



**GODIŠNJI PROGRAM RADA I
FINANCIJSKI PLAN
TZO VRBNIK
ZA 2022. GODINU**

Vrbnik, prosinac 2021.

UVOD

Na temelju članka 55. i 57. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske dana 10. studenoga 2020. godine donosi Metodologiju i obvezatne upute za izradu godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju godišnjeg programa rada za sve razine sustava turističkih zajednica.

Turistička zajednica Općine Vrbnik program rada za 2022. godinu izradila je prema odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju turizma (NN 52/19). U Hrvatskom saboru 10.05.2019. usvojen je paket turističkih zakona - Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Zakon o članarinama u turističkim zajednicama i Zakon o turističkoj pristojbi:

[Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma \(NN 52/19\)](#)

[Zakon o članarinama u turističkim zajednicama \(NN 52/19\)](#)

[Zakon o turističkoj pristojbi \(NN 52/19\)](#)

Cilj nove metodologije je unificiranost i konsolidacija planiranja i izvješćivanja o provedenim aktivnostima na svim razinama sustava kako bi se postigla transparentnost, jasan i precizan pregled u aktivnostima i uloga u razvoju, implementaciji i provedbi zadaća prema razinama ustroja turističkih zajednica.

Turističke zajednice svoje aktivnosti planiraju i iskazuju u godišnjem programu rada, koji prema odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) obvezno sadrži sve pojedinačno utvrđene planirane zadatke i potrebna financijska sredstva za njihovo izvršenje te posebno planirane zadatke i financijska sredstva predstavništava i ispostava kada je riječ o Hrvatskoj turističkoj zajednici. U skladu sa zakonskim odredbama lokalne turističke zajednice koje pripadaju istoj regionalnoj turističkoj zajednici obvezne u postupku donošenja programa rada međusobno usklađivati i koordinirati s nadležnom regionalnom turističkom zajednicom.

Na temelju odredbe članka 12. i 15. u svezi sa člankom 71. stavke 1. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19) Skupština Turističke zajednice Općine Vrbnik uz prethodno odobrenje Ministarstva turizma, donijela je novi Statut Turističke zajednice Općine Vrbnik koji je stupio na snagu 8 dana od objave u Službenim novinama PGŽ, br. 22 od 25. lipnja 2020. godine.

Kod planiranja godišnjih aktivnosti i financijskog plana TZO Vrbnik posebno je pratila:

- programe i provedbene aktivnosti kao i mjere koje priprema Vlada Republike Hrvatske, posebno u situaciji uzrokovanoj pandemijom COVID-19,
- ostvarene rezultate i aktivnosti u prethodnim godinama,
- stanje na emitivnim tržištima sa prognozama za slijedeća razdoblja ,
- stanje u gospodarskom okruženju otoka, ali i države kao i globalno okruženje.

CILJEVI I ZADAĆE LOKALNE TURISTIČKE ZAJEDNICE

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

Pored zajedničkih ciljeva, zadaće lokalne turističke zajednice, kao lokalne destinacijske menadžment organizacije, regulirane su člankom 32. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, a one su uglavnom zastupljene kroz plan rashoda. Poslovanje i djelovanje turističkih zajednica po novim zakonima uređeno je prema modelu destinacijskog menadžmenta, u skladu s modernim trendovima funkcioniranja turističkih organizacija, čime se znatno mijenjaju zadaće zajednica na svim razinama.

Zadaće lokalne turističke zajednice, kao lokalne destinacijske menadžment organizacije, prema novom Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, a koje su definirane i novim Statutom TZO Vrbnik su:

1. Razvoj proizvoda

- 1.1. sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije
- 1.2. koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora u destinaciji
- 1.3. razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode – inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda
- 1.4. razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste
- 1.5. razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije
- 1.6. praćenje i apliciranje, samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave i drugim subjektima javnog ili privatnog sektora, na natječaje za razvoj javne turističke ponude i infrastrukture kroz sufinanciranje iz nacionalnih izvora, fondova Europske unije i ostalih izvora financiranja
- 1.7. upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji
- 1.8. strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini te po potrebi organizacija sustava upravljanja posjetiteljima
- 1.9. sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije
- 1.10. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom
- 1.11. sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica.

2. Informacije i istraživanja

- 2.1. izrada i distribucija informativnih materijala

- 2.2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama destinacije i profilima društvenih mreža
- 2.3. osnivanje, koordinacija i upravljanje turističkim informativnim centrima (ako postoje/ima potrebe za njima)
- 2.4. suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije
- 2.5. planiranje, izrada, postavljanje i održavanje sustava turističke signalizacije, samostalno i/ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave
- 2.6. operativno sudjelovanje u provedbi aktivnosti sustava eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija posjetitelja i svih oblika turističke ponude.

3. Distribucija

- 3.1. koordiniranje s regionalnom turističkom zajednicom u provedbi operativnih marketinških aktivnosti
- 3.2. priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu
- 3.3. priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenje u regionalnu turističku zajednicu
- 3.4. pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom te u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom
- 3.5. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

Pored navedenih zadaća, lokalne turističke zajednice koje ostvaruju više od 1.000.000 komercijalnih noćenja godišnje mogu izvršavati i sljedeće aktivnosti vezane uz marketing:

1. odnosi s javnošću
2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnoj stranici i profilima društvenih mreža
3. definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala
4. uspostavljanje marketinške infrastrukture temeljene na informatičkim tehnologijama
5. provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga (branding destinacije, online i offline aktivnosti, mrežne stranice i profili društvenih mreža, sajmovi, studijska putovanja, prezentacije, partnerstva, sponzorstva i slično)
6. koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na lokalnoj razini
7. obavljanje i drugih poslova propisanih Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, ili drugim propisom.

Lokalna turistička zajednica dužna je voditi računa da zadaće koje provodi budu usklađene sa strateškim marketinškim smjernicama i uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice.

Zajednica sudjeluje u provedbi programa i akcijama Turističke zajednice otoka Krka i Turističke zajednice županije od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu s područja otoka i županije.

TZO Vrbnik izradila je Godišnji program rada za 2022. godinu sukladno Metodologiji i obveznim uputama za izradu godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju godišnjeg programa rada, Ministarstva turizma i sporta od 2020. godine.

Prijedlog godišnjeg programa rada izrađuje se temeljem:

- fizičkih rezultata turističkog prometa ostvarenog na području Općine Vrbnik tijekom 2021. godine (pod pretpostavkom stabilizacije i oporavka turističkog tržišta u 2022. godini)
- iskustava prethodnih razdoblja

U očekivanju izrade novih strateških dokumenata na svim razinama (HTZ, TZ Kvarnera i na razini otoka Krka), TZO Vrbnik će se prilagođavati svoje aktivnosti prema novim strateškim smjernicama budući da je

strateške planove nužno provoditi na svim razinama, od Ministarstva turizma i sporta, do lokalnih ustroja turističkih zajednica.

U 2022. godini TZO Vrbnik svoj će potencijal i aktivnosti usmjeriti na:

- Stvaranje uvjeta za razvoj cjelovite i kvalitetne turističke ponude na osnovi održivog razvoja i prepoznatljivosti turističke ponude
- Povećanje turističkog prometa u pred i posezoni
- Raditi na imidžu Vrbnika kao nezaobilazne destinacije na otoku Krku i Kvarneru
- Jačanje i promocija outdoor ponude otoka Krka u suradnji sa TZ otoka Krka i ostalim otočnim turističkim zajednicama
- Jačanje i razvoj ostalih selektivnih oblika turizma kao što su eno-gastro turizam, kulturni, vjerski, ekoturizam, ...
- Unapređenje i razvoj novih turističkih proizvoda u suradnji sa svim dionicima turizma
- Potpora događajima i manifestacijama u svrhu promocije turizma u organizaciji drugih institucija, udruga i ostalih pravnih subjekata

Način ostvarenja ciljeva:

- Prema odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19), Zakon o turističkoj pristojbi (NN 52/19), Zakona o članarinama u turističkim zajednicama (NN 52/19), te Statuta Turističke zajednice Općine Vrbnik temeljem kojeg Skupština donosi godišnji program rada s financijskim planom
- Rad Turističke zajednice Općine Vrbnik, praćenje izvršenja programa kao i godišnja izvješća odvijaju se kroz rad Turističkog vijeća i Skupštine TZO Vrbnik, a uz financijski nadzor Poslovnog odbora, Skupštine TZO Vrbnik i TZ Kvarnera.

Prema Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma NN 52/19, 42/20, ako tijekom godine dođe do odstupanja godišnjeg programa rada u obujmu većem od 5%, turistička zajednica dužna je donijeti izmjene odnosno dopune godišnjeg programa rada.

REZULTATI TURISTIČKOG PROMETA U 2021. GODINI – OSNOVNE PRETPOSTAVKE PLANIRANJA ZA 2022. GODINU

Izvor: informacijski sustav eVisitor – ažurnost podataka 03.11.2021. za TZ otoka krka i 22.11.2021. za TZO Vrbnik

Metodološka napomena: Kao izvor podataka korišteni su pokazatelji sustava eVisitor Hrvatske turističke zajednice kojima se, u skladu s važećom zakonskom regulativom, prati prijava i odjava turista u komercijalnim i nekomercijalnim smještajnim kapacitetima

REZULTATI TURISTIČKOG PROMETA U 2021. GODINI

Otok Krk proteklih je godina u svojim ostvarenjima dostignuo izuzetne turističke rezultate i svih ovih godina zadržao je status vodećih turističkih destinacija u Hrvatskoj. Ima učešće 36% ukupnog turističkog prometa Primorsko-goranske županije (kategoriziranog smještaja i nekategoriziranog), ostvaruje najveći broj dolazaka i noćenja u odnosu na ostale otoke duž Jadrana.

Do 2019. godine ta su ostvarenja bila u brojkama od 880 tisuća dolazaka i gotovo 5 miliona noćenja u kategoriziranim objektima.

U prošloj 2020. godini turistički promet je gotovo stao radi globalne pojave pandemije Covid-19. Prioritet je bila briga za očuvanjem zdravlja pa su turistička kretanja bila usporena ili su potpuno izostala. Stoga su očekivanja, planovi i pripreme za turističku 2021. godinu bila umjerena, ali uvijek s dozom optimizma. Očekivanja u ponavljanje rezultate iz rekordne 2019. s obzirom na okolnosti situacije bila su nedostižna, ali su prošlogodišnji rezultati bili polazište u planiranju i promišljanju sezone 2021., posebice rukovodeći se iskustvima iz 2020. godine i prateći emitivna tržišta.

Sezona 2021. je na samom početku bila neizvjesna uz bojazan u njen konačan ishod. Međutim, već u lipnju su počele stizati najave te su rezultati bili sve bolji i bolji. Srpanj je bio više nego dobar. Kolovoz je ugodno iznenadio jer su se rezultati najviše približili ostvarenjima iz 2019. godine s indeksom dolazaka 88% i noćenja 94%. Topao rujan privukao je veliki broj gostiju, što je rezultiralo ne samo povećanjem u odnosu na 2020. godinu, već i u odnosu na 2019. i to za 3% u dolascima i 8% u noćenjima. Do kraja listopada ostvareno je 80,57% dolazaka iz rekordne 2019. godine, te 83,64% noćenja.

Odlični rezultati na cijelom otoku Krku, prepoznatljivost otoka kao sigurne turističke destinacije, kvalitetna usluga, raznolika turistička ponuda, ljubaznost domaćina odlična su preporuka za nove dolaske, a turističkim djelatnicima motiv za daljnja ulaganja u pripremi za naredne sezone.

Ista je situacija bila i na području TZO Vrbnik. Uzevši u obzir turističko ostvarenje u kriznoj 2020. godini, brojke za 2021. godinu oprezno su se planirale (+8% dolazaka i +10% noćenja).

Zbog širenja korona virusa u Europi očekivalo se da će se situacija sa pandemijom odraziti na slabije turističke rezultate predsezone. Očekivao se je daljnji rast last minute rezervacija kao i porast on-line rezervacija. Predviđeni su puno slabiji rezultati grupnog kanala prodaje, a porast individualnih gostiju, nastavak pojačanog interesa za objekte koji osiguravaju veću izoliranost kao i za destinacije dostupne automobilom. Osnovni kriterij za odabir otoka Krka, kao destinacije, bili su svakako blizina i sigurnost.

Promatrajući tijek prometa kroz određena razdoblja, u 2021. godini uspoređivali smo se manje sa 2020. godinom, koja je zbog pandemije Covid-19 bila kratkog tijeka, a više sa 2019. godinom kao zadnjom rekordnom usporedivom godinom.

Tablica: Ostvarena noćenja u razdoblju siječanj – listopad 2021. godine po mjestima na otoku Krku

Mjesta	Dolasci	Indeks 21/20	Noćenja	Indeks 21/20	Trajanje boravka dani	Udjel
KRK	189.719	168,02	1.115.116	162,25	5,88	26,83
BAŠKA	145.722	167,77	837.625	163,34	5,75	20,15
OMIŠALJ	121.751	186,91	665.765	174,07	5,47	16,02
MALINSKA	88.666	146,34	556.327	147,22	6,27	13,38
PUNAT	87.347	154,18	499.054	151,14	5,71	12,01
DOBRINJ	57.671	147,05	386.063	143,17	6,69	9,29
VRBNIK	16.970	158,54	96.553	145,78	5,69	2,32
UKUPNO	707.846	163,82	4.156.503	158,25	5,87	100,00

Izvor: TZ otoka Krka, eVisitor 03.11.2021.

U razdoblju siječanj-listopad 2021. godine na razini otoka Krka ostvareno je 707.846 dolazaka i 4.156.503 noćenja. Udjel ostvarenih komercijalnih noćenja u Vrbniku u odnosu na cijeli otok Krk iznosi 2,32%. U hotelima je on 1,53%, a u privatnom smještaju 4,09%.

Prema podacima sustava eVisitor, koji evidentira promet prijavljenih turista, u razdoblju 01.01.-31.10.2021. godine na području TZO Vrbnik ukupno je ostvareno 16.974 dolazaka te 96.571 noćenje. U usporedbi s istim razdobljem 2020. godine, ostvareno je 58,58% više dolazaka i 45,81% više noćenja (10.704 / 66.231). Dok u usporedbi sa 2019. godinom index dolazaka iznosi 89,03, a noćenja 88,03 (19.066 / 109.701).

Domaći gosti u 2021. godini ostvarili su 1.854 dolazaka (učešće 10,92%) i 5.592 noćenja (učešće 5,79%), a strani gosti 15.120 dolazaka (učešće 89,08%) i 90.979 noćenja (učešće 94,21%).

U hotelima je registrirano 3.097 dolazaka i 8.757 noćenja. U odnosu na isto razdoblje 2020. godine bilo je 89,19% više dolazaka i 93,14% više noćenja. Prosječni boravak iznosi 2,83 dana.

U privatnom smještaju ostvareno je 13.877 dolazaka i 87.814 noćenja. U odnosu na isto razdoblje 2020. godine ostvareno je 53,04% više dolazaka i 42,33% više noćenja. Prosječni boravak iznosi 6,33 dana.

Na dan 31.10.2020. evidentirano je u privatnom smještaju na području Općine Vrbnik 259 obveznika (257 / 2020.), 436 smještajnih jedinica (441 / 2020.), 1.363 osnovnih kreveta (1.351 / 2020.) i 278 pomoćnih kreveta (234 / 2020).

Tablica: Noćenja i udjeli u noćenjima do 31.10.2021. s usporedbom u 2020. i 2019. godini

Zemlja	Noćenja do 31.10.2021.	Udio u noćenjima	Indeks noćenja 2021/2020	Indeks noćenja 2021/2019
Njemačka	43.510	45,05	136,19	95,28
Austrija	11.109	11,50	237,78	93,57
Mađarska	6.342	6,57	190,56	85,41
Hrvatska	5.592	5,79	123,28	160,60
Češka	5.410	5,60	121,55	125,17
Poljska	5.252	5,44	113,12	109,14
Italija	3.955	4,10	158,20	37,01
Slovačka	3.410	3,53	178,63	98,24
Slovenija	2.882	2,47	99,54	62,72
Švicarska	1.419	1,47	187,95	77,80

Izvor: TZO Vrbnik, eVisitor 22.11.2021.

Prvih najjačih 10 zemalja ostvaruje gotovo 91,52% svih noćenja u kategoriziranom smještaju.

OČEKIVANJA TURISTIČKOG PROMETA U 2022. GODINI

Prema najnovijoj studiji Europske komisije za putovanja (ETC), 66% Europljana planira putovati do ožujka 2022., a prvi put u godinu dana planovi putovanja ravnomjerno su raspoređeni u sljedećih šest mjeseci. Posljednja istraživanja pokazuju da nakon što su dugo žrtvovali druženja, putovanja i zabavu, putnici žele nadoknaditi vrijeme koje nisu mogli provesti na odmoru protekle dvije godine.

Trenutno zanimanje za Hrvatsku na tržištima putovanja, potvrdilo se i na nedavno održanom najvećem Svjetskom sajmu turizma WTM u Londonu, gdje su avio-prijevoznici najavili nove i brojnije linije prema Hrvatskoj u idućoj godini. Kako oni u financijski rizik podizanja aviona prema nekoj zemlji ne ulaze bez jasnih tržišnih signala o prodaji, sve to je razlog za optimizam.

Partneri za iduću godinu najavljuju rast potražnje za Hrvatskom i veći broj aviolinija, no osnovni preduvjet uspješne turističke sezone biti će stabilna epidemiološka situacija. HTZ planira daljnje promotivne aktivnosti i projekte koji će za cilj imati pozicioniranje Hrvatske kao kvalitetne i sigurne turističke destinacije bogate ponude.

Trenutno dobra pozicija Hrvatske na turističkom tržištu tražit će u 2022. svoju potvrdu, ali mnoge okolnosti će sigurno za Hrvatsku biti nepovoljnije. Trenutno se Španjolska, Francuska, Italija i Grčka koje su proteklog ljeta bilježile ogroman pad turističkog prometa, ubrzano oporavljaju, a uz sve veći broj cijepljenih Europljana i obavezne Covid putovnice koje će u 2022. godini biti gotovo sveprisutne u industriji putovanja, velika su njihova očekivanja za povratak na stare staze turističke slave, a time i „preotimanje“ dijela putnika koji su ove godine otkrili Hrvatsku kao zamjenu, za te turističke velesile.

Rezervacije su, u turističkom sektoru, za neke dijelove sezone bolje i za 20% od ranijih godina u ovo doba, a najviše se traže kuće za odmor i hoteli sa pet zvjezdica. Gosti se raspituju već sada... Poučeni velikom potražnjom proteklog ljeta, turisti su za iduću godinu ipak ubrzali svoju odluku o putovanjima i već rezerviraju svoj termin na Jadranu kako bi bili sigurni da neće ostati bez kreveta. Zato optimizma, ali i opreza među turističkim profesionalcima ne nedostaje.

Posebno u planiranju turističke 2022. godine mora se biti razborit i pametan u cjenovnoj politici, ne treba se zanositi potražnjom u 2021. jer svaka iduća godina je nova priča koja kreće od početka. U jednom trenutku 2021. godine Hrvatska je bila gotovo jedina zemlja na Mediteranu gdje se moglo putovati. 2022. godina puna je upitnika i nepoznanica. Gosti su ove godine mogli vidjeti i naše slabosti, manjak radne snage, improvizacije, lošiju uslugu... Vrhunska usluga u najvišim kategorijama smještaja je najtraženija i najbrže se rezervira, ali ona ne čini niti 10 posto ukupnih kapaciteta. dok je Najveća većina hotelskog i obiteljskog smještaja u osrednjoj je kategoriji, a žele imati visoke cijene. To u 2022. godini neće prolaziti, prema procjenama turističkih profesionalaca.

Raspored vjerskih blagdana u 2022. godini posložen je povoljnije nego prethodnih godina. Uskrs u 2022. godini pada sredinom travnja (17.04.) te su shodno tome pomaknuti proljetni blagdani u pokrajinama koje su značajna emitivna tržišta i to Bavarska i Baden Württemberg s čijeg područja na otok Krk dolazi i najveći broj gostiju (Spasovo 26.05., Duhovi 05.06., Tijelovo 16.06.)

Proljetni i ljetni praznici u regijama Njemačke su definirani u terminima:

	Bavarska	BadenWürttemberg	North Rhine Westphalia
Proljetni praznici	11.4.-23.4.2022.	14.4.-23.4.2022.	11.4.-23.4.2022.
Tijelovo	07.6.-18.6.2022.	07.6.-17.6.2022.	-
Ljetni praznici	01.8.-12.9.2022.	28.7.-10.9.2022	27.7.-9.8.2022.

Turistički promet u 2022. godini očekuje se na razini 85% od rekordne 2019. godine, ovisno o situaciji (suzbijanju ili širenju) s pandemijom Covid-19. U brojkama to je 750.000 dolazaka (85% od 2019.) i 4.200.000 noćenja (85% od 2019.)

Na području TZO Vrbnik turistički promet u 2022. godini očekuje se da se približi ostvarenjima u 2019. godini. Očekuje se 18.900 dolazaka (88% od 2019.) i 103.200 noćenja (93% od 2019.)

PLAN PRIHODA U 2022. GODINI

Prihodi za 2022. godinu planiraju se u iznosu od 788.235,00 kn. U taj iznos uračunat je i prijenos iz 2021. godine.

1. IZVORNI PRIHODI

Financijski plan Turističke zajednice općine Vrbnik planiran je temelju:

- fizičkih rezultata turističkog prometa ostvarenog na području Općine Vrbnik u razdoblju siječanj - listopad 2021. godine
- naplaćene turističke pristojbe te ukupnog zaduženja do 30.10.2021. i turističke članarine
- smjernica turističkim zajednicama od strane HTZ-a i TZ Kvarnera
- odrednica rada TZ otoka Krka
- zakonske regulative vezane uz glavne izvore prihoda turističke pristojbe i turističke članarine

Ukupni prihodi za 2022. godinu planiraju se prema paketu zakona usvojenim 2019. godine koji reguliraju djelovanje turističkih zajednica.

Riječ je o zakonima koji imaju za cilj povećanje ukupne učinkovitosti sustava turističkih zajednica, osobito na regionalnoj i lokalnoj (destinacijskoj) razini, osiguranje svih preduvjeta za sustavnu provedbu poslova destinacijskog upravljanja, osiguranje dostatnog izvora financiranja, unapređenje turističke kvalitete i sadržaja turističkog proizvoda te razvoj turističke infrastrukture i očuvanje turističke resursne osnove. Sustav turističkih zajednica ovim paketom zakona uspostavlja se po modelu destinacijskog menadžmenta po uzoru na suvremene sustave u svijetu. Moguće je i preustrojstvo kroz udruživanje i racionalizaciju unutar sustava na način da se potiče udruživanje turističkih zajednica kao i osnivanje za područje više jedinica lokalne, odnosno područne (regionalne) samouprave kroz dodjeljivanje financijskih sredstava.

1.1. TURISTIČKA PRISTOJBA

Prihodi od redovne turističke pristojbe sastoje se od: redovne turističke pristojbe koju uplaćuju gospodarski subjekti, privatni iznajmljivači i vikendaši i prihoda od nautičkog turizma.

Turistička pristojba određena je Zakonom o turističkoj pristojbi (NN 52/19), Pravilnikom o najnižem i najvišem iznosu turističke pristojbe (NN 71/2019) te Pravilnikom o visini, načinu plaćanja i raspodjeli turističke pristojbe za čarterska plovila, brodove za višednevna kružna putovanja i osobe koje borave na plovilu (nautičari) te način plaćanja turističke pristojbe za brodove na kružnom putovanju u međunarodnom pomorskom prometu i međunarodnom prometu na unutarnjim vodama (NN 73/2020).

Odluka o visini turističke pristojbe za 2022. godinu za Općinu Vrbnik, donesena je na 35. sjednici Županijske skupštine Primorsko-goranske županije dana 17. prosinca 2020. godine, uz prethodno mišljenje TZO Vrbnik.

Visina turističke pristojbe se za 2022. godinu na području Općine Vrbnik utvrđuje u sljedećim iznosima i kategorijama obveznika:

Turistička pristojba za osobe koje koriste uslugu noćenja u smještajnom objektu u kojem se obavlja ugostiteljska djelatnost po osobi		
Razdoblje	01.04. do 30.09.	Ostalo razdoblje
Iznos turističke pristojbe (u kunama)	10,00	7,00

Godišnji paušalni iznos turističke pristojbe za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu (u kunama)	
Smještaj u domaćinstvu – po krevetu	Smještaj na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu – po krevetu
350,00	200,00

Osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu plaćaju godišnji paušalni iznos turističke pristojbe za svaki krevet (glavni i pomoćni), a paušalni iznos turističke pristojbe mogu uplatiti jednokratno u punom iznosu do 31.07. tekuće godine ili u 3 jednaka obroka, s tim da prvi obrok dopijeva 31.07., drugi 31.08., treći 30.09. tekuće godine.

Uplatnice za plaćanje turističke pristojbe preuzimaju se iz sustava eVisitor.

Godišnji paušalni iznos turističke pristojbe koju vlasnik kuće ili stana za odmor može za sebe i članove uže obitelji platiti za razdoblje od 15.06. do 15.09. (naplata do 15.07.)	
Članovi	iznos turističke pristojbe
Prvi i drugi član	100,00
Za svakog sljedećeg člana	50,00

Dodatna informacija: Vlasnik kuće ili stana za odmor može za sebe i članove uže obitelji turističku pristojbu platiti i po noćenju u iznosu od 3,00 kn po osobi za razdoblje od 15.06. do 15.09. Prilikom planiranja prihoda od turističke pristojbe u 2021. godini nije se uzelo u obzir Pravilnik o oslobođenju od plaćanja turističke pristojbe u 2021. godini za smještaj u domaćinstvu (NN64/2021) koji je donesen 09.06.2021. godine. Navedenim Pravilnikom obveznici su i u 2021. oslobođeni plaćanja 50% iznosa godišnjeg paušala za glavne krevete te plaćanja 100% iznosa za pomoćne krevete.

Procjena ukupnih prihoda od turističke pristojbe u 2022. godini napravljena je prema ostvarenju i zaduženju u e-Visitor sustavu na dan 22.11.2021. te prihoda od nautike.

U 2022. godini očekuje se normalizacija turističkog prometa i plaćanje punih iznosa za smještaj u domaćinstvu odnosno da se godišnji paušalni iznos turističke pristojbe u punom iznosu plaća na osnovne i pomoćne ležajeve, a također se očekuje dodatni prihod od novootvorenog hotela Verbenicum. U obzir se uzima i neznatno uvećanje prihoda od turističke pristojbe od pravnih osoba i fizičkih osoba obrtnika koji pružaju usluge noćenja u smještajnim objektima te od nautike.

Uplaćena sredstva turističke pristojbe, financijska institucija kod koje je otvoren račun utvrđen propisima o prihodima za financiranje drugih javnih potreba, dostavlja 1% sredstava na račun Hrvatskog crvenog križa, 3,5 % sredstava na poseban račun HTZ-a za razvojne projekte i programe kreiranja novih turističkih programa na turistički nedovoljno razvijenim područjima (Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent) i 2 % sredstava na poseban račun HTZ-a za projekte i programe udruženih turističkih zajednica (Fond za udružene turističke zajednice), a preostala sredstva raspoređuju se: 65 % sredstava lokalnoj turističkoj zajednici, od čega se 30 % sredstava izravno doznačuje općini ili gradu na području kojih je osnovana, za poboljšanje uvjeta boravka turista, 15 % sredstava regionalnoj turističkoj zajednici i 20 % sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici.

Planirani bruto iznos za 2022. godinu procjenjuje se na 770.000,00 kn čime bi TZO Vrbnik pripalo 327.000 kn neto od redovne turističke pristojbe i ca. 8.000 kn od nautike.

U 2022. godini po osnovi turističke pristojbe predviđa se ostvarenje od 335.000 kn neto iznosa za TZO Vrbnik.

1.2. TURISTIČKA ČLANARINA

Turistička članarina određena je temeljem Zakona o članarinama u turističkim zajednicama (NN 52/2019), Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o članarinama u turističkim zajednicama (NN 144/2020), Pravilnika o godišnjem paušalnom iznosu članarine za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu i o obrascima TZ za plaćanja članarine turističkoj zajednici (NN 14/20) te Pravilnika o dopuni Pravilnika o godišnjem paušalnom iznosu članarine za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu i o obrascima TZ za plaćanje članarine turističkoj zajednici (NN64/2021).

Obveznici plaćanja članarine turističkoj zajednici su sve pravne i fizičke osobe koje na području turističke zajednice imaju svoje sjedište ili podružnicu, pogon, objekt u kojem se pruža usluga i slično, a koja trajno ili sezonski ostvaruje prihod pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavljanjem s turizmom neposredno povezanih djelatnosti. Pravna osoba koja se s više od 50 % financira iz općinskog, gradskog, županijskog ili državnog proračuna ne plaća članarinu turističkoj zajednici.

Važećim Zakonom o članarinama u turističkim zajednicama uređuje se obveza plaćanja članarine, osnovice i stope po kojima se obračunava i plaća članarina turističkoj zajednici, način plaćanja članarine,

evidencija, obračun i naplata članarine te druga pitanja od značenja za plaćanje i raspoređivanje članarine turističkoj zajednici.

Od 1. siječnja 2021. godine stupio je na snagu Zakon kojim je smanjena stopa za obračun i plaćanje članarina u turističkim zajednicama za 12%, čime su smanjena parafiskalna davanja poduzetnika radi stvaranja poticajnog i konkurentnog poslovnog okruženja.

Prihode od turističke članarine je teško planirati budući da u sustavu eVisitor nisu vidljiva zaduženja, a nadzor ne vrši turistička zajednica već Porezna uprava.

Visina godišnjeg paušalnog iznosa za smještaj u domaćinstvu i u 2021. godini umanjen je za 50% na osnovne krevete, a godišnji paušalni iznos članarine nije se plaćao na pomoćne ležajeve.

Do kraja 2021. godine predviđa se ostvarenje neto prihoda od turističke članarine u iznosu od 45.000 kn. Dio gospodarskih subjekata s obzirom na smanjenje bruto prihoda u 2021. bili su i dalje u pretplati te su neki zatražili povrat sredstava, a drugi su pretplatu iz 2020. ostavili za akontaciju u 2021. godinu.

U 2022. godini očekuje se normalizacija situacija za smještaj u domaćinstvu odnosno plaćanje punih iznosa godišnjeg paušalnog iznosa turističke članarine na osnovne i pomoćne ležajeve, a također se očekuju i dodatni prihodi od novootvorenog hotela Verbenicum.

Uplaćena sredstva turističke članarine, financijska institucija kod koje je otvoren račun utvrđen propisima o prihodima za financiranje drugih javnih potreba, dostavlja 3% sredstava na račun Porezne uprave za troškove evidencije, obračuna i naplate, 9% sredstava na poseban račun HTZ-a (Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent) i 2 % sredstava na poseban račun HTZ-a za projekte i programe udruženih turističkih zajednica (Fond za udružene turističke zajednice), a preostala sredstva raspoređuju se: 65 % sredstava lokalnoj turističkoj zajednici, 15 % sredstava regionalnoj turističkoj zajednici i 20 % sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici.

Po osnovi turističke članarine predviđa se ostvarenje od 73.000 kn neto iznosa za TZO Vrbnik.

2. PRIHODI IZ PRORAČUNA OPĆINE/GRADA/DRŽAVNOG

U 2022. godini planiraju se prihodi:

- iz proračuna Općine Vrbnik za ugovorene programske aktivnosti u iznosu od 200.000 kn temeljem izglasanog proračuna,
- iz županijskog i državnog proračuna u iznosu od 20.000 kn, temeljem javljanja na javne natječaje za manifestacije i projekte, a prema programu rada za 2022. godinu.

3. PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA

U 2022. godini planiraju se prihodi u iznosu od 10.000 kn temeljem javljanja na javne pozive na turistički manje razvijenim područjima

4. PRIHODI IZ EU FONDOVA

U 2022. godini po ovoj stavci TZO Vrbnik ne očekuje prihode.

5. PRIHODI OD GOSPODARSKE DJELATNOSTI

U 2022. godini planirani su prihodi:

- od organizacije manifestacija koje pridonose turističkom identitetu destinacije, a prema programu rada za 2022. godinu

6. PRENESENI PRIHOD IZ PRETHODNE GODINE

Planira se prenijeti 110.235,00 kn prihoda iz 2021. godine sa danom 31.12.2021.

7. OSTALI PRIHODI

U 2022. godini po ovoj stavci TZO Vrbnik ne očekuje prihode.

PLAN AKTIVNOSTI U 2022. GODINI

Ukupne aktivnosti u 2022. godini planiraju se u iznosu od 788.235,00 kn.

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

Strateško planiranje obuhvaća izradu strateških, operativnih, komunikacijskih i akcijskih dokumenata, istraživanje i analizu tržišta kao i mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti.

1.1. IZRADA STRATEŠKIH DOKUMENATA ZA RAZVOJ TURIZMA

Ova stavka podrazumijeva sudjelovanje u izradi strateških razvojnih planova turizma na području destinacije te akcijskih i operativnih planova (kao akcijski plan upravljanja turističkom infrastrukturom zajednice u narednom razdoblju, komunikacija i digitalna strategija, plan razvoja cikloturizma)

1.1.1. IZRADA STRATEŠKIH DOKUMENATA – UDRUŽENO SA TZ OTOKA KRKA

Polazeći od koncepta održivog i uravnoteženog razvoja turizma na otoku Krku, brendiranje i razvoj outdoor destinacije nova je inicijativa i poželjna marker atrakcija u ponudi otoka sa snagom motiva dolaska na otok posebice u pred i posezoni.

Imajući viziju daljnjeg razvoja ponude i u sinergiji sa gospodarstvom, a vodeći računa i o interesima i potrebama gostiju, kao i trendovima u turizmu, a usklađujući se sa strateškim dokumentima, TZ otoka Krka u suradnji sa turističkim zajednicama i jedinicama lokalnih samouprava krenula je 2021. godine u izradu strategije razvoja brenda outdoor ponude. Udruženim sredstvima svih dionika (JLS i TZ), podržani od Ministarstva turizma i sporta za cijeli projekt, sredstvima fonda za udružene TZ, izrađena je strategija koja je predstavljena u listopadu 2021. godine.

Ciljevi razvoja brenda Krk outdoor definira se za razdoblje 2021.-2023. i derivirani su iz vizije te predstavljaju skup operativnih i detaljnih zadataka čije je ostvarenje potrebno poticati i mjeriti.

Za 2022. godinu predviđaju se slijedeće aktivnosti :

1. Novi sustavi označavanja pješačkih i biciklističkih staza

Novi sustav označavanja pješačkih i biciklističkih staza podrazumijeva analiza stanja i priprema novog koncepta označavanja; imenovanje i sustav kategorizacije staza te oblikovanje i grafička priprema sustava za označavanje.

2. Strateške i kreativne usluge u području oglašavanja sa Studiom Conex

Ove usluge podrazumijevaju:

- Lansiranje Krk outdoor ponude / branda (Istraživanje i strateško planiranje): kreativni koncept kampanje; oblikovanje grafička priprema svih oglasa /plakata/ animacija; odnosi s medijima, PR tekstovi, lobiranja, intervjui i dr.
- WEB portal - Krk outdoor (Komunikacija i oglašavanje): koncept sadržaja i oblikovanje; izrada/programiranje web portala i punjenje inicijalnim sadržajima (HR/ENG); priprema elemenata za drugu fazu projekta (online booking)
- Osnovna brošura - Outdoor Krk (Komunikacija i oglašavanje- kreiranje promo materijala): koncept oblikovanja brošure; oblikovanje i grafička priprema/ on line priprema i pisanje svih tekstova; priprema za tisak s jezičnim mutacijama

Budžet	400,00 kn
Nositelj	TZ otoka Krka, TZ Kvarnera, Studio Conex, ostale LTZ i JLS otoka Krka, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA

Ova stavka podrazumijeva redovne analize tržišta, kretanje trendova, benchmarking, analize koje će se izrađivati prema potrebi sustava za obavljanje raznih zadaća i aktivnosti

1.3. MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI

Ova stavka podrazumijeva povratne informacije o ulaganjima turističke zajednice na svim razinama promocije, razne ankete koje se provode ispitivanjem javnog mnijenja (kao ispitivanje turista o doživljaju destinacije)

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

Razvoj turističkog proizvoda obuhvaća slijedeće aktivnosti: identifikaciju i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda, sustav označavanja kvalitete turističkog proizvoda, podršku razvoju turističkih događanja te podršku turističkoj industriji.

2.1. IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA

U okviru ove stavke dat je naglasak na selekciju ključnih atributa, poruka i identificiranje potencijalnih ciljanih ključnih skupina kojima se turistički proizvod komunicira kao i razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska za individualne i grupne goste. Također je stavljen fokus na razvoj ostalih elemenata turističke ponude s ciljem cjelogodišnje ponude destinacije.

2.1.1. CAMINO KRK

U 2022. godini nastavlja se sa razvojem projekta Camino Krk, zajedno sa Turističkom zajednicom Grada Krka kao nositeljem projekta te svim lokalnim turističkim zajednicama otoka Krka.

Budžet	5.000,00 kn
Nositelj	TZ Grada Krka i ostale TZ sa područja otoka Krka, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA

Ova stavka financijskog plana stavlja fokus na turističku industriju, odnosno na označavanje kvalitete npr. *labeling* obiteljskog smještaja i općenito dodjele kvalitete u koordinaciji sa regionalnom turističkom zajednicom. Stavka također obuhvaća suradnju sa predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji kao što je npr. suradnja lokalne turističke zajednice sa ugostiteljima, hotelijerima, OPG-ovima itd.

2.3. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA

Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma kao jednu od zadaća turističke zajednice ističe organizaciju i suorganizaciju događanja, kulturno zabavnih i sportskih manifestacija u destinaciji, kao i sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata koje su od značaja za razvoj, promociju i učinkovito turističko i gospodarsko pozicioniranje destinacije, koje pridonose obogaćivanju turističke ponude mjesta.

Cilj je ponuditi niz tematskih manifestacija i programa koji se oslanjaju na autohtonost proizvoda i usluga te na prirodna i kulturna bogatstva.

Planira se održavanje manifestacija ukoliko epidemiološke mjere i uvjeti to budu dopuštali.

Budžet	346.230,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik, Općina Vrbnik, OŠ Vrbnik, vrbnički vinari i ugostitelji, društva, udruge, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

2.3.1. POPI' I POJEDI

Popi' i pojedji čine dvije manifestacije „Festival šurlica i žlahtine“ sredinom srpnja i „Dani vina“ krajem kolovoza, kojima se promoviraju autohtone vrijednosti u proizvodnji i pripremi hrane i proizvoda od vinove loze uz pripadajuće lokalne običaje i muzičke izričaje.

Projekt će realizirati TZO Vrbnik uz pomoć Općine Vrbnik, vrbničkih vinara i ugostitelja i vanjskih suradnika, a u organizaciju i realizaciju uključit će se i ostale udruge i društva.

Dio sredstva za realizaciju projekta sufinancirat će se od strane Općine Vrbnik, vrbničkih vinara i ugostitelja, a ostala sredstva prikupiti će se od raspisanih natječaja, te od strane ostalih izvora.

Budžet	95.000,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik, Općina Vrbnik, vrbnički vinari i ugostitelji, društva, udruge, suradnici
Rok izvršenja	rujan 2022. godine

2.3.2. SRIJEDOM U VRBNIKU

TZO Vrbnik organizirat će na raznim atraktivnim lokacijama po Vrbniku kulturna događanja od polovice lipnja do polovice rujna. Lokacije će biti zastupljene zavisno od ponuđenih programa i interesa publike.

Budžet	60.000,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik, suradnici
Rok izvršenja	rujan 2022. godine

2.3.3. ORGANIZACIJA I SUORGANIZACIJA OSTALIH DOGAĐANJA I MANIFESTACIJA

TZO Vrbnik realizirat će i sufinancirat, u suradnji sa udrugama, društvima, ugostiteljima, vinarima, školom, Općinom te svim ostalim zainteresiranim stranama, organizaciju i drugih kulturno-zabavnih događanja, kako bi ista bila što raznovrsnija i kvalitetnija (Razgon, Vrbnik Music Camp, škola glagoljice, maraton Vrbnik-Risika, Gradec na misečini, Vrbnička zvona, Vrbenske užance, Advent va Vrbniku, prezentacije knjige „Obrni kolo!“, sajam baštine, izložbe, radionice, predstave, filmske večeri, ...)
Projekte će realizirati turistička zajednica uz pomoć lokalne zajednice. Dio sredstva za realizaciju projekta sufinancirat će se od strane Općine Vrbnik, te od strane ostalih suorganizatora i izvora.

Budžet	150.000,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik, Općina, OŠ Vrbnik, vrbnički vinari i ugostitelji, udruge, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

2.3.4. EPK 27 SUSJEDSTVA – ŠKOLA SOPNJE

Kroz programski pravac „27 susjedstava“ Vrbnik je bio dio projekta EPK Rijeka 2020. Od 2019. godine Nikola Kovačić iz Rijeke uči svirati sopele za 12 polaznika iz Vrbnika i otoka Krka. Projekt će se nastaviti i u 2022. godini, a dio sredstva za realizaciju sufinancirat će se od strane Općine Vrbnik.

Budžet	40.000,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

2.3.5. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA U SURADNJI SA TZ OTOKA KRKA

Obuhvaća podršku slijedećih aktivnosti:

1. Predsezonski programi KRK BIKE STORY i KRK FOOD STORY su aktivnosti turističkih zajednica kojima se želi promovirati sve traženije outdoor aktivnosti, posebice bike & hike staze u cilju produženja sezone. Programi su započeti 2017. godine te se održavaju svake godine. TZ otoka Krka izdvojila je dio sredstava za i promotivne kampanje po turističkim proizvodima u sklopu projekata.

U 2021. godini zahvaljujući udruženim sredstvima svi programi KRK BIKE STORY financirani su iz proračuna TZ otoka Krka, a u 2022. godini uključit će se inicijalnim sredstvima ovisno o tome da li će se sve TZ zajedno uključiti ili će ići pojedinačno razvijati takve aktivnosti u svojim destinacijama.

KRK FOOD STORY se već nekoliko godina razvija na otoku Krku u suradnji sa lokalnim ugostiteljima. Cilj mu je razvijati lokalnu gastronomiju, posebice u pred sezoni. Gastronomske priče mogu se nadovezati i u jesenskom dijelu, odnosno posezoni. TZ otoka Krka osigurala je inicijalna sredstva za program ukoliko se pokaže interes za zajedničkim nastupom i organizacijom gastro programa.

2. Adventure Race Croatia, svjetski poznata utrka, trebala se je na otoku Krku prvo održati 2020., pa 2021. godine ali je zbog pandemije Covid 19 stornirana. Održavanje se planira u 2022. Radi se o utrci, koja je dio pustolovne serije ARWS, a očekuje se oko 160 natjecatelja iz 25 država s četiri kontinenta, 95% stranih natjecatelja, 50 volontera iz nekoliko država. Značajno je jer je utrka jedan od motiva dolaska u pred/posezoni i osigurava jaku promociju destinacije. Marketinški materijali se koriste tijekom cijele godine, radi se promo film, baneri, majice, roll-upovi i posebno web stranica, društvene mreže i ostala komunikacija putem medija

3. MTB 4 Islands Ironmann je brdsko biciklistička utrka s jedinstvenim doživljajem vožnje u samo 4 dana na 4 različita kvarnerska otoka: Krk, Rab, Cres i Lošinj. Baška je šest godina bila domaćin prve etape koja se održavala svake godine (osim 2020. zbog pandemije). Utrka je namijenjena svim brdskim biciklistima. Vrlo je atraktivna i svjetski jaka jer se sudjelovanje boduje, u istoj sudjeluju biciklisti iz cijeloga svijeta, a medijski je dobro pokrivena. Za 2022. godinu utrka će biti financirana od strane HTZ-a, TZ Kvarnera i turističkih zajednica otoka Krka, Cresa, Lošinja i Raba.

4. Ljetni dir radijska je emisija kojom se prezentiraju turističke destinacije otoka Krka u sezoni, promoviraju razna događanja, projekti i novosti. Program se održava u srpnju i kolovozu u suradnji sa Radiom Otok Krk, Novim listom i ostalim lokalnim TZ-ima te gospodarskim subjektima. Obuhvaća obilazak mjesta i javljanje gostiju na radiju.

Budžet	1.230,00 kn
Nositelj	HTZ, TZ Kvarnera, Adventure Race Croatia, 4Island MTB Race, TZ otoka Krka i otočne TZ, Radio OK, Novi list, gospodarski subjekti i fizičke osobe
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

2.4. TURISTIČKA INFRASTRUKTURA

Ova stavka financijskog plana podrazumijeva upravljanje turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane jedinice lokalne/regionalne samouprave i dr.

2.5. PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI

Podrška turističkoj industriji podrazumijeva podršku subjektima u svrhu razvoja programa povezanih neposredno s turističkim proizvodom, potpore za programe dionika u turističkoj aktivnosti na razini destinacije iz vlastitih sredstva i potpore programima destinacijskih menadžment kompanija (DMK).

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Sukladno odredbama članka 32. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (N.N.52/19 i 42/20) lokalne turističke zajednice koje ostvaruju više od 1.000.000 komercijalnih noćenja godišnje mogu izvršavati i slijedeće aktivnosti vezane uz marketing:

- odnosi s javnošću,
- stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama i profilima društvenih mreža,
- definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala,
- uspostavljanje marketinške infrastrukture temeljene na informatičkim tehnologijama

- *provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga (brending destinacije, online i offline aktivnosti, mrežne stranice i profili društvenih mreža, sajmovi, studijska putovanja, prezentacije, partnerstva, sponzorstva i sl.)*
- *koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na lokalnoj razini*
- *obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisima*

Obzirom da TZO Vrbnik nije ostvarila 1.000.000 komercijalnih noćenja u 2021. godini plan komunikacija i oglašavanja u 2022. godini uključuje slijedeće aktivnosti: sajmove, posebne prezentacije i radionice, suradnju s organizatorima putovanja, kreiranje promotivnog materijala, internetske stranice, kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka, turističko-informativne aktivnosti.

3.1. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSLOVNE RADIONICE

3.1.1. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I RADIONICE U SURADNJI SA TZ OTOKA KRKA

Turistički sajmovi i dalje ostaju važni jer predstavljaju mjesto susreta turističke ponude i potražnje i jedna su od kanala distribucije informacija i najizravnijih načina obraćanja potencijalnim turistima-potrošačima, medijima i organizatorima putovanja. Način i organizaciju sajмова definira HTZ kroz najam, izgled i opremanje štandova te definira količinu i vrstu promotivnog materijala s kojim se TZ može pojaviti na štandu.

Sajmove TZ otoka Krka dogovara u suradnji sa HTZ-om, TZ Kvarnera, lokalnim TZ-ima, te gospodarstvom. Sa hotelijerima i voditeljima kampova na području otoka Krka (dok se turističke agencije u pravilu ne uključuju u dogovore), te se uglavnom radi o specijaliziranim sajmovima za kampove i općima sajmovima. Kako je pandemija virusa COVID19 dobrim dijelom utjecala i na sva kretanja i putovanja, pa i na prihode, sajmovi se iz sigurnosnih razloga u 2021. godini nisu održavali.

TZ otoka Krka shodno situaciji planira u 2022. godini sudjelovati na samo tri sajma i to na sajmu za kampove u Essenu 16.-20.02., u Münchenu 16.-20.02. na F.re.e. gdje je Hrvatska zemlja partner, te na ITB u Berlinu 09.-13.03. Za sajmove će se osigurati informatore na štandovima. Za Essen u dogovoru sa kampova i TZ-ima za sajmove u Münchenu i Berlinu.

Budžet	1.260,00 kn
Nositelj	HTZ, TZ Kvarnera, Kvarnerski otoci, TZO otoka Krka, lokalne otočne TZ, gospodarstvo
Rok izvršenja	prva polovica 2022. godine

3.1.2. POSEBNE PREZENTACIJE U KOORDINACIJI SA TZ KVARNERA

HTZ kao nacionalna turistička organizacija, svojim promidžbenim aktivnostima želi podići svijest o Hrvatskoj kao atraktivnoj turističkoj destinaciji tijekom cijele godine, te time ujedno utjecati na povećanje potražnje za hrvatskim turističkim proizvodima, povećanje turističkog prometa i opće potrošnje. U skladu s tim HTZ planira uspostaviti suradnju s partnerima iz turističke industrije te aktivno promovirati hrvatsku turističku ponudu s ciljem privlačenja većeg broja gostiju po načelu ostvarenja opće koristi za sve nositelje ponude destinacije. Promotivna kampanja provodila bi se sa strateškim partnerima na inozemnim tržištima. Mogući strateški partneri su organizatori putovanja (turoperatori i prijevoznici) sa svim oblicima organiziranih programa za Hrvatsku (u zračnom, željezničkom, autobusnom i brodskom prijevozu) koji uvode/pojačavaju svoje programe ili proširuju period programa u sljedećoj godini.

Ključ udruživanja na nivou TZ Kvarnera napravljen je prema kriteriju udjela pojedine subregije u noćenjima i udjela boravka avio gostiju na području subregije (rezultati temeljem provedene ankete od strane TZ Kvarnera). Do kraja godine biti će raspisan Javni poziv HTZ-a. Iznos koji se udružuje u 2022. godini je za 50% veći od iznosa udruženog u 2019. godini. Turističke zajednice pojedine subregije same unutar sebe rade raspodjelu.

Na ovoj su stavci predviđena sredstva koja će se, uz sredstva HTZ, TZ Kvarnera i PGŽ, udružiti od strane svih lokalnih TZ-a (zajedno s gospodarskim subjektima), te JLS-a s područja PGŽ. PGŽ je svim JLS-ova dostavila iznose koje je potrebno predvidjeti u proračunu, ukupan iznos također je za 50% veći od udruženog 2019. godine. TZO Vrbnik ukalkulirala je u iznos i trošak gospodarstva.

Udružena sredstva će se u 2022. godini rasporediti strateškim partnerima / organizatorima putovanja koji u bilo kojem obliku imaju program za regiju Kvarner.

Budžet	10.000,00 kn
Nositelj	HTZ, TZ Kvarnera, TZ otoka Krka, lokalne TZ, JLS, gospodarski subjekti
Rok izvršenja	tijekom 2022. godine

3.2. SURADNJA SA ORGANIZATORIMA PUTOVANJA

3.2.1. PODRŠKA U ORGANIZACIJI PUTOVANJA U SURADNJI SA TZ KVARNERA I TZ OTOKA KRKA

Na ovoj stavci predviđena su sredstva za pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata. Posebna pažnja posvećuje se odabiru medija, ciljanih TV ekipa i novinara, a prihvat se radi u suradnji s HTZ-om, predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, s TZ Kvarnera i PR agencijama, TZ otoka Krka te turističkim gospodarstvom na terenu. TZ otoka Krka osigurava obilazak destinacija, znamenitosti, eno-gastronomsku ponudu, ovisno o interesima.

Na području TZO Vrbnik dogovoreno je da sredstva za prihvat osiguravaju gospodarski subjekti iz vlastitih sredstava.

Budžet	800,00 kn
Nositelj	HTZ, TZ Kvarnera, TZO otoka Krka, lokalne TZ, gospodarski subjekti, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

3.3. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA

3.3.1. IZRADA TISKANOG I OSTALOG PROMOTIVNOG MATERIJALA

S ove stavke financira se tisak vlastitih brošura i promotivnih materijala te promotivnih materijala TZ otoka Krka. Materijali se distribuiraju na sve recepcije, na upite te za potrebe TZ otoka Krka. Uz tiskanje promotivnih materijala troškovi uključuju ažuriranje i dopune tekstova, prijevode. Za potrebe sajmova tiskati će se promotivni suveniri.

Budžet	35.100,00 kn
Nositelj	TZ otoka Krka, lokalne TZ, vanjski suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

1. Tisak brošure Plan grada Vrbnika, Vrbnik Info i letka Point of Interest

Budžet	30.000,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik, suradnici
Rok izvršenja	svibanj 2022. godine

2. Dotisak Karte pješačkih staza i Karte biciklističkih staza otoka Krka

Budžet	4.000,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik, suradnici
Rok izvršenja	svibanj 2022. godine

3. Tisak Image brošure Krka, Kataloga kampova i online priprema Outdoor kataloga

Budžet	1.100,00 kn
Nositelj	TZ otoka krka, lokalne TZ, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

3.3.2. KREIRANJE SADRŽAJA NA MREŽNIM STRANICAMA I DRUŠTVENIM MREŽAMA

S ove stavke financiraju se troškovi oglašavanja destinacije putem web stranice i društvenih mreža, kao i oglašavanje manifestacija koje će se organizirati na području TZ.

Uložit će se u nekoliko tekstova optimiziranih za tražilice koje će se objaviti na našim mrežnim stranicama i koje će imati dugoročnu korist za destinaciju. Na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, YouTube) usmjerit će se oglašavanje prema gostima koji trenutno borave na otoku Krku, targetiranim oglasima kroz mini kampanju. Djelatnici ureda objavljuju i/ili dijele sadržaje na svim društvenim mrežama.

Budžet	15.000,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

3.3.3. NAJAM I ODRŽAVANJE PROMOTIVNIH JUMBO PLAKATA

S ove stavke financira se trošak najma terena za reklamnu tabelu na poziciji između kružnog toka „Maršići“ i skretanja za Malinske s riječke strane, odobrenu od strane Hrvatskih cesta. Sredstva su predviđena i za čišćenje terena oko postavljenih reklamnih tabela kraj Malinske i na Kuki.

Budžet	5.000,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

3.3.4. OGLAŠAVANJE U TUZEMSTVU - OFFLINE

Priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenje u regionalnu TZ odnosno TZ Kvarnera. Na ovoj stavci predviđena su sredstva za offline oglašavanja (tisak, radio, TV oglašavanje,...)

Budžet	3.000,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

3.3.5. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE U SURADNJI SA TZ OTOKA KRKA

1. Online komunikacije

Za potrebe marketinga i promocije otoka Krka potrebno je permanentno ulagati u oglašavanja programa, aplikacija i ostalih aktivnosti. Voditi će se računa o objavama na društvenim mrežama s rezultatima statistike. Jedna od strategija usmjerena je na podizanju organske posjećenosti stranice za Internet tražilice kroz povećanje ranga na rezultatima pretraživanja za ciljane ključne riječi.

- Insula Cultura, FB oglašavanje na češkom tržištu - TZ otoka Krka pokrenula je u 2021. godinu FB grupu na češkom jeziku za goste s tog emitivnog tržišta, grupa „Dovolena na Krku tipy a zajimovosti“ s ciljem pružanja aktualnih i zanimljivih turističkih, gastronomskih i kulturnih informacija tijekom boravka gostiju na otoku Krku. Zadovoljni ovogodišnjim rezultatima, kampanja se nastavlja i u 2022. godini.

- Online oglašavanje KG MEDIA - Radi pandemije online oglašavanje je postalo jako važno. U suradnji sa KG Media sprovodit će se u periodu svibanj-lipanj kampanja na njemačkom, austrijskom, talijanskom, slovenskom i hrvatskom tržištu. Raditi će se oglašavanje na Googlevoj pretraživačkoj mreži, i search kampanje.

- Razvoj društvenih mreža - Uključuje vođenje Facebooka, slanje newslettera, objave sadržaja, promocije, osmišljavanje aktualnih objava radi privlačenja ciljane publike. Ugovor za operativno tehničku suradnju nastavlja se sa agencijom Livingstone (turizam, komunikacije i kultura), koja vodi i društvene mreže, Facebook i Instagram.

- Oglašavanje online /billboard za projekt outdoor - Oglašavanje je predviđeno u suradnji sa Studiom Conex koji odrađuju projekt Outdoora ponude otoka Krka

2. Offline komunikacije

Oglašavanje (advertising) je model komunikacije u marketingu sa svrhom informiranja ali i pobuđivanja emocija kod potencijalnih gostiju za proizvodima ili uslugama koje se reklamiraju oglašavanjem.

TZ otoka Krka u suradnji sa turističkim zajednicama i gospodarstvom učinit će napore shodno financijskim mogućnostima da se oglašava u domaćim i stranim časopisima, magazinima, vodičima i ostalim tiskovnim materijalima.

- Oglašavanje u Kvarner Magazinu - TZ otoka Krka zakupila je 1 stranicu za oglas u KM Magazinu, a kojeg od 2015. godine podržava TZ Kvarnera i u kojem su predstavljen sve regije PGŽ sa ciljem približavanja Kvarnera kao regije, njegove kulture i načina življenja zemljama njemačkog govornog područja. Publikacija nije izašla 2020. godine. Priprema se izdanje za 2022. godinu i biti će predstavljen na sajmu u Münchenu gdje će Hrvatska biti predstavljena kao zemlja partner. Magazin ima nakladu od 28.000 primjeraka, sa distribucijom na sajmovima njemačkog govornog područja, prezentacijama i press konferencijama.

- Oglašavanje u katalogu mjesečniku RegioJet - Češki željeznički prijevoznik u 2021 godini ostvario je 65.000 putnika koji su putovali žutim vlakom do Jadrana, na liniji Praha-Brno-Bratislava-Budimpešta-Ogulin-Rijeka-Gračac-Split. Linija ponovo kreće u lipnju 2022. godine, a obuhvatiti će i neke nove linije iz Poljske, te se očekuje i veći broj putnika. Shodno tome, pregovara se o uključivanju TZ otoka Krka u oglašavanje u mjesečniku RegioJeta, kao i sa bannerom na on line ticketima u svibnju i lipnju

- Opće oglašavanje u medijima - Podrazumijeva oglašavanja ovisno o trendu aktivnosti i uključivanja sa aktualnostima, programima i specijalnim ponudama portala za oglašavanje

- U svrhu oglašavanja izdvojiti će se i sredstva za pripremu banner, oglasa, tekstova i ostalog u svim oblicima oglašavanja

3. Odnosi s javnošću, globalni i domaći PR

TZ otoka Krka izdvojiti će sredstva za prihvata novinara, medija, TV ekipa koji će posjećivati otok Krk ili će dolaziti povodom aktivnosti na naš poziv, a izdvojena su i sredstva za studijska putovanja za predstavnike medija u suradnji sa sustavom TZ.

4. Marketinške i poslovne suradnje

- Udruženo oglašavanje sa TZ Kvarnera

TZ otoka Krka oglašavat će se udruženo sa TZ Kvarnera. U proteklih nekoliko godina odrađene su vrlo uspješne kampanje oglašavanja sa agencijom S.T.A.R. Digital, sa TZ Kvarnera i ostalim subregijama PGŽ. S.T.A.R. Digital d.o.o. vodeća je digitalna agencija u regiji na području pružanja usluga marketinške automatizacije, vođenja i implementacije internacionalnih kampanja na digitalnim medijima i uslugama savjetovanja vezanim uz procese digitalne transformacije.

- Zajednička oglašavanja sa Kvarnerskim otocima

U dogovoru sa ostalim kvarnerskim otocima (Cres, Lošinj, Rab i Krk) radi se na zajedničkim nastupima i oglašavanjima i udruživanju sredstava. Promotivne kampanje TZ otoka Krka pripremiti će ovisno o situaciji, a na kojima tržištima i pod kojim uvjetima ovisiti će o programima i zajedničkom interesu turističkih zajednica i partnera u okruženju .

Budžet	3.320,00 kn
Nositelj	HTZ, TZ Kvarnera, Kvarnerski otoci, TZO otoka Krka, lokalne TZ, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

3.4. INTERNET STRANICE

3.4.1. RAZVOJ I ODRŽAVANJE INTERNET STRANICE TZO VRBNIK

Nova web stranica TZ- a pokrenuta je u lipnju 2018. godine u suradnji sa Prospekt iz Rijeke. Održavanje uključuje tehničko održavanje i serversku infrastruktura te redovito ažuriranje podataka.

Budžet	5.000,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

3.4.2. RAZVOJ I ODRŽAVANJE INTERNET STRANICA TZ OTOKA KRKA

1. Nova internet stranica TZ otoka Krka

Nakon 15 godina kreće se u izradu novih web stranica budući da je stari web zastario i ne uklapa se u dizajnerske smjernice internet stranica današnjice. Web stranica www.krk.hr objedinjuje sve turističke zajednice kao i ponudu cijelog otoka, sa sadržajnim informacijama koje moraju biti čitljive, dopadljive, jasne i na usluzi turistima.

Novu web stranicu raditi će agencija Amondi Media i Udruga Livingstone, prema odluci TV TZ otoka Krka. Kombinacija Amondi Media (njemačko-hrvatska kreativna IT agencija fokusirana na razvoj inovativnih i učinkovitih rješenja na području e poslovanja, web dizajna, aplikacija, te digitalnog marketinga) i agencije Livingstone koja je već dugogodišnji partner turističkim zajednicama.

otoka Krka na području održavanja društvenih mreža i marketinga, odličan je odabir odnosa cijene i kvalitete rada. U cijeli program uključen je i Konrad Leon Toldy iz visokog učilišta Algebra, jedne od vodećih specijalista Word Press zajednice (tehnologija kojom se izrađuje većina web-ova).

2. Nova web stranica outdoor otoka Krka www.krk.outdoor.hr

U skladu sa izradom Brand i komunikacijske strategije Krk outdoor, koju je 2021. godine po narudžbi izradio Studio Conex, u daljnjem razvoju projekta dogovorena je izrada web stranice za outdoor koja će u prvoj fazi sadržavati: koncept sadržaja i oblikovanja, izradu/programiranje web portala , punjenje inicijalnim sadržajima (HR/GB) i pripremu elemenata za drugu fazu – on line booking

3. Razvoj i održavanje internetskih stranica, hosting, domene

Održavanje sadašnjih web stranica vrši Multilink d.o.o., a odnosi se na korištenje web prostora na poslužitelju. Troškovi obuhvaćaju tehničko održavanje web stranica, FB, Instagrama, hosting, te troškove unosa podataka. Za potrebe predstavljanja i promocije otoka Krka raspolaže sa slijedećim domenama: Krk.hr, Visitkrk.hr, Visitkrk.org, Visitkrk.net, Visitkrk.eu, Holiday.krk.hr

Budžet	1.720,00 kn
Nositelj	TZ otoka Krka, lokalne TZ, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

3.5. KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA TURISTIČKIH PODATAKA

Kreiranje i upravljanje bazama podataka uključuje uspostavljanje detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji, otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka te pripremu, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu. U skladu sa praćenjem novih trendova trebale bi se poduzeti sve aktivnosti za unaprijeđenje promotivnih aktivnosti, a one su neophodne za uspješan marketing i prodaju.

3.5.1. FORMIRANJE BANKE MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA I FOTOGRAFIJA

Izrada novih multimedijalnih sadržaja i fotografija od velike je važnosti za destinaciju. U 2022. godini planira se nabaviti nove fotografije i videa, a predviđen je i nastavak suradnje sa tvrtkom 360 Provideo, s ciljem razvijanja naprednih 360 VR videa i fotografija.

Budžet	20.000,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

3.5.2. PRIPREMA PODATAKA O TURISTIČKOJ PONUDI DESTINACIJE

Na ovoj stavci su predviđena sredstva za pripremu, pisanje i prijevode tekstova, pripremu fotografija i video materijala, te unos sadržaja za projekt Hrvatski digitalni turizam u sklopu kojeg Hrvatska turistička zajednica izrađuje novi turističko-informacijski portal Croatia.hr, na kojemu će biti pojedinačno predstavljene sve hrvatske destinacije pa tako i destinacija Vrbnik.

Budžet	7.000,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

3.5.3. ODRŽAVANJE SUSTAVA BAZE PODATAKA TZ OTOKA KRKA

U današnje vrijeme je informatička tehnologija (IT) osnovno sredstvo strategije poslovnih organizacija. Razvijena IT mreža utječe na brojne poslovne parametre i omogućava postizanje prednosti pred konkurentima.

Primjenom Interneta i IT poslovanja na ubrzanje trendova informatičke povezanosti povezuju se svi sudionici u poslovnim procesima što omogućuje brzu i trenutačnu razmjenu informacija, te se pruža mogućnost reorganizacije poslovanja unutar organizacije integrirajući sve procese unutar organizacije uz znatno smanjenje troškova poslovanja. Razvoj IT sustava je pridonio promjenama u načinu na koji danas ljudi obavljaju posao, samu prirodu posla koji obavljaju i razloge zbog kojih ih obavljaju.

TZ otoka Krka potpisala je ugovor o održavanju sustava i baze podataka sa tvrtkom MENTOR SAVJETOVANJE d.o.o.. Usluge obuhvaćaju IT platformu odnosno softver zaštite podataka u koji podržava čuvanje podataka zaštite osobnih podataka, sigurnosti način obrade podataka prema radnom mjestu, procjena učinka na zaštitu podataka (procjena rizika), mobilnu aplikaciju, izradu dokumentacije u skladu sa specifičnim zahtjevima korisnika i savjetničke usluge.

Stavka obuhvaća troškove održavanja sustava baze podataka GDPR.

Budžet	30,00 kn
Nositelj	TZ otoka Krka, lokalne TZ, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

3.6. TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI

U stavku komunikacija i oglašavanje spadaju i turističko - informativne aktivnosti. One obuhvaćaju upravljanje TIC-a, upravljanje Centrima za posjetitelje, postavljanje info punktova i održavanje turističke signalizacije samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave.

Ovom stavkom predviđen je ukupan trošak turističke signalizacije koja uključuje sanaciju, nadopunu i postavljanje novih tabela prema tekućim potrebama.

Budžet	17.000,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

3.6.2. TURISTIČKA SIGNALIZACIJA

U centru Vrbnika postavljene su dvije reklamne vitrine sa informativnim sadržajima o planu mjesta, pješačkim i biciklističkim stazama, koje se ažuriraju i redovito servisiraju.

Budžet	9.000,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

Također, sredstva su predviđena za sanaciju, nadopunu i postavljanje novih tabela prema tekućim potrebama. U planu je i postavljanje dodatnih informativnih tabela na tri lokacije (Blaž Baromić, Šenoin put i Sv. Marek) te putokaza za plažu Potovošće i lokalitet Sv. Maver.

Budžet	8.000,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

Destinacijski menadžment usmjeren je na aktivnosti upravljanja kvalitetom u destinaciji i poticanju očuvanja i uređenja okoliša namijenjene većem razumijevanju i dobivanju podrške svih subjekata uključenih u turističke aktivnosti.

4.1 TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE / EVISITOR

Podrazumijeva sudjelovanje u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama HTZ-a kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija svih oblika turističke ponude / atrakcija na području županije / regije; te sudjelovanje u razvoju sustava poslovne inteligencije temeljene na informatičkim tehnologijama (baze podataka, B2B portal, sistematizacije istraživanja, infografike) u suradnji i prema uputama regionalne turističke zajednice i hrvatske turističke zajednice

4.1.1. INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE U SURADNJI SA TZ OTOKA KRKA

U suradnji sa TZ otoka Krka u planu su slijedeći projekti:

1. In Destination, platforma Ala šu zajednički je portal svih turističkih zajednica s objedinjenom promocijom svih događanja na otoku Krku.

Portal www.ala-su.com prilagođena je za prikaz na svim vrstama uređaja, operativnim sustavima i modernim Internet preglednicima. Sastoji se od modula za prikaz podataka na web stranicama i dijeljenje sadržaja na odabranim društvenim mrežama, te web servisa za razmjenu sadržaja sa svim zainteresiranim pružateljima informacija. Napravljen je u suradnji s DIGITAL MEDIA j.d.o.o i Multilink-om d.o.o. iz Rijeke.

Na portalu, korisnici i posjetitelji, također mogu pročitati informacije o samoj destinaciji, otoku Krku, pogledati atraktivne fotografije, te dobiti osnovne podatke o svim turističkim zajednicama otoka.

Samo događanje detaljno je opisano, kako bi posjetitelj na jednom mjestu dobio cjelovite informacije, kao što su fotografije događanja, Google karta s točnom lokacijom događanja, cijena, sat početka...

Izrađen je i web servis koji omogućuje gospodarskim subjektima (hotelima, agencijama, iznajmljivačima i drugima) preuzimanje sadržaja kalendara, kako bi ga implementirali na svoje stranice i na taj način osigurali kvalitetne informacije o događanjima svojim gostima.

2. Provideo 360 Virtualna šetnja kroz otok Krk - U 360 stupnjeva predstavlja suvremeni, inovativni i interaktivan vizualni prikaz gradova i okolice iz zraka koristeći najnovije webVR tehnologije.

Virtualnu šetnju moguće je koristiti na svim tipovima uređaja od PC-a, pametnog telefona ili tableta uz dodatnu mogućnost pregleda preko virtualnih naočala.

Na ovaj se način posjetiteljima nudi novo i drugačije iskustvo razgledavanja ponude otoka Krka te predstavljanje njegovih atrakcija uz mogućnost orijentiranja kroz prirodne, povijesne, kulturne i gastronomske znamenitosti.

Dodatno iznajmljivači i ugostitelji mogu podijeliti te objaviti virtualnu šetnju sa privatnom oznakom na svojim web stranicama te društvenim mrežama.

3. Održavanja Bike&Hike aplikacija

U 2022. nastavlja se sa održavanjem aplikacije za Bike&Hike u suradnji sa Molekula d.o.o. iz Rijeke.

4. Nadogradnja Aplikacije kulturnih znamenitosti otoka Krka

Projekt obuhvaća sustavno istraživanje kulturne baštine otoka Krka, izradu mobilne aplikacije na temelju 30 kataloških jedinica odabranih lokaliteta izrazite povijesno-umjetničke vrijednosti.

Nadogradnja već postojeće aplikacije će se raditi u suradnji sa Sveučilištem u Rijeci, Centrom za Industrijsku baštinu. Mobilna aplikacija uključuje: istraživanje lokaliteta kulturne baštine otoka Krka izrazite povijesno-umjetničke vrijednosti, pregled lokaliteta kulturne baštine otoka Krka izrazite povijesno-umjetničke vrijednosti, dizajn mobilne aplikacije, izradu mobilne aplikacije sa opisima lokaliteta koji su ucrtani na geografskoj karti te s navigacijom, profesionalne fotografije svih odabranih lokaliteta, lektura i prijevod na engleski jezik.

5. Projekt Pametno upravljanje destinacijom u sklopu SmartRi EU Centra kompetencija

TZ otoka Krka uključuje se u pilot projekt Pametno upravljanje turističkom destinacijom koje se razvija u sklopu SmartRI EU centra kompetencija, u suradnji sa tvrtkom iOLAP d.o.o.

IT tvrtka iOLAP, sa sjedištem u USA (Dallas), već više od 20 godina pruža usluge dizajna i izrade custom ICT rješenja temeljenoj na naprednoj, poslovnoj i predikativnoj analitici, umjetnoj inteligenciji i tehnikama strojnog učenja. Tvrtka je otvorila razvojnim centar u Rijeci, a TZ otoka Krka je prvi primjer koji je predložen da uđe u pilot projekt pametnog upravljanja turističkom destinacijom. Inače iOLAP je jedan od 20 Centara kompetencija za pametne gradove koji je rezultat zajedničke prijave i razrade 6 istraživačko-razvojnih projekata na temelju poziva za Podršku razvoju centara kompetencija u okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014-2020. U projekt je uključen i Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

Program razvija niz programskih rješenja unutar dionika koji će omogućiti učinkovitije upravljanje turističkom destinacijom, te u konačnici i maksimiziranju učinaka i ishod turističkog sektora.

Kako je projekt u fazi okončanja istraživanja, slijedi njegova implementacija, a TZ otoka Krka je predložena kao odličan primjer za implementaciju pilot projekta za cijeli otok Krk.

Poslovni procesi uključivati će: analize, planiranja i upravljanje; komunikacije, kolaboracije unutar sustava TZ-a, te sa svim dionicima turističke ponude destinacije; promocije i prodaje kapaciteta i proizvoda destinacije.

Uključivanjem u pilot projekt, TZ otoka Krka osigurati će prednosti i mogućnosti za suradnju prije svega sa TZ-ima, a onda i sa ostalim dionicima u cilju daljnjeg razvoja destinacije, praćenjem i uključivanjem velikog broja zainteresiranih dionika od TZ do gospodarstva. Omogućit će se jednostavnija suradnja, poslovanje, komunikacija, a benefiti su učinkovitija promocija, korisna statistika, praćenje sivog tržišta, potrošnja i sl.

Za 2022. godinu ulaskom u pilot projekt TZ otoka Krka nema dodatnih troškova, a u slijedećim će se godinama ovisno o učinkovitosti projekta utvrditi troškovi održavanja sustava.

Budžet	430,00 kn
Nositelj	TZ otoka Krka, lokalne TZ, Digital Media, Multilink, Provideo 360, iOLAP, Sveučilište u Rijeci, Centar za industrijsku baštinu
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

4.2. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI

Podrazumijeva sustav nagrađivanja, priznanje postignućima u turizmu u svrhu razvoja izvrsnosti na svim razinama turističke ponude u destinaciji samostalno ili u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om; sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog i privatnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije; suradnja s predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji; organiziran sustav upravljanja posjetiteljima

4.2.2. EDUKACIJE ZA IZNAJMLJIVAČE I GOSPODARSKE SUBJEKTE

U suradnji sa ostalim lokalnim TZ-ima omogućuje se iznajmljivačima sa područja TZO Vrbnik prisustvovanje edukacijama. Radi se o besplatnom predavanju za sve sudionike u suradnji sa Savjetovalištem za obiteljski smještaj iz Splita - Interligo d.o.o. ili nekim drugim suradnicima. TZO Vrbnik će i u 2022. godini, kroz pretplatu, omogućiti svim iznajmljivačima s područja općine besplatno

preuzimanje izdanja časopisa Apartman Plus - specijaliziranog časopisa za pružatelje ugostiteljskih usluga smještaja u domaćinstvu.

Budžet	1.800,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik, TZ otoka Krka, lokalne TZ, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

4.2.3. NAGRADE I PRIZNANJA

TZO Vrbnik simbolično nagrađuje goste koji dolaze 10 i više godina u našu destinaciju, u kategorizirani smještaj. Trošak se odnosi na prigodni poklon gostima, zahvalnice i košarice sa domaćim proizvodima.

Budžet	500,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

4.2.4. STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE U SURADNJI SA TZ OTOKA KRKA

U suradnji sa TZ otoka Krka i ostalim lokalnim TZ-ima planiraju se organizirati edukativne radionice na temu kulturnog turizma kao i edukacije vodiča koji dolaze na Krk s grupama turista.

TZ otoka Krka planira permanentnu edukaciju zaposlenih u suradnji sa HTZ-om sa edukativnim besplatnim programima kroz seminare u jesenskom i zimskom periodu. Edukacija je posebno važna s obzirom da se očekuje izmjena zakonske regulative gdje će uloga turističkih zajednica biti usredotočena na upravljanje destinacijom kao i u osmišljavanje novih turističkih proizvoda .

Vežano uz uvođenje novog informatičkog sustava za praćenje prijave, objave i statističkih podataka održati će se više edukativnih radionica od strane HTZ-a usmjerene na vještine efikasnog vođenja projekata i timski rad.

Budžet	250,00 kn
Nositelj	HTZ, TZ otoka Krka, lokalne TZ, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

4.3. POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE DESTINACIJE

Troškovi u ovoj stavci odnose na poboljšanje općih uvjeta boravka turista, aktivnosti uređenja mjesta i suradnju sa subjektima javnog i privatnog sektora radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije.

4.3.1. ODRŽAVANJE I UREĐENJE PJEŠAČKIH I BICIKLISTIČKIH STAZA, ČIŠĆENJE PLAŽA

Održavanje šetnica vodi Planinarsko društvo Obzova iz Omišlja. U 2022. planirana je obnova markacija pješačkih staza, redovito održavanje (košnja, popravak suhozida, uklanjanje niskog raslinja) i čišćenje.

Projekt je reguliran Ugovorom, a poslovi i plan rada definiraju se početkom svake kalendarske godine.

U suradnji sa PD Obzova dogovoreno je i čišćenje plaže Supovica nedaleko Risike.

Održavanje biciklističkih staza dogovoreno je sa Infinity Sportom iz Krka, a podrazumijeva obilazak terena te popravak vertikalne signalizacije, prema prethodnom dogovoru.

Budžet	15.000,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

4.3.1. AKTIVNOSTI UREĐENJA MJESTA (KLUPICE, VIDIKOVCI, POSEBNE LOKACIJE)

Za razvoj turističke destinacije važno je prepoznati i razvijati turističke atrakcije destinacije, jer se na njima gradi i razvija sama destinacija. Razvoj atrakcija predstavlja poboljšanje turističkog proizvoda i upotpunjavanje sadržaja koje će privući posjetitelje zajednici. One su bitan motiv za putovanje i često se njima koristi u promociji i kreiranju imidža određene destinacije na tržištu. Turističke destinacije koje ne obiluju kulturnim atrakcijama ili nisu dovoljno atraktivne i zanimljive posjetiocima, ulažu u razvoj tzv. umjetno stvorenih kulturnih atrakcija, kako bi na taj način privukle što veći broj posjetitelja.

Društveni mediji su ostavili veliki utjecaj i izmijenili destinacijski marketing. Facebook, Twitter, Instagram su samo neke od društvenih mreža kojima se danas služi mnogo ljudi diljem svijeta. Društveni mediji su vrsta alata koji potiču i ubrzavaju dvosmjernu ili višesmjernu komunikaciju aktivnih korisnika i tako se najlakše promovirati. Facebook je trenutno najveća i najpoznatija društvena mreža s više od dvije milijarde aktivnih korisnika. Facebook profil predstavlja svojevrsni dnevnik aktivnosti gdje se može objavljivati tekstualni sadržaj kroz status, video sadržaj, live video, dijeliti fotografije s ostalim korisnicima mreže. Stoga su mnoge turističke destinacije prepoznale priliku za predstavljanje svojih usluga u svim spomenutim oblicima aktivnosti i za komunikaciju s klijentima na personalan način.

U Vrbniku se mogu vidjeti lokalna kulturna obilježja, njegovu prošlost, upoznati običaje, folklor i tradicionalne plesove, kulturno i umjetničko bogatstvo. Iz svega navedenog kreirati će se i realizirati nove ideje, specifične, jedinstvene atrakcije koje će Vrbnik učiniti još prepoznatljivim i privlačnijim. Navedene će atrakcije privući još veću pozornost posjetitelja te tako izvršiti vlastitu „samo promociju“. Projekt uređenja nekoliko atraktivnih lokacija realizirati će se u dogovoru sa Općinom Vrbnik i udrugom VKD Frankopan.

Budžet	50.000,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik, Općina Vrbnik, VKD Frankopan, suradnici
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAM

5.1. MEĐUNARODNE STRUKOVNE I SL. ORGANIZACIJE

Prvi SKÅL klub osnovan je 1932. godine u Parizu od strane turističkih direktora koji su se vratili sa studijskog putovanja po Skandinaviji. Ideja međunarodnog prijateljstva stekla je toliku popularnost da je 1934. godine Skål dobio međunarodni status, formirajući Međunarodnu udruhu Skål klubova, na inicijativu prvog predsjednika pariškog kluba koji se ujedno smatra i ocem Skål-a, Florimonda Volckaerta. SKÅL INTERNATIONAL objedinjuje sve grane turističke industrije u cilju poticanja i stvaranja profesionalnog udruženja diljem svijeta, a koji djeluje kroz više od 340 klubova s gotovo 14.000 članova u više od 100 zemalja svijeta u duhu krilatice “Doing business among friends!”

Kako je Kvarner trebao biti domaćin Svjetskom SKÅL kongresu u 2020. godini zbog pandemije Covid-19 virusom otkazan je “Skål Congress in the European Capital of Culture 2020”. Međunarodno Skål udruženje prihvatilo je ponovljenu kandidaturu Kvarnera za domaćinstvo ovog iznimno važnog kongresa u 2022. godini.

TZO Vrbnik i TZ otoka Krka članice su SKÅL kluba pri TZ Kvarnera. Na ovoj stavci predviđeni su troškovi godišnje članarine SKÅL klubu u iznosu od 10 kn za direktoricu TZ otoka Krka i 600 kn za direktoricu TZO Vrbnik.

Budžet	610,00
Nositelj	TZO Vrbnik, TZ otoka Krka, ostale LTZ
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

U administrativne poslove spadaju troškovi plaća, materijalni troškovi i troškovi za tijela zajednice. Turistički ured TZO Vrbnik ima jednu stalno zaposlenu djelatnicu, direktoricu ureda, a u idućoj godini planira se zaposliti još jednog sezonskog djelatnika na nekoliko mjeseci prema potrebi i obujmu posla.

TZ otoka Krka osnovana je skladu sa Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08). Financiranje nije definirano Zakonom već je dogovoreno na dobrovoljnoj osnovi svih zainteresiranih jedinica lokalnih samouprava otoka i grada Krka, te svih otočnih turističkih zajednica. Financiranje TZ otoka Krka definira članak 63. Statuta, a obuhvaća slijedeće prihode:

- Prihode turističkih zajednica (turističku pristojbu i članarinu u određenom postotku prema ostvarenjima u prethodnoj godini)
- Priloga općina i Grada Krka u skladu s propisanim sporazumom i ugovorom
- Priloga Hrvatske turističke zajednice i TZ Kvarnera

TZO Vrbnik tako iz svojih redovnih prihoda izdvaja sredstva za financiranje TZ otoka Krka i to posebno za financiranje ureda te za financiranje programa. Ključ financiranja programa i pogona TZ otoka Krka za 2022. godinu određen je prema raspodjeli koja je definirana prema dostavljenim podacima neto turističke pristojbe i turističke članarine po TZ-ima u 2020. godini. Od 2020. godine s novim Zakonom o TZ i Zakonom o turističkoj pristojbi u prihode TZ ulaze i prihodi od nautike (NN 42/20).

U 2022. godini troškovi TZO Vrbnik za funkcioniranje hladnog pogona TZ otoka određeni su prema postotku 2,23% što iznosi ukupno 9.180,00 kn.

TABLICA: Postotak financiranja TZ otoka Krka u 2022. godini prema ključu

TURISTIČKE ZAJEDNICE	UKUPAN IZNOS TP I TČ uplaćen u 2020. godini	%	Usporedba udjela 20/19	Indeks
TZO Omišalj	1.791.785,14	18,47	-1,07	80,19
TZO Malinska-Dubašnica	1.579.929,68	16,29	+1,37	70,70
TZ Grada Krka	2.165.309,57	22,32	-3,75	55,47
TZO Punat	1.445.395,16	14,90	+2,75	79,43
TZO Baška	1.533.574,81	15,81	-2,73	55,23
TZO Vrbnik	216.468,20	2,23	+0,15	69,71
TZO Dobrinj	969.151,10	9,98	+3,28	96,56
Ukupno:	9.701.613,66	100,00		64,78

Izvor: TZ otoka Krka

Budžet	241.300,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

6.1. PLAĆE

Turistički ured TZO Vrbnik ima jednu stalno zaposlenu djelatnicu, direktoricu ureda, a u idućoj godini planira se zaposliti još jednog sezonskog djelatnika na nekoliko mjeseci prema potrebi i obujmu posla.

6.1.1. TROŠKOVI UREDA TZO VRBNIK

Na ovoj stavci predviđeni su rashodi za bruto plaće, kao i ostale dodatke na plaću prema Pravilniku o radu Turističkog ureda TZO Vrbnik (nagrade, regres, božićnica, prehrana,..), uz prethodnu suglasnost Predsjednika Turističke zajednice.

Budžet	188.500,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

6.1.2. TROŠKOVI UREDA TZ OTOKA KRKA

Planirana su sredstva za sufinanciranje troškova ureda TZ otoka Krka

Budžet	7.200,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

6.2. MATERIJALNI TROŠKOVI

Pod ovu kategoriju spadaju troškovi funkcioniranja ureda TZO Vrbnik i TZ otoka Krka kao što su: korištenje privatnog automobila, dnevnice, uredski i potrošni materijal, nabava uredske opreme, pretplate na časopis, HT usluge, računalne i internet usluge, usluge arhiviranja, poštarina, knjigovodstvene usluge, reprezentacija, usluge platnog prometa, zdravstvene usluge, članarine, donacije te ostali nespomenuti izdaci

1. Na ovoj stavci predviđeni su rashodi za materijalne troškova ureda TZO Vrbnik

Budžet	43.600,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

2. U 2022. planirani su troškovi TZO Vrbnik za sufinanciranje materijalnih troškova ureda TZ otoka Krka

Budžet	1.930,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

6.3. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE

U ove rashode spadaju troškovi koji proizlaze iz rada tijela zajednice; turističkog vijeća i skupštine, kao što su naknade za vijećnike, troškovi reprezentacije te tisak materijala za potrebe održavanja sjednica tijela turističke zajednice.

U 2022. planirani su troškovi za rad tijela TZ otoka Krka

Budžet	70,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

7. REZERVA

Za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti može se rezervirati do 5% sredstava iz ukupnih prihoda

Budžet	2.485,00 kn
Nositelj	TZO Vrbnik
Rok izvršenja	tijekom cijele godine

8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

Ovisno o procjeni financijskog rezultata poslovanja u tekućoj godini, ukoliko se ostvari manjak prihoda nad rashodima, potrebno je od planiranih redovnih prihoda za narednu godinu određeni dio sredstava rezervirati za pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine.

FINANCIJSKI PLAN ZA 2022. GODINU						
		PRIHODI	PLAN 2021.	PLAN 2022.	INDEKS 2022/2021	UDIO % 2022.
1.		Izvorni prihodi	387.000	408.000	105	52
	1.1.	Turistička pristojba	320.000	335.000	105	43
	1.2.	Članarina	67.000	73.000	109	9
2.		Prihodi iz proračuna općine/županije/državnog	220.000	220.000	100	28
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica		10.000		1
4.		Prihodi iz EU fondova				
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	40.000	40.000	100	5
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	134.200	110.235	82	14
7.		Ostali prihodi				
		UKUPNI PRIHODI	781.200	788.235	101	100

		AKTIVNOSTI	PLAN 2021.	PLAN 2022.	INDEKS 2022/2021	UDIO % 2022.
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	1.490	400	27	0
	1.1.	Izrada strateških/ operativnih/ komunikacijskih/ akcijskih dokumenata	1.490	400	27	0
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta		-		
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti		-		
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	332.245	351.230	106	45
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	12.845	5.000	39	1
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda		-		
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	315.000	346.230	110	44
	2.4.	Turistička infrastruktura		-		
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	4.400	-		
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	211.960	124.230	59	16
	3.1.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	7.760	11.260	145	1
	3.2.	Suradnja s organizatorima putovanja		800		0
	3.3.	Kreiranje promotivnog materijala	77.100	61.420	80	8
	3.4.	Internetske stranice	5.000	6.720	134	1
	3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	7.000	27.030	386	3
	3.6.	Turističko-informativne aktivnosti	115.100	17.000	15	2
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	11.490	67.980	592	9
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor		430		0
	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	190	2.550	1.342	0
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje destinacije	11.300	65.000	575	8
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	610	610	100	0
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	610	610	100	0
	5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije		-		
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	213.140	241.300	113	31
	6.1.	Plaće	169.940	195.700	115	25
	6.2.	Materijalni troškovi	43.200	45.530	105	6
	6.3.	Tijela turističke zajednice		70		0
7.		REZERVA	10.000	2.485	25	0
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE				
		SVEUKUPNO 1	780.935	788.235	101	100

9.	FONDOVI - posebne namjene		-		
	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i				
	Fond za projekte udruženih turističkih zajednica				
	SVEUKUPNO 2		-		
TOTAL	SVEUKUPNO 1 + SVEUKUPNO 2	780.935	788.235	101	100

Broj: 03/23-2021.

U Vrbniku, 20. prosinca 2021. godine

Predsjednik TZO Vrbnik
Dragan Zahija