

Stari**Grad**

tradicija
stvaranja **novih**
iskustava

Turistička zajednica
Grada Staroga Grada

STARI GRAD
TOURIST BOARD

**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA I
FINANCIJSKO IZVJEŠĆE
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA STAROGA GRADA ZA
2021.g.**

Turistička zajednica grada Staroga Grada
obala dr. Franje Tuđmana 1, 21460 stari grad
tel: +385 (0)21 765 763 | fax: +385 (0)21 718 333
e-mail: info@visit-stari-grad.com
www.visiti-stari-grad.com

Ovo izvješće o izvršenju programa rada turističke zajednice grada Staroga Grada:

- Izvješće o izvršenju programa rada
- Financijsko izvješće,
- Izvješće o radu direktora i ureda

Izvješće se sastoji od dva dijela,

U prvom dijelu obrađuje se statistička analiza sezone 2020.g. a u drugom Financijski rezultat 2020.g. obrađen kroz podjele metodologije uz objašnjenja koji prate tablicu s potrebnim informacijama.

I. Statistička analiza sezone 2021.g.

Tablica 1. Struktura smještaja-broj kreveta prema vrstama objekta

Objekt Vrsta objekta	Broj kreveta 2021	Broj kreveta 2020	Broj kreveta Indeks
Hoteli	1.179	1.179	100,00
Kampovi	301	301	100,00
Nekomercijalni smještaj	1.558	1.484	104,99
Objekti u domaćinstvu	1.773	1.778	99,72
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	518	488	106,15
Ukupno	5.329	5.230	101,89

U ukupnom udjelu najveći postotak od cca 33% zauzima Objekti u domaćinstvu dok se u Hotelima nalazi cca 22 % ukupnih kreveta. Kampovi raspolažu s cca 6 % od ukupnog broja kreveta.

Pod ostalim ugostiteljskim objektima podrazumijevamo hostele, smještaj u kućama koji raspolažu s cca 9 %.

Nekomercijalni smještaj pod kojim podrazumijevamo krevete u vikendicama i kućama za odmor, a koji nemaju registrirani smještaj sudjeluju s cca 29 % u ukupnom broju kreveta. Podatci su prikupljeni prilikom unošenja u e Visitor.

Potpunu sliku situacije možemo dobiti uvidom u strukturu odnosno kategoriju smještaja:

Tablica 2. Broj kreveta po kategorijama

Smještajna jedinica Kategorija	Broj kreveta 2021	Broj kreveta 2020	Broj kreveta Indeks
1 zvjezdica	128	128	100,00
2 zvjezdice	734	734	100,00
3 sunca	8	8	100,00
3 zvjezdice	1.574	1.568	100,38
4 zvjezdice	206	206	100,00
5 zvjezdica	26	26	100,00
Nema kategorizacije	2.667	2.659	100,30
Ukupno	5.343	5.329	100,26

Postotak kreveta u objektima s 4 zvjezdice iznosi tek cca cca 4%%.

Broj kreveta u kategoriji 3 zvjezdice zauzima cca 29%, a na broj kreveta u kategoriji 2 zvjezdice otpada visokih 14 %.

Ovakva raspored udjela jasno pozicionira Stari Grad kao destinaciju 3 zvjezdice s velikim udjelom nisko budgetnog kapaciteta te pretežito privatnog smještaja.

Ovaj je jedan od pokazatelja da u ovom segmentu destinacija Staroga Grada još nije spremna za prihvata klijenata koji traže standard više turističke usluge.

Podizanje kvaliteta smještaja jedan je od ključnih segmenata za repozicioniranje destinacije na sve zahtjevnijem turističkom tržištu.

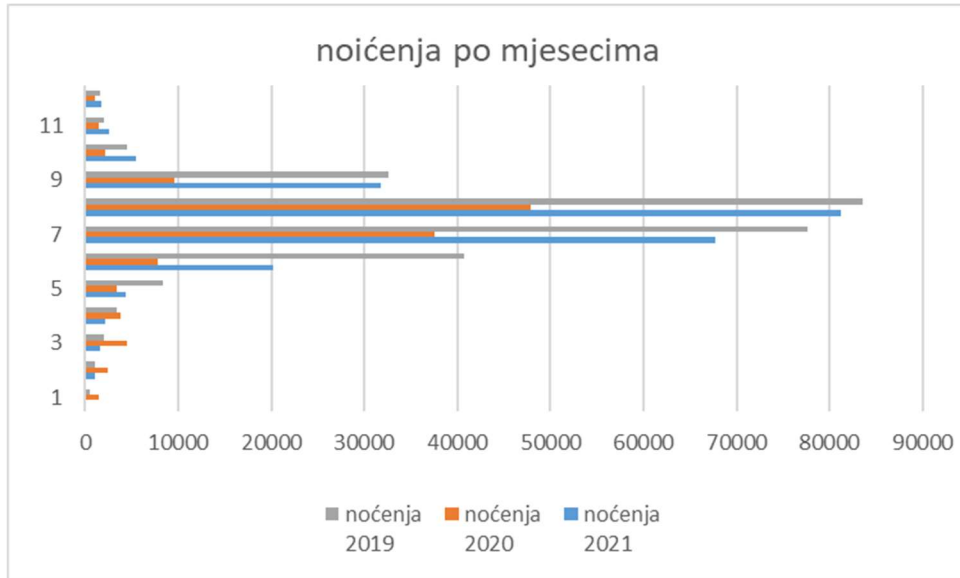
U cilju repozicioniranja destinacije potrebno je podignuti standard kako privatnog tako i hotelskog smještaja koji bi imao veliki utjecaj na generiranje potražnje u pred i po sezoni. Dovršetak investicije u Hotel Maslinica resort struktura smještaja se počela mijenjati, Renovacijom hotela Hvar Places ex hotela Lavanda novim investicijskim ciklusom uz planirani dovršetak do sezone 2020 te daljnjim očekivanim investicijama u društvo Helios Faros d.d. se za očekivati je dinamičnije intenzitet promjene strukture smještaja.

Tablica 3. Analiza po mjesecima

mjeseci	noćenja 2021	noćenja 2020	noćenja 2019
1		1502	537
2	1.029	2.426	995
3	1.591	4.527	1.996
4	2.187	3.864	3.374
5	4.355	3.394	8.397
6	20.148	7.760	40.708
7	67.734	37.568	77.615
8	81.186	47.844	83.546
9	31.778	9.590	32.619
10	5.500	2.204	4.495
11	2.569	1.414	2.002
12	1.686	1.020	1.575

Izvor: E visitor

Grafikon: Analiza po mjesecima



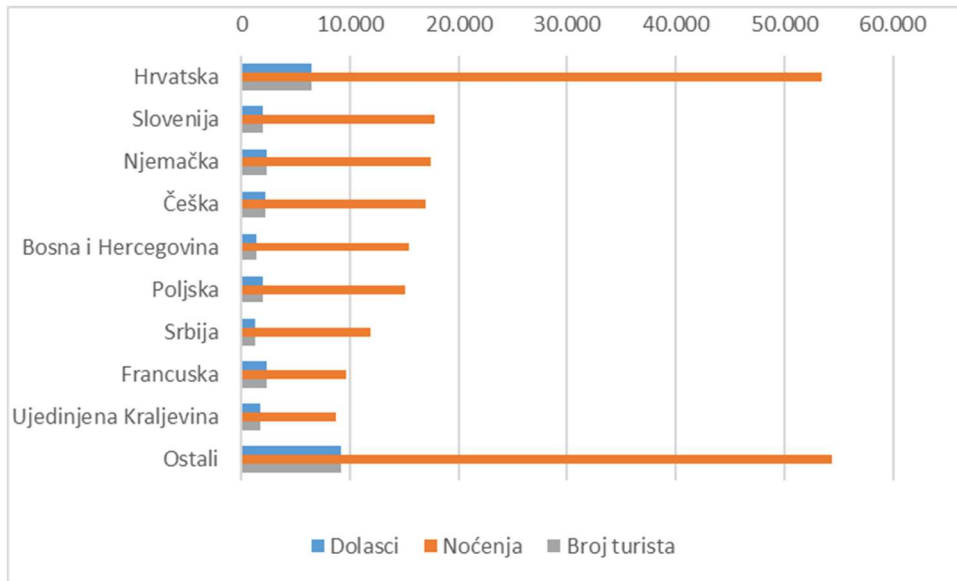
U 2021 g. ostvareno je 220.685 noćenja. Indeks noćenja u odnosu na 2020.g. prikazuje rast od 78 % . Ova brojka se može smatrati uspješnom s obzirom na situaciju uzrokovanu pandemijom COVID 19 Najveći dio noćenja cca ostvaren je u od mjeseca srpnja do kraja rujna kada j s obzirom na epidemiološku situaciju jedino i bilo moguće poslovati. Ostvareno je cca 85% sezone 2019.g.

Tablica 4. Analiza noćenja prema emitivnim tržištima

Država	Dolasci	Noćenja	Broj turista
Hrvatska	6.465	53.397	6.465
Slovenija	1.925	17.845	1.925
Njemačka	2.307	17.459	2.307
Češka	2.234	17.012	2.234
Bosna i Hercegovina	1.331	15.413	1.336
Poljska	1.960	15.060	1.960
Srbija	1.283	11.896	1.282
Francuska	2.273	9.591	2.274
Ujedinjena Kraljevina	1.703	8.661	1.703
Ostali	9.190	54.351	9.193
UKUPNO:	30.671	220.685	30.679

Izvor podataka: E visitor

Grafikon: Udio po emitivnim tržištima



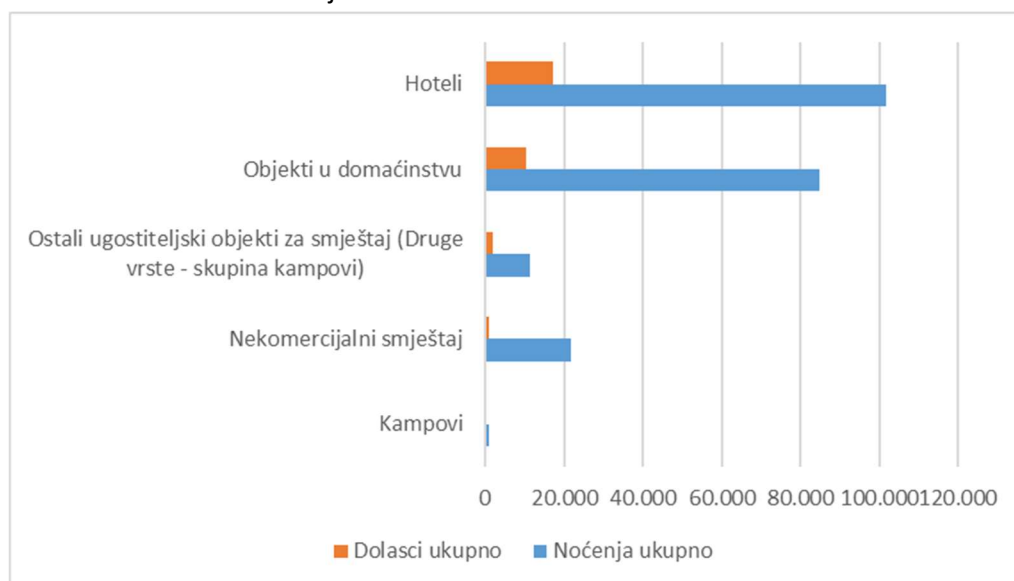
Stari Grad je pozicioniran na tržištu Republike Hrvatske, Slovenije, Njemačke, Češke, BiH i Poljske koje zajedno ostvaruju cca 62 % noćenja. S obzirom na specifične okolnosti uzrokovane pandemijom udio Gosti sa domaćeg tržišta je povećan. Primjetan je porast dolazaka s Njemačkog tržišta i kontinuitet rasta dolazaka gostiju iz SAD i UK. Iako su postotci unutar 3 odnosno 5% pokazatelj su pokrenutog procesa repositioniranja Grada Staroga Grada.

Tablica 5. Noćenja prema vrsti objekta

Vrsta objekta	Noćenja ukupno	Dolasci ukupno
Kampovi	953	79
Nekomercijalni smještaj	21.720	1.051
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	11.494	1.922
Objekti u domaćinstvu	84.781	10.402
Hoteli	101.737	17.217
Ukupno:	220.685	30.671

Izvor: E visitor

Grafikon: Ostvarena noćenja 2021



U uvjetima pandemije privatni smještaj, uključujući i društva koja se bave privatnim smještajem ostvario je cca 43 % od ukupno ostvarenih noćenja.

U hotelskom smještaju ostvareno je cca 46 % ukupnog broja noćenja što unatoč pandemiji pokazuje da je Stari Grad prepoznat kao hotelska destinacija i ipak ovisi o hotelskom kapacitetu.

Tablica 6. Noćenja po mjestima

Objekt lokacija Naselje	Broj noćenja 2021	Broj noćenja 2020	Broj noćenja Indeks	Broj dolazaka 2021	Broj dolazaka 2020	Broj dolazaka Indeks
Dol (Stari Grad)	2.655	1.785	148,74	260	149	174,50
Rudina	6.861	5.082	135,01	641	457	140,26
Selca kod Starog Grada	132	0	0,00	4	0	0,00
Stari Grad	187.152	96.335	194,27	27.661	10.818	255,69
Vrbanj	23.885	19.911	119,96	2.105	1.619	130,02
Ukupno	220.685	123.113	179,25	30.671	13.043	235,15

Izvor: E visitor

PRIHODI

Odnose na prihode iz izvora propisanih Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, prihoda od članarine turističkim zajednicama propisanih Zakonom o članarinama u turističkim zajednicama i prihoda od turističke pristojbe propisanih Zakonom o turističkoj pristojbi. NN 52/19, 32/20, 42/20

Tablica 7. Realizacija-izvršenje plana 2021.

		PRIHODI	Plan za 2021. (u kn)	Rebalans za 2021. (u kn)	Izvršenje za 2021. (u kn)	indeks	udio %
1.		Izvorni prihodi	588.500,00	774.222,00	833.065,90	142	57,56
	1.1.	Turistička pristojba	388.500,00	532.817,00	537.272,19	138	37,12
	1.2.	TP Nautika	80.000,00	158.946,00	199.593,66	249	13,79
	1.3.	Članarina	120.000,00	82.459,00	96.200,05	80	6,65
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	233.170,00	325.000,00	344.860,47	148	23,83
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	-	232.612,35	213.411,38	-	14,75
4.		Prihodi iz EU fondova	-	-	-	-	-
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	-	-	-	-	-
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	-	-	-	-	-
7.		Donacije trg druš. ostali prihodi	20.000,00	56.000,00	56.000,00	280	3,87
		SVEUKUPNO	841.670,00	1.387.834,35	1.447.337,75	172	100,00
		AKTIVNOSTI	Plan za 2021. (u kn)	Rebalans za 2021. (u kn)	Rebalans za 2021. (u kn)		
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	1.000,00	253.265,67	253.265,67	25.327	17,50
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	-	253.265,67	253.265,67	-	17,50
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	1.000,00	-	-	-	-
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	-	-	-	-	-
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	163.864,00	337.940,00	356.009,47	217	24,60
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	3.000,00	10.000,00	9.449,02	315	0,65
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	3.000,00	27.006,00	20.007,46	667	1,38
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	152.864,00	300.934,00	326.552,99	214	22,56
		Kulturne manifestacije	103.000,00	133.141,00	164.936,13	160	11,40
		Gastro Eno Manifestacije	5.662,00	15.993,00	11.635,00	205	0,80
		Sportske manifestacije	10.202,00	65.000,00	40.730,00	399	2,81
		Ostale kulturno,zabavne manifestacije	12.000,00	8.800,00	3.750,00	31	0,26

		Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)	10.000,00	53.000,00	53.000,00	530	3,66
		Zamp	4.000,00	5.000,00	1.008,86	25	0,07
		Advent	8.000,00	20.000,00	51.493,00	644	3,56
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	5.000,00	-	-	0	-
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	286.167,00	344.169,00	332.599,58	116	22,98
	3.1.	Sajmovi	-	-	-	-	-
	3.2.	Suradnja s organizatorima putovanja	4.400,00	8.300,00	14.188,03	322	0,98
	3.3.	Kreiranje promotivnog materijala	7.500,00	-	-	0	-
	3.4.	Internetske stranice	17.500,00	7.900,00	7.000,00	40	0,48
	3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	13.300,00	19.800,00	18.513,20	139	1,28
	3.6.	Turističko-informativne aktivnosti	162.467,00	165.930,00	158.452,53	98	10,95
	3.6. 1.	Plaće TIC	139.000,00	133.500,00	123.882,00	89	8,56
		bruto place	119.000,00	114.000,00	104.382,00	88	7,21
		porezi i dop	20.000,00	19.500,00	19.500,00	98	1,35
	3.6. 2.	Troškovi funkcioniranja ureda	23.467,00	32.430,00	34.570,53	147	2,39
		telekomunikacije	4.000,00	5.000,00	5.646,96	141	0,39
		hpt	3.000,00	3.000,00	3.889,43	130	0,27
		najam prostora ureda -grad i najam skladišta	6.000,00	5.000,00	6.580,00	110	0,45
		Računalne usluge	2.730,00	2.730,00	-	0	-
		Materijal za čišćenje i održavanje ureda	5.000,00	1.000,00	-	0	-
		Zaštita na radu	1.737,00	7.000,00	9.754,14	562	0,67
		Distribucija	-	-	-	-	-
	2.4.	Turistička signalizacija	1.000,00	8.700,00	8.700,00	870	0,60
	3.7.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	81.000,00	142.239,00	134.445,82	166	9,29
	3.8.	Definiranje branding sustava i brend arhitekture	-	-	-	-	-
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	23.000,00	25.982,00	25.623,19	111	1,77

4.1.		Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	-	-	-	-	-
4.2.		Stručni skupovi i edukacije	2.500,00	3.082,00	3.082,00	123	0,21
4.3.		Koordinacija i nadzor	12.500,00	15.500,00	15.414,00	123	1,06
4.4.		Upravljanje kvalitetom u destinaciji	5.000,00	-	-	0	-
4.5.		Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	3.000,00	7.400,00	7.127,19	238	0,49
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA				-	-
5.1.		Međunarodne strukovne i sl. organizacije	-	-	-	-	-
5.2.		Domaće strukovne i sl. organizacije	-	-	-	-	-
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	324.850,00	409.748,36	366.373,02	113	25,31
6.1.		Plaće i ost. troš - ured	196.869,00	201.869,00	200.669,00	102	13,86
		Bruto place	162.978,00	162.978,00	162.978,00	100	11,26
		Otpremnine	-	-	-	-	-
		Doprinosi	26.891,00	26.891,00	26.891,00	100	1,86
		Ostali rashodi za radnike	7.000,00	12.000,00	10.800,00	154	0,75
6.2.		Materijalni troškovi	121.981,00	201.879,36	163.750,02	134	11,31
		Uredski materijal	8.000,00	11.000,00	11.921,79	149	0,82
		Održavanje	3.000,00	5.000,00	-	0	-
		Usluge agencija student servis is I	1.500,00	32.000,00	28.915,76	1.928	2,00
		Dnevnice i putni izdaci troskovi	3.000,00	3.000,00	518,00	17	0,04
		Knjigovodstveni poslovi	17.500,00	17.500,00	19.500,00	111	1,35
		Bankovne usluge i Fina	4.000,00	11.560,00	10.111,50	253	0,70
		Putni troškovi	10.000,00	11.000,00	10.616,00	106	0,73
		Najam prostora ureda i zakupnine- ured HF	18.041,00	11.000,00	8.450,50	47	0,58
		Računalne usluge	400,00	3.910,00	-	0	-
		Osiguranje	1.700,00	1.679,36	1.679,36	99	0,12
		Telefon ured	3.000,00	5.300,00	5.500,00	183	0,38
		Prijevozne usluge	1.500,00	1.000,00	800,00	53	0,06

		HPT	-	1.000,00	1.000,00	-	0,07
		Usluge tekućeg i inv održavanja	1.000,00	2.500,00	3.875,00	388	0,27
		ostali materijal i sirovine	-	2.138,00	12.156,83	-	0,84
		ostalo nespomenute	3.840,00	6.000,00	7.183,34	187	0,50
		Nabava ostalog materijala	5.500,00	17.292,00	-	0	-
		Amortizacija	40.000,00	59.000,00	41.521,94	104	2,87
	6.3.	Tijela turističke zajednice	6.000,00	6.000,00	1.954,00	33	0,14
	6.4.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava	-	-	-	-	-
7.		REZERVA	40.000,00	-	-	-	-
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	-	-	-	-	-
		SVEUKUPNO 1	841.670,00	1.387.834,35	1.447.337,75	172	100,00
9.		FONDOVI - posebne namjene	-	-	-	-	-
		Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	-	-	-	-	-
		Fond za projekte udruženih turističkih zajednica	-	-	-	-	-
		SVEUKUPNO 2	838.881,00	1.371.105,03	1.333.870,93	159	92,16
TOTAL		SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2	2.789,00	16.729,32	113.466,82	4.068	7,84

forma je usklađena s metodologijom HTZ za 2021.g.

Tablica 8. Izvori prihoda

PRIHODI	Izvršenje za 2021. (u kn)
Izvorni prihodi	833.065,90
Turistička pristojba	537.272,19
TP Nautika	199.593,66
Članarina	96.200,05
Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	344.860,47
Prihodi od sustava turističkih zajednica	158.612,35
Donacije trg druš. ostali prihodi	56.000,00
SVEUKUPNO	1.392.538,72

Preneseni prihod iz prethodne godine	80.300,30
--------------------------------------	-----------

Ukupno ostvareni prihodi od iznose 1.392.538,72 kn kuna što je cca 72 % više u odnosu na plan Ostvareni prihodi od turističke pristojbe iznose 537.272,19 kn što cca 38 % više u odnosu na Plan i 70 %više u odnosu na 2020

U 2021 donesena odluka o smanjenju paušala turističke pristojbe za 50% kao i odluka smanjenu turističke članarine za 50% kao i odluku oslobođenju naplate članarine za pomoćne ležajeve.

Prihodi boravišne prihodi od nautike temeljem raspodjele sredstava iznose su 199.539,66 kn s time da se od 1.1.2020.g. se sredstva koja su do navedenog datuma išli putem računa TZ direktno doznaju u gradski proračun gdje je doznačeno cca 80.000,00 kn. Raspodjela je vršena temeljem prihoda sredstava nautike ostvarene u 2020.g. Dakle i na temelju pandemiskoj 2020 godine gdje je promet bio 30% TZ ostvarila je 46 % povećanja u odnosu na godine prije 2019.g.. Ovo je rezultat aktivnog TZ rada na rješavanju problematike neadekvatnog doznavanja prihoda od nautike, sukladno pravilniku, te prijave i marljivog evidentiranja i u nošenja u sustav svih postojećih nautičkih vezova koje iz nekog razloga prijašnjih godina nisu unesene te svih potrebnih podatak u suradnji s koncesionarima na području zajednice.

Ostvareni prihodi od turističke članarine iznose 96.200,05 kn

Radi lakšeg shvaćanja potrebno je naglasiti da Zakon o neprofitnim organizacijama predviđa knjiženje prihoda (turističke pristojbe) tek momentom realizacije odnosno naplate.

U izvršenju stavka prihod a iz Gradskih proračuna plana povećavaju se za 48 % iz razloga boljeg ostvarenja TP i shodno tome aneksa sporazuma o zajedničkom korištenju TP s Gradom.

U ovu stavku prikazani su prihodi sufinanciranja branding strategije sukladno sporazumu o marketinškom udruživanju zajedničkog u iznosu 54.799,03 kn od ostalih gradova i Općina otoka Hvara

Prihodi od sustava TZ ostvareni su iz fonda sredstava za udružene temeljem Sporazuma o marketinškom udruživanju. TZ Grada Starioga Grada je koordinator Sporazuma te se sve transakcije vezano za sporazum vrše sa računa kordinatora. U ovoj stavci je i 10.000,00 kn prihida natječaja od županije.

Prihodi od trgovačkih društava i sl u odnosu na Financijski plan za 2021. godinu, povećali su se se za 180 % iz razloga što je TZ temeljem programa kulturnog ljeta dobila financijsku podršku trgovačkih društava

Udio u prihodima

Tablica 9. Udio u prihodima

PRIHODI	Izvršenje za 2021. (u kn)	udio %
Izvorni prihodi	833.065,90	59,82
Turistička pristojba	537.272,19	38,58
TP Nautika	199.593,66	14,33
Članarina	96.200,05	6,91
Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	344.860,47	24,76
Prihodi od sustava turističkih zajednica	158.612,35	11,39
Donacije trg druš. ostali prihodi	56.000,00	4,02

RASHODI

Tablica 10: Rashodi po vrstama/ udio u ukupnim rashodima

AKTIVNOSTI		%
ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	253.265,67	19
RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	356.009,47	27
KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	332.599,58	25
DESTINACIJSKI MENADŽMENT	25.623,19	2
ADMINISTRATIVNI POSLOVI	366.373,02	27

I. **ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE UZ SUFINANCIRANJE IZ FONDA ZA UDRUŽENE TZ**

ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	253.265,67
Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	253.265,67

Izrada Strateških dokumenta povećava se za na 253.365,67 kn iz razloga što je čitava izrada Brand strategije otoka Hvar financiranja kroz TZGSG kao kordinatora TZ otoka Hvara, temeljem iste ostvareni i prije obrazloženi prihodi.

Korisnici kojima s dodijeljena sredstva iz Fonda, dužni su namjensko korištenje dodijeljenih sredstava iskazati u izvješću o izvršenju godišnjeg programa rada.

Planom i programom za 2021.g. predviđena je izrada Brand strategija, komunikacijska strategija i vizualni identitet otoka Hvara.

Od fonda je udružene je doznačeno 148.612,35 kn što su značajna sredstva no to je ujedno bio inicijalni okidač za pokretanje Brand strategije otoka Hvara

Sukladno Sporazumu o marketinškom udruživanju od 20.10.2020.g. i zajedničkoj odluci svih Turističkih zajednica otoka Hvara te svih Načelnika i Gradonačelnika u veljači 2021 sklopljen je ugovor s Fabular Branding d.o.o. Zagreb. Rokov Perivoj 3, za izradu brand strategije otoka Hvara.

Ugovoreni iznos je na 263.812,00 kn

Preostali iznos iznad visine doznačenih sredstava fonda za udružene financirale i utrošenih sredstava. su Općine i gradovi otoka Hvara.

Obzirom da je TZ Grada Staroga Grada koordinator sva sredstva i plaćanje računa vrše se putem TZ Grada Staroga Grada što je iskazano kako u prihodovnoj tako i u rashodovnoj strani.

Izrada temeljnog dokumenta Brand strategija, komunikacijska strategija i vizualni identitet otoka Hvara.

Strategija se sastoji od:

Faza 1 Analiza

Faza 2 Definiranje brand imidža

Faza 3 Definiranje ciljnih skupina

Faza 4 Pozicioniranje branda i priča o brandu

Faza 5 Slogan branda i ključne poruke

Faza 6 Komunikacijska strategija i Brand touchpoints

Faza 7 Vizualni identitet

Faza 8 Ključni komunikacijski materijali

Faza 9 Brand Book

Cilj Turističke zajednice kao destinacije je primarno inspirirati i potaknuti ljude na dolazak u destinaciju te povećati svijest o samoj destinaciji i njenim proizvodima unutar "ciklusa kupnje" te povećati potražnju za njom na odabranim emitivnim tržištima . Efektima će profitirat će lokalni komercijalni subjekti jer će posljedično i potražnja za njihovim kapacitetima porasti te će oni biti u mogućnosti kroz svoje aktivnosti (kako digitalne tako i ostale) najbolje kapitalizirati aktivnosti same destinacije.

Fokusiranjem se na određena tržišta, tržišne zone ili niše nastojati će se optimizirati marketinški učinak promocije na ključnim tržištima.

Ovo je korak prema formalnom udruživanju u jednu TZ otoka Hvara.

Aktivnim sudjelovanjem svih TZ, Gradova i Općina otoka Hvara Brand Strategija je dovršena i u tijeku su finalne prezentacije.

Nakon ove faze kreće proces lansiranja implementacije Brand strategije koji se pokrenuti nakon odrađenih finalnih prezentacija.

II. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

Tablica 11.

RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	356.009,47
Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	9.449,02
Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	20.007,46
Podrška razvoju turističkih događanja	326.552,99
Kulturne manifestacije	164.936,13
Gastro Eno Manifestacije	11.635,00
Sportske manifestacije	40.730,00
Ostale kulturno zabavne manifestacije	3.750,00
Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)	53.000,00
Zamp	1.008,86
Advent	51.493,00

Razvoj turističkog proizvoda u izvršenju je povećan za 17 % iz razloga boljeg ostvarenja sezone i potrebe za dodatnim događanjima te povećane potrebe za sufinanciranjem suorganizacija – donacije u iznosu od 53.000,00 kn jer TZ sukladno nalogu MINTS-a se trebala suzdržavati organizacija.

Turistička zajednica bila je koordinator i organizator mogućih ljetnih događanja.

Unatoč nedostatku sredstava, kompliciranim uvjetima održavanja epidemioloških mjera, neizvjesnosti te brojnih logističkih teškoća u organizaciji i suorganizaciji TZG u 2021g. organizirano je niz zanimljivih događanja u momentima kada je to bilo moguće. Više o ovoj tematici u rezimeu na kraju izvješća.

Donacije

Tablica 12. Donacije

DONACIJE 2021			
TZ PETRINJA - POTRES	04.01.		5.000,00 kn
UDRUGA VIVA	08.06.		3.000,00 kn
J.K.LABUD "PAIŠKA REGATA"	10.06.		25.000,00 kn
UDRUGA VARBONJ	28.07.		5.000,00 kn
MJ. KLAPA SV DUH VRBANJ	11.08.		1.000,00 kn
UDRUGA FAROPIS	31.08.		5.000,00 kn
UDRUGA PERLE	06.09.		5.000,00 kn
PICCOLO TEATAR	06.09.		2.000,00 kn
STELLA MARIS			2.000,00 kn
	UKUPNO		53.000,00 kn

Donacije su vezane uz sudjelovanje ili organiziranje programa događanja.

III. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	332.599,58
Sajmovi	-
Suradnja s organizatorima putovanja	14.188,03
Kreiranje promotivnog materijala	-
Internetske stranice	7.000,00
Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	18.513,20
Turističko-informativne aktivnosti	158.452,53
Plaće TIC	123.882,00
bruto place	104.382,00
porezi i dop	19.500,00
Troškovi funkcionirnja ureda	34.570,53
telekomunikacije	5.646,96
hpt	3.889,43
najam prostora ureda -grad i najam skladišta	6.580,00
Računalne usluge	-
Materijal za čišćenje i održavanje ureda	-
Zastita na radu	9.754,14
Distribucija	-

Turistička signalizacija	8.700,00
Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	134.445,82
Definiranje brand sustava i brend arhitekture	-

Komunikacija i oglašavanje izvršilo se s povećanjem 16 % iz razloga potrebe sezone za zbog povećanih troškova funkcioniranja ureda za 47 % i potrebe za pojačanim oglašavanjem kreiranjem baza podataka te prebacivanja stavke razvoja digitalne destinacije u ovu poziciju radi boljeg usklađenja s metodologijom kao i dodatne turističke signalizacija.

Oglašavanje destinacijskog branda predstavlja alate usmjerene na efikasnije komuniciranje s ciljanom publikom, odnosno stvaranje marke destinacije, a tu spadaju online komunikacije odnosno troškovi upravljanja internet stranicama i internet oglašavanje, te offline komunikacije u što su uvršteni troškovi tiskanja brošura i ostalih promidžbenih materijala, promotivni materija.

U 2021 trebalo je nastaviti s razvojem digitalne destinacije kako bi destinacija ušla u sezonu 2021 i razvila alate i materijale za 2021.g.

Kroz ovaj dio prikazani su prijevodi, pripreme materijala za web. slikanje materijala za nadopunu i obnovu fotografija prijeko potrebnih za rad. Naime TZ je imala kronični nedostatak fotografija i video materijala te se kroz dio 2019 i 2020.g. angažiranjem fotografa prikupio i kategorizirao fondus od cca 1.000 fotografija od raznih lokacija, atrakcija i događanja. Dakako to je samo nužni dio i ažuriranje će se nastaviti i u idućoj godini.

Odrađeno je snimanje atrakcija u 360 stupnjeva koje će biti dostupni na interaktivnim kartama, gogl mapsu i kroz web stranicu TZ-a.

Napravljena je posebna promocija fokusirana na specijalizirane portale kojima se dopire do ciljanog profila gostiju koje zanima biciklizam i aktivni odmor.

Ukupni Rashodi za zaposlene u TIC 123.882,00 kn odnose se na plaće 104.382,00 kn, doprinose na plaće u iznosu 19.500,00 kn

U 2021 TIC je imao 2 zaposlenih na poslovima informiranja

Zaposlenost

Turistički ured je tijekom 2020.g. imao ukupno 4 zaposlenih, direktora Turističkog ureda i i 2 osobe u TIC-u.

Od ukupnog broja kroz čitavu 2021.g. jednom radniku produženo je dugotrajno bolovanje.

IV. DESTINACIJSKI MENAĐMENT

Tablica 13.

DESTINACIJSKI MENAĐMENT	25.623,19
Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	-

Stručni skupovi i edukacije	3.082,00
Koordinacija i nadzor	15.414,00
Upravljanje kvalitetom u destinaciji	-
Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	7.127,19

Destinacijski menadžment povećava se za 11% zbog povećanja angažmana nadzora i stavke poticanje na očuvanje i uređenje okoliša.

Tablica 14.

ADMINISTRATIVNI POSLOVI	366.373,02
Plaće i ost. troš - ured	200.669,00
Bruto place	162.978,00
Otpremnine	-
Doprinosi	26.891,00
Ostali rashodi za radnike	10.800,00
Materijalni troškovi	163.750,02
Uredski materijal	11.921,79
Održavanje	-
Usluge agencija student servis is l	28.915,76
Dnevnice i putni izdaci troskovi	518,00
Knjigovodstveni poslovi	19.500,00
Bankovne usluge i Fina	10.111,50
Putni troškovi	10.616,00
Najam prostora ureda i zakupnine- ured HF	8.450,50
Računalne usluge	-
Osiguranje	1.679,36
Telefon ured	5.500,00
Prijevozne usluge	800,00
HPT	1.000,00
Usluge tekućeg i inv održavanja	3.875,00
ostali materijal i sirovine	12.156,83
ostalo nespomenute	7.183,34
Nabava ostalog materijala	-
Amortizacija	41.521,94
Tijela turističke zajednice	1.954,00

Administrativni poslovi povećavaju se za 13 % iz razloga povećanja materijalnih troškova, angažmana putem učeničke udruge i student servisa zbog povećanja obujma poslova i angažmanom postojećih radnika tijekom turističke sezone 2021. godine te nabave ostalih materijala potrebnih za rad te nabave osnovnih sredstva te time i troška amortizacije.

REZULTAT POSLOVANJA

Izvršenjem plana rezultat poslovanja 2021. godine ostvaren je višak prihoda u iznosu od 113.466,82 kn.

Višak prihoda iz prethodne godine 80.300,30 kn

PLAN ZADUŽENJA I OTPLATA

Po usklađenju obveza i potraživanja prethodnih godina s Gradom Turistička zajednica je u veljači 2021.g. zaključila sporazum o obročnoj otplati s Gradom na 7 g. s jednakim godišnjima anuitetima od 35.856,86 kn. Rata za 2021 je podmirena.

Također, kod PBZ banke ima odobren dozvoljeno prekoračenje do 200.000,00 kn za financiranje tekućih poslovnih potreba u svrhu održavanja likvidnosti.

Prekoračenje nije korišteno u 2021. Godine. Za 2022 Nije potrebno prekoračenje.

Stanje obveza na dan 31.12.2021.g 68.908,85 kn, a odnosi se uglavnom na troškove organizacije adventa i obveze za plaće.

Stanje na računu na 31.12.2021.g. iznosi 610.944,94 kn

TZ je stabilna i likvidna.

DIONICE

TZ Zajednica je vlasnik dionica društva Helios Faros d.d. 158.144,88 kn

Iako je bilo financijskih poteškoća TZ nije prodala dionice i sad je njihova tržišna vrijednost na 31.12.2021.g. iznosi 367.800,00 kn.

POTRAŽIVANJA

Potraživanja za paušal TP iznose 64.927,08 što se uglavnom odnosi na potraživanja za 2021.g.

Iznos od cca 10.000,00 kn je utužen jer se odnosi na obveze iz prošlih godina.

Potraživanja za TP po noćenju se odnose na stari dug koji trgovačka društva koje je otišlo u stečaj te nakon dopunskih provjera odvjetnika donijeti i nužne računovodstvene odluke.

IMOVINA

Vrijednost neproizvedene dugotrajne materijalne imovina evidentirane na dan 31.12.2021.g. iznosi 241.659,26 kn.

Tablica 15. Dugotrajna neproizvedena materijalna imovina

DUGOTRAJNA NEPROIZ. IMOVINA	
Komp.program	10.295,10 kn
Web projekt	73.825,41 kn
Ulaganja u tuđu imovinu (prozor)	4.200,00 kn
Brošura stg dizajniranje i priprema	62.907,50 kn
Projekt interijera TZG	82.931,25 kn
Ostala prava	7.500,00 kn
Ukupno	241.659,26 kn

Ispravak vrijednosti neproizvedene dugotrajne imovine 228.417,59 kn.

Tablica 16. Dugotrajna proizvedena materijalna imovina

Vrijednost proizvedene dugotrajne materijalne imovina evidentirane na dan 31.12.2021.g ukupno iznosi 190.470,25 kn

DUGOTRAJNA PROIZ MAT. IMOVINA	
Oprema	18.535,44 kn
Namještaj	85.000,00 kn
Kompjuterska oprema	30.525,81 kn
Oprema grijanje i hlađenje	16.775,00 kn
Ostale vrijednosti	9.520,00 kn
komunikacijska oprema	4.264,00 kn
Nošnje	8.500,00 kn
Izložbene vrijednosti	17.620,00 kn

Ispravak vrijednosti proizvedene dugotrajne imovine 115.574,83kn

Rezime

Turistička zajednica Grada Staroga Grada organizirala je ljetne manifestacije i unatoč limitiranim financijskim mogućnostima te kompliciranom epidemiološkom situacijom TZ organizirala je ili sudjelovala u organiziranju raznih manifestacija, festivala, događaja.

Top događaji

2021 realiziran je i plan postavljanja multimedijalne izložbe „Molo misto“

Izložba je realizirana u suradnji s Marinom Marušić i Fjedorom Feđa Klarić te HRT koj je osigurala korištenje filmskih materijala.

Riječ je o izložbi koja e na autentičnim lokacijama prikazivala slike iz filma. Pozivom na QR kod podize se interaktivna kata i mogu se pogledati klipovi sa lokacija.

Izložba gdje je cijeli grad postao pozornica je prema riječima umjetnika i stručnjaka koji prate događanja u Gradu i ovakvoj vrsti umjetnosti nazvana projektom desetljeća u Starome Gradu. Prema riječima Fjodora Klarića izložba svjetskog nivoa. Vrijednost izložbe je procijenjena na 450.000,00 kn.

TZ je uz suradnju grada provela projekt od osmišljavanja do realizacije.

Oceanman maraton realiziran je u suradnji s Janezom Maroević

Međunarodni maraton u otvorenom plivanju .Sudjelovalo je 130 plivača iz svih zemalja svijeta.

Provođenje ovog maratona veliki je uspjeh za destinaciju. Samo plivanje koncipirano je da se plivače može pratiti duž staze. I u 2022 održati će se 17-18.9.2021

Utemeljena je „Paiška regata“ koja postaje tradicionalna. Održala se 15.5.2021 u epidemiološkim uvjetima. Inače održavat će se krajem 4 mjeseca. Može se očekivati oko 150 Jadrilica dakle cca 1000 ljudi u predsezonskom razdoblju.

Ova događanja su od iznimnog značaja za destinaciju jer postaj produžuju sezonu odnosno postaju okidači motiva dolazaka u Grad.

Renesansni duh

U suradnji s Udrugom ZBORS organizirala se proslava 2405 uz večer ansambl za ranu glazbu koja je polučila izniman interes i vratila gradu čaroliju renesanse.

Dakle samo ovih par stvari je posao i uspjeh koje druge destinacije rade u toku desetljeća, a TZ Stari Grad je provela u 2 g.

U studenom 2020 TZ Grada Staroga Grada izabrana je kao koordinator Sporazuma o marketinškom udruživanju TZ otoka Hvara. Sporazum je potpisan. Ostvarilo se cca 148.000 u u raspodjeli sredstava iz fonda za udružene.

Pokrenuo se i proces izrade brand strategije i vizualnog identiteta otoka Hvara. Kako je i najavljeno brand strategija je finalizirana u planiranom roku. Presentacija ovisi o odabiru trenutaka svih gradova i općina.

TZ Grada Staroga Grada napravila je sve pripremne radnje za proces udruživanja koji je jedini logičan potez u cilju pozicioniranja otoka Hvara kao destinacije

Dovršena analize i revizije bike ruta koji su od iznimnog značenja za otok Hvar i Grad Stari Grad. Iako postoji zadovoljavajući broj ruta iste imaju nedostataka i nisu spremne za bike segment. Nakon revizije u planu je do sezone 2021 odabrane rute pripremiti i označiti po globalno prihvatljivim bike standardima.

Storytelling Petar Hektorović

Razvoj ovog novog proizvoda i stvaranje nove emotivne ponude gostima krenulo je kroz ideju oživljavanja duha Petra Hektorovića.

Gajeta „Plavca Nova“ replika koja je eksponat iz filma „Ribanje i ribarsko prigovaranje“ ,režisera Milana Trenca i portucenta Borisa Veličana, jedna je od postaja gdje narator recitira stihove iz Ribanja i ribarskog prigovaranja, a na fantastičnoj kulisi omogućeno je i fotografiranje u renesansnoj odjeći.

Interpretacijska priča iskusnog, kostimiranog vodiča i šetnja kroz povijesnu jezgru grada odvest će vas u Hektorovićevo doba, otkriti povijesne znamenitosti i čari naše bogate baštine, ali i nepoznate detalje o životu, djelovanju i smrti najpoznatije povijesne figure našega grada. Ovo je jedna od najuspješnijih storytelling priča koju je posjetilo preko 40 vodiča.

Po prvi put TZ je sudionik Europskog projekta

Turistička zajednica grada Starog Grada je partner Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, kao i Turističke zajednice grada Omiša na Europskom projektu pod nazivom INCIRCLE Naime, po uspješno provedenoj aplikaciji u kolovozu ove godine, područje Splitsko-dalmatinske županije odabrano je uz šest Europskih područja kao teritorij za koji će se kroz etape navedenog projekta izraditi specijalizirana studija cirkularnog održivog turizma, dokument vrijedan više stotina tisuća kuna. Koristi koje će proizaći iz cjelokupne priče su višestruke, uz dokument partneri projekta proći će kroz višeslojne edukacije kao i razmjene potrebnih tehnologija i alata za apliciranje navedene strategije. Razmjena znanja i prakse od naših direktnih konkurenata kao i posjeta nekim od područja uz sastanke sa takozvanim stakeholderima cjelokupnog projekta samo su neki od benefita. Kroz ovo TZ je dio velike prekogranične suradnje jer na INCIRCLE projektu sudjeluju inozemni partneri poput:

Attica islands Regional Unit (GR), National Park Delta de' l Ebre (ES), LAG Terra Barocca, Sicily (IT)

Beguedas County Development Agency (ES), Consorzio Oltreo Mantovano (IT)

I Turistička zajednička Splitsko-dalmatinske županije (HR)

Mora se napomenuti kako je Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije s Turističkom zajednicom grada Starog Grada kao partnerom s tehničkim partnerom ANETELOM s Cypra potpisala sporazum o suradnji te ćemo uz njihov know how i stručnu podršku napraviti analizu postojećeg stanja na našem području te na taj način stvoriti temeljne pretpostavke za razvoj personalizirane strategije cirkularne ekonomije u turizmu. Vremenski okvir je do svibnja 2022. godine te se nadamo da ćemo

tada biti u poziciji uspješno primjenjivati počela na kojima se temelji cjelokupna filozofija INCIRCLE projekta.

Brošura o starogradskom polju

U suradnji s agencijom polje realizirana je prva brošura koja jasno i kvalitetno prezentira vrijednosti starogradskog polja.

Zaključak

Turistička zajednica i direktor je proveo sve zadatke ,postavljene planom i programom te se stvorila dodatna vrijednost za destinaciju. Kroz top događanja napravljeni su veliki iskoraci u za produženje pred i po sezone.

U suradnji s udrugama napravilo se mnogo na razvoju sportskog segmenta od velike važnosti koliko kako za goste tako i za domicilno stanovništvo, a suradnja s udrugama, gradom ,ugostiteljima podignuta na višu razinu.

Odrađena je analiza i pripremljena finalna radna dokumentacija za razvoj bike segmenta.

31.12.2021 TZ je konsolidirana, sve dospjele obveze podmirene, sredstava na računu je više nego dovoljno za normalan početak i pripremu sezone 2022.g.

TZ likvidna i može s svojim resursima normalno funkcionirati i ispunjavati svoje zadaće.

U 2022 sa Sporazumom o zajedničkom trošenju sredstava TP s Gradom mogu se nastaviti djelovanja u cilju poboljšanja uvjeta boravka gostiju.

U 3 godine odrađeno 260 događaja od toga ne zaboravljajući 2 godine pandemijskih uvjeta gdje su mnogi događaji mnogi događaji morali biti otkazani, dok su neka nova događanja postali okidači motiva dolazaka gostiju.

TZ nakon preuzimanja kordinacije TZ-ova otoka Hvara u roku je provela izradu Brand strategije te je po prvi put uvela TZGSG u Europski projekt.

Predsjednik

Antonio Škarpra
