistike/statisticka-analiza-turistickog-prometa-u-2017-godini, [21.1.2019.]
28. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Supetar. [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/kultura-i-zanimljivosti/supetar-crkva-navjestenja-marijina [21.1.2019.]
29. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Sutivan. [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/kultura-i-zanimljivosti/sutivan-utvrdena-palaca [21.1.2019.]
30. Turistička zajednica: Pučišća, [Internet], raspoloživo na: http://www.tzo-pucisca.hr/pucisca-4/?lang=hr, [23.1.2019.]
31. Wikipedia (2018): Brač, The Free Encyclopedia. [Internet], raspoloživo na: https://hr.wikipedia.org/wiki/Bra%C4%8D [04.09.2018]
32. Zmajeva špilja, Otok Brač, [Internet], raspoloživo na: http://www.otok-brac.info/lokacije2/zmajeva_spilja.htm [21.1.2019.]

Ostala literatura: Strategije i ostali dokumenti

1. Institut za turizam (2014): Strategija razvoja turizma grada Supetra za razdoblje od 2016. do 2020. godine, [Internet], raspoloživo na: https://gradsupetar.hr/images/docs/Strategija%20razvoja%20turizma%20grada%20Supetra.pdf [23.1.2019.]
2. Ministarstvo kulture (2003): UNESCO-ova Konvencija za zaštitu nematerijalne kulturne baštine, [Internet], raspoloživo na:https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=3640 [22.08.2018]
3. Ministarstvo kulture (2003.): Europska mreža o Baštini (Herein), [Internet], raspoloživo na: https://www.min-kulture.hr/UserDocsImages/dokumenti/bastina/indok/suradnja/HEREIN.pdf [5.7.2019.]

4. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske (2010): Strategija zaštite, očuvanja i održivog gospodarskog korištenja kulturne baštine Republike Hrvatske za razdoblje 2011.–2015., [Internet], raspoloživo na: https://www.min-kulture.hr/userdocsimages/bastina/STRATEGIJA_BASTINE_VRH.pdf
5. Općina Bol (2015): Strategija turističkog razvoja općine Bol za razdoblje 2016. – 2021., [Internet], raspoloživo na: https://www.opcinabol.hr/pdf/tur-raz.pdf , [23.1.2019.]
6. Općina Postira (2013): Razvojna strategija općine Postira od 2014. do 2020., [Internet], raspoloživo na: http://www.opcina-postira.hr/images/RAZVOJNA_STRATEGIJA_OP%C4%86INE_POSTIRA.pdf, [23.1.2019.]
7. Općina Selce (2014): Strateški razvojni program Općine Selca za razdoblje 2015. – 2020., [Internet], raspoloživo na: http://selca.hr/pdf/opcinski-nacelnik/Strategija%20razvoja%20Opcine%20Selca%20-%202015%20-2020.pdf , [23.1.2019.]
8. Turistička zajednica Bol (2015): Strategija turističkog razvoja općine Bol za razdoblje 2016.-2021., [Internet], raspoloživo na: https://www.opcinabol.hr/pdf/tur-raz.pdf [05.09.2018]
9. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2017): Analiza turističke sezone 2016. godine na području Splitsko-dalmatinske županije i Osnovne smjernice za pripremu turističke sezone 2017. godine, [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/images/priopcenja/Analiza_sezone_2016._godine.pdf [05.09.2018]
10. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije (2018): Analiza turističke sezone 2017. godine na području Splitsko-dalmatinske županije i Osnovne smjernice za pripremu turističke sezone 2018. godinu, [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr [05.09.2018]
11. Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Sutivan. [Internet], raspoloživo na: https://www.dalmatia.hr/hr/kultura-i-zanimljivosti/sutivan-utvrdena-palaca [21.1.2019.]
12. Turistička zajednica Sutivan (2015): Strategija razvoja turizma Općine Sutivan za razdoblje 2016.-2020., [Internet], raspoloživo na: http://www.sutivan.hr/wp-content/uploads/2017/02/STRATEGIJA-RAZVOJA-TURIZMA.mini_.pdf, [05.09.2018.]

POPIS TABLICA:

Tablica 1. Prikaz hotelskog i aparthotelskog smještaja u Bolu 12
Tablica 2. Dolasci turista na Brač u 2017. godini 15
Tablica 3. Noćenja turista na otoku Braču u 2017. godini 16

POPIS SLIKA:

Slika 1: Udio dolazaka turista u destinacije TZ Splitsko-dalmatinske županije 2017. god. 14
Slika 3: Udio noćenja u destinacije TZ Splitsko-dalmatinske županije 2017. god. 15

SAŽETAK:

Primarni cilj ovoga završnog rada je ukazati na adekvatnu valorizaciju i zaštitu kulturnih resursa te utvrditi mogućnosti profiliranja prepoznatljivih proizvoda kulturnog turizma na otoku Braču uz pravilnu koordinaciju svih turističkih dionika.

Otok Brač posjeduje brojne prirodne, materijalne i nematerijalne kulturne resurse. Kroz analizu stanja i resursa u ovom radu, utvrđen je potencijal za razvoj kulturnoga turizma te je naglašena veza između turizma i kulture, odnosno važnost poticanja sinergije između dvije djelatnosti zbog obogaćenja turističke destinacije. Otok Brač prepoznat je kao destinacija kulture od strane turista, no potrebna je krovna turistička organizacija koja bi promovirala otok kao cjelovitu kulturnu destinaciju.

Ključne riječi: kulturni turizam, Brač, kulturna destinacija