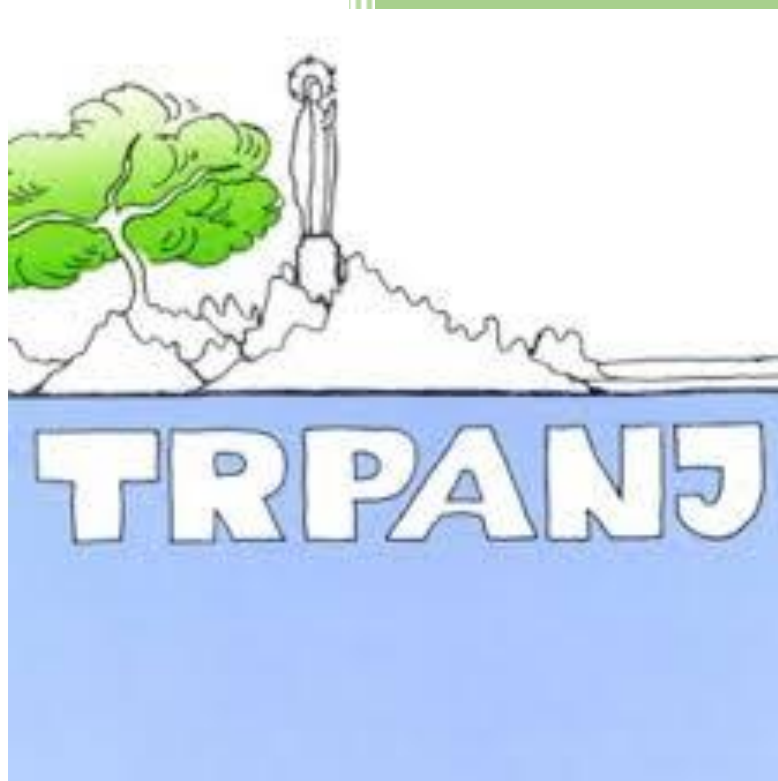


PROGRAM RADA 2022.



ENI MILJAK
direktorica TZO Trpanj
Studen 2021

UVOD

Turističke zajednice svoje aktivnosti planiraju i iskazuju u godišnjem programu rada i financijskom planu 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. Naime, u skladu sa zakonskim odredbama lokalne turističke zajednice koje pripadaju istoj regionalnoj turističkoj zajednici obvezne su se u postupku donošenja programa rada međusobno usklađivati i koordinirati s nadležnom regionalnom turističkom zajednicom dok su se regionalne turističke zajednice u postupku donošenja godišnjeg programa rada obvezne međusobno usklađivati i koordinirati s Hrvatskom turističkom zajednicom. 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 aktivnosti i uloga u razvoju, implementaciji i provedbi zadaća prema razinama ustroja turističkih zajednica. Stoga, TZO Trpanj izradila je program rada koji prati smjernice u skladu sa strateškim dokumentima „Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine“, kao krovnim razvojnim dokumentom hrvatskog turizma, Strategiju razvoja turizma DNŽ 2012. – 2022. kao regionalni dokument, Plan razvoja turizma Pelješca i Akcijski plan razvoja turizma Pelješca – klusterski dokument. Smatrajući važnim uskladiti programe rada na razini Pelješca, TZO Ston, TZO Janjina, TZO Trpanj i TZO Orebić, postavile su zajednički okvir iz kojeg će razraditi pojedinačne zadatke za svaku turističku zajednicu. Također, o aktivnostima će koordinirati i sa županijskom TZ kojoj gravitiraju. Sukladno zakonskim odredbama, prije usvajanja plana, isti će se koordinirati s regionalnom TZ.

U ovom dokumentu jednakovrijedno će se koristiti termini TZ i DMO.

Osnovne pretpostavke planiranja

Prilikom definiranja strategije i provedbenog plana 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), 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.

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

- **LTZ** – lokalne turističke zajednice – članak 32. Zakona

Zadaće lokalne turističke zajednice, kao lokalne destinacijske menadžment organizacije, su sljedeće:

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 zadaća iz stavka 1. ovoga članka, lokalne turističke zajednice koje ostvaruju više od 1.000.000 komercijalnih noćenja godišnje mogu izvršavati i sljedeće zadaće 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 ovim Zakonom 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. Lokalna turistička zajednica može na temelju posebne odluke Turističkog vijeća Hrvatske turističke zajednice biti član međunarodnih turističkih organizacija i srodnih udruženja.

Godišnji program rada i financijski plan izrađeni su na temelju:

- ✓ fizičkih rezultata turističkog prometa za 2019., 2020. i 2021. godine,
- ✓ uputa i smjernica za rad u turizmu u odnosu na COVID-19
- ✓ iskustava i aktivnosti započelih u 2020. godini i/ili ranijih godina,
- ✓ koordinacija i konzultacija sa privatnim i javnim sektorom,
- ✓ stanja na emitivnim tržištima i procjeni za 2022. godinu,
- ✓ stanja i strukture raspoloživih smještajnih kapaciteta,
- ✓ zaključaka sa sjednica tijela TZ

Program rada Turističke zajednice općine Trpanj za 2022. godinu zadanim ciljevima i planiranim aktivnostima predstavlja kontinuitet i nastavak provedbe ranije preuzetih aktivnosti usmjerenih prema jačanju snage brenda pelješkog turizma, stvaranju prepoznatljivog imidža destinacije Pelješac, osobito prepoznavanje Trpnja kao odredišta obiteljskog turizma, podizanju marketinške vrijednosti destinacije, unapređenju i obogaćivanju turističkog proizvoda destinacije, razvoju sadržaja koji omogućavaju produljenje turističke sezone te povećanju ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, posebice u PPS razdoblju.

UPRAVLJANJE DESTINACIJOM U UVJETIMA COVID-19 PANDEMIJE

Pandemija COVID-19 treba racionalno vodstvo turističkih destinacija

COVID-19 pandemija je privremeno vrijeme krize za globalni turizam. Ovo je vrijeme da i naša TZ pruži mirno, odmjereno vodstvo koje je potrebno našim posjetiteljima, mještanima i turističkoj industriji. Nakon dvogodišnje pandemije svjesni smo značaja turizma za dobrobit svakog stanovnika.

Stoga za 2022. Covid-19 promatramo s prethodnim iskustvom:

- Utjecaj pandemije na digitalizaciju turizma
- Pandemija u turizmu - prijetnja ili nova prilika?
- Uloga digitalizacije u vremenu COVID-19
- 2020. i 2021. – godine ubrzanja digitalizacije turizma
- Pandemija i novi formati digitalnog turizma u nastajanju

Do okončanja pandemije, značajno je da javni servis TZ i dalje podržava i preporučuje da se svi pridržavaju preporuka službe javnoga zdravstva. 2020. godina bit će poznata kao godina u kojoj je mobilnost svijeta stavljena u pauzu. Dok je početkom cijepjenja u 2021., a tijekom turističke sezone 2021. došlo do iznimnog povećanja broja posjetitelja u odnosu na 2020., a sami turistički rezultati povremeno su dosegali predpandemijske brojke. Globalna pandemija uzrokovana korona virusom dovela je svijet u iznimnu situaciju, transformirajući politiku, trgovinu i mnoge industrije, uključujući turizam, na načine koji se još uvijek oblikuju i dovode nas u situaciju da predviđamo gotovo nepredvidljive scenarije. Novi odgovori turističke politike koji se odnose na COVID-19 već su provedeni u djelo. Pojavila se i digitalizacija koja je u tome odigrala temeljnu ulogu. Trenutno postoje brojni eksperimenti koji uključuju digitalni turizam, a neki od njih donose promjene koje bi se mogle održati kao standardi nakon što pandemija prođe. Početne indikacije su da trenutna kriza ubrzava digitalnu transformaciju turizma i destinacijski sektor upravljanja. Fokus se pomaknuo s implementacije digitalnih uređaja za turistička iskustva u odredištu na korištenje takvih uređaja za povezivanje na daljinu s potencijalnim posjetiteljima. U ovim godinama značajno obilježenim COVID-19 došlo je do značajnog porasta eksperimenata koji transformiraju odredište u digitalno/virtualno iskustvo. UNWTO zajedno s Instagramom priprema priručnik za oporavak turizma što je dio šire strategije UNWTO-a prema iskorištavanju moći digitalne inovacije za pokretanje turizma, službeni #restarttourism, posebno lokalnog i održivog turizma. Nepobitna je činjenica da je pandemija ubrzala upotrebu digitalnih alata u komunikaciji svih turističkih dionika, ne samo za sastanke već za bolje prezentaciju ukupne ponude. Međutim, 2021. donijela je obrise povratka normalnom životu, te organiziranju uobičajenih turističkih događanja, dok je značajno zadržan element edukacije putem digitalnih platformi. Istodobno s novim digitalnim alatima, 2021. pokazala je da virtualna stvarnost nije dovoljna da bi zadovoljila ljudsku potrebu za istraživanjem i upoznavanjem novih sredina, te nam stoga predstoji razdoblje značajnog zauzimanja novih tržišnih pozicija u novonastalim uvjetima. Iako poremećaj COVID-19 teško pogađa turizam, čini se da je i dobro vrijeme za ponovni posjet turista, promišljati o tome koji su drugi oblici upravljanja destinacijom, a koji su mogućim inovativnim formatima koji će se stvoriti povezujući destinacije s posjetiteljima. Onda pandemija također

može biti uokvireno kao pozitivno vrijeme za eksperimentiranje i inovacije, gdje se mogu pojaviti poslovni modeli, posebno u području digitalnog turizma.

Što se tiče 2022. ono što ostaje nepromijenjeno:

- ✓ **Utvrđiti službene izvore informacija.** Može se postupiti primjereno samo kad se raspolože činjenicama. Treba utvrditi na kojim vijestima i vladinim izvorima bi informacije TZ trebale ovisiti, o činjeničnim novostima koje mogu informirati svih tijekom kriznog razdoblja. Treba se osloniti na informacije vlade o trenutnim putnim rizicima, ograničenjima i preporukama.
- ✓ **Na prvo mjesto treba staviti zdravlje i sigurnost.** Zdravlje i sigurnost ljudi u odredištu uvijek su na prvom mjestu. Publika na društvenim mrežama sadrži i posjetitelje i stanovnike, pa treba imati na umu lokalne potrebe, posebno ako ovo područje dosegne fazu u kojoj je ograničeno putovanje.
- ✓ **Podržati vladine preporuke** o događajima, okupljanjima i općim kretanjima stanovništva. Neka poruke budu dosljedne unutar zajednice. Ako se mora prestati objavljivati, potrebno je razjasniti zašto je tome tako. Treba poticati smirenost i zdrav razum.
- ✓ **Biti u toku s vijestima.** Potrebno je paziti da sadržaj bude informativan o novostima i vijestima iz službenih državnih izvora. Treba plan za odgovore na određene vijesti koji bi pokrenuli promjenu u porukama. Na primjer, treba odrediti u kojem trenutku prekinuti objave o planiranju putovanja i inspirativne objave i postavljali vijesti samo da biste putnike zaštitili. Odrediti granicu - na primjer, kada zrakoplovne tvrtke vjerojatno otkazu letove - resursi DMO-a možda će se bolje potrošiti ako se počne planirati oporavak, a ne upirati na dolaske kad isti nisu mogući.
Oprez: dok nadolaze ažuriranja, treba voditi računa kako će sadržaj izgledati na feedu vijesti kad se na ciljanim tržištima stavi pored vijesti COVID-19. Neka su područja pod jačim ograničenjima od drugih.

Strateško planiranje odredišta kroz krizu COVID-19

Ovo je vrijeme prilagodljivosti. Dok se svijet pokušava usidriti usred krize COVID-19 i virusom izazvane realnosti nadolazećeg gospodarskog pada, pa rasta, destinacijske organizacije i ugostiteljska industrija morat će primijeniti novu perspektivu na destinaciju, razvoj i angažman zajednice. Bez obzira gdje promatrate turizam u svijetu, naša ugostiteljska industrija bila je ozbiljno pogođena u prvom mjesecima reagiranja na virusnu bolest, pa sve do oporavka koji je započeo tek u ljeto 2021. Ponovno pokretanje turističkog marketinga u svijetu, koji je zauvijek promijenjen pandemijom COVID-19, zahtijeva i od našeg odredišta da ponovno razmisli kako doći do posjetitelja – onih koji se vraćaju i potencijalnih – na nove načine. To će također značiti velike promjene za upravljanje destinacijom s obnovljenim fokusom na pružanje sigurnog i zdravog iskustva posjetitelja na svim dodirnim točkama posjetitelja. Ali kako taktički pripremiti svoje pozicioniranje, slanje poruka i komunikacije na usklađen, ali okretan način? Kako organizirati destinaciju, zajednicu, turistička poduzeća i vladine čelnike kako bismo novim posjetiteljima pružili normalan doživljaj koji smanjuje rizik i još uvijek pruža visokokvalitetno turističko iskustvo?

CILJEVI I AKTIVNOSTI U 2022.

Aktivnosti koje su planirane u Godišnjem programu rada i financijskom planu Turističke zajednice općine Trpanj za 2022. godinu su:

- ✓ Postupanje u skladu sa nacionalnim epidemiološkim mjerama promoviranje turističke destinacije na emitivnim tržištima,
- ✓ sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou destinacije,
- ✓ koordinacija djelovanja subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet, a radi zajedničke provedbe politike razvoja i obogaćivanja turističke ponude,
- ✓ pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji sa regionalnom turističkom zajednicom te u suradnji s HTZ- om,
- ✓ sudjelovanje u stvaranju uvjeta za efikasnu koordinaciju javnog i privatnog sektora,
- ✓ poticanje i sudjelovanje u uređenju destinacije, u cilju unaprjeđenja općih uvjeta boravaka turista,
- ✓ poticanje i organiziranje manifestacija koje pridonose obogaćivanju turističke ponude,
- ✓ nastavak akcija poticanja pred i posezone,
- ✓ poticanje novih i unaprjeđenje postojećih turističkih proizvoda,
- ✓ organiziranje i poticanje akcija u cilju očuvanja turističkog prostora, unaprjeđenja turističkog okruženja i zaštite okoliša, te prirodne i kulturne baštine,
- ✓ redovito prikupljanje i ažuriranje podataka o turističkoj ponudi, smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima, kulturnim, sportskim i drugim manifestacijama te drugih informacija potrebnih za boravak turista u destinaciji,
- ✓ obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom,
- ✓ stvaranje, održavanje i redovno kreiranje sadržaja na web stranicama destinacije i profilima društvenih mreža,
- ✓ prikupljanje i obrada podataka o turističkom prometu na području destinacije

Uvažavajući neizvjesnost 2022., kako turističke, tako i ekonomske godine, ali i razvoja i utjecaja na društvo, ovaj program rada sadržavat će elemente po kojima ćemo nastojati održati sve započete projekte i definirati njihov daljnji razvoj i profiliranje u budućnosti.

Naglasak u 2022. će biti na povratku turizmu kakvog smo poznavali s naglascima na nove elemente i način ponude, na podizanju kvalitete, vidljivosti i dostupnosti postojećih proizvoda i sadržaja. Svako planiranje i predskazivanje (ne)uspješnosti turističke 2022. bilo bi i nezahvalno, a dijelom bi pokazivali i nesmotrenost i neprihvatanje realnosti današnjeg vremena. Međutim, istodobno, kao DMO dužni smo učiniti sve da bez obzira na izvjesnost da će povećana procijepljenost na našim emitivnim tržištima omogućiti daljnji razvoj turizma u smjeru koji smo poznavali prije pandemije. U ovome dokumentu nećemo posebno isticati probleme sa kratkom sezonom, nedostatkom radne snage, podizanju razine znanja u destinaciji, već ćemo se **fokusirati na brandiranje u skladu sa županijskom turističkom strategijom, te razvojem proizvoda.** Posebno ćemo se osvrnuti na nužnost suradnje svih dionika, te povezivanje klusterskih destinacija u projekte, ali i povezivanje sa susjednim

klasterima u daljnjem razvoju prepoznatljivih turističkih proizvoda. Bitno je prepoznati dodijeljene nam zadaće kroz zakonski okvir, te usmjeriti aktivnosti TZ u razvoj suradnje svih dionika, te tijela javne vlasti, na način da se uvažava doprinos svih u prepoznatljivosti i pozicioniranju istoga. **Ciljevi u 2022.** će se uskladiti sa županijskom strategijom te razvojem brenda „Pelješac – vinsko carstvo“.

- ✓ povećanje turističkog prometa u razdoblju predsezone i posezone,
- ✓ stabilizacija turističkog prometa,
- ✓ jačanje gastro i eno ponude, pozicioniranje scenografije poluotoka, marketinško jačanje kulturne baštine i pomorske tradicije – klaster,
- ✓ diverzifikacija turističkih proizvoda,
- ✓ rast potrošnje po gostu,
- ✓ poboljšanje uvjeta boravka gostiju u destinaciji

U odnosu na razvoj situacije s COVID-19 sve usporedne vrijednosti bit će sa 2019. godinom, a u odnosu na iznenađujuće dobre rezultate u 2021., a očekivano je da se u 2022. ostvare uobičajeni, zakonom propisani prihodi. Ključ uspjeha u 2022. biti sinergija i suradnja svih dionika u destinaciji, kao i suradnja sa bliskim klasterima, te pozitivne aktivnosti i prijedlozi svih dionika da bismo na pravi način kompenzirali realne očekivane nedostatke u jednoj od najizazovnijih godina za turističko planiranje, godina povratka na uobičajene turističke karte i povratak predsezone kao ključnog elementa svake turističke sezone. Pozitivne strane izmjena zakona su u donekle obveznoj suradnja lokalnih turističkih zajednica, zajedničke promotivne aktivnosti, povezivanje događanja u destinaciji, te na ovaj način korištenje kadrovskih resursa svih TZ u destinaciji što omogućuje delegiranje poslova unutar turističkih zajednica, ali i bolje upravljanje financijskim sredstvima radi podjele troškova za promotivne aktivnosti. Međutim, važno je projektne aktivnosti zadržati u primarnim (ključnim) atributima klastera Pelješac. Prema Kunst¹, dok se u svijetu način upravljanja destinacijom mijenja u korist strateškog promišljanja, u Hrvatskoj još uvijek rast i razvoj turističkih destinacija, osim u slučaju nekoliko rijetkih iznimki, karakterizira posvemašnji nedostatak strateškog promišljanja. Odluke se donose stihijski i obično bez dovoljno prethodnih analiza, često u netransparentnom političkom okruženju tako pogoduje se određenim interesnim skupinama.

¹ Kunst I.: Hrvatski turizam i EU integracije, Institut za turizam, Zagreb, 2012., str. 103

TURISTIČKI PROMET U 2021.

Prije nego obradimo turistički promet 2021., pogledat ćemo parametre turističkog prometa u 2019., na način da vrednujemo turističke brojke koje bismo mogli postići.

Turistički promet					
Pelješac 2019.					
	Orebić	Ston	Janjina	Trpanj	Ukupno
Noćenja	878,399	183,467	96,933	149,772	1,308,571
Pelješac 2020.					
	Orebić	Ston	Janjina	Trpanj	Ukupno
Noćenja	522,422	103,909	59,017	70,705	756,053
Pelješac 2021. - siječanj - rujanj 2021.					
	Orebić	Ston	Janjina	Trpanj	Ukupno
Noćenja	788,892	146,520	82,157	124,911	1,142,480

Tablica 1. Noćenja na Pelješcu 2019., 2020. i 2021. (prvih 9 mjeseci)

Prilikom evaluacije turističkog prometa, treba vrednovati činjenicu da Pelješac ostvaruje preko 1.000.000 noćenja godišnje, osim 2020. Dodatna analiza u postpandemijskim godinama pokazat će dosežu li komercijalna noćenja tu brojku.

Uvažavajući navedeno, u narednom razdoblju, koje podrazumijeva stabiliziranje svjetskog turističkog tržišta, prilikom planiranja dio se odnosi i na projektno udruživanja TZ klastera Pelješac na način da ostvare najveće moguće benefite.

Pri tome naglašavamo aktivnosti koje su temeljem zakona dopuštene TZ koje ostvaruju više od 1.000.000 komercijalnih noćenja.

- ✓ **Definiranje branding sustava i brend arhitekture**
 - Odabir ikona, simbola, mitova, glazbe i sl. za koje se smatra da su suština regije kao turističke destinacije
- ✓ **Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda:**
 - Izrada i provođenje Medija plana (izbor tržišta, proizvoda, definiranje kanala oglašavanja i zakup medijskog prostora, itd.)
 - Posebne tematske kampanje po turističkim proizvodima i prigodne kampanje
 - Offline i online oglašavanje te komunikacija na društvenim mrežama te ostalim kanalima komunikacije
- ✓ **Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR):**
 - Globalni PR (PR aktivnosti na emitivnim tržištima, posebni PR projekti, Pressclipping i medijska analiza na inozemnom i domaćem tržištu, itd.)
 - Domaći PR (Praćenje i analiza medijskih i online objava, posebni PR projekti)
 - Studijska putovanja za predstavnike medije u suradnji sa sustavom TZ
- ✓ **Marketinške i poslovne suradnje:**

- Udruženo oglašavanje u suradnji sa sustavom turističkih zajednica i predstavnicima turističke ponude na regionalnoj razini
- Strateški projekti i marketinške suradnje (npr. s avioprijevoznicima, turoperatorima i sl.)

U odnosu na planirana financijska sredstva u 2022., TZ s poluotoka Pelješca ni zajedno ni pojedinačno ne mogu pristupiti navedenim aktivnostima. Stoga će se ovaj program rada zadržati na aktivnostima koje financijski možemo podnijeti, tako da na najbolji mogući način napravimo pripremu sezone i ostvarimo najbolje rezultate u odnosu na nametnuta nam ograničenja.

Nedvojbeno je da će i ovogodišnja krivulja pokazati da su vršni mjeseci preopterećeni u odnosu na razdoblje izvan srpnja i kolovoza.

PROCJENA FIZIČKOG OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA ZA 2022. GODINU

Za razdoblje siječanj - rujna 2021. god. u turističkom prometu ostvareni su sljedeći rezultati:

124.911 noćenja i 14.379 dolazaka, **pri čemu indeks noćenja je oko 175%, a dolazaka oko 220% u odnosu na 2020.**

Navedeni podaci značajno utječu na očekivanja u narednoj godini, međutim u odnosu na prihvatne kapacitete na području općine Trpanj potrebno je sa zadržkom očekivati rast turističkog prometa. Međutim, uvažavajući činjenicu da se u 2022. očekuje puštanje u promet pelješkog mosta, visoka procijepljenost, te davanje booster doza, s optimizmom očekujemo sezonu 2022., te očekujemo dobru sezonu.

Smatramo da će turistička 2022. poslovati s elementima osobne zaštite turista, ali bez lockdown-a, zatvaranja granica i ostalih situacija iz prethodnih godina.

Uz ovaj optimizam, i zadržavanje opreza u smislu predviđanja turističkog prometa, očekujemo da u 2022. ostvarimo rast turističkog prometa, ali i ono što nam je iznimno važno prepoznavanje komparativnih prednosti Trpnja kao destinacije.

REZULTATI OSTVARENI U 2021. GODINI (siječanj – rujna)

Na području općine Trpanj 2021. godine (siječanj – rujna) vidljiv je i očekivan pad turističkog prometa u odnosu na 2019. godine.

U 2020. godinu u razdoblju siječanj-rujan ostvareno je ukupno 103.909 noćenja i 14.136 dolazaka.

U tabeli usporedbe zadnje 3 godine vidljiv je utjecaj pandemije na turistički promet.

2021		2020		2019		2021/2020	2021/2020
dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja
14,379	124,911	6,547	70,705	19,282	149,773	219.63%	176.67%

Tablica 2. Usporedba turističkog prometa 2021., 2020. i 2019. (prvih 9 mjeseci)

U naredne dvije tablice dat ćemo pregled noćenja i dolazaka po državama, odnosno po smještajnim kapacitetima.

situacije, nećemo posebno isticati karakteristike ovogodišnjih turističkih rezultata iz razloga što je ukupan život, pa i ekonomija u 2021. iznenađenje za sve, te nije moguće na temelju pojedinačnih podataka donositi zaključke.

država	dolasci	noćenja	udio u dolascima	udio u noćenjima
Bosna i Hercegovina	4,023	33,439	27.98%	26.77%
Češka	2,892	26,599	20.11%	21.29%
Poljska	2,120	17,482	14.74%	14.00%
Hrvatska	1,489	10,793	10.36%	8.64%
Njemačka	800	8,263	5.56%	6.62%
Slovenija	902	7,923	6.27%	6.34%
Srbija	302	3,911	2.10%	3.13%
Slovačka	362	3,164	2.52%	2.53%
Švedska	152	2,082	1.06%	1.67%
Mađarska	239	1,658	1.66%	1.33%
Austrija	195	1,606	1.36%	1.29%
SAD	94	1,062	0.65%	0.85%
Švicarska	56	868	0.39%	0.69%
Ukrajina	123	866	0.86%	0.69%
Nizozemska	85	861	0.59%	0.69%
Ujedinjena Kraljevina	91	838	0.63%	0.67%
Francuska	119	687	0.83%	0.55%
Italija	81	596	0.56%	0.48%
Kanada	19	336	0.13%	0.27%
Makedonija	27	254	0.19%	0.20%
Ostale države	208	1,623	1.45%	1.30%
UKUPNO	14,379	124,911	100.00%	100.00%

Tablica 3. Dolasci i noćenja po zemljama 2020. TOP20

Vrste objekata	Dolasci - domaći	Dolasci - strani	Dolasci - ukupno	Noćenja - domaći	Noćenja - strani	Noćenja - ukupno	Udio u dolascima ukupno	Udio u noćenjima ukupno
Objekti u domaćinstvu	574	5.956	6.530	3.806	50.876	54.682	45,41%	43,78%
Kampovi - Skupina kampovi	40	768	808	204	5.775	5.979	41,58%	0,13840598
Drugi objekti - skupina kampovi	193	290	483	1.016	2.118	3.134	21,80%	7,25%
Hoteli	528	3.401	3.929	2.627	22.300	24.927	173,36%	57,70%
Nekomercijalni smještaj	154	2.475	2.629	3.140	33.049	36.189	18,28%	0,06085789
UKUPNO	1.489	12.890	14.379	10.793	114.118	124.911	300,43%	128,66%

Tablica 4. Dolasci i noćenja po vrstama smještajnih objekata

Naselje	2021		2020		2019		21/20	21/20
	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja
Trpanj	12,491	108,168	5,020	55,971	17,091	129,913	248.82%	193.26%
Gornja Vručica	20	249	19	265	28	479	105.26%	93.96%
Donja Vručica	634	4,872	611	5,115	712	5,995	103.76%	95.25%
Duba	1,234	11,622	897	9,354	1,451	13,386	137.57%	124.25%
UKUPNO	14,379	124,911	6,547	70,705	19,282	149,773	219.63%	176.67%

Tablica 5. Dolasci i noćenja po turističkim mjestima (prvih 9 mjeseci)

Uz turistički promet, bitno je obratiti pozornost na financijske rezultate 2021.

Turističko	Zaduženja	Uplata	Razlika 2021.	Donos 2020.	Saldo
Trpanj	478.233,00	494.434,99	-16.201,99	6.773,80	-9.428,19 kn
Donja Vručica	9.850,00	8.450,00	1.400,00	15,00	1.415,00 kn
Gornja Vručica	565,00	517,00	48,00	240,80	288,80 kn
Duba	26.985,50	27.682,00	-696,50	635,25	-61,25 kn
UKUPNO	515.633,50 kn	531.083,99 kn	-15.450,49 kn	7.664,85 kn	-7.785,64 kn

Tablica 6. Naplata turističke pristojbe po mjestima do 11.11.2021.

Prilikom tumačenja gornje tablice potrebno je uzeti u obzir da raspodjela turističke pristojbe je takva da nešto više od 40% ostaje lokalnoj turističkoj zajednici.

Obveznici	broj noćenja	iznos obveze	uplaćen iznos	saldo
Komercijalni - paušalno	55.924	165.240,00 kn	151.733,65 kn	13.506,35 kn
Komercijalni - po noćenju	7.871	52.571,00 kn	49.807,00 kn	2.764,00 kn
hotel	24.927	170.490,00 kn	146.565,00 kn	23.925,00 kn
nekomercijalni	23.060	106.460,00 kn	101.072,15 kn	5.387,85 kn
oslobođeni	13.129	0,00 kn	0,00 kn	0,00 kn
UKUPNO	124.911	494.761,00 kn	449.177,80 kn	45.583,20 kn

Tablica 7. Naplata potraživanja po osnovi turističke pristojbe po vrstama objekata (prvih 9 mjeseci)

Objekt - vrsta naplate	Broj objekata	Broj smještajnih jedinica	Broj stalnih kreveta	Broj pomoćnih kreveta
Objekti u domaćinstvu	133	402	1.048	216
Hoteli	1	115	245	
UKUPNO	134	517	1.293	216

Tablica 8. broj smještajnih objekata po vrsti naplate 2021.

Značajan utjecaj na financijske rezultate 2020. imala je odluka Vlade RH, odnosno MINT(S)-a da se u 2021. umanjuje iznos paušalnog iznosa turističke pristojbe za 50%, te da se ne naplati pristojba za pomoćne ležajeve. Na isti način je prepolovljena i obveza za paušal za članarinu TZ.

Za planiranje u 2022. uzeti su u obzir ukupni turistički, medijski objavljeni rezultati, te ne očekujemo ovakva smanjenja obveza.

Također, za područje naše općine bitno je da je hotel opet počeo raditi, te u 2022. očekujemo dulju sezonu, pa time i povećanje prihoda.

POJEDINAČNO PLANIRANI ZADACI PREMA GRUPAMA

PRIHODI **505.000,00 kn**

1. Izvorni prihodi **340.000,00 kn**

1.1. Turistička pristojba **300.000,00 kn**

Izvorni prihodi turističkih zajednica su turistička pristojba i članarina turističkim zajednicama.

Turističku pristojbu u 2022. raščlanjujemo na:

- Turistička pristojba u smještajnim objektima 290.000 kn
- Turistička pristojba nautičari 10.000 kn

Što čini ukupno planirani prihod od turističke pristojbe od 300.000,00 kn.

1.2. Članarina **40.000,00 kn**

2. Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog **40.000,00 kn**

Prihodi iz Općine Trpanj 10.000,00 kn

Sukladno dosadašnjoj dobroj i uhodanoj praksi, Općina Trpanj u svom proračunu osigurava sredstva za:

- Za događanja 10.000 kn

Županijski proračun – za događanja 30.000 kn

3. Prihodi od sustava turističkih zajednica **30.000,00 kn**

Sredstva iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent koje dodjeljuje HTZ, a potom i RTZ prema LTZ u skladu s Pravilnicima i Javnim pozivima.

Sredstva iz Fonda za udružene turističke zajednice koje dodjeljuje HTZ u skladu s Pravilnikom i Javnim pozivom; Financijska potpora za projekte klastera Pelješac. Očekujemo da će u 2022. MINTS prihvatiti naše udruživanje

TZO Trpanj financijski sudjeluje s 1/6 u ukupnim troškovima, samim time bi i refundacija bila 1/6 ukupnog troška.

Ostale potpore, donacije, participacije i sl. koje se provode na svim razinama sustava sukladno odlukama, sporazumima, natječajima i ostalim načinima pisano regulirane suradnje.

4. Prihodi iz EU fondova **0,00 kn**

Nisu planirana sredstva.

5. Prihodi od gospodarske djelatnosti **0,00 kn**

Nisu planirani.

6. Preneseni prihodi iz prethodne godine **80.000,00 kn**

Iako je 2021. bila zahtjevna, pažnjom dobrog gospodara vodili smo računa da bismo u 2022. trebali i mogli prenijeti dostatna sredstva za početak pripreme sezone i osiguranje funkcioniranja administrativne strane turističke zajednice.

Navedeno je usko vezano sa potpunom naplatom obveza od naših članova.

7. Ostali prihodi **15. 000,00 kn**

Ostali prihodi su najam za bankomat od OTP banka d.d.

RASHODI **505.000,00 kn**

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE **22.000,00 kn**

1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

Izrada plana razvoja Pelješca s Institutom za turizam. Početne aktivnosti.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Ston, Janjina, Trpanj i Orebić

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti **10.000,00 kn**

Rokovi realizacije aktivnosti: studeni 2022.

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

Benchmarking je sredstvo učenja od najboljih, što posebno vrijedi za destinacijski benchmarking. Treba naglasiti da turističku destinaciju određuje njezin poslovni model i ona ne konkurrira s destinacijama sličnih obilježja već s destinacijama koje imaju isti poslovni model. Zato je izuzetno važno procijeniti poslovni model određene destinacije kao i način na koji model funkcionira. Cilj je procjene određivanje smjera razvoja sustava destinacije u budućnosti, odnosno načina osiguravanja njegove održivosti na dugi rok.²

Destinacijski benchmarking podrazumijeva kontinuirano mjerenje rezultata turističke destinacije, jake i slabe strane, i to kako u odnosu na vlastite rezultate, tako i u odnosu na rezultate nekih drugih destinacija u zemlji i inozemstvu, te u odnosu na nacionalne i međunarodne sustave mjerenja kvalitete, pri čemu se koriste primarni i sekundarni podaci s namjerom uspostavljanja prioriteta, određivanja ciljeva djelovanja i postizanja poboljšanja djelovanja da bi se ostvarila kompetitivna prednost.³

² Cetinski V., Juričić B.: Benchmarking i kvaliteta u turizmu, Konferencija Novi trendovi u turizmu i uslužnoj djelatnosti, Opatija, 2004., str. 9

³ Kozak M.: Destination benchmarking: Concepts, Practices and Operations, Wallingford, CABI Publishing, 2004., str. 16-19, 87

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Trpanj

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 10.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

Nulto mjerenje indikatora kvalitete destinacije, mjerenje indikatora održivog razvoja, mjerenje učinkovitosti rada turističke zajednice.

Elemente ćemo definirati u skladu sa postavljenim standardima IQM destination.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Trpanj, IQM destination

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 2.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: ožujak – studeni 2022.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA 140.000,00 kn

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda:

Klaster Pelješac u 2022. pristupit će izradi IQM pass - program dobrodošlice kojim će se objediniti ponuda cijelog Pelješca u cilju umrežavanja i vidljivosti.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Ston, Janjina, Trpanj, Orebić, IQM destination

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 10.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2022.

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda 0,00 kn

Implementacija sustava označavanja kvalitete -postavljanje standarda u destinaciji sukladno smjernicama i konceptualnim preporukama UNWTO-a (IQM).

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Ston, Janjina, Trpanj, Orebić, IQM destination

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 10.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2022.

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

Organizacija:

- Okusa Pelješca putem manifestacija koje naglašavaju pelješke posebnosti eno gastro ponude:
 - ✓ Ribarske večeri
 - ✓ Noći peljeških vina
 - ✓ Noć folklor

- Suorganizacija:
 - ✓ Gundulićeve večeri

- ✓ Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata (Dani otvorenih peljeških podruma), organizacija eno –gastro Festivala Peljeških okusa , Festivala soli i Festivala kapetana sa TZ sa poluotoka Pelješca

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Trpanj i partneri
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 100.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.

2.4. Turistička infrastruktura

Održavanje postavljenih tabla.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Trpanj i općina
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 5.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: 2022

2.5. Podrška turističkoj industriji

Organizacija seminara/radionica.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Trpanj i partneri
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 5.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: 2022

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE 125.000,00 kn

3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

Prema planovima TZ DNŽ.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Trpanj i TZ DNŽ
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 5.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: 2022

3.2. Suradnja s organizatorima putovanja

Pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Trpanj, TZ DNŽ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 5.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.

3.3. Kreiranje promotivnog materijala:

Reprint brošure Trpnja, promotivni materijal za festivale klastera Pelješac i Trpanjsko kulturno ljeto.

Uz navedeno kandidirat ćemo zajednički projekt izrade karte Pelješca i tiska Vodiča Pelješca na fondove za udružene projekte.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Trpanj u suradnji s TZ s poluotoka

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 35.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2022.

3.4. Internetske stranice:

Upravljanje sadržajem i održavanje web mjesta www.visitrpanj.hr, www.peljesac.holiday

U skladu s najavom HTZ da će službeni web site pojedine TZ biti podomena na vršnoj domeni croatia.hr, pripreme radnje za izradu poddomene visitrpanj.croatia.hr, također prema zadnjim najavama iz HTZ, to će biti službeni web site svake pojedine TZ.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Trpanj

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 20.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.

3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka:

Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka, te priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Trpanj

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 10.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.

3.6. Turističko-informativne aktivnosti:

Upravljanje TIC-evima (funkcioniranje Turističko-informativnog centra uključujući plaće turističkih informatora).

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Trpanj

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 50.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT 23.000,00 kn

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor

Priprema materijala, prijevodi, i sve ostalo za aplikativna rješenja višeg ustroja TZ.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Trpanj

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 3.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

IQM, upravljanje kvalitetom u destinaciji.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Trpanj, Janjina, Trpanj i Orebić

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti 10.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2022.

4.3. Poticanje na uređenje destinacije:

Čišćenje i uređenje brdskih i pješačkih staza.

Postavljanje kemijskih wc-a na plažama Duba i Divna.

Organizacija akcije čišćenja podmorja u trpanjskom portu.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Trpanj

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti 10.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2022.

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije

0,00 kn

Nije planirano.

5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije

0,00 kn

Nije planirano.

6. ADMINISTRATIVNI RASHODI

128.000,00 kn

6.1. Plaće

Plaće zaposlenika lokalne turističke zajednice osim plaća informatora u turističko-informativnim centrima

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Trpanj

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti

120.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.

6.2. Materijalni troškovi:

Troškovi funkcioniranja ureda turističke zajednice (režijski troškovi, knjigovodstveni servis, uredska oprema i materijal, održavanje prostora, troškovi platnog prometa, odvjetnički i javnobilježnički troškovi, troškovi poštarine, stručno usavršavanje zaposlenika i sl.)

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Trpanj

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti

49.750,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.

6.3. Tijela turističke zajednice

Nije planirano.

7. REZERVA

25.250,00 kn

Rezerva 5% za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti (Odlukom Turističkog vijeća moguća je alokacija sredstava rezerve na ostale pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivnosti).

8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

Nije predviđen manjak u 2021.

PRATEĆE ODLUKE I UPUTE

- ✓ DIREKTORICA TZO Trpanj
Provodi poslovne aktivnosti sukladno zakonskim i provedbenim aktima.
O svom radu izvješće podnosi turističkom vijeću najmanje jednom(1) godišnje, ili na zahtjev turističkog vijeća.
- ✓ TURISTIČKI URED
Turistički ured je stručna služba TZO Trpanj koja, ustrojena sukladno Statutu, realizira Program rada i druge odluke tijela TZO Trpanj.
Ovaj prijedlog programa rada TZO Trpanj dužna je dostaviti TZ DNŽ najmanje 15 dana prije održavanja sjednice Skupštine na kojoj se odlučuje o programu rada.
- ✓ TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE TRPANJ
 - SKUPŠTINA
Skupština TZO Trpanj zasjeda 2 puta godišnje i raspravlja o ključnim dokumentima, programu rada s financijskim planu i o njihovom izvršenju, te vrši nadzor rada TZO Trpanj. Raspravlja i o drugim važnim pitanjima iz djelokruga sustava turističkih zajednica.
Skupština posebno nadzire:
 1. Vođenje poslova TZ
 2. Materijalno i financijsko poslovanje i raspolaganje sredstvima TZ
 3. Izvršenje i provedbu programa rada TZ
 - TURISTIČKO VIJEĆE
Turističko vijeće zasjeda po potrebi, više puta godišnje. Na sjednice Turističkog vijeća uz članove mogu biti pozvani i gosti ukoliko svojom stručnošću ili položajem mogu značajno doprinijeti rješavanju pojedinih pitanja iz predloženog dnevnog reda pojedine sjednice.
Turističko vijeće izvješće o svom radu podnosi Skupštini jednom(1) godišnje.
Izvješće sadrži:
 1. Informacije o održanim sjednicama
 2. Informacije o donesenim aktima
 3. Način praćenja izvršenja programa rada i financijskog plana
 - GODIŠNJE IZVJEŠĆE
Godišnje izvješće o izvršenju zadaća, analizu i ocjenu ostvarenja programa s financijskim planom na kraju godine predložit će Turističko vijeće, te ga dati Skupštini na usvajanje.
Godišnje izvješće se priprema u skladu s metodologijom koju je dostavimo MINTS i HTZ.

Na temelju članka 20. Statuta Turističke zajednice općine Trpanj Skupština Turističke zajednice općine Trpanj na sjednici koja je održana kao e-sjednica od 07.12.-15.12.2021. godine donosi

ODLUKU O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TZO TRPANJ ZA 2022.

Članak 1.

Za izvršenje financijskog plana za 2022. godinu zadužuju se Turističko vijeće i direktorica TZO Trpanj sukladno odredbama o nositeljima pojedinih aktivnosti. Skupština ovlašćuje Turističko vijeće da može tijekom godine, u okviru ukupne svote, vršiti preraspodjelu i prenamjenu pojedinih stavki Financijskog plana u skladu s izmjenama i dopunama Programa rada za 2022. koje će biti donesene na sjednicama Turističkog vijeća.

Članak 2.

Direktorica TZO Trpanj samostalno odlučuje o iznosima do 5.000 kn za neplanirane aktivnosti.

Članak 4.

Ova odluka stupa na snagu danom donošenja.

Predsjednik TZO Trpanj

Jakša Franković