

**PLANA RADA
MEMORIJALNOG CENTRA "FAUST VRANČIĆ"
ZA 2024. GODINU**

1. SAŽETAK DJELOKRUGA RADA

Memorijalni centar "Faust Vrančić" je javna ustanova u kulturi neprofitnog karaktera, osnovana Odlukom o osnivanju na 33. sjednici Gradskog vijeća Grada Vodica održanoj 20. ožujka 2013. godine. Pravnu samostalnost stječe 01. listopada 2013. godine.

Osnovna djelatnost je prikupljanje, čuvanje i prezentiranje građe povezane sa životom i djelom Fausta Vrančića. Ostale djelatnosti su:

- poticanje i razvijanje kulturno-umjetničkog amaterizma
- organiziranje i održavanje kulturno-umjetničkih radionica, predstava, koncerata, predavanja, izložbi i sličnih manifestacija
- izdavačko-informativna djelatnost nastala na temelju rada Centra
- prodaja suvenira i promotivnih materijala
- suradnja s drugim ustanovama iz područja kulture, obrazovanja i srodnim organizacijama radi unapređenja svoje djelatnosti i rada
- zaštita i očuvanje otočne kulturne baštine i tradicije

Memorijalni centar "Faust Vrančić" je prema NKD 2007. registriran za obavljanje muzejske djelatnosti. Nalazimo se u Registru muzeja i baštinskih ustanova Muzejskog dokumentacijskog centra u Zagrebu. Matični muzej u sustavu matičnosti nam je Tehnički muzej "Nikole Tesle" u Zagrebu.

Memorijalni centar "Faust Vrančić" je proračunski korisnik Grada Vodica od 01. listopada 2013. godine. Zapošljava ravnateljicu (VSS), stručnog suradnika za interpretaciju i promociju (VSS) i čistačicu (NKV) na pola radnog vremena. Financijsko-knjigovodstveni poslovi za ustanovu su se obavljali preko Ugovora o djelu. Upraznjeno je radno mjesto tehničkog suradnika (VSS) na neodređeno. Za ljetni period: srpanj i kolovoz, zapošljavamo sezonca preko učeničkog servisa. Iz vlastitih sredstava financiramo rashode za zaposlene za srpanj i kolovoz.

Zgrada Memorijalnog centra "Faust Vrančić" raspolaže unutarnjim, izložbenim prostorom stalnog postava i vanjskim, otvorenim prostorom koji se nalazi na katu. U prizemlju se nalaze tri poslovna prostora, jedan je namijenjen prodaji brodskih karata (Jadrolinija), drugi za obavljanje djelatnosti prodaje pekarskih proizvoda (Pekara Prvić) i treći za trafik (TO King iz Prvić Luke). Na katu je smješten poslovni prostor za ugostiteljsku djelatnost s pripadajućom terasom (DF agencija).

Sjedište MC Faust Vrančić je na otoku Prviću, adresa: I ulica 1a, 22233 Prvić Luka

OIB: 20110229694

IBAN: HR 5024070001100536903 kod OTP banke

tel/fax: 022 448 128

e-mail: ravnateljica@mc-faustvrancic.com, info@mc-faustvrancic.com
web adresa: www.mc-faustvrancic.com

RADNO VRIJEME:

zimsko radno vrijeme:

01. listopada – 30. travanj
ponedjeljak – petak 10-16h

01. svibanj – 30. lipanj / 01. rujna – 30. rujna
ponedjeljak – subota 10-16h

ljetno radno vrijeme:

01. srpanj – 31. kolovoz
ponedjeljak – nedjelja 09-16h

Otvaramo i izvan radnog vremena za grupne posjete (min. 20 osoba) uz prethodnu najavu.
Ne radimo: Stara i Nova godina i 06.01. Tri kralja, Uskrs i Uskrsni ponedjeljak, 01.05. Praznik rada, 30.05. Dan državnosti, Tijelovo, 01.11. Svi sveti, 18.11. Dan sjećanja na žrtve Domovinskog rata, 25. i 26. 12. Božić.

CIJENA ULAZNICE:

odrasli – 5 €

učenici i studenti, umirovljenici – 3 €

obiteljska (2 roditelja i djeca bez obzira na dob) – 10 €

besplatan ulaz – djeca do 7 godina, invalidi, članovi muzejskih udruga, vodiči i pratitelji grupa
Popust se odobrava od 10 % na grupe (min. 20 osoba).

Centar ima omogućen pristup osobama s invaliditetom (rampa za stepenice i wc). Za korištenje rampe za invalide potrebna je prethodna najava kako bismo osigurali pratnju. Rampa trenutačno zahtijeva veliki remont jer je u kvaru. Za rukovanje i neometano služenje rampom te brigu o istoj potreban nam je tehnički suradnik kao zaposlenik ustanove.

2. STRATEŠKO OPREDJELJENJE

Definiranje vizije, misije i vrijednosti

Viziju, misiju i vrijednosti Centra nismo mijenjali od lanjske godine.

MISIJA je ujedno i izjava o poslanju koja nam definira razlog postojanja Centra i usmjerena je na aktivnosti kojima stvaramo društvenu vrijednost kroz ono što radimo u ustanovi.

Misija ili izjava o poslanju Memorijalnog centra "Faust Vrančić" je prikupljanje, istraživanje, proučavanje, očuvanje, interpretiranje i komuniciranje materijalne i nematerijalne baštine vezane za lik i djelo Fausta Vrančića, hrvatskog velikana europskog ugleda, izumitelja, vizionara, diplomata, biskupa, leksikografa, poliglota i polihistora.

Očuvanje i promocija baštine otoka Prvića također spada u misiju Centra.

Memorijalni centar "Faust Vrančić" ispunjava svoju zadaću na dobrobit društva i okruženja u kojem djeluje, a kako bi ispunio svoje zadane ciljeve putem aktivnosti: predavanja, radionica, stručnih vodstva, prezentacija, publikacija, stručnih radova, izložbi i suradnji s drugim ustanovama, organizacijama i pojedincima te ostalih edukativnih i stručnih programa udovoljava potrebama svojih korisnika i posjetitelja unutar i izvan zgrade Centra, u stvarnom i virtualnom okruženju.

VIZIJA je stanje u budućnosti, rezultat uspjeha u radu i govori nam kako Centar treba izgledati nakon što ostvari planiranu strategiju.

Memorijalni centar "Faust Vrančić" je javna ustanova u kulturi neprofitnog karaktera otvorena za javnost koja je temelj za održiv razvoj te promicanje i očuvanje vlastite materijalne i nematerijalne baštine i kulturnog identiteta. Centar je ustanova koja komunicira sa svojim posjetiteljima i širom publikom, potiče na usvajanje novih informacija, potiče radoznalost, pruža edukaciju i zabavu, aktivno surađuje sa zajednicom i potiče pozitivan stav prema kulturnom i prirodnom naslijeđu.

VRIJEDNOSTI nam govore kako ustanova radi i kako želi raditi te kako uvažava ostale dionike. Vrijednosti koje promičemo su:

1. Istraživanje i prezentiranje života i stvaralaštva Fausta Vrančića
2. Očuvanje prirodne i kulture baštine otoka Prvića
3. Suradnja s istim ili sličnim ustanovama, organizacijama, udrugama i pojedincima
4. Umrežavanje resursa s drugim sektorima (turizam, poduzetništvo, kreativne industrije)
5. Implementacija europskih, nacionalnih, regionalnih i lokalnih strategija
6. Usvajanje i pridržavanje standarda u ICOM-ovom Etičkom kodeksu
7. Održavanje kvalitete u radu i poslovanju te učinkovita i odgovorna organizacija rada
8. Fleksibilnost i prilagodljivost djelatnika
9. Promicanje struke putem partnerstva i članstva u udruženjima
10. Stalno profesionalno usavršavanje i prihvaćanje novih trendova

Da bismo sve nadvedeno postigli nužno je planirati ciljeve, mjere i aktivnosti kojima ćemo ostvariti ciljeve i način praćenja i evaluacije postignutog. Preduvjet svakog plana je provođenje analize elemenata koji utječu na rad, poslovanje i razvoj Centra.

Analiza situacije u ustanovi:

- Centar ne može funkcionirati samostalno bez proračunskih sredstava
- Potreba za stručnim djelatnicima: tehnički suradnik i vodič-sezonac na šest mjeseci
- Potreba za dodatnim financijskim sredstvima za razvoj: dovršetak stalnog postava, zamjena dotrajale opreme, uvođenje novih multimedijalnih sadržaja za posjetitelje
- Nedostatak prostora za provođenje programskih aktivnosti
- Mali broj zaposlenih djelatnika i visina financijskog plana nedovoljni su za mogućnost prijave na natječaje EU fondova i provedbu istih
- Dvoje zaposlenih djelatnika radi sve poslove u ustanovi, od uredsko-administrativnih, stručnog rada do zakonskih obveza (arhivar, službenik za GDPR, službenik za informacije, službenik za digitalnu pristupačnost sl.), rada sa posjetiteljima, kreiranja i

realiziranja programskih aktivnosti, rada na blagajni, komunikacije sa izvođačima radova, brige o zgradi i opremi Centra, nabavi suvenira i sredstava za rad itd.

- Centar je centralni sadržaj na otoku za posjetitelje kao i pružatelj informacija
- Povećani broj ciljanih dolazaka na otoku u posjet Centru
- Potrebe za uvođenjem dodatnih marketinških aktivnosti
- Potreba za uvođenje novih artikala u suvenirnici

Analiza situacije u okruženju:

- Prometna povezanost otoka s kopnom
- Vozni red javnog linijskog prijevoznika
- Lučka infrastruktura za prihvat turističkih brodova
- Demografska struktura lokalnog stanovništva (trend nataliteta, pretežno stanovništvo je radno neaktivno)
- Veći interes organiziranog grupnog dolaska u posjet Centru
- Direktna korist od Centra za lokalne ugostitelje i male obrtnike i poduzetnike koji koriste njihove usluge i kupuju proizvode prilikom posjeta Centru i otoku
- Nepostojanje obrtnika i izvođača radova na otoku koji su nam nužni za održavanje zgrade i popravke
- "otočna" sezonalnost

SWOT ANALIZA je metoda koja analizira unutarnje snage i slabosti ustanove te prilike i prijetnje iz vanjskog okruženja. Na unutarnje se faktore može aktivno utjecati dok se na vanjske ne može utjecati već ih se može detektirati kako bi se amortizirale očekivane prijetnje.

Snage:

- Centar - centralni sadržaj
- visokoobrazovani profil djelatnika
- fleksibilnost i motiviranost djelatnika
- multimedijalni postav
- korištenje modernih tehnologija
- online marketing
- ciljani dolasci posjetitelja
- pozicioniranje Centra na lokalnoj, regionalnoj nacionalnoj razini

Slabosti:

- nedostatak stručnih djelatnika: tehnički suradnik i vodič-sezonac
- sezonalnost posjeta
- nepostojanje konsenzusa oko pravca razvoja
- loša prometna povezanost s kopnom
- nedovoljna komunikacija s turističkim dionicima u ŠKŽ
- nedostatak financijskih sredstava
- nedostatak prostora za izvođenje programskih aktivnosti
- sve učestaliji kvarovi na opremi

- razumijevanje funkcioniranja turističkog tržišta
- potreba za uređenjem dijelova zgrade Centra
- snalažljivost i kreativnost u postojećim situacijama

Prilike

- mogućnosti korištenja EU fondova
- trendovi rasta potražnje za selektivnim oblicima turizma
- rast potražnje za turističkim uslugama
- razvoj kompatibilne turističke i kulturne ponude na području ŠKŽ
- prirodne ljepote otoka
- ekološki čisto okruženje
- tradicija i prepoznatljivost na emitivnim tržištima
- postojeća turistička ponuda
- razvoj novih muzejskih trendova i niša

Prijetnje

- nepostojanje konsenzusa o potrebi uvođenja dodatnih brodskih linija
- utjecaj krize - nedostatak sredstava, rast troškova poslovanja
- demografska slika otoka Prvića
- nedostatak sekundarnih uslužnih sadržaja na otoku
- nerazvijena komunalna infrastruktura
- nedostatak vezova za prihvat brodova
- profiliranje regionalne turističke ponude
- povećanje administracije

PEST ANALIZA razmatra političko, ekonomsko, društveno, ekološko i tehnološko okruženje prilikom sistematizacije faktora koji djeluju na ustanovu iz vanjskog okruženja a dobivena slika predstavlja podlogu za konačno razmatranje najvažnijih faktora poslovanja.

Političko okruženje. Sustavi kontrole, administrativni zahtjevi i provođenje donesenih procedura dodatno opterećuju ionako nedovoljan broj djelatnika ustanove pri njihovoj provedbi. Potreban je dodatan rad i sredstva za uvođenje eura. Napokon je donesen jedinstveni zakon kojim se regulira rad i funkcioniranje javnih ustanova u kulturi. Utjecaj krize na kulturnu politiku pri dodjeli financijskih sredstava. Nacionalna strategija nije konkretna prema kulturnom sektoru već ostavlja dodatne napore svakom dioniku da se pronađe unutar pojedinih razvojnih smjerova. Nepostojanje i/ili neprovođenje lokalnih i regionalnih strategija razvoja.

Ekonomsko okruženje. Moguće smanjenje sredstava za kulturni sektor zbog utjecaja krize. Utjecaj krize na poslovanje partnera na tržištu. EU fondovi nisu dovoljno usmjereni i definirani na dodjelu sredstava za potrebe javnih ustanova u kulturnom sektoru, za prijavu na EU sredstva uvjetuju se velika umrežavanja i međusektorska suradnja. Rast cijena energenata utječe na troškove poslovanja ustanove. Imperativ ostvarivanja profita.

Društveno okruženje. Demografska slika na lokalnoj i nacionalnoj razini. Online pristup kulturnim sadržajima. Individualni pristup posjetiteljima. Sve veće okretanje ka održivom i uključivom principu razvoja društva. Osjetljivost na ranjive skupine i osobe slabije platežne moći. Korištenje društvenih mreža za pristup publici.

Ekološko okruženje. Zbog konzervatorske zaštite nemoguće je korištenje i primjena održivih i izdržljivijih materijala (pvc, aluminij). Zaštita na radu i radne okoline uvjetuje troškove poslovanja ustanove.

Tehnološko okruženje. Instalirana multimedijalna oprema je već zastarjelog kalibra, potrebna je zamjena i adaptacija dotrajale opreme. Uvođenje novih multimedijalnih sadržaja u stalni postav. Nedostaje stručni kadar koji posjeduje određenu razinu ICT vještina.

Analiza dionika

Grad Vodice kao osnivač je ključni primarni dionik ustanove u pitanju autoriteta, financijske, pravne i administrativne podrške. Ostali primarni dionici su: Ministarstvo kulture i medija koje donosi zakonske propise i nadzire zakonitost poslovanja, djelatnici ustanove, strukovne udruge, kulturne ustanove i organizacije koje utječu na rad sektora, vanjski suradnici i partneri ustanove te korisnici i posjetitelji.

Sekundarni dionici su: znanstvene i sveučilišne ustanove, druga ministarstva i državna tijela vezana za kulturni sektor, udruge civilnog društva, mediji i kreatori javnog mijenja.

Opći ciljevi:

1. Dopršenje i uvođenje novih sadržaja u stalni postav
2. Razvoj marketinških aktivnosti
3. Programske aktivnosti

Ciljevi su definirani proteklom stečenim iskustvom u radu, profesionalnim standardima u struci i uvjetuju određene financijske, ljudske i organizacijske resurse. Istodobno su i realni i mjerljivi.

1. DOVRŠETAK I UVOĐENJE NOVIH SADRŽAJA U STALNI POSTAV

Zbog vremenskih rokova prilikom potrošnje odobrenih sredstava iz pretpripravnih EU fondova za dovršenje izgradnje i uređenja Memorijalnog centra "Faust Vrančić" određene stavke u muzeološkom konceptu stalnog postava nisu izvedene do kraja. Slijedom toga ima mogućnosti

za uvođenje novih sadržaja i doradu postojećih. Ovisno o financijskim i organizacijskim resursima realiziralo bi se slijedeće:

- legende uz makete u stalnom postavu
- izrada projektnog zadatka za redefiniranje "sjevernog zida" stalnog postava uvođenjem novih multimedijalnih sadržaja: foto kutak i digitalni sadržaji (igrice, tekstualni dio i sl.)
- nabava ekrana na dodir na već postojeća mjesta u postavu
- novi tekst na početku razgleda postava (biografija Fausta Vrančića)
- nabava opreme za povremene izložbe i prezentacije (mobilni panoi)
- legende uz tri vanjske velike makete (padobran, mlin za masline i viseći most)
- dvije viseće lutke: "brod koji se nosi" i padobranac.

2. RAZVOJ MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI

Bez obzira koliko bili zadovoljni vizualnim identitetom pa i prepoznatljivi zbog njega, uvijek je preporuka napraviti redizajn ili izgraditi novi vizualni identitet. Naravno da nije nužno ali uz određena financijska sredstva i to je moguće i izvedivo jer s novim identitetom i njegovim predstavljanjem privlačite novu publiku a već postojećoj ostavljate dojam da napredujete uvođenjem promjene.

Zbog nedostatka djelatnika, a i praksa kod većih institucija je pokazala da je angažiranje vanjskih stručnjaka u definiranju i provođenju marketinških aktivnosti veoma učestala. Do sada smo se uspješno promovirali putem društvenih mreža, posebno Facebooka i Instagrama sa sustavnom strategijom objava i sadržaja. Mrežnu stranicu je potrebno redovito ažurirati i puniti sadržajem koji će privlačiti virtualne posjetitelje. Aktivan je i You tube profil.

Zbog krize uzrokovane pandemijom smanjili smo sredstva za izradu tiskanog promotivnog materijala te nismo tiskali promotivni letak. Grafički dizajn i izrada novog letka zahtijeva dodatna financijska sredstva. Uz dodatna financijska sredstva može se ići i u izradu ilustrativne mape koja bi uz kvalitetno likovno i grafičko rješenje predstavila otok Prvić sa svoja dva naselja: Lukom i Šepurinama te našim Centrom sa pričom o Faustu Vrančiću.

Realizirati će se nabava suvenira uporabne vrijednosti i kreiranje novih suvenira primjerice nakita te drugih ukrasnih predmeta s motivima iz Faustove knjige izuma "Machinae novae". Sve navedeno stvara i financijsku dobit za ustanovu kroz prodaju suvenira, privlačenju novih posjetitelja i stvaranju boljeg imidža.

3. PROGRAMSKE AKTIVNOSTI

Od samih početaka rada suočeni smo s nedostatkom prostora za izvođenje programskih aktivnosti ili djelatnosti za koje je ustanova registrirana a naši posjetitelji i korisnici iskazuju interes. Izložbeni postav u zgradi Centra je stalnog karaktera te ne ostavlja mogućnost za njegovo korištenje u provođenju ostalih aktivnosti: radionice, predavanja, prezentacije, povremene izložbe i sl. Potrebna je značajna koordinacija i improvizacija u provođenju istih što nam je pokazalo dosadašnje iskustvo. Jednostavnim riječima: dok su posjetitelji u postavu i traje sezona posjeta mi nemamo mogućnosti raditi ili obavljati druge djelatnosti i provoditi programske aktivnosti.

No bez obzira na navedeni nedostatak trudimo se i dalje ćemo nastaviti s organizacijom i realizacijom događanja u Centru, izvan Centra i/ili online.

Realizirati ćemo tradicionalne manifestacije i događanja:

Noć muzeja, petak 26. siječnja, 19. po redu Noć muzeja s temom: **Muzeji i nova publika** koja stavlja fokus na dinamičnost, ulogu muzeja u zajednici, razvoj novih programa za publiku, suradnju, razmjenu znanja i razvijanje partnerstva. Tema devetnaeste Noći muzeja odgovara trendovima kojima naginje nova generacija tražeći inovativna rješenja i kreativne sadržaje u kojima i sami mogu sudjelovati. Noć muzeja bit će prilika za prezentaciju i komunikaciju naših sadržaja i stvaranje nove, aktivne publike.

Noć knjige, 21.-23. travnja, manifestacija koja se organizira u svrhu promocije čitanja i važnosti knjige a povodom Svjetskog dana knjige i autorskih prava 23. travnja i Dana hrvatske knjige 22. travnja

Festival znanosti, 22. – 27. travnja, manifestacija koja se kontinuirano u Hrvatskoj održava od 2003. godine s ciljem približavanja znanosti, javne percepcije znanstvenika i njihovog rada i dostignuća te motiviranje mladih za istraživanje i stjecanje novih znanja. Od 2023. smo imenovani koordinatorom ovog festivala za našu županiju. Tema festivala za 2024. godinu je: Inteligencija.

Flora Dalmatica, festival prirode koji traje cijeli mjesec travanj u čast šibenskog botaničara Roberta Visianija. Ovo će biti treće po redu izdanje koje se održava u Šibeniku a od 2023. i kod nas u Centru. U realizaciji festivala sudjelujemo od samog početka.

Edukativna-muzejska akcija EMA, manifestacija koja se na nacionalnoj razini održava već 29. put po redu u svrhu muzejske edukacije najčešće za mlađu populaciju a traje od 16. travnja do 18. svibnja. Sudionici akcije kreiraju svoj program u skladu sa zadanom temom. Ovogodišnja tema je: Muzeji i STEM.

Međunarodni dan muzeja, 18. svibnja, besplatan ulaz za posjetitelje

Dan otvorenih vrata, 14. rujna, besplatan ulaz za posjetitelje povodom 12. godina rada

Kreativni dani Fausta Vrančića, 4.-6. listopada, festival koji se održava na otoku u organizaciji Udruge "Otok" iz Prvić Luke, u kojem sudjelujemo od samog početka sa predavanjima koji se odvijaju u našem Centru i grupnim vodstvima. Za vrijeme trajanja festivala ulaz je besplatan.

Nastavljamo suradnju s Muzejom Grada Šibenika i Udrugom turističkih vodiča Mihovil iz Šibenika na promociji i prezentaciji našeg velikana Fausta Vrančića kao i kulturne i prirodne baštine.

U planu je i sudjelovanje na 13. Skupu muzejskih pedagoga Hrvatske sa međunarodnim sudjelovanjem krajem rujna u Karlovcu.

4. ZAKONSKE I DRUGE PODLOGE NA KOJIMA SE ZASNIVAJU PROGRAMI

Zakon o ustanovama (NN 76/93, 29/97, 47/99, 35/08 i 127/19)

Zakon o kulturnim vijećima i financiranju javnih potreba u kulturi (NN 83/22)

ICOM-ov Etički kodeks za muzeje

5. USKLAĐENOST S DOKUMENTIMA DUGOROČNOG RAZVOJA

Provedbeni program Ministarstva kulture i medija za razdoblje od 2021. do 2024. godine

3. Izazovi i razvojne potrebe

3.7. Razvoj arhivske i muzejske djelatnosti

Zagreb, 04. travnja 2022. godine

KLASA: 023-07/21-01/0001

URBROJ: 532-03-02-01/1-22-04

U Prvić Luci, 16. listopada 2023. godine

Ivana Skočić, dipl. tur. kom.
ravnateljica
MC Faust Vrančić

