



**SYMBOL  
OF THE ADRIATIC.**

BOL TOURIST BOARD

# **PROGRAM RADA TZO BOL ZA 2025. GODINU SA FINANCIJSKIM PLANOM**

Studeni 2024.

## Sadržaj

Uvod.....	3
1. Program rada turističke zajednice – polazište .....	13
2. Osnovne smjernice planiranja .....	30
3. Aktivnosti .....	31
4. Struktura planiranja – tablični prikaz .....	44
5. Izvješće o izvršenju programa rada .....	45
Zaključak.....	50

## Uvod

### 1.1.0 dokumentu

*Kao i prethodnih godina Prijedlog programa rada TZO Bol predstavlja temeljne odrednice – polazišta, na osnovu kojih su definirani strateški ciljevi i smjernice kao preduvjet razvojnog okvira TZO Bol. Prijedlog programa rada se izrađuje krajem godine za narednu, a polazišna točka za rad je prijedlog četverogodišnjeg plana rada koji je izrađen pri inicijalnoj prijavi a u okviru kojeg su određena osnovna strateška usmjerenja za naredni četverogodišnji period. Obzirom na složenost kulturno-turističkih proizvoda te brojnost dionika čija je uključenost nužna za razvoj, ovaj Prijedlog podrazumijeva usku suradnju svih zainteresiranih dionika počevši od lokalne zajednice. U tom je smislu provedba aktivnosti plana zasnovana na principu intenzivne suradnje tijekom čitavog procesa. Pristup se temeljio na dobrom razumijevanju polazišnih osnova za razvoj te istraživanju stavova dionika o prilikama za unapređenje turističke ponude Bola i izazovima koje je potrebno premostiti.*

Dokument je izrađen temeljem članka 55. i 57. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) a sukladno Metodologiji i obveznim uputama za izradu godišnjeg programa rada i izvješću o izvršenju godišnjeg programa rada za sve razine sustava turističkih zajednica.

Temeljem članka 3. Zakona o pravu na pristup informacijama (»Narodne novine«, broj 25/13, 85/15) uređeno je pravo na pristup informacijama fizičkim i pravnim osobama putem otvorenosti i javnosti djelovanja tijela javne vlasti. Turistička zajednica Općine Bol javnost informira putem službene web stranice dokumentima i informacijama koje posjeduje i koji su javno dostupni u elektroničkom obliku i moguće im je pristupiti bez upućivanja posebnog zahtjeva, a pristup svim ostalim informacijama i dokumentima ostvaruje se podnošenjem usmenog ili pisanog zahtjeva. Osim navedenog TZO Bol s zainteresiranim strankama komunicira i putem društvenih mreža Instagram i Facebook.

## 1.2. Analiza postojećeg stanja

### 1.2.1. Trendovi na međunarodnom tržištu

U nedavnom izvješću Intrepid Travela 'Održiva budućnost za putovanja'—koje je objavljeno u suradnji s agencijom za predviđanje trendova The Future Laboratory "People-Positive" putovanja su označena kao "nasljednik" održivog putovanja. U buduću će se regenerativna putovanja usredotočiti na putovanja vođena društvom umjesto proizvodom, s pozitivnim putovanjima usmjerenim na stvaranje dubljih ljudskih veza, kao i na razmatranje utjecaja na okoliš i društvo. Inkluzivnost će također biti ključna, s putničkim tvrtkama poput *Intrepida* koje će se usredotočiti na društvene promjene kroz povezivanje. Usredotočenost na lokalne zajednice također će biti ključna, pomažući spriječiti 'curenje turizma', kada novac istječe iz destinacija. "Jedan od problema s turizmom u ovom trenutku je taj što je suprotan od regenerativnog", objašnjava Darrell Wade, suosnivač i predsjednik Intrepid Travela. "To je ekstraktivno – i ne može se nastaviti još dugo".

Svjetska turistička organizacija (UNWTO) objavila je značajna istraživanja o globalnim trendovima u turizmu i prognozama oporavka za 2025. godinu.

Oporavak koji ide prema razini prije pandemije: Međunarodni turizam očekuje potpuni oporavak na razinu prije pandemije do kraja 2024. godine, nakon snažnog rasta tijekom 2023. godine, kada su međunarodni dolasci dosegli 88% onih iz 2019. godine. Ovaj oporavak potaknut je akumuliranom potražnjom, poboljšanom zračnom povezanošću i ponovnim otvaranjem azijskih tržišta.<sup>1</sup>

Regionalne performanse: Podatci pokazuju kako Bliski Istok prednjači globalno gledano, s dolascima koji u 2024. godini premašuju brojke iz 2019. godine za 26%. Afrika i Europa također bilježe snažan oporavak, dostižući ili premašujući brojke prije pandemije u nekoliko regija, dok azijsko-pacifička regija donekle kaska, dosegnuvši 82% brojki iz 2019. godine.

---

<sup>1</sup> International Tourism to Reach Pre-Pandemic Levels in 2024 All Regions  
19 Jan 2024, preuzeto sa: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024>

Ekonomski učinak: Tijekom 2023.godine, prihodi od međunarodnog turizma iznosili su oko 1,4 bilijuna USD, što je za samo 7% manje od referentne 2019. godine. Ukupni prihodi od turizma, uključujući putnički prijevoz, dosegli su 1,6 bilijuna USD. Izravni doprinos turizma globalnom BDP-u u 2023. godini bio je 3,3 bilijuna USD, što je poprilično blizu predpandemijskim brojkama.<sup>2</sup>

Izgledi za budućnost: Ključni čimbenici uključuju ponovni izlazak kineskih putnika na inozemna tržišta i poboljšane „vizne“ politike u regijama poput Bliskog Istoka i Afrike. UNWTO redovito objavljuje ažuriranja u *Svjetskom turističkom barometru*, koji prati kratkoročne trendove i daje projekcije za sektor. Njihov fokus na održivost, otpornost i inkluzivni rast ističe viziju organizacije za uravnotežen oporavak turizma kao grane. Predviđa se da će turizam dosegnuti nove vrhunce, međutim, izazovi poput inflacije, geopolitičke nestabilnosti i troškova života mogli bi ograničiti rast. Inovacije u industriji, uključujući AI i održive prakse, igrat će ključnu ulogu u oblikovanju budućih turističkih iskustava. Budućnost turizma leži u ravnoteži između inovacija, održivosti i preferencija potrošača. Prihvatanjem ovih trendova, industrija je na dobrom putu da ponudi bogatija i utjecajnija iskustva, istovremeno rješavajući globalne izazove. Neka od relevantnijih istraživanja provedena u 2024. godini te izvora koji su citirani za analizu trendova u turizmu pri izradi ovog plana svakako uključuju:

#### 1. Euromonitor International

- Globalni turistički trendovi, izazovi održivosti i prognoze za industriju. Uvidi o klimatskim ciljevima, oporavku nakon pandemije i strategijama održivosti.

#### 2. Expedia Group (Izvešće *Unpack '24*)

- Preference putnika, takozvana „iskustvena putovanja“ i promjene u izboru smještaja. Podaci crpljeni iz više izvora poput *Expedia*, *Hotels.com* i *Vrbo-a*, potkrijepljeni globalnim istraživanjem u 14 zemalja.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> World Tourism Barometer (PPT version)

Volume 22 · Issue 1 · January 2024, preuzeto sa: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-01/barometer-turism-data-ppt-jan24.pdf?VersionId=ua6xuwZCeveZWEzblFVP5eXUmGszXhXs>

<sup>3</sup> RESEARCH & INSIGHTS, Discover the latest traveler data, trends, and insights preuzeto sa: <https://partner.expediagroup.com/en-us/resources/research-insights>

### 3. Amadeus Travel Trends Report

- Kombinirana putovanja (rad i slobodno vrijeme), integracija tehnologije i novi obrasci ponašanja putnika. Analiza o primjeni umjetne inteligencije u turizmu i rastu održive tehnologije putovanja.

### 4. Skyscanner Travel Trends

- Preference vezane uz letove, trendovi štednje i ponašanje ekološki osviještenih putnika. Istraživanje o popularnosti putovanja vlakom i alternativnim destinacijama.

### 5. Booking.com Travel Predictions (Predviđanja)

- Uvidi u ponašanje putnika 2024., uključujući potražnju za jedinstvenim smještajem i lokalnim iskustvima. Anketa ističe očekivanja potrošača za ekološki prihvatljivim opcijama.

### 6. Svjetski savjet za putovanja i turizam (WTTC)

- Procjene ekonomskog utjecaja, globalni oporavak turizma i buduće perspektive. Naglasak je stavljen na izazovima industrije poput geopolitičkih tenzija i inflacije.

### 7. OnePoll ankete (za Expedia Group)

- Provedene je ankete o promjenjivim željama i preferencijama putnika na globalnoj razini. Obuhvaćene teme uključuju kulturni turizam, "alternativne destinacije" i putovanja motivirana glazbom i festivalima.

Kao zaključak istraživanja nameće se misao kako turizam prolazi kroz značajne transformacije pod utjecajem promjenjivih preferencija potrošača, tehnološkog napretka i izazova vezanih uz održivost. Aktualni trendovi i buduće projekcije pokazuju dinamične promjene u načinu na koji ljudi putuju i razloge zbog kojih to čine. Moderni putnici sve više preferiraju značajna iskustva umjesto tradicionalnog razgledavanja. Aktivnosti poput wellness povlačenja, volonturizma i kulturne integracije postaju sve popularnije.

Putnici traže osobnu transformaciju i dublje veze s lokalnim kulturama i prirodom, što označava odmak od isključivo rekreativnih putovanja. Ovaj trend će vjerojatno rasti kako potrošači sve više vrednuju svrhovita i samorazvojna putovanja.

Korištenje tehnologije u turizmu brzo se širi. Beskontaktna rješenja, planiranje putovanja pomoću umjetne inteligencije i virtualni prikazi destinacija mijenjaju turističko iskustvo. Ove tehnologije povećavaju praktičnost, zdravstvenu sigurnost i personalizaciju, čineći putovanja dostupnijima i učinkovitijima. S nastavkom napretka, alati poput AI planera putovanja i električnih letjelica s vertikalnim uzlijetanjem mogli bi postati uobičajeni. Važno je napomenuti kako je održivi razvoj također prominentna tema, kako za putnike tako i za dionike u turizmu. Putovanja vlakom doživljavaju renesansu zbog nižeg utjecaja na okoliš u usporedbi s avionskim putovanjima.

Destinacije i tvrtke prilagođavaju se nudeći ekološki prihvatljive smještaje i prijevozne opcije. Međutim, postizanje klimatskih ciljeva turizma, poput neto nulte emisije do 2050., zahtijeva sustavne promjene. Porast rada na daljinu potaknuo je nove obrasce putovanja, pri čemu "workation" (poslovni odmor) postaje sve popularniji.

Destinacije prilagođavaju ovu demografsku skupinu poboljšanjem digitalne infrastrukture i nudeći poticaje za privlačenje radnika na daljinu.

Ovaj trend briše granice između rada i slobodnog vremena, omogućujući putnicima istraživanje svijeta bez ugrožavanja karijere. Domaći turizam i kratka putovanja (mikro odmori) postaju sve popularniji, nudeći pristupačne i manje stresne opcije putovanja. Ovi trendovi nastali su tijekom pandemije, ali nastavljaju rasti kako putnici otkrivaju čari lokalnih destinacija i smanjuju stres povezan s dugotrajnim putovanjima.

Popularna kultura, uključujući filmove i glazbu, također značajno utječe na izbor destinacija. Destinacije koje se pojavljuju u medijima ili su povezane s glazbenim turnejama bilježe povećani interes turista. Na primjer, koncerti i festivali potiču rast putovanja, a obožavatelji planiraju putovanja oko događanja.

Sukladno analizi trendova generirana je tablica koja sažima ključne podatke i trendove u turizmu za 2024. godinu:

Kategorija	Ključni podaci (2024)	Napomene
Globalni turistički dolasci	96% razine iz 2019. godine	Približno 790 milijuna dolazaka u prvih sedam mjeseci
Najuspješnije regije	Bliski Istok: +26% u odnosu na razinu iz 2019.	Afrika: +7%, Europa: 99%, Amerike: 97%, Azija-Pacifik: 82%
Prihodi od turizma	1,4 bilijuna USD (siječanj–srpanj 2024.)	47 od 63 izvještavajuće zemlje vratile su prihode na razinu prije pandemije
Potrošnja putnika u inozemstvu	SAD: +32%, UK: +40%, Njemačka: +38%	Jaka potražnja za međunarodnim putovanjima unatoč ekonomskim izazovima
Ekonomski doprinos	BDP turizma: 3,4 bilijuna USD	Ekvivalentno 3% globalnog BDP-a, blizu razine prije pandemije
Trendovi održivosti	35% preferira održive opcije putovanja	Ekološki osviještena putovanja i popularnost željeznica ubrzano rastu
Posebni obrasci putovanja	Tržište "kombiniranih putovanja" dosegnut će 300 milijardi USD	Kombiniranje rada i slobodnog vremena

\*Tablicu izradio autor

Izdvojena ključna zapažanja:

- Napredak oporavka:** Regije poput Bliskog Istoka i Afrike pokazuju izuzetan oporavak, dok Azija-Pacifik zaostaje, ali bilježi stalan napredak
- Fokus na održivost:** Sve više putnika pokazuje interes za ekološki prihvatljiva putovanja, poput željezničkog prijevoza umjesto zračnog prijevoza.
- Povratak potrošnje:** Mnogi veliki izvori međunarodnih putnika, poput SAD-a i UK-a, bilježe snažan rast potrošnje, što ukazuje na uspješan oporavak međunarodnog turizma



## 1.2.2. Pregled stanja turističkog razvoja u destinaciji

### 1.2.2.1. Održivo upravljanje resursima - potrebe

Turizam u Bolu kao jedan od imperativa podrazumijeva odgovorno upravljanje resursima, osobito vodom i energijom. S obzirom na to da se otok Brač suočava s izazovima u opskrbi vodom, važno je promovirati štednju vode, korištenje sustava za reciklažu i upotrebu tehnoloških inovacija koje smanjuju potrošnju. U nekim hotelima i privatnim smještajima već postoje određeni sustavi za ponovnu upotrebu voda (iako se ne radi o otpadnim vodama) dok se u jednom većem hotelu reciklira morska voda za kupaće u bazenima, a mnogi objekti koriste i solarne panele i druge oblike obnovljivih izvora energije.

Nadalje, Bol se sve više usmjerava na razvoj zelenih tehnologija i ekološki prihvatljivih transportnih opcija. Biciklističke staze, električni automobili i javni prijevoz postaju ključne komponente strategije održivog turizma, omogućujući posjetiteljima da istraže otok bez velikog utjecaja na okoliš.

Zeleni turizam uključuje i poljoprivredne aktivnosti, kao što su berbe maslina, te mogućnost sudjelovanja u tradicionalnoj proizvodnji maslinovog ulja, čime se povezuje turizam s očuvanjem tradicionalnih zanata i gastronomije. Održivi turizam u Bolu ne odnosi se samo na ekološke aspekte, već i na očuvanje kvalitete života lokalne zajednice. Uključivanje lokalnih ljudi u turističke aktivnosti, omogućavanje im da zadrže svoju autentičnost i tradiciju, te podupiranje malih obiteljskih biznisa, doprinosi ravnoteži između razvoja turizma i dobrobiti lokalne zajednice. Zeleni smještaj, ekoturizam i manja, obiteljska poduzeća ključni su za održivost turizma, jer omogućuju posjetiteljima da dožive autentični Brač, a istovremeno pružaju poslove i prilike za lokalne ljude.

Obzirom na dugu tradiciju vinogradarstva turizam bi se mogao bi usmjeriti i na razvoj vinskih cesta i degustacija, gdje posjetitelji mogu uživati u autentičnim okusima i mirisima ovog kraja, ali i sudjelovati u radovima u vinogradima, što je odlična prilika za održivi turizam, posebice ako se uzme u obzir neiskorišteni adut prve Dalmatinske vinarske zadruge u Boli iz 1902. godine. Budući da je otok Brač kao cjelina jedan kontinuitet života koji se može promatrati iz različitih uglova i perspektiva, bilo da se radi o njegovoj umjetničko-baštinskoj, jezičnoj ili sociološkoj dimenziji, jedan mali dio tog kontinuiteta i različitih perspektiva gledišta može se iščitati upravo kroz fenomen zadruga.

Otok Brač ima dugu tradiciju zadrugarstva, koja odražava napore otočana u poljoprivredi, ribarstvu i drugim gospodarskim djelatnostima.

### 1.2.2.2. Analiza - Poduzetnički centar Aktiva

Turistička zajednica Općine Bol još 2023. godine angažirala je Poduzetnički centar Aktiva kako bi napravio analizu potreba i trenutnog stanja turističkog razvoja u destinaciji. Podatci dobiveni tom analizom kurentan su i relevantan izvor za izradu kako prošlogodišnjeg tako i ovogodišnjeg plana rada TZO Bol. Cilj tih aktivnosti je bila izrada akcijskog plana, odnosno konkretnog popisa zadataka koje je potrebno odrediti i odraditi kako bi se kreirale pozitivne dugoročne promjene u razvoju Bola kao U anketnom istraživanju uvažavajući analizu stanja hrvatskog turizma s posebnim naglaskom na ključne izazove te stremeći ostvarenju kvalitativnog pomaka iz neodrživog koncepta turističkog razvoja k održivom turizmu visoke dodane vrijednosti, identificirane su razvojne potrebe i razvojni potencijali. S ciljem kreiranja slike općeg stanja razvoja turizma u općini Bol, definiranja ključnih problema, potencijala i prijedloga za unapređenje razvoja turizma u navedenoj destinaciji provedena su dva istraživanja za koje su formirani anketni upitnici.

### Opće stanje razvoja turizma u općini Bol

Opću anketu je popunilo ukupno 150 ispitanika, od čega 68% ispitanika ima direktne koristi od turizma u općini Bol, najčešće kroz iznajmljivanje smještaja, što daje uvid jednako u stavove onih koji su direktno uključeni u razvoj turizma, ali i onih koji od turizma nemaju direktne osobne koristi, ali na koje turizam svakako utječe. Na taj način, dobiveni rezultati oslikavaju realniju sliku stanja turizma u Općini Bol, uključujući perspektive različitih dionika, koji turizam promišljaju i subjektivno i objektivno.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Akcijski plan razvoja turizma TZO Bol, NARUČITELJ Turistička zajednica Općine Bol, IZRADIVAČ Poduzetnički centar Aktiva d.o.o., lipanj 2023

## Ocjena elemenata turističkog razvoja općine Bol

	prosjek
Dostupnost turističkih informacija prije dolaska u destinaciju	3,3
Turistička signalizacija u destinaciji	3,2
Prometna dostupnost	3,0
Trenutna turistička ponuda	2,8
Prilagođenost turističke ponude turistima (npr, jezik, brošure...)	3,2
Broj plaža	4,1
Tematske plaže	2,9
Kulturni sadržaj	3,0
Sportski sadržaj	3,1
Ponuda izleta	3,5
Kvaliteta gostiju	2,7
Broj manifestacija	3,0
Kvaliteta manifestacija	2,6
Broj i kvaliteta stručnog turističkog kadra	2,8
Ponuda turističkog sadržaja u pred i post sezoni	2,1
Ponuda kvalitetnih suvenira	2,5
Dostupnost domaćih proizvoda	2,5
Kvaliteta ugostiteljske ponude	2,8
Zastupljenost autohtonih specijaliteta u restoranima	2,2

IZVOR | Istraživanje, Poduzetnički centar Aktiva

## Ocjena važnosti specifičnih oblika turizma

	prosjek
Eko turizam	3,4
Nautički turizam	3,4
Avanturistički turizam	3,7
Gastro turizam	3,5
Ruralni turizam	3,5
Kulturni turizam	3,7
Obiteljski turizam	3,7
Zdravstveni turizam	3,4

IZVOR | Istraživanje, Poduzetnički centar Aktiva

## Uloga TZO Bol u kvalitetnijem razvoju turizma u Bolu

	prosjeak
U povezivanju dionika turističke ponude	13,8%
U podizanju kvalitete usluge i proizvoda	16,1%
U implementaciji lokalnih proizvoda u turizam	16,1%
U umrežavanju s drugim turističkim zajednicama	11,3%
Donošenjem standarda, da možemo raditi po sličnim pravilima	12,5%
Edukacijama o potrebnim znanjima da povećamo konkurentnost	13,6%
Da osvijestimo naše mogućnosti i pokrenemo pozitivne promjene	14,7%
Nije nam potrebno ništa od navedenog	0,63%
Ostalo ( <i>molimo upišite</i> ):	1,27%

IZVOR | Istraživanje, Poduzetnički centar Aktiva

Rezultat ove aktivnosti jest izrađeno izvješće koje se sastoji od sistematiziranih općih, turističkih i finansijskih pokazatelja, te popratnih bilješki koje ukazuju na uočene probleme. Izvješće je dostupno na internetskoj stranici Poduzetničkog centra Aktiva na sljedećoj poveznici: <http://www.poduzetnickicentar-aktiva.com/ocijeni-turizam-u-bolu/>. Na osnovu provedenog istraživanja, anketnog ispitivanja i održanih fokus grupa izrađen je Akcijski plan koji će bit predložen Turističkom vijeću te javno objavljen na stranicama TZO Bol. Akcijskim planom obuhvaćeni su brojni projektni prijedlozi koje je potrebno provesti kako bi se postigle pozitivne kratkoročne i dugoročne promjene, utemeljene u potrebama iskazanim kroz provedena istraživanja.

Za svaki projektni prijedlog se jasno definira opis projektnih aktivnosti, nositelj, odnosno izvršitelj aktivnosti, potencijalni izvor financiranja, te razdoblje provedbe.

Upisana je i referenca na relevantni dokument višeg ranga, gdje je bilo relevantno, kako bi se mogla ostvariti lakša poveznica prilikom pripreme i prijave projektnih prijedloga na različite turističkoj zajednici dostupne natječaje i javne pozive.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Akcijski plan razvoja turizma TZO Bol, NARUČITELJ Turistička zajednica Općine Bol, IZRADIVAČ Poduzetnički centar Aktiva d.o.o., lipanj 2023

# 1 Program rada turističke zajednice – polazište

---

*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:*

**I. 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.

- Razvoj i promocija brenda destinacije: Prvi korak u marketinškoj strategiji destinacije je izgradnja snažnog i prepoznatljivog brenda. Bol treba istaknuti svoje jedinstvene karakteristike kao što su Zlatni rat, prirodne ljepote, kulturna baština i ekološki turizam. Kroz brandiranje se mogu naglasiti specifičnosti koje Bol čine posebnom destinacijom, a na temelju toga se može razviti prepoznatljiv vizualni identitet (logo, slogan, boje) SymBoloftHeAdriatic #symboloftheadriatic;

- Digitalni marketing (SEO, društvene mreže, web stranica) S obzirom na trendove u turističkom sektoru, online prisutnost postaje ključna za promociju destinacije. Neke od ključnih aktivnosti uključuju:

- Optimizacija za tražilice (SEO), aktivnost na društvenim mrežama, ažurirana i korisnicima prilagođena web stranica koja nudi sve informacije o destinaciji – od smještaja, aktivnosti, restorana, do kulturnih manifestacija.

- Različita sportsko kulturna događanja - zabavni eventi koji stvaraju i/ili podižu razinu prepoznatljivosti destinacije i motivi su dolaska u destinaciju Bol;

- Razvoj i promocija specijaliziranih turističkih paketa koji uključuju različite vrste turizma: ekoturizam, kulturni turizam, avanturistički turizam (planinarenje, biciklizam), wellness turizam, te luksuzni turizam. Kroz tematske pakete (npr. "Vinski turizam Brač", "

Wellness odmor na Braču", "Biciklističke ture Bračem"), destinacija može privući specifične ciljne skupine.

**II. 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. U suradnji sa ostalim Turističkim zajednicama otoka Brača se planira projektno udruživanje, kao i apliciranje na natječaj Lokalne akcijske grupe u ribarstvu Brač.

- Konzultacije s lokalnim stanovništvom i organizacijama: Kroz javne tribine, sastanke i forume, lokalna zajednica može izraziti svoje stavove i prijedloge o tome što smatra važnim za očuvanje i promociju, bilo da se radi o očuvanju kulturne baštine, održivom upravljanju prirodnim resursima ili promociji lokalne gastronomije.
- Poticanje lokalnog angažmana: Uključivanje lokalnih poduzetnika, zanatlija, poljoprivrednika i umjetnika u razvoj turističkih proizvoda, kao i njihovo predstavljanje turistima kroz vođene ture, radionice i manifestacije

**III. 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.

- Poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji, razvijati svijest o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma s naglaskom na zaštitu okoliša kao i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja i koristi koje lokalna zajednica ima od turizma te aktivno uključivanje TZ u korištenje sredstava EU fondova.
- Aktivna suradnja s lokalnim restoranima, hotelima, vinarijama, ugostiteljskim objektima i organizatorima manifestacija ključna je za promociju i razvoj održivog turizma. Razvoj zajedničkih promotivnih kampanja i paketa za posjetitelje, poput popusta na smještaj uz najam bicikala, ili specijalnih gastronomskih večeri, može poboljšati iskustvo turista i produžiti njihov boravak.

Vrijednosti koje TZO Bol implementira u sve sfere svog poslovanja su:

- **SURADNJA I TIMSKI RAD** - Suradnja s različitim ustanova koje djeluju u području turizma, sporta i kulture, predstavnicima gospodarstva i društva u svrhu unapređivanja procesa stvaranja kvalitetne turističke ponude
- **RAZNOLIKOST I INKLUZIJA** - Poštivanje prava, običaja, razlika i dostojanstva drugih. Inkluzija svih pripadnika društva u aktivnosti koje organizira TZO
- **ETIČNOST** - Iskrenost i integritet kao misao vodilja u svim poslovima i segmentima djelovanja te visoka razina odgovornosti za vlastite radnje i postupke
- **IZVRSNOST** - Savjesna potraga za izvrsnošću u radu, istraživanju i edukaciji
- **DRUŠTVENA ODGOVORNOST** – Odgovorno i održivo upravljanje vlastitim poslovnim procesima kako bi se ostvario pozitivan učinak na društvo u cijelosti
- **INOVATIVNOST** - Inovativnost i kreativnost pri kreiranju vrhunskog kulturno-turističkog doživljaja

## OSTVARENA NOĆENJA I STRUKTURA GOSTIJU U DESTINACIJI BOL 2024.

Tablice 1., 2., 3. i 4. Statistička analiza po mjesecima

I - VI	2024.		2023.		I 2024/2023
Domaći	16.065	10%	13.922	10%	115
Strani	140.310	90%	120.968	90%	116
Ukupno	156.375	100%	134.890	100%	116

VII - VIII	2024.		2023.		I 2024/2023
Domaći	52.703	15%	44.346	14%	119
Strani	288.388	85%	279.265	86%	103
Ukupno	341.091	100%	323.611	100%	105

IX - XI	2024.		2023.		I 2024/2023
Domaći	11.535	10%	14.750	13%	78
Strani	100.387	90%	96.869	87%	104
Ukupno	111.922	100%	111.619	100%	100

Ukupno	2024.		2023.		I 2024/2023
Domaći	80.341	13%	73.027	13%	110
Strani	529.241	87%	497.322	87%	106
Ukupno	609.582	100%	570.349	100%	107

Tablica 5: Hotelski smještaj

	2024.		2023.		I 2024/2023
Domaći	46.885	13%	42.766	14%	110
Strani	305.125	87%	269.240	86%	113
Ukupno	352.010	100%	312.006	100%	113



Tablica 6: Privatni smještaj

	2024.		2023.		I 2024/2023
Domaći	30.113	13%	25.153	11%	120
Strani	197.498	87%	198.020	89%	100
Ukupno	227.611	100%	223.173	100%	102

Tablica 7: Nekomercijalni smještaj

	2024.		2023.		I 2024/2023
Domaći	2.683	15%	4.467	26%	60
Strani	14.756	85%	12.658	74%	117
Ukupno	17.439	100%	17.125	100%	102

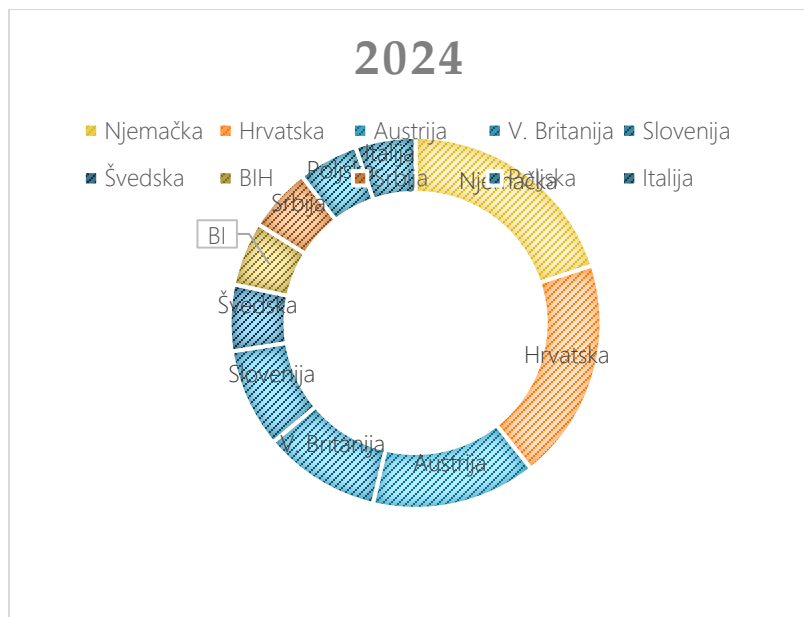
Tablica 8: Kampovi

	2024.		2023.		I 2024/2023
Domaći	614	4%	628	4%	98
Strani	11.434	96%	17.114	96%	67
Ukupno	12.048	100%	17.742	100%	68

Tablica 9: Struktura gostiju -noćenja

	2024.		2023.		I 2024/2023
Njemačka	83.170	14%	84.861	15%	98
Hrvatska	80.341	13%	73.027	13%	110
Austrija	59.678	10%	57.384	10%	104
V. Britanija	42.444	7%	40.564	7%	105
Slovenija	35.946	6%	36.287	6%	99
Švedska	24.025	4%	21.448	4%	112
BIH	23.256	4%	19.838	3%	117
Srbija	23.209	4%	19.232	3%	121
Poljska	21.876	4%	19.612	3%	112
Italija	21.734	4%	22.791	4%	95

Graf 1. Grafički prikaz noćenja 2024.



Tablica 10. Struktura gostiju -dolasci

	2024.		2023.		I 2024/2023
Hrvatska	18.601	17%	16.656	16%	117
Njemačka	11.924	11%	12.362	12%	96
Austrija	8.843	8%	8.542	8%	104
V. Britanija	8.526	8%	8.354	8%	102
Slovenija	5.141	5%	5.139	5%	100
Italija	4.585	4%	4.615	4%	99
Švedska	4.347	4%	4.099	4%	106
BIH	4.093	4%	3.151	3%	130
Poljska	3.468	3%	3.032	3%	114
Srbija	2.544	2%	1.849	2%	138

Tablica 11. Ostvarena noćenja po mjesecima

	2024	2023	I 2024/2023
Ožujak	1.918	934	205
Travanj	14.309	11.193	129
Svibanj	45.948	33.446	137
Lipanj	93.348	88.471	106
Srpanj	169.223	159.426	105
Kolovoz	171.868	164.185	105
Rujan	89.008	88.322	101
Listopad	22.914	23.297	98

Tablica 12. Ostvarena noćenja 2024/2023

	2024		2023		I 2024/2023
Hotelski smještaj	352.010	58%	312.006	55%	113
Privatni smještaj	227.611	37%	223.173	39%	102
Nekomercijalni smještaj	17.439	3%	17.125	3%	102
Kampovi	12.048	2%	17.742	3%	68

Tablica 13. Ukupno ostvarena noćenja po organizaciji dolaska

	2024		2023		I 2024/2023
Agencijski	178.010	29%	163.342	29%	109
Individualno	431.572	71%	407.007	71%	106
Ukupno	609.582	100%	570.349	100%	107

Tablica 14. Broj turista po dobnoj strukturi

	2024	2023	I 2024/2023
0-17	20.161	17.213	117
18-34	30.016	29.400	102
35-54	39.924	37.670	106
55+	22.067	21.023	105

\* Sve tablice izrađene su sukladno podacima dostupnim na platformi e-Visitor i stranicama Državnog zavoda za statistiku <https://podaci.dzs.hr/>

Iz priloženih tablica možemo vidjeti kako smo u 2024. godini u odnosu na 2023. godinu imali porast broja noćenja u hotelskom smještaju od 13% te porast broja noćenja u privatnom smještaju od 2 %. Što se tiče hotelskog smještaja, porast možemo pripisati ranijem otvaranju hotela te dolascima organiziranih skupina turista sa Islanda te Francuske u ranoj predsezoni tj. U 4. i 5. mjesecu. ITF teniskim turnirima koji su krajem 5.-og mjeseca i početkom 6.-og. Mjeseca privukli preko 150 igrača te njihove pratnje iz više od 25 različitih zemalja. Porast u privatnom smještaju od 2 % možemo pripisati svim prethodno navedenim čimbenicima, ali i većoj angažiranosti domaćina u prijavljivanju gostiju. Jedan od razloga većoj angažiranosti domaćina u prijavljivanju gostiju je i aplikacija mVisitor za prijavu turista na puno jednostavniji i lakši način putem mobilnih uređaja, jednostavnim skeniranjem osobnog dokumenta. Jedini pad u broju noćenja je zabilježen u kategoriji kampova gdje je ostvaren pad noćenja od 32 %. Tu činjenicu možemo pripisati smanjenju broja obveznika sa 6 na 5, dakle došlo je do potpunog zatvaranja jednog od kampova te djelomično zatvaranje kapaciteta drugog kampa.

Što se tiče strukture gostiju, pozitivan trend rasta bilježimo na tržištima Hrvatske, Austrije, V.Britanije, a iznimno nas veseli i povratak Gostiju iz Švedske koji su u odnosu na 2023. ostvarili rast od 12 % te porast noćenja ostvarenih od strane Poljaka, također od 12 % u odnosu na 2023.g.. Porast broja noćenja iz ovih dviju zemalja nas iznimno veseli iz razloga što smo na tim tržištima prethodnih godina bilježili pad. Interesantna je i činjenica kako su u Bolu po broju dolazaka najbrojniji gosti Hrvati, a kada te domaći prepoznaju znaju da vrijediš (op.a.). Također ističemo i činjenicu kako dobro kotiramo među susjednim zemljama gdje bilježimo rast noćenja gostiju iz BIH od 17 %, rast noćenja turista iz Srbije od 21 % te minimalan pad noćenja turista iz Slovenije od 1 %.

Sukladno svemu navedenom ali i novim zakonskim regulativama formiranje razvoja turističkih proizvoda destinacije Bol uvelike će se naslanjati i na krovne dokumente poput *Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine RH*.

Strategija je akt je strateškog planiranja hrvatskog turizma za razdoblje do 2030. godine, usklađen s Nacionalnom razvojnom strategijom Republike Hrvatske do 2030. godine i temeljnim dokumentima i politikama Europske unije i Republike Hrvatske, uključujući Nacionalni plan oporavka i otpornosti. Strategija je izrađena u suradnji s predstavnicima ključnih dionika hrvatskog turizma, ministarstava i drugih relevantnih institucija, a svojim je stavovima dao doprinos velik broj dionika u okviru tematskih radionica, sastanaka i intervjuja. U izradu su bili uključeni i predstavnici lokalne zajednice i brojni građani.<sup>6</sup>

**Posebna pažnja stavljena je na sljedeće segmente iz Strategije:**

**Kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva** – Unaprijediti kvalitetu života lokalnog stanovništva u turističkim destinacijama **U strategiji identificiran kao ključan izazov Hrvatskog turizma, posebice za otoke**. Kvaliteta života se smanjuje u zonama više turističke razvijenosti (zbog veće ovisnosti u turizmu), no utječe i na ostalo područje (primarno kroz ostatak lanaca vrijednosti).

Održivi razvoj nužno implicira maksimalizaciju pozitivnih i minimalizaciju negativnih ekonomskih, društvenih i okolišnih učinaka turizma što će osigurati unapređenje razine kvalitete života lokalnog stanovništva.

**Potreba za ublaženjem sezonalnost turističkih aktivnosti:** Cjelogodišnjem turističkom prometu, kao i smanjenju prostornog opterećenja pojedinih dijelova Destinacije, posebno će doprinijeti daljnji snažniji razvoj posebnih oblika turizma. Ublažavanjem sezonalnosti povećat će se održivost poslovnih modela i investicijskih planova, ali i unaprijediti mogućnosti zapošljavanja i sigurnosti radnih mjesta u turizmu.

**Uključivanje lokalne zajednice u procese donošenja odluka o razvoju održivog turizma:** S obzirom na to da i lokalno stanovništvo i dionici javnog sektora upravo u lokalnom stanovništvu vide jednog od najznačajnijih dionika turističkog razvoja, no istovremeno upozoravaju i na problematiku njegove niske razine uključenosti, nužno je poticanje značajnije participacije lokalne zajednice.

---

<sup>6</sup> <sup>6</sup> Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, Ministarstvo turizma i sporta, 2022.

**Smanjenje opterećenja iz turizma na prostor, sastavnice okoliša i prirodu uz poticanje kružnog gospodarstva:** Potrebno je smanjiti opterećenja koja turizam generira na sastavnice okoliša usmjeravanjem ulaganja prema okolišno prihvatljivijim rješenjima izgradnje turističke infrastrukture i poslovanja svih uključenih dionika, odnosno poticajem kružnog gospodarstva te razvoja zelene i plave infrastrukture uz podršku implementaciji eko-inovacija usmjerenih k smanjenju onečišćavanja i neracionalnog upravljanja

**Osiguranje inovativne i digitalne transformacije turizma:** U cilju osiguranja konkurentnosti i poticanje razvoja pametnih destinacija neophodno je pratiti ubrzane tehnološke promjene. Digitalna transformacija ključnih dionika u turističkom lancu vrijednosti trebala bi se osigurati potporama i poticanjem inovacija i digitalizacije poduzetnika i drugih dionika u turizmu s ciljem razvoja novih inovativnih turističkih proizvoda i usluga, razvoja turističke infrastrukture sigurnosti i upravljanja turistički tokovima.<sup>7</sup>

Plan se također naslanja i na još uvijek važeću Strategiju turističkog razvoja Općine Bol Strateški i operativni marketing plan Općine Bol te već navedeni Akcijski plan razvoja turizma TZO Bol iz 2023. godine.

U tim dokumentima je definiran razvojni model, vremenski okvir, odgovornost za izvedbu svakog pojedinog projekta te način protokola suradnje privatnog i javnog sektora. U marketinškom segmentu je većina tih projekata u nadležnosti Turističke zajednice. Iz analize prethodnih godina vidljivo je da je potrebno još kvalitetnije i brže uspostaviti i osigurati adekvatnu potporu novom razvoju, a s druge strane ojačati podizanje reputacije destinacije Bol. Kvalitetnom sinergijom tih dvaju aktivnosti potrebno je dodatno učvrstiti poziciju Bola na ljestvici najpoželjnijih turističkih destinacija bilo da govorimo o domaćem ili međunarodnom tržištu. Kao veliki izazov nameće se upravo pozitivno repositioniranje destinacije, a na kojeg treba odgovoriti konkretnim projektnim aktivnostima, koje će biti u stanju izmijeniti sliku o destinaciji Bol prema ciljnoj odabranoj publici viših i zahtjevnijih kriterija.

---

<sup>7</sup> Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, Ministarstvo turizma i sporta, 2022.

Tablica broj 15. Procjena trenutne razine kvalitete sukladno postavljenim ciljevima definiranim u članku 9. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20)

OCJENA RAZINE KVALITETE PO OPĆIM CILJEVIMA				
Naziv cilja	Nezadovoljavajuća razina kvalitete	Minimalna razina kvalitete	Zadovoljavajuća razina kvalitete	Visoka razina kvalitete
Razvoj i marketing destinacije			X	
Osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa			X	
Poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji			X	

Tablicu izradio Autor



Tablica 16. Kronologija aktivnosti provedbe Akcijskog plana turističkog razvoja općine Bol

PRIJEDLOG	INDIKATORI PROVEDBE	2023	2024	2025	2026	2027
Podizanje razine kvalitete privatnog smještaja	Broj provedenih edukacija					
	Broj izdanih smjernica/preporuka					
	Broj objekata s promijenjenom kategorizacijom					
Povećanje kvantitete i kvalitete sportskih manifestacija	Broj novih sportskih događanja organiziranih van turističke sezone					
Jačanje ljudskih kapaciteta u turizmu	Broj edukacija Broj polaznika edukacija					
Jačanje kapaciteta turističke zajednice	Broj edukacija					
Valorizacija kulturnih resursa	Broj kulturnih dobara u bazi turističkih resursa					
Povećanje vidljivosti turističkih proizvoda iz sektora kulture	Broj provedenih marketinških kampanja					
	Broj označenih kulturnih dobara					
	Broj lokacija na kartografskom prikazu					
Unaprjeđenje koordinacije i komunikacije između općine, Turističke zajednice Općine Bol i nositelja uslužnih djelatnosti	Broj održanih radnih sastanaka					
Osnivanje udruge ugostitelja	Broj novih i aktivnih udruga					
Standardizacija uvjeta za pružanje usluga na ključnim lokacijama	Broj donesenih dokumenata (pravilnika, smjernica, uputa)					
Standardizacija pružanja prijevozničkih usluga	Broj donesenih dokumenata od strane regulatornog tijela					
Uvođenje dodatnih regulacija prometovanja na šetnici	Broj donesenih dokumenata od strane regulatornog tijela					
	Broj izdanih kazni za prometovanje motornim vozilima					
Planiranje i realizacija tematiziranih plaža	Broj uređenih plaža za pse					
	Broj označenih tematiziranih plaža na informativnim mapama					
Regulacija pružanja usluge najma ležaljki	Broj donesenih dokumenata					
Standardizacija uvjeta za pružanje usluga na Bolskim litnjim večerima	Izrađen i usvojen novi pravilnik					
Izrada promotivnih materijala	Broj distribuiranih tiskanih brošura					
	Broj preuzimanja digitalnih brošura					
Jačanje sustava nadzora i kontrole	Broj provedenih analiza					
	Broj provedenih edukacija					

\*Akcijski plan razvojturizmaTZO Bol 2023 Izvor: [https://tz.bol.hr/wp-content/uploads/2013/12/Akcijski-plan\\_TZO-BOL.pdf](https://tz.bol.hr/wp-content/uploads/2013/12/Akcijski-plan_TZO-BOL.pdf)

PRIJEDLOG	INDIKATORI PROVEDBE	2023	2024	2025	2026	2027
	Broj uvedenih tehnoloških rješenja					
<b>Unaprjeđenje pristupačnosti sadržaja osobama slabije pokretljivosti</b>	Broj sadržaja dostupnih osobama slabije pokretljivosti					
<b>Unaprjeđenje posjetiteljske infrastrukture</b>	Broj stvorenih dodatnih usluga					
<b>Uvođenje sustava regulacije prometa za dostavna vozila</b>	Broj donesenih odluka kojima se regulira					
<b>Podizanje kvalitete i opsega sadržaja na plažama</b>	Broj novo postavljenih tuševa i sanitarnih čvorova					
<b>Razvoj nove turističke ponude u kulturi</b>	Broj novih turističkih proizvoda temeljenih na kulturnim resursima Broj kulturnih manifestacija Broj kinoprojekcija Broj glazbenih nastupa					
<b>Uređenje biciklističkih staza i pripadajuće infrastrukture</b>	Duljina izgrađenih i/ili uređenih biciklističkih staza					
<b>Revitalizacija, sanacija, rekonstrukcija javnih prostora i objekata</b>	Broj obnovljenih objekata					
<b>Poboljšanje pristupa temeljnim uslugama za lokalno stanovništvo, radnike i turiste</b>	Broj infrastrukturnih ulaganja Broj uvedenih digitalnih rješenja Broj aktivnih policijskih službenika					
<b>Unaprjeđenje sustava gospodarenja otpadom</b>	Broj donesenih odluka Broj unaprijeđenih sustava Broj programa edukacije i informiranja o održivom gospodarenju otpadom Količina odvojeno prikupljenog otpada					
<b>Unaprijediti ponudu sportskih događaja za djecu</b>	Broj novih sportskih sadržaja za djecu					
<b>Izmjena prostorno - planske dokumentacije</b>	Broj donesenih prostorno - planskih dokumenata					
<b>Unaprjeđenje unutarotočne i međuotočne povezanosti Bologa</b>	Broj novih brodskih linija Broj novih autobusnih linija					
<b>Reguliranje manifestacija nautičkog turizma</b>	Broj izmijenjenih ugovora Broj donesenih pravilnika					
<b>Osiguranje sigurne i funkcionalne pomorske infrastrukture</b>	Broj novo izgrađenih vezova Broj novih sustava za rezervaciju vezova					
<b>Stimuliranje cjelogodišnjeg rada uslužnih djelatnosti</b>	Broj objekata koji su uveli cjelogodišnje poslovanje					
<b>Poboljšanje gastronomske ponude u</b>	Broj organiziranih aktivnosti					

\*Akcijski plan razvoja turizma TZO Bol 2023 Izvor: [https://tz.bol.hr/wp-content/uploads/2013/12/Akcijski-plan\\_TZO-BOL.pdf](https://tz.bol.hr/wp-content/uploads/2013/12/Akcijski-plan_TZO-BOL.pdf)

PRIJEDLOG	INDIKATORI PROVEDBE	2023	2024	2025	2026	2027
<b>pred i posezoni</b>	posvećenih gastronomiji izvan turističke sezone.					
<b>Digitalizacija turističke ponude</b>	Broj digitaliziranih rješenja (mapa, aplikacija, web stranica...)					
<b>Uvođenje sustava kontrole kvalitete usluge</b>	Broj provedenih kontrola kvalitete					
<b>Smanjenje opterećenja plaže Zlatni rat</b>	Implementiran sustav kontrole broja posjetitelja					
<b>Unaprjeđenje parkirališnu infrastrukturu</b>	Broj novih parkirnih mjesta					
<b>Hortikulturno i urbanistički obnoviti mediteranski ugođaj mjesta</b>	Broj donesenih dokumenata Broj stvorenih javnih prostora					
<b>Podizanje razine zaštite okoliša</b>	Broj provedenih aktivnosti podizanja razine zaštite okoliša					
<b>Uspostavljanje novih društveno - kulturnih javnih prostora i objekata</b>	Broj kreiranih javnih prostora					
<b>Unaprjeđenje cestovne infrastrukture</b>	Broj rekonstruiranih prometnica					
<b>Izmještanje katamaranskog pristaništa</b>	Broj realiziranih projekata premještanja lokacija za privezivanje brodova i katamarana					
<b>Izmještanje benzinske postaje</b>	Broj provedenih projekata izmještanja benzinske postaje					
<b>Izgradnja multifunkcionalne sportske dvorane sa pripadajućim vanjskim sadržajima</b>	Broj izgrađenih sportskih objekata					

\*Akcijski plan razvojarizmaTZO Bol 2023 Izvor: [https://tz.bol.hr/wp-content/uploads/2013/12/Akcijski-plan\\_TZO-BOL.pdf](https://tz.bol.hr/wp-content/uploads/2013/12/Akcijski-plan_TZO-BOL.pdf)

## Izvori i metode prikupljanja podataka za izradu plana TZO Bol

Predmetna analiza sastoji se od teorijskog i istraživačkog dijela stoga su korišteni različiti izvori i metode prikupljanja podataka. Korištena je stručna literatura iz područja turizma te razni web izvori kako bi došli do određenih podataka aktualnih danas. Svi ostali podaci izvedeni su iz 29 godina postojanja TZO-a Bol.

Tablica 17. Analiza dimenzija i elemenata opće okoline TZO-a Bol [Izvor: Prema vlastitom istraživanju]

DIMENZIJE OPĆE OKOLINE	PRILIKA – PRIJETNJE	UTJECAJ FAKTORA	VAŽNOST FAKTORA	TEŽINA PRILIKA – PRIJETNJI
<b>1. Prirodna ili fizička okolina</b>				
- Prirodni uvjeti	+	2	4	+8
- Ekološki uvjeti	+	2	3	+6
- Prirodna bogatstva	-	1	2	-2
<b>2. Ekonomska okolina</b>				
- Tržišni faktori	+	3	7	+21
- Financijski faktori	-	3	7	-21
- Ekonomski faktori	-	3	7	-21
- Faktori ekonomske politike	-	3	5	-15
<b>3. Znanstveno - tehnološka okolina</b>				
- Tehnički faktori	+	3	7	+21
- Tehnološki faktori	+	5	9	+45
- Tehnoekonomski faktori	-	2	7	-14
<b>4. Političko - pravna okolina</b>				
- Politički odnosi	-	3	5	-15
- Pravna regulativa	-	3	5	-15
<b>5. Socijalno - kulturna okolina</b>				
- Kulturne karakteristike	+	3	6	+18
- Socijalni trendovi	+	3	6	+18
<b>6. Demografska okolina</b>				
- Demografski faktori	+	3	6	+18
- Povijesni trendovi	+	2	4	+8
<b>UKUPNO:</b>				<b>60</b>

Izradio: Autor

Iz tablice 17. uočljivo je koji elementi čine priliku, a koji prijetnju za poslovanje TZO-a Bol, te koliki je njihov utjecaj i važnost. Sumiranjem podataka iz tablice 17. dolazi se do globalnog pregleda kakav je dan u tablici 18. u kojoj je prikazan izračun prosječne razine utjecaja i važnosti faktora za TZO Bol.

Tablica 18. Izračun prosječne razine utjecaja i važnosti faktora za TZO Bol [Izvor: Prema vlastitom istraživanju]

DIMENZIJE OPĆE OKOLINE	PROSJEČNA OCJENA UTJECAJA FAKTORA	PROSJEČNA OCJENA VAŽNOSTI FAKTORA
1. Prirodna ili fizička okolina	$(+2+2+1):3 = 1,67$	$(4+3+2):3 = 3,00$
2. Ekonomska okolina	$(+3-3-3-3):4 = -1,50$	$(7+7+7+5):4 = 6,50$
3. Znanstveno - tehnološka okolina	$(+3+5-2):3 = 2,00$	$(7+9+7):3 = 7,67$
4. Političko - pravna okolina	$(-3+3):2 = +0$	$(5+5):2 = 5,00$
5. Socijalno - kulturna okolina	$(+3+3):2 = 3,00$	$(6+6):2 = 6,00$
6. Demografska okolina	$(+3+2):2 = 2,50$	$(6+4):2 = 5,00$

Izradio: Autor

Uz pomoć tablice 18. zaključeno je da TZO Bol djeluje u poticajnim uvjetima okoline. Rezultat od +60 (max. pozitivni učinak +250, max. negativni učinak -250) nam govori da iako TZO djeluje u poticajnim uvjetima okoline mora biti na stalnom oprezu.

### Sukladno tome postavljeni su specifični ciljevi za TZO Bol za 2025. godinu:

- unaprjeđenje kvalitete i uvjeta boravka gostiju u destinaciji,
- pojačanje mjere za očuvanje zdravlja gostiju,
- definiranje vizije, smjerova i ciljeva razvoja održivog odgovornog turizma,
- diverzifikacija turističkih proizvoda,
- snažnije pokretanje klusterske suradnje,
- povećanje turističkog prometa u razdoblju predsezona i posezone,
- snažnije pokretanje outdoor pozicioniranja destinacije
- osiguranje inovativne i digitalne transformacije turizma putem edukacija

## 2. Osnovne smjernice planiranja

---

### 2.1. Prihodi

IZVORNI PRIHODI TZO BOL U 2025.:	360.000,00 EUR
1.1 Turistička pristojba	300.000,00 EUR
1.2 Članarina	60.000 EUR
2. Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	30.000 EUR
4. Prihodi od natječaja - regionalne TZ / NP	10 000 EUR

Nastavno na rezultate provedenih analiza te u skladu s predloženim smjerovima razvoja turističkih sadržaja i proizvoda, TZO Bol planira angažirati vanjske stručnjake za izradu projektnog prijedloga za apliciranje na natječaj Lokalne akcijske grupe u ribarstvu Brač koji će biti raspisan u skladu s Lokalnom razvojnom strategijom LAGUR-a Brač, u 2025. godini.

*\*Napomena:*

*- Sredstva iz Fondova što ih HTZ transferira prema RTZ i LTZ, HTZ iskazuje u grupi zadaća FONDOVI – posebne namjene te ista ne iskazuje na prihodovnoj strani programa rada. - RTZ sredstva iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent koja joj doznačuje HTZ, a koja RTZ daljnje doznačuje prema LTZ, RTZ iskazuje u grupi zadaća FONDOVI – posebne namjene. Dodatno, naprijed navedena sredstva RTZ ne prikazuje kao prihode s obzirom da su LTZ-i krajnji korisnici sredstava.*

## Aktivnosti

Kod pojedinačno planiranih aktivnosti iste je potrebno iskazati prema sljedećim odrednicama: cilj aktivnosti/detaljan i precizan opis aktivnosti, nositelji aktivnosti i partneri (Organizacijska jedinica unutar ureda), iznos potreban za realizaciju aktivnosti, rokovi realizacije.

## **1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE 30.000,00 EUR**

### **1.1. Izrada strateških / operativnih / komunikacijskih / akcijskih dokumenata: 30.000,00 EUR**

1. U 2025. godini TZO Bol planira provesti aktivnosti determinirane akcijskim dokumentom Akcijski plan TZO Bol koji će služiti kao temelj za pripremu i provedbu različitih marketinških kampanja, za povećanje učinkovitosti poslovanja Turističke zajednice Općine Bol, za razvoj novih turističkih sadržaja i proizvoda, a temeljem detaljno provedbenih analiza, unutarnjeg i vanjskog okruženja. Nastavno na rezultate provedenih analiza te u skladu s predloženim smjerovima razvoja turističkih sadržaja i proizvoda, TZO Bol planira angažirati vanjske stručnjake za izradu projektnog prijedloga za apliciranje na natječaj Lokalne akcijske grupe u ribarstvu Brač koji će biti raspisan u skladu s Lokalnom razvojnom strategijom LAGUR-a Brač, u 2025. godini. Za navedeno, TZO Bol predviđa utrošiti **1.000,00 EUR**.
2. Donošenje zakona o turizmu predstavlja stvaranje okvira za upravljanje razvojem turizma na temelju podataka i egzaktnih izračuna, u pogledu očuvanja resursa i prostora, osiguranja zadovoljstva i kvalitete života stanovništva u turističkim destinacijama, kao i osiguranju konkurentnosti hrvatskog turizma na globalnom tržištu.
3. Zakon će dati okvir kako upravljati razvojem turizma u skladu s načelima održivosti, pa tako predviđa i alate za praćenje - indeks turističke razvijenosti, satelitski račun održivog turizma i pokazatelje održivosti. Pokazatelji održivosti primjerice se odnose na kvalitetu mora, opterećenost prostora turizmom, potrošnju pitke vode, potrošnju električne energije, komunalni otpad i promet u mirovanju, a upravo će ti pokazatelji biti podloga za izračun satelitskog računa, kao i izradu planova upravljanja i strateških dokumenata.

4. Samim time donošenje plana upravljanja destinacijom će biti zakonska obaveza. Budući da je planirani početak aktivnosti prošla, to jest 2024. godina a planovi će se donositi na četiri godine u suradnji TZO i svih relevantnih dionika, uključujući i jedinice lokalne i regionalne samouprave i građane, nužna su sredstva za provođenje analiza i izrade plana za višegodišnje razdoblje. Pritom, temelj za izradu plana upravljanja u najrazvijenijim destinacijama, s indeksom turističke razvijenosti 1 i 2, bit će izračun prihvatnih kapaciteta, odnosno koliko pojedina destinacija može prihvatiti turista. Predstavnička tijela će moći na temelju smjernica i preporuka iz plana upravljanja destinacijom između ostalog donositi odluke o popisu projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije, o broju, vrsti i kategoriji ugostiteljskih objekata te kapacitetima smještajnih objekata u destinaciji, kao i uvođenju turističkog ekološkog doprinosa za goste koji borave u destinaciji, od kojeg bi se prihodi mogli trošiti isključivo namjenski.

Sredstva 29.000,00 EUR., Nositelj TZO Bol, Općina Bol

#### Ciljevi aktivnosti:

- ✓ Izrada strateških dokumenata sukladno novom Zakonu o Turizmu za jačanje procesa repositioniranja i restrukturiranja destinacije Bol koja uključuje:
  - Doprinos razvoju Plave ekonomije kao važnog sektora razvoja domaćeg gospodarstva koji ostvaruje zdravi rast, a podupire i zelenu tranziciju,
  - Izraditi okvir za poticanje ulaganja u održiv, nisko ugljični rast turizma;
  - Planiranje povećanja multiplikacijskih učinaka turizma na područja poljoprivrede, digitalizacije, prometa, energije i okoliša te sporta i kreativnih industrija;
  - Prijelaz prema nišama više dodane vrijednosti, uz naglasak na rast kvalitete ponude, digitalizaciju.



**2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA****177.000,00 EUR**

- 2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda
- 2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda
- 2.3. Podrška razvoju turističkih događanja
- 2.4. Turistička infrastruktura
- 2.5. Podrška turističkoj industriji

**2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda 5.000,00 EUR**

*1. Vodeći se time da kvalitetan turizam ne mora i ne smije ići nauštrb kvalitete života Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije napravila je još jedan korak ka samoodrživom turizmu, ali i pokušaju da se sezona produži– projekt "Dalmatinska marenda". Partneri na projektu su i udruga Šefova kuhinja mediteranskih i europskih regija na čelu s masterchefom Željkom Nevenom Bremecom koji je osmislio master classove pripreme jela Dalmatinske marende za različite vrste objekata i varijante posluživanja te ih od travnja provodi u sklopu besplatnih edukacija na temu gourmet brendiranja destinacija.*

Za potrebe promocije projekta snimiti će se šest epizoda serijala *Dalmatinska marenda* kojima se zorno prikazuje na 3 svjetska jezika dalmatinski način življenja i blagovanja. Uz videa, u pripremi je i kuharica, koja će uz tradicionalna jela i recepture sadržavati i popis svih gastro manifestacija s našeg područja kao i popis objekata koji poslužuju Dalmatinsku marendu. Projekt se provodi u suradnji s TZ SDŽ, lokalnim turističkim zajednicama i Ivom Cvitanićem, stručnjakom za destinacijski menadžment. U sklopu toga se održavaju i kulinarski master classovi Dalmatinske marende koje su obuhvatile Milnu i Bol na Braču te Maslinicu na Šolti.

2. TZO Bol planira provedbu predmetne aktivnosti Strukturiranje proizvoda aktivnog, pustolovnog i cikloturizma. Daljnjim unapređenjem turističkih proizvoda na otoku Braču provodit će se aktivnosti udruživanja financijskih sredstava kao i zajedničko koordiniranje aktivnosti s ciljem kreiranja novih, podizanja kvalitete postojećih i promocije aktivnih turističkih proizvoda. Sustavnim koordinacijama provodile bi se redovne aktivnosti analize stanja ponude destinacije (Otok Brač) te zahtjeve tržišta koji se analiziraju i sukladno mogućnostima uključenih destinacija uključuju u kreiranje novih proizvoda i/ili aktivnosti. Projekti i zahvati koji se provode zajednički se osmišljavaju, koordiniraju i provode od uključenih turističkih zajednica svih 7 općina.
- 3.

Putem turističkih zajednica zastupljeni su njihovi članovi (privatni iznajmljivači, mali obiteljski hoteli, ugostitelji i drugi). Osnovna je ideja da, uz jasnu distinkciju proizvoda, usuglašeni na nivou strategije klastera, svaki dionik zauzme svoju poziciju u istom pritom ne ugrožavajući poziciju drugih dionika. Time je ostvaren temelj za razumijevanje snaga i resursa te je postavljena baza za daljnje aktivnosti na nivou klastera. Nužno je da se glavni dionici i nositelji turističke djelatnosti i promocije na području Otoka Brača u cilju povećanja turističkog prometa i jačanja pozicije na turističkom tržištu, udruže. Glavni dionici i nositelji u klasteru su turističke zajednice otoka Brača.

Ciljane aktivnosti:

1. Razvoj Pješačkih i biciklističkih staza
2. Uspostava Geocaching® na biciklističkim stazama
3. Besplatne bike ture klasterom Brač
4. Organizacija praćenih tura Noćni usponi na Vidovu goru
5. Obnova starog puta do Humca

U 2025. godini predviđa se 1 etapa koja podrazumijeva aktivnosti vezane za izradu mapa i signalizacija za pješačke i biciklističke staze.

## 2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda: 2.000,00 EUR

1. *Hrana i piće oduvijek su bili važan motiv turističkih putovanja, a njihov značaj na suvremenom turističkom tržištu postaje sve veći. Autentična gastronomska ponuda u suvremenom turizmu postaje prepoznatljiv i sve traženiji turistički proizvod.*

*Radi sustavnog i promišljenog poticanja kvalitete, raznovrsnosti i originalnosti (regionalne) ponude hrane i pića na cijelom prostoru Županije, TZ Splitsko – dalmatinska napravila je u suradnji s Institutom za turizam Akcijski plan razvoja eno-gastronomskog turizma. Taj dokument definira prioritetne aktivnosti razvoja i unapređenja ovog segmenta turističke ponude<sup>8</sup>.*

Sukladno gore navedenom Enogastronomija je identificirana kao jedan od turističkih proizvoda te se TZO Bol kani usredotočiti na unapređenje ponude ove vrste kroz razrađeni ciklus aktivnosti za 4 godine. TZO Bol izražava inicijativu i potiče lokalne ugostitelje na umrežavanje i udruživanje radi povećanja kvalitete gastronomske ponude, kreiranja edukacijskih sadržaja, nove turističke ponude i slično.

3. Etapa biti će provedena u 2025. godini:

Treća etapa :

---

<sup>8</sup> Godišnji program rada Turističke zajednice Splitsko – dalmatinske županije za 2023. godinu

- Organizirati će se tematska gastronomska iskustva u vidu vinskih ruta, tematskih radionica, tečajeva kuhanja, berbi grožđa i sl. u suradnji s proizvođačima autohtonih proizvoda i ugostitelja.
- gastro radionice poput čajevi i začinsko bilje Mediterana te radionica *Nije kriva srdela* koja bi uključivala radionicu soljenja srdela te pripremu srdele pečene na gradele na grančici ružmarina, marinirane i savor srdele.
- Uspostava distributivno/prodajnih centara gastronomskih proizvoda klastera, uz ponudu gastro delicija i suvenira, a osmišljeni su i programi (npr. degustacije, tečajevi i sl.)

### 2.3. Podrška razvoju turističkih događanjima: 168.000, 00 EUR

*TZO Bol u 2025., podržati će financijski i organizacijski sljedeća sportska, kulturna i zabavna događanja:*  
(stavke od 1 do 13 nisu detaljnije razrađene budući da se već provode više godina uzastopno)

1. Potpora kulturno zabavnim manifestacijama - Bolsko kulturno ljeto, manifestacija koja se održava od sredine lipnja do kraja rujna 2025.  
Sredstva: **10.000,00** Nositelj: CZK općine Bol, TZO Bol Rok: lipanj / rujna 2025.
2. Match Bol Open, tenis turnir za rekreativce koji se održava u listopadu 2025.  
Sredstva: **2.000,00** Nositelj: Športsko društvo Bol
3. Humanitarna kros utrka „Đir oko Bola“ koja se održava 1.svibnja 2025.  
Sredstva: **2.000,00** Nositelji: Big Blue sport centar
- 4.. MeetEATing Mediterranean - festival kulture koji se održava u lipnju 2025.;  
Sredstva: **4.000,00** Nositelj : Udruga IMENA
5. Na 2Kola oko Bola -biciklistička utrka u listopadu 2025.;  
Sredstva: **3.000,00** Nositelj: Big Blue sport centar
6. Graffiti na gradele - manifestacija urbane kulture koja se održava krajem srpnja 2025.  
Sredstva: **2.000,00** Nositelj: Udruga GNG
7. Božićni grad - manifestacija koja se održava u prosincu 2025. na bolskoj rivi.  
Sredstva: **2.000,00** Nositelj: CZK Bol
8. Prvenstvo RH u windsurfu/Ian Anić – potencijalni bolski olimpijac 2028. u L.A. - svibanj 2025.  
Sredstva: **5.000,00** Nositelj: KJD Jidro
9. ITF Senior Open – MT 700, tenis turnir za seniore – listopad 2025.  
Sredstva: **1.000,00** Nositelj: Sunce hoteli dd, HTS

10. Natjecanje u lovu na lignje Bolsko lignjadura - Riječ je o postsezonskom događanju koji bi privukao brojne lignjolvce iz Hrvatske i svijeta te prijatelje naše otočne turističke metropole. Sudjelovanje u natjecanju moguće je uz uplatu kotizacije od 500 kuna po osobi za cjelokupni program te posjedovanje svih valjanih dozvola (za ribolov, upravljanje brodicama...)

*Ciljane aktivnosti: Marketinška kampanja (online/offline- trajanja cca. 1-4 mjeseca), Angažmana glazbenih izvođača, angažman voditelja programa, najam pozornice, razglasa i rasvjete.* TZO Bol, Općina Bol, Športsko ribolovno društvo Šampjer, Ugostiteljski objekti. Sredstva **10.000,00**, listopad svake godine, 2025.

11. Kongresni turizam – suradnja s franšiziranim organizatorima kongresa i podrška kongresnom turizmu u suradnji s Blu Sun hotelima –održavanja je Hotel Elaphusa. Suradnja s organizatorima kongresa Agronomski fakultet Osijek, Međunarodni simpozij Agronoma. Sredstva **2.000,00** lipanj, Nositelj TZO Bol, 2025.

12. Ivica Jakšić Čokrić Puko – 3 izložbe i retrospektivna izložba te organizacija niza manifestacija u njegovoj režiji kao i pomoć u ugrsnizaciji kulturnih događanja CZK I TZO Bol Sredstva: **8.000,00** Nositelj: Ivica Jakšić Čokrić Puko, TZO Bol, Czk Brač Rok: 2025.

13. Noć Muzeja Sredstva: **1.000,00** Nositelj: Czk Bol, Rok: Siječanj 2025.

14. BolBeats/BollSoul Festival, Nakon uspjeha Bolsoula i slušajući zahtjeve tržišta stvoren je novi festival glazbe, Bolbeats - srednjogodišnja avantura glazbenih užitaka. Nositelj: BluSun hoteli i Tzo Bol, Rok: svibanj 2025. Sredstva: **1.500,00**

15. Bol Senior open rang MT400, Seniorski turnir rekreativaca Nositelj: Sunce hoteli dd, HTS, Rok: svibanj 2025. Sredstva: **1.000,00**

16. Sportsko - zabavni Božić - manifestacija koja se održava u prosincu 2025.,na SRC Poljana - Bol. Sredstva: **2.000,00** Nositelj: Športsko društvo Bol

17. BluSun Circuit (Futures Turniri) u trajanju od 2 tjedna. ITF Teniski turniri nižeg ranga profesionalaca. Turniri su dio serije Golden Circuit, koju čini čak 20 ITF Pro turnira, što je čak 5% svih turnira iz Futures serije u svijetu. Više od 1000 tenisača i tenisačica sudjeluje u turnirima serije Golden Circuit, u čijem sklopu je po 10 muških i ženskih turnira. Sredstva: **80.000,00** Nositelj: HTS Blusun Hoteli, TZO Bol, Općina Bol, svibanj i listopad 2025.

18. Vallum fest, međunarodno natjecanje vatrogasnih društava Sredstva: **1.500,00** Nositelj: DVD Bol, TZO Bol, Općina Bol, listopad 2025.

19. Akcija Bol bez Boli - Medicinski pregledi za lokalno stanovništvo i turiste ( Udruga Beck Together, dr. Natko Beck izlazi na teren sa svojom opremom) Akcija traje 7 dana.

Sredstva: **4.000,00** Nositelj: TZO Bol, Općina Bol, listopad 2025.

20. Tenis klub Zlatni rat , Rekreativni dječji turnir za tenis za djecu SDŽ ali i klubove otoka Brača, HUT turnir, HTS turnir

Sredstva: **2.000,00** Nositelj: TZO Bol, HTS,TK Zlatni rat, tokom cijele godine 2025.

21. 4. Pro 3X3 Tour Hrvatska - sportski turnir, jedinstven sportsko-turističko-edukativni događaj koji ima i natjecateljsku komponentu. organizator turnira, predsjednik KK Adriatic Bruno Šundov, bivši košarkaš i NBA igrač. Partner projekta je PRO 3x3 Tour Hrvatska, koji će se održati na atraktivnim lokacijama po 10 hrvatskih gradova. U Bolu će se odvijati na Zatnom ratu.

Sredstva: **15.000,00** Nositelj: TZO Bol, MINT, KK Adriatic, lipanj/kolovoz 2025.

22. TZO Bol će podržati - sufinancirati i druge kulturno, zabavne i sportske manifestacije i događanja s ciljem obogaćivanja borske turističke ponude i produženja sezone a temeljem natječaja za sufinanciranje manifestacija kojeg će raspisati u veljači/ožujku 2025.

Sredstva: **9.000,00** Nositelj: TZO Bol

#### 2.4. Turistička infrastruktura: 2.000,00 EUR

1. Održavanje postojećih pješačko - biciklističkih staza sa pratećom signalizacijom te izrada iste
2. Revitalizacija penjalšta Smokovje (signalizacija i mapiranje te održavanje hvatišta)

Sredstva: **2.000,00 EUR** Nositelj: TZO Bol, KJD Bol Rok: travanj/svibanj 2025.

#### Ciljevi aktivnosti:

- ✓ Razviti eno gastronomski proizvod i diversificirati turističku ponudu,
- ✓ Kreirati dodatne motive dolaska gostiju u pred i posezoni,
- ✓ Promovirati autentični sadržaj kroz afirmiranu turističku ponudu,
- ✓ Podizanja kvalitete i obogaćenja turističke ponude,
- ✓ Unaprijediti kvalitetu turističkog proizvoda,
- ✓ Otvoriti novo bogatstvo turističkih doživljaja storytellingom,
- ✓ Stvoriti konkurentnu pozicioniranost Bola kao destinacije.

**3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJA****44.000,00****EUR**

- 3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice
- 3.2. Suradnja s organizatorima putovanja
- 3.3. Kreiranje promotivnog materijala
- 3.4. Internetske stranice
- 3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka
- 3.6. Turističko-informativne aktivnosti

**3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice: 9.000,00 EUR**

1. Nastup na dva vodeća turistička sajma Munchen (veljača 2025.) i još jedan međunarodni sajam ovisno o otvaranju prema drugim tržištima ostavlja se mogućnosti izmjene sukladno potrebi, posebne prezentacije u koordinaciji sa regionalnom TZ i drugim TZ otoka Brača te nazočnost poslovnim radionicama u zemlji i inozemstvu.

Sredstva **5.000,00 EUR** Nositelj: TZO Bol, regionalna TZ Rok: ožujak/studenj 2025.

2. a) Dan TZO Bol - 8. listopada, obilježava se Dan TZO Bol, toga dana 1954. osnovano je TD Bol, tog dana ili koji dan kasnije po odluci Turističkog vijeća organizira se svečana sjednica Skupštine te dodjela godišnjih turistička priznanja zaslužnom fizičkim i pravnim osobama u turizmu Bola kao i dugogodišnjim turistima za njihovu vjernost turističkom Bolu.

Sredstva: **4.000,00 EUR** Nositelj: TZO Bol, Rok: listopad 2025.

**3.2. Suradnja s organizatorima putovanja 3.000,00 EUR**

1. Podrška u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om.  
Sredstva: **3 000,00 EUR** Nositelj: TZO Bol Rok: 2025.

**3.3. Kreiranje promotivnog materijala 20.000,00 EUR**

1. Kreiranje promotivnog materijala

U 2025. izvrši će se tisak: Karta plana Bola - godišnje ažurirano izdanje.

Sredstva: **3.000,00 EUR** Nositelj: TZO Bol Rok. travanj 2025.

Ostali tisak i trošak skladištenja

Sredstva: **4.000,00 EUR** Nositelj: TZO Bol prosinac 2025.

2. Oglašavanje i kampanje na društvenim mrežama i YouTube kanalu kao i drugim digitalnim platformama (online marketing).

Sredstva **1.000,00** EUR Nositelj: TZO Bol Rok 2025.

Oglašavanja u tiskanim medijima samostalno, ili u suradnji sa regionalnom TZ i drugim TZ otoka Brača, udruženo oglašavanje sa dionicima u turizmu Bola. (offline marketing)

Sredstva: **12.000,00** Nositelj: TZO Bol Rok: 2025.

### 3.4. Internetske stranice: 9.000,00 EUR

#### 1. Internet stranice:

Redizajn postojeće web stranice bol.hr, da bi se krajnjim korisnicima pružilo bolje i modernije iskustvo. Stranica će uključivati potpuni redizajn sa novim opcijama i značajka u svrhu lakšeg i preglednijeg surfanja i traženja vijesti i tema koje korisnika zanimaju. Sredstva: **5.500,00** Nositelj: TZO Bol Rok: 2025.

Najam servera; Sredstva: **1.000,00** Nositelj: TZO Bol Rok: 2025.

Web kamere i server za online streaming; Sredstva **2500,00** Nositelj: TZO Bol Rok: 2025.

2. Aplikacija "Travel Green Europe" pruža putnicima popis proizvoda, usluga i odredišta diljem Europe. Aplikacija radi s portalom Tourism2030 za održivi i odgovorni turizam kako bi korisnike informirali o zelenim izborima koji se mogu napraviti na putovanju, s naglaskom na ekoturizam i ponude zelene destinacije. Način rada "Zeleno mapiranje" namijenjen je profesionalnim korisnicima za izradu vlastitih "Zelenih putnih karata". Kako bi se dobio pristup više informacija i koristila platforma Tourism 2030 za dijeljenje vlastitih podataka, potrebno je kreirati besplatni račun kao korisnik Tourism 2030. *\* Ova aktivnost je besplatna a pomaže u unaprijeđenju destinacije*

Na ovaj način Destinacija Bol se može pridružiti globalnoj zajednici održivog turizma i staviti svoju organizaciju (TZO Bol ali i sve gospodarske turističke subjekte) na globalnu kartu korisničke zajednice Tourism2030 kako biste poboljšali svoje mogućnosti umrežavanja, suradnje i širenja.

#### Prednosti korisničke zajednice:

- Komunikacija s drugim profesionalcima koji rade na održivom razvoju turizma
- Baza znanja o turizmu 2030
- Turizam 2030 DestiNet usluge
- Going Green Toolkit za odredišta i mala i srednja poduzeća
- Inicijativa za odbrojavanje za turizam 2030
- Inicijativa Travel Green Planet Mapping

### 3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka 1.000,00 EUR

1. Prikupljanje, otkup i arhiviranje foto, video i druge dokumentacije - ažuriranje vlastite baze turističkih podataka.

Sredstva: 1.000,00 Nositelj: TZO Bol Rok: 2025.

### 3.6. Turističko-informativne aktivnosti 2.000,00 EUR

1. Obnavljanje i održavanje postojeće smeđe signalizacije te ostale turističke signalizacije

Sredstva: 2.000,00 Nositelj: TZO Bol Rok: ožujak/svibanj 2025.

Na području djelovanja TZO Bol svake godine raste broj predstavnika turističke ponude, smještajnih aktivnosti i ostalih atrakcija što predstavlja preduvjet za izradu novih i popravak već postojećih tabli turističke signalizacije. Troškovi organizacije i provedbe predmetne aktivnosti uključuju izradu i postavljanje novih tabli smeđe signalizacije te reparaciju postojećih tabla smeđe signalizacije.

Ciljevi aktivnosti:

- ✓ Stvaranje pozitivnog image-a destinacije Bol putem društvenih mreža,
- ✓ Promocija autentičnih sadržaja kroz afirmiranu turističku ponudu,
- ✓ Informiranje turista o ponudi i sadržajima na području TZO Bol,
- ✓ Promocija turističke ponude destinacije putem ažurnih informacija na web stranicama i newsletter-a.

## 4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

11.500,00 EUR

- 4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor
- 4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji
- 4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

### 4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor 4.000,00

1. Turističko informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor - sudjelovanje u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor i ostalim informacijskim sustavima sukladno uputama HTZ-a kao što je jedinstveni turističko informacijski portal te evidencija svih oblika turističke ponude i atrakcija na području Županije.

2. Akvizicija i implementacija programa mVistor u svrhu olakšavanja procesa prijavljivanja gostiju.

Nositelj: TZO Bol/regionalna TZ Sredstva: 4.000,00 Rok: 2025.



## 4.2 Upravljanje kvalitetom u destinaciji 1,500,00

1. Edukacija i stručni skupovi - edukacijom zaposlenih koji se odvija kroz sustav seminara kao i organiziranje stručnih tematskih radionica za dionike u turizmu Bola: Nadopuna: Planirane edukacije razdoblje 2025: post i predsezona

- Serija stručnih edukacija za dionike turizma koji žele kroz kratke i praktične radionice proširiti svoja znanja o aktualnim temama, aktualnim, globalnim tržišnim trendovima i potrebama turističkih profesionalaca: Adventure tourism – Good practices for sustainability – Requirements and recommendations (Pustolovni turizam – Dobra praksa održivosti), Novi zakon o turizmu - Zahtjevi i preporuke, Online edukacija Priprema apartmana i kuća za odmor 2025.

Nositelj: TZO Bol, Sredstva: **1.500,00** Rok: 2025.

## 4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša 6.000,000 EUR

1. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša - podizanje razine svijesti domicilnog stanovništva o potrebi očuvanja, zaštite i uređenje svog okoliša kao što je Akcija biramo najljepše uređen vrt, okućnicu, balkon.

- SUB ECO BOL 2025. – akcija čišćenja podmorja općine Bol, manifestacija koja se tradicionalno održava u sklopu „Slovenskog tjedna“ travanj/svibanj 2025.

Sredstva **5.000,00** Nositelj: Big blue diving centar, Općina Bol, TZO Bol Rok: travanj 2025.

- revitalizacija Društva za uljepšavanje mjesta i promet stranaca iz 1926. godine (Organizacija lokalne akcije čišćenja Bola od borovog četnjaka)

- nagradna plaketa *NajBOLji Vrtal* - akcija za lokalno stanovništvo. (uključuje plaketu i objavu na portalu Bol.hr popraćenu slikom)

Sredstva: **1.000,00** Nositelj: TZO Bol, prosinac 2025.

Ciljevi aktivnosti:

- ✓ Ažurno informiranje svih zainteresiranih subjekata i medija o statističkim pokazateljima,
- ✓ Unaprjeđivanje kvalitete mreže povezanosti između TZO-va Brač,
- ✓ Podizanje opće razine kvalitete životnog prostora,
- ✓ Očuvanje i unaprjeđivanje turističkog prostora,
- ✓ Zaštita okoliša i podrška razvoju plave ekonomije.

**5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA****500 eur****5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije**

Članstvo u FLAG-u u svrhu postizanja ciljeva FLAG-a - Lokalna akcijska grupa u ribarstvu „Brač“ (FLAG Brač) Lokalna akcijska grupa u ribarstvu / LAGUR (eng. Fisheries local action group / FLAG) čini partnerstvo predstavnika javnog, gospodarskog i civilnog sektora ribarstvenog i akvakulturnog područja otoka Brača te ima pravni oblik udruge. Partnerstvo je uspostavljeno s ciljem održivog razvoja ribarstva i marikulture te za zadatak ima izradu i provedbu zajedničke strategije za svoje područje. Važan segment u ovome partnerstvu čine predstavnici sektora ribarstva čija je uključenost u lokalnu inicijativu od velike važnosti i kao takva uvjetovana je za opstojnost svakoga LAGUR-a/FLAG-a.

b) Pronalazak grada prijatelja – TZO Bol u suradnji s Općinom Bol. Cilj je potpisati Sporazum o prijateljskoj suradnji s gradom u Čileu u Južnoj Americi gdje je evidentiraj najveći broj iseljenika iz Bole.  
*\*Za ovu aktivnost nisu potrebna sredstva van regularnih plaća zaposlenika TZO Bol*

Sredstva: **500,00** godišnje, Nositelj: TZO Bol, cjelogodišnja aktivnost 2025.

**Ciljevi aktivnosti:**

- ✓ Umrežavanja ljudskih resursa, ideja, aktivnosti, znanja, prakse,
- ✓ Povećanje vidljivosti destinacije,
- ✓ Brending i komunikacija.

**6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI****137.000,00 EUR**

- 6.1. Plaće
- 6.2. Materijalni troškovi
- 6.3. Tijela turističke zajednice

**6.1. Plaće i doprinosi zaposlenika 80.000,00 EUR**

Plaće tri zaposlenika ( direktor, administrator i IT administrator) lokalne turističke zajednice (plaća informatora u turističko-informativnim centrima u je sklopu točke 3.6.)

## 6.2. Materijalni troškovi : 27.000,00 EUR

- zakup prostora 10.800,00 EUR
- odvjetnički troškovi 7.200,00 EUR
- troškovi funkcioniranja ureda i izdaci za usluge (javnobilježnički troškovi, troškovi poštarine, knjig. usluge, struja, voda, pošta, smeće, internet, tel. usluge) 8.000,00 EUR
- nematerijalni izdaci (bankarske usluge i usluge platnog prometa) 1.000,00 EUR

### 6.2.1. Uređenje prostora ureda TZO Bol: 25.000,00 EUR

- troškovi završnih radova ( opremanje prostora, namještaj i tehnika za rad)

Ukupna sredstva: 25.000,00 Nositelj: direktor TZO, Rok: 2025.

## 6.3. Tijela turističke zajednice: 5.000,00 EUR

- Naknade za obavljanje aktivnosti članovima tijela turističke zajednice, putni troškovi članova tijela turističke zajednice, troškovi reprezentacije 5.000,00 EUR

Ukupna sredstva: 117.000,00 Nositelj: direktor TZO, Rok: 2025.

## 7. REZERVA

Rezerva do 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

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

## 9. FONDOVI - posebne namjene

Točka 9 je označena sa *NP* - nije primjenjivo

### 3.1. Struktura planiranja – tablični prikaz

		PRIHODI	Plan za 2025. (u EUR)	udio %	Plan za 2024. (EUR)
1.		Izvorni prihodi	360.000,00 EUR	90	305.000,00 €
	1.1.	Turistička pristojba	300.000,00 EUR	83	245.000,00 €
	1.2.	Članarina	60.000,00EUR	17	60.000,00 €
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	30.000,00 EUR	8	10.000,00 E
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	10.000,00 EUR	2	10.000,00 €
4.		Prihodi iz EU fondova			40.000,00 €
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti			-
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine			-
7.		Ostali prihodi			-
		<b>SVEUKUPNO</b>	<b>400.000,00 EUR</b>	<b>100</b>	<b>365.000,00 €</b>

		AKTIVNOSTI	Plan za 2025. (u EUR)	udio %	
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	30.000,00	8	6.000,00 €
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	30.000,00 EUR	8	6.000,00 €
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta			
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	-		
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	177.000,00 EUR	44	138.800,00 €
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	5000 EUR	1	2.500,00 €
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	2000 EUR	0,5	1.000,00 €
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	168.000,00 EUR	42	130.300,00 €

	2.4.	Turistička infrastruktura	2000 EUR	0,5	5.000,00 €
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	-		-
<b>3.</b>		<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>	<b>44.000,00 EUR</b>	<b>11</b>	<b>56.500,00 €</b>
	3.1.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	9000 EUR	2	14.000,00 €
	3.2.	Suradnja s organizatorima putovanja	3000 EUR	1	3.000,00 €
	3.3.	Kreiranje promotivnog materijala	20.000,00 EUR	5	26.500,00 €
	3.4.	Internetske stranice	9000 EUR	2	6.000,00 €
	3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	1000 EUR	0,25	2.000,00 €
	3.6.	Turističko-informativne aktivnosti	2000 EUR	0,5	5.000,00 €
<b>4.</b>		<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>	<b>11.500,00 EUR</b>	<b>3</b>	<b>50.000,00 €</b>
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	4000 EUR	1	4.000,00 €
	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	1500 EUR	0,37	43.000,00 €
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	6000 EUR	1,5	3.000,00 €
<b>5.</b>		<b>ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA</b>	<b>500 EUR</b>	<b>0,12</b>	<b>500,00 €</b>
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije			-
	5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	500 EUR	0,12	500,00 €
<b>6.</b>		<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>	<b>137.000,00 EUR</b>	<b>34</b>	<b>113.200,00 €</b>
	6.1.	Plaće	80.000,00 EUR	20	77.000,00 €
	6.2.	Materijalni troškovi	27.000,00 EUR	7	28.200,00 €
	6.2.1	Uređenje ureda Tzo Bol	25.000,00 EUR	6	-
	6.3.	Tijela turističke zajednice	5000 EUR	1	8.000,00 €
<b>7.</b>		<b>REZERVA</b>			
<b>8.</b>		<b>POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE</b>	/		
<b>SVEUKUPNO</b>			<b>400.000,00 EUR</b>	<b>100</b>	<b>365.000,00 €</b>

## 4 Izvješće o izvršenju programa rada

U skladu s odredbama članka 57. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) turističke zajednice izrađuju i donose Izvješće o izvršenju programa rada koje obvezno sadržava podatke o: - izvršenju programom rada pojedinačno utvrđenih zadataka - izdacima izvršenja programom rada pojedinačno utvrđenih zadataka - izdacima za poslovanju turističkog ureda i rad tijela turističke zajednice - ostvarenju prihoda po izvorima - financijskom rezultatu poslovanja - usporedbi financijskog plana i njegova ostvarenja s obrazloženjem odstupanja - analizi i ocjeni izvršenja programa te procjeni učinka poduzetih aktivnosti na razvoj turizma

*\*Tablice za godinu 2024. se pune u prosincu 2024. godine te finaliziraju krajem siječnja 2025.*

#### 4.1. Izvješće o izvršenju programa rada – Tablični prikaz

		PRIHODI	Plan	Rebalans	Realizacija	udio % u realizaciji	indeks realizacija /rebalans
<b>1.</b>		<b>Izvorni prihodi</b>	360.000 €				
	<b>1.1.</b>	<b>Turistička pristojba</b>	300.000 €				
	<b>1.2.</b>	<b>Članarina</b>	60.000 €				
<b>2.</b>		<b>Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna</b>	30.000 €				
<b>3.</b>		<b>Prihodi od sustava turističkih zajednica</b>	10.000 €				
<b>4.</b>		<b>Prihodi iz EU fondova</b>	-				
<b>5.</b>		<b>Prihodi od gospodarske djelatnosti</b>	-				
<b>6.</b>		<b>Preneseni prihod iz prethodne godine</b>	-				

7.	Ostali prihodi	-				
----	----------------	---	--	--	--	--

	AKTIVNOSTI	Plan	Rebalans	Realizacija	udio % u realizaciji	indeks realizacija /rebalans
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE					
1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata					
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta					
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti					
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA					
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda					
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda					
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja					
2.4.	Turistička infrastruktura					
2.5.	Podrška turističkoj industriji					
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE					
3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture					
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda					
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR					
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje					
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice					
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja					
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala					
3.8.	Internetske stranice					
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka					
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti					
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT					
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor					

4.2.	Stručni skupovi i edukacije					
4.3.	Koordinacija i nadzor					
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji					
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša					
5.	<b>ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA</b>					
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije					
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije					
6.	<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>					
6.1.	Plaće					
6.2.	Materijalni troškovi					
6.3.	Tijela turističke zajednice					
6.4.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava					
7.	<b>REZERVA</b>					
8.	<b>POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE</b>					
	<b>SVEUKUPNO 1</b>					
9.	<b>FONDOVI - posebne namjene</b>					
	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu					
	Fond za projekte udruženih turističkih zajednica					
	<b>SVEUKUPNO 2</b>					
<b>OTAL</b>	<b>SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2</b>					



## Zaključak

---

TZO BOL u 2025. godini u odnosu na 2024.godinu planira povećanje izvornog proračuna sa 325 000 eur na 360 000 eur. Povećanje izvornog proračuna temeljimo na činjenici da se turistička pristojba diže u prosjeku malo više od 10 % po pitanju turističke pristojbe po noćenju te 20-ak % po pitanju paušala po krevetu. Naime, pristojba po krevetu (paušal) ide sa 46 eura na 55 eura, a turistička pristojba po noćenju ide sa 1.33 eura na 1.40 eura. Također sukladno činjenici da smo ove godine od natječaja županijske TZ uprihodili 11 000 eura isto planiramo i u 2025. godini. Prihode od proračuna Općine/grada/županije ove godine smo uprihodili u iznosu od 2500 eura, a sukladno obavljenim preliminarnim pregovorima konkretno sa županijom SDŽ, koja nam je načelno obećala potporu iz stavke 2.3.plana (podrška razvoju turističkih događanja), konkretno za održavanje košarkaškog turnira na Zlatnom ratu, te razgovorima sa Općinom Bol u vezi izrade plana upravljanja destinacijom te izrade studije prihvatnih kapaciteta, a sukladno već dobivenim ponudama i tu planiramo uprihoditi 30 000 eura što iz Općinskog proračuna, što iz proračuna Splitsko dalmatinske županije što bi ukupno predstavljalo iznos od 400 000 eura. Turistička zajednica Općine Bol sve svoje obaveze izvršava u

propisanim rokovima pa čak i financijski zahtjevno uređenje novog ureda turističke zajednice koji će biti primjeren višestrukom šampionu Hrvatskog turizma te otvoriti dodatni prostor za promociju isključivo bolskih, ali i bračkih proizvoda raznih OPG-ova. Sukladno naputcima HTZ-a i MINT RH kako se trebamo okrenuti održivom turizmu, a koji uključuje digitalizaciju, aktivni turizam sa što manje ugljičnog otiska većina manifestacija je sportskog karaktera što je u skladu sa traženim. Također, moramo napomenuti kako smatramo da je aktivni turizam glavni motiv dolaska gostiju u predsezoni i posezoni što možemo uočiti i u činjenici da smo imali porast broja turista u travnju, svibnju i lipnju 2024.g. u odnosu na isti period 2023.g. Smatramo da je jedna od činjenica i održavanje ITF turnira u tom periodu. Nažalost i ovu godinu moramo napomenuti kako ćemo imati izdatak za odvjatničke usluge iz razloga što i dalje imamo otvorene frontove na više sudova. U planu smo predvidjeli i ulaganje u potencijalnog prvog olimpijca sa bolskom adresom koji je već pokazao zapažene rezultate u windsurfu, Iana Anića jer ipak smatramo da je ulaganje u naše mlade ulaganje i u našu budućnost. Tradicionalno u suradnji sa big blue sportom imamo i prvomajski kros oko Bola koji polako postaje i motiv dolazaka turista u tom razdoblju, osobito sa tržišta Slovenije te biciklističku utrku Na dva kola oko Bola.

Potpis odgovorne osobe:

---