

**STRATEGIJA
RAZVOJA TURIZMA
OPĆINE SELCA**

2018 – 2023



IZVOĐAČ

BEST OF BRAČ d.o.o.

Vlačica 11

21 400 Supetar

info@bestofbrac.com

Dijana Ščepanović

Dijana Šabić

Tea Marinković Antonijević

Kolovoz, 2018.

SADRŽAJ

1) UVOD	6
1.1. Ciljevi strategije	6
1.2. Metode izrade strategije	7
1.3. Usklađenost sa strateškim dokumentima	7
1.3.1. <i>Strateški razvojni program općine Selca za razdoblje 2015 – 2020</i>	8
1.3.2. <i>Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine</i>	9
1.3.3. <i>Strategija regionalnog razvoja Republike Hrvatske</i>	10
1.3.4. <i>Strategija razvoja ljudskih potencijala Splitsko-dalmatinske županije 2014.-2020</i>	11
2) VANJSKA ANALIZA	12
2.1. Analiza prostornih, geografskih, klimatskih i demografskih obilježja	12
2.1.1. <i>Opće informacije o općini Selca</i>	12
2.1.2. <i>Klimatska obilježja</i>	17
2.1.3. <i>Demografska obilježja</i>	17
2.2. Analiza obilježja turističke potražnje i ponude	20
3) UNUTARNJA ANALIZA	25
3.1. SWOT analiza	25
3.1.1. <i>Kapaciteti sustava Općine</i>	25
3.1.2. <i>Resursi i infrastruktura</i>	26
3.1.3. <i>Društvene djelatnosti</i>	28
3.1.4. <i>Gospodarstvo</i>	29
3.2. Evaluacija resursa i atrakcija	32

3.2.1. Materijalna kulturna baština	32
3.2.2. Nematerijalna kulturna baština	37
3.3. Dionici turističkog razvoja Općine Selca	39
3.4. Anketno istraživanje	42
4) DEFINIRANJE VIZIJE DESTINACIJE	52
4.1. Vizija i misija turističkog razvoja destinacije	52
4.2. Strateški ciljevi turističkog razvoja	53
5) MARKETINŠKA STRATEGIJA	55
5.1. Ciljani tržišni segmenti	55
5.2. Proizvodni portfelj	58
6) AKCIJSKI PLAN RAZVOJA TURIZMA	64
6.1. Sažetak projekta i područja aktivnosti	64
6.2. Opis predloženih aktivnosti	69
6.3. Vremenski plan provedbe aktivnosti	84
6.4. Mjerenje napretka	86
7) ZAKLJUČAK	88
8) POPIS PRILOGA	89
8.1. Popis grafikona	89
8.2. Popis tablica	89
9) LITERATURA	91
9.1. Popis knjiga i članaka	91
9.2. Online izvori	92

sêlca [®] BRAČ

*sumàrtîn
pôvlja
nôvo selò
nad selà*

—
kè belèca! **POETIC BEAUTY**

sumàrtîn [®] BRAČ

*sêlca
pôvlja
nôvo selò
nad selà*

pôvlja [®] BRAČ

*sêlca
sumàrtîn
nôvo selò
nad selà*

nôvo selò [®] BRAČ

*sêlca
sumàrtîn
pôvlja
nad selà*

nad selà [®] BRAČ

*sêlca
sumàrtîn
pôvlja
nôvo selò*

1 UVOD

Strateško promišljanje turističkog razvoja nije više iznimka, već obveza svake ozbiljnije jedinice lokalne samouprave, a koja, potvrđuju brojni primjeri iz Hrvatske, ali i neposredne blizine, donosi brojne pozitivne promjene turističkim, a posebno otočnim destinacijama. Preuzimanje kontrole nad masovnim, neplanskim razvojem turizma i njegovim usmjeravanjem u smjeru koji donosi korist i lokalnoj zajednici i samim posjetiteljima, uvijek rezultira obostranim zadovoljstvom, unapređenjem turističke ponude, očuvanjem lokalnog identiteta i cjelokupnim napretkom destinacije.

6 No, nijedan smisleni razvoj destinacije ne događa se spontano, već je plod promišljenog planiranja održivog razvoja te implementacije strategije koja prije svega služi kao alat za usmjeravanje aktivnosti cilj kojih je postizanje i jačanje poželjne pozicije na tržištu. Održivi turizam pa tako i održivi razvoj „znači i gospodarski i društveni rast usklađen s ekosustavima u kojima djeluje, pa je kao takav i dugoročno održiv” (Črnjar, 2002). upravo zato, pristupilo se izradi ovog dokumenta, kako bi se sagledale mogućnosti razvoja specijaliziranih turističkih sadržaja, evaluirali postojeći resursi i predložile aktivnosti kojima će općina Selca zauzeti konkurentnu poziciju na već prenapučenom turističkom tržištu, koje unatoč velikoj i raznolikoj ponudi, svake godine eksponencijalno raste.

1.1. Ciljevi strategije

Cilj ovog dokumenta jest prezentirati potencijalni smjer razvoja turizma općine Selca, definiran na temelju rezultata poduzetih analiza kako vanjskog tako i unutrašnjeg okruženja destinacije, uzimajući u obzir potrebe, želje i mogućnosti lokalne zajednice,

njene specifičnosti, ograničenja i resurse, a u kontekstu suvremenih turističkih trendova, kao i analize neposredne konkurencije.

Praktični ciljevi strategije turističkog razvoja općine Selca jest definirati popis i opis predloženih aktivnosti koje turistički dionici općine Selca na čelu s Turističkom zajednicom Općine Selca moraju provesti kako bi unaprijedili vlastitu poziciju na turističkom tržištu, unaprijedili turističku ponudu te ostvarili veće prihode od turizma.

1.2. Metode izrade strategije

7 Proces izrade strategije turističkog razvoja uključivao je višemjesečne analize različitih pokazatelja i aspekata razvoja turizma, ali i cjelokupne općine Selca. Provedeno je i jedno anketno istraživanje u kojem je sudjelovalo ukupno 85 ispitanika s područja općine Selca i svih pripadajućih naselja. Anketa je bila dostupna u online i offline izdanju. Održane su i dvije fokus grupe s turističkim dionicima, kao i drugim interesnim skupinama s područja općine Selca. Podatci prikupljeni na ove načine kontekstualizirani su analizom sekundarnih izvora – brojnim turističkim istraživanjima, strateškim dokumentima, pravilnicima i zakonima.

Od sekundarnih izvora podataka najvažnije su baze podataka i informacije koje objavljuje Svjetska turistička organizacija (UNWTO), potom Europska komisija u sklopu Statističkog ureda (Eurostat) te izvori specifično orijentirani na Hrvatsku, kao što su Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.-e godine te izvješća relevantnih ministarstava i institucija (Državni zavod za statistiku, Hrvatska narodna banka, Financijska agencija, Ministarstvo financija, Ministarstvo turizma, Institut za turizam, Hrvatska turistička zajednica, Hrvatska gospodarska komora i dr.).

1.3. Usklađenost sa strateškim dokumentima

Prilikom izrade ovog dokumenta, konzultirane su brojne studije i strateški dokumenti, kako na lokalnoj razini (Strateški razvojni program općine Selca za razdoblje 2015 – 2020), regionalnoj (Strategija razvoja ljudskih potencijala Splitsko-dalmatinske županije

2014.-2020), nacionalnoj (Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine) i međunarodnoj (Strategija Europa 2020) i drugi.

1.3.1. *Strateški razvojni program općine Selca za razdoblje 2015 – 2020*

Ovaj strateški dokument indirektno doprinosi ostvarenju dva strateška cilja navedena u strateškom razvojnem programu općine Selca za razdoblje 2015 – 2020, a to su, kako slijedi:

8

STRATEŠKI CILJ	PRIORITET
CILJ 2: Razvoj održivog i konkurentnog gospodarskog okruženja	PRIORITET 2.1. Izgradnja i razvoj poduzetničke infrastrukture i poticajnog poduzetničkog okruženja
	PRIORITET 2.2. Daljnji razvoj postojećih te razvoj potencijalnih selektivnih oblika turizma na načelima održivosti uz snažnu promociju
	PRIORITET 2.3. Razvoj i promocija poljoprivrednih aktivnosti i ribarstva temeljenih na novim tehnologijama i inovacijama
	PRIORITET 2.4. Povećanje konkurentnosti poduzetništva i obrtništva
CILJ 4: Održivo upravljanje kulturnom i prirodnom baštinom	PRIORITET 4.1 Revitalizacija, valorizacija i promidžba prirodne baštine
	PRIORITET 4.2. Revitalizacija, valorizacija i promidžba materijalne i nematerijalne kulturne baštine

Indirektno, strategija razvoja turizma doprinosi i ostvarenju ostala dva cilja krovne strategije – CILJ 1: Održivi razvoj komunalne i javne infrastrukture te CILJ 3: Jačanje ljudskih potencijala uz povećanje socijalne kohezije te općeg društvenog standarda.

1.3.2. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine

Krovna turistička strategija ključni je dokument na temelju kojeg se izrađuju sve lokalne turističke strategije, prilagođavajući prioritete i mjere lokalnim prilikama i posebnostima. U nastavku donosimo pregled strateških ciljeva krovne turističke strategije s pripadajućim opisom te kratkim pojašnjenjem načina na koji strategija razvoja općine Selca doprinosi ostvarenju navedenih ciljeva.

STRATEŠKI CILJ	OPIS I DOPRINOS
Poboljšavanje strukture i kvalitete smještaja	<p>Kontinuirano povećanje udjela hotela te podizanje kvalitete smještaja u kampovima i kućanstvima uz opadanje njihovih udjela u ukupnom smještajnom kapacitetu.</p> <p><i>Poticanjem otvaranja difuznog hotela u općini Selca kao i rješavanjem pitanja postojećih hotela van funkcije, direktno se radi na ostvarenju ovog cilja. Jednako tako, redovitom edukacijom privatnih iznajmljivača radi se na povećanju kvalitete smještajnih kapaciteta na području općine.</i></p>
Novo zapošljavanje	<p>Otvaranje od 20 do 22 tisuće novih radnih mjesta u turizmu te oko 10 tisuća radnih mjesta u neturističkim djelatnostima, ali induciranih turističkom aktivnošću</p> <p><i>Preporučenim aktivnostima navedenim u akcijskom planu u poglavlju 6. ovog radi se na jačanju poduzetničke aktivnosti čime se direktno povećava broj zaposlenih u turizmu, kao i u s turizmom povezanim djelatnostima (npr. poljoprivreda, ribarstvo i slično). Jednako tako, druge preporučene aktivnosti direktno će podrazumijevati otvaranje novih radnih mjesta, posebice u kontekstu projekta „Selca – kulturno srce Brača“.</i></p>

Investicije

Realizacija novih investicija u iznosu od oko 7 milijardi eura;

Rješavanjem imovinsko pravnih odnosa i olakšavanjem uvjeta za investiranje, općina Selca postat će primamljiva destinacija za domaća i strana ulaganja čime će direktno doprinijeti ostvarenju ovog strateškog cilja.

Povećanje turističke potrošnje

Ostvarivanje 14,3 milijardi eura ukupne godišnje turističke potrošnje, od čega će 12,5 milijardi eura otpadati na inozemnu, a 1,8 milijardi na domaću potrošnju. Ostvarivanje te razine turističke aktivnosti, uz povećano korištenje turizma za plasman domaćih proizvoda i usluga, gotovo će udvostručiti izravan utjecaj turizma na bruto dodanu vrijednost Hrvatske dostignut u 2011. godini.

Diversifikacija turističke ponude, razvoj specijalnih oblika turizma na području općine Selca nesumnjivo će potaknuti turističku potrošnju, proširenje turističke sezone i povećanje broja noćenja i dolazaka, kao i razvoj lokalnog gospodarstva, poljoprivrede i ribarstva.

1.3.3. Strategija regionalnog razvoja Republike Hrvatske

Strategija turističkog razvoja općine Selca doprinosi i ostvarenju Strategije regionalnog razvoja Republike Hrvatske kroz prioritete i mjere za Jadransku Hrvatsku, primarno kroz prioritet: Održivo gospodarenje prirodnim i kulturnim vrijednostima u svrhu jačanja konkurentnosti regije.

PRIORITET**MJERE****Održivo**

Mjera 1. Razvoj selektivnih oblika turizma, diversifikacija

gospodarenje prirodnim i kulturnim vrijednostima u svrhu jačanja konkurentnosti regije	<p>usluga i proširenje turističke ponude te poboljšanje kvalitete postojećih i izgradnja novih smještajnih kapaciteta i pratećih sadržaja</p> <p>Mjera 2. Održivi razvoj zaštićenih područja</p> <p>Mjera 4. Valorizacija i revitalizacija kulturne i prirodne baštine</p>
---	--

1.3.4. Strategija razvoja ljudskih potencijala Splitsko-dalmatinske županije 2014.-2020

Strategija turističkog razvoja općine Selca doprinosi i ostvarenju Strategije regionalnog razvoja Republike Hrvatske kroz prioritete i mjere za Jadransku Hrvatsku, primarno kroz prioritet: Održivo gospodarenje prirodnim i kulturnim vrijednostima u svrhu jačanja konkurentnosti regije.

11

PRIORITET	MJERE
postizanje poticajnog okruženja za razvoj poduzetništva i inovacija s potencijalom otvaranja kvalitetnih radnih mjesta, s visokom razinom društvene i okolišne održivosti	MJERA 2.1 podrška, promicanje i poticanje razvoja poduzetništva, a posebice svih oblika malog i srednje velikog poduzetništva s potencijalom otvaranja radnih mjesta u svim, a posebice manje razvijenim područjima Županije
njegovanje, promicanje, razvoj i podrška inicijativa te prakticiranje načela i dobre prakse jednakih mogućnosti, prilika i društvene i ekonomske uključenosti svih skupina građana	MJERA 3.1 potpore i poticanja zapošljavanja mladih, žena, osoba s invaliditetom, starijih i dugotrajno nezaposlenih, manjina i ostalih osoba u nepovoljnom položaju

2 VANJSKA ANALIZA

Vanjska analiza predstavlja temeljni input za kasniji rad na projektu, a obuhvaća geografske, prostorne i prometne značajke prostora. Nadalje, analizira se trenutna turistička ponuda i potražnja u općini Selca te se također provodi detaljna analiza turističke resursne osnove. Također se daje pregled glavnih kvalitativnih i kvantitativnih trendova na međunarodnom turističkom tržištu koje je potrebno uzeti u obzir prilikom definiranja koncepta budućeg turističkog razvoja općine Selca.

12 2.1. Analiza prostornih, geografskih, klimatskih i demografskih obilježja

2.1.1. Opće informacije o općini Selca

Na istočnom dijelu otoka Brača, na površini od ukupno 52km², nalazi se općina Selca, koja se sastoji od sljedećih naselja: Selca, Novo Selo, Puntinak, Selački zaseoci, Povlja, Sumartin. Prema posljednjem popisu stanovništva, iz 2011. godine, općina Selca broji ukupno 1860 stanovnika.





SELCA

Selca su najistočnija bračka općina, sredina s puno neobičnih inovativnosti i šarma, a životno vezana uz kamen i kamenarski obrt. Gotovo sve kuće u Selcima su izrađene u potpunosti u kamenu¹.

Dokument *Povaljska listina* 1184. godine spominje malo pastirsko naselje od kojeg je danas izraslo naselje Selca, inače općinski centar, a koje je tada pripadalo župi Gornjeg Humca. Od dvanaestog do petnaestog stoljeća, Selca izrastaju u simbol kamenoklesarstva, što se očituje prije svega u tradicijskom graditeljstvu i krajoliku, a i danas u gotovo sve kuće izgrađene upravo od bračkog kamena s područja općine Selca. Tadašnji stanovnici općine bili su uglavnom stanovnici starih napuštenih naselja Podgračišća, Graca, Dubravica, Mosušja i Podsmrčevika, ali još više „prebjezi“ s kopna koji su bježali pred Turcima iz Dalmatinske zagore te Bosne i Hercegovine, pa su unosili štokavski govor u bračku čakavštinu. Broj stanovnika kontinuirano raste kroz stoljeća, s njim širi se i postojeće naselje te proširuju ili grade novi sakralni objekti i društvena infrastruktura. 1747. godine

¹ www.selca.hr

Selca postaju zasebna kapelanija ovisna o Gornjem Humcu, dok samostalnom župom postaju 1815. godine. Tijekom istog stoljeća, Selca postaju gospodarsko središte istočne strane otoka Brača.

Drugi svjetski rat donio je veliki pad broja stanovnika općini Selca, na koje je najviše utjecalo značajno razaranje naselja i teško stradavanje 1943. godine. Od tada, općina Selca bilježi stagnaciju broja stanovnika, a u novije doba, kao uostalom i brojna druga otočna odredišta, negativan prirodni prirast i depopulaciju.

Naseljem Selca dominiraju monumentalna neoromanička župna crkva Krista Kralja te svojevrsna galerija na otvorenom poprsja i kipova domoljuba i uglednika koji su na poseban način obilježili vrijeme u kojem su živjeli: spomenik Tolstoju u istoimenom parku, spomenik hrvatskom političaru S. Radiću, Papi Ivanu Pavlu II, te niz drugih. U župnoj crkvi je skulptura srca Isusovog, Ivana Meštrovića. U selačkom je okolišu nekoliko iznimno vrijednih starih crkvice iz predromaničkog vremena (Sv. Nikola, Sv. Toma, Sv. Nedilja, Sv. Kuzma i Damjan).

U blizini Selaca «selački zaseoci» Smrčevik, Osritke, Nakal, Nagorinac, Nadsela i Zagvozd čine skupinu «živućih» minijaturnih pastirskih naselja otoka Brača, u kojima i danas živi nekoliko obitelji.

SUMARTIN

Sumartin je najistočnije i najmlađe mjesto na otoku Braču. Ribarsko mjesto bez prevelikih ljetnih gužvi, trajektom povezano s gradom Makarskom na kopnu².

² Ibid.

Na istočnom rtu otoka Brača, nalazi se Sumartin, mjesto s istaknutom ribarskom i brodogradilišnom tradicijom. Trajektnom linijom je povezan s Makarskom, a nastao je u sedamnaestom stoljeću naseljavanjem stanovništva s kopna, u bijegu pred Turcima. U Sumartinu se nalazi franjevački samostan kojeg je utemeljio fra Andrija Kačić Miošić, slavni gvardijan, pjesnik i ljetopisac iz 18. st. U sklopu muzeja se nalaze vrijedna platna venecijanskog baroka, rukom rađeni tlocrt samostana fra A. Dorotića iz 1745., te kovinski crkveni predmeti. Važno je istaknuti i sumartinskog iseljenika Marija Puratića koji je revolucionirao ribolov izumom ribolovne opreme koja je promijenila način lova plivaričarskim mrežama diljem svijeta.

Povlja su skladno položena u prvoj, najistočnijoj uvali, koja je dio velikog zatona s desetak većih i manjih uvala³.

U blizini istočne punte otoka Brača, u dubokoj i zaštićenoj uvali, nalaze se Povlja, jedno od najmanjih naselja na Braču. Za razliku od Sumartina, Povlja su mjesto dominantno ruralnog tipa, što se vidi iz postojeće infrastrukture, arhitekture i krajolika. Tamo je osnovana i prva dalmatinska uljarska zadruga, prije gotovo 120 godina, a čija je nasljednica i danas jedna od uspješnijih poljoprivrednih zadruga na području Dalmacije. U Powljima se nalazi i najveća starokršćanska bazilika iz 5-6 st. na Braču. „Povaljski prag“ je jedan od najstarijih i najznačajnijih epigrafskih spomenike na hrvatskom jeziku ćirilicom. „Povaljska listina“ je najstarija sačuvana listina pisana hrvatskim jezikom ćiriličnim pismom, a potječe iz prosinca 1250. godine. Danas

³ Ibid.

NOVO SELO

se nalazi u župnom uredu u Pučišćima na Braču, kamo su je odnijeli s arhivom povaljskog samostana, povaljski redovnici u 19. stoljeću.

Malo bračko naselje smješteno između Selaca i Povalja, na predjelu gdje se otvara svečani pogled na najistočniji dio Bračkoga kanala i planinski masiv Biokovo⁴.

Između Selaca i Povalja nalazi se Novo Selo, čiji se stanovnici pretežno bave stočarstvom i poljoprivredom. I ovdje se očituju znakovi velike kamenarske tradicije općine Selca, u brojnim kamenim skulpturama samoukog kipara Franje Antonijevića, a i različiti spektar drugih tradicijskih zanata i obrta, kao što su prešanje ulja, prerada ljekovitog bilja i obrada kamena. U blizini Novog Sela može se vidjeti i prapovijesna gradina Gradišće, podno kojih su postojale neistražene antičke bunje.

SELAČKI ZASEOCI

Ruralna cjelina Selački zaseoci - Nagorinac, Nakal, Osridtke, Podsmrčevik i Nadsela Pet selačkih zaselaka smješteno je u unutrašnjosti otoka, sjeverozapadno od Selaca i danas su uglavnom napušteni jer su se njihovi žitelji nastanili u obližnjim naseljima - Novom Selu, Poveljima, a najviše ih je, naravno, u Selcima kojima su oduvijek gravitirali⁵.

Selački zaseoci izvorno su služili kao sekundarna ruralna naselja gdje su građene stočarske nastambe za privremeni boravak. I danas su zadržane izvorne tradicijske konture naselja, koje se sastoji od nižih kamenih kuća prizemnica, od

⁴ Ibid.

⁵ Ibid.

kojih je jedna služila za noćenje, a druga za smještaj stoke. U 18. stoljeću, naseljavanjem obitelji iz Sumartina i Novog Sela u unutrašnjosti, zaseoci su postali primarna ruralna naselja čiji su se stanovnici bavili uglavnom vinogradarstvom i sječom šume. U zaseocima je nekada postojala i škola koja se nalazila u zaseoku Osridtke, a postoji i nekoliko manjih crkvice koje su raspoređene uz put koji povezuje sve zaseoke.

2.1.2. Klimatska obilježja

17 Klimu otoka Brača karakteriziraju blage zime i duga topla ljeta. Najtopliji mjesec je srpanj, a najhladniji siječanj. Na istočnoj strani otoka su oborine puno obilnije nego što je to na južnoj i zapadnoj strani, a obilježje je i jaka bura, posebice u Poveljima gdje puše iz Vrulje pod Biokovom. More je u području Selca čisto i velike prozirnosti. Temperatura mora zimi se spušta do 12 – 12,5°C, dok u najtoplijem dijelu godine dostiže 24 – 24,5°C. Zbog otvorenosti kanala i značajnih dubina, najviše temperature mora rijetko prelaze 24°C. Salinitet mora općenito je (kao i na čitavoj hrvatskoj obali Jadrana) visok i kreće se između 37 i 38‰. Morske struje u kanalima su dosta brze – oko 0,15 m/s⁶.

Padaline su nejednako raspoređene tijekom godine – s najviše padalina u kasnu jesen i zimi, te izrazitim nedostatkom padalina u ljetnom periodu. U ruži vjetrova prevladavaju jugoistočni (jugo), sjeveroistočni (bura) i sjeverozapadni vjetar (tramontana), a ljeti im se pridružuje i zapadnjak (maestral) koji redovno puše u popodnevnim satima.

2.1.3. Demografska obilježja

Prema posljednjem popisu stanovništva, iz 2011. godine, na području općine Selca živi ukupno 1804 stanovnika. Najviše stanovnika živi u mjestu Selca (846), dok najmanje stanovnika broji Novo Selo (152).

⁶ Ibid.

Tablica 1 | Stanovništvo prema naseljima, popis 2011.

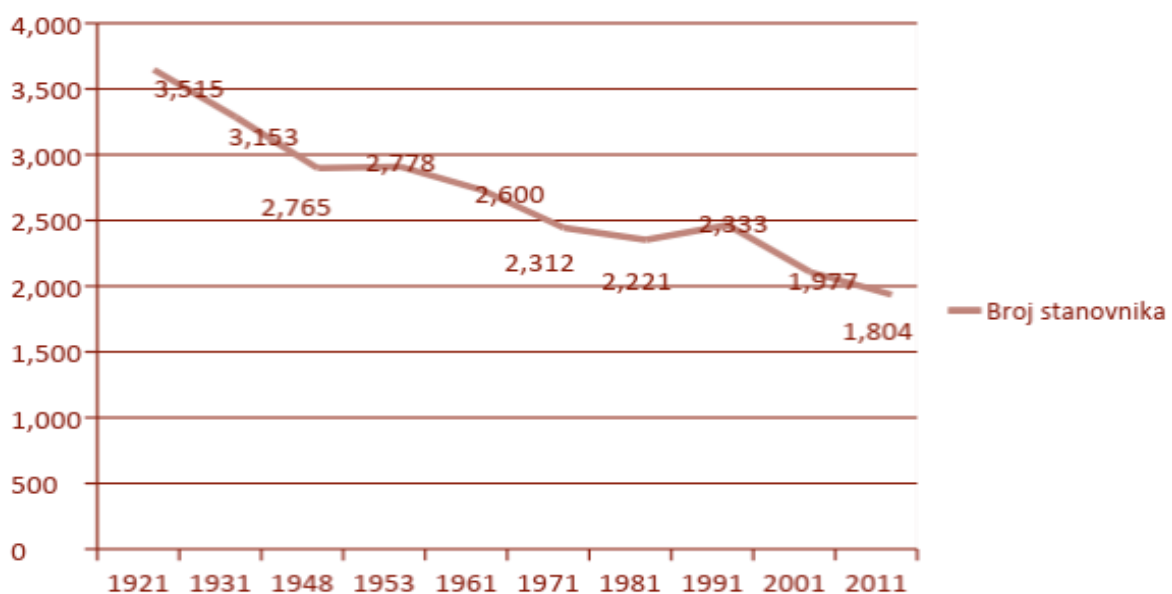
NASELJE	M	Ž	UKUPNO
Novo Selo	72	80	152
Povlja	170	162	332
Selca	433	413	846
Sumartin	249	225	474
Ukupno	924	880	1804

IZVOR | Best of Brač d.o.o., prema: Državni zavod za statistiku, www.dzs.hr, datum pristupa: 17.6.2018.

Prilikom strateškog planiranja važno je u obzir uzeti i kretanja broja stanovnika kako bi se planirane aktivnosti prilagodile suvremenim demografskim trendovima, ali i kako bi se na njih utjecalo usmjeravanjem pažnje na aktivnosti koje se više tiču konkretnih demografskih mjera. U tom smislu, u nastavku donosimo pregled kretanja stanovnika tijekom dvadesetog stoljeća. Tijekom razdoblja od 90 godina, broj stanovnika Općine Selca uglavnom je opadao i smanjio se za 48,68%, dok se u zadnjih 10 godina smanjio za 8,75%, kako je očigledno iz grafikona koji slijedi.

18

Grafikon 1 | Kretanje broja stanovnika u Općini Selca od 1921. do 2011.



IZVOR | Best of Brač d.o.o., prema: Državni zavod za statistiku, www.dzs.hr, datum pristupa: 17.6.2018.

U tablici koja slijedi prikazana je dobna struktura stanovnika Općine Selca i Splitsko-dalmatinske županije. Najbrojnije stanovništvo u Općini Selca je u dobnoj skupini 70-89 godina, dok je u Slučaju županije najbrojnija dobna skupina 45-59 godina. U slučaju Općine Selca stanovništvo od 70-89 godina čini 19,73% ukupnog stanovništva. Najmalobrojnija kategorija je stanovništvo sa 90 i više godina u slučaju Općine i županije.

Tablica 2 | Stanovništvo prema starosti, popis 2011.

	Ukupno	Starost							
		0-5	5-14	15-29	30-44	45-59	60-69	70-89	90 i više
Općina Selca	1.804	68	172	254	313	341	289	356	11
Splitsko-dalmatinska županija	454.798	24.038	50.394	87.195	91.170	97.164	47.851	55.427	1.559

IZVOR | Best of Brač d.o.o., prema: Državni zavod za statistiku, www.dzs.hr, datum pristupa: 17.6.2018.

19

Kada govorimo o stupnju obrazovanja stanovnika Općine Selca, u tablici broj 4 koja prikazuje stanovništvo staro 15 i više godina prema najvišoj završenoj školi, 22,83% stanovnika ima najviše završenu osnovnu školu, 55,12% najviše završenu srednju školu dok onih koji su bez škole ima 1,41%. Stupanj visokog obrazovanja steklo je 10,36% stanovnika (stručni studij, sveučilišni studij, doktorat znanosti).

Tablica 3 | Stanovništvo staro 15 i više godina prema najvišoj završenoj školi, prema popisu stanovništva iz 2011. godine

UKUPNO	Bez škole	Visoko obrazovanje								
		1-3 razreda osnovne škole	4-7 razreda osnovne škole	Osnovna škola	Srednja škola	Svega	Stručni studij	Sveučilišni studij	Doktorat znanosti	Nepoznato
1.564	22	16	145	357	862	162	79	81	2	-

IZVOR | Best of Brač d.o.o., prema: Državni zavod za statistiku, www.dzs.hr, datum pristupa: 17.6.2018.

2.2. Analiza obilježja turističke potražnje i ponude

Općina Selca nalazi se na petom mjestu, u usporedbi s drugim općinama na Braču, a po broju noćenja turista. Tek 5,66% ukupnog broja turista koji posjećuju otok Brač, dolaze u općinu Selca. Što se tiče strukture, može se vidjeti primjetna razlika u broju dolazaka stranih i domaćih turista gdje prednjače strani turisti.

Tablica 4 | Dolasci turista na Braču u periodu od 2013. do 2017. godine

DOLASCI	2013	%	2014	%	2015	%	2106	%	2017	%
Pučišća	2580	1	3286	2	3720	2	4333	2	4070	2
Supetar	61821	33	65286	33	70513	33	77721	34	83240	33
Sutivan	11921	6	11059	6	11343	5	12357	5	14826	6
Bol	75739	41	83554	43	94759	44	101025	44	102745	41
Postira	13636	7	14446	7	15884	7	15961	7	17999	7
Selca	9598	5	8729	4	8976	4	10123	4	12370	5
Milna	9299	5	9057	5	8361	4	9872	4	15987	6
UKUPNO	184594	100	195417	100	213556	100	231392	100	251237	100

IZVOR | Analiza turističke sezone 2013. u Splitsko-dalmatinskoj županiji, Analiza turističke sezone 2014 u Splitsko-dalmatinskoj županiji, Analiza turističke sezone 2015. u Splitsko-dalmatinskoj županiji, Analiza turističke sezone 2016. u Splitsko-dalmatinskoj županiji, Analiza turističke sezone 2017. u Splitsko-dalmatinskoj županiji

Iz tablice se može iščitati sljedeće – općinu Selca posjeti prosječno 5% ukupnog broja turista na otoku Braču, jednako kao i Milnu te nešto manje nego Sutivan. Značajno smanjenje broja turista osjetilo se 2014. i 2015. godine, kada je općinu Selca posjetilo čak 9% manje turista nego 2013. godine. S druge strane, značajnije povećanje broja dolazaka zabilježeno je 2016. godine, kada je Selca posjetilo 13% turista više nego godinu prije. Slične oscilacije vidljive su i u općini Milna te Pučišća, iste godine.

Tablica 5 | Noćenja turista na Braču u periodu od 2012. do 2017. godine

NOĆENJA	2013	%	2014	%	2015	%	2016	%	2017	%
Pučišća	21936	2	22006	2	24717	2	27006	2	30639	2
Supetar	484812	34	503934	35	526391	35	556222	34	594567	34
Sutivan	116407	8	102464	7	104040	7	105642	6	120594	7
Bol	510375	36	530758	37	592354	39	665901	41	631746	37
Postira	125658	9	114480	8	125082	8	124190	8	133451	8
Selca	91669	6	76003	5	78641	5	87758	5	103192	6
Milna	81083	6	79665	6	72016	5	76727	5	114267	7
UKUPNO	1 431	100	1 429	100	1 523	100	1 643	100	1 728	100
	940		310		241		446		456	

IZVOR | Analiza turističke sezone 2013. u Splitsko-dalmatinskoj županiji, Analiza turističke sezone 2014 u Splitsko-dalmatinskoj županiji, Analiza turističke sezone 2015. u Splitsko-dalmatinskoj županiji, Analiza turističke sezone 2016. u Splitsko-dalmatinskoj županiji, Analiza turističke sezone 2017. u Splitsko-dalmatinskoj županiji,

21 Slični rezultati uočljivi su i kod postotka noćenja koji se ostvaruje u općini Selca, u odnosu na druge bračke općine – na noćenja u općini Selca otpada prosječno 6% svih noćenja turista na Braču, slično kao i u Milni. U tom smislu, općina Selca se po broju dolazaka i noćenja nalazi na petom, odnosno šestom mjestu u ukupnom poretku bračkih općina po navedenim pokazateljima, izmjenjujući se za mjesto s Općinom Milna. Iza nje uvijek se nalazi jedino općina Pučišća koja u svim pogledima ostvaruje najnepovoljnije rezultate.

Tablica 6 | Prosječna duljina boravka turista (domaćih i inozemnih) u destinaciji

	2013	2014	2015	2016	2017	
Pučišća	9	7	7	6	8	7
Supetar	8	8	7	7	7	7
Sutivan	10	9	9	9	8	9
Bol	7	6	6	7	6	6
Postira	9	8	8	8	7	8
Selca	10	9	9	9	8	9
Milna	9	9	9	8	7	8
	9	8	8	8	7	PROSJEK

IZVOR | Best of Brač d.o.o.

Iz tablice je uočljivo kako turisti najduže borave u Sutivanu i Selcima (prosječno 9 dana), a najmanje borave u Bolu i Pučišćima (između šest i sedam dana). Ovo su izvrsni rezultati za općinu Selca, s obzirom na to da je cilj dugoročnog održivog razvoja turizma da turista ima manje, ali da ostaju duže i troše više. U tom smislu, ovi su rezultati i više nego zadovoljavajući, posebice kada se usporede s općinom Bol, u kojoj je zamjetna prevelika cirkulacija gostiju koja na različite načine opterećuje turističku i drugu infrastrukturu samog naselja.

Iz tablice je također vidljivo i postupno smanjenje prosječne dužine boravka na otoku, karakteristično za sve bračke destinacije pa je tako prosječna duljina boravka na Braču 2017. godine bila 7 dana, dok je 2013. bila 9 dana. Ovaj iznimno negativan trend valja mijenjati kreiranjem dodatne ponude u destinaciji, koja će motivirati posjetitelje da duže ostanu, više istražuju i naravno, vrate se i iduće godine.

Tablica 7 | Promet turista po zemlji porijekla

22

	2016				2015			
	DOLASCI	%	NOĆENJA	%	DOLASCI	%	NOĆENJA	%
Austrija	531	5	4338	5	453	5	4258	5
Slovenija	586	6	5794	7	665	7	5898	7
Češka	2091	21	18424	21	2131	24	18956	24
Slovačka	817	8	7880	9	711	8	6375	8
BIH	202	2	1554	2	181	2	1358	2
Mađarska	296	3	2277	3	249	3	1885	2
Francuska	258	3	1830	2	197	2	1280	2
UK	574	6	4296	5	439	5	3378	4
Poljska	1342	13	12460	14	1101	12	10155	13
Njemačka	995	10	9902	11	987	11	9988	13
UKUPNO	10123	76	87758	78	8976	79	78641	81

IZVOR | Analiza turističke sezone 2016. u Splitsko-dalmatinskoj županiji

Prema dostupnim podacima iz 2016. godine (za 2017. godinu još nisu objavljeni), najviše posjetitelja u Općinu Selca dolazi iz Češke (21% od ukupnog broja turista), potom iz Poljske (13%), Njemačke (10%) te Slovačke (8%).

Što se tiče gospodarske djelatnosti u turizmu, prema Obrtnom registru dostupnom na stranicama Ministarstva gospodarstva, poduzetništva i obrtništva,, evidentirano je ukupno 267 obrta na području općine Selca, od kojih je 86 aktivno. Mnogi od navedenih bave se ribarstvom ili klesarstvom, dok se otprilike polovica bavi turizmom ili nekom od djelatnošću koja ima direktan kontakt ili utjecaj na turističku ponudu cijele općine.

U nastavku slijedi popis ugostiteljskih objekata na području općine Selca, kao i s turizmom povezanih obrta i poduzeća.

Tablica 8 | Popis ugostitelja i obrta u turizmu

RB	NAZIV OBRTA
-----------	--------------------

23

- | | |
|-----|--|
| 1. | "PRIVATNI PRIJEVOZNIK" ŽELJKO BULJ |
| 2. | BEAUTY, obrt za frizerske usluge |
| 3. | BEST OF ADRIATIC, zajedničko uslužni obrt, |
| 4. | BLUE EMOTION, obrt za iznajmljivanje |
| 5. | ESCALERO, obrt za ugostiteljstvo i usluge |
| 6. | FAUL, ugostiteljski obrt |
| 7. | FM91/95,ugostiteljski obrt |
| 8. | FRIZERSKI SALON, MARY LOU |
| 9. | FRIŽI, USLUŽNI OBRT |
| 10. | GALETINA, ugostiteljski obrt |
| 11. | ITRANSFERS,OBRT ZA PRIJEVOZ |
| 12. | JUROVA MAKINA,UGOSTITELJSKI OBRT |
| 13. | KATARINA TOURS, uslužni obrt, |
| 14. | KOZMETIČARSKO PEDIKERSKI SALON, NIKOL, |
| 15. | KUNA 94, OBRT ZA TRGOVINU I USLUGE |
| 16. | MAGDALENA, trgovački obrt |
| 17. | MAS, obrt za čišćenje |
| 18. | MIRON, ugostiteljski obrt |

RB NAZIV OBRTA

19. NS, obrt za usluge i trgovinu
20. OBRT ZA PRIJEVOZ I TRGOVINU, PABLO
21. OBRT ZA PRIJEVOZ I USLUGE, SKALAR
22. OBRT ZA UGOSTITELJSTVO, KAPELICA
23. PARK PETROVAC, ugostiteljski obrt
24. PIKOLO,UGOSTITELJSKI OBRT
25. PIVAC, obrt za trgovinu i usluge,
26. PRINČIPESA, obrt za njegu tijela
27. PUNTA, OBRT ZA UGOSTITELJSTVO
28. RUZMARIN, ugostiteljski obrt
29. SPICA, obrt za usluge i proizvodnju
30. SVETA ANA, obrt za ugostiteljstvo i trgovinu
31. TRAVEL & STAY, obrt za usluge i putnička agencija,
32. TRGOVAČKI OBRT, KAPO
33. TRGOVAČKO PROIZVODNI OBRT, PUNTAPET
34. TRGOVINA NA MALO, PROVIŠTA
35. UGOSTITELJSKI OBRT K A L A
36. UGOSTITELJSKI OBRT, JADRAN
37. UGOSTITELJSKI OBRT, KARTOLINA
38. UGOSTITELJSKI OBRT, KONOBA BERNARDO
39. UGOSTITELJSKI OBRT, LEUT
40. UGOSTITELJSKI OBRT PERIVOJ
41. UGOSTITELJSKI OBRT DALMATINO
42. USLUŽNI OBRT, RADO
43. USLUŽNI OBRT, STIPE
44. VESLO, zajednički uslužni obrt,

IZVOR | Best of Brač d.o.o., prema <http://or.portor.hr/pretraga.htm> (posjećeno 10. srpnja 2018.)

3 UNUTARNJA ANALIZA

3.1. SWOT analiza

Ovaj metodološki instrument omogućuje sintezu nalaza prethodno provedene analize postojećeg stanja te pruža analitički uvid u prednosti, nedostatke, mogućnosti i ograničenja turističkog razvoja općine Selca.

25

3.1.1. Kapaciteti sustava Općine

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none">× Razvijena međuopćinska suradnja× Općina Selca je član LAG-a BRAČ× Postojanje strategije upravljanja imovinom× Postojanje krovne strategije razvoja općine Selca	<ul style="list-style-type: none">× Ne postoji tim za pripremu i upravljanje projektima× Znatno dio kvalificiranih kadrova, posebno mladih, emigrirao je u veća središta
PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none">× Mogućnosti financiranja iz nacionalnih i EU fondova× Rješavanje imovinsko-pravnih odnosa kao pomoć integraciji	<ul style="list-style-type: none">× Ovisnost o pomoćima iz inozemstva (darovnice) i od subjekata unutar države× Nedostatak sredstava za

lokalne zajednice i kreiranju novih projekata

- × Sufinanciranje lokalnih edukacija, seminara i programa usavršavanja cjeloživotnog učenja, strukovnog i visokog obrazovanja
- × „Uvoz“ radne snage

financiranje rada i aktivnosti lokalnog stanovništva

3.1.2. Resursi i infrastruktura

26

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none">× Mediteranska klima× Atraktivan prirodni okoliš i obala s očuvanim prekrasnim plažama× Sređen sustav odvodnje otpadnih voda na Puntinku× Uređena šetnica Rajka Štambuka u Selcima× Luka koja može primiti i veće brodove	<ul style="list-style-type: none">× Neriješeni imovinsko-pravni odnosi× Loša prometna infrastruktura, slaba povezanost s ostalim obližnjim turističkim lokacijama× Slaba povezanost s kopnom, rijetke trajektne linije× Manjak smještajnih kapaciteta, posebno hotelskih× Neiskorištenost prirodnih resursa za proizvodnju energije× Nedostatak čekališnih traka za automobile i parking prostor× Neracionalno korištenje prostora× Nedostatan kapacitet vode u ljetnoj sezoni× Djelomično izgrađen sustav odvodnje× Nema opskrbe vodom u Selačkim

PRILIKE	PRIJETNJE
<ul style="list-style-type: none"> × Unaprjeđenje i povećanje zračne luke Brač × Unapređenje gospodarenja prostorom × Unapređenje sustava gospodarenja otpadom × Prepoznavanje važnosti zaštite okoliša na državnoj i EU razini × Obnova i prenamjena starih objekata × Ulaganje i poticanje ulaganja u obnovljive izvore energije × Poboljšanje komunalne infrastrukture × Poboljšanje prometne infrastrukture × Valorizacija prirodne baštine × Potencijal za korištenje alternativnih izvora energije 	<p>zaseocima</p> <ul style="list-style-type: none"> × Nepostojanje javnog parking prostora × Nepostojanje organiziranog tržišta ribom (ribarnica) × Postojeća Internet veza na području Općine nije u skladu s potrebama i kapacitetima. × Depopulacija i denatalitet × Starenje stanovništva i odlazak mladih u veće gradove × Nedostatak kvalitetne radne snage <ul style="list-style-type: none"> × Nastavak divlje gradnje × „Divlji„ deponiji stvaraju nove potencijalne opasnosti na okoliš × Nastavak trenda odlaska mladih i obrazovanih ljudi × Starenje stanovništva × Potencijalni ekološki problemi kao što su devastacija obale ili požari

3.1.3. Društvene djelatnosti

28

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none">× Unutar općine osnovano 18 udruga (kulturno-umjetničkih, sportskih, lovačkih...)× Iznimna razina samoinicijative lokalnih dionika, posebice u području sporta× Kulturološka autentičnost: stil življenja, hrana, ambijent, arhitektura, itd.× Postojanje brojnih tradicijskih zanimanja× Organizacija Kulturnog i sportskog ljeta× Njegovanje kulture još od 1888. g. i održavanje nacionalne svijesti× Spomenici: Tolstojev spomenik, spomenik Stjepanu Radiću, kompleks Didolića dvori, Meštrovićev kip Krista Kralja u župnoj crkvi× Kulturna baština: Župna crkva Krista Kralja, crkva Gospe Karmelske, rano-srednjovjekovna crkvice sv. Nikole× Selački zaseoci kao primjer starog načina života	<ul style="list-style-type: none">× Nedostatak društvene infrastrukture: planinarskog doma, kulturnih centara, zatvorenih sportskih terena i pratećih objekata, prostora za pokop, dvorana za adekvatan ispraćaj pokojnika, te broj grobnih mjesta× Mali broj educiranog lokalnog stanovništva× Nedovoljan broj specijalizirane i kvalitetne radne snage× Needuciranost lokalnog stanovništva o EU projektima i mogućnostima njihovog financiranja× Neuređene rekreacijske staze (pješačke, biciklističke, jahačke...)× Nedostatak odgojno-obrazovne infrastrukture za razvoj novih kadrova potrebnih za rad u turizmu× Nedovoljno valorizirana kulturna baština× Organizacija manifestacija samo tijekom sezone× Nedovoljno sadržaja za mlade

PRILIKE

- × Revitalizacija i valorizacija kulturne baštine
- × Razvoj ponude vodenih sportova
- × Unapređenje promidžbe kulturoloških, sportskih i drugih događaja
- × Mogućnost korištenja financijskih sredstava iz EU i nacionalnih fondova

PRIJETNJE

- × Otežano pronalaženje odgovarajućih izvora financiranja za društvenu infrastrukturu
- × Nastavak emigracije i depopulacije stanovništva

3.1.4. *Gospodarstvo*

SNAGE

- × Geografski položaj, blaga mediteranska klima, čisto more, očuvana priroda i okoliš
- × Smještajni objekti na prvoklasnim lokacijama
- × Autohtona i tradicionalna gastronomija
- × Brojne manifestacije koje otvaraju mogućnost razvoja specijaliziranih proizvoda i selektivnog turizma
- × Postojanje tradicionalnih obrta i zanata
- × Očuvani okoliš, nezagađeno tlo, povoljna mediteranska klima
- × Tlo povoljno za uzgoj aromatičnog i ljekovitog bilja, trajnih nasada, poglavito maslina, te kvalitetna paša za pčelare
- × Poljoprivredna tradicija

SLABOSTI

- × Gospodarska aktivnost većinom samo u ljetnim mjesecima
- × Nedostatak inicijative među stanovništvom u ekonomskoj sferi
- × Nije donesen nikakav program mjera poticanja poduzetništva
- × Nedostatak investicija
- × Ovisnost o turizmu
- × Sezonalnost
- × Sezonska radna snaga
- × Nedovoljna osmišljenost koncepta ponude kako općine tako i cijelog otoka Brača
- × Nedovoljno izgrađena prepoznatljivost
- × Motiv dolaska je baziran većinom

× Članstvo Općine Selca u LAG-u Brač

samo na sunce i more

- × Slabe marketinške aktivnosti, manjak turističkih informacija i promocije destinacije
- × Nepostojanje turističkog informativnog centra u svakom mjestu
- × Loša prometna infrastruktura, slaba povezanost s ostalim turističkim lokacijama
- × Većina smještajnih objekata je zastarjela i nije prilagođena zahtjevima turista
- × Nedostatak hotela i drugih smještajnih i ugostiteljskih objekata
- × Nedovoljan kapacitet vode u ljetnoj sezoni
- × Slaba povezanost s kopnom, rijetke trajektne linije i autobusne linije
- × Kratko radno vrijeme turističkih ureda i agencija
- × Neiskorištenost raspoloživih turističkih resursa

PRILIKE

- × Prestrukturiranje i nadogradnja postojeće, izgrađene i djelomično izgrađene ugostiteljsko-turističke zone
- × Razvoj novih oblika turizma

PRIJETNJE

- × Neiskorištena financijska sredstva iz EU fondova
- × Administrativne barijere pri ulaganju u poduzetništvo
- × Nedovoljna zainteresiranost

- × Osmišljavanje sinergijske turističke ponude za cijeli Brač
- × Unaprjeđenje turističke infrastrukture
- × Unaprjeđenje promidžbe kulturoloških, sportskih i drugih tradicionalnih događaja
- × Identificiranje otoka kao eko destinacije
- × Brendiranje lokalnih poljoprivrednih proizvoda

lokalne zajednice

- × Sunce i more više neće biti dostatni za privlačenje turista, kako stranih tako ni domaćih
- × Nekontrolirana divlja gradnja
- × Kontinuirani odlazak mlade radne snage s otoka
- × Zahtjevan i dugotrajan postupak za iskorištavanje sredstava iz fondova



3.2. Evaluacija resursa i atrakcija

Uspješna kombinacija postojećih resursa i novih turističkih proizvoda i inicijativa jamči uspješnost cjelokupne destinacije, zbog čega je potrebno definirati koji su to postojeći resursi, koji je stupanj njihove turističke valorizacije, kao i ukupni potencijal da generira turističku potrošnju i poveća zadovoljstvo posjetitelja. Turistički resursi u prirodna ili stvorena dobra koja se mogu koristiti za stjecanje gospodarske dobiti i ostvarivanje konkurentske prednosti destinacije. Dobar splet turističkih resursa može kreirati i veći stupanj privlačnosti destinacije kod odabranih ciljanih tržišta, a u odnosu na neposrednu konkurenciju. Upravo zbog tog elementa, turističke resurse naziva se i atrakcijama, a „ukoliko se kao takve prepoznaju, postaju glavni resurs na kojem se razvija turizam“ (Čavlek, Bartoluci, Prebežac, Kesar, 2011, str. 125). No, bitno je napomenuti kako nije svaki turistički resurs ujedno i turistička atrakcija, premda vrijedi obrnuto.

32 Općina Selca, kao uostalom i sve bračke općine, oblikuje kulturnim i prirodnim dobrima, od kojih su pojedina sasvim dobro turistički valorizirana, dok pojedina treba tek promovirati i od njih stvoriti atrakciju. Ovo uključuje i obnovu kulturnih dobara, ali i brendiranje pojedinih povijesnih specifičnosti općine Selca, kao što je to priča s izumiteljem Puratićem u Sumartinu, Tolstojev park i slično.

U nastavku donosimo pregled postojećih resursa općine Selca, a lista svakako nije konačna.

3.2.1. Materijalna kulturna baština

Tablica 9 | Pregled kulturnih dobara na području općine Selca

OZNAKA	MJESTO	NAZIV	VRSTA KULTURNOG DOBRA
Z-4929	Novo Selo	Arheološko nalazište villa rustica na Bunjama	NKD - pojedinačno
Z-5514	Povlja	Crkva sv. Ivana Krstitelja i kaštel	NKD - pojedinačno
RST-0459-	Povlja	Seoska kuća	NKD - pojedinačno

1970.

Z-5847	Povlja	Sklop antičke arhitekture na Žalu	NKD - pojedinačno
Z-5876	Selca	Crkva Gospe od Karmela	NKD - pojedinačno
RST-1527	Selca	Crkva Krista Kralja	NKD - pojedinačno
Z-4783	Selca	Crkva sv. Nedjelje	NKD - pojedinačno
Z-5883	Selca	Crkva sv. Tome	NKD - pojedinačno
RST-1526	Selca	Kuća Štambuk-Paloc	NKD - pojedinačno
Z-5162	Selca	Ruševine kule Vusio	NKD - pojedinačno
Z-5584	Selca	Sklop kuća "Didolića dvori"	NKD - kulturno – povijesna cjelina
Z-4782	Sumartin	Crkva sv. Nikole	NKD - pojedinačno
Z-5000	Sumartin	Franjevački samostan i crkva sv. Martina	NKD - pojedinačno
Z-1519	Povlja	Inventar crkve i župske kuće	PKD – zbirka
Z-1817	Povlja	Orgulje u crkvi sv. Ivana Krstitelja	PKD – pojedinačno

NKD | Nepokretno kulturno dobro

PKD | Pokretno kulturno dobro

IZVOR | Best of Brač d.o.o., prema Ministarstvo kulture, Registar kulturnih dobara, dostupno na: <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=31> (posjećeno 5.7.2018.)

S obzirom na to da se Općina Selca sastoji od nekoliko naselja, u nastavku donosimo pregled kulturnih dobara po naseljima.

Na području mjesta Selca evidentirana su sljedeća kulturna dobra:

- × Župna crkva Krista Kralja
- × Crkva Gospe od Karmela
- × Crkva sv. Tome, Nadsela (Selački zaseoci)
- × Crkva sv. Nedilje na brdu Gradac
- × Crkva sv. Nikole
- × Palača Štambuk "Palac"
- × Sklop kuća "Didolića dvori"
- × Zgrada Narodnog doma „Sokolana“

- × Kuća na Pijaci - Zgrada općine Selca
- × Kuća iz 1819. godine, Ulica Ozid
- × Kuća Bezmalinović
- × Kuća Štambuk na Pijaci
- × Portal i ruševni ostaci kuće Matea Štambuka
- × Štambukovi dvori
- × Kuća ex. Mošić
- × Kamena jednokatnica iz 19. stoljeća
- × Kula Vusio

Na području mjesta Sumartin evidentirana su sljedeća kulturna dobra:

- × Franjevački samostan i crkva
- × Kapela sv. Špirijuna
- × Crkva i groblje sv. Roka
- × Kuća ex Novaković (Jutronić)
- × Kuća Skansi
- × Zgrada stare škole
- × Kuća na obali
- × Kuća u predjelu Martinčevi dvori
- × Kuća Puratić (Puretic)
- × Kuća sjeverno od predjela „Ulica“
- × Zgrada nekadašnjeg hotela Novaković

Na području mjesta Povelja evidentirana su sljedeća kulturna dobra:

- × Župna crkva sv. Ivana Krstitelja
- × Ostaci ranokršćanske bazilike
- × Crkvica sv. Josipa na groblju
- × Villa rustica na predjelu Žalo
- × Civilne građevine
- × Seoska kuća

- × Zgrada stare škole

Na području mjesta Selački zaseoci evidentirana su sljedeća kulturna dobra:

- × Zgrada škole u naselju Osridtke
- × Kuća Trutanić u zaselku Nagorinac

Na području mjesta Novo Selo evidentirana su sljedeća kulturna dobra:

- × Župna crkva Navještenja B.D.Marije
- × Crkvice sv. Nikole na groblju
- × Civilne građevine
- × Zgrada škole iz 1853. godine
- × Arheološki lokaliteti (nalazište Bunje)
- × Rimska villa rustica u dolini Vejak – Bunje

35

Osim navedenog, veliki potencijal turističke valorizacije kulturne baštine prisutan je i u kontekstu arheoloških nalazišta i lokaliteta na području Općine Selca, a čiji popis slijedi u nastavku.

Tablica 10 | Pregled arheoloških lokaliteta na području općine Selca

RB	ARHEOLOŠKI LOKALITET	OPIS LOKALITETA
1	Gradina Gradac	
2	Gradina Velo Gradišće	Iznad uvale Povlja
3	Gomila na Brizima	Na koti 381m, promjera 18 metara i visine 4,5 metara
4	Gomila na Brizima	
5	Gomila na predjelu Vrnice	Kamena gomila promjera 15m i visine oko 3m
6	Gomila na predjelu Vrnice	Sjeverno od prethodne gomile, promjera 14m i visine 2m
7	Gomila na Gluhoj smokvi	Promjera 16m i visine oko 1m
8	Gomila na Bočinici	U polju sjeverno od zaselka Podsmrčevik, promjera 16m i visine oko 2,5m

- | | | |
|----|---|--|
| 9 | Gomila Zaogradi | Smještena je na jugoistok i u odnosu na prethodnu, promjera je 14m i visine oko 2,5m |
| 10 | Gomila na Providalu | Sačuvan samo njezin jugozapadni rub |
| 11 | Gomila u Malom Gaju | Uz cestu Nadsela-Podsmrčevik, promjera 19m, visoka oko 1m |
| 12 | Gomila na glavici Sapnici | Na koti 378m, između zaselka Nadsela i Osridtke, promjera 21m i visine 3m |
| 13 | Gomila na glavici Osritak | Sjeverozapadno od zaselka Osridtke, na koti 336m, promjera 18m i visine 2m |
| 14 | Gomila na glavici Jalova Pliš | Na koti 366m, promjera 16m i visine oko 3m |
| 15 | Žaganj dolac kod Sumartina | |
| 16 | Antički gospodarski objekt u dolini Vejaki – Bunje | |
| 17 | Antički zidovi u Povljima na predjelu Žalo | |
| 18 | Ranokršćanska bazilika u Povljima na predjelu Lokva | |

IZVOR | Best of Brač d.o.o., prema Službeni glasnik Općine Selca 03/2011

Kao istaknutija kulturno-povijesna dobra na području općine možemo izdvojiti:

Park Tolstoj odnosno đardin je u općini Selca, koji je nastao kao posljedica fasciniranosti lokalnog stanovništva idejama liječnika Mateja Bencura koji je propagirao djela Turgenjeva i Tolstoja te bio pretplaćen na ruske časopise. U parku su danas izložene mnoge skulpture, među kojima su ona Stjepana Radića i Tolstoja, pape Ivana Pavla Drugog, Franje Tuđmana i ostalih⁷. Sama Selca su lokalno nazvana mjestom s najviše spomenika po glavi stanovnika.

Bračka katedrala glasi kao najljepše i najvelebnije sakralno zdanje na otoku. Nalazi se u Selcima, na samom trgu, sagrađena je u neormantičkom stilu i visoka je 45 metara, čime je stekla titulu najviše crkve na dalmatinskim otocima. Unutar nje nalazi se kip Srca Isusova kojeg je izradio Ivan Meštrović. Kao zahvalu ovom proslavljenom hrvatskom

⁷ Selca, <http://goo.gl/mHI6oC> (20.2.2016)

kiparu, mještani su od topovskih čahura prikupljenih okolo mjesta izradili autorov kip u bronci.

Povaljska listina najstariji je dokument pisan hrvatskom ćirilicom. Cijenjeni brački jezikoslovac, Petar Šimunović, ovaj vrijedan povijesni dokument naziva krsnim listom otoka Brača. Prijepis povaljske listine iz 1250. čuva se u župi u Pučišćima, a kreirana je na temelju izvornika koji je nastao 1184 (Kovačić, 1984).

3.2.2. *Nematerijalna kulturna baština*

Popis ljetnih događanja u općini Selca neizostavno uključuje neki oblik slavljenja nematerijalne kulturne baštine otoka, Dalmacija, ali i cijele države, u vidu promocije klapskog pjevanja, lokalne gastronomske ponude ili pisane riječi. Ovdje je posebno važno istaknuti pjesničku manifestaciju koja se u Selcima održava više od 20 godina – Croatia Rediviva, posvećena trima hrvatskim narječjima. Ova manifestacija okuplja brojne pjesnike sa svih strana Hrvatske, koji na čakavskom, kajkavskom i štokavskom narječju predstavljaju bogatstvo hrvatskog jezika.

Upravo zahvaljujući manifestaciji **Croatia Rediviva**, u Selcima su boravili najveći hrvatski pjesnici, među kojima su bili i Dragutin Tadijanović te Vesna Parun, a Zid od poezije donosi ploču s imenom *oliveata*, godinom krunidbe i kraćim izborom stihova iz opusa, koje odabire ili sam pjesnik, ili utemeljitelj Drago Štambuk.

Tradicija obrade kamena vjerojatno je najpoznatiji turistički atribut otoka Brača, uz Zlatni rat. Brač je još od antičkih vremena bio izvorište vrhunskog kamena od kojeg su sazdane brojne značajne građevine. „Kamen se ovdje obrađuje do završne mjere, a dokaz prisutnosti vrhunskih majstora je i vjerojatna obrada i adaptacija mramora i granita za samu palaču. Veći broj kvalitetnih kamenoklesara na ovome otoku začeo je jednu jaku tradiciju, koja je kroz različita povijesna razdoblja opstala sve do današnjih dana“ (Parica, 2012: 352). Tradicija se nastavlja u jedinoj kamenoklesarskoj srednjoj školi u ovom dijelu Europe.

Tradicija maslinarstva jedna je od najdugotrajnijih tradicija na otoku, a premda ne postoji jedinstveni podatak o njenom porijeklu, smatra se da je „kultura uzgoja maslina na Braču stara isto koliko i civilizacija i da su je donijeli Grci sa sobom, još iz antičkog doba. Na Braču prema procjenama, danas raste nevjerojatnih cca milijun stabala maslina a otok Brač se smatra najvećim maslinarskim područjem u Hrvatskoj“⁸. TZ Supetra posljednjih godina razvija maslinov put, koji započinje i završava u mjestu Mirca, tri kilometra zapadno od Supetra. Staza je dugačka šest kilometara, a „vodi u šetnju maslinicima povrh naselja, do Prihoda – starog sustava za navodnjavanje, upoznaje s tradicijom proizvodnje maslinovog ulja, vrstama maslina koje rastu na Braču i vrijednosti maslinovog ulja u svakodnevnoj upotrebi“⁹.

Gastronomska tradicija raznolika je kao i kod brojnih drugih otoka. No, nekoliko se proizvoda posebno ističe, ponajprije jer su im posvećene posebne manifestacije. Prva među njima je bračka torta hrapoćuša o kojoj će riječ biti u nastavku teksta, a koja je svoj naziv dobila po posebnoj vrsti kamena koji dominira u selu Dol koje se smatra domom ove torte. Također, značajan je i vitalac, koji je spravlja od janjećih iznutrica i premda ne zvuči i ne izgleda dobro, predstavlja vrhunski specijalitet. Posebno mjesto u bračkoj gastronomiji ima i bogata ponuda ribljih specijaliteta, posebice onih proizvedenih u postirskoj tvornici Sardina.

Vinogradarska tradicija je uz tradiciju kamenoklesarstva, stočarstva i maslinarstva, jedna od najznačajnijih izvora komparativne prednosti na otoku. Bolska vinarija s tradicijom duljom od stotinu godina na tržište plasira vrhunska vina koja na tržištu ostvaruju dobre rezultate. Pridružuje im se i sve više privatnih vinara koji uređuju vlastite vinske podrume i otvaraju ih za posjetitelje, bilo samostalno, bilo organizirano u sklopu ponude općih tura po otoku.

⁸ Masline otoka Brača, <http://goo.gl/A68Cn2> (20.2.2016)

⁹ Isto.

3.3. Dionici turističkog razvoja Općine Selca

Uspjeh svake strategije ovisi gotovo isključivo o ljudskim kapacitetima, odnosno onima koji će strategiju provoditi, stoga je važno u ovom dijelu definirati ključne dionike i interesne skupine turističkog razvoja općine Selca.

#1 Turistička zajednica Općine Selca

ključni dionik turističkog razvoja općine Selca, koji pruža usluge informiranja gostiju, ali i privatnih iznajmljivača i ugostitelja, te drugih turističkih dionika; sudjeluje u planiranju i promociji događanja u općini Selca; planira i provodi marketinške aktivnosti; kreira i distribuira promotivne brošure i druge materijale te radi na razvoju specijaliziranih događanja. Uredi turističke zajednice nalaze se u Sumartinu i Poveljima, a uspješnom provedbom projekta „Selca – kulturno srce Brača“ Turistička zajednica Općine Selca dobila bi prostor i u samim Selcima, omogućavajući tako pristup relevantnim informacijama gostima na području cijele općine. U kontekstu provedbe strategije turističkog razvoja, Turistička zajednica Općine Selca odgovorna je za koordinaciju svih turističkih dionika i interesnih strana, praćenje provedbe pojedinih aktivnosti, analizu uspješnosti strategije te izvještavanje.

#2 Općina Selca

jedinica lokalne samouprave mora financijski i logistički pratiti turistički razvoj vlastite destinacije, kroz osiguranje potrebnih ulaganja, unapređenje infrastrukture, ostvarivanje kontakta s potencijalnim investitorima, olakšavanje samog investiranja i nadzorom provedbe strategije razvoja. Kod manjih jedinica lokalne samouprave, kakva je općina Selca, često je turistički razvoj, kao i njegovo financiranje, neodvojivo od tekućih poslova općine, što istovremeno olakšava koordinaciju ključnih dionika, ali i otvara prostor za

#3 Privatni sektor

potencijalne sukobe, posebno u kontekstu definiranja prioriteta pri financiranju tekućih projekata. U tom smislu, nužno je ostvariti redovitu i otvorenu komunikaciju sa svim interesnim skupinama kako bi se zajednički definirali prioriteti, očekivani rezultati i način njihova ostvarenja. Općina ulaganjem u turistički razvoj višestruko profitira – kroz indirektno zapošljavanje u turizmu, kroz povećanje prihoda od turizma, kroz unapređenje lokalne infrastrukture koja onda automatski unapređuje i kvalitetu života u općini te tako smanjuje stopu iseljavanja, dok povećani prihodi općine otvaraju prostor za ulaganje u druge aspekte razvoja općine.

dok su prethodna dva dionika odgovorna za praćenje provedbe strategije, te koordinaciju, logistiku i financiranje turističkog razvoja, ovaj sektor odgovoran je za razvoj turističke ponude te praćenje turističkog razvoja odgovorom na iskazane potrebe posjetitelja. To podrazumijeva prilagodbu ponude uslužnih djelatnosti u turizmu, unapređenje kvalitete postojeće ponude, diversifikaciju turističkih proizvoda, povećanje broja i kvalitete smještajnih kapaciteta i slično. lokalni poduzetnici i obrtnici moraju pratiti promjene na turističkom tržištu, kontinuirano se educirati i raditi na unapređenju ponude te biti spreman na prilagodbe uslijed stalnih promjena kakve su karakteristične za ovo tržište.

#4 Organizacije civilnog društva i lokalna zajednica

konačno, lokalna zajednica, te organizacije civilnog društva, kao i aktivni pojedinci u zajednici, moraju ravnopravno sudjelovati u procesima provedbe turističke strategije, konstruktivno sudjelujući u osmišljavanju i provedbi različitih aktivnosti, posebice iz područja kulture i sporta. Kako je već istaknuto i u drugim strateškim dokumentima,

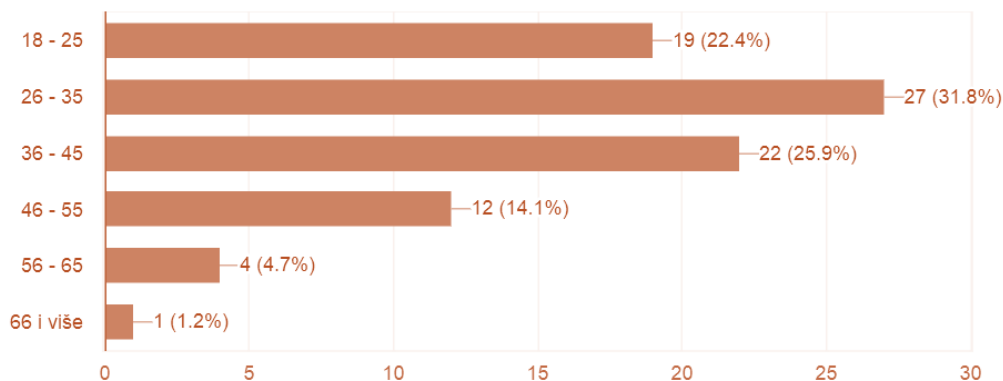
uloga ovih organizacija kao i istaknutih pojedinaca u lokalnoj zajednici, odgovornih za brojna kulturna i sportska događanja u općini Selca, posljednjih godina, nezamjenjiva je u dosadašnjem procesu očuvanja i prenošenja kulturne baštine i tradicije na nove generacije, kao i organizaciji čitavog niza sportskih događanja. Ovo je možda najvrjedniji resurs općine Selca u kontekstu ljudskih potencijala, kojeg valja pametno usmjeravati i podržavati, kako financijski tako i logistički.



3.4. Anketno istraživanje

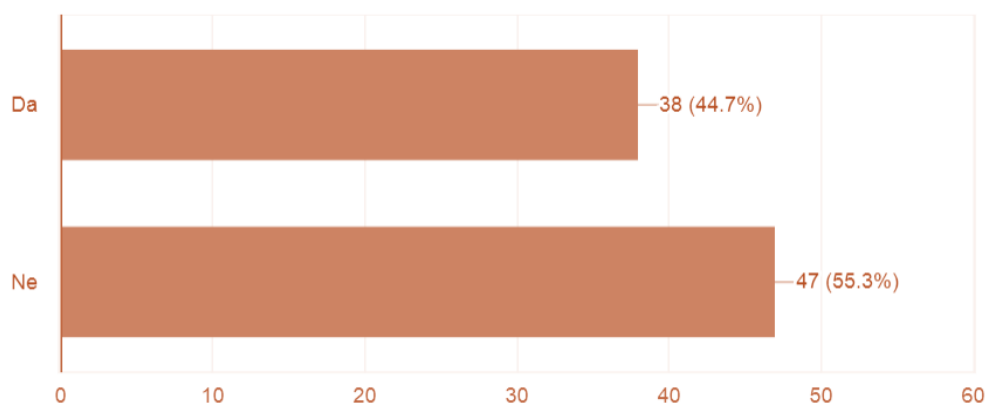
Anketno istraživanje, kao i fokus grupe koje su uslijedile, provedeno je s ciljem stjecanja uvida u lokalno promišljanje i stavove o razvoju turizma u općini Selca. U anketi je sudjelovalo ukupno 85 ispitanika, što čini 4.7% ukupne populacije općine Selca. U uzorku su gotovo ravnomjerno zastupljeni muškarci (51,8%) i žene (48,2%), a najveći broj ispitanika ima između 26 i 45 godina (57,7%), te je visoko obrazovano (74,1%) i stalno zaposleno (58,8%). Anketa je bila dostupna i u online i u tiskanom izdanju.

Grafikon 2 | Dob ispitanika



42

Grafikon 3 | Uključenost ispitanika u turističku aktivnost

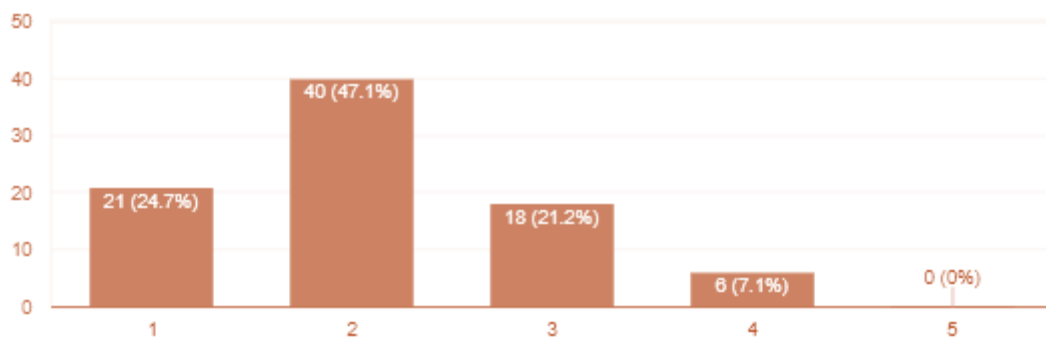


Nešto više od pola ispitanika nema direktne koristi od razvoja turizma u Selcima (55,3%), što daje uvid jednako u stavove onih koji su direktno uključeni u razvoj turizma, ali i onih koji od turizma nemaju direktne osobne koristi, ali na koje turizam

svakako utječe. Na taj način, dobiveni rezultati oslikavaju realnu sliku stanja turizma u Općini Selca, uključujući perspektive različitih dionika, koji turizam promišljaju i subjektivno i objektivno.

Prosječna ocjena stanja turizma u općini Selca iznosi 2,1 što znači da većina ispitanika izražava potpuno nezadovoljstvo načinom na koji se turizam trenutno razvija, odnosno, smatra da ga je potrebno unaprijediti. Ne čudi stoga ni rezultat koji govori kako su ispitanici najnezadovoljniji ponudom turističkog sadržaja tijekom pred i post sezone (1.5), cjelogodišnjom turističkom ponudom (1.6), te brojem i sadržajem tematskih plaža u općini Selca (1.8).

Grafikon 4 | Opća ocjena razvoja turizma



43

Upitani da direktno navedu najveći nedostatak općine Selca u kontekstu razvoja turizma, većina ispitanika navela je upravo lošu infrastrukturu, turističku ponudu, u sezoni i van sezone, ali i probleme s ljudskim kapacitetima. Svi odgovori sortirani su tematski u nekoliko kategorija: infrastruktura, neplanski razvoja, nedostatna ponuda, ljudski kapaciteti, nedostatna promocija. Svaku od ovih kategorija pobliže ćemo analizirati u nastavku kako bismo dobili širi kontekst postojećih problema u turističkom razvoju općine Selca, a posljedično i kvalitetan temelj za promjenu takvog stanja.

**PROBLEMSKO
PODRUČJE #1
INFRASTRUKTURA**

PROMET

- Prometna povezanost među mjestima
- Neuređen promet unutar naselja
- Prometne gužve
- Manjak parkirnih mjesta

U kontekstu infrastrukture, najviše se ističu problemi povezani s prometom – što nedostatnim prometnim poveznicama među naseljima, nedovoljnom količinom parkirnih mjesta, nedostatnom signalizacijom, ako i neuređenim prometovanjem kroz naselja. Posebno se ovaj problem ističe u jeku turističke sezone kada prometna infrastruktura ne može podnijeti količinu prometa koji se odvija što rezultira u nepropisnom parkiranju, velikim gužvama i općim nezadovoljstvom kako lokalnog stanovništva, tako i posjetitelja.

SMJEŠTAJNI KAPACITETI

Nedostatak hotela

Nedostatak smještajnih kapaciteta

44

Kao drugi najveći problem, ispitanici ističu nedostatak smještajnih kapaciteta, i to poglavito u kontekstu hotelskog smještaja, referirajući se na zatvorene hotele u Poveljima i Sumartinu, koji su ne samo neiskorišteni potencijal, već i vizualno nagrđuju turističku vizuru ovih naselja. Ispitanici ističu kako se bez hotelskih kompleksa u općini ne može graditi ozbiljna turistička priča, dok pojedini predlažu izgradnju apartmanskih naselja, sa zajedničkim bazenom i parkom. U svakom slučaju, problem manjka smještajnih kapaciteta predstavlja značajnu otegotnu okolnost u razvoju turizma općine Selca, a prema stavovima ispitanika.

NEDOSTATAK OSNOVNIH SADRŽAJA

Bankomati

trgovine (mesnice, trgovine mješovitom robom...)

restorani (slastičarnice...)

zabavni sadržaji (diskoteke, igrališta)

Treći najučestaliji problem jest nedostatak osnovnih sadržaja u naseljima, koji nisu nužno turističke prirode, ali značajno utječu na kvalitetu turističkog iskustva. Među odgovorima, najviše se ističe manjak trgovina, posebice onih s domaćim proizvodima, manjak bankomata, objekata sa zabavnim sadržajima te nedostatan broj restorana i drugih ugostiteljskih objekata.

PLAŽE

Manjak plaža

Loša uređenost plaža (nedostatak tuševa)

Nešto manji broj ispitanika naveo je manjak te neuređenost plaža kao negativne strane postojećeg stanja razvoja turizma u općini Selca. Pojedini ispitanici napominju i kako nedostaje tematskih plaža, što je svakako aspekt na kojem se ubuduće treba dodatno raditi.

NEDOSTATAK SIGNALIZACIJE

Među opće infrastrukturne probleme, ispitanici su uvrstili i manjak signalizacije, bilo prometne ili smeđe, odnosno turističke signalizacije. Pojedina kulturno važna mjesta nisu dobro ili uopće označena, a nema dovoljno ni uputa i smjernica do pojedinih lokacija koje bi mogle biti dio turističke ponude.

45

PROBLEMSKO PODRUČJE #2 NEPLANSKI RAZVOJ

NEPOSTOJANJE STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA U OPĆINI SELCA

NETRANSARENTNO TROŠENJE OPĆINSKOG NOVCA

financiranje ljetnih događanja

općenito financiranje aktivnosti u općini

NERAVNOMJERNO ULAGANJE OPĆINSKOG NOVCA

pojačano ulaganje samo u Sumartin

pojačano ulaganje samo u Selca

Kao jedan od značajnih problema razvoja turizma u Općini Selca, ističe se i nedostatak plana i smjernica za njegov razvoj. Ispitanici smatraju kako je strategija razvoja turizma nužna, ali ističu i potrebu jasnijeg financijskog planiranja te općenito transparentnijeg upravljanja financijama, a u kontekstu turizma. Ispitanici smatraju i kako se pojedina naselja u općini nejednako razvijaju, te kako je to posljedica nejednakog ulaganja u naselja. Posebno se ističe nezadovoljstvo razvojem mjesta Povelja u odnosu na Sumartin i Selca.

**PROBLEMSKO
PODRUČJE #3
NEDOSTATNA
PONUDA**

noćni život
sportski i avanturistički sadržaji
kulturalna ponuda
Gastronomija

Među najčešćim odgovorima nalazi se i ono o nedostatnoj turističkoj ponudi općine Selca. Pritom se ispitanici uglavnom referiraju na sadržaje koji podrazumijevaju noćnu zabavu (diskoteke, koncerti, i slično), sportske sadržaje i općenito avanturističku ponudu (biciklističke ture i slično), ponudu kulturnih sadržaja za sve generacije i profile turista, te konačno na gastronomsku ponudu koje po stavovima ispitanika izrazito manjka – i u smislu broja restorana, ali i ponude domaćih proizvoda u trgovinama, suvenirnicama i slično. Ispitanici smatraju kako je ponuda „tipska, osnovna, neoriginalna, pokušaj oponašanja trendova u turizmu“ i kako „općina nema autohtoni karakter“¹⁰.

46

**PROBLEMSKO
PODRUČJE #4
NEDOSTATNA
PROMOCIJA**

nedostatak planiranog marketinga
nedostatno oglašavanje i nedovoljna online prisutnost
neinformiranost posjetitelja
neključenost ponude općine Selca u ponudu turističkih
agencija

Marketing, odnosno nedostatak marketinga, također je prepoznat kao jedan od glavnih nedostataka u kontekstu smislenog turističkog razvoja. Ispitanici smatraju kako se općinu Selca dovoljno ne promovira, posebno ne online i na ciljanim tržištima. Smatraju i kako posjetitelji nisu dovoljno informirani o ponudi općine Selca, prije, ali i tijekom posjete destinaciji, a zamjeraju i što se ponuda ne nalazi u sklopu postojećih aranžmana različitih turističkih agencija. Ovo je svakako područje na kojem je potrebno intenzivno raditi, kako bi se privukla (i zadržala) željena klijentela.

¹⁰ Iz istraživanja.

**PROBLEMSKO
PODRUČJE #5
LJUDSKI
KAPACITETI**

MANJAK KOMUNIKACIJE I SURADNJE

između turističkih djelatnika i iznajmljivača
između općine i stanovništva

MANJAK KVALITETNOG KADRA

u općini
u turističkoj zajednici
općenito needuciranost žitelja

47 Konačno, vrlo važan element uspješnog turističkog razvoja svakako su i ljudski kapaciteti, bilo oni potrebni za kvalitetno brendiranje i pozicioniranje općine, ili oni koji direktno zadovoljavaju turističke potrebe. Da je ovaj segment važan, prepoznali su i ispitanici koji smatraju kako je velika prepreka budućem razvoju turizma upravo manjak komunikacije između djelatnika turističke zajednice i iznajmljivača. Ispitanici smatraju kako ni općina kao upravna jedinica ne komunicira dovoljno sa svojim stanovništvom, u smislu informiranja i izvještavanja o odlukama, a veliki problem ispitanici vide i u stručnost upravljačkog kadra na važnim pozicijama, kao i u turizmu generalno.

Možda najbolje sve navedene probleme objedinjuje odgovor jednog ispitanika, kojeg prenosimo u cijelosti:



Općina Selca nema razvijen turizam uopće. Prirodni resursi su ogromni, ali njima se nažalost upravlja na potpuno krivi način. Ili bolje rečeno - njima se ne upravlja. Manifestacije se održavaju u ljetnim mjesecima, i to uglavnom od 15.7. do 15.8. Postoji i ostatak godine kada bi i lokalno stanovništvo voljelo da im se ponudi kvalitetni sadržaj. Nekoliko (pre)skupih koncerata ljeti nije dovoljno. Turizam sam po sebi postoji samo u vidu nekoliko privatnih vila (uglavnom su vlasnici stranci) te još nekolicina privatnih iznajmljivača. Što je sa hotelima? Nekadašnji hoteli u Povljima, Sumartinu zjape prazni i služe da bi oni malobrojni gosti gledali nakaradne derutne zgrade koje su nekada bile prepune gostiju. Što se tiče plaža, na području općine Selca ih ima mnogo lijepih. Ali i na tom području je lokalna vlast iz nepoznatih razloga i sasvim nejasnih

dozvolila devastaciju pa tako svjedočimo "betonizaciji" pomorskog dobra. A da ne spominjemo javne plaže koje se smatraju "privatnima" jer se nečija kuća ili vila nalaze u neposrednoj blizini. Problema je mnogo, ali oni nisu nerješivi. Potrebno je samo početi na pravilan način upravljati već danim resursima¹¹.

Upitani da navedu koja je najveća prednost općine Selca u kontekstu razvoja turizma, ispitanici su identificirali sljedeće kategorije: očuvanost prirode, kulturnu baštinu, lokaciju, ljudski faktor te postojeće i potencijalne turističke resurse.

PREDNOST #1

OČUVANOST PRIRODE

48 Najviše odgovora na prethodno navedeno pitanje uključivalo je more, plaže, netaknutu prirodu i općenito privlačan krajolik koji predstavlja najbolje od „netaknutog Mediterana“. Ispitanici su posebno zadovoljni činjenicom da krajolik nije narušen pretjeranom izgradnjom i masovnim turizmom, da su plaže uredne i čiste, da ima mnogo manjih uvala, da je ambijent generalno ugodan i slikovit. Ova prednost otvara vrata čitanom nizu specijaliziranih turističkih sadržaja od biciklističkog, hiking, avanturističkog turizma, do odmorišnog, kupališnog i obiteljskog, a pojedini oblici sasvim prirodno nadopunjuju jedni druge i supostoje na istom području.

PREDNOST #2

LOKACIJA

Nastavno na prethodno, važna prednost općine Selca jest i njena lokacija, odnosno blizina kopna, koja omogućava povremeno uživanje u gradskoj vrevi Makarske, ali istovremeno i mir i opuštanje „bez prevelike gužve“, uz relativnu prometnu izoliranost. Ovdje je zanimljivo primijetiti kako se prethodno navedene mane pretvaraju u prednosti promjenom perspektive – prometna izoliranost sada je temelj za razvoj općine Selca kao mjesta idealnog za obiteljski, mirni i opuštajući odmor.

¹¹ Iz istraživanja

PREDNOST #3

KULTURNA I POVIJESNA BAŠTINA

49

Ispitanici su svjesni bogatstva kulturne i povijesne baštine općine Selca, premda ona nije dovoljno turistički valorizirana ni prezentirana, kao i njezinog potencijala da unaprijedi turističku ponudu same općine i ukupni doživljaj posjetitelja. Ovom se pitanju puno pažnje posvetilo u sklopu projekta „Selca – kulturno srce Brača“ (KK.06.1.1.01.0027), koji se financira iz bespovratnih sredstava Europskog fonda za regionalni razvoj, u sklopu Poziva na dostavu projektnih prijedloga „Priprema i provedba Integriranih razvojnih programa temeljenih na obnovi kulturne baštine“ u okviru Operativnog programa „Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020.“. Projektom se u fazi A prikuplja i izrađuje sva potrebna dokumentacija kako bi se revitalizirala, obnovila i u funkciju stavila sljedeća kulturna dobra: (1) Sklop kuća Didolić, (2) Park Tolstoj, (3) Crkva Krista Kralja, (4) Crkva Gospe od Karmela. Provedba navedenog projekta, a posebno faze B kojom se sve isplanirano u fazi A provodi u stvarnost, potpuno će promijeniti turističku, kulturnu, ekonomsku, ali i demografsku sliku općine Selca, a rezultati tog projekta bit će vidljivi tek po isteku vremena provedbe ove strategije zbog čega će njihove efekte valjati uzeti u obzir pri izradi sljedeće faze strategije razvoja turizma općine Selca.

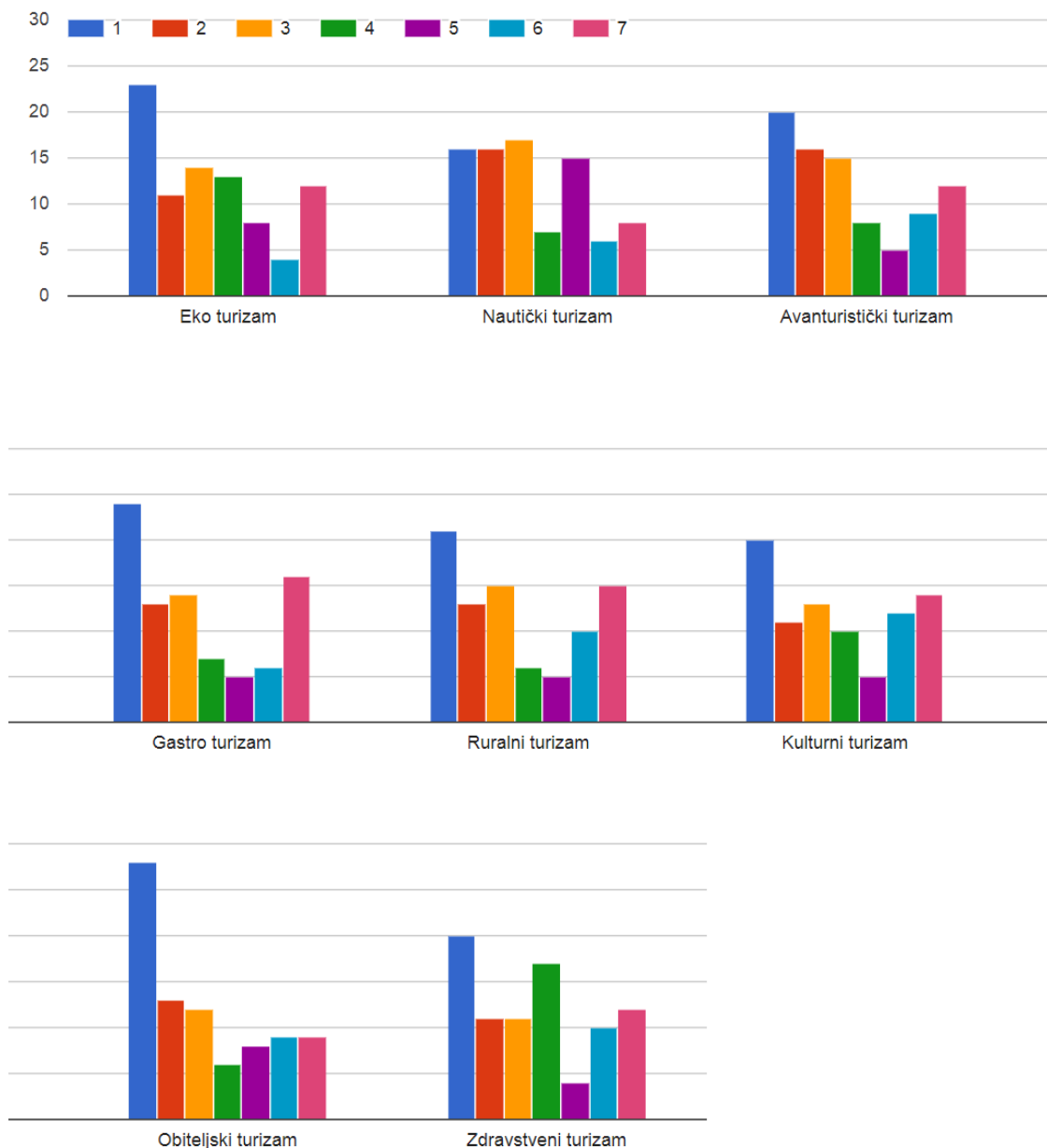
PREDNOST #4

LJUDSKI KAPACITETI

Premda su ljudski kapaciteti navedeni i kao nedostatak, odnosno problemsko područje i potencijalna prijetnja budućem razvoju turizma na području općine Selca, ovdje valja istaknuti vrijedne napore značajne grupe ljudi koja uglavnom na volonterskoj bazi provodi čitav niz aktivnosti od značaja za turistički razvoj, kao što su različita sportska i kulturna događanja, natjecanja, koncerti, predstave i slično, uz podršku turističke zajednice, općine i privatnika s područja otoka Brača. Ova kontinuirano iskazana namjera da se doprinese vlastitim radom i resursima uspješnijem razvoju društvenom kulturnom i sportskom, a posljedično i turističkom razvoju destinacije inspiracija je i u kontekstu provedbe ove strategije, koja, kao i svaki sličan dokument, bez kritične mase i sposobnih pojedinaca, ostaje samo mrtvo slovo na papiru.

Upitani da definiraju željeni smjer razvoj turizma u općini Sela, ispitanici su ovako ocijenili poželjni smjer razvoja, odnosno specifični oblik turizma koji žele da se razvija na području općine Selca:

Grafikon 5 | Ocjena specifičnih oblika turizma

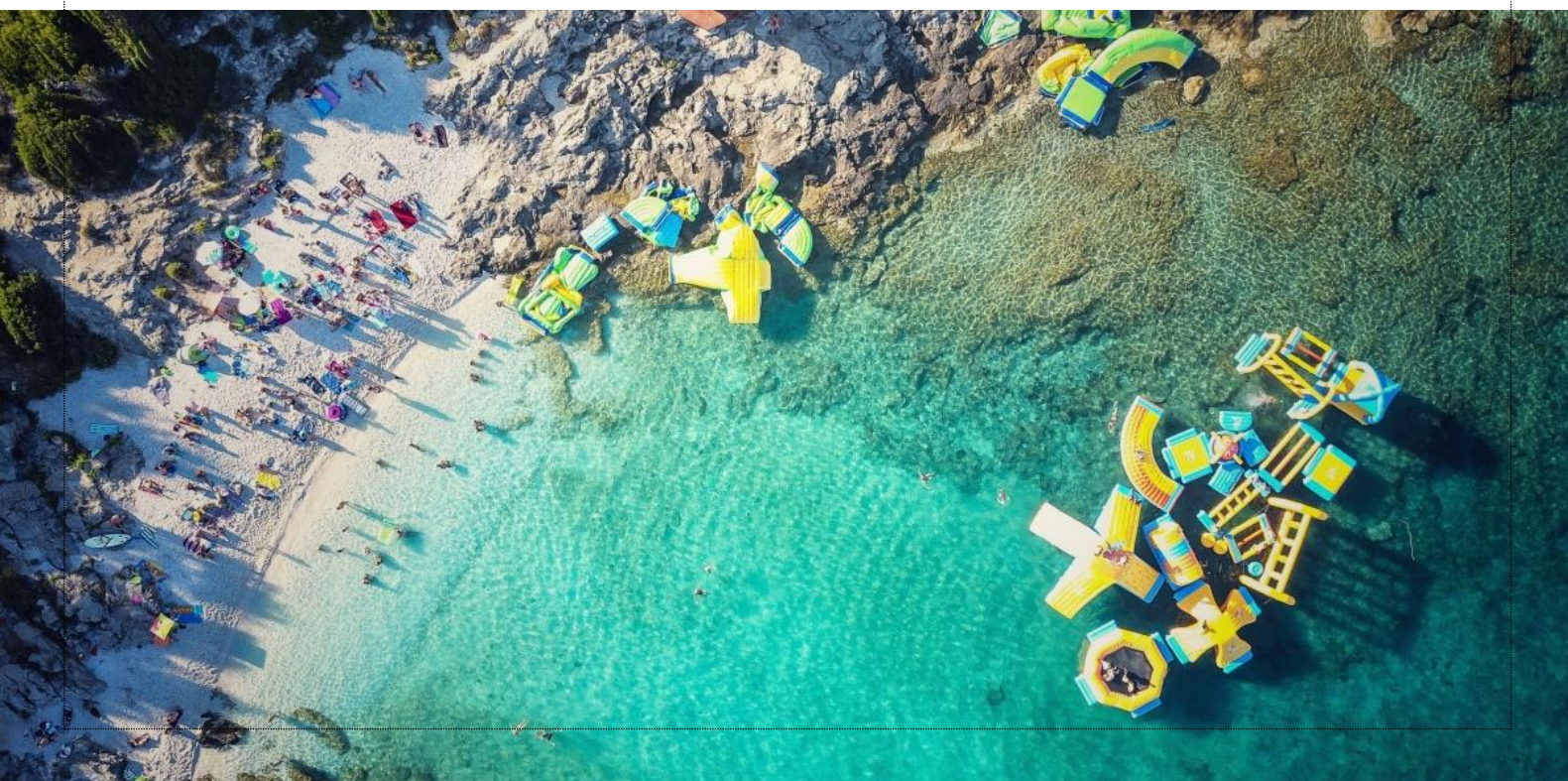


50

Najveću prosječnu ocjenu ispitanici su dodijelili kulturnom turizmu (3,7), potom ruralnom turizmu (3,6) te zdravstvenom (3,6), što ukazuje na određeni stupanj razumijevanja poželjnog smjera razvoja turizma koji je utemeljen na lokalnim posebnostima i njihovom racionalnom korištenju u turizmu, ali istovremeno i održiv te nenametljiv. Osim navedenih, ispitanici su kao još jedan od poželjnih smjerova razvoja naveli i sportski turizam, posebno cikloturizam. Ovdje ističemo jedan od komentara ispitanika, o sportskom turizmu:

“

Smatram da Općina ima idealne pretpostavke za razvoj uspješnog sportskog turizma. Svi uvjeti, zemljište i klimatski uvjeti pogoduju sportskim momčadima. Mislim da bi se trebalo raditi na sportskim terenima i hotelima koji bi privlačili sportske momčadi koje bi svoje pripreme obavljali u Općini Selca.



4 DEFINIRANJE VIZIJE DESTINACIJE

U ovom dijelu definiraju se osnovne smjernice budućeg turističkog razvoja, što uključuje definiranje vizije turističkog razvoja općine Selca, a iz čega se izvode ciljevi turističkog razvoja i odrednice upravljanja turizmom.

4.1. Vizija i misija turističkog razvoja destinacije

52

Vizija je definirana u skladu s rezultatima istraživanja kao i zaključcima održanih fokus grupa, uzimajući u obzir postojeće resurse općine Selca kao i prepoznate potencijale.

VIZIJA

Općina Selca najpoželjnija je destinacija kulturnog turizma u Dalmaciji, zahvaljujući strateški promišljenom i održivom upravljanju bogatom kulturnom i prirodnom baštinom, te očuvanom tradicijskom ambijentu u kojem se isprepliću kulturna i sportska ponuda destinacije.

Stvoriti održivu i međunarodno prepoznatu destinaciju kulturnog turizma koja potiče lojalnost posjetitelja te uživa podršku lokalnog stanovništva u suradnji s kojim osmišljava i realizira niz zanimljivih turističkih sadržaja.

MISIJA

4.2. Strateški ciljevi turističkog razvoja

#1 Revitalizacija nedovoljno razvijenih područja općine Selca

kroz stavljanje u funkciju prostora koji se prije nisu koristili u turističke svrhe, uvažavajući specifičnosti sredine; kroz priljev turista u mjesta koja inače nisu turistički dovoljno posjećena; kroz povećanje ekonomske aktivnosti u sredini u kojoj je ona manje razvijena.

#2 Povećanje turističke potrošnje

kroz kreiranje novih sadržaja, posebice u prostorima i na lokacijama u kojima ih prethodno nije bilo ili ih je bilo jako malo, kroz planiranje i implementaciju čitavog niza aktivnosti, što u sferi gastronomije, kulture, sporta i slično, a koji će privući posebnu klijentelu u destinaciju te pomaknuti viziju općine Selca od klasične turističke destinacije sunca i mora ka vrlo specijaliziranoj i konkurentnoj destinaciji u kojoj turisti imaju što vidjeti, raditi i gdje potrošiti novce te dobiti vrijednost za novac

#3 Poticanje lokalnog gospodarstva

prezentiranjem sadržaja malih otočkih poduzetnika, obrtnika i OPG-ova putem promotivnih materijala, u sklopu događanja, kao i kroz djelomično ili potpuno ukidanje ili smanjivanje visine najma javnih prostora za izlaganje i prodaju proizvoda; kroz poticanje razvoja lokalnog poduzetništva i obrtništva, kroz edukaciju i slično.

#4 Održivi razvoj istočne strane otoka

kroz sintezu svih ključnih elemenata omogućit će ravnomjerniji turistički razvoj ovog dijela otoka, potaknuti lokalnu proizvodnju, educirati lokalno stanovništvo, uključiti ga u planove i provedbu

Brača

aktivnosti, zaštititi i promicati kulturnu baštinu otoka, povezati različite dionike turističkog razvoja na način koji je dugoročno održiv.



5 MARKETINŠKA STRATEGIJA

Marketinška strategija obuhvaća definiranje ciljnih tržišta, ciljanih skupina, turističkih proizvoda te komunikacijske aktivnosti. Definiranje strateških smjernica uključuje i naputke za upravljanje brendom destinacije te pretpostavlja intenzivnu komunikaciju sa svim interesnim skupinama u destinaciji.

5.1. Ciljani tržišni segmenti

55 Kako bi se stekao uvid u razloge privlačnosti općine Selca pojedinim turističkim tržištima, u nastavku donosimo kratki pregled svakog od četiri najzastupljenija emitivna tržišta, s napomenom kako bi buduća strategija turističkog razvoja općine Selca pažnju trebala posvetiti pozicioniranju na drugim tržištima, te privlačenju turista iz, uvjetno rečeno, poželjnijih emitivnih tržišta. S obzirom na financijske i ljudske kapacitete općine, u ovom periodu se ne preporuča ulaganje u repositioniranje.

ČEŠKA

Hrvatska je tradicionalno jedna od najpopularnijih destinacija za češke turiste, izmjenjujući se na prvom mjestu sa Slovačkom, a udio putovanja u Hrvatsku povećao se 14,8% u 2017. u odnosu na 2016. godinu¹². Iz perspektive češkog tržišta, prednosti Hrvatske su „očuvanost prirode, bogata kulturna baština te odnos čeških turista prema Hrvatskoj kao prema tradicionalno omiljenoj destinaciji, odnosno percepcija hrvatskog Jadrana kao „češkog mora“ te olakšana jezična

¹² Češka – profil emitivnog tržišta, izdanje 2017, dostupno na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2017-12/%C4%8Ce%C5%A1ka_fin.pdf

POLJSKA

komunikacija¹³. Jednako tako, ističu i važnost dobro uređene mreže autocesta, s obzirom na to da putuju uglavnom automobilima. Nedostaci, s druge strane, očituju se „u mjestimičnoj percepciji čeških turista kao gostiju drugog reda, tj. u (...) poslovnoj politici prema češkim organizatorima putovanja koja je različita u odnosu na njemačke i druge organizatore putovanja sa „zapada“.“¹⁴. Jednako tako, povećanje cijena usluga, odnosno unapređenje ukupne kvalitete turističke destinacije znači i smanjenje dostupnosti ponude češkom tržištu. Prosječna potrošnja češkog turista na putovanju iznosi 505€, prosječno ostaju 8,2 dana, a najčešći motiv putovanja su rekreacija, odmor i slobodno vrijeme (84%).

Hrvatska je Poljacima četvrta po redu omiljena destinacija, a u prethodnoj godini, Hrvatsku je posjetilo 0,71 milijun Poljaka. Najčešće putuju zrakoplovom, a sve više putuju u individualnim aranžmanima - udjel individualnih putovanja povećan je na 66%¹⁵ u 2017., u odnosu na prethodnu godinu. Prosječno troše 523€ na putovanjima, a glavni motivi stranih putovanja bili su odmor i slobodno vrijeme (56,2%), posjet rodbini i prijateljima (31,2%) i poslovna putovanja (8%)¹⁶.

NJEMAČKA

Hrvatska nije među omiljenijim destinacijama za njemačkog turista, a njihove preferencije Hrvatska turistička zajednica sažima ovako: „1/3 Nijemaca ljetuje u Njemačkoj, 1/3 na Mediteranu, a na sve druge destinacije otpada zadnja trećina“¹⁷. Prosječna potrošnja po putovanju iznosi 983€, a na put preferiraju ići osobnim automobilom, ponajviše zbog sigurnosnih razloga i veće mobilnosti. Paket aranžmani su i

¹³ Ibid.

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Poljska – profil emitivnog tržišta 2017, dostupno na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-01/Poljska_fin.pdf

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Njemačka – profil emitivnog tržišta 2017, dostupno na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-01/Njema%C4%8Dka_fin.pdf

SLOVAČKA

dalje najpopularniji način organizirana putovanja, s prisutnim porastom i individualnih bukiranja. Šest je osnovnih grupa motiva za putovanje, a to su sljedeće: (1) opuštanje, (2) upoznavanje zemlje i lokalnog stanovništva/kulture, (3) sunce i plaža, (4) sport i zdravlje, (5) vrijeme s obitelji, (6) pustolovina i zabava¹⁸.

Hrvatska je Slovacima „generacijski omiljeno odredište – već godinama turistička destinacija broj jedan za provođenje obiteljskog godišnjeg odmora“¹⁹. Slovacima odgovara relativno dobra prometna dostupnost hrvatske obale, kao i njena razvedenost, čistoća, ekološka očuvanost. U Hrvatskoj se osjećaju sigurno, a kao glavne nedostatke ističu gužve na plažama, preveliki broj turista i nedovoljnu ponudu zabavnih sadržaja kao što su primjerice vodeni parkovi. Do destinacije preferiraju letjeti, uglavnom u paket aranžmanima, ali sve više i individualnim aranžmanima. Putuju uglavnom zbog rekreacijskog odmora na moru i sport a, posjeta rodbini i prijateljima, izleta, agroturizma i drugo. Trošak za godišnji odmor za jedan boravak prosječno iznosi od 450 do 1.000 eura po osobi²⁰.

Analizom strukture postojećih posjetitelja, te uzimanjem u obzir stavova lokalne zajednice o budućem turističkom razvoju, kao i tipologije predstavljene u Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, definirane su sljedeće ciljane skupine posjetitelja općine Selca:

OBITELJI S DJECOM

Ovaj tržišni segment ograničen je s nekoliko faktora - vremenom putovanja (putuju uglavnom samo za vrijeme školskih praznika i/ili vikendom), duljinom boravka (uvjetovano trajanjem

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Slovačka – pregled emitivnog tržišta, izdanje 2017, dostupno na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-01/Slova%C4%8Dka_fin.pdf

²⁰ Ibid.

MLADI

praznika), prihodima (cijene igraju odlučujuću ulogu u odabiru destinacije). Važan aspekt u odlučivanju je i postojeći sadržaj za djecu (primjerice igrališta), kao i popratna ponuda za djecu (specijalizirana događanja za djecu, ali i dostupnost dječjih potrepština, ukoliko se radi o manjoj djeci). Dominantni izvori informiranja o destinaciji su preporuke prijatelja i rodbine.

Ovaj tržišni segment također je cjenovno osjetljiv, a karakterizira ga raznolikost interesa, uživanje u lokalnoj kulturi, različitim sadržajima i načinima putovanja. Preferiraju jeftiniji smještaj kako bi više novca mogli potrošiti na doživljaje. Dominantni izvori informiranja o destinaciji su društvene mreže i internet stranice.

DINKS

Ovaj tržišni segment podrazumijeva aktivne, visoko obrazovane pojedince s većim prihodima, a bez djece, koji često putuju, uglavnom s ciljem stjecanja novih iskustava. Putuju tijekom cijele godine. Uživaju u različitim sadržajima u destinaciji, posebice specijalizirane ture, a dominantni izvor informiranja su lifestyle časopisi, internet stranice te preporuke prijatelja.

**EMPTY
NESTERS**

Ovaj turistički segment predstavljaju radno aktivni ljudi u dobi između 50 i 65 godina, čija su djeca odrasla. Putuju tijekom cijele godine, posebnu važnost pridaje udobnosti, skloni su wellness sadržajima, gastronomiji. Cijene im nisu ključne, na odmoru se vole nagrađivati, a odmor planiraju do detalja, te odrediše biraju sukladno preporukama prijatelja, informacijama dostupnim na internetu kao i na specijaliziranim turističkim portalima.

5.2. Proizvodni portfelj

Rast turističke potrošnje, kao i smanjenje sezonalnosti, posljedica su između ostalog, i razvoja novih specijaliziranih turističkih proizvoda, jer su dodatni specijalizirani sadržaji

razlog posjete poznatoj destinaciji i u periodima kada kupališni turizam nije prioritetni razlog za turistički boravak (Šerić, Pepur, Kalinić, 2011). Petrić ističe kako je upravo razvoj novih turističkih proizvoda ključan za osiguranje zadovoljavajuće razine turističkog rasta jer podrazumijeva povećanje kvalitete uslijed diversifikacije ponude, a ne povećanju kvantitete uslijed snižavanja cijena (Petrić, 2011).

Strategijom razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine definirano je ukupno 10 proizvodnih skupina unutar kojih bi se trebali smjestiti svi turistički proizvodi u navedenom periodu. Temeljem rezultata poduzetih analiza i istraživanja, donosimo u nastavku pregled preporučenih proizvodnih grupa i proizvoda za razvoj turizma u općini Selca.

SUNCE I MORE

Ovaj oblik turizma još će dugo biti jedan od dominantnijih motiva za dolazak turista u destinaciju, a „udio sunca i mora u ukupnom hrvatskom turističkom proizvodu već godinama ne pada ispod 85% fizičkog volumena s nešto manjim udjelom u prihodima (75 do 80%), s obzirom na njegovu prosječno nižu rentu uzrokovanu velikim kapacitetima obiteljskog smještaja u kućanstvima“ (Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, 2013, 8). No, turisti koji posjećuju istočnu stranu otoka Brača još uvijek su najčešće motivirani odmorom i turizmom sunca i mora, zbog čega je važno kontinuirano raditi i na zadovoljstvu turista u ovom segmentu – redovitim održavanjem plaža, ulaganjem u njihovo opremanje i slično, ali istovremeno radeći na ponudi ostalih sadržaja kupališnog turizma (primjerice aquaparkovi, animacijski programi za djecu i slično). Dakle, unatoč postepenom smanjenju značaja ovog proizvoda u ukupnoj turističkoj ponudi, on će i dalje biti njen važan dio i kao takvog ga se mora kontinuirano razvijati kroz zaštitu okoliša i očuvanje prirode.

PUSTOLOVNI

Općina Selca, kao uostalom i čitav otok Brač, ima kvalitetnu resursnu osnovu za poticanje razvoja ovog tipa turizma zbog

I SPORTSKI TURIZAM

čega se ovim dokumentom predlaže da se i dalje ulaže u sportski razvoj općine, kroz direktna ulaganja i/ili poticanje rada sportskih udruga na području općine. Trenutno, Općina Selca raspolaže različitim sportskim kapacitetima kao što su nogometno i malonogometna igrališta, sportska dvorana, staze za pješaćenje i bicikliranje, vaterpolo i košarkaški teren i drugo. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. predviđa kako će ovaj tip turizma osigurati prepoznatljivu poziciju Hrvatske u Europi, posebice u kontekstu ronjenja i kajaka na moru, a pojedini operatori već sad prijavljuju rast ove grupe proizvoda čak od 30% godišnje. Tu poziciji postići će zahvaljujući „iznimno raznolikim, očuvanim i nadasve lijepim prirodnim vrijednostima“, a održati ulaganjem u kvalitetu ponude, opremanje, standardizaciju usluge, razvoj natjecanja i manifestacija, dopunu ponude smještajnih kapaciteta prilagođenih potrebama pustolovnih i sportskih turista. Ovakav tip turizma ne zahtijeva prevelika infrastrukturna ulaganja, a za njim dokazano postoji velika potražnja, zbog čega se predlaže daljnja razrada turističkih sadržaja upravo u tom segmentu. Ovaj tip turizma uključuje, ali nije limitiran na: Ronjenje, Kajak, Ribolov, Sportske pripreme, Natjecanja, Cikloturizam, Avanturizam, Adrenalinski sportovi, Pješaćenje

KULTURNI TURIZAM

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020 ističe kulturni turizam kao jedan od najznačajnijih oblika turizma predviđajući sljedeće: „Temeljem ulaganja u razvoj palete inovativnih proizvoda kulturnog turizma te njihove intenzivnije i specijalizirane prodaje i promocije, Hrvatska je prepoznata kao novo, sadržajno i zanimljivo kulturno odredište. [...] revitalizacija i opremanje pojedinačnih objekata baštine (npr. UNESCO lokaliteti), vjerskih lokaliteta i mreža hodočasničkih putova te uvođenje proizvoda nove generacije

koji omogućuju kreativno izražavanje i interakciju posjetitelja s lokalnim ambijentom otvorili Hrvatskoj pristup novim potrošačkim segmentima. Na karti kulturnog turizma kontinentalna i primorska Hrvatska prepoznate su kao destinacije bogate kulturno-povijesne baštine s više od tisuću dvoraca, kurija i utvrda“ (Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, 2013, 8). Općina Selca poduzela je značajne korake u razvoju ovog oblika turizma na svom području, provedbom već spomenutog projekta „Selca – kulturno srce Brača“, a uspješnim apliciranjem za drugu fazu provedbe projekta osigurat će sve što je potrebno da bi se pozicionirala kao konkurentna destinacija kulturnog turizma u Hrvatskoj i šire. Do tada, u razvoju kulturnog turizma valja se oslanjati na postojeće, brojne i kvalitetne resurse, ponajprije tradiciju obrade kamena kao i industrijsku baštinu povezanu s njom te bogatu gastronomsku ponudu otoka Brača. Već sada općina Selca obiluje brojnim umjetničkim djelima, zanimljivim pričama i legendama koje mogu poslužiti za kreiranje zanimljivih kulturnih ruta, ali i umjetničkih radionica, kolonija i slično. Kao i kod drugih oblika turizma, izuzev onog „sunca i mora“, nužno je raditi na proširenju turističke ponude van turističke sezone – povećanjem broja manifestacija tijekom cijele godine, revitalizacijom postojećih kulturnih resursa i njihovom uspješnijom promocijom na domaćem i stranom tržištu. Ovaj tip turizma uključuje, ali nije limitiran na: Turizam baštine, Događanja, Gastronomija, Kreativni turizam, Vjerski turizam.




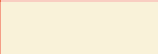
RURALNI TURIZAM

Odabirom ruralnog turizma kao poželjnog smjera razvoja turizma na području općine Selca, ispitanici su pokazali kako su svjesni resursnog bogatstva vlastite sredine, ali i u tijeku sa suvremenim globalnim turističkim trendovima koji ukazuju na povećanje potražnje za očuvanim krajolicima, prirodnim

okruženjem, tradicionalnim proizvodima i zdravim životom. Osnovu ovog tipa turizma čine proizvodnja tradicionalnih proizvoda, isticanje tradicije, tradicijske gastronomije i kulturne baštine. U kontekstu općine Selca, ovaj tip turizma može se temeljiti na velikom broju zaseoka od povijesnog značenja za općinu, a koji predstavljaju idealan primjer autohtonog tradicijskog krajolika s velikim potencijalom za razvoj ruralnom turizmu komplementarnih oblika turizma – gastronomskog, enološkog, cikloturizma i drugih. Posjetitelji općine Selca tako mogu uživati i sudjelovati u različitim aktivnostima kao što su primjerice berba maslina, proizvodnja vina, rakije i drugih lokalnih proizvoda. Osim što mogu degustirati različite proizvode i sudjelovati u njihovoj proizvodnji, posjetitelji tako mogu dobiti i vrijedne *insajderske* informacije o životu na otoku Braču, što će ih približiti samoj destinaciji i učiniti njihovo iskustvo boravka intenzivnijim, sadržajnijim i zanimljivijim, dok će istovremeno pozitivan učinak imati i na lokalnu zajednicu koja čuva vlastiti identitet i tradiciju kroz umjerenu turističku interpretaciju i predstavljanje.

Tablica 11 | Sažetak proizvodnog portfelja općine Selca

PROIZVODNA GRUPA	CILJANE SKUPINE			
	Obitelji s djecom	Mladi	DINKS	Empty nesters
Sunce i more	Primarni segment	Primarni segment	Tercijarni segment	Tercijarni segment
Pustolovni i sportski turizam	Tercijarni segment	Primarni segment	Primarni segment	Tercijarni segment
Kulturni turizam	Tercijarni segment	Tercijarni segment	Primarni segment	Primarni segment
Ruralni turizam	Tercijarni segment	Tercijarni segment	Tercijarni segment	Primarni segment

Primarni segment  Tercijarni segment 
 Sekundarni segment  Segment nije relevantan 

6 AKCIJSKI PLAN RAZVOJA TURIZMA

Akcijskim planom obuhvaćeni su svi projektni prijedlozi koje je potrebno provesti kako bi se ranije definirani ciljevi turističkog razvoja općine Selca i realizirali. Za svaki projektni prijedlog se jasno definira opis projektnih aktivnosti, ciljevi projektnog prijedloga, područje obuhvata, nositelj projekta, projektni partneri, razdoblje provedbe te ocjena prioriteta.

64 6.1. Sažetak projekta i područja aktivnosti

U tablici koja slijedi donosimo pregled problemskih područja te predloženih rješenja, s rokovima izvršenja.

Tablica 12 | Popis problemskih područja, problema i rješenja

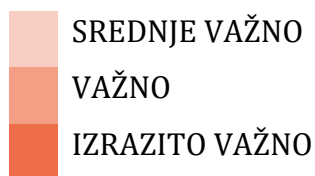
PROBLEMSKO PODRUČJE	PROBLEM	RJEŠENJE	PROIZVODNA GRUPA	IZVRŠITELJ	PRIORITET	RB
INFRASTRUKTURA	PROMET	Prometna povezanost među naseljima u općini Selca	<i>Razvoj i dovršenje sustava javnih cesta</i>	SVI	OS	1
			<i>Organizacija prijevoza između mjesta</i>	SVI		
		Parkirna mjesta	<i>Kreiranje parkirališta i sustava naplaćivanja u svakom naselju</i>	SVI	OS	3

KA	SMJEŠTAJ	Nedovoljna razvijenost nautičkog turizma i pomorska povezanost	<i>Gradnja i uređenje luka nautičkog turizma: Selca, Žaganj dolac</i>	PST	OS	4
			<i>Gradnja i uređenje sportskih luka: Povlja, Sumartin, Radonja (Selca-Sumartin) i Puntinak</i>	PST	OS	5
		Prometna regulacija	<i>Postavljanje prometnih znakova</i>	SVI	OS	6
			<i>Uvođenje ljetne regulacije prometa – zabrana parkiranja i prometovanja na ključnim lokacijama (npr. glavni trg u Selcima)</i>	SVI	OS	7
		Nedostatak hotelskog smještaja	<i>Olakšavanje uvjeta za investiranje</i>	SVI	OS	8
			<i>Rješavanje imovinskopravnih odnosa</i>	SVI	OS	9
	<i>Difuzni hotel</i>		KT, PST	TZOS, OS, PS, PI	10	
	Nepreglednost prikaza postojećih kapaciteta	<i>Standardizacija pregleda smještajnih kapaciteta na internet stranicama</i>	SVI	TZOS	11	
	Manjak kvalitetnog smještajnog kapaciteta u privatnom aranžmanu	<i>Informiranje i edukacija lokalnog stanovništva o mogućnostima bavljenja iznajmljivanjem smještaja</i>	SVI	TZOS, PS, PI	12	
	PLAŽE	Neopremljenost plaža	<i>Unapređenje ponude kupališnog turizma i prilagodba osobama s invaliditetom</i>	SM	TZOS, OS	13
		Neuređenost plaža	<i>Uspostava sustava upravljanja plažama</i>	SM		14
	SIGNALIZ	Nepostojanje smeđe signalizacije	<i>Identifikacija, interpretacija te označavanje važnih turističkih resursa</i>	SVI	TZOS	15

PLANSKI RAZVOJ TURIZMA	UREĐENOST	Manjak opće turističke signalizacije	<i>Postavljanje turističke signalizacije, posebno smjerokaza do plaža</i>	SVI	TZOS	16
			<i>Uređenje javnih površina u skladu s tradicijskim krajolikom</i>	RT, KT	TZOS, OS	17
	NEPROMIŠLJANJE RAZVOJA	Nepostojanje strateškog planiranja razvoja turizma Općine Selca	<i>Izrada strategije turističkog razvoja općine Selca – kontinuirana provedba</i>	SVI	OS, TZOS	18
		FINANCIRANJE	Neravnomjerno ulaganje u razvoj naselja	<i>Izrada plana ulaganja u turistički razvoj pojedinih naselja</i>	SVI	OS, TZOS, PS, OCD
	Netransparentno financiranje turističkih događanja		<i>Provođenje javnog poziva za financiranje kulturnih i sportskih događanja</i>	PST, KT		20
	SPORTSKI SADRŽAJI	Nedostatak ponude sportskim aktivnostima, nemogućnost najma različite opreme i slično	<i>Organizacija sportsko-rekreativnih događanja, natjecanja</i>	PST	PS, OCD, TZOS	21
<i>Mogućnost najma i/ili servisiranja sportske opreme</i>			PST	PS	22	
GASTRONOMIJA		Manjak (kvalitetnih) restorana	<i>Privremeno smanjenje visine najma javnih površina</i>	KT, RT	OS	23
		Nedovoljna promocija lokalne gastronomije	<i>Organizacija tematskih događanja u gastronomiji</i>	KT, RT	TZOS, PS, OCD	24
	<i>Promocija autohtonih bračkih jela i ugostiteljskih objekata koji ih nude</i>		KT, RT	TZOS, PS, OCD	25	
	Nepovezanost lokalnih proizvođača i turističkog sektora	<i>Edukacija lokalnih OPG-ova, osmišljavanje i kreiranje turističkih sadržaja koji će integrirati poljoprivredu i turizam</i>	KT, RT	TZOS, PS, OCD	26	

POP RATNI SADRŽAJI	Nedostatak trgovina različite namjene	<i>Privremeno smanjenje visine najma javnih površina</i>	SVI	OS	27		
	Nedostatak izletničkih tura	<i>Osmišljavanje i izvođenje različitih vrsta izleta po općini i šire</i>	PST, RT	TZOS, PS	28		
	Manjak ponude lokalnih suvenira	<i>Osmišljavanje i izrada lokalnih suvenira</i>	SVI	TZOS, PS	29		
	Općenito	<i>Uređenje i opremanje biciklističke staze i šetnice na trasi Selca-Rasotica-Sumartin</i>	PST	OS	30		
	Nepostojanje tržišta lokalnih proizvoda	<i>Otvaranje trgovine lokalnim proizvodima</i>	KT, RT	TZOS, OS, PS	31		
	KULTURNI SADRŽAJI	Nepostojanje središta kulturnih zbivanja	<i>Provedba faze A projekta uređenja Didolića dvora</i>	KT	OS	32	
		Nedovoljna kulturna ponuda i promidžba	<i>Razvoj i promidžba kulturnih manifestacija (npr. padanje vojnika)</i>	KT	TZOS, OCD	33	
	TURISTIČKA PROMIDŽBA	OPĆA PROMOCIJA	Neinformiranost posjetitelja	<i>Izrada turističke brošure i popratnih promotivnih materijala</i>	SVI	TZOS	34
			Neuključenost ponude općine Selca u ponudu turističkih agencija	<i>Povećanje vidljivosti turističkih proizvoda</i>	SVI	TZOS	35
			Manjak planiranog marketinga	<i>Izrada marketinškog plana</i>	SVI	TZOS	36
Nedostatno oglašavanje i nedovoljna online prisutnost			<i>Aktivna promocija na društvenim mrežama</i>	SVI	TZOS	37	
SPECIJALIZIRANA PROMOCIJA			<i>Jačanje brenda Run Brač</i>	PST	TZOS, PS, PI, OCD, OS	38	
		<i>Jačanje brenda istočne strane otoka Brača</i>	SVI	TZOS	39		

LJUDSKI KAPACITETI	EDUCIRANOST	Nedostatak stručnog kadra u turizmu	<i>Kontinuirana edukacija turističkog kadra Općine Selca i sudjelovanje na relevantnim radionicama, seminarima, konferencijama</i>	SVI	TZOS	40
	KOMUNIKACIJA I SURADNIA	Neuključenost lokalnog stanovništva u donošenje i provedbu odluka vezanih uz turizam	<i>Izrada i redovito slanje newslettera s ciljem informiranja lokalne zajednice o aktualnostima</i>	SVI	TZOS, OCD, OI, PS	41
		Neinformiranost lokalnog stanovništva o suvremenim turističkim trendovima	<i>Kontinuirana edukacija i informiranje lokalnog stanovništva</i>	SVI		42



68

PI	Privatni iznajmljivači
TD	Turistički dionici
OS	Općina Selca
TZOS	Turistička zajednica Selca
OCD	Organizacije civilnog društva
PS	Privatni sektor
<hr/>	
SM	Sunce i more
PST	Pustolovni i sportski turizam
KT	Kulturni turizam
RT	Ruralni turizam

6.2. Opis predloženih aktivnosti

Tablica 13 | Opis predloženih aktivnosti

	RJEŠENJE	OPIS	RB
PROMET	INFRASTRUKTURA		
	Razvoj i dovršenje sustava javnih cesta	Ova aktivnost element je strateškog plana razvoja općine Selca, no važna je i u kontekstu turističkog razvoja, zbog čega ju je nužno i ovdje navesti. Izvršenje ove aktivnosti pratit će se u kontekstu krovne strategije razvoja općine Selca.	1
	Organizacija prijevoza između mjesta	Kao privremeno rješenje problema parkiranja, ali i prometne (ne)povezanosti među mjestima, predlaže se uvođenje sustava javnog prijevoza između naselja, tijekom turističke sezone, sufinancirano javnim sredstvima. To bi podrazumijevalo najam autobusa koji bi frekventnije od postojećih autobusnih linija povezivao naselja na području Općine Selca, s voznim redom prilagođenim ljetnim događanjima, ali i drugim potrebama lokalnog stanovništva.	2
	Kreiranje parkirališta i sustava naplaćivanja u svakom naselju	Izniman problem predstavlja i manjak parkirnih mjesta, u svim naseljima. U Poveljima je prošle sezone kreirano parkiralište s ukupno 30 mjesta, na Puntima. U Sumartinu, prema sudionicima fokus grupa, ne postoji prostor koji bi mogao biti iskorišten za nova parkirna mjesta. Do kraja primjene ove strategije, preporučuje se izgradnja, uređenje i opremanje novih parkirališta u tri najveća naselja, uz uključenu mogućnost naplate parkinga.	3
	Gradnja i uređenje luka nautičkog turizma: Selca, Žaganj dolac	U pomorskom prometu planira se daljnje proširenje, uređenje, modernizacija i dogradnja potrebnih sadržaja	4
Gradnja i uređenje sportskih luka: Povelja, Sumartin, Radonja (Selca-Sumartin) i Puntinak	morskih luka otvorenih za javni promet lokalnog značaja u Poveljima i Sumartinu, uređenje postojećih i gradnja novih luka posebne namjene	5	

Postavljanje prometnih znakova	<p>Jedan od problema na koji su ispitanici ukazali tijekom anketnog istraživanja jest i nedovoljna prometna signalizacija u naseljima i između naselja, pa se ovim dokumentom predviđa revizija postojeće prometne signalizacije te tamo gdje je potrebno, postavljanje novih prometnih znakova i uputa.</p>	6
Uvođenje ljetne regulacije prometa	<p>Predlaže se uvođenje zabrane parkiranja i prometovanja na ključnim lokacijama (npr. glavni trg u Selcima) kako bi se spriječili prometni kolapsi i ograničavanje kretanja pješaka te kako bi se oslobodili prostori za organizaciju različitih događanja i aktivnosti.</p>	7
Olakšavanje uvjeta za investiranje	<p>Općina Selca mora poticati izgradnju novih hotelskih smještajnih kapaciteta visoke kvalitete, koji će osigurati i proširenje turističko-ugostiteljskih i ostalih sadržaja te podignuti razinu kvalitete turističke ponude čitave općine.</p>	8
Rješavanje imovinskopravnih odnosa	<p>To prije svega podrazumijeva već spomenuto rješavanje imovinsko pravnih odnosa, ali i olakšavanje uvjeta za investiranje potencijalnim ulagačima.</p>	9
Difuzni hotel	<p>Obnova i stavljanje u funkciju postojećih objekata (napuštenih i/ili zapuštenih), koji će okrupnjivanjem (zajedno s odabranim postojećim, uređenim smještajnim kapacitetima) pod zajedničkim brendom dati novu vrijednost ponudi smještajnih kapaciteta na području općine Selca. Difuzni hoteli revitaliziraju naselja kroz poticanje razvoja autentičnih usluga ispreplićući ponudu smještaja sa gastronomskom, kulturnom, povijesnom i sportskom ponudom destinacije.</p>	10
Standardizacija pregleda smještajnih kapaciteta na internet stranicama	<p>Turistička zajednica Općine Selca mora provesti standardizaciju prikaza smještajnih kapaciteta na svojim internet stranicama, kako bi potencijalnom gostu pojednostavila proces pretraživanja i odabira, a iznajmljivaču povećala turistički promet.</p>	11
Informiranje i edukacija lokalnog	<p>Nužno je redovito informiranje i educiranje lokalnog stanovništva o zakonskim odredbama, pravima i obvezama</p>	12

stanovništva o mogućnostima bavljenja iznajmljivanjem smještaja

privatnih iznajmljivača, kao i o različitim kanalima promocije vlastitih smještajnih kapaciteta. Iako su ispitanici i sudionici fokus grupa iskazali zadovoljstvo popunjenošću svojih kapaciteta u sezoni, valja to zadovoljstvo proširiti i na druga razdoblja, ponajprije pred i post sezonu.

Unapređenje ponude kupališnog turizma i prilagodba osobama s invaliditetom

Sve uređene mjesne plaže bi trebale zadovoljiti minimalne tehničke uvijete propisane nacionalnim programom upravljanja i uređenja plaža, a to su kako slijedi: info ploča, čistoća mora, čistoća plaže, pitka voda, tuševi, sanitarni objekti, tende za presvlačenje, marker plutače, ležaljke i suncobrani, spasioci i oprema za spašavanje, dostupna oprema za prvu pomoć, WI-FI, parkiralište, protupožarni sustavi, minimalno jedan ugostiteljski objekt iz skupine „restorani“ i „barovi.

13

Uspostava sustava upravljanja plažama

Sustav upravljanja plažama treba biti temeljen na važećim dokumentima povezanim s ovom tematikom, te u skladu s relevantnim standardima, primjerice Plava zastava, BARE itd. Sustav upravljanja jasno definira smjernice za uređenje plaža, te načine postizanja i ostvarenja minimalnih tehničkih uvjeta na postojećim plažama i planiranim. Potrebno je definirati i načine razvoja raznolikije i kvalitetnije ponude kupališnih sadržaja. Jednako tako, nužno je definirati stroge kriterije za plaže koje se dodjeljuju u koncesiju o načinima njihova korištenja, i kontrole korištenja, a sukladno nacionalnom programu upravljanja i uređenja plaža te posebnom pažnjom usmjerenom na nosive kapacitete plaže.

14

Identifikacija, interpretacija te označavanje važnih turističkih resursa

Nužno je napraviti popis kulturnih, prirodnih i drugih turističkih resursa općine Selca, s pripadajućem opisom, kako bi se stavili u funkciju turizma i prezentirali na prikladan način. Turistički resursi čine temelj za izgradnju turističkog destinacijskog proizvoda, pa bi, s ciljem uspješnog plasmana proizvoda, trebalo poduzeti sljedeće:

15

1. Označiti najvažnije atrakcije interpretacijskim panoima
2. Izraditi bazu turističkih resursa s pripadajućim

Postavljanje turističke signalizacije, posebno smjerokaza do plaža

opisima na najmanje dva jezika, za korištenje u promociji destinacije

3. Izraditi kartografski prikaz prostornog položaja najvažnijih turističkih resursa
-

Unaprijeđenje postojeće turističke signalizacije bi doprinijet će lakšem snalaženju turista u prostoru, kao i lakšem samostalnom obilasku destinacije, a to prije svega obuhvaća i postavljanje smjerokaza do plaža, kao i interpretacijskih panoa i oznaka za prethodno spomenute turističke resurse. Odabirom boja, dimenzija i dizajna valja obratiti pažnju na prikladno uklapanje u postojeći krajolik.

16

Uređenje javnih površina u skladu s tradicijskim krajolikom

Uređenje javnih površina na području općine Selca podrazumijeva redovitu i kontinuiranu brigu za stanje fasada javnih, ali i privatnih objekata, potom brigu za hortikulturno uređenje destinacije, stanje oglasnih ploča i drugih prostora na kojima se provodi bilo koji vid informiranja posjetitelja, potom brigu za čistoću i uređenost javnog namještaja (klupa, koševa za smeće i slično), i drugo. Svi budući postupci uređenja javnih površina moraju voditi računa o korištenju prirodnih elemenata i onih koji se tradicionalno koriste na tom području, kao i o konačnom dizajnerskom obliku i rješenju koje vizualno mora biti kompatibilno s ostatkom destinacije.

17

	RJEŠENJE	OPIS	RB
NEPROMIŠLJANJE RAZVOJA	Izrada strategije turističkog razvoja općine Selca – kontinuirana provedba	Strategija turističkog razvoja ključni je dokument čija provedba podrazumijeva izvršenje određenih aktivnosti kojima se ostvaruju ciljevi strategije te se dugoročno mijenjaju turistički pokazatelji u smjeru u kojem provoditelji strategije žele, a temeljem prethodnih unutarnjih i vanjskih analiza u koje su uključeni podjednako članovi lokalne zajednice, predstavnici turističkih dionika, jedinice lokalne samouprave i ostalih zainteresiranih strana. Sami ispitanici istaknuli su kako je potrebno „da se donese strateški dokument kojem će cilj biti postići cjelogodišnju turističku ponudu, a ujedno revitalizirati zapuštene dijelove općine i uključiti brojna seoska domaćinstva i opg-ove“ u turističku ponudu. Ove smjernice i preporuke temelj su ovog strateškog dokumenta te aktivnosti koje se ovdje razlažu.	18
		Izrada plana ulaganja u turistički razvoj pojedinih naselja	Jedan od često ponavljajućih komentara ispitanika odnosio se na problem centralizacije turističkih nastojanja, odnosno na nedovoljno pažnje posvećene drugim naseljima u općini Selca, u odnosu na Selca. Ispitanici smatraju kako su nužni bolja komunikacija među mjestima u općini, te zajednički projekti u vezi sa povećanjem sadržaja. Jedan od takvih projekata je svakako Run Brač koji može poslužiti kao pozitivan primjer uključivanja različitih mjesta u jedan turistički proizvod. Kako bi se osigurala decentralizacija turističkih ulaganja, ovim se dokumentom predlaže izrada godišnjih planova ulaganja u turistički razvoj pojedinih naselja, imajući u vidu realne vremenske rokove, kao i financijske kapacitete za izvršenje planiranih ulaganja, postojeće stanje u pojedinim naseljima, prethodna ulaganja u određena naselja i slično, a sve s ciljem osiguravanja ravnomjernog i održivog turističkog razvoja svih mjesta u općini Selca.
FINANCIRANJE	Provođenje javnog poziva za financiranje	Kako bi se osiguralo transparentno financiranje javnih događanja i manifestacija, ne samo u službi turizma, već	20

**kulturnih i
sportskih
događanja**

općenito, nužno je provesti i transparentan proces dodjele financijskih sredstava organizatorima tih događanja. Do sada nije postojao strukturirani način dodjele sredstava što su neki ispitanici istaknuli kao kritični trenutak u kojem postoji mogućnost malverzacije. Kako bi se takve situacije u budućnosti izbjegle, predlaže se objavljivanje javnog poziva za financiranje kulturnih i sportskih događanja, svake godine u isto vrijeme, u post sezoni, kako bi se ostavilo dovoljno vremena za analizu prijave, dodjelu sredstava, a potom i organizaciju samih događanja. Ono što je nužno jest implementirati i način praćenja izvršenja obveza organizatora događanja i manifestacija, kroz pisana opisna i financijska izvješća. Na ovaj način kontrolira se kvaliteta čitavog procesa te profesionaliziraju aktivnosti organizacija civilnog društva, te drugih pravnih osoba korisnika sredstava.

	RJEŠENJE	OPIS	RB
SPORTSKI SADRŽAJI	Organizacija sportsko-rekreativnih događanja, natjecanja	Postojeća ponuda sportskih događanja na području općine Selca je na zadovoljavajućoj razini, no problem je što ona ovisi isključivo o motivaciji lokalnih sportskih udruga i pojedinaca, te jednako tako i o njihovim ograničenim i vremenskim i financijskim i organizacijskim mogućnostima. Stoga je nužno profesionalizirati organizaciju sportsko-rekreativnih događanja i natjecanja, po uzoru na Run Brač, kako bi se potaknulo uključivanje posjetitelja u sama događanja, kao gledatelja, ali i kao sudionika i natjecatelja. Ovo uključuje i pravovremenu promociju događanja.	21
		Mogućnost najma i/ili servisiranja sportske opreme	Razvoj sportskih sadržaja u destinaciji, a koja su dio turističke ponude, mora nužno uključivati i postojanje mogućnosti za servisiranje sportske opreme, a posebno njen najam. Trenutno u općini Selca ne postoji takva usluga, stoga bi općina Selca trebala poticati otvaranje obrta i/ili poduzeća koja bi takvu uslugu nudila. Jedan od načina na koje to može činiti jest i privremeno smanjenom visinom najma prostora za otvaranje objekta za najam i servisiranje sportske opreme.
GASTRONOMIJA	Privremeno smanjenje visine najma javnih površina	Kako bi se motiviralo lokalno stanovništvo na unapređenje kvalitete gastronomske ponude, jedna od mjera koju općina Selca može primijeniti jest smanjenje visine najma javnih površina, odnosno prostora u kojima se ugostiteljski objekti nalaze ili mogu nalaziti, a kako bi se ostavilo prostora za financijsko ulaganje u povećanje raznolikosti i kvalitete ponude. Pritom, općina Selca mora razviti kriterije kojima uvjetuje razvoj lokalne gastronomske scene na način da potiče tradicionalnu gastronomsku ponudu, korištenje lokalnih proizvoda i slično.	23
		Organizacija tematskih događanja u gastronomiji	S ciljem aktivnije promocije lokalne gastronomije, ali i razvoja turističke ponude općine Selca, nužno je kreirati sadržaje koji će motivirati kako lokalno stanovništvo, odnosno turističke dionike, tako i posjetitelje, na konzumiranje raznolikijih turističkih sadržaja, poticati

**Promocija
autohtonih
bračkih jela i
ugostiteljskih
objekata koji ih
nude**

domaću proizvodnju i stvoriti prostor za njeno buduće brendiranje u kontekstu turizma specijalnih oblika.

Objedinjenom marketinškom akcijom Turistička zajednica općine Selca treba promovirati lokalne ugostiteljske objekte koji nude tradicionalna bračka jela i koriste lokalne proizvode lokalnih proizvođača, te tako poticati i ostale ugostitelje da u svojim jelovnicima više prostora daju upravo domaćim jelima. Ovi postupci dugoročno će imati koristi na više aspekata – na zadovoljstvo posjetitelja koji očekuje probati nešto što nema priliku jesti u drugim turističkim destinacijama (primjerice, brački vitalac, tortu hrapočusa, ali i domaći sir, maslinovo ulje i slično), potom na razvoj lokalne poljoprivrede i OPG-ova čiji će proizvodi postati vitalni dio ponude ugostiteljskih objekata, na ukupnu kvalitetu turističke ponude istočne strane otoka Brača te konačno na poslovanje ugostiteljskih objekata.

25

**Edukacija
lokalnih OPG-ova,
osmišljavanje i
kreiranje
turističkih
sadržaja koji će
integrirati
poljoprivredu i
turizam**

U svim aspektima turističkog razvoja nužna je suradnja različitih dionika, a posebno u aspektu gastronomije. Cjeloviti pristup turističkom razvoju mora uključivati i suradnju s lokalnim proizvođačima koji moraju postati vitalan dio turističke ponude, ne samo u gastronomskom smislu. Stoga je nužno redovito i kontinuirano educiranje lokalnih proizvođača o različitim temama kao što su marketing, brendiranje, ekološka proizvodnja i slično, a s onima koji pokazuju interes ili postojeći kapacitet, nužno je razvijati i specijalizirane turističke proizvode koji će integrirati poljoprivredu i turizam, u obliku novih turističkih sadržaja – izleta, etno-eko lokaliteta, agroturizma i slično. Ovdje veliki potencijal iskazuju upravo Selački zaseoci koji svojim jedinstvenim tradicionalnim uređenjem i poviješću čine idealnu podlogu za razvoj ruralnog turizma.

26

**Privremeno
smanjenje visine
najma javnih
površina**

S obzirom na manjak određenih turističkih sadržaja u općini Selca, a koji su posljedica mnogih čimbenika (depopulacije, nedovoljnom razvijenošću lokalnog poduzetništva i obrtništva, visokih troškova života i poslovanja i drugo),

27

**Osmišljavanje i
izvođenje
različitih vrsta
izleta po općini i
šire**

potrebno je kreirati mjere kojima će se poticati otvaranje novih obrta i poduzeća, kreiranje novih turističkih sadržaja i drugo. Jedna od mjera koju ovdje spominjemo na više mjesta jest upravo privremeno smanjenje visine najma javnih površina i prostora u kojima se mogu potencijalno razvijati nove djelatnosti.

Ispitanici su u upitniku kojim se ispitivao opći stav o razvoju turizma u općini Selca, dali sljedeće prijedloge unapređenja turističke ponude (a koji nisu navedeni u nekim od prethodnih ili budućih kategorija):

- × Organizacija izleta u zaseoke, uz jahanje konja i organizirani ručak
- × Vožnje bagijem
- × Paintball
- × Uređenje i opremanje adrenalinskog parka u napuštenom kamenolomu
- × Zip line u Voščici

28

Ovi prijedlozi mogu poslužiti kao inspiracija poduzetnicima u općini (ili onima koji to tek planiraju postati), kako bi znali kreirati turističke sadržaje i programe koji odgovaraju lokalnim potrebama, ali i turističkoj potražnji.

**Osmišljavanje i
izrada lokalnih
suvenira**

Ova aktivnost mora uključivati lokalne poduzetnike, posebice kad se u obzir uzme bogata klesarska baština i tradicija otoka Brača, a posebice ovog dijela. Na taj način stvara se autohtoni imidž destinacije i njene promocije. Već razvijena djelatnost izrade suvenira od bračkog kamena pokazala se lukrativnim izvorom prihoda za bračke klesare, te motivator mladima za bavljenje ovom djelatnošću. Konkurentska pozicija općine Selca može se unaprijediti osmišljavanjem unikatnih suvenira koji ne repliciraju postojeće niti referiraju na one izrađene u Kini. Organizacijom i provedbom natječaja za osmišljavanje i izradu lokalnih suvenira uvodi se inovativan pristup turističkom razvoju općine Selca, s obzirom na to da takvi postupci do sada nisu bili zabilježeni u drugim bračkim destinacijama. Suveniri odabrani ovim natječajem moraju

29

	<p>biti autentični, od lokalnih materijala, originalni i utemeljeni u tradiciji područja. Suveniri mogu biti dekorativni – koji sadržavaju vizualna obilježja destinacije, ili funkcionalni – koji sadržavaju elemente života i proizvodnje destinacije, primjerice vino, ulje, sir i drugo.</p>	
	<p>Jedan od prioriteta u sklopu krovne strategije razvoja općine Selca jest „Razvoj i obnova prometne infrastrukture“, a mjera kojom se taj prioritet postiže jest „Uređenje biciklističkih i pješačkih staza“. Na tu se mjeru nastavlja i ova aktivnost, koja podrazumijeva uređenje i opremanje biciklističke staze i šetnice na trasi Selca – Rasotica – Sumartin, kojom bi se na još jedan način povezala ova dva naselja, kreirao novi turistički sadržaj u općini Selca te motiviralo posjetitelje na istraživanje cijele destinacije. Ova aktivnost ne završava samim otvaranjem trase biciklističke staze i šetnice, već ona podrazumijeva kontinuirano ulaganje u njeno održavanje, redovito provjeravanje oštećenosti same staze, a dugoročno i opremanje punktova za osvježavanje i slično.</p>	30
Uređenje i opremanje biciklističke staze i šetnice na trasi Selca-Rasotica-Sumartin		
	<p>U sklopu provedbe projekta „Selca – kulturno srce Brača“ planira se otvaranje trgovine lokalnim proizvodima i suvenirima, a njeno otvorenje ovisno je o natječaju putem kojeg će se financirati druga faza projekta, a čije otvaranje se očekuje početkom 2019. godine.</p>	31
Otvaranje trgovine lokalnim proizvodima		
	<p>Provedbom faze A projekta „Selca – kulturno srce Brača“ stvorit će se temelji za kvalitetnu valorizaciju i prezentaciju kulturne i povijesne baštine općine Selca, na suvremen način. Ovo uključuje i valorizaciju arheoloških lokaliteta te njihovo uklapanje u turističku ponudu općine Selca kao i kreiranje čitavog niza novih turističkih sadržaja.</p>	32
Provedba faze A projekta obnove Didolića dvora		
	<p>Manifestacije su turistički sadržaj za kojim potražnja kontinuirano raste, dok ponuda najčešće ne uspijeva pratiti to povećanje. Manifestacije doprinose ukupnoj kvaliteti boravka turista u destinaciji, a i sve su značajniji motivator dolaska turista, posebice onih koji destinaciju posjećuju više puta. U općini Selca postoji dobra podloga postojećih</p>	33
Razvoj i promidžba kulturnih manifestacija		

manifestacija koje se odvijaju u sklopu Kulturnog i Sportskog lita, a čiji nositelji su sportske i u manjem obimu kulturne organizacije, te istaknuti pojedinci. No, ono što je problematično jest njihova izrazita sezonalnost i koncentriranost u dva ljetna mjeseca, kao i orijentiranost primarno lokalnom stanovništvu. Ovdje je važno istaknuti kako je zadovoljenje potreba lokalnog stanovništva podjednako važno kao i zadovoljenje potreba posjetitelja, zbog čega omjer manifestacija mora biti ravnomjeran. Jednako tako, nužno je selektivno odabrati one manifestacije koje mogu najbolje unaprijediti turističku promidžbu destinacije, zadovoljiti potrebe posjetitelja te ih motivirati na ponovni posjet destinaciji te u njih usmjeriti dodatne napore, kako u smislu financijske, marketinške, tako i organizacijske podrške. Nužno je povećati broj manifestacija koje prezentiraju lokalnu kulturu i tradiciju, primjerice različite tipove jednodnevnih, uglavnom večernjih događanja kao što su ribarske noći, gastronomski festivali i slično, organizirani u suradnji s lokalnim ugostiteljima i proizvođačima. Poseban potencijal kulture u vidu manifestacija leži u njihovom potencijalu privlačenja posjetitelja van turističke sezone, zbog čega ovdje upućujemo na nužnost turističke valorizacije do sada turistički neistraženih kulturnih elemenata života općine Selca, kao što je primjerice tradicija padanja vojnika koja se odvija van sezone. Ovakva događanja trebaju biti bolje valorizirana i predstavljena potencijalno zainteresiranim posjetiteljima, a posebna pažnja mora biti posvećena očuvanju važnosti ovog događanja za lokalno stanovništvo, kao i njezine autentičnosti, odnosno lokalna kultura i tradicija ne smiju biti komodificirane i narušene uključivanjem u turističku ponudu.

RJEŠENJE	OPIS	RB
TURISTIČKA PROMIDŽBA		
Izrada turističke brošure i popratnih promotivnih materijala	Potrebno je izraditi turističke vodiče kako bi se prezentiralo kulturno – povijesnu baštinu općine Selca, ugostiteljske, zabavne i ostale sadržaje, putem tiskanih medija i drugih materijala.	34
Povećanje vidljivosti turističkih proizvoda	Kombinacijom različitih elemenata promocije koji su zasebno navedeni u ovim aktivnostima, radit će se na povećanju vidljivosti turističkih proizvoda, a jedan od njih je kvalitetno označavanje objekata i lokaliteta koje se želi približiti turistima. Ova aktivnost podrazumijeva izradu turističke signalizacije za obilježavanje ključnih elemenata kulturno-povijesne baštine općine Selca	35
Izrada marketinškog plana	Izrada i implementacija marketinškog plana koji objedinjuje i nadograđuje se na komunikacijsku strategiju razvijenu u sklopu projekta „Selca – kulturno srce Brača“. Takav plan mora uključivati mjerljive pokazatelje uspješnosti, konkretan plan aktivnosti, rokove za njihovo izvršavanje te odgovorne pravne i fizičke osobe. Sukladno komunikacijskoj strategiji, predložene su sljedeće aktivnosti: Izrada narativa za potrebe interpretacije kulturne baštine; Izrada vizualnih materijala; Izrada nove internet stranice projekta i aplikacije; Unapređenje postojeće internet stranice; Izrada i postavljanje unificirane interpretacije; Unapređenje turističke ponude; Presentacija projekta turističkim agencijama; Predstavljanje kulturne baštine medijima; Digitalno oglašavanje; Društveni marketing; Usluge odnosa s javnošću; Svečano otvorenje Didolića dvora i javno predstavljanje cjelokupnog projekta; Sudjelovanje na sajmovima; Kreiranje prezentacijskog postava kulturne baštine općine Selca.	36
Aktivna promocija na društvenim mrežama	Prethodno izrađeni marketinški plan mora uključivati i jasan plan promocije destinacije na društvenim mrežama, ponajprije na Facebooku, Instagramu i Twitteru, trima dominantnim društvenim mrežama koje turisti koriste.	37

**Jačanje brenda
Run Brač**

Promocija na društvenim mrežama mora uključivati vizualne i druge sadržaje prožete odabranim vizualnim identitetom destinacije, te predstavljati smislenu promidžbu na trima platformama, prilagođenu ciljanim tržištima, i odabirom teksta, vizuala, kao i jezikom te plasmanom.

Od utrke Run Brač valja učiniti prepoznati sportski i turistički sadržaj općine Selca, koji podjednako uključuje i promovira sva naselja u općini, kreirajući sadržaje koji će posjetitelje privući da u destinaciji borave prije i poslije same utrke. Utrku valja izmjestiti postepeno van turističke sezone, a poželjno u predsezonu, te njome označiti početak proširenja turističke sezone u općini Selca.

38**Jačanje brenda
istočne strane
otoka Brača**

Kako bi se objedinila turistička promidžba čitave destinacije, upućuje se provoditelje ove strategije na kreiranje brenda istočne strane otoka koji će pod svoj imaginarij okupiti sva pripadajuća naselja općine Selca kao i sve kulturne i povijesne specifičnosti ove strane otoka.

39

	RJEŠENJE	OPIS	RB
EDUCIRANOST	Kontinuirana edukacija turističkog kadra Općine Selca i sudjelovanje na relevantnim radionicama, seminarima, konferencijama	Kako bi se unaprijedilo upravljanje turističkim razvojem općine Selca, nužno je kontinuirano raditi i na unapređenju znanja i vještina onih koji njime upravljaju. Djelatnici turističke zajednice moraju biti upoznati sa suvremenim turističkim trendovima kako bi mogli znati usmjeriti i po potrebi izmijeniti određene planove i aktivnosti, te se tako prilagoditi promjenama na tržištu. Ove edukacije uključuju, ali nisu limitirane na: društveni i digitalni marketing, izradu projektnih prijedloga, različite turističke konferencije, radionice, sajmove, studijska putovanja i slično.	40
	Izrada i redovito slanje newslettera s ciljem informiranja lokalne zajednice o aktualnostima	Jedan od jednostavnijih i praktičnijih načina informiranja turističkih dionika i ostalih zainteresiranih pojedinaca jest putem baze elektroničkih adresa koja će biti korištena za periodično i redovito informiranje o aktualnostima iz svijeta turizma i s turizmom povezanim zakonima, pravilnicima, obvezama. Baza email adresa mora biti usklađena s GDPR-om te mora postojati mogućnost isključenja korisnika iz baze, po zahtjevu. Predložene teme su: primjeri dobre prakse (iz ugostiteljstva, privatnog smještaja i slično); marketinški savjeti i trendovi (u promociji privatnog smještaja, turističkih agencija i slično); obvezama privatnih iznajmljivača (primjerice isticanje cjenika, uplata godišnjih paušala, članarina i slično).	41
KOMUNIKACIJA, SURADNJA	Kontinuirana edukacija i informiranje lokalnog stanovništva	Brojni ispitanici istaknuli su kako je važno educirati lokalno stanovništvo, potaknuti ih da razvijaju široku socijalnu, kulturnu i gospodarsku bazu lokalne zajednice, smatrajući kako turizam treba biti nadgradnja lokalnoj ekonomiji i zajednici, ne njegova osnova, kako gospodarski tako i kulturno. Ovo podrazumijeva edukacije o suvremenim trendovima u turizmu, kako bi lokalni turistički dionici mogli uskladiti svoje turističke aktivnosti sa postojećim trendovima, potom o aktualnim natječajima za financiranje razvoja privatnog smještaja, turističkih manifestacija, razvoja	42

turističkih proizvoda i drugo. Edukacije moraju biti kontinuirane, održavati se van turističke sezone, biti inovativne, koncizne i aktualne.

Predloženi tijek edukacija je sljedeći:

1. Informiranje turističkih dionika i zainteresirane javnosti o strategiji razvoja turizma i ključnim aktivnostima;
2. Definiranje načina provedbe aktivnosti koje su predmet strategije razvoja turizma u općini Selca, a koje se odnose na turističke dionike, odnosno u kojima oni imaju ključnu ulogu;
3. Evaluacijski sastanci s ciljem praćenja provedbe strategije te po potrebi izmjena aktivnosti strategije
4. Specijalizirane radionice o posebnim oblicima turizma (npr. gastro turizam, ruralni turizma itd.), o marketingu i slično.



6.3. Vremenski plan provedbe aktivnosti

Plan implementacije aktivnosti podrazumijeva prikaz vremenskog perioda tj. godišnjeg intenziteta implementacije predviđenog broja projekata. U tablici koja slijedi donosimo prijedlog vremenskih rokova za provedbu prethodno definiranih aktivnosti, uz napomenu kako izvršenje pojedinih aktivnosti uvelike ovisi o angažmanu uključenih interesnih skupina zbog čega je podložno promjenama.

Tablica 14 | Kronologija aktivnosti provedbe Strategije turističkog razvoja općine Selca

AKTIVNOST		2018	2019	2020	2021	2022	2023
Osmišljavanje i izrada lokalnih suvenira	TP1						
Standardizacija pregleda smještajnih kapaciteta na internet stranicama	I						
Izrada turističke brošure i popratnih promotivnih materijala	TP2						
Izrada marketinškog plana	TP2						
Provedba faze A projekta uređenja Didolića dvora	TP1						
Izrada strategije turističkog razvoja općine Selca – kontinuirana provedba	PR T						
Kreiranje parkirališta i sustava naplaćivanja u svakom naselju	I						
Postavljanje prometnih znakova	I						
Unapređenje ponude kupališnog turizma i prilagodba osobama s invaliditetom	I						
Uspostava sustava upravljanja plažama	I						
Identifikacija, interpretacija te označavanje važnih turističkih resursa	I						
Uređenje i opremanje biciklističke staze i šetnice na trasi Selca-Rasotica-Sumartin	TP1						
Edukacija lokalnih OPG-ova, osmišljavanje i kreiranje turističkih sadržaja koji će integrirati poljoprivredu i turizam	TP1						
Postavljanje turističke signalizacije,	I						

posebno smjerokaza do plaža					
Izrada plana ulaganja u turistički razvoj pojedinih naselja	PR T				
Razvoj i promidžba kulturnih manifestacija (npr. padanje vojnika)	TP1				
Organizacija prijevoza između mjesta	I				
Difuzni hotel	I				
Gradnja i uređenje luka nautičkog turizma: Selca, Žaganj dolac	I				
Gradnja i uređenje sportskih luka: Povlja, Sumartin, Radonja (Selca-Sumartin) i Puntinak	I				
Otvaranje trgovine lokalnim proizvodima (Provedba faze A projekta uređenja Didolića dvora)	TP1				
Privremeno smanjenje visine najma javnih površina	TP1				
Jačanje brenda Run Brač	TP2				
Razvoj i dovršenje sustava javnih cesta	I				
Olakšavanje uvjeta za investiranje	I				
Rješavanje imovinskopravnih odnosa	I				
Mogućnost najma i/ili servisiranja sportske opreme	TP1				
Provođenje javnog poziva za financiranje kulturnih i sportskih događanja	PR T				
Promocija autohtonih bračkih jela i ugostiteljskih objekata koji ih nude	TP1				
Organizacija tematskih događanja u gastronomiji	TP1				
Uvođenje ljetne regulacije prometa – zabrana parkiranja i prometovanja na ključnim lokacijama (npr. glavni trg u Selcima)	I				
Informiranje i edukacija lokalnog stanovništva o mogućnostima bavljenja iznajmljivanjem smještaja	I				
Uređenje javnih površina u skladu s tradicijskim krajolikom	I				
Organizacija sportsko-rekreativnih događanja, natjecanja	TP1				
Osmišljavanje i izvođenje različitih	TP1				

vrsta izleta po općini i šire						
Povećanje vidljivosti turističkih proizvoda	TP2					
Aktivna promocija na društvenim mrežama	TP2					
Jačanje brenda istočne strane otoka Brača	TP2					
Kontinuirana edukacija turističkog kadra Općine Selca i sudjelovanje na relevantnim radionicama, seminarima, konferencijama	LJK					
Izrada i redovito slanje newslettera s ciljem informiranja lokalne zajednice o aktualnostima	LJK					
Kontinuirana edukacija i informiranje lokalnog stanovništva	LJK					

- I** INFRASTRUKTURA
- PRT** PLANSKI RAZVOJ TURIZMA
- TP1** TURISTIČKA PONUDA
- TP2** TURISTIČKA PROMIDŽBA
- LJK** LJUDSKI KAPACITETI

6.4. Mjerenje napretka

Kako bi se mogao pratiti napredak provedbe strategije razvoja turizma na području općine Selca, definirani su ključni pokazatelji uspješnosti, a koji su usklađeni s ciljevima same strategije, te su ujedno i mjerljivi. Pokazatelji su usklađeni s drugim relevantnim strateškim dokumentima, kao što su plan upravljanja kulturnim dobrima, komunikacijska strategija za provedbu projekta obnove kulturne baštine, te krovna strategija razvoja općine Selca.

Tablica 15 | Popis mjerljivih pokazatelja s objašnjenjem

POKAZATELJ	POČETNO STANJE	PLANIRANO STANJE	OPIS
Povećana online prisutnost i vidljivost općine Selca	GOOGLE 139.000 FACEBOOK 1533 INSTAGRAM 116	300.000 20.000 5.000	Početno stanje definirano je na dan 8. kolovoza 2018. godine, a očekuje se značajno povećanje internet prisutnosti općine Selca do isteka roka provedbe ove strategije.
Povećan broj noćenja i dolazaka turista	N 14%	18%	Trenutačni rast broja posjetitelja iznosi 18% godišnje, a očekuje se kontinuirani rast do 22%, kao posljedica provedbe aktivnosti iz strategije razvoja turizma, kao i pratećih projekata. Jednako tako, očekuje se porast broja noćenja sa 14% na 18% jer se broj smještajnih kapaciteta neće značajno mijenjati, već će se dolasci rasporediti i van glavne turističke sezone.
Broj novih kulturno-turističkih sadržaja	0	10	Do okončanja perioda provedbe strategije očekuje se kreiranje najmanje 10 novih kulturno – turističkih programa i aktivnosti, nadopunjujući postojeće planove i ljetne programe.
Broj novih turističkih proizvoda na području Općine Selca u	0	5	Očekuje se kreiranje najmanje 5 novih turističkih proizvoda koji će komplimentirati postojeće aktivnosti i planove, primjerice izleta i slično.

**roku od pet
godina**

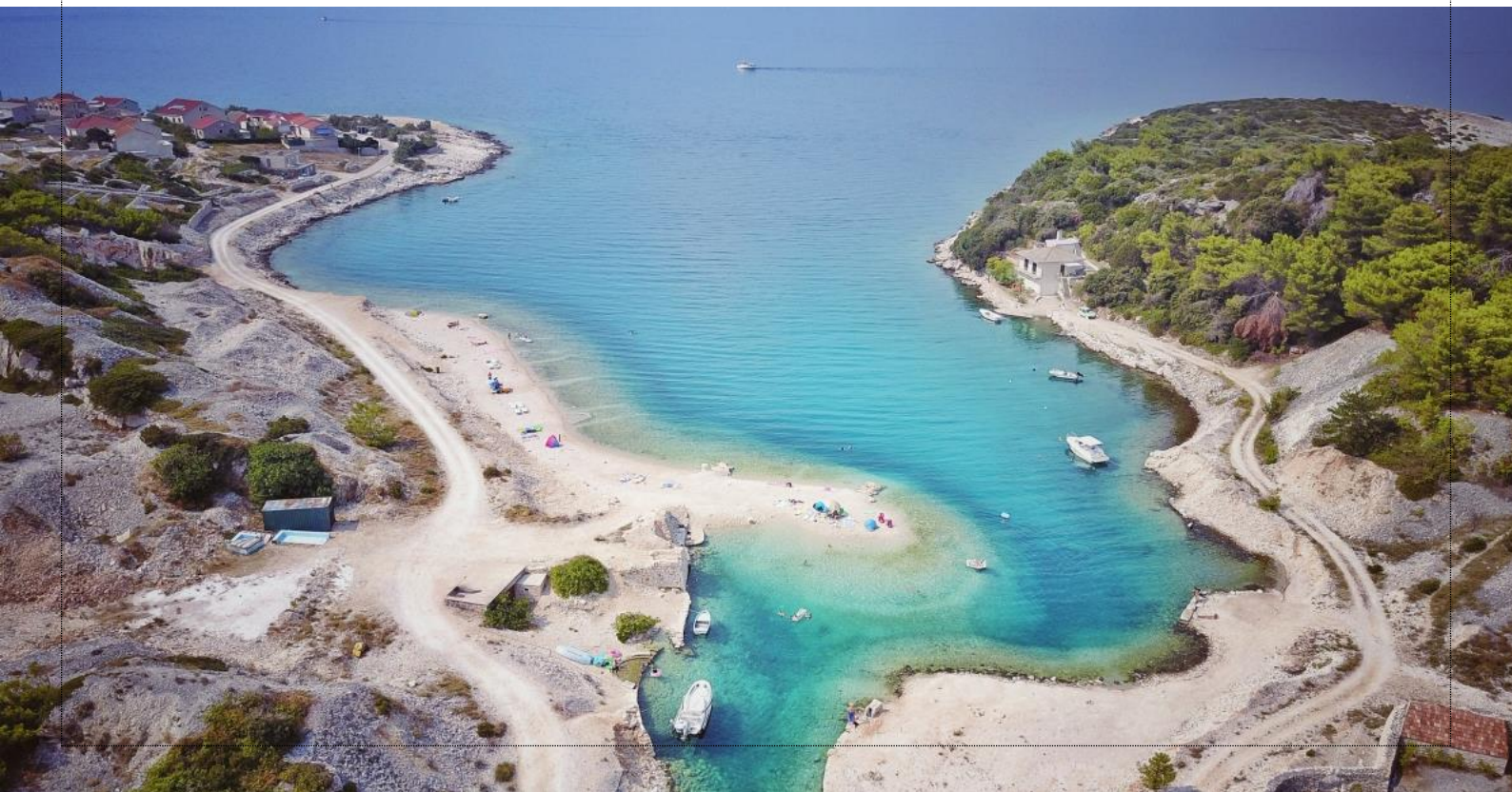
**Izrađena i
postavljena
turistička
signalizacija**

0

15

Postavljeno najmanje 15 ploča s
oznakama i opisima važnih kulturnih i
turističkih resursa

Preporučuje se redovito održavanje sastanaka s interesnim skupinama kako bi se osiguralo pravovremeno provođenje aktivnosti definiranih ovim dokumentom kao i postizanje zadovoljavajućih rezultata.



7 ZAKLJUČAK

Ovaj dokument produkt je evaluacije postojećih resursa i kapaciteta, bilo ljudskih ili financijskih, te se u njegovom kreiranju nastojalo dovoljno pažnje posvetiti što širem kontekstu turističkog razvoja, na način da se prve riješe one stvari koje će direktno i pozitivno utjecati na opće stanje turističkog razvoja i turističke pokazatelje općine Selca – broj noćenja i dolazaka, turističku potrošnju i slično. Dokumenti koji će uslijediti, u razdoblju po završetku provedbe ove strategije, trebaju se detaljnije fokusirati na razvoj specifičnih priča i brandova svakog od naselja u sklopu općine Selca te razradu pojedinačnih akcijskih planova. Ovaj dokument to ne čini, već se fokusira na rješavanje postojećih problema kao i kreiranje kvalitetnih uvjeta za budući turistički razvoj cjelokupne destinacije. Provedba aktivnosti predloženih u poglavlju 6 ovog dokumenta donijet će vidljive i konkretne rezultate na kojima se može graditi uspješna turistička priča istočne strane otoka Brača. Takva priča ovisi prije svega o ljudskim kapacitetima te se još jednom upućuje na provoditelje strategije na razvoj i poticanje suradnje različitih turističkih dionika i lokalne zajednice kako bi se u svakoj situaciji našlo za zajednicu najpovoljnije rješenje.

8 POPIS PRILOGA

8.1. Popis grafikona

Grafikon 1 Kretanje broja stanovnika u Općini Selca od 1921. do 2011.	18
Grafikon 2 Dob ispitanika	42
Grafikon 3 Uključenost ispitanika u turističku aktivnost	42
Grafikon 4 Opća ocjena razvoja turizma	43
Grafikon 5 Ocjena specifičnih oblika turizma	50

8.2. Popis tablica

Tablica 1 Stanovništvo prema naseljima, popis 2011.	18
Tablica 2 Stanovništvo prema starosti, popis 2011.	19
Tablica 3 Stanovništvo staro 15 i više godina prema najvišoj završenoj školi, prema popisu stanovništva iz 2011. godine	19
Tablica 4 Dolasci turista na Braču u periodu od 2013. do 2017. godine	20
Tablica 5 Noćenja turista na Braču u periodu od 2012. do 2017. godine	21
Tablica 6 Prosječna duljina boravka turista (domaćih i inozemnih) u destinaciji	21
Tablica 7 Promet turista po zemlji porijekla	22
Tablica 8 Popis ugostitelja i obrta u turizmu	23
Tablica 9 Pregled kulturnih dobara na području općine Selca	32
Tablica 10 Pregled arheoloških lokaliteta na području općine Selca	35
Tablica 11 Sažetak proizvodnog portfelja općine Selca	63

Tablica 12 Popis problemskih područja, problema i rješenja	64
Tablica 13 Opis predloženih aktivnosti	68
Tablica 14 Kronologija aktivnosti provedbe Strategije turističkog razvoja općine Selca	83
Tablica 15 Popis mjerljivih pokazatelja s objašnjenjem	87

9 LITERATURA

9.1. Knjige i članci

AAKER, D. A. (1988) **Strategic Market Management**, SAD: John Wiley and Sons, Inc.

ČRNJAR, M. (2002) **Ekonomika i politika zaštite okoliša**, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka

Glavni arhitektonski projekt, "Rekonstrukcija sklopa Didolić dvori" u Selcima, Sveučilište u Splitu, Fakultet građevinarstva, arhitekture i geodezije, 2018

KOVAČIĆ, S.: **Povaljska listina i povaljski prag**, Crkva u svijetu, 1984, Vol. 19, No. 4, str. 407-412

KUŠEN, E. (2002) **Turistička atrakcijska osnova**, Institut za turizam, Zagreb.

PARICA, M. (2012) **Nekoliko primjera lučkih instalacija antičkih kamenoloma na dalmatinskim otocima**, *Histria Aniqua*, Vol. 21, str. 34-353

PIKE, S. (2010) **Marketing Turističkog Odredišta**, M Plus, Zagreb.

ŠERIĆ N, PEPUR M., KALINIĆ S. (2011) **Image management in the function of target brand positioning tourism destination**, CROMAR Congress Marketing Challenges in New Economy, Ekonomski fakultet Rijeka, Pula.

Strategija razvoja kulturnog turizma: Od turizma i kulture do kulturnog turizma,
Institut za turizam, Zagreb, 2003

9.2. Online izvori

Analiza turističke sezone 2013. u Splitsko-dalmatinskoj županiji, dostupno na:
<https://goo.gl/MBP7Te>

Analiza turističke sezone 2014 u Splitsko-dalmatinskoj županiji, dostupno na:
<https://goo.gl/KNdLbz>

Analiza turističke sezone 2015. u Splitsko-dalmatinskoj županiji, dostupno na:
<https://goo.gl/m579Te>

Analiza turističke sezone 2016. u Splitsko-dalmatinskoj županiji, dostupno na:
<https://goo.gl/QA4MyS>

Analiza turističke sezone 2017. u Splitsko-dalmatinskoj županiji, dostupno na:
<https://goo.gl/jBUPve>

Češka – profil emitivnog tržišta, izdanje 2017, dostupno na: <https://goo.gl/bxWrCX>

Gradovi u statistici, Državni zavod za statistiku, www.dzs.hr

Financijska agencija, <https://www.fina.hr/Default.aspx>

Hrvatski zavod za zapošljavanje, <http://statistika.hzz.hr>

Hrvatska gospodarska komora, <http://www1.biznet.hr/HgkWeb/do/fullSearchPost>

Kulturna baština – Selca, dostupno na: <https://goo.gl/tbWE8D>

Masline otoka Brača, dostupno na: <http://goo.gl/A68Cn2>

Njemačka – profil emitivnog tržišta 2017, dostupno na: <https://goo.gl/w6tMgb>

Poljska – profil emitivnog tržišta 2017, dostupno na: <https://goo.gl/JXJnUZ>

Popis stanovništva Republike Hrvatske 2011. godine, Državni zavod za statistiku,
www.dzs.hr

Registar kulturnih dobara, Ministarstvo kulture, dostupno na: <https://goo.gl/pbJ2x5>

Selca, <http://goo.gl/mHI6oC>

Slovačka – pregled emitivnog tržišta, izdanje 2017, dostupno na:
<https://goo.gl/PcwbTy>

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Institut za turizam,
Zagreb, 2013, <http://goo.gl/gCSlZL>

**Strategija zaštite, očuvanja i održivog gospodarskog korištenja kulturne baštine
Republike Hrvatske za razdoblje 2011.–2015.**, dostupno na: <https://goo.gl/Tb8XVe>

Strateški razvojni program Općine Selca za razdoblje 2015. – 2020, dostupan na:
<https://goo.gl/wM9ec5>

Visit Selca, dostupno na: <http://visitselca.com>



selca

KULTURNO
SRCE
BRAČA