

Turizam otoka Visa - izazovi i potencijali

Klarić, Iva

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:480906>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-28**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij

IVA KLARIĆ

Turizam otoka Visa - izazovi i potencijali

Tourism of the island of Vis - challenges and potentials

Diplomski rad

Opatija, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij
Održivi razvoj turizma

Turizam otoka Visa - izazovi i potencijali

Tourism of the island of Vis - challenges and potentials

Diplomski rad

Kolegij: Ekonomska održivost turizma

Student: Iva Klarić

Mentor: izv. prof. Daniela Soldić Frleta

Matični broj: ds3770

Opatija, rujan 2023.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA

FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU

FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT

OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

IZJAVA STUDENTA - AUTORA

O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG/DIPLOMSKOG/DOKTORSKOG RADA

Iva Klarić
(ime i prezime studenta)

0178073762
(Matični broj studenta)

Izjavljujem da kao student - autor Diplomskog rada dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja **otvorenog** pristupa *završnim / diplomskim / doktorskim* radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog Diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije **CC BY** Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

Opatija, 11.9.2023.

Student - autor:

(potpis)

Sažetak

Diplomski rad "Otok Vis - Izazovi i Potencijali" istražuje važnost turizma kao ključnog čimbenika razvoja destinacija, s posebnim naglaskom na otok Vis. Otok Vis privlači sve više posjetitelja svojom bogatom kulturnom i prirodnom baštinom te jedinstvenim atrakcijama. Istraživanje naglašava da turizam nije samo gospodarska aktivnost, već i sredstvo koje povezuje različite kulture i ljude. Prirodna ljepota otoka, njegova povijest i mediteranski okoliš čine ga atraktivnom destinacijom. Unatoč mnogim prednostima, otok Vis suočava se s izazovima kao što su sezonska fluktuacija turista, nedostatak infrastrukture i potreba za očuvanjem ekosustava. Rad ističe važnost razumijevanja ovih izazova i prepoznavanja potencijala za dugoročni razvoj otoka kao turističke destinacije.

Dodatno, ističe se ključna uloga lokalne zajednice i stanovništva u razvoju turizma, naglašavajući potrebu za raznolikom i atraktivnom ponudom tijekom cijele godine kako bi se privukao veći broj gostiju.

U okviru istraživanja za potrebe diplomskog rada analizirano je zadovoljstvo turista turističkom ponudom otoka Visa. Rezultati su pokazali visoku razinu zadovoljstva posjetitelja otoka. Ovo zadovoljstvo vjerojatno proizlazi iz činjenice da otok nudi mnoge prirodne ljepote, kulturne atrakcije i raznovrsne manifestacije. Također, istraživanje je potvrdilo da većina posjetitelja preferira očuvanje autentičnosti otoka i ne podržava koncept masovnog turizma.

Na kraju, zaključuje se kako se otoci, uključujući Vis, suočavaju s jedinstvenim izazovima zbog svoje male površine, udaljenosti, geografske izolacije i ovisnosti o vanjskim tržištima, pri čemu fluktuacija turističkog tržišta može utjecati na njihovo gospodarstvo.

Ključne riječi: turizam; otok Vis; izazovi; potencijali; održivost.

Sadržaj

| | |
|---|----|
| Uvod | 1 |
| 1. Specifičnosti turizma na otocima..... | 3 |
| 2. Turizam na hrvatskim otocima | 5 |
| 3. Otok Vis | 15 |
| 3.1. Demografski razvoj otoka Visa..... | 16 |
| 3.2. Ekonomski razvoj otoka Visa | 20 |
| 3.3. Ekološki aspekti otoka Visa..... | 26 |
| 4. Vis kao turistička destinacija..... | 34 |
| 4.1. Turistička ponuda otoka Visa | 35 |
| 4.2. Turistička potražnja otoka Visa | 48 |
| 5. Istraživanje zadovoljstva posjetitelja turističkom ponudom otoka Visa..... | 54 |
| 5.1. Ciljevi i metodologija istraživanja | 54 |
| 5.2. Analiza i interpretacija rezultata | 56 |
| 5.3. Osvrt na istraživanje..... | 69 |
| 6. SWOT analiza turizma otoka Visa..... | 71 |
| 7. Strateško promišljanje razvoja otoka Visa..... | 76 |
| Zaključak | 79 |
| Bibliografija..... | 81 |
| Popis ilustracija..... | 84 |

Uvod

Turizam predstavlja ključnu gospodarsku aktivnost brojnih regija diljem svijeta, s izrazitim utjecajem na ekonomski rast i razvoj. Turizam nije samo pokretač ekonomske aktivnosti već i poveznica različitih kultura, običaja i ljudi. Postojanje turističke potrebe rezultira turističkim kretanjem i putovanjem u određenu destinaciju za koju turisti vjeruju da će zadovoljiti sve njihove potrebe. Gledajući gospodarski razvoj, turizam predstavlja iznimno važan čimbenik razvoja mnogih destinacija, uključujući i Hrvatsku. Cilj razvoja turizma je ostvariti ravnotežu između turističkih aktivnosti i očuvanja prirodnih i kulturnih resursa kako bi se doprinijelo održivosti turizma.

Otok Vis, smješten u Jadranskom moru, nije iznimka u tom globalnom kontekstu. Unatoč svojoj relativnoj izolaciji, Vis privlači pažnju putnika iz svih krajeva svijeta, zbog njegove jedinstvene prirodne ljepote, bogate kulturne baštine te toplog mediteranskog mora. Njegova bogata povijest, koja obuhvaća vladavinu starih Grka, Rimljana i raznih europskih imperijalističkih sila, ostavila je dubok trag na njegovoj kulturi i arhitekturi. Uz to, prirodna ljepota otoka očarava posjetitelje - od slikovitih plaža i kristalno čistog mora do planinskih vrhova i skrivenih špilja. Otok Vis, turistička je destinacija koja nudi bogatu kulturnu i prirodnu baštinu čime privlači sve veći broj posjetitelja. Jedinstvena ljepota, netaknuta priroda i povijesna obilježja otok Vis čine idealnom destinacijom za putnike željne autentičnih iskustava.

Unatoč svim prednostima, otok Vis se također suočava s brojnim izazovima i ograničenjima koji utječu na održivost i konkurentnost njegove turističke ponude, između ostalog i zbog svoje malene površine, udaljenosti od kopna, geografske i socijalne izoliranosti te ovisnosti o vanjskim faktorima. Sezonska fluktuacija turista, nedostatak infrastrukture i potreba za očuvanjem ekosustava samo su neki od problema s kojima se otok bori. Stoga je razumijevanje tih izazova i identifikacija potencijala od presudne važnosti za dugoročni razvoj Visa kao turističke destinacije. U produžetku turističke sezone, koja ima ulogu u razvoju gospodarstva, važnu ulogu ima i lokalna zajednica, stanovništvo otoka, tako da stvara što veću i bolju ponudu turističkih proizvoda putem raznih turističkih alata koji bi mogli privući veći broj gostiju.

Turizam na otoku Visu razvija se u okruženju koje je podložno promjenama u potražnji, trendovima i ekološkim uvjetima. Stoga, razumijevanje specifičnih problema s kojima se

suočava ovaj otok, te identifikacija resursa i mogućnosti koje nudi, ključno je za dugoročni održivi razvoj ovog otoka.

Predmet istraživanja ovog diplomskog rada je turizam na otoku Visu, uključujući njegove ključne karakteristike, izazove i potencijale. Otok Vis bit će analiziran kao turistička destinacija, a posebna pažnja posvetit će se aspektima koji utječu na razvoj turizma na otoku. Istraživanje će se temeljiti na kombinaciji kvantitativnih i kvalitativnih metoda. U radu se analizirala turistička ponuda i potražnja, a kroz anketiranje turista su se utvrdile preferencije i zadovoljstvo posjetitelja.

Ciljevi ovog istraživanja su:

- Analizirati trenutno stanje turizma na otoku Visu.
- Identificirati ključne izazove s kojima se turizam na otoku suočava.
- Ispitati turističke potencijale otoka Visa.
- Ispitati zadovoljstvo posjetitelja turističkom ponudom otoka Visa.

Anketiranje i prikupljanje sekundarnih podataka bit će korišteni za analizu trenutnog stanja, dok će SWOT analiza (snage, slabosti, prilike i prijetnje) pristupa pomoći u identifikaciji izazova i potencijala i kako bi identificirali interne i eksterne čimbenike razvoja turizma otoka Visa. Istraživanjem zadovoljstva turističkih posjetitelja dobiti će se odgovori zbog čega biraju Vis kao destinaciju, koliko dugo ostaju, koliko troše i što sve smatraju da nedostaje u turističkoj ponudi otoka te koji je daljnji smjer razvoja turizma. Sveukupni rezultati istraživanja biti će od koristi za turističke djelatnike, lokalne vlasti i sve sudionike u procesu turističkog razvoja.

1. Specifičnosti turizma na otocima

Otočni turizam nije novija pojava. Rimljani su koristili otok Capri kao odredište za odmor prije dvije tisuće godina.¹ Privlačnost otoka, bilo da su u Sredozemlju, Atlantiku ili Pacifiku, kao mjesta na koja ljudi odlaze radi opuštanja i pomlađivanja ima dugu tradiciju koja se nastavlja nesmanjenom razinom.² Kada govorimo o turističkim kretanjima, dolazak većeg broja turista imat će veći učinak na destinaciju u kulturnom, društvenom i ekološkom smislu zbog male veličine destinacije. Lokalno stanovništvo će imati veći doticaj s turistima nego što ga imaju na kopnenim odredištima posebice u većim gradovima. Kontakt lokalnih stanovnika i turista može izazvati i negativne učinke. Fenomen pri kojem lokalno stanovništvo počinje oponašati kulturu svojih posjetitelja, čime se umanjuje važnost i trajnost vlastite kulture i baštine, dobro je poznat kao problem kulturnog utjecaja.³ Da bi se izbjegao takav tip problema u destinaciji, bilo bi poželjno oslušivati i uvažavati u obzir što lokalno stanovništvo misli i kako se osjeća slijedom turističkih kretanja. Turizam obično ima veći gospodarski značaj za otočne destinacije u usporedbi s kopnenim destinacijama. To se obično događa jer turizam često čini veći i značajniji dio ekonomije na otocima. Utjecaj turizma na gospodarstvo otoka manifestira se na različite načine. Najjasniji i izravan učinak je stvaranje deviza i privlačenje investicija. No, treba napomenuti da turizam na otocima donosi i značajan broj dodatnih gospodarskih učinaka kroz otvaranje radnih mjesta.

Turizam može imati intenzivniji utjecaj na malu otočnu zajednicu u usporedbi s većim odmaralištima na kopnu koja su dobro povezana s urbanim središtima. Dolazak velikog broja turista na otok može dublje utjecati na destinaciju u kulturalnom, društvenom i ekološkom smislu, posebno zbog relativno male veličine otoka. Mještani će često imati više kontakta s turistima nego što bi to bilo slučaj u kopnenim destinacijama, pogotovo u velikim i razvijenim gradskim područjima.

S brzim razvojem turizma na Zapadu, otoci, posebno mali, postali su ključne turističke destinacije. Unatoč tome što se često naglašava ovaj trend, važno je napomenuti da postoji relativno mali broj otoka koji privlače veliki broj turista u usporedbi s ukupnim brojem otoka diljem svijeta, koji se nalaze u oceanima, morima, jezerima i rijekama. Stoga je važno

¹ Conlin, Baum. *Island tourism - Management Principles and Practice*, 4.

² Ibid.

³ Ibid., 5.

prepoznati specifične karakteristike tih otoka koji privlače turiste te bolje razumjeti glavne prometne tokove i posljedice turističkog razvoja na njih.

Postotak otoka koji razvijaju značajan turizam je relativno mali, iako se taj trend polako širi. Većina turističkog prometa koncentrirana je na nekoliko popularnih otoka i otočnih skupina kao što su Havaji, Bali, Jamajka, Majorca i Phuket. Iako mnogi potencijalni turisti možda razmišljaju o putovanju na "udaljen" ili "izoliran" otok, većina suvremenih turista zapravo preferira relativno velike otoke koji su lako dostupni, posebno u toplim morima s blagom tropskom ili suptropskom klimom te prekrasnim pješčanim plažama. S druge strane, manji nenastanjeni otoci često postaju vlasništvo iznimno bogatih pojedinaca koji ih koriste kao svoje privatne oaze.

Prethodna istraživanja su pokazala da turisti koji posjećuju otoke cijene ekološke aspekte, kulturnu baštinu, tradiciju i autentičnost destinacije. Ovo se odnosi na turizam na otocima općenito.

2. Turizam na hrvatskim otocima

Razvoj otočkog turizma u Hrvatskoj započeo je u prvoj polovici 19. stoljeća s uspostavom parobrodске linije austrijskog Lloyda koja je povezivala gradove Trst i Kotor 1837. godine.⁴ U vremenu između dva svjetska rata, gdje je dio primorja pripao Italiji, kvarnerski otok Rab postao je vodećom otočkom turističkom destinacijom. Aktivan razvoj turizma započeo je oko 1960-ih godina jer su mjerama fiskalne politike potaknuli veća materijalna ulaganja u turističke kapacitete, te povećanja standarda domaćeg stanovništva omogućili su porast domaćih turista, a liberalizacijom prelaska preko granice potaknuli i strane turiste na dolazak. Veći interes je u početku bio za obalnim turizmom, a jadranski otoci postaju zanimljivi i dostupniji prilikom uspostave trajektnih linija i izgradnjom otočnih prometnica.⁵

U Hrvatskoj razvoj otočnog turizma ide sukladno razvoju kopnenog djela obale, ali nešto umjerenije te je na taj način izbjegnuta masovnost turizma. Jedna četvrtina turističke ponude je smještena na otocima, što bi značilo da se jedna četvrtina prometa odvija na otocima Jadranskog mora⁶. Polovica otočnog prometa se ostvaruje na sjevernoj strani jadranskih otoka zbog njihove bolje prometne i geografske povezanosti s kopnom.⁷ Otočni turizam ima svoje jedinstvene karakteristike koje ga razlikuju od obalnog turizma, uključujući ekološke faktore, turističku ponudu, potrošnju posjetitelja i trajanje njihovog boravka. Da bismo bolje razumjeli ovu specifičnost, važno je istražiti pokazatelje i smjernice razvoja otočnog turizma, s obzirom na njegovu ekonomsku ovisnost o turizmu i specifičnosti ponude na otocima.

Turizam igra ključnu ulogu u gospodarstvu otoka i često ima veći značaj nego u kopnenim destinacijama. Otočne destinacije ovise o turizmu kao glavnom izvoru prihoda. Osim tradicionalnih otočkih zanimanja kao što su poljoprivreda, ribarstvo i pomorstvo, turistički sektor zapošljava znatan broj stanovnika otoka, često u privatnom sektoru. Oko 18% otočnog stanovništva u Hrvatskoj radi u turizmu ili djelatnostima usko vezanim uz turizam, u odnosu na nacionalnu razinu gdje iste djelatnosti zapošljavaju samo 6% stanovništva, što pokazuje dosta veliku ovisnost otoka o turizmu.⁸ Mogućnost za zaradom izvan tradicionalnih otočnih zanimanja kao što su poljoprivreda, ribarstvo i pomorstvo, dovela je do povećanog zapošljavanja lokalnog stanovništva u turizmu i ugostiteljstvu. Na mnogim malim otocima,

⁴ Mikančić, „Otočni turizam Hrvatske“, 517.

⁵ Ibid., 518.

⁶ Ibid., 519.

⁷ Ibid., 519.

⁸ Nacionalni plan razvoja otoka 2021.-2027., 31.

turizam i ugostiteljstvo se uglavnom oslanja na privatni sektor. Statistički pokazatelji pokazuju da su otoci općenito više ovisni o turizmu u usporedbi s obalom, s obzirom na udio bruto društvenog proizvoda (BDP) ⁹ koji se ostvaruje u ugostiteljstva i turizma.

U posljednjih nekoliko godina, turizam je postao ključni čimbenik za oživljavanje otočnih regija. Međutim, treba napomenuti da turizam donosi određene prijetnje, posebno kada otočna područja previše ovise o jednostranom ekonomskom razvoju usmjerenom na turizam. Primijećeno je da otočna područja često trpe veće negativne posljedice od recesije, ratova ili ekonomskih kriza u usporedbi s obalnim područjima.

Dio turističke ponude na otocima svakako podrazumijeva turističke kapacitete koji čine četvrtinu turističke ponude cjelokupnog Primorja te se broj dinamično povećava iz godine u godinu u odnosu na obalni prostor.¹⁰ Intenzivni porast kapaciteta na otocima je rezultat pojačane turističke potražnje za otočnim destinacijama koja se u kratkom vremenu mogu zadovoljiti uz manja investicijska ulaganja i uz bržu izgradnju kapaciteta. Ponuda smještajnih kapaciteta na otocima je slabije kvalitete nego na obalnom djelu, s većim udjelom dopunskih kapaciteta kao što su kampovi i privatni smještaj¹¹. Turistička ponuda otoka regionalno se znatno razlikuje. Kvarnerski i sjevernodalmatinski otoci raspolažu s gotovo tri četvrtine (73%) smještajnih kapaciteta jadranskog arhipelaga. Njihova je struktura, međutim, u odnosu na strukturu srednjodalmatinskih i južnodalmatinskih otoka slabija¹². Na sjevernojadranskim otocima natprosječno su zastupljeni kampovi i privatne sobe, dok je udio osnovnog smještaja niži od otočnog prosjeka.¹³

S aspekta zaštite prirode i okoliša kao i njegove bioraznolikosti, krajobrazne raznolikosti i geološke raznolikosti, održivi razvoj je kompleksan jer otoci su osjetljivo područje zaštite zbog velikog pritiska na sastavnice okoliša i velike klimatske promjene.¹⁴ S druge strane prirodni kapital koji imaju otoci te bogatstvo flore i faune je komparativna prednost otočke ponude koju treba očuvati i održivo koristiti. U dokumentu Agenda 2030. velika se pažnja posvećuje temi zaštite okoliša i održivog razvoja¹⁵. Potrebe za zaštitom i očuvanjem okoliša proizlaze iz nedostatnog nadzora i sustava prevencije povezanih s prirodnim katastrofama, zbog nedostatka kontrole ponašanja prema zdravlju ljudi i ugrožavanju okoliša, značajnih količina otpada u

⁹ Mikančić, „Otočni turizam Hrvatske“, 521.

¹⁰ Ibid.

¹¹ Ibid.

¹² Ibid., 522.

¹³ Ibid., 520.

¹⁴ Ibid., 522.

¹⁵ Nacionalni plan razvoja otoka 2021.-2027., 7.

moru koji utječe na morski ekosustav, te zbog neadekvatnog gospodarenja otpadom i neodrživog korištenja otočnih resursa. Europske politike koje promoviraju očuvanje prirodnog okoliša na otocima kroz integrirano upravljanje i odgovorno prostorno planiranje, zajedno s rastućim trendom razvoja pametnih gradova i otoka, otvaraju perspektive za unapređenje otoka.¹⁶

Očuvanje održivog razvoja turizma na otocima Republike Hrvatske ima veliku važnost za zaštitu biološke i kulturne raznolikosti, te kako bi se potaknuo ostanak lokalnog stanovništva na otocima, nužno je ulagati u razvoj ruralnog turizma. Suvremeni turizam sve više počiva na ekologiji, stoga održivost igra ključnu ulogu u tom kontekstu.¹⁷ U tom smislu ekonomija malih razmjera ima određene prednosti u razvoju otočnog turizma u usporedbi s velikim gospodarskim subjektima. Takav tip ekonomije se temelji na privatnom poduzetništvu i malim obiteljskim pogonima, koji ne mijenjaju bitne ambijentalne i društvene vrijednosti te ne zahtijevaju velike prostorne komplekse, postojeći se prirodno uklapaju u strukturu lokalne zajednice. Ukoliko se prati takav koncept razvoja moguće je izbjeći zamke masovnog turizma te poticati gospodarstvo u skladu s okolišem, dajući prednost kvalitetnom turističkom razvoju umjesto kvantitativnom.¹⁸

Većina otoka na Jadranu ovisi o distribuciji opskrbe energijom s kopna putem podmorskih kablova od kojih su mnogi dotrajali i bili bi potrebni veći infrastrukturni zahvati korekcije koji iziskuju značajna financijska sredstva. Povećana potražnja za električnom energijom, posebice u ljetnim mjesecima predstavlja dodatni izazov za otoke jer nerijetko dolazi do padanja napona i nestanka struje, stoga su potrebna nova rješenja koja će zadovoljiti potrebe otočkog stanovništva i pružiti im dostatnu opskrbu električne energije. Za proizvodnju električne energije iz obnovljivih izvora koristiti će se *brownfield* lokacije kako bi se sačuvalo što više prirodnih površina na otoku. Zbog izloženosti jakom vjetru, Sunčevom zračenju i djelovanjem valova otoci imaju veliki prirodni potencijal za proizvodnju energije iz obnovljivih izvora. Otok Vis jedan je od otoka koji proizvodi energiju iz obnovljivih izvora¹⁹. Poticanje otočnih zajednica na prelazak korištenja čiste energije, sa uključivanjem svih relevantnih dionika posebice lokalnog stanovništva ističe se u Deklaraciji o pametnim otocima.²⁰

¹⁶ Nacionalni plan razvoja otoka 2021.-2027., 7.

¹⁷ Vidučić, „Održivi razvoj otočnog turizma RH“, 43.

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Nacionalni plan razvoja otoka 2021.-2027., 33.

²⁰ Ibid., 46.

Unatoč depopulaciji koja se događa na hrvatskim otocima, očuvan je sklad između prirode i lokalnog stanovništva. Razvoj otočkog turizma ovisi o zajedničkom angažmanu lokalnog stanovništva, lokalnih političkih tijela i turističkih stručnjaka. Oni trebaju zajedno razviti viziju i surađivati kako bi iskoristili gospodarski potencijal otoka. Ova suradnja je ključna jer otočki razvoj treba uskladiti s tradicionalnom kulturom i iskoristiti turističke posebnosti otoka. Također, važno je poboljšati kvalitetu života na otocima i spriječiti daljnju depopulaciju, što se može postići primjenom razvojnih strategija i ekonomske politike.

Otok Vis je tijekom proteklih dvadesetak godina imao manji turistički i gospodarski razvoj u usporedbi s drugim otocima u široj regiji. Također, otok je bio zatvoren za posjetitelje sve do nedavno. Zbog tih čimbenika, negativni utjecaj turizma na okoliš na Visu nije bio tako izražen u usporedbi s drugim otocima u regiji.

Očuvanjem odnosa između prirode i otočkog načina života, stanovnici Hrvatskih otoka su započeli dugoročnu turističku tradiciju, koju su izgradili od samog početka razvoja turizma, na način da su pokretali turističke tvrtke te njima upravljali kao da je njihova privatna imovina, zbog takvog stava i načina razmišljanja, svi stanovnici su trebali biti upućeni kako bi bili u mogućnosti surađivati s lokalnim vlastima i politikama te turističkim radnicima.²¹ Kao kolektivna jedinica i zajednica, bili su dužni oblikovati turističku viziju koja bi poslužila kao temelj za poticanje svojeg gospodarskog razvoja i iskorištavanje potencijala otoka. Glavna nit vodilja i ono što je stvaralo viziju jest svijest da otok raste i živi uz njegovanje tradicionalne kulture i optimalnu iskorištenost turističkih različitosti.

Da bi održivi razvoj turizma bio dugoročan i zaista održiv u svakom smislu riječi potrebno bi bilo uskladiti gospodarski i društveni rast s ekosustavom u kojem djeluje.

Hrvatski otoci su središte Mediterana, a zajedno sa bogatom kulturnom i povijesnom baštinom, pogodnom klimom za dokolicu i odmor te geografskom pozicijom su najposjećenija svjetska turistička regija.²² Osim pozitivnih obilježja uz turizam vežu i ona negativna koja se posebice odnose na okoliš, a glavne štete koje su nanesene krajoliku estetske su naravi, koje uz to prate i ekonomske, infrastrukturne, povijesne i etničke štete.²³

Održivi razvoj turizma na otoku Visu igra ključnu ulogu u osiguravanju dugoročnog napretka i dobrobiti za destinaciju, lokalno stanovništvo i turiste. Budući da su otoci osjetljivi

²¹ Vidučić, „ Održivi razvoj otočnog turizma RH“, 44.

²² Ibid., 43.

²³ Ibid., 44.

ekosustavi, suočavaju se s izazovima očuvanja prirodnih i kulturnih bogatstava te ravnoteže između rasta turizma i zaštite okoliša, te bi bilo potrebno uskladiti ekonomske, društvene i ekološke aspekte turizma. Cilj je razvijati turizam koji donosi pozitivne ekonomske koristi, potiče interakciju između turista i lokalnog stanovništva te istovremeno minimalizira negativne utjecaje na okoliš. Država ima vodeću ulogu u razvoju osobito pri kapitalnom ulaganju u infrastrukturu uz odgovarajuću zakonodavnu regulativu. Također i važan utjecaj imaju i nevladine organizacije koje promoviraju i zalažu se za ideju održivog razvoja.²⁴

Održivi razvoj kreće od ljudi, na otocima je to od samih otočana koji su napustili zemlju i odselili na druge kontinente ili u veće obalne gradove, potreba održivosti bi bila vratiti ih na otok.²⁵ Domicilno stanovništvo, koje čuva i promovira autohtoni način života i duboko je ukorijenjeno u domaću kulturu otočnog življenja, pruža iznimnu mogućnost učenja i upijanja otočnih tradicija. Prisutnost lokalnog stanovništva na otocima ima ključnu ulogu u održivosti turizma i stvaranju visokokvalitetnog turističkog proizvoda. Održivi razvoj hrvatskih otoka podrazumijeva očuvanje tradicionalnog načina života koji je usmjeren na iskorištavanje mora i zemlje kao glavnih izvora egzistencije.

Važno je razumjeti da ako želimo stranim turistima predstaviti način života lokalnog stanovništva, to trebaju činiti stvarni domaći stanovnici koji su upoznati s autohtonom kulturom i tradicijom. Bitno je da autentični domaćini mogu stvarno prikazati, ispričati i pokazati kako je bilo nekad i kako se danas živi. Tradiciju treba obogaćivati i prenositi je sa generacije na generaciju kako ne bi izumrla i potpuno nestala, a samim time bi izgubili i dio turističke ponude zbog koje turisti i dolaze. Na obalnim područjima postoji mogućnost organizacije turističke ponude koja uključuje aktivnosti poput ribolova, jedrenja, otočnog planinarenja te berbi plodova i obrađivanja zemlje. Ovakva kombinacija aktivnosti u turističkoj ponudi na obalnim prostorima stvara bogat i raznolik doživljaj za turiste, omogućavajući im na taj način približiti se lokalnoj kulturi, prirodi i tradiciji. Osim što pruža autentično iskustvo, diversifikacija turističke ponude može doprinijeti održivosti i ekonomskom razvoju obalnih područja.

Održivi razvoj na otocima zahtijeva rješavanje pitanja:²⁶

1. Kako zaštititi dosad sačuvan prostor?
2. Koje su prednosti za razvoj određene regije?

²⁴ Vidučić, „ Održivi razvoj otočnog turizma RH“, 43.

²⁵ Ibid.

²⁶ Ibid.

3. Koja su ograničenja razvoja?
4. Koju ulogu u razvoju ima vlada i lokalna uprava?
5. Treba li razvoj graditi na kulturnoj, povijesnoj i gospodarskoj prepoznatljivosti ili stvoriti neke nove pretpostavke?
6. Kako kreirati razvoj koji neće sam sebe dovesti u kolaps?

Hrvatski otočni turizam ima veliku prednost spram susjednih zemalja zbog svoje prirodne raznolikosti i očuvanosti, otoci još uvijek nisu u tolikoj mjeri degradirani i održivost turizma nije upitna. Održivost otočkog turizma obuhvaća sve, od prirodnih pejzaža do povijesno-kulturne baštine, i otoci nude vrijednosti koje su često ugrožene u drugim dijelovima Mediterana. Za postizanje održivosti otoka, potrebno je razvijati strategije koje uključuju duboke i dugoročne procjene kako bi se spriječili negativni učinci razvoja na otoke.²⁷

Uz turističku ponudu koju pružaju hrvatski otoci veže se i ekološka poljoprivreda i gastronomija. Prehrambeni proizvodi proizvedeni na području obalnog pojasa imaju veliku ulogu u kreiranju turističkog brenda jer daju turistima nešto što je domaće i autohtono. Država ima važnu ulogu u podršci obrade starih kultura i pasmina kao dio svoje politike razvoja ruralnih područja, s naglaskom na očuvanje kulturnog i prirodnog naslijeđa. Osim što čuva identitet zajednica, također može potaknuti turizam, održivi razvoj, stvaranje novih radnih mjesta i oživljavanje lokalnih gospodarskih aktivnosti.

Republika Hrvatska, a samim time i otoci uz veliku gastronomsku ponudu, kulturne vrijednosti i ekološke posebnosti turistima nudi i zdravstveni turizam. Mediteranska klima i more imaju bogatu i ugodnu terapijsku učinkovitost na ljude.

Programi za turiste bi trebali biti aktivni, edukativni, opuštajući i u vidu duhovnog sazrijevanja. Turistički izazovi u suvremenom razvoju turizma odnose se na svladavanje stresa i pružanju turističkog odmora u vidu poboljšanja zdravlja.²⁸

Nautički turizam je jedan od najrazvijenijih oblika turizma u Hrvatskoj, ali često nije dostigao razinu kvalitete prirodnog i povijesnog naslijeđa ili prostornog razvoja. U prethodnim godinama, razvoj nautičkog turizma bio je usmjeren prema planiranim strategijama koje su težile većoj održivosti, osobito kada je u pitanju upravljanje prostorom i izgradnja nove,

²⁷ Vidučić, „Održivi razvoj otočnog turizma RH“, 44.
²⁸ Ibid.

održivije komunalne i turističke infrastrukture. Republika Hrvatska je jedna od najpoželjnijih turističkih destinacija za nautički turizam zbog svoje ugodne klime, pogodnih vjetrova, razvedene obale, a posebice otoka, te predstavlja veliki potencijal za razvoj nautičkog turizma visoke kategorije na otocima.²⁹

Kulturni turizam proizlazi iz turističke destinacije koja je zadržala izvornost, koja je ostala vjerna kulturnoj tradiciji te iz nje stvara neke nove proizvode i ponudu.³⁰ Kako bi lokalno stanovništvo moglo biti nositelj turističke ponude, važno je da unaprijedi vlastite kulturne vrijednosti kako bi se izbjegla eventualna oštećenja naslijeđenih vrijednosti, znanja i vještina.

Turizam koji nije održiv, devastirat će prirodu, a rezultat će biti gubitak zanimanja turista za takvu destinaciju. Suprotno tomu, u pozitivnom ekološkom okruženju turisti će se ugodno osjećati, pa će i sami aktivno sudjelovati s mještanima u podizanju turističke kulture i zaštiti od devastacije okoliša, a pritom valja nastojati u sljedećem³¹:

1. Moderniziraju postojeći kapaciteti prema zahtjevima turističkog tržišta kako bi na naše otoke doveli gosta veće platne moći, uz pružanje turističkih usluga izvan ljeta (ugradnja klimatizacije i izgradnja grijanih bazena).
2. Izgradi izvorni otočni turistički identitet prepoznatljiv na svjetskom tržištu.
3. Izgrade novi turistički kapaciteti samo na temelju prihvatnoga turističkog kapaciteta svakoga pojedinog otoka, kako bi se razvoj otoka temeljio na održivosti.

Cilj održivosti turizma bi svakako bilo spriječiti depopulaciju otoka koja je iznimno važna za daljnji razvoj i očuvanje, te isto tako je vrlo važno podignuti kvalitetu života kako bi lokalnom stanovništvu bilo što ugodnije jer u suprotnom odlaze, a bez njih nema kvalitetnog turističkog proizvoda ni održivosti kakvoj se teži. Razvojna politika bi trebala biti za svaki otok drugačija, što znači da bi trebali izbjegavati univerzalne načine u rješavanju razvoja.³²

Ono što bi trebalo biti jednako kod svih jest da dovedu sve stanovnike otoka u stanje ekonomske i socijalne sigurnosti i da ih se izjednači sa stanovnicima na kopnu. Takvi pristupi su prihvaćeni u Strategiji razvitka otoka i u Zakonu o otocima.

Za upravljanje turizmom otoka, pristupa se kreiranju različitih programa koji se često nazivaju turističkim strategijama. Te strategije su osmišljene kako bi identificirale i ostvarile

²⁹ Vidučić, „Održivi razvoj otočnog turizma RH“, 44.

³⁰ Ibid.

³¹ Ibid.

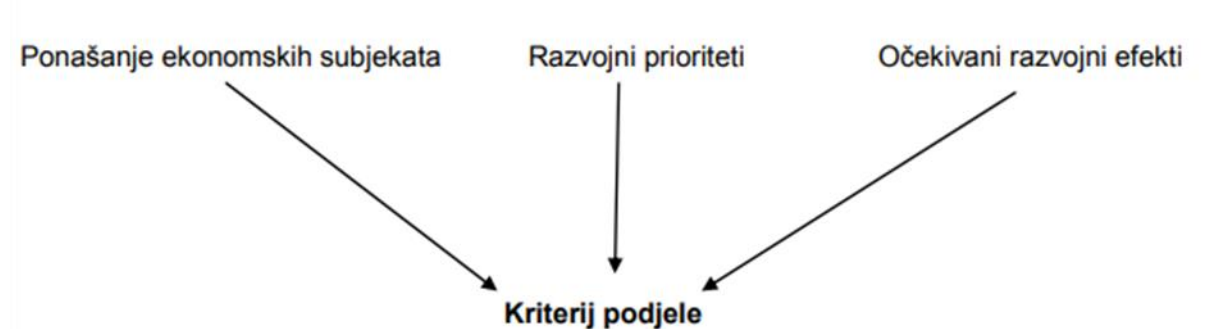
³² Ibid.

ciljeve turizma na otoku. Razni programi i nastojanja organizacija pripremom strategije prepoznaju i sprječavaju moguće prijetnje koje dolaze iz okruženja i imaju utjecaje na sustav koji se suočava sa raznim problemima i preprekama na putu prema boljem razvitku.³³

Turizam je vrlo složeno područje i bez razvijene strategije njime se teško može upravljati s obzirom na kompleksnost sustava koji uspostavlja brojne veze s gospodarskim i društvenim okruženjem. Kao i sve ostale zemlje svijeta, Hrvatska donosi Strategiju razvoja održivog turizma do 2030. godine, kojom se određuje pozicija turizma u nacionalnom gospodarstvu.³⁴

Uz razvojnu strategiju, stvaraju se i drugi korisni alati za upravljanje turističkim sustavom, koji doprinose ostvarivanju ciljeva povezanih s nacionalnim razvojem. Ti instrumenti mogu uključivati specifične planove i programe, zakonodavstvo vezano za turizam, poticaje i potpore za turističke projekte, te sustave praćenja i evaluacije turističke aktivnosti. Osim na nacionalnoj razini, strategiju treba planirati i na razini županije.

Slika 1. Formiranje kriterija izbora strategije razvoja



Izvor: Dulčić, Ante, i Lidija Petrić. Upravljanje razvojem turizma, 272.

Turizam je najzastupljenija gospodarska aktivnost na otocima koja zapošljava najveći udio stanovnika hrvatskih otoka uzevši u obzir i djelatnosti usko povezane s turizmom.

Otočki turizam bilježi iznimno dobre rezultate i pokazuje rastuće trendove, što značajno doprinosi ukupnom turizmu u Hrvatskoj. To se može vidjeti kroz povećanje broja noćenja u razdoblju od 2016. do 2019. godine, i sve ukazuje na to da će taj trend nastaviti rasti.

³³ Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine

³⁴ Ibid.

Konkretno, statistički podaci pokazuju da su otoci imali godišnji prosječni porast broja noćenja od 5,79%, što je veće od ukupnog prosjeka za Hrvatsku, koji iznosi 5,47% za isto razdoblje.

Prema Nacionalnom planu razvoja otoka za razdoblje 2021. do 2027., otoci u Hrvatskoj ostvaruju značajan udio u ukupnom turističkom prometu. Noćenja na otocima čine prosječno 32,61% svih noćenja ostvarenih u zemlji tijekom godine, pri čemu preko 90% noćenja čine strani turisti. Što se tiče smještajnih kapaciteta na otocima, primjetan je značajan trend rasta broja kreveta u razdoblju od 2016. do 2019. godine, i to prosječno za 6,58% godišnje. Ovaj rast nadmašuje prosječni rast smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj. Veći dio smještajnih kapaciteta na otocima je privatnog karaktera, dok se hotelski smještaj i smještaj u kampovima i odmaralištima razlikuju po udjelu. Sezonalnost je izražen problem na otocima, posebice tijekom ljetnih mjeseci u srpnju i kolovozu. To stvara veliki pritisak na infrastrukturu, osobito na vodoopskrbu, odvodnju te upravljanje otpadom. Rješavanje problema sezonalnosti zahtijeva razvoj strategija i mjera koje bi potaknule produženje turističke sezone, diversifikaciju turističke ponude i privlačenje posjetitelja tijekom cijele godine. To može uključivati promociju turističkih atrakcija i aktivnosti koje su atraktivne i u izvansezonskim razdobljima, organizaciju raznih događanja i manifestacija, te razvoj turističkih proizvoda koji ciljaju na različite ciljne skupine posjetitelja.³⁵ Osim toga, potrebno je i ulaganje u infrastrukturu kako bi se destinacija mogla održivo nositi s većim brojem posjetitelja tijekom cijele godine.

S obzirom na ograničeni prostor na otocima i potrebu za očuvanjem okoliša, postojeće brownfield lokacije i neiskorištene nekretnine u državnom vlasništvu, kao što su vojni objekti, mogu biti iskorištene za razvoj turizma i povezane aktivnosti. Ove lokacije imaju potencijal za izgradnju visokoškolskih, znanstveno-tehnoloških i poduzetničkih institucija, što bi pridonijelo boljem upravljanju tim prostorima i održivoj upotrebi otočkih područja. U kontekstu razvoja turizma, ključne potrebe uključuju promicanje održivog turizma tijekom cijele godine, ulaganje u infrastrukturu i komunalnu infrastrukturu koja minimalizira negativan utjecaj na okoliš i prirodne resurse otoka te bolje korištenje državne imovine.

Najznačajniji potencijali za razvoj na otoku povezani su s ekonomskim aktivnostima usko vezanim uz turizam. To uključuje raznolikost turističke ponude, razvoj proizvoda i usluga s višom dodanom vrijednosti te bolje integracije sa sektorima koji podržavaju turizam na otoku. S druge strane, glavne potrebe za razvojem usredotočuju se na održivi i kontinuirani razvoj turizma, unaprjeđenje postojeće i izgradnju nove infrastrukture te ulaganje u komunalnu

³⁵ Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine

infrastrukturu koja smanjuje negativan utjecaj na okoliš i prirodne resurse otoka. Također, važno je upravljati i iskorištavati državnu imovinu na otoku. Ključno je napomenuti da se održivi turizam temelji na čuvanju prirodnih i kulturnih resursa destinacije te da donosi koristi lokalnom stanovništvu, promovira kvalitetu usluga nad kvantitetom te stvara kvalitetna iskustva za posjetitelje. Sve ovo s ciljem da se osigura rast i razvoj koji će koristiti trenutnim i budućim generacijama..³⁶

Problem s koji se susreće turizam u posljednje vrijeme tiče se sve većeg prisustva stranih investitora i kupaca koji svoj novac ulažu u nekretnine za odmor i u druge turističke kapacitete, što dodatno može ugroziti ambijent otoka, a još važnije mijenja izvorni krajolik te samim time i način življenja starosjedilaca i njihovu kulturu. Dalo bi se zaključiti kako je otočni turizam slijedio razvoj obalnog turizma, ali zbog specifičnosti prostora razvijao se sporije i umjerenije te je na taj način izbjegao masovnost turizma. Zahvaljujući umjerenom razvoju hrvatski otoci su na taj način sačuvali prirodno-kulturnu baštinu i resurse zbog kojih su danas tako posebni i atraktivni. Da bi otoci iskoristili svoje prednosti na najbolji način, važno je da gospodarski razvoj, uključujući i turizam, bude usko povezan s održivim korištenjem prostora i resursa. Ovo će pomoći u očuvanju ekološke ravnoteže, što je u skladu s rastućom potražnjom turista za destinacijama koje se brinu o okolišu i nude autentična iskustva. Otočki turizam u Hrvatskoj ima veliki potencijal, ali kako bi se to iskoristilo, potrebno je usmjeriti se na održivi razvoj. Ovo uključuje uzimanje u obzir ekonomske, ekološke i društvene aspekte. Za postizanje ovog cilja, bitna je pažljiva strategija koja će osigurati očuvanje prirodne i kulturne baštine otoka te poboljšanje životnog standarda lokalnog stanovništva.

³⁶ Vidučić, „Održivi razvoj otočnog turizma RH“, 43.

3. Otok Vis

Otok Vis, nekada poznat kao grčka Issa, nalazi se južno od Splitsko-dalmatinske županije. Ukupna površina otoka, uključujući i pripadajuće otoke, iznosi 102,30 četvornih kilometara. Sam otok Vis ima površinu od 90,30 četvornih kilometara, s dužinom od 17 kilometara, širinom od 8 kilometara i obalom koja se proteže na duljinu od 77 kilometara.³⁷

Na otoku Visu, glavna naselja su Grad Vis i Komiža, gdje živi većina stanovništva otoka. Ostatak stanovništva raspoređen je u 19 manjih naselja. Grad Vis nalazi se na sjeveroistočnoj strani otoka s pogledom prema kopnu i otocima Braču, Hvaru, Korčuli i Šolti. S druge strane, grad Komiža smješten je na zapadnoj strani otoka, usred Komiškog zaljeva, s predivnim pogledom na otočić Biševo.

Slika 2. Geografski smještaj otoka Visa



Izvor: Nejašmić, Igor, i Roko Mišetić. „Depopulacija otoka Visa.“ *Geoadria* 11/2 (2006) 283-309.

³⁷ Dragičević i drugi, „Plan razvoja ekološkog i ruralnog turizma - Područje otoka Visa“, 37.

Naseljenost otoka je rasla zahvaljujući blagoj klimi pogodnoj za život te o geografskom položaju što je rezultiralo plodnom zemljom u unutrašnjosti otoka i bogatstvom otočkog akvatorija. More na otoku Visu obiluje bogatim prirodnim resursima bijele i plave ribe kao i raznolikim morskim plodova. Klimatske karakteristike su duga, suha i vruća ljeta, dok su zime blage i vlažne. Vegetacija je na otoku uglavnom zimzelena, što u velikoj većini čine makija i alepski bor. Otok Vis ima svoje izvore pitke vode, ali nema vlastitih nadzemnih vodenih tokova. U prosjeku na otoku Visu bude dnevno više od 7 sati sunca što znači da ima 2650-2700 sunčanih sati godišnje.³⁸

Specifičnost otoka je u njegovoj udaljenosti od kopan, što ga čini izoliranim, a površinom se ubraja u 10. po veličini u Republici Hrvatskoj. Izoliranost otoka i odvojenost kopan od mora stvara specifičnosti u društveno-gospodarskom razvoju i uvjetima života što dovodi do oblikovanja specifičnih socio-psiholoških profila otočana.

U viškom arhipelagu nalazi se veći broj otočića od kojih jedan ima specifični geomorfološki karakter, a riječ je otočiću Jabuci koji je vulkanskog podrijetla. Najudaljeniji hrvatski otok pripada viškom arhipelagu, a smjestio se na otvorenom moru s kojeg pogled seže sve do talijanske Ancone.

3.1. Demografski razvoj otoka Visa

Prema podacima demografske statistike rezultati istraživanja ukazuju na snažnu populacijsku regresiju na otoku Visu. Proces je nastao početkom 20. stoljeća, a svoj vrhunac je doživio nakon Drugog svjetskog rata. Depopulacija zaostaje u društveno-gospodarskom razvoju, što je uzrokovano stoljetnim iseljavanjem. Do većeg odljeva stanovništva je došlo zbog vojne izolacija, što je negativno rezultiralo na razvoj gospodarstva pa samim time i napuštanje otoka. Tek nakon 1992. godine, nakon odlaska vojske s otoka počinje razvoj turizma, a samim time i do prestanka iseljenja. Početkom 1960-ih godina, negativne promjene u prirodnom prirastu postale su značajan faktor depopulacije otoka Visa. Ova depopulacija bila je rezultat iseljavanja stanovništva, gubitaka u demografiji tijekom svjetskih ratova i promjena u natalitetu. S obzirom na to da je prije 1960-ih na otoku Visu postojalo pozitivno prirodno kretanje, lako je zaključiti da je iseljavanje do tog trenutka bilo glavni uzrok depopulacije otoka. Iseljavanje se može podijeliti u dvije faze: prva faza obuhvaća razdoblje do Drugog svjetskog rata, gdje je

³⁸ Grad Vis - Razvojna strategija za razdoblje 2016.-2020. godine, 10.

prevladavalo iseljavanje u inozemstvo, posebice u prekomorske zemlje. Druga faza, poslijeratna, karakterizirana je jačanjem unutarnje migracije stanovništva, prije svega prema Splitu i drugim kopnenim središtima. Negativni demografski procesi, kao što su iseljavanje, depopulacija, starenje stanovništva i smanjenje nataliteta, rezultirali su oslabljenom reproduktivnom snagom i vitalnim potencijalom otoka. To je dovelo do starijeg dobne strukture stanovništva na otoku Visu, što se opisuje kao "vrlo duboka starost".³⁹

Sve većom prisutnosti depopulacijskog trenda Grad Vis uvodi neke nove mjere populacijske politike, što rezultira doseljavanju mladih obitelji koje nisu porijeklom s tog otoka. Vlasti zaključuju da ukoliko budu ulagali u obitelj je ujedno ulaganje i u budućnost. Pronatalitetni program Grada Visa za razdoblje od 2021. do 2027. godine ističe da obitelji s više od dvoje djece igraju ključnu ulogu u osiguravanju ekonomske budućnosti društva za idućih dvadeset godina.⁴⁰

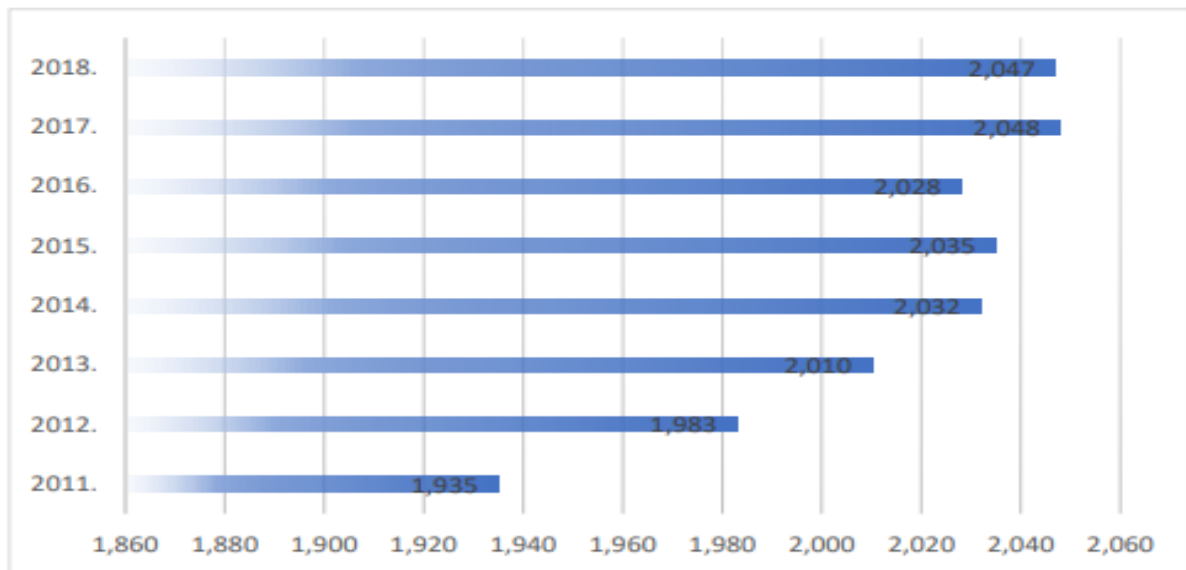
Prema zadnjim podacima iz razvojne strategije Grada Visa, statistički podaci pokazuju da na otoku Visu živi oko 3.637 stanovnika, te prema podacima gradova, prema statistici, u 2018. godini zabilježen je porast broja stanovništva u Gradu Visu. U istoj godini, evidentirano je 48 odlazaka iz grada (emigracija) i 67 dolazaka (imigracija). Od tih dolazaka, gotovo 50% ljudi dolazi iz drugih gradova iste županije, dok je 17 osoba doselilo iz ostalih županija u Hrvatskoj. Zanimljivo je napomenuti da je 14 doseljenika u Grad Vis došlo iz inozemstva.⁴¹

³⁹ Dragičević i drugi, *Plan razvoja ekološkog i ruralnog turizma - Područje otoka Visa*, 40.

⁴⁰ Razvojna strategija Grada Visa 2021.-2027., 46.

⁴¹ *Ibid.*, 51.

Grafikon 1. Procjena i prirodno kretanje stanovništva



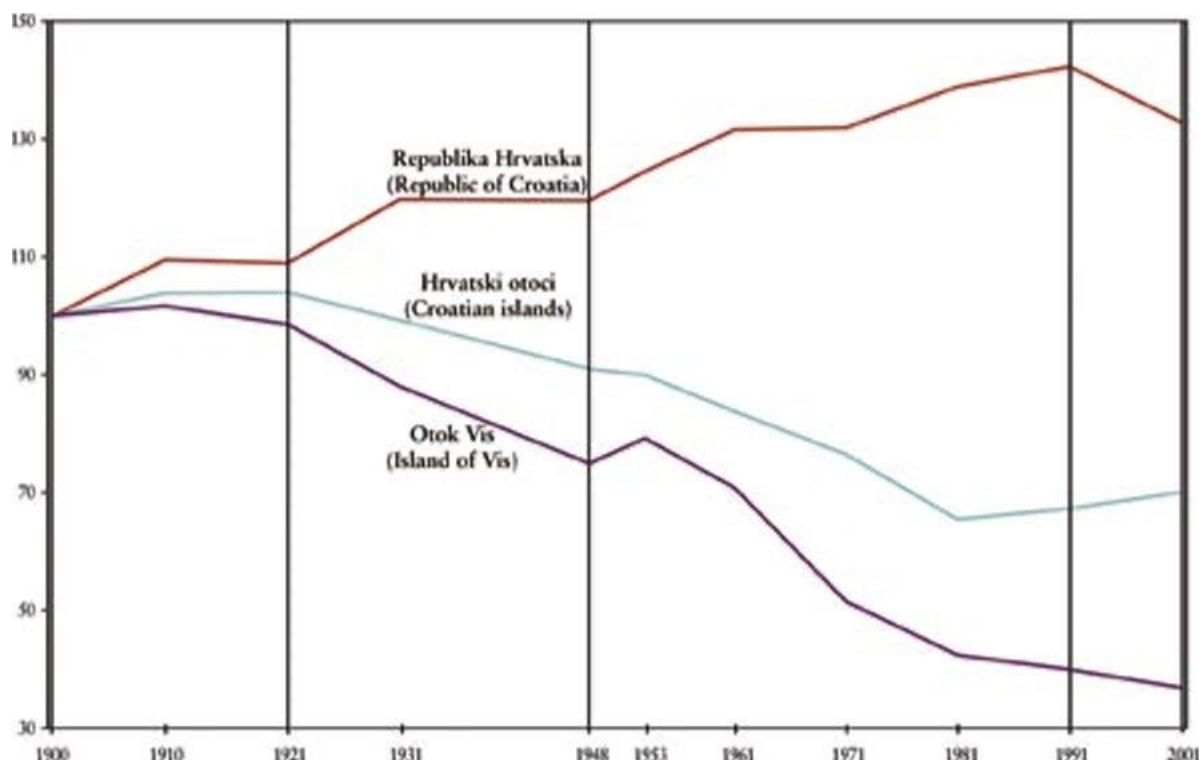
Izvor: Razvojna strategija Grada Visa 2021.-2027., 51

Popis stanovništva iz 2021. godine u Gradu Visu evidentira ukupno 924 muškarca, odnosno 994 žena. Glavni faktori koji su utjecali na ograničenje razvoja su svakako izražena depopulacija stanovništva što je u unutrašnjosti otoka dovelo do smanjenja radnog kontingenta stanovništva. Stanovništvo koje je i preostalo je stare životne dobi.

Starenje stanovništva ima širok spektar demografskih posljedica. To uključuje usporavanje stope rasta ukupnog stanovništva, smanjenje stope rodosti (manje novorođenih), povećanje stope smrtnosti (veći broj starijih osoba koji umiru), smanjenje migracije stanovništva (manje ljudi dolazi ili odlazi s otoka), promjene u dobnoj i spolnoj sastavu stanovništva (više starijih osoba, što može rezultirati "feminizacijom" starijih dobnih skupina) te utjecaj na radni kontingent (starije stanovništvo može smanjiti radnu snagu). Osim demografskih posljedica, starenje stanovništva ima i šire društvene, gospodarske, političke i druge implikacije. To znači da će se negativni učinci starenja stanovništva odraziti na gotovo sva područja društvenog života na otoku.⁴²

⁴² Nejašmić, „Demografsko starenje na hrvatskim otocima“. 141-168.

Grafikon 2. Kretanje broja stanovnika Republike Hrvatske, hrvatskog otočja i otoka Visa u razdoblju 1900.-2001., po popisnim godinama



Izvor: Nejašmić, Igor, i Roko Mišetić. „Depopulacija otoka Visa.“ *Geoadria* 11/2 (2006) 283-309.

Prema podacima iz grafikona 2, u razdoblju od 1900. do 2001. godine, broj stanovnika na otoku Visu smanjio se za impresivnih 63,2%. Ovo smanjenje broja stanovnika na otoku Visu bilo je značajno veće od prosječnog smanjenja broja stanovnika na hrvatskim otocima u cjelini, gdje je smanjenje iznosilo 30,0%. Istodobno, broj stanovnika u Hrvatskoj kao državi povećao se za 32,9%. Ovi statistički podaci pokazuju izazov depopulacije s kojim se suočava otok Vis tijekom tog stoljeća.⁴³

S obzirom na navedene izazove, ključno je poduzeti odgovarajuće mjere kako bi se potaknuo povoljan demografski razvoj otoka Visa. To uključuje poticanje gospodarskog razvoja koji će stvarati nova radna mjesta, pružanje potpora za ostanak mladih ljudi na otoku, poboljšanje obrazovnih i zdravstvenih usluga, te razvoj inovativnih turističkih proizvoda kako bi se produžila turistička sezona i osigurao održivi rast. Pozitivan demografski razvoj otoka Visa ključan je za održivi razvoj destinacije te za očuvanje bogate kulturne i prirodne baštine otoka. Kroz usklađene napore svih dionika, otok Visa može postići ravnotežu između turizma,

⁴³ Nejašmić, „Demografsko starenje na hrvatskim otocima“. 141-168.

ekonomije i dobrobiti lokalnog stanovništva, stvarajući prosperitetnu destinaciju koja će privlačiti posjetitelje i omogućiti napredak cijele zajednice.

3.2. Ekonomski razvoj otoka Visa

Ekonomski razvoj otoka Visa nosi veliki potencijal za unapređenje gospodarskog sektora i poticanje razvoja različitih industrija poput poljoprivrede, ribarstva i turizma. Turizam i ugostiteljstvo predstavljaju glavnu gospodarsku aktivnost na otoku, dok su trgovina na malo i veliko manje zastupljene. Osim toga, razvija se poljoprivreda, uključujući vinogradarstvo i proizvodnju vinskih destilata te maslinarstvo. Također, ribarstvo i prerada ribe, pomorstvo te brodogradnja igraju važnu ulogu u razvoju otoka.

U ekonomskom smislu turizam ima najvažnije ulogu u gospodarstvu otoka jer zapošljava oko 18% ukupnog radnog stanovništva, dok je na nacionalnoj razini u turističkom sektoru zaposleno oko 6% ukupno zaposlenih.⁴⁴ Razvitak gospodarstva i poboljšanje ekonomske strukture je prikazano u tablici za koju su prikupljeni podaci iz 2018. godine dani u usporedbu sa prethodnom godinom, a tablični prikaz je preuzet iz dokumenta Razvojne strategije Grada Visa za razdoblje od 2021.-2027.

⁴⁴ Razvojna strategija Grada Visa 2021.-2027. 90.

Tablica 1. Osnovni financijski rezultati poslovanja poduzetnika s presjekom udjela u ukupnoj strukturi gospodarstva Splitsko - dalmatinske županije

| Opis | Godina | | Indeks | Udjel Grada Visa u Županiji (%) |
|-----------------------------|---------|--------|--------|-----------------------------------|
| | 2017 | 2018 | | |
| Broj poduzetnika | | 132 | | 16.79% |
| Ukupni prihodi | 98,158 | 99,067 | 100.9 | 0.21% |
| Ukupni rashodi | 130,514 | 94,949 | 72.8 | 0.22% |
| Dobit prije oporezivanja | 6,398 | 6,688 | 104.5 | 0.18% |
| Gubitak prije oporezivanja | 38,754 | 2,570 | 6.6 | 0.22% |
| Porez na dobit | 741 | 914 | 123.4 | 0.17% |
| Dobit razdoblja | 5,676 | 5,774 | 101.7 | 0.18% |
| Gubitak razdoblja | 38,773 | 2,570 | 6.6 | 0.22% |
| Dobit ili gubitak razdoblja | -33,097 | 3,204 | - | 0.16% |
| Izvoz u razdoblju | 5,205 | 6,517 | 125.2 | 0.09% |
| Uvoz u razdoblju | 700 | 643 | 91.8 | 0.16% |
| Trgovinski saldo | 4,505 | 5,874 | 130.4 | 0.18% |
| Investicije u razdoblju | 885 | 327 | 37 | 0.02% |

Izvor: Razvojne strategije Grada Visa 2021.-2027., 88.

U 2018. godini na otoku Visu ostvareni su ukupni prihodi u iznosu od 99,07 milijuna kuna. To predstavlja rast od 0,93% u usporedbi s prethodnom godinom. Najveći prihodi i dobit nakon oporezivanja zabilježeni su u sektoru pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane i pića, s rastom od 4,20% u odnosu na prethodnu godinu. Ovi podaci ukazuju na pozitivan trend u turističkom sektoru na otoku Visu, posebno u segmentima smještaja i ugostiteljstva.⁴⁵

⁴⁵ Razvojna strategija grada Visa 2021.-2027., 88.

Tablica 2. Ostvareni prihodi i rashodi poduzetnika Grada Visa prema djelatnostima

| Šifra i opis djelatnosti | Ukupni prihodi | | Ukupni rashodi | |
|--|----------------|---------------|----------------|---------------|
| | 2017 | 2018 | 2017 | 2018 |
| POLJOPRIVREDA, ŠUMARSTVO I RIBARSTVO | 9,427 | 8,896 | 8,753 | 8,424 |
| PRERADIVAČKA INDUSTRIJA | 3,982 | 4,564 | 4,616 | 4,778 |
| OPSKRBA VODOM; UKLANJANJE OTPADNIH VODA, GOSPODARENJE OTPADOM TE DJELATNOSTI SANACIJE OKOLIŠA | 9,030 | 10,250 | 7,936 | 9,230 |
| GRADEVINARSTVO | 1,725 | 2,001 | 1,644 | 1,986 |
| TRGOVINA NA VELIKO I NA MALO; POPRAVAK MOTORNIH VOZILA I MOTOCIKALA | 18,392 | 17,580 | 17,413 | 16,996 |
| PRJEVOZ I SKLADIŠTENJE | 1,998 | 1,700 | 2,012 | 1,680 |
| DJELATNOSTI PRUŽANJA SMJEŠTAJA TE PRIPREME I USLUŽIVANJA HRANE | 28,679 | 29,875 | 65,148 | 29,251 |
| INFORMACIJE I KOMUNIKACIJE | 969 | 1,208 | 759 | 829 |
| POSLOVANJE NEKRETNINAMA | 1,930 | 1,422 | 1,830 | 1,753 |
| STRUČNE, ZNANSTVENE I TEHNIČKE DJELATNOSTI | 3,193 | 3,001 | 2,703 | 2,700 |
| ADMINISTRATIVNE I POMOĆNE USLUŽNE DJELATNOSTI | 16,671 | 16,714 | 15,744 | 15,630 |
| DJELATNOSTI ZDRAVSTVENE ZAŠTITE I SOCIJALNE SKRBI | 649 | 670 | 512 | 512 |
| UMJETNOST, ZABAVA I REKREACIJA | 433 | 419 | 484 | 367 |
| OSTALE USLUŽNE DJELATNOSTI | 1,080 | 767 | 961 | 814 |
| UKUPNO SVE DJELATNOSTI | 98,158 | 99,067 | 130,514 | 94,949 |

Izvor: Razvojna strategija Grada Visa 2021.-2027., 89.

Najveći rashodi u iznosu od 29,251 milijuna kuna zabilježeni su u sektorima pružanja smještaja i pripreme te posluživanja hrane i pića. U usporedbi s prethodnom godinom, ti rashodi su smanjeni za 56,1%. Ukupna dobit prije oporezivanja u promatranom razdoblju povećala se za 4,5 postotnih bodova u odnosu na prethodnu godinu. Djelatnosti pružanja smještaja i pripreme te usluživanja hrane i pića ostvarile su najveću dobit prije oporezivanja od 1,37 milijuna kuna, što čini 17,6% ukupne dobiti prije oporezivanja u gospodarstvu Grada u 2014. godini.

Što se tiče poduzetništva, analizirani su podaci iz 2018. godine koji pokazuju da je bilo ukupno 132 poduzetnika na otoku Visu. Među njima su bila četiri poduzetnika investitora, dok

su preostala 128 poduzetnika bila bez investicija. Poduzetnici-investitori bavili su se različitim djelatnostima, uključujući poljoprivredu, ribarstvo i šumarstvo, informacijske i komunikacijske usluge, administrativne i pomoćne usluge te područje umjetnosti, rekreacije i zabave.

Kod poduzetnika na otoku Visu, ukupni troškovi osoblja, koji uključuju neto plaće, poreze, doprinose iz plaće i na plaće, iznosili su 41,629 milijuna kuna prema podacima za 2018. godinu. Prosječan broj radnih sati po zaposleniku za tu godinu bio je 296 sati, pri čemu je primjetan trend povećanja radnih sati u usporedbi s prethodnom godinom. Najveći broj zaposlenih po broju radnih sati bio je zabilježen u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i posluživanja hrane i pića. U svim gospodarskim djelatnostima, s izuzetkom djelatnosti opskrbe vodom, primjećuje se pozitivan trend povećanja prosječnog broja zaposlenih kod poduzetnika.

Prema podacima iz 2018. godine, prosječna mjesečna neto plaća po zaposlenom u Gradu Visu iznosila je 4.568 kuna, što je nešto niže u odnosu na prethodnu godinu kada je iznosila 4.590 kuna. U usporedbi s prosjekom Splitsko-dalmatinske županije, gdje je prosječna mjesečna neto plaća iznosila 5.069 kuna, plaće u Gradu Visu su niže. Također, prosječne mjesečne neto plaće po zaposlenom bile su niže u Gradu Visu u usporedbi s prosjekom na razini Republike Hrvatske. U promatranom razdoblju, zabilježeno je povećanje mjesečne neto plaće u sektorima prijevoza i skladištenja, informacija i komunikacija te prerađivačke industrije.

Tijekom istraživanja razvoja poduzetništva, prikupljeni su podaci iz Provedbenog programa Grada Visa za razdoblje od 2022. do 2025. godine. U tom programu, detaljno je prikazana gospodarska slika Grada Visa kroz tablicu koja uspoređuje financijsko stanje prema zadnjim dostupnim podacima iz 2018. godine s projekcijama za naredne godine.

Tablica 3. Osnovni financijski rezultati poslovanja poduzetnika Grada Visa

| Opis | Iznosi u tisućama kuna, prosječne plaće u kunama | | |
|---|--|--------|-------|
| | 2019. | 2020. | Index |
| Broj poduzetnika | 130 | 136 | - |
| Broj dobitaša | 82 | 60 | 73.2 |
| Broj gubitakaša | 48 | 76 | 158.3 |
| Broj zaposlenih | 265 | 251 | 94.7 |
| Ukupni prihodi | 96,821 | 81,517 | 84.2 |
| Ukupni rashodi | 93,887 | 82,642 | 88.0 |
| Dobit prije oporezivanja | 6,148 | 7,850 | 127.7 |
| Gubitak prije oporezivanja | 3,214 | 8,975 | 279.3 |
| Porez na dobit | 708 | 566 | 79.9 |
| Dobit razdoblja | 5,440 | 7,285 | 133.9 |
| Gubitak razdoblja | 3,214 | 8,977 | 279.3 |
| Dobit razdoblja (+) ili gubitak razdoblja (-) | 2,226 | -1,692 | - |
| Neto plaće i nadnice | 15,200 | 14,460 | 95.1 |
| Prosječna mjesečna neto plaća po zaposlenom | 4,780 | 4,801 | 100.4 |
| Broj izvoznika | 5 | 8 | 160.0 |
| Broj uvoznika | 9 | 9 | 100.0 |
| Izvoz | 2,393 | 1,666 | 69.6 |
| Uvoz | 872 | 510 | 58.5 |
| Trgovinski saldo | 1,521 | 1,156 | 76.0 |
| Broj investitora | 4 | 6 | 150.0 |
| Broj poduzetnika bez investicija | 126 | 130 | 103.2 |
| Investicije u novu dugotrajnu imovinu | 533 | 1,458 | 273.6 |

Izvor: Provedbeni program grada Visa 2022.-2025., 38.

U 2020. godini, ukupni prihodi Grada Visa iznosili su 81.517 milijuna kuna, što je značajan pad od 15,8% u usporedbi s prethodnom godinom. Najveći prihodi, te kasnije i dobit nakon oporezivanja, ostvareni su u sektorima pružanja smještaja i pripreme te usluživanja hrane i pića. Međutim, ti prihodi su u odnosu na prethodnu godinu zabilježili pad od 45,8 postotnih bodova. Ovaj značajan pad gospodarskih podataka za 2020. godinu posljedica je utjecaja pandemije korona virusa na turističku industriju i gospodarstvo Grada Visa.

U 2020. godini, poduzetnici Grada Visa ostvarili su 1.666 milijuna kuna prihoda od prodaje u inozemstvu. To predstavlja značajan pad u usporedbi s prethodnom godinom, smanjenje je iznosilo trideset postotnih bodova. U 2018. godini, djelatnosti pružanja smještaja i pripreme te usluživanja hrane i pića ostvarile su najveće prihode od prodaje u inozemstvu u Gradu Visu, s udjelom od 64% u ukupno ostvarenim prihodima od prodaje u inozemstvu. Ti prihodi su u

usporedbi s prethodnom godinom porasli za 25%. Međutim, u 2020. godini, prihodi u tim djelatnostima pali su ispod pedeset tisuća.

Što se tiče broja poduzetnika, prema ranijim podacima iz 2018. godine, Grad Vis imao je 132 poduzetnika. U 2020. godini, taj broj se povećao za 6, pa Grad Vis sada ima ukupno 132 mikro poduzetnika i 4 mala poduzetnika. Također, prema dostupnim informacijama, Grad Vis ima šest poduzetnika koji su investitori i 130 poduzetnika bez investicija.⁴⁶

Tablica 4. Broj poduzetnika u Gradu Visu

| Šifra i opis djelatnosti | Broj poduzetnika | | |
|---|------------------|-----------|-----------|
| | Ukupno | Dobitaši | Gubitaši |
| POLJOPRIVREDA, ŠUMARSTVO I RIBARSTVO | 13 | 3 | 10 |
| PRERAĐIVAČKA INDUSTRIJA | 12 | 5 | 7 |
| OPSKRBA VODOM; UKLANJANJE OTPADNIH VODA, GOSPODARENJE OTPADOM TE DJELATNOSTI SANACIJE OKOLIŠA | 1 | 0 | 1 |
| GRAĐEVINARSTVO | 11 | 5 | 6 |
| TRGOVINA NA VELIKO I NA MALO; POPRAVAK MOTORNIH VOZILA I MOTOCIKALA | 15 | 12 | 3 |
| PRIJEVOZ I SKLADIŠTENJE | 6 | 3 | 3 |
| DJELATNOSTI PRUŽANJA SMJEŠTAJA TE PRIPREME I USLUŽIVANJA HRANE | 30 | 16 | 14 |
| INFORMACIJE I KOMUNIKACIJE | 4 | 1 | 3 |
| POSLOVANJE NEKRETNINAMA | 15 | 3 | 12 |
| STRUČNE, ZNANSTVENE I TEHNIČKE DJELATNOSTI | 10 | 5 | 5 |
| ADMINISTRATIVNE I POMOĆNE USLUŽNE DJELATNOSTI | 15 | 5 | 10 |
| DJELATNOSTI ZDRAVSTVENE ZAŠTITE I SOCIJALNE SKRBI | 1 | 1 | 0 |
| UMJETNOST, ZABAVA I REKREACIJA | 2 | 0 | 2 |
| OSTALE USLUŽNE DJELATNOSTI | 1 | 1 | 0 |
| UKUPNO SVE DJELATNOSTI | 136 | 60 | 76 |

Izvor: Provedbeni program Grada Visa 2022.-2025.

Troškovi osoblja za godinu 2020. koji uključuju neto plaća, doprinosa iz plaće i na plaće u Gradu Visu iznosio je 14.460 milijuna kuna, što predstavlja smanjenje od 5% u usporedbi s prethodnom godinom. Također, prosječan broj zaposlenih na temelju radnih sati bio je 251, što ukazuje na smanjenje od tri postotna boda u usporedbi s prethodnim razdobljem. Prosječna mjesečna neto plaća po zaposlenom na razini Splitsko-dalmatinske županije iznosi 5.069 kn,

⁴⁶ Razvojna strategija grada Visa 2021.-2027., 39.

što ukazuje na to da su plaće u Gradu Visu niže u usporedbi s plaćama na razini Republike Hrvatske.

Najveći broj zaposlenih prema broju radnih sati očekivano je u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanje hrane, što čini 23% ukupnog broja zaposlenih. Zanimljivo je primijetiti da se gotovo u svim gospodarskim djelatnostima bilježi negativan trend prosječnog broja zaposlenih kod poduzetnika, osim u prerađivačkoj industriji i djelatnostima opskrbe vodom. Ovo ukazuje na izazove u održavanju i povećanju zaposlenosti u različitim sektorima Grada Visa.

Strategija razvoja turizma Grada Visa usmjerena je na poboljšanje ekonomske sigurnosti stanovništva, pri čemu se priznaje da turizam može donijeti ekonomske prednosti, ali i kratkotrajne učinke koji nisu održivi na duže staze. To se posebno odnosi na visokokvalitetan segmentirani turizam koji je usmjeren prema održivosti i čvrsto je povezan s lokalnim sektorima poput poljoprivrede, ribarstva, obrazovanja, cjeloživotnog učenja, očuvanja kulturne baštine i vizualnog identiteta Grada Visa. Kroz primjenu načela i standarda održivog upravljanja, Grad Vis teži dugoročnoj brigi o lokalnom stanovništvu i očuvanju kulturnog identiteta razvoja. Ovo je važan korak prema stvaranju održivog turističkog modela koji ne samo da donosi gospodarsku korist, već i čuva prirodne resurse, tradiciju i kulturu otoka Visa..

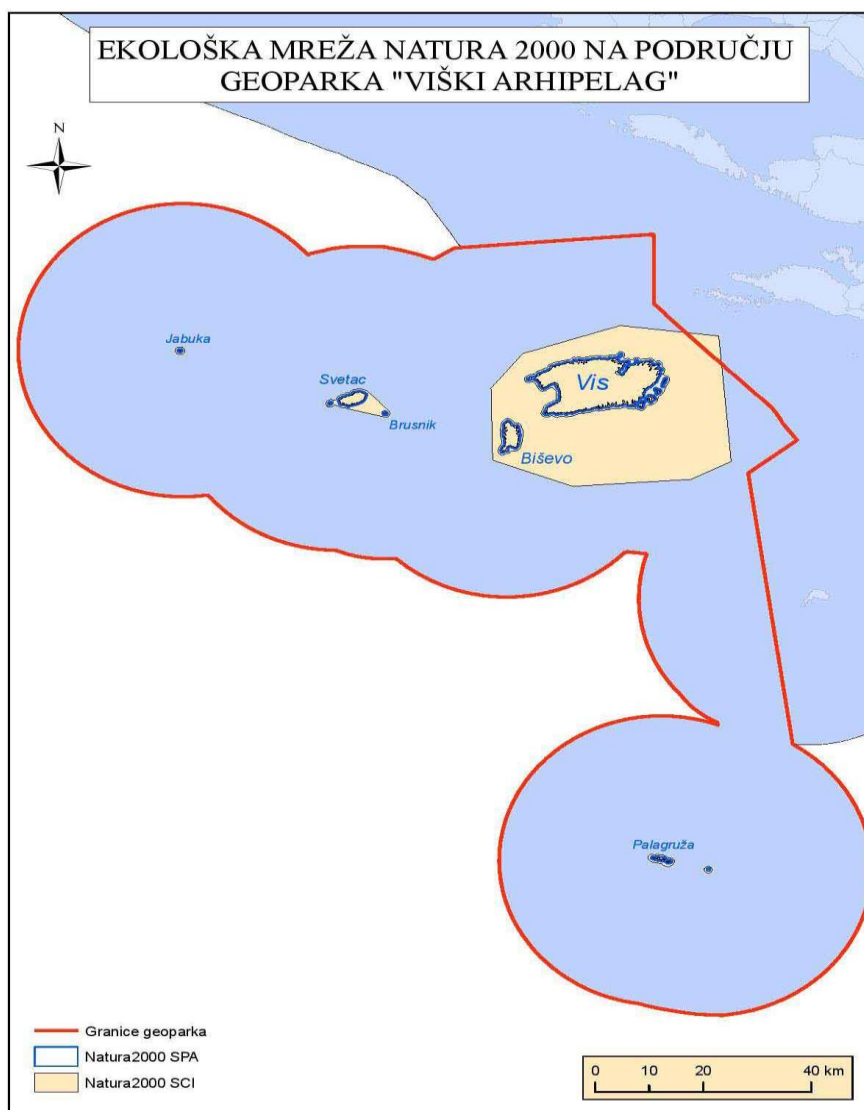
3.3. Ekološki aspekti otoka Visa

Razvoj turizma temelji se na sigurnosti turista i zaštiti okoliša, što zahtijeva ravnotežu između ekonomije, ekologije i zaštite okoliša u turizmu. Za postizanje održivosti u turizmu važno je uspostaviti ekološke razvojne strategije koje obuhvaćaju sljedeća područja: prometnu povezanost (pomorski, cestovni i zračni prijevoz), vodoopskrbu i odvodnju, upravljanje otpadom, zaštitu prirode i okoliša, korištenje čiste energije i obnovljivih izvora energije, prilagodbu klimatskim promjenama, očuvanje i održivo korištenje malih otoka, promociju kulture i kulturne baštine te razvoj visokokapacitiranih elektroničkih komunikacijskih mreža. Ovakve strategije pomažu u postizanju održivog razvoja turizma, gdje turizam donosi korist ekonomiji, ali istovremeno čuva okoliš i kulturu destinacije.

Na otoku, većina gospodarskih aktivnosti temelji se na prirodnim resursima kao što su turizam, ribarstvo i poljoprivreda. Kroz održivi razvoj ovih resursa, moguće je potaknuti napredak otoka i poboljšati životni standard lokalnog stanovništva. Posebnu važnost ima

ekološka mreža Natura 2000 koja se bavi zaštitom okoliša i posebnih prirodnih područja. Unatoč tome što otoci zauzimaju samo oko 5,8% kopnenog dijela Hrvatske, njihov udio u ukupno zaštićenim područjima prirode u Hrvatskoj iznosi 15%, što ukazuje na izuzetno veliki potencijal prirodnih resursa na otocima. Osim toga, Geopark Viški arhipelag je uključen u UNESCO-ovu Svjetsku mrežu geoparkova, što dodatno potvrđuje bogatstvo prirodne baštine otoka Visa. Svi veći otoci nalaze se unutar ekološke mreže Republike Hrvatske, koja čini dio europske eko mreže Natura 2000, čime se naglašava važnost očuvanja prirodnih vrijednosti ovih otoka..⁴⁷

Slika 3. Geopark Viški arhipelag



Izvor: Natura 2000.

⁴⁷ Nacionalni plan razvoja otoka 2021.-2027., 40.

Okoliš je pod konstantnim pritiskom bez obzira na to što se ulaže veliki napora zbog očuvanja prirode jer su i dalje određene sastavnice ugrožene. Brojne ljudske aktivnosti stvaraju posljedice od prevelike izgradnje, neodgovornog odlaganja otpada, velike količine otpada iz mora zbog posljedice nautičkog turizma, neadekvatno zbrinjavanje otpadnih voda te ilegalno korištenje prirodnih resursa negativno utječu na okoliš otoka te prirodne prijetnje kao što su požari, toplinski valovi, suše, podizanje razine mora te olujna nevremena stvaraju dodatne ugroze i pritisak na okoliš. Da bi se spriječile eventualne štete potrebno je aktivno sudjelovanje svih dionika iz sektora zaštite prirode na svim razinama kako bi se ostvarili zadani ciljevi unapređenja sustava nadzora zbog zaštite od prirodnih prijetnji.

Problemi u okolišu, posebno oni uzrokovani klimatskim promjenama, predstavljaju izazov za sve otoke, bez obzira na njihovu lokaciju, razinu razvoja i veličinu. Globalni porast temperatura zraka i mora, kao i rast razine mora, ima ozbiljne posljedice na ekosustave otoka. To rezultira promjenama u okolišu, uključujući suše, toplinske valove, požare i oluje, koje mogu imati ozbiljan utjecaj na otočko gospodarstvo i predstavljati neposrednu prijetnju imovini i ljudskim životima. Otočka zajednica mora se suočiti s ovim izazovima kako bi zaštitila svoje resurse i osigurala održivi razvoj.

Pored promjena uzrokovanih prirodnim procesima i ljudskom aktivnošću, postoji i rizik od potresa na otocima, pri čemu su posebno osjetljiva područja Splitsko-dalmatinske županije i Dubrovačko-neretvanske županije, koje se nalaze u seizmički aktivnim dijelovima Republike Hrvatske.⁴⁸ U Nacionalnom planu razvoja otoka za razdoblje od 2021. do 2027. godine, unutar programskog područja "Čista energija, energetika, obnovljivi izvori energije, prilagodba klimatskim promjenama i ublažavanje njihovog utjecaja", identificirane su ključne potrebe i potencijali. Najvažnije potrebe u ovom području uključuju nedostatak energetske opskrbe na otocima, utjecaj klimatskih promjena, porast razine mora i potencijalnu seizmičku aktivnost. S druge strane, ključni razvojni potencijali obuhvaćaju proizvodnju energije iz obnovljivih izvora, istraživanje i razvojne aktivnosti te njihovu primjenu na otocima, prelazak na alternativna goriva te poboljšanje energetske učinkovitosti postojećih stambenih i poslovnih objekata. Ova inicijativa usmjerena je na promicanje zelene tranzicije na otocima, što bi doprinijelo njihovoj održivosti i sigurnosti u budućnosti.⁴⁹

⁴⁸ Nacionalni plan razvoja otoka 2021.-2027., 42.

⁴⁹ Ibid.

Turistička atraktivnost prostora i okoliš imaju odnos u dva smjera. Osnova za većinu tipova turizma je atraktivan i očuvani okoliš, ukoliko se prirodne i kulturne resurse koristi na održivi način. S druge strane kao što je već i ranije spomenuto, turizam ima potencijal negativno utjecati na okoliš na nekoliko načina. To uključuje preveliku koncentraciju turista na atraktivnim područjima, što može dovesti do preopterećenja tih područja, oštećenja prirodne sredine i promjena u socio-kulturnom identitetu zajednice. Također, povećani turistički pritisak može uzrokovati potrebu za izgradnjom dodatne infrastrukture, što također može imati negativne posljedice na okoliš, uključujući urbanizaciju priobalnih područja i uništavanje prirodnih resursa. Stoga je važno provoditi održivi turizam i razvijati strategije koje minimiziraju negativne utjecaje na okoliš.

Uz adekvatno osmišljenu i provedenu strategiju razvoja turizma, poštujući fizički kapacitet prostora vrlo vrijedne kulturne tradicije i prirodnih resursa potiče se održivost razvoja i blagostanje stanovnika. Strategija održivosti turizma zasniva se na nekoliko teza:⁵⁰

- sprečavanje depopulacije stanovnika i stvaranja mogućnosti za demografsku obnovu
- sudjelovanje u zaštiti okoliša i sanaciji prirodne i kulturne baštine, uključenje lokalnog stanovništva u adekvatnu prezentaciju turističke ponude
- njegovanje tradicionalne poljoprivredne proizvodnje uključivanjem obiteljskih gospodarstva u turističku ponudu
- gospodarski, a jednako tako i ekološki održivi razvoj infrastrukture.

Kako se da primijetiti, na području otoka Visa nema lokacija s većom koncentracijom turističkih kapaciteta te za sada nema ni značajnog utjecaja na okoliš ili su oni lokacijski ograničeni. Neminovno je da turizam pruža odležene ugroze na poljoprivredu jer ima posredan utjecaj kroz dva suprotna procesa; jedan je napuštanje obrade poljoprivrednih zemljišta koja propadaju čime se gubi jedinstveno stanište i krajobrazne vrijednosti,⁵¹ a drugi proces koji prouzrokuje ugroze je modernizacija i intenzivno korištenje poljoprivrednih površina devastacijom suhozida, terasa i puteva što pospješuje eroziju i neposredno dovodi do onečišćavanja staništa.

⁵⁰ Nacionalni plan razvoja otoka 2021.-2027., 34.

⁵¹ Dragičević i drugi, „Plan razvoja ekološkog i ruralnog turizma - Područje otoka Visa“, 53.

Usljed procesa opožarenosti, ugrožene su šume i šumska zemljišta te poljoprivredna zemljišta, te na primjeru otoka Biševa koji je opožaren gotovo u cjelini i trebao bi provesti sanaciju pošumljavanjem autohtonim vrstama vegetacije.

Obalno more je također ugroženo postojećim stambenim i turističkim sadržajima gdje nije riješen ili nije adekvatno riješen način odvodnje. Tako su posebno ugrožene livade morskih trava i cvjetnice posidonije koja se smatra najznačajnijim životnom zajednicom u priobalnom djelu Mediterana. Sidrenje također pospješuje ugrozu livade posidonije i nastanjivanje vrsta iz drugih mora od kojih mnoge predstavljaju opasnosti za floru i faunu podmorja⁵². Tijekom ljetnih mjeseci, kada je turizam na vrhuncu, kvaliteta mora se prati, i primjećuje se da se na određenim mjestima mijenja kategorija kvalitete iz "Visoke kakvoće - I." u "more podobno za kupanje - II." Ovo ukazuje na to da se tijekom turističke sezone može dogoditi zagađenje mora, što može biti uzrokovano različitim faktorima, kao što su veliki broj turista i potreba za infrastrukturom. Što se tiče problema zagađenja prostora i zbrinjavanja krutog otpada, na otoku postoji djelomično rješenje kroz organizirano sakupljanje i odvođenje otpada na odlagalište. Međutim, postoje i neorganizirani ilegalni deponiji na širem području otoka, što ukazuje na potrebu za boljim upravljanjem otpadom i očuvanjem okoliša. Zagađenost zraka i prisutnost buke nisu problem osim uz najfrekventnije prometnice, posebice u naseljenim dijelovima gdje dolazi do visoke koncentracije prometa. Obalni pojas i njegova krajobraz je sačuvan u većem dijelu osim na devastiranim područjima neplanskom izgradnjom objekata. Na južnoj strani otoka Visa vidljivi su izrazito jasni utjecaji turizma, ponajviše neplanska gradnja objekata za povremeno stanovanje bez poštivanja urbanističkog plana te također situacija neriješene odvodnje i zbrinjavanja otpadnih voda koje zagađuju i ugrožavaju zaštićeno područje.⁵³

Kroz analizu ekoloških turistički potencijala i ograničenja na koja nailaze atrakcije otoka Visa prikazane su kroz ključne vrijednosti:⁵⁴

- najvažniji prirodni resurs otoka Visa je more, obala kopnenog prostora i pripadajući otoci viškog arhipelaga. Na otoku se nalaze brojne endemske vrste zbog čega je prepoznatljiv kao područje s izuzetno visokom biološkom raznolikošću.

⁵² Dragičević i drugi „Plan razvoja ekološkog i ruralnog turizma - Područje otoka Visa“, 68.

⁵³ Ibid., 68.

⁵⁴ Ibid., 70.

- temeljem Zakona o zaštiti prirode zaštićeni su značajni krajolici otočić Ravnik, Jabuka i Brusnik. Mnoge špilje i uvala Stiniva na otoku Visu također su dobile status geomorfoloških spomenika, što ih čini posebnim i zaštićenim prirodnim resursima.
- arhipelag Budikovac-Greben, zbog svoje izrazite atraktivnosti i prirodne ljepote, predložen je za posebnu zaštitu kao značajni krajolik.
- netaknuti prirodni pejzaž na vanjskim dijelovima otoka predstavlja ključnu značajku ovog mjesta. Zapadna strana otoka je izrazito strma, stjenovita i teško dostupna s vapnenačkim liticama, dok su jugoistočna i istočna obala razvedene i obiluju brojnim plažama. Unutrašnjost otoka obuhvaća polja koja su primjer kultiviranog pejzaža. Ovdje se površine različitih namjena izmjenjuju u obliku mozaika, uključujući područja poljoprivrede niskog intenziteta.
- sela smještena u unutrašnjosti otoka, koja su većinom napuštena, zadržala su svoj izvorni karakter i stanje. Zahvaljujući tome što su očuvana u svom prvobitnom obliku imaju svojevrsnu spomeničku vrijednost.

Otok Vis je bogat prirodnim resursima i ima brojna zaštićena područja. Najznačajniji prirodni resurs otoka je njegovo obilje mora, obale i otoka u viškom arhipelagu, koji se ističu zbog svoje visoke biološke raznolikosti i prisutnosti endemskih vrsta. Osim toga, zakonski je zaštićena značajna krajolika na otoku, uključujući otoke Ravnik, Jabuku i Brusnik, kao i mnoge špilje i uvalu Stiniva koje su dobile status geomorfoloških spomenika. Arhipelag Budikovac-Greben također je predložen za posebnu zaštitu kao značajni krajolik. Vanjski dijelovi otoka zadržali su svoj netaknuti prirodni pejzaž, s divljim obalama na zapadnoj strani i raznolikim plažama na jugoistočnoj i istočnoj obali. Unutrašnjost otoka obuhvaća polja koja čine kultivirani pejzaž s različitim namjenama površina. Napuštena sela u unutrašnjosti otoka zadržala su svoj izvorni karakter i stanje, čuvajući svoju spomeničku vrijednost.

Najugroženiji je dio jugoistočne obale sa mjestima Rukavac, Milna-Ženka i Rogačić, gdje je izgrađen veliki broj individualnih objekata, u najvećem broju kuća za povremeno stanovanje i turističke svrhe bez popratnog urbanističkog plana i bez kanalizacije. Problem je što otpadne vode zagađuju i ugrožavaju zaštićeno podmorje, posebice livade posidonije⁵⁵. Ključno je, kako bi ekološki zaštićena područja i koridori ostali u dobrom stanju, poštivati mjere zaštite biološke i krajobrazne raznolikosti u skladu s obvezama Konvencije o biološkoj raznolikosti, ciljevima zacrtanih u Strategiji zaštite biološke i krajobrazne raznolikosti te Nacionalnom akcijskom

⁵⁵ Dragičević i drugi, „Plan razvoja ekološkog i ruralnog turizma - Područje otoka Visa“, 69.

planu zaštite okoliša.⁵⁶ Prilikom napuštanja obrade poljoprivrednih zemljišta dolazi do gubitka jedinstvenih staništa i krajobrazne vrijednosti unutrašnjosti otoka, a sukladno tome napuštanje ruralnih područja zbog iseljavanja stanovništva također bivaju sve ugroženija. Revitalizacija takvih područja, samim time i zaštita, trebala bi se temeljiti na zaštiti povijesne jezgre, prostorne organizacije smještaja u kultiviranom i prirodnom krajobrazu, kao i na očuvanje građevne strukture koja je karakteristična za otočko područje Visa.

Glavnu osnovicu za održivi razvoj turizma predstavljaju prirodna bogatstva otočkog prostora zahvaljujući slabijem gospodarskom i turističkom razvoju koje se temelji na ugostiteljstvu, ribarstvu i poljoprivredi. Najvrjedniji identitet područja koje je i dalje sačuvano u cjelini predstavljaju prirodne posebnosti te kulturno i povijesno nasljeđe. Način dispozicije otpadnih voda kroz nedovršene sustave Visa i Komiže te putem upojnih crnih jama na otoku je neprihvatljiv posebice za naselja na obali.⁵⁷

Zaštićena prirodna baština na području otoka Visa jest obala i pripadajući otoci sa svojim prirodnim i krajobraznim ljepotama koje čine otočki prostor značajnim i atraktivnim. U smislu odredbi Zakona o zaštiti prirode zaštićeni su sljedeći dijelovi prirode:

Značajni krajolik: Otoci Ravnik, Jabuka i Brusnik.

Spomenici prirode: Medvidina špilja, Modra špilja, Zelena špilja na otoku Ravniku i Uvala Stiniva, Otok Brusnik i Otok Jabuka.

Prostornim planom se predlaže i zaštita ihtioloških rezervata; akvatorij otoka Biševo, Palagruža i Svetac.

Biološka raznolikost: Uzrok velike bioraznolikosti je činjenica da je otočki prostor bio pribežište biljaka i životinja za vrijeme ledenog doba.

Viški arhipelag pripada prostoru biološke raznolikosti na kojem su koncentrirani brojni endemi.

Velika je potreba za zaštitom viškog arhipelaga zbog:⁵⁸

- specifičnosti endemski vrsta,

⁵⁶ Dragičević i drugi, „Plan razvoja ekološkog i ruralnog turizma - Područje otoka Visa“, 68.

⁵⁷ Ibid., 51.

⁵⁸ Ibid., 70.

- veliko značenje otočne skupine za preživljavanje ptica, jer su odmorišna točka ptica selica i gnjezdišta rijetkih vrsta,
- specifična geološka građa otoka Brusnika i Jabuke,
- bogatstvo morske flore sa endemski vrstama.

Formiranje „Ekološke mreže Republike Hrvatske“ ima svrhu zaštite i očuvanje prirodnih staništa koja su ugrožena i rijetka, zajedno s njihovim karakterističnim vrstama, putem označavanja ekološki važnih područja i povezanih koridora. U okviru ekološke mreže zaštićena su kopnena područja kao i more i podmorje otoka Visa i Biševa, jugoistočne obale Visa te brojne špilje i jame.

Razvoj turizma na otoku Visu i drugim otocima mora biti usmjeren prema postizanju ravnoteže između ekonomskih interesa, zaštite okoliša i očuvanja prirodne i kulturne baštine. Održivi turizam je ključni faktor za dugoročni prosperitet otoka ali se suočava s mnogim ekološkim izazovima poput zagađenja mora, prekomjerne izgradnje, neodgovornog odlaganja otpada, klimatskih promjena i prijetnji poput požara, oluja i podizanja razine mora. Da bismo se suočili s tim izazovima, potrebno je aktivno sudjelovanje svih dionika, uključujući lokalno stanovništvo, vlasti i sektor za zaštitu prirode. Održivi razvoj turizma na otoku Visu ovisi o zaštiti prirodne baštine, očuvanju biološke raznolikosti, revitalizaciji ruralnih područja te upravljanju infrastrukturom. Ključno je poštivanje mjera zaštite okoliša i krajobrazne raznolikosti te usmjerenost prema alternativnim izvorima energije i zelenoj tranziciji. Otok Vis posjeduje izvanredne prirodne i kulturne resurse koji su temelj razvoja turizma. Očuvanje ovih resursa kroz održivi turizam nije samo ekološka i ekonomska nužnost, već i način da se sačuva autentičnost otoka i poboljša kvaliteta života stanovnika. Kroz primjenu ekoloških razvojnih strategija, zaštite prirode i poticanja tradicionalnih gospodarskih aktivnosti, može se osigurati dugoročni prosperitet otoka Visa i drugih otoka u Hrvatskoj.

4. Vis kao turistička destinacija

Turistička destinacija je određeni geografski prostor koji privlači posjetitelje zbog svojih atrakcija, resursa i ponude. Granice ove destinacije nisu čvrsto određene, već su rezultat složenih odnosa između lokalne zajednice, prirodnih i kulturnih atrakcija te infrastrukture i usluga koje se nude posjetiteljima. Definiranje turističke destinacije može biti izazovno jer ovisi o percepcijama turista te različitim čimbenicima koji utječu na turistička kretanja, kao što su dostupnost smještaja, prometne veze i raznolikost ponude. Turistička destinacija je dinamičan koncept koji se mijenja s vremenom i promjenama u potrebama i interesima turista.⁵⁹ Otok Vis je dugi niz godina bio zatvoren za posjetitelje, što je ograničavalo razvoj turizma na otoku. Tek nakon što je otok ponovno postao dostupan posjetiteljima, turistički razvoj se koncentrirao uglavnom oko urbanih i administrativnih središta Komiže i Visa.⁶⁰

Otok Vis je oduvijek bio privlačan kako domaćim, tako i stranim turistima. Posebno je poznata Modra Špilja na otoku Biševu, koja je jedna od najizvanrednijih prirodnih ljepota na Jadranu. Također, viška špilja Ravnik također privlači pažnju, iako nešto manje nego Modra Špilja. Ova dva jedinstvena mjesta postala su zanimljiva stranim znanstvenicima i posjetiteljima već u drugoj polovici prošlog stoljeća.

Već 1889. godine, prvi izletnici stigli su na otok Biševo parobrodom, što predstavlja prvi masovni posjet turista tom otoku. Nakon toga, mnogi turisti su počeli posjećivati i otok Vis. Turizam se razvijao sve do Prvog svjetskog rata, kada je dolazak stranih turista bio relativno nizak i nije donosio značajne koristi lokalnom stanovništvu. Između Prvog i Drugog svjetskog rata, otok je počeo privlačiti veći broj domaćih turista, koji su dolazili pojedinačno ili u grupama. Prvi zabilježeni podaci o turistima datiraju iz 1920. godine. Nakon završetka Drugog svjetskog rata primjećuje se značajan pad u turizmu.⁶¹

Činjenica je da su otok posjećivali najviše strani turisti iz Austrije, Češke i Njemačke u odnosu na broj domaćih turista. Još od 1913. godine je bila riječ o izgradnji hotela u Komiži, ali se ta zamisao nije bila ostvarila. Postojao je pension Kuljiš sa 16 kreveta što je bilo premalo da bi se zadovoljile potrebe intenzivne turističke djelatnosti. Da bi se privukao dolazak većeg broja turista na otok 1932. godine je organizirana prva regata jedrilicama od Komiže do

⁵⁹ Bartoluci, *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*, 25.

⁶⁰ Dragičević i drugi, „Plan razvoja ekološkog i ruralnog turizma - Područje otoka Visa“, 67.

⁶¹ Peričić, „Razvitak gospodarstva otoka Visa u prošlosti.“, 68.

Palagruže. Nažalost nadolazeći drugi svjetski rat nakratko je odgodio ostvarenje većeg zamaha ondašnjeg turizma odnosno stjecanje većih prihoda od te djelatnosti.⁶²

4.1. Turistička ponuda otoka Visa

Turističkom atrakcijom smatramo privlačna obilježja destinacije odnosno to su resursi koji su prilagođeni i dostupni za turističko razgledavanje i ne zahtijevaju poseban napor da ih se otkrije i u njima uživa.⁶³ Kako je sam otok podijeljen u dvije veće cjeline na grad Vis i Komižu, svaki za sebe ima istaknutu ponudu od smještajnih kapaciteta, ponude aktivnosti i sadržaja na otoku, prirodnih bogatstava do lokaliteta koji pružaju gastronomske radosti.

Svakako najveći razlog dolaska turista na otok je prekrasno čisto more i plaže, među kojima su se na popisu prirodnih atrakcija našle:

Plaža Stiniva

Od 1967. godine je zaštićeni dio prirode pod statusom značajnog krajobraza. Nastala je tijekom ledenog doba dok je razina mora bila 120 metara niža nego danas. Zbog vodotoka koji je izdubio kanjon u podzemlju se smjestila krška špilja koja se prije nekoliko tisuća godina urušila. Dokaz tome su sige koje se nalaze na liticama sa istočne strane uvale. Stijene u kojima je izdubljen kanjon su vapnenci iz doba dinosaura. Stiniva je najpoznatija i najatraktivnija plaža na otoku, a proglašena je najljepšom plažom u Europi 2016.⁶⁴

Plaža Mala Travna

U izvornom rječniku lokalnog stanovništva, Molo Trovna, je mala uvala na južnoj strani otoka sa malom šljunčanom plažom i kosim ravnim pločama oko nje. More u uvali je uvijek nešto hladnije zbog izvora slatke vode. U uvali se nalazi svega nekoliko kućica i jedan ugostiteljski objekt, iako nema struje ni vode teško je naći slobodno mjesto bez prethodne najave i rezervacije.⁶⁵

⁶² Peričić, „Razvitak gospodarstva otoka Visa u prošlosti.“, 68.

⁶³ Magaš, Vodeb, i Zadel, „Menadžment turističke organizacije i destinacije“, 64.

⁶⁴ Holidays in Komiža, web: <https://holidays-in-komiza.com/plaza/stiniva/>

⁶⁵ Biseri Jadrana, Edicija za kulturu putovanja: Otok Vis, 2003.

Uvala Pritišćina

Skrivena uvala na južnoj strani otoka Visa, nalazi se samo nekoliko kilometara od grada Komiže. Činjenica je ta da se uvala sastoji od dvije uvale, od koje je jedna sakrivena i teško je doći do nje. Prva je Velika Pritišćina do koje se može doći automobilom ili pješke, a druga je Mala Pritišćina do koje nije moguće doći nikako nego morskim putem, plivajući ili brodicom.⁶⁶

Plaža Kamenice

Zaklonjena šljunčana plaža na izlazu iz mjesta nalazi se najpopularnija plaža u Komiži, plaža Kamenice. Ime je dobila po kamenim posudama za vodu jer na plaži postoji izvor slatke vode na kojemu su nekada komiške žene prale odjeću. Slatka voda se još uvijek probija kroz zelenkaste vulkanske stijene, kojih nema nigdje drugdje na Jadranu, a nastale su stvrdnjavanjem nanosa pepela i lave. Plaža Kamenice je interesantna i s botaničkog gledišta zbog mnogih endemskih biljaka.⁶⁷

Plaža Srebrena

Nalazi se u istoimenoj uvali u blizini malog turističkog naselja Rukavac. Uvala je okrenuta prema otvorenom moru, pa su valovi koji tijekom zime valjaju kamenje stvorili neobično žalo. Plaža je prekrivena netipičnim velikim bijelim oblucima od vapnenca koje je more nabacalo na karbonatne stijene. Specifična bijela boja žala je rijetko viđena na Jadranu. U uvali Srebrena vidljivi su povijesni tragovi vađenja kamenih blokova koji su prije 2400.godina služili za izgradnju drevne grčke kolonije na otoku Visu, antičke Isse.⁶⁸

Modra špilja

Zahvaljujući otkriću baruna Ransonneta špilja je postala svjetski poznati prirodni fenomen. U špilju se ulazi kroz glavni ulaz, koji je nastao umjetnim putem 1884. godine, a moguće je ući brodicom na vesla. Drugi ulaz, koji je najvažniji, nalazi se s južne strane špilje ispod razine mora i kroz njega prodire sunčeva svjetlost koja se reflektira o bijelo dno te time osvjetljuje špilju u modru boju.⁶⁹

Zelena špilja

⁶⁶ Holidays in Komiža, web: <https://holidays-in-komiza.com/plaza/stiniva/>

⁶⁷ Ibid.

⁶⁸ Ibid.

⁶⁹ Ibid.

Špilja se smjestila na otočiću Ravnik, koji je poznat po prirodnoj atrakciji nastaloj igrom svjetlosti koja prodire iz malog otvora na vrhu špilje. Tijekom dana kroz taj otvor u špilju prodiru Sunčeve zrake te se pritom na površini mora stvara gotovo nestvarna zelena boja zbog mnoštvo zelenih algi koje se nalaze na dnu stijena.⁷⁰

Radi boljeg uvida u održivost turizma otoka Visa provedena su istraživanja pod nazivom „Ključne karakteristike za izbor otoka Visa kao turističke destinacije“ iz kojih se da jasno razaznati koji su glavni motivi dolaska gostiju na otok što svakako ukazuje na kupanje i sunčanje odnosno odmor u miru i tišini.⁷¹ Prikupljeni podatci ukazuju na važnost čistoće plaža i mora, što su glavni čimbenici zadovoljstva gostiju, i što pokazuje da otok ima očuvano more i obale te koliku važnost turisti pridaju ekološkim značajkama destinacije.

Druga grupa atraktivnih elemenata su društveni odnosno atropični elementi atraktivnosti koji su također brojni, a neki od najznačajnijih slijede niz:

Viško i komiško kulturno ljeto - Zabavna manifestacija koja se održava svako ljeto u srpnju u kolovozu a sastoji se od raznih koncerata, klapskih nastupa, predstava za odrasle i djecu, promocije knjiga, radionice, izložbe.⁷²

Crkva i samostan sv. Jerolima - Izgrađena je početkom 16.st. na ruševinama nekadašnjeg rimskog teatra, a vanjski izgled pripada renesansnom razdoblju.⁷³

Crkva sv. Ciprijana i Justine - Izgrađena je u 16.stoljeću i gradnja datira iz vremena renesanse.⁷⁴

Arheološko nalazište Rimske terme - Najstarije urbano naselje na Jadranu, a luka i danas privlači brojne nautičare.⁷⁵

Tvrđava Wellington i Fort George - Sagrađene su u vrijeme vladavine Engleza, a smjestile su se iznad viške uvale.⁷⁶

Češka vila i kapela sv. Jurja - Iz vremena 13.stoljeća, a vila se smatra najstarijom južnojadranskom gradnjom.⁷⁷

⁷⁰ Gradina Vis, web: <https://gradinavis.hr/zelena-spilja/>

⁷¹ Vidučić, „Održivi razvoj otočnog turizma RH“, 45.

⁷² Biseri Jadrana, Edicija za kulturu putovanja: Otok Vis, 2003.

⁷³ Holidays in Komiža, web <https://holidays-in-komiza.com/sto-vidjeti/crkve/sv-duh/>

⁷⁴ Ibid.

⁷⁵ Turistička zajednica grada Visa, web: <https://www.tz-vis.hr/stranice/rimske-terme/112.html>

⁷⁶ Holidays in Komiža, web: <https://holidays-in-komiza.com/sto-vidjeti/utvrde/>

⁷⁷ Biseri Jadrana, Edicija za kulturu putovanja: Otok Vis, 2003.

Mletački kaštel u Komiži - Tvrđava Komuna dovršena je 1592., a gradili su je Mlečani te je služila za obranu od Turaka i gusara. Danas je u njoj Ribarski muzej.⁷⁸

I ostale povijesno-kulturne atrakcije:

Bogato sakralno nasljeđe- crkva sv. Ciprijana i sv. Duha, franjevački samostan na poluotoku Pirovo, crkva sv. Nikole, Župna crkva Gospe od Spilica, svetište Vele Gospe u Podselju

Ljetnikovci hvarskih i viških plemića – Hektorovići, Garibaldi, Dojmi Delupis

Utvrde iz raznih povijesnih razdoblja – Austro-Ugarska, Britanija, Venecija

Gradska arhitektura iz 19. i 20. st.-osnovna škola, Hrvatski dom, kuća Tramontana

Ostaci antičkog grada Issa – terme, dijelovi luke, nekropola, teatar

Vojni objekti na čitavom otoku – raketna baza Stupišće, Titova špilja, vojni tunel Jastog.⁷⁹

Na temelju ekspertize Horwath HTL-a, turističke atrakcije otoka su evaluirane u smislu atraktivnosti, te razvojnog potencijala, za ruralni / eko turizam, ali i općenito za turistički razvoj, pa su stoga ocjenjivane na skali od 1 do 5 (1 predstavlja najnižu, a 5 najvišu vrijednost).

⁷⁸ Vis Central, web: <https://vis-central.com/vodic/kastel-grimaldi-komuna/>

⁷⁹ Biseri Jadrana, Edicija za kulturu putovanja: Otok Vis, 2003.

Tablica 5. Prirodne atrakcije otoka Visa

| Prirodne atrakcije | Mjesto | Atraktivnost | Eko/ruralni potencijal | Bodovi |
|---|---|--------------|------------------------|--------|
| Uvale - otok Vis; Stiniva, Srebrna, Stončica | Vis | 5 | 4 | 9 |
| Uvale - otok Biševo; Salburna, Nevaja, Biševska | Biševo | 5 | 3 | 8 |
| Modra špilja | Biševo | 5 | 5 | 10 |
| Pučinski otoci | Brusnik, Jabuka, Palagruža, Sv. Andrija | 4 | 4 | 8 |
| Kraljičina (Teutina) špilja | Oključna | 3 | 4 | 6 |
| Titova špilja | Žena Glava | 3 | 3 | 6 |
| Značajni krajobraz | II dio obale i otoci | 4 | 3 | 7 |

Izvor: izrada autorice prema „Plan razvoja ekološkog i ruralnog turizma - Područje otoka Visa“

Što se tiče ponude aktivnog turizma otoka Visa dalo bi se zaključiti da su gosti uživali u jedrenju i ronjenju jer Viški arhipelag ima za ponuditi mnoge ljepote podmorja kao što su brojni potopljeni brodovi, srušeni avioni iz 2. svjetskog rata i more bogato ribljim vrstama koje turističku ponudu čine značajnom za posjetitelje, a samim time utječu i na njihovo zadovoljstvo. U drugu ruku, na kopnu otoka, turisti posebno uživaju u šetnji uz obalu, što je moguće zahvaljujući očuvanom okolišu.⁸⁰

Turisti pokazuju veliki interes za aktivnostima povezanim sa seoskim turizmom, boravkom na selu, a samim time i za ponudom domaće hrane i pića koju lokalno društvo samo obrađuje i nudi. Interes je velik ali ne i dovoljno jak kako bi otočani mogli živjeti samo od domaće proizvodnje koju nude, stoga se da zaključiti da bi se ponuda tradicionalnog života na selu trebala sve više nuditi u hrvatskoj turističkoj promidžbi.⁸¹

⁸⁰ Vidučić, „Održivi razvoj otočnog turizma RH“, 46.

⁸¹ Ibid.

Velik broj posjetitelja sklon je prema izletima po otoku i obilazak uvala zbog čega nam je održivost turizma od iznimne važnosti kako bi okoliš odnosno motiv aktivnog turizma ostao što poželjniji.⁸²

Turisti prepoznaju veliki potencijal i pokazuju zanimanje za kulturne znamenitosti kao što su brojna viška arheološka nalazišta, unatoč interesu turista sami potencijal nije dovoljno iskorišten.

Komunikativni elementi ponude obuhvaćaju različite vrste prijevoznih sredstava i infrastrukturu koja omogućuje bolje povezivanje turističke destinacije s tržištem. Važnost komunikativnih čimbenika leži u činjenici da bez njih ekonomska valorizacija turističke ponude nije moguća, jer bi destinacija ostala nedostupna za integraciju u određene turističke prostore i razvoj.

Grad Vis je okrenut prema središtu Splitsko-dalmatinske županije točnije prema gradu Splitu koji je središte svih pomorskih veza koje se ostvaruju preko županijske koja prometuje trajektnom linijom i katamaranom.⁸³

Otok Vis ima raznoliku prometnu infrastrukturu koja ga povezuje s kopnom i omogućuje turistima dolazak i kretanje po otoku. Evo nekoliko ključnih informacija o prometnoj infrastrukturi otoka Visa:

Trajektna linija Split – Vis: Trajektna linija proteže se na udaljenosti od 30 nautičkih milja (NM) i vožnja trajektom traje 2 sata i 20 minuta. Tijekom vršne sezone u srpnju i kolovožu, trajekt prometuje čak tri puta dnevno, dok u drugim razdobljima godine prometuje dva puta dnevno.

Katamaranska linija Split-Milna-Hvar-Vis: Katamaranska linija povezuje gradove Split, Milnu, Hvar i Vis. Vožnja traje 1 sat i 35 minuta, a katamaran prometuje jednom dnevno.

Cestovna infrastruktura: Otok Vis ima cestovnu mrežu koja povezuje naselja Komiža, Podhumlje, Podšpilje, Dračevo Polje, Plisko Polje i grad Vis. Ukupna duljina cesta na otoku iznosi 20,2 km, a dodatno postoji 52 km regionalnih cesta.

Autobusna linija: Autobusna linija na otoku Visu prometuje u vrijeme isplavlivanja i uplovljavanja brodova te povezuje grad Vis i Komižu.

⁸² Vidučić, „Održivi razvoj otočnog turizma RH“, 46.

⁸³ Holidays in Komiža, web: <https://holidays-in-komiza.com/lokacija/vis/>

Lučka infrastruktura: Lučka infrastruktura otoka Visa namijenjena je različitim potrebama, uključujući javni pomorski prijevoz, ribarstvo, nautički turizam, sport i rekreaciju.

Smještaj: Na otoku Visu prevladava ponuda privatnog smještaja, dok se na cijelom otoku nalazi samo četiri hotela. Tri od tih hotela smještena su u gradu Visu, dok je jedan u Komiži.⁸⁴

Ova prometna i smještajna infrastruktura omogućuje turistima dolazak na otok Vis i kretanje po njemu, pružajući im pristup prirodnim ljepotama, kulturnim atrakcijama i ostalim sadržajima koje otok nudi. Turistička ponuda smještajnih kapaciteta je poprilično ograničena po vrstama i kategorijama smještaja. Prostornim planom više i niže kategorije reda osmišljen je koncept maksimalne izgrađenosti smještajnih kapaciteta u skladu sa održivosti, prostornim kapacitetom i turističkom potražnjom⁸⁵.

Postojeća infrastruktura smještajnih jedinica ne omogućava privlačenje ciljane skupine korisnika koji su ključni za održivi razvoj turističke industrije. Ono što čini Grad Vis komparativnom prednosti je svijest lokalnog stanovništva o važnosti očuvanja otoka tijekom njegovog razvoja te sprečavanje sezonskih ekstremnih promjena. Stoga se ponuda privatnog smještaja prilagođava razvojnim prioritetima zajednice, što znači da se kvaliteta podiže na višu razinu i usredotočuje se na pružanje iznimne usluge, čime se čuva autentičnost otoka u skladu s potrebama suvremenog društva.

⁸⁴ Razvojna strategija Grada Visa, 73.-78.

⁸⁵ Ibid., 96.

Tablica 6.: Privatni smještajni kapaciteti prema naseljima

| Naselje | Privatni smještaj | Udio (%) |
|---------------|-------------------|---------------|
| Grad Vis | 125 | 47.2% |
| Brgujac | 8 | 3.0% |
| Milna | 14 | 5.3% |
| Milna- Ženka | 31 | 11.7% |
| Zaglav | 1 | 0.4% |
| Rukavac | 70 | 26.4% |
| Rogačić | 3 | 1.1% |
| Parja | 5 | 1.9% |
| Stončica | 4 | 1.5% |
| Podtsražje | 2 | 0.8% |
| Marine zemlje | 1 | 0.4% |
| Talež | 1 | 0.4% |

Izvor: Provedbeni program Grada Visa 2022.-2025., 96.

Većinski dio ponude privatnog smještaja se nalazi u Gradu Visu, dok je ostatak ponude smještajnih kapaciteta zastupljen u naseljima Rukavac i Milna-Ženka.

Kategorizacija privatnog smještaja je u prosjeku tri zvjezdice. S obzirom na ciljeve i razvojne strategije Grada Visa nedostaje visoke kvalitete smještajnih i ugostiteljskih objekata, posebice visokokategoriziranih hotela.⁸⁶

Od ukupnog broja kreveta u hotelima, sa oko 163 ležaja, svega 10 soba i 26 ležajeva kategorizirano je s četiri zvjezdice. 2021. godine je počela kompletna rekonstrukcija Hotela Isse, te također je podvrgnuta adaptaciji kulturna građevina „Češka vila“ na poluotoku Grandovac, gdje je predviđena izgradnja smještajnih kapaciteta s popratnim sadržajima visoke kategorije.⁸⁷

Prema statističkim podacima za smještajne kapacitete koji su preuzeti iz razvojne strategije Grada Visa za razdoblje od 2015.-2020. ukazuju da se 83,9 % odnosi na kućanstva odnosno privatni smještaj, a svega 15,1% ležajeva pripada hotelskoj ponudi niže kategorizacije 2 i 3 zvjezdice, te jedan hotel više kategorizacije 4 zvjezdice.

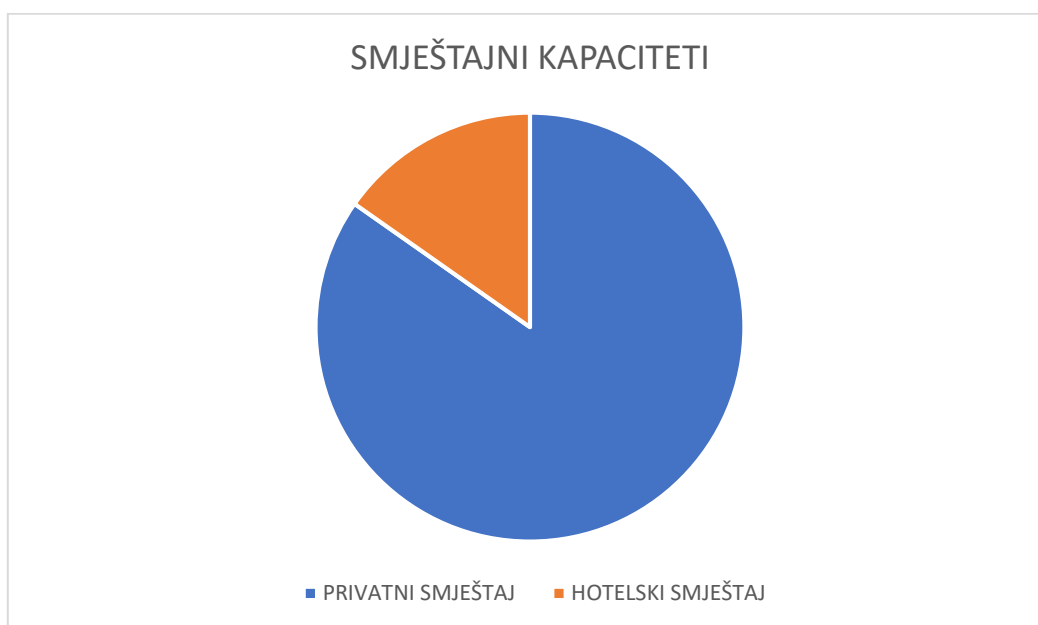
Tri hotela su kategorizacije 3 zvjezdice, a samo je jedan kategorizacije 4 zvjezdice. Od toga čine ponudu:

- Hotel Issa (Vis) - kategorizacije 3 zvjezdice, sadrži 128 smještajnih jedinica dvokrevetnih soba.
- Hotel Tamaris (Vis)– 22 smještajne jedinice od čega je 20 dvokrevetnih soba i 2 obiteljske sobe.
- Hotel San Giorgio (Vis) – sadrži 6 apartmana, 3 dvokrevetne sobe i 1 Delux sobu.
- Hotel Biševo (Komiža) – raspolaže sa 131 smještajnom jedinicom od čega je 124 dvokrevetne sobe, 2 jednokrevetne sobe i 5 hotelskih apartmana.

⁸⁶ Razvojna strategija Grada Visa, 97.

⁸⁷ Ibid.

Grafikon 3. Prikaz smještajnih kapaciteta



Izvor: Razvojna strategija Grada Visa 2015.-2020.

Na temelju podataka preuzetih iz razvojne strategije Grada Visa 2015.-2020. dalo bi se zaključiti da je iskorištenost slobodnih smještajnih kapaciteta na godišnjoj razini vrlo niska, samo 15,2%. S druge strane primjećuje se veća ostvarenost noćenja u gradu Visu koja iznosi 63,1%. Postoji značajan broj smještajnih kapaciteta i kreveta u domaćinstvima, ali kvaliteta usluge nije ujednačena. Smještajni objekti djeluju neovisno jedni o drugima na tržištu. Takav pristup izlaganja na tržište ima svoje nedostatke, uključujući visoke troškove promocije i vidljivosti te veću izloženost na tržištu. Kao rezultat toga, ostvaruju se loši godišnji rezultati.⁸⁸

Prema razvojnoj strategiji Grada Visa za razdoblje 2021.-2027., prosječna kategorija privatnog smještaja iznosi tri zvjezdice. Međutim, kako bi postigli svoje ciljeve i unaprijedili turistički sektor, Grad Vis prepoznaje potrebu za visokokvalitetnim smještajnim objektima, posebno hotelima. Trenutačno su u tijeku planovi za rekonstrukciju i izgradnju hotela Issa, s početkom radova predviđenim za 2021. godinu. Također, u turističkoj zoni zajedno s kulturnom građevinom "Češka vila" planira se izgradnja smještajnih kapaciteta visoke kategorije, zajedno s dodatnim sadržajima.

⁸⁸ Razvojna strategija Grada Visa, 98.

Tablica 7.: Postelje, dolasci i noćenja turista u 2020.

2.11. POSTELJE, DOLASCI I NOĆENJA TURISTA, REPUBLIKA HRVATSKA, HR_NUTS 2021. – HR NUTS 2, ŽUPANIJE, GRADOVI I
OPĆINE U 2020.
BEDS, TOURIST ARRIVALS AND NIGHTS, REPUBLIC OF CROATIA, HR_NUTS 2021 – HR NUTS 2, COUNTIES, CITIES AND
MUNICIPALITIES, 2020

(nastavak)
(continued)

| | Postelje Beds | | Dolasci Tourist arrivals | | | Noćenja Tourist nights | | |
|---|---------------------|------------------|-----------------------------|--|---|---------------------------|--|---|
| | stalne Permanent | pomoćne Extra | ukupno Total | domaćih turista Domestic tourists | stranih turista Foreign tourists | ukupno Total | domaćih turista Domestic tourists | stranih turista Foreign tourists |
| Splitsko-dalmatinska županija County of Split-Dalmatia | 211 660 | 28 233 | 1 223 590 | 208 302 | 1 015 288 | 7 879 561 | 953 480 | 6 926 081 |
| Gradovi/ Towns | | | | | | | | |
| Hvar | 8 745 | 643 | 49 641 | 9 899 | 39 742 | 258 277 | 46 227 | 212 050 |
| Imotski | 622 | 131 | z | z | z | z | z | z |
| Kaštela | 8 589 | 970 | 41 483 | 4 882 | 36 601 | 292 815 | 20 362 | 272 453 |
| Komiža | 1 400 | 105 | 11 171 | 6 560 | 4 611 | 66 781 | 33 559 | 33 222 |
| Makarska | 17 139 | 1 357 | 102 260 | 15 298 | 86 962 | 634 815 | 70 943 | 563 872 |
| Omiš | 14 311 | 3 788 | 80 950 | 6 898 | 74 052 | 587 764 | 33 557 | 554 207 |
| Sinj | 289 | 72 | 3 780 | 2 485 | 1 295 | 10 746 | 4 378 | 6 368 |
| Solin | 918 | 258 | 8 205 | 2 518 | 5 687 | 36 117 | 7 230 | 28 887 |
| Split | 25 299 | 5 955 | 201 860 | 42 903 | 158 957 | 811 912 | 114 248 | 697 664 |
| Stari Grad | 3 123 | 433 | 11 404 | 3 922 | 7 482 | 81 434 | 24 213 | 57 221 |
| Supetar | 5 596 | 884 | 33 430 | 9 502 | 23 928 | 236 487 | 51 524 | 184 963 |
| Trij | 361 | 58 | 1 118 | 248 | 870 | 8 155 | 630 | 7 525 |
| Trogir | 7 722 | 2 611 | 46 835 | 6 239 | 40 596 | 262 987 | 25 489 | 237 498 |
| Vis | 2 702 | 497 | 15 558 | 7 478 | 8 080 | 101 124 | 39 602 | 61 522 |
| Vrgorac | 185 | 48 | 858 | 144 | 714 | 5 583 | 258 | 5 325 |
| Vrlika | 44 | 4 | 442 | 188 | 254 | 1 116 | 388 | 728 |

Izvor: Državni zavod za statistiku

U tablici 7 je prikazan broj stalnih postelja, dolazaka i noćenja, između ostalih, za grad Komižu i grad Vis za 2020. godinu. Vidljivo je kako grad Komiža u odnosu na grad Vis ima manji broj stalnih postelja za 48,19%, manji broj dolazaka za 28,20% i manji broj noćenja za 33,96%.

Vis je visokopozicioniran u gastronomskoj i enološkoj turističkoj ponudi zahvaljujući podneblju otoka, njegovoj mikro klimi, bogatoj i plodnoj viškoj visoravni i njegovim brojnim plodnim poljima, te najbogatijoj ribolovnoj zoni na srednjem Jadranu. Ugostiteljski objekti na otoku Visu su uglavnom bogate tradicije sa bogatom otočkom kuhinjom.

Glavni turistički resurs Grada Visa je svakako njegov vizualni identitet kroz dobro očuvanju kulturnu i povijesnu baštinu te mnogi drugi izravni i neizravni turistički čimbenici. Usprkos činjenici da je otok Vis dugi niz godina bio izoliran i nije bilo turističkog razvoja, upravo to daje dodanu vrijednost i autentičnost otoka te ga zato čini posebno atraktivnim. Grad Vis je na taj način uspio sačuvati autohtoni šarm, prirodne ljepote, ekologiju, poljoprivredne kulture i

pristupačnost. U naumu ostvarivanja konkurentnog tržišta, prirodni i kulturni resursi sa kojima Grad Vis raspolaže su njegova komparativna prednost spram ostalih otoka Republike Hrvatske.

Osnovu turističkog proizvoda čine prije svega turističke atrakcije ali i brojni drugi izravni i neizravni turistički resursi, sva ona sredstva koja se mogu privesti svrsi za potrebe razvoja turizma nalaze se u strateškom planu razvoja Grada Visa za razdoblje od 2021. do 2027. Turistički resursi otoka Visa su ključne vrijednosti koje čine otok konkurentnim na globalnom turističkom tržištu. Ovisno o godišnjem razdoblju, turističke atrakcije na otoku Visu su uglavnom vezane uz klime i more. Ljeti dominiraju atrakcije poput sunčanja, plivanja, ronjenja, jedrenja i krstarenja, što su osnovni motivi dolaska turista na otok.

Turistička ponuda otoka Visa za gradove Vis i Komižu izgleda na sljedeći način: ⁸⁹

- Ukupni smještajni kapacitet grada Visa 2090 ležaja
- Privatni smještaj čini 82% sa 1717 ležaja
- Dva hotela Tamaris i Issa koja su u vlasništvu tvrtke Vis d.d. sa 299 ležaja
- Kamp naselje Vis

Vlasnici u dijelu unutrašnjosti otoka koji pripada gradu Visu sve više preuzimaju inicijativu u preuređenju starih poljoprivrednih objekata kako bi pružali usluge hrane i pića te smještaj. Lokalno stanovništvo se bavi prodajom i pružanjem usluga domaćih autohtonih specijaliteta, a spomenuti objekti se nalaze u području Pliskog Polja, Marine Zemlje, Podselju i Podstražju.

- Ukupni smještajni kapaciteti grada Komiže je približno 990 kreveta
- Prevladava privatni smještaj 67% sa 660 kreveta
- Grad Komiža ima jedan hotel Biševo koji je u vlasništvu društva Modra špilja d.d. i broji 320 kreveta
- Kamp naselje Biševo i Kamenice (250-300 ljudi u kampu)⁹⁰

Mjesta u unutrašnjosti otoka koja pripadaju gradu Komiži kao što su Žena Glava i Podšpilje nude bogatu gastronomsku ponudu lokalnih i autohtonih proizvoda te se javlja sve veći interes revitalizacije starih objekata koja nisu dugo bili u funkciji u svrhu veće ponude smještajnih kapaciteta ruralnog ambijenta. Kočnica u razvoju ekoturizma na otoku Visu je svakako starost stanovništva i slaba obrazovana struktura, siromaštvo, strah od moguće štete okoliša i nejednaka raspodjela dobiti od ekoturizma, potreban je balans između održivog razvoja turizma

⁸⁹ Dragičević i drugi, „Plan razvoja ekološkog i ruralnog turizma - Područje otoka Visa“, 6.
⁹⁰ Dragičević i drugi, „Plan razvoja ekološkog i ruralnog turizma - Područje otoka Visa“, 11.

i ekonomskog razvoja ponajviše zbog zaštite biološke i kulturološke raznolikosti. Kako bi se zadržalo lokalno stanovništvo na otocima potrebno bi bilo ulagati u razvoj ruralnog turizma jer se suvremeni turizam danas temelji na ekologiji za koju je održivost od velikog značaja.

Otok Vis privlači turiste organiziranjem različitih manifestacija i događanja koja obogate turističku ponudu otoka. Neki od najpoznatijih događaja uključuju:

- Viška regata: Tradicionalna regata koja privlači ljubitelje jedrenja iz cijelog svijeta.
- Rora Palagruzona: Regata u čast otočja Palagruža.
- Big game fishing: Sportski ribolovni događaj koji okuplja strastvene ribolovce.
- Viško i Komiško ljeto: Ljetni festivali s bogatim kulturnim programima.
- Vinski putovi: Prilika za upoznavanje bogate vinske tradicije otoka.

Osim toga, otok Vis je postao poznat i kao filmska kulisa, posebno zahvaljujući filmu "Mama Mia 2". Ove manifestacije i događaji privlače sve veći broj posjetitelja na otok.

Turistički uspjeh otoka Visa očituje se kroz visoku popunjenost smještajnih kapaciteta, izvanpansionsku potrošnju i marketinške aktivnosti. Ipak, najvažnija vrijednost ponude otoka Visa leži u njegovim prirodnim ljepotama. Posebno su atraktivni izleti na otok Biševo, gdje posjetitelji mogu istraživati čuvenu Modru špilju, koja je zaštićeni geomorfološki spomenik prirode, te Medvidinu špilju, koja je također zaštićena prirodna atrakcija. Kraljičina špilja, s prekrasnim stalagmitima i stalaktitima, također obogaćuje turističku ponudu otoka Visa. Ove prirodne ljepote čine važan dio iskustva posjetitelja na otoku.

Nacionalni plan razvoja otoka za razdoblje od 2021.-2027. ističe važnost nautičkog turizma i pojašnjava snažan utjecaj na turističku ponudu, što se očituje kroz rastuću potražnju. Veći dio nautičkog turizma usredotočen je na pružanje raznih turističkih usluga. To jasno pokazuje da je otok Vis jedna od najpopularnijih destinacija za nautički turizam.

Ponuda na otoku Visu obuhvaća i mogućnosti ronjenja te posjet bivšim vojnim objektima kroz vojne ture. Tijekom tih tura, posjetitelji imaju priliku obići različite lokacije koje su povezane s vojnom prošlošću otoka, uključujući zapovjedni centar Vela glava, vojni potkop Jastog, vojarnu Samogor, saveznički aerodrom (Plisko polje), raketnu bazu Stupišće, crvene stine (Tanjug), vojarnu Rogači i topničku bitnicu Barjoška. Ova tura omogućuje posjetiteljima da bolje upoznaju povijest otoka Vis i njegove vojne artefakte.⁹¹

⁹¹ Alternatura, Vis, web: <https://alternatura.hr/>

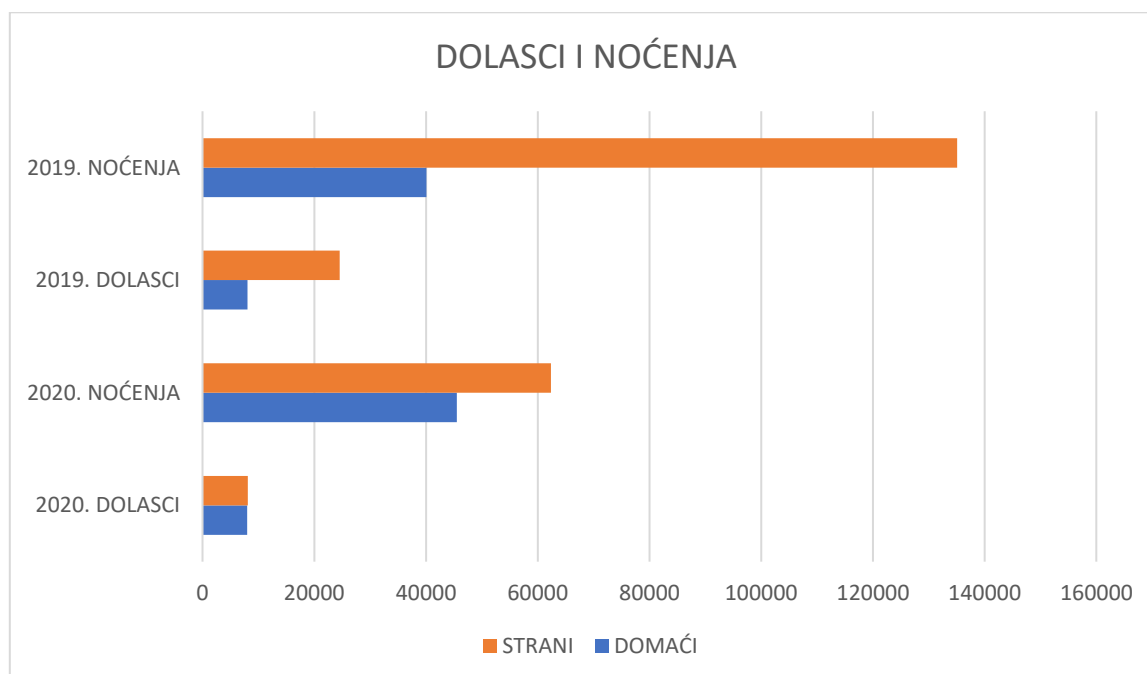
Očuvanje okoliša i promocija aktivnog turizma su ključni za održivost turizma na otoku. Iako postoji potencijal za razvoj visokokategoriziranih smještajnih objekata, potrebno je ulagati u njih kako bi se privukli zahtjevniji gosti. Otok Vis ima komparativnu prednost zbog svoje autentičnosti i prirodnih bogatstava te bi se trebao fokusirati na očuvanje tih resursa i ravnotežu između turizma i zaštite okoliša.

4.2. Turistička potražnja otoka Visa

Turistička potražnja nastaje kao rezultat aktivnosti i odluka stanovnika koji se nalaze u emitivnoj regiji ili regiji koja generira turiste, kao takva turistička potražnja je osnovni element u turističkom sustavu.⁹²

Struktura posjetitelja 2019. bilježi najviše gostiju iz Slovenije, UK, Italije, SAD, Francuske, Njemačke, Češke, Poljske, a bilježi se rast interesa s tržišta skandinavskih zemalja poput Švedske i Norveške.⁹³

Grafikon 4. Struktura dolazaka i noćenja turista Grada Visa tijekom 2019.i 2020. godine



Izvor: Izrada autorice prema Razvojnoj strategiji Grada Visa 2021.-2027.

⁹² Cooper i drugi, *Ekonomija turizma, načela i praksa*, 25.

⁹³ Razvojna strategija Grada Visa 2021.-2027., 95.

Grafikon 5 pokazuje da u 2019. godini 77,12% noćenja pripada stranim posjetiteljima, dok 22,88% pripada domaćim posjetiteljima. Također, od ukupnog broja dolazaka, 75,35% čine strani posjetitelji, dok 24,65% čine domaći posjetitelji. U 2020. godini, od ukupnog broja noćenja, 57,80% pripada stranim posjetiteljima, dok 42,20% pripada domaćim posjetiteljima. Isto tako, od ukupnog broja dolazaka u 2020. godini, 50,42% su strani posjetitelji, dok 49,58% čine domaći posjetitelji. Analizom noćenja stranih i domaćih posjetitelja između 2019. i 2020. godine primjećuje se značajan pad noćenja stranih posjetitelja u 2020. godini za 53,86%, dok su se noćenja domaćih posjetitelja u 2020. godini povećala za 13,53%. Analizom ukupnog broja dolazaka stranih i domaćih posjetitelja između 2019. i 2020. godine dolazimo do zaključka da je 2020. godine došlo do pada od 50,56% dolazaka svih posjetitelja zbog pandemije Corona virusa.

Tablica 8. Podaci o ostvarenom turističkom prometu 2020.-2021.

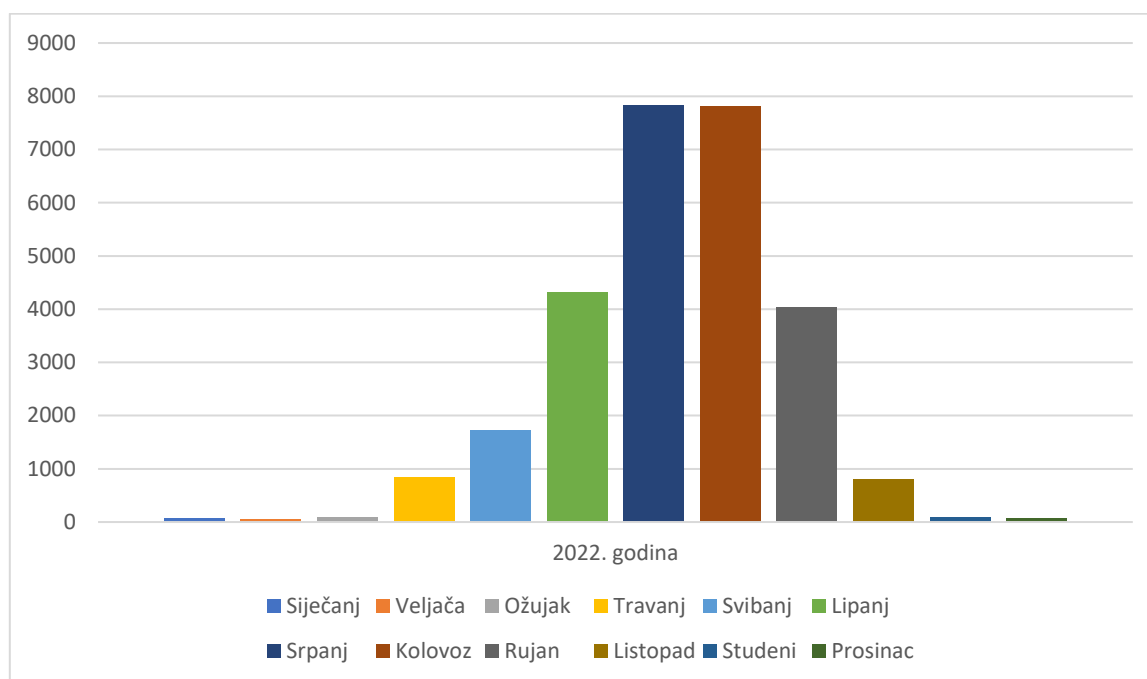
| smještaj | I. - X. 2021. | | | I. - X. 2020. | | | INDEKS 21 / 20 | |
|-----------------------|---------------|---------|--------|---------------|---------|--------|----------------|---------|
| | dolasci | noćenja | % noć. | dolasci | noćenja | % noć. | dolasci | noćenja |
| PRIVATNI | 17.232 | 119.342 | 74,5 | 12.058 | 89.101 | 80,5 | 142,91 | 133,94 |
| Obrti i tvrtke | 2.274 | 12.157 | 7,5 | 1.772 | 9.797 | 8,8 | 128,33 | 124,09 |
| Hoteli | 6.290 | 28.897 | 18,0 | 2.311 | 11.804 | 10,7 | 272,18 | 244,81 |
| UKUPNO | 25.796 | 160.396 | 100,00 | 16.141 | 110.702 | 100,00 | 159,82 | 144,89 |

Izvor: Turistička zajednica grada Visa

Iz preuzetih podataka o ostvarenom turističkom prometu u odnosu na prethodne rezultate iz 2020. godine radi se o povećanju broja dolazaka za 59.82% odnosno o rastu broja noćenja za 44.89%. Ako promatramo podatke iz 2019. godine koja je bila rekordna tzv. „predpandemijska“ godina, vidimo da se radi o 89% ostvarenih noćenja što je značajno iznad hrvatskog prosjeka od 77% ostvarenih noćenja.

Razvojna strategija otoka Visa za razdoblje od 2021. do 2027. godine pokazuje da je turistički promet na otoku izrazito sezonski. To znači da se gotovo 100% popunjenosti smještaja postiže tijekom srpnja i kolovoza, dok je popunjenost smještaja oko 90% od početka lipnja do kraja rujna. Ovo razdoblje ljetnih mjeseci privlači najveći broj turista na otok Vis.

Grafikon 5. Broj dolazaka turista u grad Vis u 2022. godini po mjesecima



Izvor: Izrada autorice prema podacima Državnog zavoda za statistiku

Grafikon broj 5 pokazuje izrazitu sezonalnost turističkog prometa u gradu Visu tijekom 2022. godine. Analiza obuhvaća razdoblje od siječnja do prosinca i prikazuje jasne varijacije u broju dolazaka turista tijekom godine. Najmanji broj dolazaka zabilježen je od studenog do ožujka. Početak sezone počinje se nazirati u travnju gdje je zabilježeno 829 dolazaka, dok se pad sezone počinje nazirati u listopadu gdje se bilježi manji broj dolazak od svega 801, za razliku od mjeseci koji bilježe veće pokazatelje. U srpnju i kolovozu, koji su vrhunac sezone, zabilježen je najveći broj dolazaka s 7.816 i 7.815 turista. Nasuprot tome, brojke su znatno manje u lipnju s 4.316 dolazaka i rujnu s 4.041 dolaskom. Iako postoje manje varijacije tijekom ostatka godine, iz podataka je očito da Vis doživljava vrhunac turističke aktivnosti tijekom ljeta, što potvrđuje visoku sezonalnost na otoku.

Razvojna strategija Grada Visa za razdoblje od 2021. do 2027. usklađena je s prioritetima lokalnog stanovništva. U tom smislu, promjene se događaju i u ponudi privatnih smještajnih kapaciteta, s ciljem profiliranja vrhunske usluge koja se brine o autentičnosti otoka, ali istovremeno odgovara potrebama modernog društva. To znači da se uzima u obzir i tradicionalni šarm otoka, ali se prilagođava suvremenim zahtjevima turista kako bi se osiguralo da posjetitelji imaju najbolje moguće iskustvo tijekom boravka na otoku.

Tablica 9. Postelje, dolasci i noćenja turista u gradovima Splitsko-dalmatinske županije, 2021.

**2.11. POSTELJE, DOLASCI I NOĆENJA TURISTA, REPUBLIKA HRVATSKA, HR_NUTS 2021. – HR NUTS 2, ŽUPANIJE, GRADOVI I
OPĆINE U 2021.
BEDS, TOURIST ARRIVALS AND NIGHTS, REPUBLIC OF CROATIA, HR_NUTS 2021 – HR NUTS 2, COUNTIES, CITIES AND
MUNICIPALITIES, 2021**

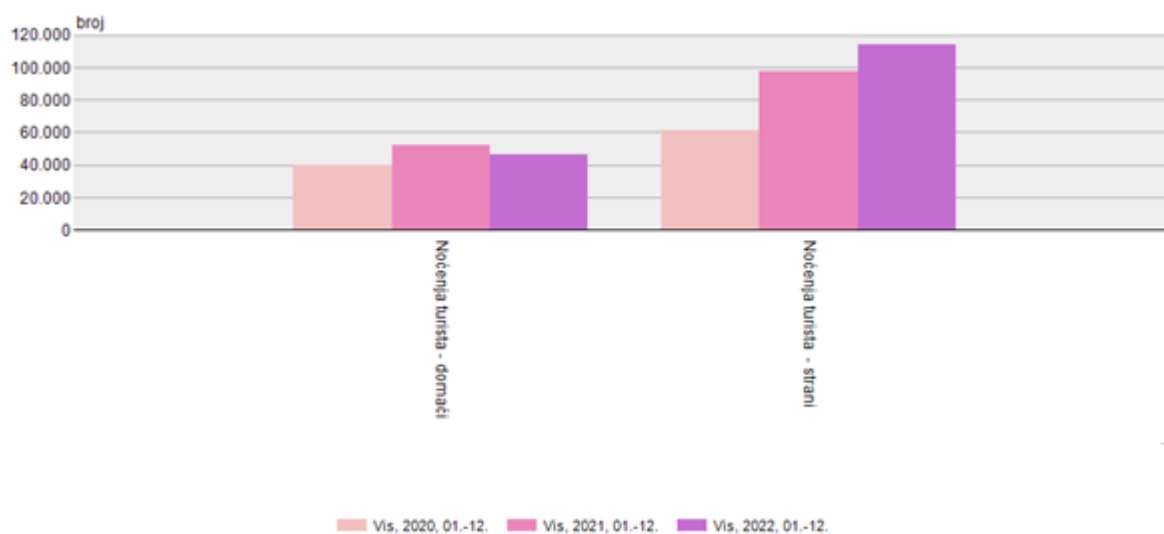
(nastavak)
(continued)

| | Postelje Beds | | Dolasci Tourist arrivals | | | Noćenja Tourist nights | | |
|---|---------------------|------------------|-----------------------------|--|---|---------------------------|--|---|
| | stalne Permanent | pomoćne Extra | ukupno Total | domaćih turista Domestic tourists | stranih turista Foreign tourists | ukupno Total | domaćih turista Domestic tourists | stranih turista Foreign tourists |
| Splitsko-dalmatinska županija County of Split-Dalmatia | 219 447 | 24 504 | 2 309 054 | 283 956 | 2 025 098 | 13 473 405 | 1 204 742 | 12 268 663 |
| <i>Gradovi/ Towns</i> | | | | | | | | |
| Hvar | 8 904 | 385 | 114 893 | 10 540 | 104 353 | 495 219 | 46 991 | 448 228 |
| Imotski | 649 | 123 | 3 184 | 741 | 2 443 | 23 381 | 1 562 | 21 819 |
| Kaštela | 8 937 | 1 013 | 71 538 | 6 380 | 65 158 | 472 249 | 25 257 | 446 992 |
| Komiža | 1 443 | 124 | 15 034 | 7 140 | 7 894 | 92 952 | 38 430 | 54 522 |
| Makarska | 18 309 | 1 296 | 196 086 | 23 943 | 172 143 | 1 152 713 | 102 765 | 1 049 948 |
| Omiš | 14 600 | 1 562 | 125 947 | 8 500 | 117 447 | 841 703 | 36 546 | 805 157 |
| Sinj | 324 | 80 | 6 874 | 3 732 | 3 142 | 18 217 | 6 652 | 11 565 |
| Solin | 993 | 264 | 16 700 | 5 512 | 11 188 | 65 726 | 11 094 | 54 632 |
| Split | 27 523 | 5 988 | 478 040 | 66 340 | 411 700 | 1 715 549 | 165 624 | 1 549 925 |
| Stari Grad | 3 208 | 459 | 28 889 | 5 801 | 23 088 | 177 794 | 33 688 | 144 106 |
| Supetar | 5 756 | 808 | 62 321 | 12 199 | 50 122 | 422 563 | 60 918 | 361 645 |
| Trilj | 445 | 48 | 2 109 | 431 | 1 678 | 14 266 | 1 186 | 13 080 |
| Trogir | 8 081 | 1 047 | 89 701 | 8 525 | 81 176 | 437 940 | 33 214 | 404 726 |
| Vis | 2 734 | 500 | 25 041 | 10 111 | 14 930 | 150 106 | 52 416 | 97 690 |
| Vrgorac | 181 | 46 | 1 515 | 398 | 1 117 | 7 695 | 755 | 6 940 |
| Vrlika | 60 | 7 | 450 | 96 | 354 | 1 541 | 229 | 1 312 |

Izvor: Državni zavod za statistiku

U tablici 9 je prikazan broj stalnih postelja, dolazaka i noćenja, između ostalih, za grad Komižu i grad Vis za 2021. godinu. Vidljivo je kako grad Komiža u odnosu na grad Vis ima manji broj stalnih postelja za 47,22%, manji broj dolazaka za 39,96% i manji broj noćenja za 38,08%.

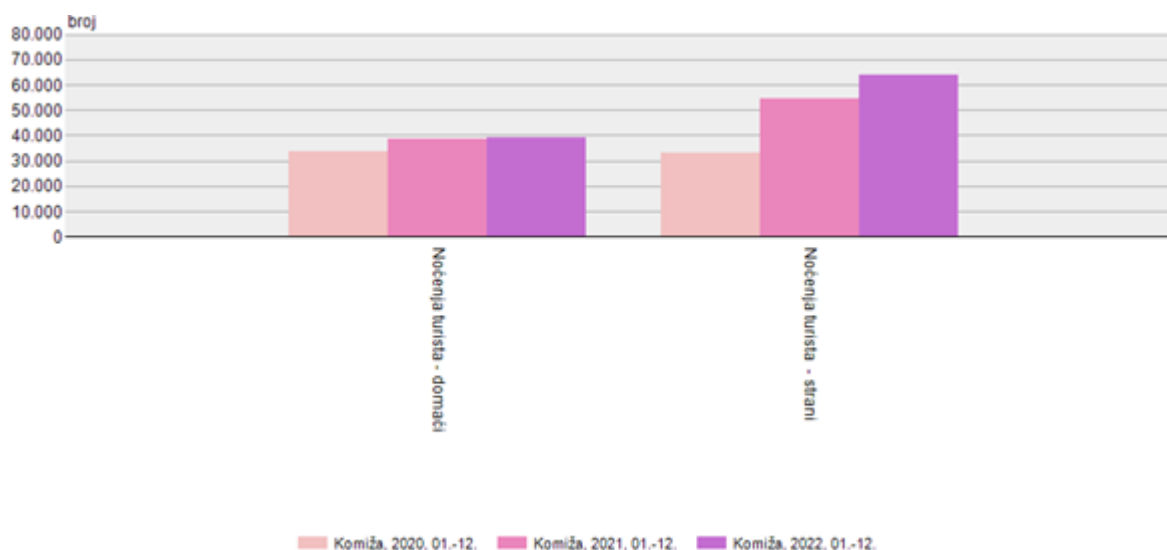
Grafikon 6. Noćenja domaćih i stranih turista u gradu Visu od 2020.-2022.



Izvor: Državni zavod za statistiku

Također iz grafikona 6 može se zaključiti da je u gradu Visu zabilježen veći broj noćenja stranih turista u odnosu na domaće turiste. Primjećujemo da je potražnja bila smanjena 2020.godine, posebice kod stranih turista zbog pandemije korona virusa, te su se brojke znatno počele povećavati od 2021. godine pa sve do danas.

Grafikon 7. Noćenja domaćih i stranih turista u gradu Komiži od 2020.-2022.



Izvor: Državni zavod za statistiku

U Komiži bilježimo znatno manji broj turista u odnosu na grad Vis, ali se primjećuje da je zabilježen veći broj noćenja stranih posjetitelja u odnosu na domaće kako je prikazano u grafikonu 6.

Turistička potražnja bilježi rast u 2021. u usporedbi s prethodnom pandemijskom godinom, iako još nije dostignuta razina iz 2019. godine. Otok Vis privlači brojne turiste, posebno tijekom ljetne sezone s gotovo 100% popunjenosti smještaja od srpnja do kolovoza. Unatoč izazovima pandemije, otok Vis bilježi snažan oporavak u turističkom prometu, posebno u segmentu stranih turista. Razvojna strategija Grada Visa za razdoblje od 2021. do 2027. godine usmjerena je na očuvanje autentičnosti otoka i postizanje ravnoteže između turizma i očuvanja okoliša, što uključuje i prilagodbu smještajnih kapaciteta kako bi se osigurala visoka kvaliteta usluge koja udovoljava suvremenim potrebama turista. Iako grad Komiža bilježi manje brojke u usporedbi s gradom Visa, također je zabilježen porast dolazaka i noćenja u 2021. godini u odnosu na prethodnu godinu. Otok Vis i dalje privlači turiste, a očekuje se daljnji oporavak i razvoj turizma s naglaskom na očuvanje prirodnih i kulturnih resursa.

5. Istraživanje zadovoljstva posjetitelja turističkom ponudom otoka Visa

Turizam je značajna gospodarska aktivnost koja igra ključnu ulogu u promociji destinacije i njenom ekonomskom razvoju. Sukladno tome zadovoljstvo posjetitelja turističke destinacije i turističkom ponudom imaju iznimnu važnost za razvije ekonomije koja doprinosi lokalnom stanovništvu i načelima održivog turizma. Empirijsko istraživanje o zadovoljstvu posjetitelja turističkom ponudom otoka Visa ističe značaj otoka kao turističkog odredišta. Svrha istraživanja je bolje razumjeti što posjetitelji cijene i očekuju od otoka i kako doživljavaju boravak u destinaciji što je ključno za unapređenje turističke ponude i za održavanje konkurentske prednosti destinacije.

5.1. Ciljevi i metodologija istraživanja

Glavni ciljevi ovog istraživanja uključuju:

1. Ispitivanje razine zadovoljstva posjetitelja turističkom ponudom otoka Visa.
2. Identificiranje ključnih faktora koji utječu na razinu zadovoljstva posjetitelja.

Rezultati ovog istraživanja pružaju konkretniji uvid u percepciju i očekivanja posjetitelja otoka Visa. Lokalnim vlastima i turističkim operaterima pružaju korisne informacije za buduće odluke o poboljšanju turističke ponude. Također, ovi rezultati mogu biti korisni u promociji otoka među budućim posjetiteljima.

Prikupljeni podaci iz anketnog upitnika o stavovima hrvatskih posjetitelja obrađeni su deskriptivnom statističkom analizom. Uzeti su u obzir samo oni rezultati istraživanja od strane posjetitelja koji su zaista boravili na otoku Visu u posljednjih 5 godina. Svi oni koji su pristupili anketnom upitniku, a nisu boravili na otoku Visu uopće ili u posljednjih 5 godina nisu bili uvršteni u analizu. Istraživanje je provedeno u vremenskom periodu od 31. kolovoza do 03. rujna 2023. godine. Anketiranje se provodilo na društvenim mrežama kao što su Facebook i Instagram te među kolegama i studentima u studentskoj grupi putem aplikacije *Whatsapp*, te među ispitanicima u Facebook grupi „Volim otok Vis“ slanjem linka na anketni upitnik.

Upitnik se sastoji od tri sekcije. Prva sekcija se odnosi na sve ispitanike te uključuje eliminacijsko pitanje kojim se od ispitanika traži odgovor da li su u posljednjih 5 godina posjetili Vis te se odnosila i na sociodemografske podatke o ispitanicima i sadržavala je četiri čestice. Druga sekcija preusmjerava na zahvalu na sudjelovanju u anketnom upitniku sve one ispitanike koji su odgovorili negativno na eliminacijsko pitanje. Treća sekcija se odnosi na sva pitanja i tvrdnje koju popunjavaju svi ispitanici koji su posjetili Vis. Treća sekcija je znatno opširnija i sadržavala je 15 čestica koja su zahtijevale jednostruke ili višestruke odgovore. Čestice iz treće sekcije su se odnosile na pitanja o motivima dolaska u destinaciju, načinu i organizaciji putovanja, tipu smještaja, dužini trajanja putovanja, finansijskoj potrošnji za vrijeme boravka, posjećenosti destinacije, istraživanju prije dolaska u destinaciju te o potencijalnim nedostacima u ponudi smještaja.⁹⁴ Nadalje, 69 čestica odnosila su se na dio istraživanja o važnosti elemenata koji su ključni za odabir destinacije, zadovoljstvo turističkom ponudom i kako turistička ponuda utječe na okolinu⁹⁵. 2 dihotomna pitanja su se odnosila na pitanja o ponovnom povratku na otok Vis i da li bi posjetitelji preporučili destinaciju drugima. Na kraju ankete, dodatno su postavljena četiri pitanja otvorenog tipa kako bi se omogućilo ispitanicima da izraze svoje mišljenje i komentare u slobodnom obliku⁹⁶. Ispitanici su imali priliku podijeliti svoje osobne dojmove, sugestije i eventualne kritike koje nisu bile obuhvaćene u prethodnim dijelovima upitnika.

⁹⁴ čestice preuzete i prilagođene prema Golob, Marino, Tina Sirotić, i Martin Golob. „Istraživanje kvalitete i razine zadovoljstva turista turističkom ponudom.“ Zbornik Veleučilišta u Rijeci, Vol. 2 (2014), No. 1, pp. 27-40.; *Istraživanje zadovoljstva domaćih i stranih turista turističkom ponudom u destinaciji Dugi Rat* – Dugoratska rivijera; Vidučić, Vinko., „Održivi razvoj otočnog turizma republike hrvatske.“ Nautički turizam, (42-48); Soldić Frleta, Daniela, i Dora Smolčić Jurdana. „Seasonal variation in urban tourist satisfaction.“ *Tourism Review*, Vol. 73, Issue: 3, pp.344-358.; Soldić Frleta, Daniela, i Dora Smolčić Jurdana. „Promjene u obilježjima turističke potrošnje riječkih i opatijskih turista.“ *Ekonomski pregled*, 69 (5) 512-532 (2018).

⁹⁵ Golob, Marino, Tina Sirotić, i Martin Golob. „Istraživanje kvalitete i razine zadovoljstva turista turističkom ponudom.“ *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, Vol. 2 (2014), No. 1, pp. 27-40.; Vidučić, Vinko., „Održivi razvoj otočnog turizma republike hrvatske.“ Nautički turizam, (42-48); „Spasimo Biševo“; *Istraživanje zadovoljstva domaćih i stranih turista turističkom ponudom u destinaciji Dugi Rat* – Dugoratska rivijera.

⁹⁶ Čestice su preuzete iz istraživanja: „Spasimo Biševo“

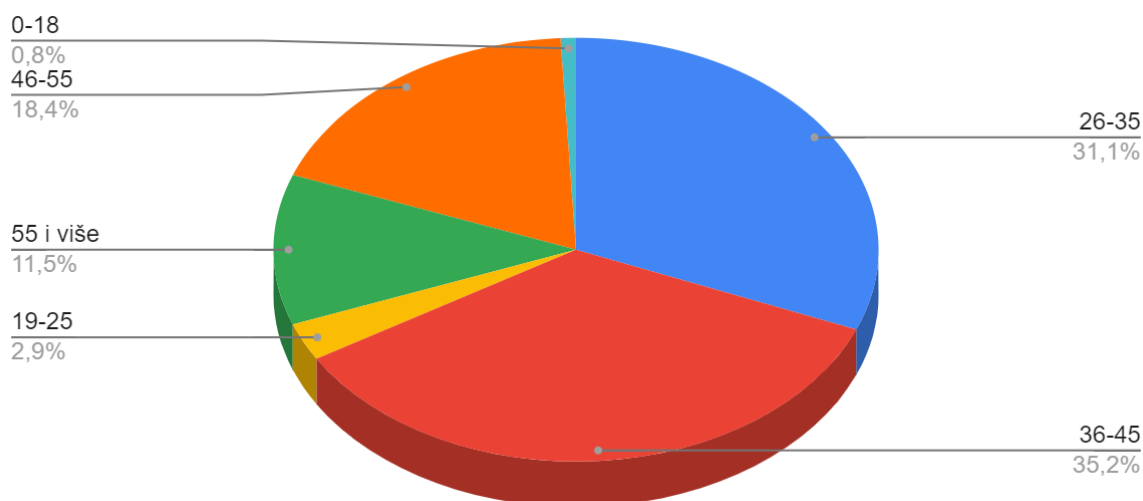
5.2. Analiza i interpretacija rezultata

Analizom podataka utvrđeno je da je anketnom upitniku pristupilo 244 osobe od kojih je 234 posjetilo otok Vis u posljednjih 5 godina, dok ga 10 osoba nije posjetilo u navedenom periodu. U obradu i analizu podataka uzeti su samo oni koji su posjetili otok Vis.

Prvo pitanje iz anketnog upitnika se odnosilo na spol ispitanika. Od ukupnog broja ispitanika, 70,5% je bilo ženskog spola, dok je 29,5 % ispitanika bilo muškog spola.

Najzastupljenija dob ispitanika je od 36-45 godina (35,2%), slijedi 26-35 godina (31,1 %), zatim 46-55 godina (18,4 %) i 55 godina i više (11,5 %), dok je najmanje ispitanika u dobi od 19-25 (2,9%) te 0-18 godina (0,8 %) kako je i prikazano u grafikonu 8.

Grafikon 8. Dob ispitanika

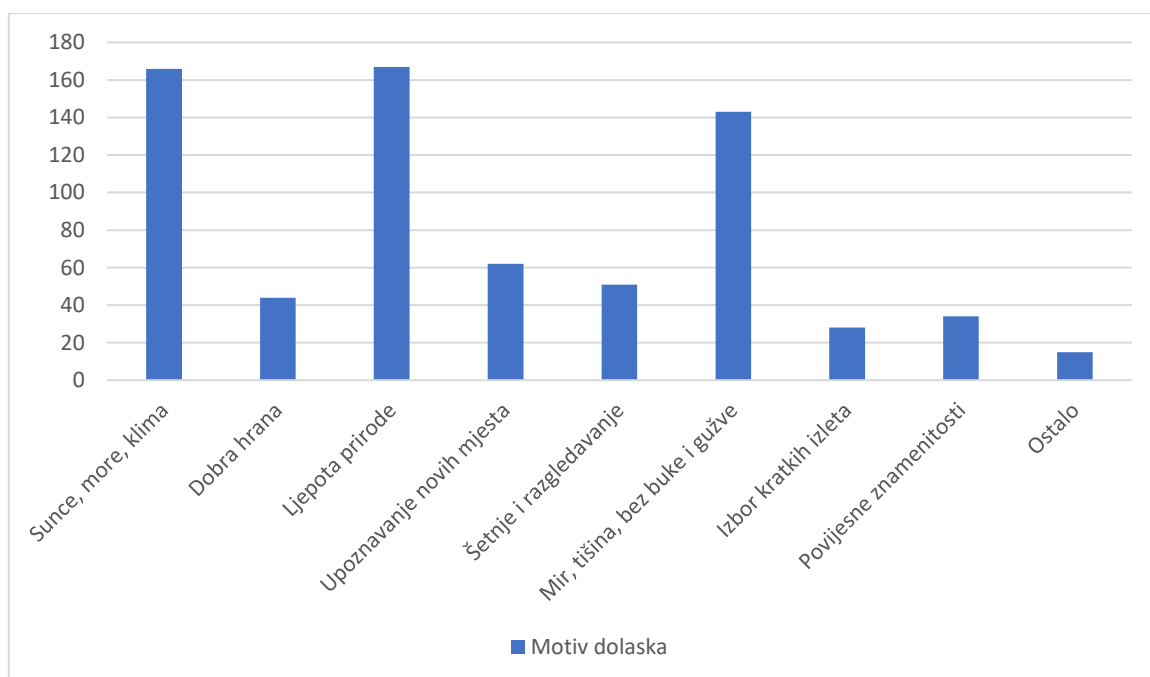


Izvor: izrada autorice

U trećoj sekciji upitnika, početno pitanje se odnosilo na glavne motive dolaska u destinaciju s odabirom do tri moguća ponuđena odgovora.

U grafikonu 9 prikazani su glavni motivi dolaska, a ispitanici su u najvećem broju odgovorili, i to njih 68,7%, da je glavni motiv dolaska u destinaciju ljepota prirode. Njih 68,3% je odabralo da su to sunce, more i klima. Zatim, 58,8% ispitanika ističe da je glavni motiv dolaska mir, tišina i odmor bez buke i gužve. Njih 25,5% odabralo je da je upoznavanje novih mjesta glavni motiv dolaska, a 21% ispitanika je odabralo šetnju i razgledavanje kao motiv dolaska. Svega 18,1% je odgovorilo da je dobra hrana motiv dolaska u destinaciju. Povijesne znamenitosti, kao motiv dolaska, je odabralo 14% ispitanika. Svega 11,5% ispitanika je odgovorilo da je izbor kratkih izleta bio motiv njihovog dolaska. Ostale motive, kao što su posjet obitelji i nautički turizam, navelo je svega 5% ispitanika.

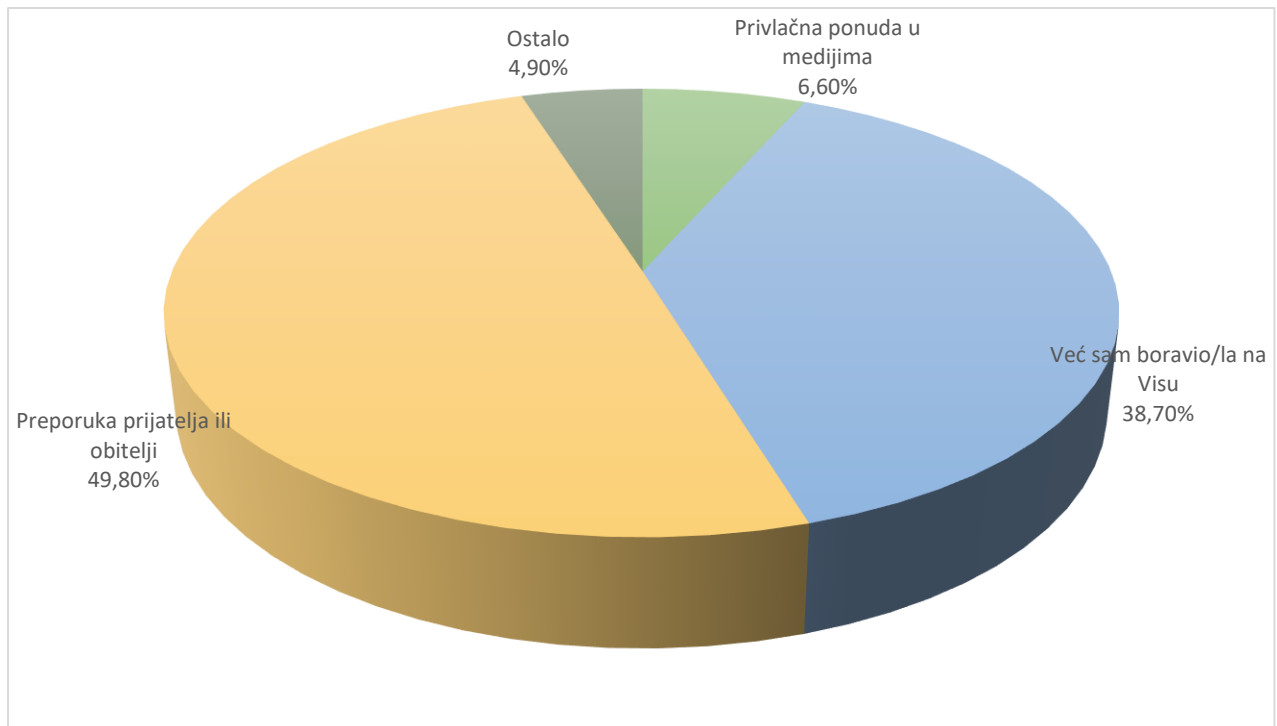
Grafikon 9. Glavni motiv dolaska na Vis



Izvor: Izrada autorice prema provedenom istraživanju

U grafikonu 10 su prikazani čimbenici koji su najviše utjecali na odabir Visa kao destinacije. U najvećem postotku od 49,8% ispitanika je odabralo da je to bila preporuka prijatelja ili obitelji, a njih 38,7 % je već boravilo na otoku Visu te su se iz tog razloga odlučili ponovno vratiti u destinaciju. Njih 6,6 % privukla je ponuda koju su vidjeli u medijima.

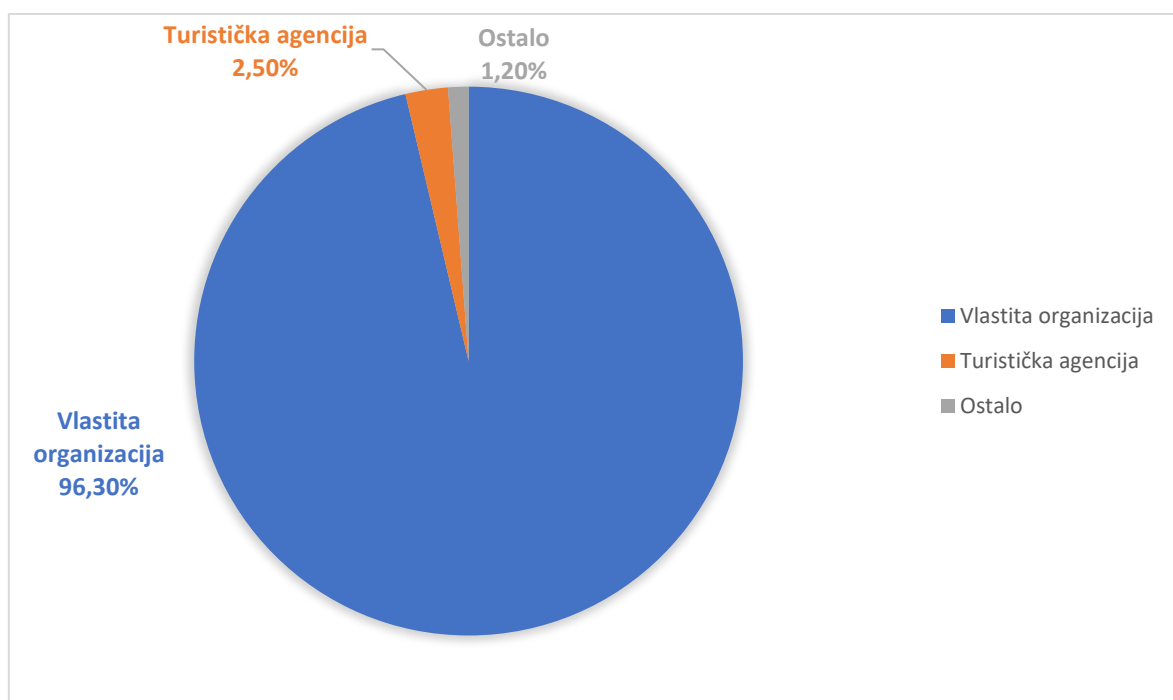
Grafikon 10. Čimbenici koji utječu na odabir destinacije



Izvor: Izrada autorice prema provedenom istraživanju

Gotovo svi ispitanici (96,3%) odlučili su se za vlastitu organizaciju dolaska u destinaciju. To znači da su sami planirali svoj put i nisu koristili usluge turističke agencije ili slične organizacije za dolazak u destinaciju. Manji postotak (2,5%) odlučio se za korištenje usluga putničke agencije za organizaciju svog putovanja. To su posjetitelji koji su preferirali profesionalnu pomoć u planiranju svojeg boravka. Preostali ispitanici (1,2%) čine manji dio onih koji su boravili kod obitelji ili prijatelja, a koji su se odlučili za alternativni način organizacije svog putovanja kako je vidljivo u grafikonu 11.

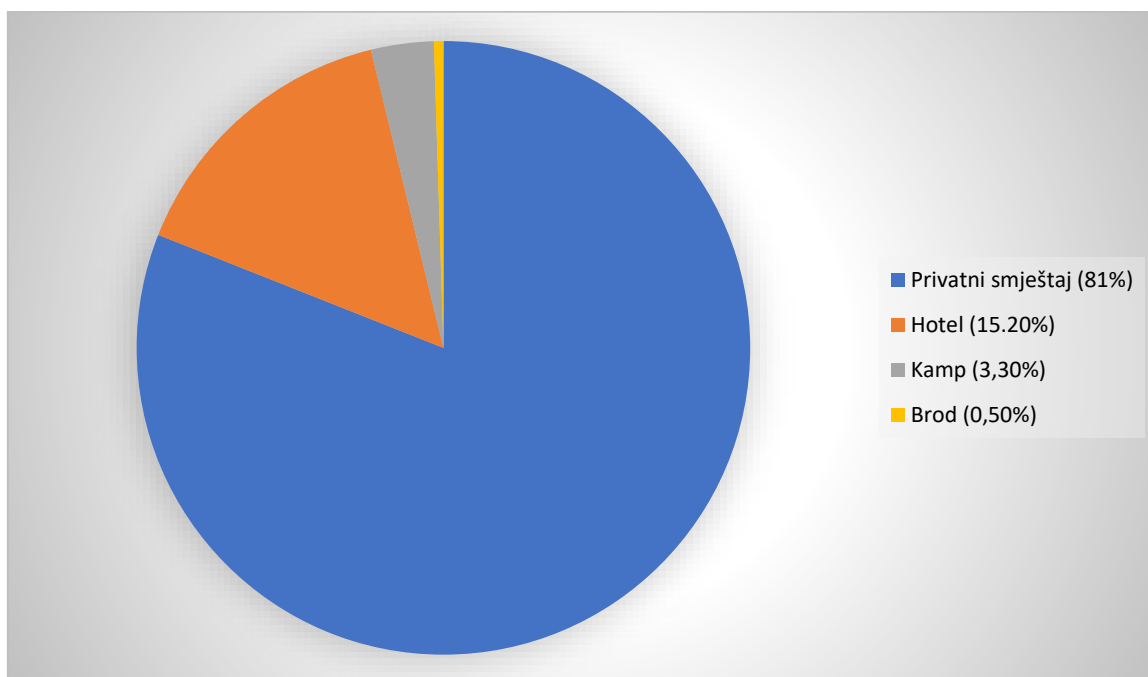
Grafikon 11. Organizacija dolaska na Vis



Izvor: Izrada autorice prema provedenom istraživanju

U grafikonu 12 prikazano je istraživanje, a pokazalo je da je najveći broj posjetitelja, njih 81%, odabralo privatni smještaj što znači da većina preferira boravak u privatnim apartmanima, kućama za odmor ili sličnim tipovima smještaja. Hotelski smještaj je bio drugi najpopularniji izbor s udjelom od 15,2% što ukazuje na to da je dio posjetitelja odlučio boraviti u hotelima tijekom svog posjeta. Manji postotak posjetitelja (3,30%) izabrao je kampiranje kao tip smještaja, a ostatak ispitanika (0,5%) odabralo je smještaj na brodu.

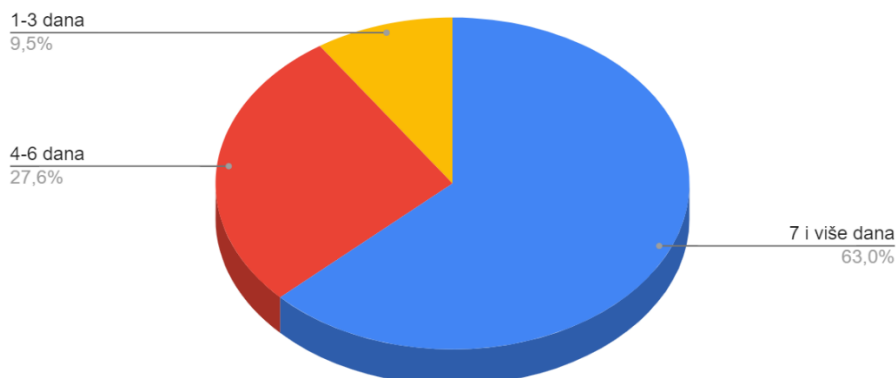
Grafikon 12. Tip smještaja



Izvor: Izrada autorice prema provedenom istraživanju

Prema podacima o duljini trajanja boravka iz grafikona 13 većina posjetitelja, njih 63% odabrala je boravak od 7 i više dana u destinaciji. Što nam ukazuje da su posjetitelji skloni produženom odmoru i istraživanju destinacije. 27,6 % ispitanika boravilo je na Visu od 4 do 6 dana u destinaciji, što ukazuje na kraće odmore. Manji postotak posjetitelja, 9,5% boravilo je od 1 do 3 dana, što ukazuje da je mali broj posjetitelja odabrao brze posjete ili kraće odmore.

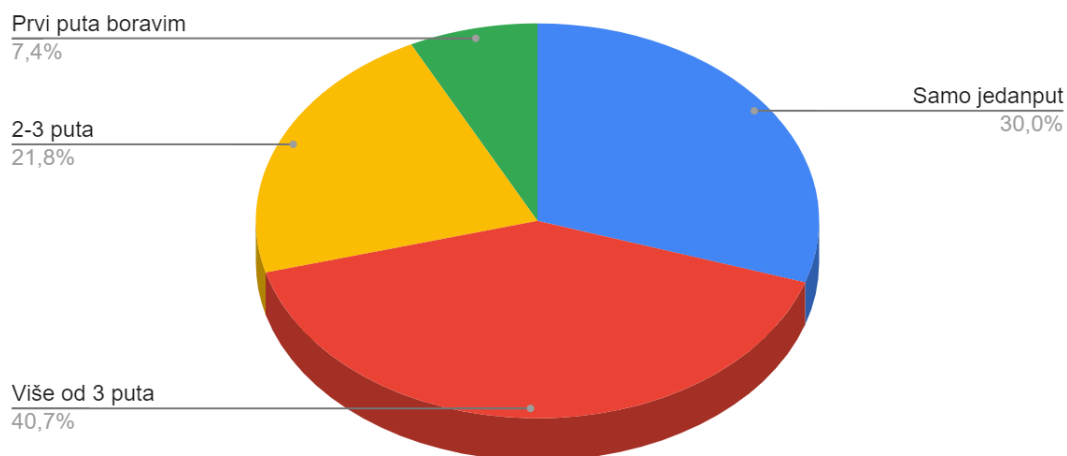
Grafikon 13. Trajanje boravka



Izvor: Izrada autorice prema provedenom istraživanju

Prema podacima iz grafikona 14., 40,7 % posjetitelja posjetilo je otok Vis više od 3 puta. Trećina posjetitelja odnosno njih 30% posjetilo je otok Vis samo jednom, dok je 21,8% posjetitelja na otoku bila između 2 do 3 puta, ti posjetitelji su već dobro upoznati sa otokom. 17,4% je na otoku boravilo prvi puta.

Grafikon 14. Posjet otoku Visu

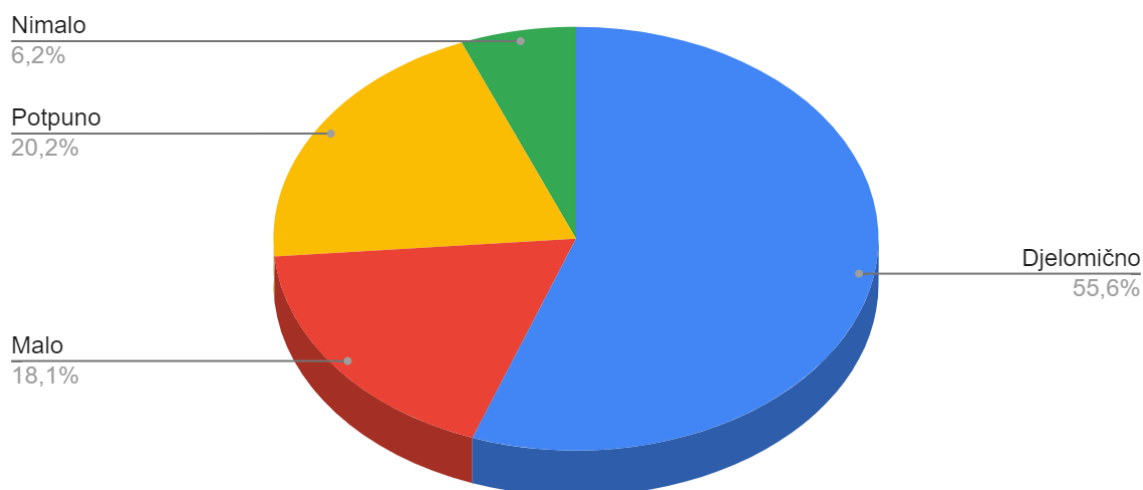


Izvor: Izrada autorice prema provedenom istraživanju

Na temelju prikupljenih podataka od istraženosti otoka Visa prije dolaska u destinaciju iz grafikona 15. vidljivo je da je 55,6 % posjetitelja djelomično istražilo destinaciju prije dolaska, što znači da su imali neki stupanj unaprijed pripreme i informacija o otoku, ali nisu istražili

svaki detalj. 20,2% posjetitelja tvrdi da su destinaciju potpuno istražili prije dolaska. Ovi posjetitelji su uložili znatan trud u istraživanje destinacije, vjerojatno su detaljno planirali svoj boravak i aktivnosti. 18,1% posjetitelja je izjavilo da si malo istražili destinaciju prije dolaska, to sugerira da su se neki možda odlučili za spontani ili manje planirani posjet otoku Visu bez detaljne pripreme. 6,2 % nije destinaciju nimalo istražilo prije dolaska na otok.

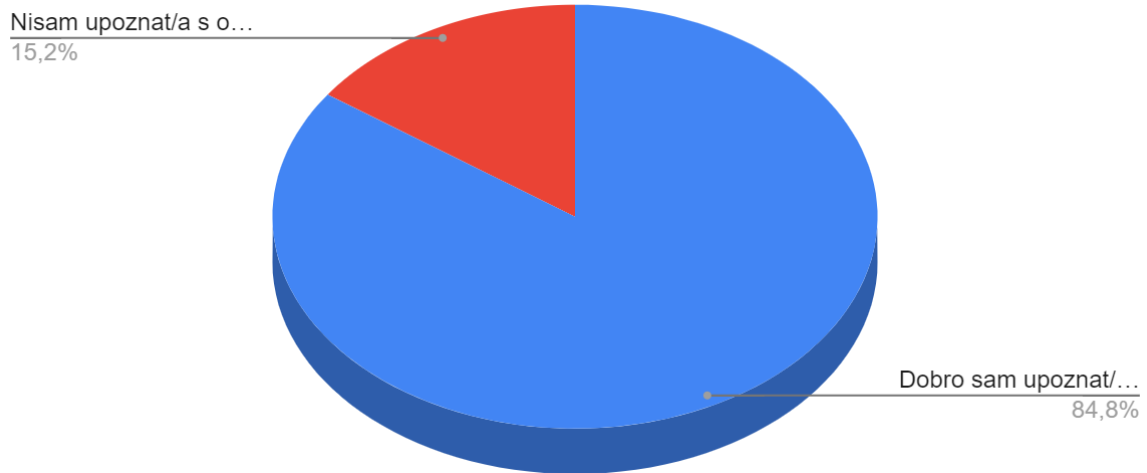
Grafikon 15. Istraženost destinacije



Izvor: Izrada autorice prema provedenom istraživanju

Prema navedenim podacima iz grafikona 16, većina posjetitelja 84,8 % je dobro upoznata s otokom Visom prije svojeg dolaska, što znači da je većina posjetitelja imala određena saznanja i informacije od otoku, o njegovim atrakcijama, aktivnostima i karakteristikama prije nego su stigli u destinaciju. Manji postotak ,15,2%, nije bio upoznat destinacijom prije dolaska. Ovo je tip posjetitelja koji su odlučili posjetiti otok Vis bez prethodne pripreme ili su se odlučili osloniti na spontanost i istraživanje na licu mjesta.

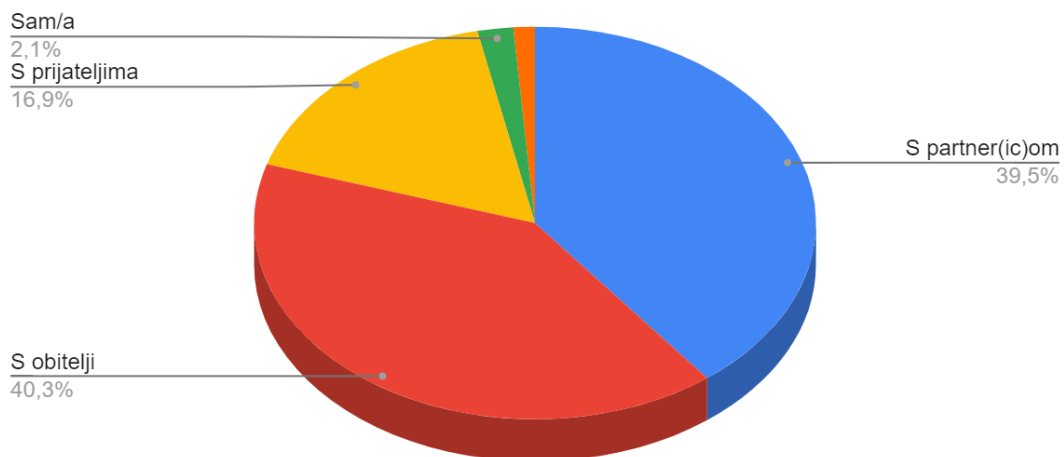
Grafikon 16. Upoznatost sa destinacijom



Izvor: Izrada autorice prema provedenom istraživanju

Prema grafikonu 17, odabir društva tijekom boravka u destinaciji ukazuje da je 40,3 % posjetitelja boravio s obitelji, ovi posjetitelji su se odlučili za obiteljski odmor što ukazuje da je destinacija privlačna i za obiteljske izlete. 39,5% posjetitelja boravilo je u destinaciji sa svojim partnerom ili partnericom 16,9% boravilo je s prijateljima kako bi zajedno istraživali destinaciju i provodili vrijeme u druženju. No najmanji broj posjetitelja. 2,1 % je odlučio je doći u destinaciju sam, a sa drugim osobama koje ne uključuju prijatelje, partnere ili obitelj 1,2%.

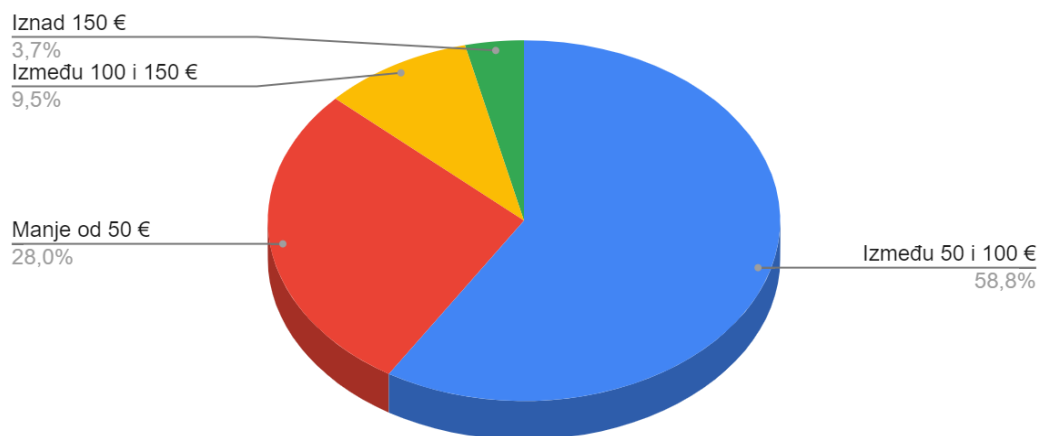
Grafikon 17. Sastav društva tijekom boravka



Izvor: Izrada autorice prema provedenom istraživanju

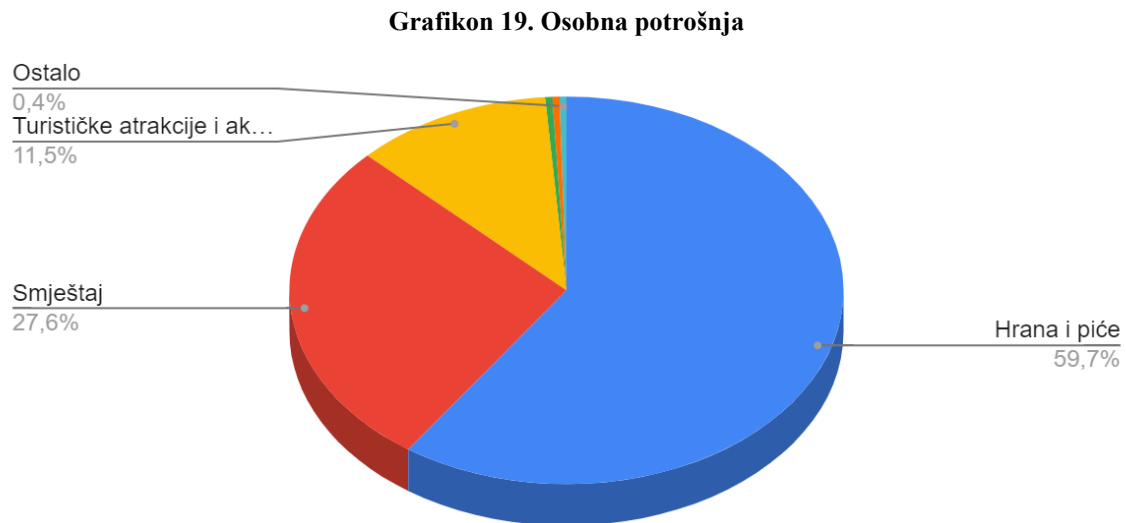
Na temelju navedenih podataka iz grafikona 18 koji ukazuje na prosječnu dnevnu potrošnju, možemo zaključiti da je 58,8% posjetitelja skloni potrošiti između 50-100 € dnevno. 28% posjetitelja potrošilo je manje od 50 € dnevno, te 9,5% posjetitelja je troši između 100 i 150 € dnevno. Najmanji postotak 3,7 % posjetitelja potrošilo je dnevno 150 €. To su posjetitelji s visokim dnevnim budžetima koji su vjerojatno birali i luksuzniji smještaj i aktivnosti tijekom boravka na otoku.

Grafikon 18. Prosječna dnevna potrošnja



Izvor: Izrada autorice prema provedenom istraživanju

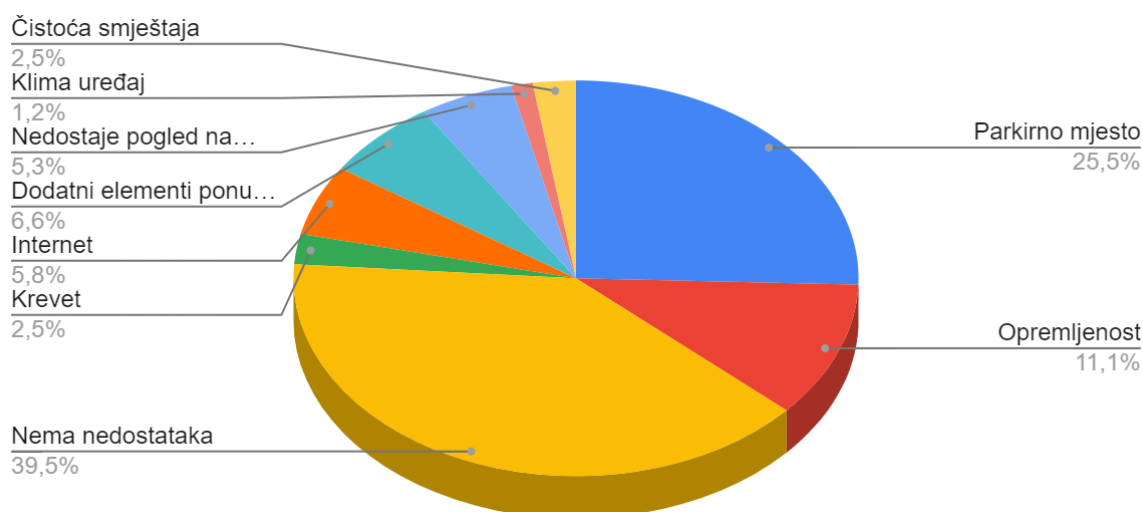
Na temelju podatak iz grafikona 19 dobili smo uvid u raspodjelu osobne potrošnje tijekom boravka. 59,7% posjetitelja njihove osobne potrošnje išlo je na hranu i piće, 27,6% bilo je usmjereno na smještaj, što znači da je smještaj bio značaji aspekt njihovih financijski izdataka. 11,5 % njihove osobne potrošnje otišlo je na turističke aktivnosti.



Izvor: Izrada autorice prema provedenom istraživanju

Grafički prikaz u grafikonu 20. pokazuje da je većina ispitanika zadovoljan s ponudom smještaja što znači da je 39,5%, ispitanika ocijenilo bez ikakvih negativnih komentara. 25,5% posjetitelja je navelo da nedostaje parkirno mjesto. 11,1% osjećalo da je opremljenost smještaja nedostatna. To može uključivati nedostatak osnovne opreme ili sadržaja smještaja. 6,6% posjetitelja istaknulo je da bi voljelo imati dodatne sadržaje poput roštilja, bazena ili balkona u ponudi smještaja. 5,8% posjetitelja je istaknulo da nedostaje ili je loš pristup internetu. 5,3% posjetitelja je izjavilo da im nedostaje pogled na more iz smještaja.

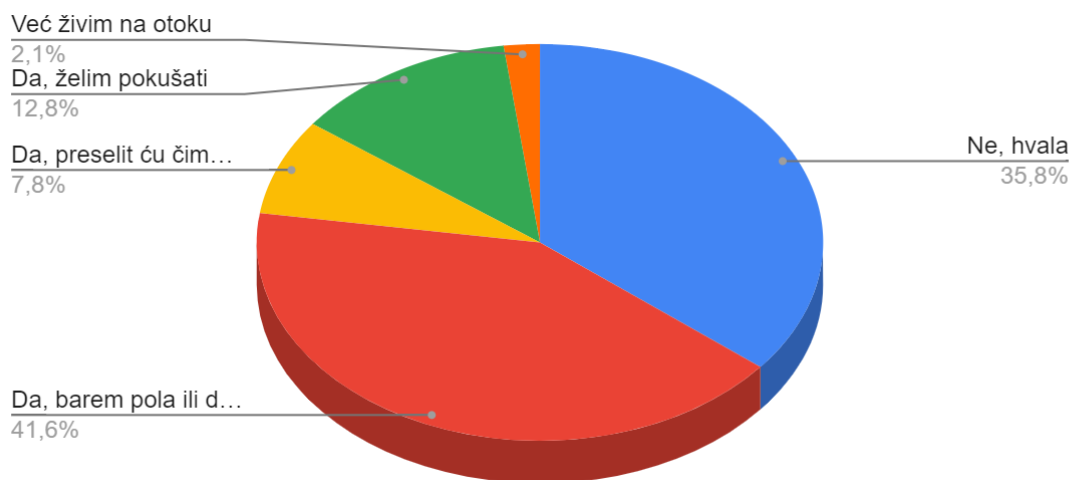
Grafikon 20. Nedostaci u ponudi smještaja



Izvor: Izrada autorice prema provedenom istraživanju

Na temelju podataka iz grafikona 21 koji pruža uvid u razne stavove posjetitelja o tome bi ili željeli stalno boraviti na otoku Visu. 41,6% njih je izrazilo mišljenje i želju za boravkom na otoku barem na pola godine ili dio godine. To ukazuje na pozitivan doživljaj destinacije i interes za dugotrajnim boravkom. 35,8% nije izrazilo želju za stalnim boravkom na otoku Visu. Ovo može sugerirati da veći broj posjetitelja smatra destinaciju prikladnom za privremeni boravak ili odmora, ali ne i za stalni život. 12,8 % posjetitelja je izrazilo interes za pokušajem stalnog boravka na otoku. 7,8% posjetitelja je izrazilo namjeru da se preseli na otok kad odu u mirovinu.

Grafikon 21. Mišljenje o stalnom boravku na otoku Visu



Izvor: Izrada autorice prema provedenom istraživanju

Na temelju rezultata istraživanja može se zaključiti da velika većina ispitanika izražava želju za povratkom, čak njih 98,8 %. Ovo je izuzetno visok postotak i ukazuje na pozitivan doživljaj destinacije. Samo 1,2 % posjetitelja nije izrazilo želju za povratkom u destinaciju.

Od ukupnog broja ispitanika, njih 97,9% je izjavilo da će rado preporučiti otok Vis kao destinaciju drugima. Ovaj visoki postotak ukazuje na pozitivno iskustvo posjetitelja te njihovu volju da podjele svoje pozitivno mišljenje s drugima. Samo 2,1 % posjetitelja nije izrazilo spremnost za preporuku destinacije. Iako je ovaj postotak mali, on može ukazivati na ograničenja ili negativna iskustva nekih posjetitelja. Ovi podaci sugeriraju da je otok Vis vrlo dobro ocijenjen među posjetiteljima što je pozitivan znak za promociju otoka kao turističke destinacije.

Na temelju rezultata istraživanja koju su posjetitelji mogli rangirati na Likertovoj ljestvici od 1 do 5, gdje ocjene označavaju od „1 u potpunosti nevažno“ do „5 u potpunosti važno“, možemo primijetiti da su posjetitelji otoka Visa ocijenili određene elemente kao iznimno važne pri odabiru destinacije za odmor. Pa su tako elementi, koji su bili ključni za odabir destinacije, bili sljedeći: Ljepota prirode, očuvanost okoliša, uređenost i čistoća mjesta, gostoljubivost lokalnog stanovništva, ljubaznost zaposlenih u turizmu, osjećaj sigurnosti i zaštite, mir i tišina, čistoća mora, a samim time i kupanje i sunčanje.

Tablica 10. Prosječne ocjene vrijednosti

| Elementi za odabir destinacije | Prosječna ocjena važnosti |
|--------------------------------------|---------------------------|
| Ljepota prirode | 4,74 |
| Očuvanost okoliša | 4,58 |
| Uređenost i čistoća mjesta | 4,64 |
| Gostoljubivost lokalnog stanovništva | 4,03 |
| Ljubaznost zaposlenih u turizmu | 3,86 |
| Osjećaj sigurnosti i zaštite | 4,48 |
| Mir i tišina | 4,63 |
| Čistoća mora | 4,92 |
| Kupanje i sunčanje | 4,13 |

Napomena: ocjene se kreću od 1 (u potpunosti nevažno) do 5 (u potpunosti važno)

Izvor: Izrada autorice prema provedenom istraživanju

Podaci koji ukazuju na razinu zadovoljstva elemenata turističke ponude su također bili ispitani na Likertovoj tablici zadovoljstva ocjenama od „1 u potpunosti nezadovoljan“ do „5 u potpunosti zadovoljan“. Najveću razinu zadovoljstva, ocjenama „4 zadovoljan“ i „5 u potpunosti zadovoljan“ ocijenjeni su sljedeći elementi turističke ponude: Ponuda smještaja (73,36%), usluga i ljubaznost domaćina u smještaju (85,66%), usluga djelatnika u ugostiteljskim objektima (77,04%), čistoća u ugostiteljskim objektima (78,69%), ponuda turističkih atrakcija u destinaciji (74,59%), ponuda plaža u destinaciji (87,70%), čistoća plaža u destinaciji (84,84%), pristup plaži (78,28%), ceste koja vodi do plaže (69,26%), oznake za plažu uz cestu (66,80%), infrastruktura u destinaciji (65,16%), ponuda suvenira (64,34%), ponuda lokalnih proizvoda (75,82%) i očuvanost autentičnosti otoka (84,42%). Posebno zadovoljstvo turista vidi se prema općem dojmu o otoku Visu, gdje je 68,44% ispitanika ocijenilo da je u potpunosti zadovoljno.

Na temelju rezultata istraživanja najveći postotak posjetitelja je izrazio želju za posjetom plaže Stiniva (66,39%) te odlazak na otoke Biševo (73,36%) i Palagružu (70,08%). Također su pokazali interes za istraživanjem uvala otoka Visa i njegove unutrašnjosti. Većina ispitanika, njih 66,80%, se u potpunosti ne slaže s idejom naplaćivanja ulaza na plaže, njih 49,18% se u potpunosti ne slaže s idejom izgradnje apartmanskih naselja te 44,67% ispitanika se u potpunosti ne slaže s gradnjom luksuznog smještaja. Također, više od 55% ispitanika ne smatra da bi masovni turizam mogao imati pozitivne koristi za stanovnike kao i da bi imao pozitivan utjecaj na identitet otoka.

Istraživanje ima svoja ograničenja koja treba uzeti u obzir pri interpretaciji rezultata. Anketa je distribuirana putem društvenih mreža poput Facebooka, Instagrama i telekomunikacijske platforme WhatsApp što ograničenje može utjecati na reprezentativnost uzorka, jer se možda nisu uključili svi potencijalni sudionici. Jedno od ograničenja je i to što je istraživanje bilo usmjereno isključivo na hrvatske posjetitelje, a i sam upitnik je bio napisan na hrvatskom jeziku. Ovo ograničenje može isključiti perspektive stranih turista, što može utjecati na generalizaciju rezultata na cijelu turističku populaciju. Ograničenje je i to što je u anketi sudjelovalo više žena (70,5%) u usporedbi s muškarcima (29,5%), što može rezultirati pristranim rezultatima jer možda ne odražava ravnotežu spolova među posjetiteljima otoka Visa. Uvidom u eliminacijsko pitanje o posjećenosti otoka Vis u zadnjih 5 godina, negativan odgovor je mogao također biti usmjeren na daljnje istraživanje gdje bi se analiziralo da li ispitanici žele ili imaju namjeru posjetiti otok.

Istraživanje o posjetiteljima otoka Visa ukazuje na brojne značajke koje čine ovu destinaciju atraktivnom i privlačnom. Glavni motivi za posjet uključuju prirodnu ljepotu, sunčane dane, čistoću mora, prijateljsku klimu te opuštajuću atmosferu. Posjetitelji su samostalno organizirali svoje putovanje i preferiraju privatni smještaj tijekom prosječnog boravka od 7 dana. Većina je već imala iskustvo boravka na otoku Visu, čime su dobro upoznati s destinacijom. Ispitanici su izrazili želju za povratkom na otok Vis i preporučili bi ga drugima.

Ispitanici su se također složili da ne podržavaju razvoj masovnog turizma, smatraju da bi on devastirao postojeće stanje i da otok više ne bi bio autohton zbog čega je toliko drugačiji i poseban u odnosu na druge otoke u hrvatskoj. Ovi zaključci ukazuju na pozitivno iskustvo posjetitelja na otoku Visu, istovremeno naglašavajući njihovu zabrinutost za očuvanje autentičnosti destinacije.

5.3. Osvrt na istraživanje

Istraživanje posjetitelja otoka Visa pruža uvid u njihove stavove, preferencije i zadovoljstvo vezano uz ovu destinaciju. Istaknulo nekoliko ključnih izazova i mogućnosti za daljnji napredak turizma na otoku. Evo sažetka glavnih nalaza i njihovih implikacija:

Profil posjetitelja: Većina posjetitelja na otoku Visu su žene u dobi od 26 do 55 godina. Ovo bi mogla biti korisna informacija za marketinške svrhe jer omogućuje prilagodbu marketinških strategija kako bi se bolje zadovoljile potrebe ove demografske skupine.

Motivacija za posjet destinacije: Glavni motivi posjeta otoku su prirodna ljepota, sunce, more i mir. Sagledavanje ovih razloga posjeta omogućava kreiranje marketinških strategija koje će istaknuti ove privlačnosti.

Način organizacije putovanja: Većina posjetitelja preferira samostalno organiziranje putovanja i boravak u privatnom smještaju. Ovo ukazuje na potrebu za raznolikim smještajnim opcijama.

Trajanje boravka: Većina posjetitelja ostaje na otoku sedam ili više dana, što pozitivno utječe na lokalnu ekonomiju. To također naglašava važnost produženja turističke sezone.

Povratak i preporuke: Velika većina posjetitelja želi se vratiti na otok i preporučila bi ga drugima, što ukazuje na visoku razinu zadovoljstva posjetitelja i pozitivnu reputaciju destinacije.

Važni faktori za odabir destinacije: Prirodna ljepota, očuvanost okoliša, čistoća i gostoljubivost lokalnog stanovništva su iznimno važni faktori za posjetitelje. Ovo naglašava nužnost sačuvati prirodne resurse i autentičnost destinacije.

Negativni utjecaji turizma: Posjetitelji izražavaju brigu zbog štetnih utjecaja masovnog turizma, kao što su problemi s odlaganjem otpada i onečišćenjem zraka. Stoga je nužno provesti pažljivo upravljanje i usvojiti održiv pristup razvoju turizma.

Zaključno, ovo istraživanje pruža vrijedan uvid u posjetitelje otoka Visa, istovremeno ističući ključne izazove i potencijale za daljnji razvoj destinacije. Očuvanje okoliša, održavanje autentičnosti i osiguravanje zadovoljstva posjetitelja trebaju biti osnovne smjernice u upravljanju turizmom na otoku.

6. SWOT analiza turizma otoka Visa

Analiza se koristila za istraživanje koje pomaže prepoznati koje su jake strane destinacije, slabosti destinacije, koje bi bile mogućnosti za bolji razvitak i koji prijetnjama se susreće otok Visa.

Snage

- Geoprometni položaj
- Prirodni izvor vode
- Poljoprivredni potencijal
- Politika očuvanja zelene površine
- Zabrana prometanja kroz staru gradsku jezgru
- Komunalna infrastruktura
- Javno korištenje obnovljivih izvora energije
- Politika očuvanja zelene površine
- Blizina poljoprivrednih površina urbanom dijelu grada Visa
- Bogata kulturna baština
- Očuvani prirodni resursi
- Očuvani vizualni identitet grada Visa i pripadajućih naselja
- Politika očuvanja tradicije i otočnog načina života
- Prostorna ograničenja/neizgrađenost
- Turizam kao tercijarna djelatnost (segmentirani turizam)
- Vrhunska gastronomija
- Turistička izoliranost
- Prirodna luka
- Nautički turizam
- Održivi turizam
- Medijska inertnost
- Sudjelovanje u EU fondovima
- Geo park
- Pješačke i planinske staze
- Vinogradarstvo

Slabosti

- Prometna izoliranost
- Rascjepkanost poljoprivrednih zemljišta
- Inertnost stanovništva mlade životne dobi
- Niska razina poduzetničkog i menadžerskog obrazovanja
- Nedostatak privatnog kapitala u investicijska ulaganja
- Nedostatak konkurentskog tržišta obrtničkih usluga
- Uvoz usluge redovnog poslovanja
- Specijalizirani ljudski resursi
- Razvojna infrastruktura
- Nedostatna Wi-Fi infrastruktura
- Nedostatak hotelskog smještaja
- Sezonalnost turističke potražnje
- Loša prometna povezanost lokalnog stanovništva s ostalim naseljima otoka Visa
- Zakonska ograničenja izrade prostornog plana
- Prosječna starosna dob domicilnog stanovništva
- Sustav gospodarenja otpadom otoka Visa
- Svijest stanovništva u primjeni ponovne uporabe otpada
- Slaba zainteresiranost za razvoj različitih poljoprivrednih kultura

Prilike

- Povećanje potražnje za održivim destinacijama
- Povećanje potražnje za specifičnim oblicima turizma
- Financiranje iz EU fondova
- Poticanje razvoja otočnog turizma od strane države
- Nove tehnologije
- Promjene u potrošačkim preferencijama
- Društvena svijest i odgovornost
- Globalno tržište

Prijetnje

- Masovni turizam
- Demografski gubitak
- Starosna dob stanovništva
- Cijena koštanja pomorskog prijevoza
- Iskorištenost prirodnog vodnog resursa
- Rizici od ugrožavanja prirode i okoliša
- Rizici od narušavanja flore i faune pomorskog svijeta posljedično efektom nautičkog turizma
- Negativni efekt klimatskih promjena
- Niski razvojni potencijal poduzetnika
- Imovinsko - pravni odnosi u procesu razvoja poljoprivrede i poduzetništva

Analizom snaga otoka koje su ključne prednosti i resursi koji mu stoje na raspolaganju za bolji plasman na tržištu u odnosu na konkurente jest svakako geoprometni položaj, bogat prirodni potencijal, dobra komunalna infrastruktura te sačuvana kultura i prirodna baština. S druge strane, identifikacija slabosti pomaže pri prepoznavanju problema i ograničenja kao što su izoliranost od prometnih veza, niska razina poduzetničkog obrazovanja i nedostatak hotelskog smještaja.

Otok Vis nudi niz značajnih prilika za razvoj turizma. Povećanje potražnje za održivim destinacijama predstavlja jednu od ključnih prilika. Posjetitelji sve više traže destinacije koje se brinu o okolišu i zajednici, što otoku Visu omogućuje da privuče ekološki osviještene turiste. Također, raste potražnja za specifičnim oblicima turizma, poput kulturnog, pustolovnog ili enološkog turizma. Otok Vis, s bogatom kulturnom baštinom, prekrasnom prirodom i vinogradima, može iskoristiti ovu priliku za razvoj različitih turističkih iskustava. Financiranje iz EU fondova predstavlja dodatnu priliku. Otok Vis može aplicirati za sredstva koja će podržati projekte usmjeren na očuvanje okoliša, poboljšanje infrastrukture i promociju destinacije. Također, poticanje razvoja otočnog turizma od strane države igra ključnu ulogu. Državna podrška može uključivati ulaganje u prometnu povezanost otoka, edukaciju lokalnih stanovnika o održivom turizmu i promociju Visa kao atraktivne destinacije. Sve te prilike zajedno čine otok Vis izuzetno obećavajućom destinacijom za turizam, koja ima potencijal za održivi razvoj i ekonomske koristi za lokalno stanovništvo.

Sve te prilike omogućuju otoku Visu da privuče raznolike skupine turista i potakne rast turizma, što će pozitivno utjecati na lokalnu ekonomiju i privlačnost destinacije. Analizom prijetnji identificiraju se izazovi s kojima bi otok mogao biti suočen, uključujući i masovni turizam, demografski gubitak, promjene u okolišu i nedovoljnu svijest o očuvanju prirode.

SWOT analiza pruža temelj za razvoj strategija i planova koji će potaknuti ekonomski razvoj otoka Visa. Fokus na snage i potencijale, te rješavanje slabosti i prijetnji, otoku omogućuje održiv i uravnotežen razvoj koji će donijeti koristi lokalnom stanovništvu i turistima te osigurati dugoročan prosperitet i dobrobit za cijelu zajednicu.

Otok Vis suočava se s nizom izazova i prilika koji će oblikovati njegovu budućnost.

Izazovi:

- Masovni turizam: Otok je izložen riziku od masovnog turizma, što može prouzročiti preopterećenje infrastrukture i štetne učinke na okoliš.
- Demografski gubitak: Stanovništvo otoka Visa ima visoku prosječnu dob, a mladi često napuštaju otok u potrazi za boljim prilikama, što predstavlja demografski izazov.
- Promjene u okolišu: Klimatske promjene i prijetnje očuvanju prirode i okoliša mogu utjecati na atraktivnost otoka kao turističke destinacije.
- Nedovoljna svijest o očuvanju prirode: Edukacija i podizanje svijesti među lokalnim stanovništvom i turistima o važnosti očuvanja prirode mogu biti nedovoljni.

Potencijali:

- Geoprometni položaj: Otok Visa ima izvanredan geoprometni položaj u Jadranskom moru, što ga čini atraktivnom destinacijom.
- Prirodni resursi: Otok se može osloniti na bogatstvo prirodnih resursa kao što su čista voda, poljoprivredni potencijal i očuvana prirodna ljepota.
- Kulturna baština: Otok ima bogatu kulturnu baštinu koja uključuje povijesne gradove i lokalne običaje.
- Održivi turizam: Razvoj održivog turizma može pomoći u očuvanju okoliša i kulturnih resursa otoka.

- Nautički turizam: Blizina drugih otoka i prirodna luka pružaju potencijal za razvoj nautičkog turizma.
- Kongresni turizam: Organizacija znanstvenih skupova i kongresa može pridonijeti turističkom razvoju.
- Obnovljiva energija: Povećanje kapaciteta obnovljivih izvora energije, kao što su solarna polja i učinkovito gospodarenje otpadom, može smanjiti ekološki otisak.
- Prenamjena vojnih objekata: Iskorištavanje postojećih vojnih objekata za turizam ili druge svrhe može predstavljati ekonomske prilike.
- Sportski i zdravstveni turizam: Promocija sportskih i zdravstvenih aktivnosti može privući turiste tijekom cijele godine.

Unatoč izazovima, otok Visa ima znatne potencijale za održiv razvoj turizma koji će koristiti lokalnoj zajednici i pridonijeti ekonomskom prosperitetu otoka.

7. Strateško promišljanje razvoja otoka Visa

Turizam je dinamična industrija koja je često podložna promjenama zbog utjecaja vanjskih čimbenika i često ne donosi prihod na isti način kao druge industrije. U ekonomskom kontekstu, turizam spada u tercijarne sektore. Unatoč tome, njegova važnost ne bi trebala biti podcijenjena, već bi trebala pružiti dodatnu vrijednost lokalnoj zajednici. Strategija razvoja za razdoblje od 2021. do 2027. godine obuhvaća nove financijske prioritete, a relevantni podaci su dostupni na službenoj web stranici grada Visa.⁹⁷

Grad Vis prepoznaje potencijalne rizike u provođenju svojih mjera i stoga postavlja ciljeve temeljene na potrebama lokalnog stanovništva i turista u destinaciji. Ciljevi su usmjereni na dugoročni razvoj, a strategija se temelji na njima i ostvaruje se kroz različite projekte i inicijative.

U cilju je za razdoblje do 2021.-2027. valorizirati prirodnu i kulturnu baštinu kroz mjere održivog upravljanja lokalnom baštinom kroz projektne inicijative:⁹⁸

- istraživanje kulturnog potencijala
- očuvanje kulturno-povijesnog nasljeđa
- jačanje kapaciteta i upravljanja kulturnom baštinom
- podizanje svijesti i prezentacija kulturne baštine

U procesu planiranja turizma, ključno je implementirati nekoliko važnih mjera kako bi se osigurala održivost i konkurentnost odredišta. Jedna od tih ključnih mjera uključuje očuvanje prirodne baštine kroz optimizaciju prirodnih staza i puteva s ciljem da turističke aktivnosti ne štete okolišu otoka. Također, važno je poticati odgovorno ponašanje posjetitelja kako bi se omogućilo uživanje u prirodnim ljepotama otoka. Druga značajna inicijativa usmjerena je na unapređenje turističke konkurentnosti, posebno kroz promicanje nautičkog turizma. Ovo uključuje planiranje i provođenje projekta koji će omogućiti nautičke aktivnosti tijekom cijele godine u marinama otoka, s namjerom privlačenja nautičara tijekom svih sezona. Očekuje se da bi to moglo rezultirati povećanjem turističke potrošnje i pridonijeti ekonomskoj održivosti otoka. Sve ove mjere moraju biti pažljivo osmišljene i prilagođene specifičnim potrebama i potencijalima otoka kako bi se postigla ravnoteža između turizma i zaštite okoliša. To će osigurati dugoročni prosperitet otoka i unaprijediti dobrobit lokalne zajednice.

⁹⁷ Razvojna strategija Grada Visa 2021.-2027., 105.

⁹⁸ Razvojna strategija Grada Visa 2021.-2027., 105.

Razvoj konkurentnosti je moguće realizirati uz unapređenje turističkih sadržaja kroz projektnu inicijativu:⁹⁹

- razvoj održivog turizma
- razvoj nove te obnova postojeće turističke infrastrukture
- upravljanje destinacijom
- razvoj izvanpansionske ponude

Važno je i istaknuti cilj promicanja razvoja društvene inkluzije kroz provođenje mjera unapređenja društvenih sadržaja, a inicijativa se provodi kroz:¹⁰⁰

- razvoj društvenih programa
- sustavno upravljanje neiskorištenim prostorom

Grad Vis kako u prošlosti tako i u budućnosti provodi strategiju razvoja zajednice s misijom i vizijom kako slijedi:¹⁰¹

Vizija

- Kvaliteta života u svakoj životnoj dobi
- Očuvana prirodna i povijesna baština te mediteranska kultura življenja u harmonizaciji s održivim razvijem komunalne i prometne infrastrukture
- Razvitak zdravstvene i kulturno-obrazovne infrastrukture
- Propulzivna, samoodrživa, neinvazivna i nemonokulturna ekonomija
- Energetska autonomija
- „čista“ tehnologija
- Pouzdani i inovativni koncepti
- Cjelogodišnja životna dinamika
- Demografska obnova

Rezultat postavljene vizije je aktivna briga o očuvanju izvornih kulturoloških i prirodnih vrijednosti, sačuvani vizualni identitet Grada, upravljanje destinacijom kao održivim turizmom i globalno usmjereno gospodarstvo.

⁹⁹ Razvojna strategija Grada Visa 2021.-2027., 108.

¹⁰⁰ Ibid.

¹⁰¹ Ibid.

Misija

- Cilj je oblikovati Grad Vis kao otvorenu zajednicu koja uključuje sve generacije i društvene skupine te pruža visoku kvalitetu života i rada svim svojim građanima.

Rezultat postavljene misije je stvaranje povoljnog okruženja putem kreativnih pristupa, očuvanja prirodne i kulturne baštine, izgradnje fizičke povezanosti kroz sportske i rekreativne aktivnosti, visokokvalitetnog javnog prijevoza te aktivnog sudjelovanja lokalne zajednice u društvenim procesima.

Zaključak

Otok Vis je nedavno postao destinacija otvorena za turizam, budući da je bio zatvoren za strance i turizam tijekom dugog vremenskog razdoblja. Iako je relativno nova destinacija, Vis se brzo razvija u turističkom smislu i ulazi u fazu rasta. Primarna ponuda otoka temelji se na "sunce i more" turizmu, no u današnjem konkurentnom okruženju to nije dovoljno. Otok Vis privlači turiste svojom jedinstvenom prirodom, kulturom i načinom života lokalnog stanovništva. To stvara izazove za lokalnu zajednicu, socijalno okruženje i ekonomski razvoj otoka.

Kako je istaknuto, turizam je glavna gospodarska aktivnost na otoku Visu i ima značajan utjecaj na zaposlenost stanovništva. Unatoč velikoj depopulaciji, otok i dalje čuva skladan odnos između prirode i lokalnog stanovništva. Glavni cilj razvoja trebao bi biti sprečavanje daljnje depopulacije i poboljšanje kvalitete života stanovnika. Država bi trebala osigurati odgovarajući razvojni pristup i ekonomske politike kako bi se postigao taj cilj. Izgradnja novih prihvatnih turističkih kapaciteta bi trebala biti u kontroliranim uvjetima kako ne bi došlo do uništenja prirodnih resursa. Otoku Visu nije u cilju potaknuti masovni turizam koji bi mogao djelovati devastirajuće na sve resurse koji sudjeluju u izgradnji turističke destinacije. U cilju je plasirati se visoko na ljestvici dolazaka gostiju ali u kontroliranim uvjetima kako ne bi došlo do prevelike zasićenosti zbog čega bi destinacija mogla izgubiti na svom specifičnom karakteru. Zahvaljujući „izoliranosti“ što zbog geografskog položaja, što zbog posljedica rata, otok Vis predstavlja iznimno vrijednu i vrlo osjetljivu gospodarsku te antropogenu sredinu.

Osnovni cilj turističke destinacije otoka Visa je privući što veći broj posjetitelja kako bi uspješno promovirala svoj turistički proizvod. Postizanje ovog cilja moguće je uz uspostavljanje efikasne poslovne komunikacije s tržištem te kvalitetnu promociju i marketing na emitivnom turističkom tržištu.

Istraživanje posjetitelja otoka Visa pružilo je dragocjen uvid u njihove preferencije i zadovoljstvo vezano uz destinaciju. Rezultati istraživanja pokazali su da ključni motivi posjeta obuhvaća prirodnu ljepotu, sunce, more i mir. Dnevna potrošnja iznosi između 50€ i 100€, najviše se troši na hranu i piće te se u destinaciji zadržavaju sedam ili više dana. S obzirom da su gotovo svi ispitanici izjavili da bi se ponovno vratili na Vis te da bi ga preporučili drugima kao destinaciju za odmor, može se zaključiti da bi se ekonomske i demografske prilike mogle poboljšati u skoroj budućnosti. Također, određeni broj ispitanika izrazio je zabrinutost zbog

moćeg negativnog utjecaja masovnog turizma, ukoliko do njega dođe, te ističu potrebu za očuvanjem okoliša i autentičnosti destinacije. Ovi podaci pružaju osnovu za prilagodbu marketinških strategija, u smislu kvalitetnije promocije otoka, kao i racionalno upravljanje prirodnim resursima, otvarajući vrata za daljnji razvoj turističke ponude i unaprjeđenje lokalne ekonomije.

Kako je turizam glavni izvor prihoda za otok Vis i ključna gospodarska aktivnost, nužno je provesti temeljito planiranje razvoja i ojačati sve aspekte povezane s turizmom. To uključuje uzimanje u obzir razlika među posjetiteljima destinacije i njihovo uključivanje u strateški plan razvoja. Na taj način stvaraju se novi resursi koji će omogućiti otoku Visu diferencijalnu prednost i rast unutar turističke industrije, te povećati njegovu konkurentnost.

Bibliografija

Alfieri, Dragutin. *Turizam - izbor radova*. Zagreb: Institut za turizam, Fond za stipendiranje mladih za zaštitu prirode i turizma, 1994.

Alkier Radnić, Romina. *Turizam u Europskoj uniji*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2009.

Alternatura: <https://alternatura.hr/> (pristupljeno: 21. lipnja 2023.)

Analitik. *Istraživanje zadovoljstva domaćih i stranih turista turističkom ponudom u destinaciji Dugi Rat – Dugoratska rivijera: Cjelovito izvješće*. Dugi rat: Analitik, 2021. <https://www.visitdugirat.eu/dokumenti/Provedena%20anketa%20-%20Istra%20ivanje%20zadovoljstva%20turista%20ponudom%20u%20op%20C4%87i%20Dugi%20Rat.pdf> (pristupljeno 19. lipnja 2023.)

Bartoluci, Mato. *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva - Turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu*. Zagreb: Školska knjiga, 2013.

Bjelica, Aleksandar, Branko Blažević, Mladen Črnjar, Tihomira Stepinac Fabijanić, Ivanka Avelini Holjevac, Rade Knežević, Edna Mrnjavac, Milena Perišić, Viktor Simončić, Dunja Serdinšek, Dora Smolčić Jurdana, Mirela Srkoč, Ivica Trumbić, Marinko Đ. Učur, Vidoje Vujić. *Održivi razvoj turizma*. Rijeka: Fakultet za turistički i hotelski menadžment, 2005.

Cetina, Edo. „Održivi razvoj turizma u Hrvatskoj.“ *Zbornik Istarskog veleučilišta* Vol 1. (2022.) No. 1, (pristupljeno 20. srpnja 2023.)

Conlin, Michael V., and Tom Baum. *Island tourism - Management Principles and Practice*. UK: University of Buckingham, 1995.

Cooper, Chris, John Fletcher, Alan Fyall, David Gilbert i Stephen Wanhill. *Ekonomija turizma - načela i praksa*. 3. izd. England: Pearson Education Limited, 2005.

Čorak, Sandra. *Izazovi upravljanja turizmom*. Zagreb: Znanstvena edicija instituta za turizam, 2011.

Dulčić, Ante, i Lidija Petrić. *Upravljanje razvojem turizma*. Zagreb: Mate, 2001.

- Dragičević, Miro, Sandra Lisjak, Miroslav Villi, Zoran Kasum, Branko Bogunović, Stjepko Devčić. *Plan razvoja ekološkog i ruralnog turizma - Područje otoka Visa*. Zagreb: Horwath i Horwath Consulting, 2009.
- Golob, Marino, Tina Sirotić i Martin Golob. „Istraživanje kvalitete i razine zadovoljstva turista turističkom ponudom.“ *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, Vol. 2 (2014), No. 1, pp. 27-40
- Grad Vis. Razvojna strategija za razdoblje 2016.-2020. godine, https://www.gradvis.hr/images/VIS_STRATEGIJA.pdf (pristupljeno 20. lipnja 2023.)
- Grad Vis. Razvojna strategija za razdoblje 2021.-2027. godine.: https://www.gradvis.hr/wp-content/uploads/2021/02/RAZVOJNA-STRATEGIJAGRADA-VISA-2021_2027-6.pdf (pristupljeno 20. lipnja 2023.)
- Lickorish, Leonardo J., i Carson L. Jenkins. *Uvod u turizam*. Split: Ekokon d.o.o., 2006.
- Marušić, Mira, Darko Prebežac i Josip Mikulić, *Istraživanje turističkih tržišta*, 2.izd. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, 2019.
- Mikančić, Vesna. „Otočni turizam Hrvatske.“ *Institut za turizam* UDK 338.48 (497.5), (pristupljeno 15. srpnja 2023.)
- Nacionalni plan razvoja otoka 2021.-2027., <https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/djelokrug-1939/otoci/nacionalni-plan-razvoja-otoka-2021-2027/4473>, (pristupljeno 18. lipnja 2023.)
- Otok Vis. *Biseri Jadrana: Edicija za kulturu putovanja*, Zagreb: Fabra, 2003.
- Peričić, Šime. *Razvitak gospodarstva otoka Visa u prošlosti*. Zavod za povijesne znanosti UDK 949.75:330.34, (pristupljeno 17. srpnja 2023.)
- Državni zavod za statistiku. *Popis stanovništva 2021. godina*. Zagreb: Državni zavod za statistiku, 2021. <https://dzs.gov.hr/vijesti/objavljeni-konacni-rezultatipopisa-2021/1270>, (pristupljeno 16. lipnja 2023.),
- Službeni glasnik grada Visa*. 2020. Pronatalitetni program Grada Visa do 2027. - <https://www.gradvis.hr/wp-content/uploads/2021/05/Pronatalitetni-program-Grada-Visa-do-2027.-godine.pdf> (pristupljeno 17. srpnja 2023.)
- Slivar, Iva, Dražen Arelić, i Uglješa Stankov. *Kupovno ponašanje turista*. 1. izd. Pula: Fakultet ekonomije i turizma „dr. Mijo Mirković“, 2017.

- Soldić Frleta, Daniela, i Dora Smolčić Jurdana. "Seasonal variation in urban tourist satisfaction." *Tourism Review*, Vol. 73, Issue: 3, pp.344-358
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/TR-09-2017-0148/full/html>
- Soldić Frleta, Daniela, i Dora Smolčić Jurdana. „Promjene u obilježjima turističke potrošnje riječkih i opatijskih turista.“ *Ekonomski pregled*, 69 (5) 512-532 (2018)
- Spasimo Biševo, <https://spasimobisevo.org/6/turizam-na-bisevu-anketa-za-posjetitelje/>
(prestupljeno: 18. srpnja 2023.)
- Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine*. Narodne novine, 2023. br. 2 -
https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2023_01_2_18.html (pristupljeno 11. srpnja 2023.)
- Turistička zajednica grada Visa. <https://www.tz-vis.hr/> (pristupljeno 05. srpnja 2023.)
- Vidučić, Vinko. „Održivi razvoj otočnog turizma Republike Hrvatske.“ *Nautički turizam*, ISSN 0469-6255 (42-48) <https://hrcak.srce.hr/file/20166>
- Vukonić, Boris. *Turizam ususret budućnosti*. Zagreb: Mikrorad, 1994.
- Zakon o otocima*. Narodne novine, 2018, br. 116. <https://narodne-novine.nn.hr/> (pristupljeno 18. lipnja 2023).

Popis ilustracija

Tablice

| | |
|---|----|
| Tablica 1. Osnovni financijski rezultati poslovanja poduzetnika s presjekom udjela u ukupnoj strukturi gospodarstva Splitsko-dalmatinske županije | 21 |
| Tablica 2. Ostvareni prihodi i rashodi poduzetnika Grada Visa prema djelatnostima | 22 |
| Tablica 3. Osnovni financijski rezultati poslovanja poduzetnika Grada Visa | 24 |
| Tablica 4. Broj poduzetnika u Gradu Visu | 25 |
| Tablica 5. Prirodne atrakcije otoka Visa | 39 |
| Tablica 6. Privatni smještajni kapaciteti prema naseljima | 42 |
| Tablica 7. Postelje, dolasci i noćenja turista u 2020. | 45 |
| Tablica 8. Podaci o ostvarenom turističkom prometu 2020.-2021 | 49 |
| Tablica 9. Postelje, dolasci i noćenja turista u gradovima Splitsko-dalmatinske županije, 2021 | 51 |
| Tablica 10. Prosječne ocjene vrijednosti | 67 |

Grafikoni

| | |
|---|----|
| Grafikon 1. Procjena i prirodno kretanje stanovništva | 18 |
| Grafikon 2. Kretanje broja stanovnika Republike Hrvatske, hrvatskog otočja i otoka Visa u razdoblju 1900.-2001., po popisnim godinama | 19 |
| Grafikon 3. Prikaz smještajnih kapaciteta | 44 |
| Grafikon 4. Struktura dolazaka i noćenja turista Grada Visa tijekom 2019. i 2020. godine | 48 |
| Grafikon 5. Ukupni broja dolazaka turista u grad Vis u 2022. godini | 50 |
| Grafikon 6. Noćenja domaćih i stranih turista u gradu Visu od 2020.-2022. | 52 |
| Grafikon 7. Noćenja domaćih i stranih turista u gradu Komiži od 2020.-2022 | 52 |
| Grafikon 8. Dob ispitanika | 56 |
| Grafikon 9. Glavni motiv dolaska na Vis | 57 |

| | |
|--|-----------|
| Grafikon 10. Čimbenici koji utječu na odabir destinacije | 58 |
| Grafikon 11. Organizacija dolaska na Vis | 59 |
| Grafikon 12. Tip smještaja | 59 |
| Grafikon 13. Trajanje boravka | 61 |
| Grafikon 14. Posjet otoku Visu | 61 |
| Grafikon 15. Istraženost destinacije | 62 |
| Grafikon 16. Upoznatost sa destinacijom | 63 |
| Grafikon 17. Sastav društva tijekom boravka | 63 |
| Grafikon 18. Prosječna dnevna potrošnja | 64 |
| Grafikon 19. Osobna potrošnja | 65 |
| Grafikon 20. Nedostaci u ponudi smještaja | 66 |
| Grafikon 21. Mišljenje o stalnom boravku na otoku Visu | 66 |

Slike

| | |
|---|----|
| Slika 1. Formiranje kriterija izbora strategije razvoja | 12 |
| Slika 2. Geografski smještaj otoka Visa | 15 |
| Slika 3. Geopark Viški arhipelag | 27 |