

TURISTIČKA ZAJEDNICA MJESTA VRBOSKA

**PRIJEDLOG PROGRAMA RADA
I FINANCIJSKOG PLANA
TZ VRBOSKA
ZA 2023. GODINU**

vrboska
ISLAND OF HVAR

Vrboska, prosinac 2022.

UVOD

Osnovne pretpostavke planiranja

Prilikom definiranja godišnjeg programa rada turističke zajednice, polazište je u osnovnim ciljevima turističkih zajednica koji su definirani u članku 9. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20), pa je u skladu s navedenim rad turističkih zajednica usmjeren na tri glavna pravca djelovanja:

A. razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja (planiranje, razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, financiranje, donošenje i provedba odluka), u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma.

B. osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda.

C. poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Zadaće turističkih zajednica sadržane su u Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) prema razini ustroja turističkih zajednica prema sljedećoj strukturi:

LTZ – lokalne turističke zajednice – članak 32. Zakona

RTZ – regionalne turističke zajednice – članak 38. Zakona

HTZ – Hrvatska turistička zajednica – članak 46. Zakona

Godišnji program rada mora jasno prikazati koji su ciljevi koje se u promatranom razdoblju trebaju ostvariti (što želimo postići), kako će se ti ciljevi ostvariti i koje aktivnosti se moraju poduzeti da bi se došlo do cilja (rezultata), naravno imajući u vidu specifičnost svake od razina ustroja. Prema tome, treba voditi računa da ciljevi moraju biti usmjereni na rezultat i biti financijski mogući.

Uz generalne ciljeve propisane Zakonom, prilikom izrade godišnjeg programa rada, turističke zajednice dužne su iskazati detaljan i precizan cilj provođenja svih pojedinačno planiranih aktivnosti uzimajući u obzir ciljeve definirane strateškim marketinškim dokumentima.

MARKETINŠKE STRATEGIJE

Prilikom planiranja aktivnosti, turističke zajednice, pored zakonskih odrednica, dužne su voditi računa o smjernicama iz nacionalnih marketinških strateških dokumenata, a posljedično navedenom i regionalnih strateških marketinških dokumenata koji se poštujući načelo unificiranosti i konsolidacije naslanjaju na nacionalne dokumente.

Po uzoru na iskazano, lokalne turističke zajednice, u izradi strateških dokumenata i akcijskih planova koji imaju za cilj strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini, dužne su pratiti odrednice iz nacionalnih, odnosno regionalnih strateških dokumenata.

Globalno očuvanje prirodnih i kulturnih resursa, održivo upravljanje i razvoj destinacije na svim razinama, osnovne su smjernice planiranja aktivnosti za narednu godinu.

Za razliku od perioda obilježenog pandemijom, pogotovo turističke aktivnosti u 2020.g., sezona 2022.g. krenula je uzlaznim trendom i povratkom na predpandemijske brojke. Izazovi nesigurnosti na globalnoj razini uslijed ratnih okolnosti u Ukrajini nisu bitnije utjecali na turističku sezonu, kako na otoku Hvaru, tako i u cijeloj zemlji.

U razdoblju od 01. siječnja do 24. studenog 2022.g. na području TZ Vrboska registrirano je ukupno 20374 turističkih dolazaka i ostvareno je 162.528 noćenja. U usporedbi s prošlom godinom to predstavlja porast od 13%.

Tijekom 2022.g. smo zabilježili poraste turističkog prometa u svim kategorijama smještaja, osim u kampu koji je ostao na istoj razini noćenja iz 2021.

Najveći rast od preko 20% zabilježen je u hotelskom segmentu dok su ostali segmenti bili u blagom porastu.

Pozitivan je i trend porasta gostiju više platežne moći, prvenstveno iz UK, Francuske, a u manjoj mjeri i Italije, Norveške, Nizozemske i SAD-a.

Uzlazni trend imamo i u rezultatima nautičkog turizma, kako na državnoj tako i na lokalnoj razini.

VRSTA OBJEKTA	broj noćenja	broj turista
Hoteli	59,160	9,371
Kampovi	32,946	2,860
Nekomercijalni smještaj	14,550	879
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	989	392
Objekti u domaćinstvu	46,416	5,855
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	8,467	1,017
Ukupno	162,528	20,374

TOP 15 NACIONALNOSTI PO BROJU NOĆENJA	Broj noćenja	Postotak u ukupnom broju
1. Njemačka	27,444	16,89%
2. Slovenija	17,514	10,78%
3. Hrvatska	16,511	10,16%
4. Ujedinjena Kraljevina	12,867	7,92%
5. Francuska	11,812	7,27%
6. Poljska	10,802	6,65%
7. Češka	8,802	5,42%
8. Austrija	8,738	5,38%
9. Bosna i Hercegovina	8,215	5,05%
10. Srbija	6,622	4,07%
11. Italija	5,476	3,37%
12. Mađarska	5,102	3,14%
13. Slovačka	4,879	3,00%
14. Nizozemska	2,610	1,61%
15. SAD	1,894	1,17%

ACI Vrboska svojom kvalitetnom logistikom i uslugom uvelike doprinosi pozitivnim turističkim brojkama u proračunu.

Naredna godina, nakon prebrođene pandemijske krize, donosi izazove visoke stope inflacije i određenu globalnu nesigurnost, koja bi jednim dijelom mogla smanjiti vrijednost novca, pa i interes ljudi za putovanjima.

Svejedno, s optimizmom gledamo na narednu godinu i financijsku stabilnost budžeta naše turističke zajednice, pogotovo ako znamo da loši parametri globalne krize nisu previše utjecali na hrvatski turizam u 2022.g., pa se ne bi trebali odraziti ni u idućoj. Naravno, u sljedeću godinu ulazimo s nadom da će se globalna strateška kriza riješiti mirom i stabilnošću.

Plan i program rada, te Financijski plan za 2023.g. bazirani su na nekoliko osnovnih ideja i strategija za nadolazeću godinu. Na bazi rebrandinga otoka Hvara, cjelokupni vizual TZ Vrboske se podiže na jednu višu razinu prezentacije u svim segmentima (web, tiskani, društvene mreže, signalizacija, promo itd.).

Prostor agencije će se preurediti. Uz elemente novog branda otoka, vizualno će dočarati priču Vrboske kao malog tradicionalnog ribarskog mjesta.

Nadalje, plan je da turistička događanja dobiju jedan bogatiji, prepoznatljiv sadržaj, koji bi objedinio više segmenata zabave, sporta i gastronomije, s vrhuncem proslave na dan zaštitnika grada, Sv. Lovre.

Jedan dio sredstava usmjerio bi se na podršku udrugama ili zainteresiranim skupinama građana kao potpora za organizaciju događanja u 2023.g.

Istraživanje i analiza tržišta, s naglaskom na goste Vrboske, dati će nam jasne smjernice kako i gdje potrošiti sredstva u komunikaciji i oglašavanju.

U nadolazećoj godini pripremamo i kvalitetnu bazu fotografija te video materijala koji bi kvalitetom i sadržajem pratio novi vizual TZ Vrboske.

U svrhu podizanja kvalitete usluge u destinaciji plan je financirati uređenje plaže Soline te sufinancirati jednu EKO akciju čišćenja uvale Vrboska koja se izgradnjom nove komunalne infrastrukture rješava problema onečišćenja podmorja.

IDEJE I STRATEGIJA

- 1) Implementacija novog branda otoka Hvara i Vrboske u svim segmentima prezentacije (web, tiskani, društvene mreže, signalizacija, promo itd.)**
- 2) Preuređenje info centra**
- 3) Oplemenjivanje ljetnog programa novim elementima i podizanje kvalitete postojećih događanja**
- 4) Povećanje broja manifestacija u pred i posezoni**
- 4) Sakupljanje i analiza podataka o gostima Vrboske u svrhu kvalitetnog oglašavanja i komunikacije**
- 5) Aktivnosti na društvenim mrežama i internetu usmjerene prema našim glavnim tržištima te porast pratitelja na našim stranicama**
- 5) Izrada kvalitetne baze fotografija i video materijala**
- 6) Financiranje uređenja plaže Soline**

PLAN PRIHODA 2023

UKUPNI PRIHODI

1.025.848,00 kn

Plan prihoda temeljen je na pozitivnim trendovima 2022.g. nakon dobre turističke sezone. Nakon 2021.g. gdje je TP bila smanjena za 50% ovogodišnje brojke daju pretpostavku stabilnog financiranja u sljedećoj godini. Povećanjem iznosa turističke pristojbe od nautičkog turizma i članarine u 2023.g., stavke u izvornim prihodima su navedene u postotku planiranog rasta. Također, preneseni iznos od 290.848 kn iz prošle godine dodatno stvara sigurnost proračuna i omogućava nove razvojne projekte.

1. IZVORNI PRIHODI

735,000 kn

TURISTIČKA PRISTOJBA

550,000 kn

TURISTIČKA PRISTOJBA OD NAUTIČKOG TURIZMA

150,000 kn

ČLANARINA

35,000 kn

2. PRIHODI IZ PRORAČUNA

0,0 kn

3. PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA

0,0 kn

4. PRIHODI IZ EU FONDOVA

0,0 kn

5. PRIHODI OD GOSPODARSKE DJELATNOSTI

0,0 kn

6. PRENESENI PRIHOD IZ PRETHODNE GODINE

290.848,00 kn

7. OSTALI PRIHODI

0,0 kn

RASHODI 2023

UKUPNI RASHODI

986.000,00 kn

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

12,000 kn

1.1. IZRADA STRATEŠKIH DOKUMENATA

0,00 kn

Podmirenjem duga od 40.000,00 kn za sudjelovanje u izradi brand strategije u ovoj godini, u 2023.g. ne planiramo dodatna sredstva. Fokus je na implementaciji novog branda, kako u Vrboskoj tako i u akcijama koordiniranim s ostalim TZ-ovima otoka.

1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA

2.000,00 kn

Nepostojeći podaci trendova i tržišta stavljaju fokus na ovu točku. Za početak analitika bi dala odgovore na nekoliko osnovnih pitanja: Tko su naši gosti? Zašto su tu? Što im se sviđa, a što ne? itd.

Jasna definicija, tko su gosti nautičkog turizma - privatnog smještaja - hotela - kampova?

1.3. MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI

10.000,00 kn

Turistički ured prati učinkovitost aktivnosti uz pomoć alata Google analyticsa, alata društvenih mreža, newsletter kampanja i anketa. Od ove godine koristili bi i SEMBRUSH aplikaciju koja nudi dubinsku analizu kvalitete stranica i online sadržaja.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

355,000 kn

2.1. IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA

300.000,00 kn

Popis važnijih manifestacija koje su u organizaciji ili suorganizaciji Turističke zajednice općine Jelsa s planiranim iznosima.

KAYAK KUP (svibanj, 2023.g.)

10.000,00 kn

NOSITELJ: TZ Vrboska, ROK: 30. svibnja 2023.g.

ŽEŽIN (23. lipnja, 2023.g.)

10.000,00 kn

NOSITELJ: TZ Vrboska, ROK: 23.lipnja 2023.g.

HERITAGE FESTIVAL (srpanj, 2023.g.)

30.000,00 kn

NOSITELJ: TZ Vrboska, ROK: 30.srpnja 2023.g.

KULTURNO LJETO (lipanj-srpanj-kolovoz, 2023.g.)

40.000,00 kn

NOSITELJ: TZ Vrboska, ROK: 31.kolovoz 2023.g.

RIBARSKÉ VEČERI (lipanj-srpanj-kolovoz, 2023.g.)

130.000,00 kn

NOSITELJ: TZ Vrboska, ROK: 31.kolovoz 2023.g.

SV. LOVRE (10. kolovoza, 2023.g.)

60.000,00 kn

NOSITELJ: TZ Vrboska, ROK: 10.kolovoz 2023.g.

ADVENT U VRBOSKOJ (prosinac, 2023.g.)

20.000,00 kn

NOSITELJ: TZ Vrboska, ROK: 31.prosinac 2023.g.

2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TUR. PROIZVODA 15.000,00 kn

Definiranje lokalnih i tradicionalnih suvenira, lokalne eno gastro ponude te njihov razvoj i marketinška vidljivost.

Sustav nagrade najljepše okućnice na području LTZ-a 10.000,00 kn

NOSITELJ: TZ Vrboska, ROK: 01. lipnja 2023.g.

2.3. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA 20.000,00 kn

Dogovorene aktivnosti u suorganizaciji i sufinanciranju kao potpora za organizaciju određenih događanja u 2023.g.

IGRE BEZ GRANICA - Soline (lipanj, 2023.g.) 5.000,00 kn

NOSITELJ: TZ Vrboska, ROK: 30. lipnja 2023.g.

DEGUSTACIJA VINA - udruga hvarski vinari (lipanj/srpanj, 2023.g.) 15.000,00 kn

NOSITELJ: TZ Vrboska, ROK: 31. lipnja 2023.g.

2.4. TURISTIČKA INFRASTRUKTURA 00,00 kn

Turistička zajednica Vrboska nema od strane jedinice lokalne samouprave turističku infrastrukturu danu na upravljanje, te slijedom toga na ovoj stavci ne planiramo troškove.

2.5. PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI 20.000,00 kn

Sredstva bi bila namjenjena relevantnim medijima, portalima i agencijama koje kroz svoje kanale, priče, editoriale kvalitetno promoviraju Vrbosku i otok Hvar.

WIND MASTERS CROATIA 2023 15.000,00 kn

NOSITELJ: TZ Vrboska, ROK: 31. kolovoza 2023.g.

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

260,000 kn

3.1. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE 15.000,00 kn

Kratko studijsko putovanje na jedan od srednjovjekovnih festivala - Rab ili Koprivnica.

3.2. SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA 30.000,00 kn

MARKETINŠKA POTPORA / Katalozi 25.000,00 kn

Image oglašavanje destinacije na emitivnim tržištima. Nastavak suradnje sa Objemi Horvaško i realizacija novih oglasa u predsezoni s relevantnim portalima.

MARKETINŠKA POTPORA / Društvene mreže 5.000,00 kn

Oglašavanje i sponzoriranje objava na društvenim mrežama za manifestacije, posebne turističke pakete, festivale, objave koje pridonose povećanom angažmanu publike.

3.3. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA 40.000,00 kn

U 2023.g. rebranding nam donosi potrebu za tiskanjem novih, redizajniranih, materijala. Također, povećanjem budžeta za događanja u destinaciji postoji potreba za izradom veće količine plakata i letaka. Iz ove stavke također bi redizajnirali sve postojeće billboarde na području TZ Vrboske.

Nova brošura TZ Vrboska	15.000,00 kn
Letci i plakati	5.000,00 kn
Billboards	3.000,00 kn
Mape biciklizam / hiking / trekking	12.000,00 kn
Sadržaj društvenih mreža / Facebook, Instagram, Google	5.000,00 kn

3.4. INTERNETSKE STRANICE 35.000,00 kn

Iznos je planiran za održavanje i nadogradnju web stranice koju nam vrši vanjski suradnik. Web stranica je siromašna sadržajem i posložena krivim redoslijedom. U planu je alat web stranice koristiti ažurnije i potpunije da bi stranica postala atraktivnija i zanimljivija krajnjim korisnicima. U prvom redu će se stranica, uz minimalne moguće promjene, redizajnirati da prati novi branding, a potom reorganizirati da aktualni sadržaj bude istaknutiji.

NOSITELJ: TZ Vrboska, ROK: 01.04.2023.g.

3.5. KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURIST. PODATAKA 30.000,00 kn

Pošto TZ Vrboska ima jako ograničenu bazu fotografija plan je napraviti nekoliko photoshootinga, a isto tako otkupiti prava na korištenje atraktivnih fotografija od pojedinih fotografa. Sredstva bi se iskoristila s dva cilja; da se sve prirodne i kulturološke resurse ima arhivirane u bazi za daljnju upotrebu i promociju destinacije, te bi napravili jedan photoshooting lifestyle fotografije gdje bi fokus bio na zajednici i otočkom načinu života.

NOSITELJ: TZ Vrboska, ROK: cijela poslovna godina 2023.g.

3.6. TURISTIČKO INFORMATIVNE AKTIVNOSTI 65.000,00 kn

REDIZAJN I UREĐENJE PROSTORA INFO CENTRA 10.000 kn

Ured TZ Vrboske će se uz minimalne troškove redizajnirati u prostor koji prati priču malog ribarskog mjesta. Cilj je da elementi u TIC-u budu zanimljivi i sadržajni te da pobude pažnju i interes posjetitelja.

NOSITELJ: TZ Vrboska, ROK: 01.04. 2023.g.

TURISTIČKO INFORMATIVI CENTAR 50.000 kn

Za potrebe sezonskog rada u uredu će tijekom ljetnih mjeseci biti zaposlena, na određeno radno vrijeme, još jedna osoba.

TURISTIČKA SIGNALIZACIJA 5.000 kn

nadopuna turističke signalizacije, info ploča, mapa mjesta te obilježavanje plaža i puteva.

3.7. OGLAŠAVANJE **45.000,00 kn**

Kroz ovu stavku planiraju se izdvojiti sredstva za zajedničku web stranicu, njezine tekstove, prijevode, održavanje i nadogradnju. Također i kroz održavanje zajedničkih društvenih mreža. Turističke zajednice otoka Hvara zajedno će participirati u ovom dijelu. Također nastavili bi uspješnu suradnju s oglašavanjem na katamaranima i trajektima, s tim da bi preformatirali oglas na mjesečnoj bazi da sadržaj bude aktualan i zanimljiv.

PHAROS PROMOCIJA 33.000,00 kn

NOSITELJ: TZ Vrboska, ROK: 01.05.2023.g.

TZ OTOK HVAR 12.000,00 kn

Sredstva izdvojena zajedničku web stranicu, njezine tekstove, prijevode, održavanje i nadogradnju.

4. DESTINACIJSKI MANAGEMENT

50,000 kn

4.1. TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE / eVisitor **5.000,00 kn**

Sredstva su izdvojena za eventualnu edukaciju o nadogradnji i promjena informacijskih sustava i aplikacija.

4.2. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI **25.000,00 kn**

Soline, glavna plaža u mjestu koju, uz široku paletu sadržaja, dnevno posjeti veliki broj gostiju, ali i otočana, iziskuje konstantno ulaganje u infrastrukturu da bi zadržala standarde kvalitete koju taj prirodni dragulj zaslužuje. Sredstva izdvojena za njeno uređenje bi se u koordinaciji s općinom i komunalnim poduzećem iskoristila za uređenje obale i tuševa.

4.3. POTICANJE NA UREĐENJE DESTINACIJE **20.000,00 kn**

U suradnji s EKO ronilačkim klubom IGLUN odradili smo akciju čišćenja podmorja uvale krajem rujna ove godine. Plan je i 2023.g. nastaviti s istom akcijom u periodu posezone, nastavno na završetak radova na komunalnoj infrastrukturi Vrboske.

EKO akcija 15.000,00 kn

NOSITELJ: TZ Vrboska & ACI Vrboska, ROK: 01.10. 2023.g.

Čišćenje i uređenje plaža 5.000,00 kn

NOSITELJ: TZ Vrboska, ROK: 01.05. 2023.g.

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

00,00 kn

TZ Vrboska ne sudjeluje u domaćim ni međunarodnim strukovnim organizacijama.

6. ADMINISTRATIVNI RASKHODI**259.000,00 kn****6.1. PLAĆE (brutto plaće + naknade) 185.000,00 kn**

U Turističkom uredu zaposlena je jedna osoba kroz cijelu godinu. Iznos plaće u 2023.g. se ne bi mijenjao stalno zaposlenoj osobi, dok bi se dio sredstava tijekom ljetnih mjeseci usmjerio za poziciju turističkog informatora na određeno vrijeme kao potpora u administrativnim poslovima ureda. Plan novih aktivnosti i samostalan rad na širokoj bazi projekata, pogotovo u ljetnim mjesecima, traži kvalitetan angažman informatora.

6.2. MATERIJALNI IZDACI 70.000,00 kn

Povećanom stopom inflacije u 2022.g. u planu za 2023.g. povećali smo iznos za materijalne izdatke pošto očekujemo porast troškova svih parametara ove stavke.

MATERIJALNI IZDACI 35.000,00 kn

Uredski materijal, oprema, računovodstvo, troškovi platnog prometa, odvjetnički i javnobilježnički troškovi

IZDACI ZA USLUGE 15.000,00 kn

Telefon, internet, poštarina, komunalne usluge

OSTALI IZDACI 20.000,00 kn**6.3. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE 4.000,00 kn**

Za tijela turističke zajednice izdvojili smo minimalan operativni trošak u navedenom iznosu stavke.

7. REZERVA**50.000,00 kn**

Sukladno metodologiji, iznosa koji mora ostati u rezervi, u 2023.g. godini izdvojili smo 5% sredstava za osiguravanje likvidnosti.

FINANCIJSKI PLAN TZ VRBOSKA ZA 2023. I REBALANS 2022.

PRIHODI

	PRIHODI	PLAN 2022	REBALANS 2022	PLAN 2023	INDEX 23/R22	UDIO
1	IZVORNI PRIHODI	665.000,00 kn	655.558,00 kn	735.000,00 kn	112,12%	71,65
1.1.	Turistička pristojba	550.000,00 kn	511.000,00 kn	550.000,00 kn	107,63%	53,61
1.2.	Tur. pristojba od nautičkog tur.	90.000,00 kn	129.558,00 kn	150.000,00 kn	115,78%	14,62
1.3.	Članarina	25.000,00 kn	25.000,00 kn	35.000,00 kn	140,00%	3,41
2	PRIHODI IZ PRORAČUNA	50.000,00 kn	0,00 kn	0,00 kn	#DIV/0!	0,00
3	PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA					0,00
4	PRIHODI IZ EU FONDOVA					
5	PRIHODI OD GOSPODARSKE DJELATNOSTI					0,00
6	PRENESENI PRIHOD IZ PRETHODNE GODINE	503.203,00 kn	503.203,00 kn	290.848,00 kn	57,80%	28,35
7	OSTALI PRIHODI	5.000,00 kn	7.000,00 kn		0,00%	0,00
	SVEUKUPNO PRIHODI	1.223.203,00 kn	1.165.761,00 kn	1.025.848,00 kn	88,00%	100,00

RASHODI

	RASHODI	PLAN 2022	REBALANS 2022	PLAN 2023	INDEX 23/R22	UDIO
1	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE			12.000,00 kn		1,22
1.1.	Izrada strateških / operativnih / komunikacijskih / akcijskih dokumenata					0,00
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta			5.000,00 kn		0,51
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti			7.000,00 kn	0,00%	0,71
2	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	200.000,00 kn	290.375,00 kn	355.000,00 kn	122,26%	36,00
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda		40.000,00 kn	300.000,00 kn	750,00%	30,43
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda			15.000,00 kn		1,52
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	200.000,00 kn	250.375,00 kn	20.000,00 kn	7,99%	2,03
2.4.	Turistička infrastruktura					
2.5.	Podrška turističkoj industriji			20.000,00 kn		2,03
3	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	270.000,00 kn	136.820,00 kn	260.000,00 kn	190,03%	26,37
3.1.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice			15.000,00 kn		1,52
3.2.	Suradnja s organizatorima putovanja			30.000,00 kn		3,04
3.3.	Kreiranje promotivnog materijala	30.000,00 kn	13.000,00 kn	40.000,00 kn	307,69%	4,06
3.4.	Internetne stranice	30.000,00 kn	27.000,00 kn	35.000,00 kn	129,63%	3,55
3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	30.000,00 kn		30.000,00 kn		3,04
3.6.	Turističko informativne aktivnosti	50.000,00 kn		65.000,00 kn		6,59
3.7.	Oglašavanje	130.000,00 kn	96.820,00 kn	45.000,00 kn	46,48%	4,56
4	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	0,00 kn	19.000,00 kn	50.000,00 kn	263,16%	5,07
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	0,00 kn		5.000,00 kn		0,51
4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji			25.000,00 kn		2,54
4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	0,00 kn	19.000,00 kn	20.000,00 kn	105,26%	2,03
5	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	0,00 kn	0,00 kn	0,00 kn		
5.1.	Međunarodne strukovne i sl.organizacije			0,00 kn		
5.2.	Domaće strukovne i sl.organizacije			0,00 kn		
6	ADMINISTRATIVNI RASHODI	204.000,00 kn	378.718,00 kn	259.000,00 kn	68,39%	26,27
6.1.	Plaće (brutto plaće + naknade)	150.000,00 kn	303.000,00 kn	185.000,00 kn	61,06%	18,76
6.2.	Materijalni troškovi	50.000,00 kn	71.718,00 kn	70.000,00 kn	97,60%	7,10
6.3.	Tijela turističke zajednice	4.000,00 kn	4.000,00 kn	4.000,00 kn	100,00%	0,41
7	REZERVA	50.000,00 kn	50.000,00 kn	50.000,00 kn	100,00%	5,07
8	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE					0,00
	SVEUKUPNO RASHODI	724.000,00 kn	874.913,00 kn	986.000,00 kn	112,70%	100,00

ZAKLJUČAK

Plan i program u nadolazećoj godini donosi velike izazove i zanimljive projekte. Da bi se plan uspješno ostvario i da bi temeljne zadaće bile kvalitetno ispunjene, uz ambiciozno djelovanje djelatnika LTZ Vrboska, biti će potrebna i podrška, logistika te angažman kako lokalne zajednice, udruga i individualca, tako i svih pratećih institucija.

Na nama je da zadane ciljeve i program vezan uz brendiranje, marketing i promociju ostvarimo, te podignemo ljestvicu prezentacije i kvalitete sadržaja na najvišu razinu. Naravno, uz finalizaciju brendiranja otoka, na kojem su kolege, zadnje 4 godine, mukotrpno radile, danas imamo kvalitetan temelj za daljnji razvoj, kako svoje, tako i zajedničke priče.

Plan i sredstva koja smo namijenili događanjima u destinaciji trebali bi također podići kvalitetu programa nadolazećeg ljeta. U kojoj mjeri će ona biti kvalitetno izvedena i prepoznata od gostiju i otočana, uvelike će ovisiti i o angažmanu svih nas u zajednici.

Projekt koji izaziva najveću frustraciju, zbog manjka informacija, je kvalitetna analitika o našim gostima. Samim time što je svedena samo na generalne brojke iz *evisitor* aplikacije, otežava nam kvalitetno planiranje i usmjeravanje sredstava promocije prema ciljanoj publici. Zato je u nadolazećoj sezoni ključno sakupiti što više relevantnih podataka o našim gostima i njihovim navikama, kako u segmentima smještaja, tako i nautičkog turizma. Kritike, komentari i mišljenja o ponudi našeg smještaja, enogastro kvaliteti i popratnim sadržajima dali bi nam uvid u elemente koje moramo razvijati i poboljšati.

Skoro sva prenesena sredstva iz ove godine planiramo kvalitetno disprezirati na sve stavke proračuna tako da bi dobili kvalitetnija rješenja na svim zadanim ciljevima.

Naravno, najviše na događanjima i aktivnostima, ali i marketinškim alatima i sadržajima.

Nekoliko stavki proračuna koje do sada nisu bile planirane, dodatno bi trebale stimulirati kvalitetu sadržaja u destinaciji i njezin razvoj.

Siguran sam da će u 2023.g. svi zacrtani ciljevi biti kvalitetno ispunjeni, na zadovoljstvo, u prvom redu gostiju, pa onda i svih u zajednici.

S poštovanjem,

Direktor LTZ Vrboska

Tonči Škabar