

**TURISTIČKA ZAJEDNICA**

**OPĆINE STARIGRAD**

**PROGRAM RADA ZA 2016.G.**

**Starigrad-Paklenica, listopad 2015.g.**

## S A D R Ž A J

|  |
| --- |
| U V O D………………………………………………………………………………………………...........................2ANALIZA TURISTIČKE SEZONE 01.01.-30.09.2015……………………….…….……………...……………….2TRENDOVI I PROCJENE………………………………………………………..………………..…........................7CILJEVI…………………………………………………………………….……………………..….………………….7PROGRAM RADA ZA 2016.g……………………………………..………………………..….….........................9I ADMINISTRATIVNI RASHODI……………………………………..……………………..…..............................9II DIZAJN VRIJEDNOSTI…………………………………………………..…..……………….............................11Poticanje i sudjelovanje u uređenju Općine……………………………………...………………………………..11Manifestacije……………………………………………………………………………………..….………………..12Novi proizvodi…………………………………………………………………………………..……………………..13Potpora razvoju DMK……………………………………………….…………………………..……………………13III KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI………………………………………………………………………………..14Online komunikacije………………………………………………………………………………...……………….14Offline komunikacije………………………………………………………………………………..………………...14Smeđa signalizacija…………………………………………………………….…………………..……………….15IV DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI……………………..……………………….…………………..15V INTERNI MARKETING……………………………………………..……………………..……………………16VI MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA…………………………….………………………..…………………16VII POSEBNI PROGRAMI……………………………………………….………………………..……………….16VIII OSTALE AKTIVNOSTI……………………………………………………………………….........................16IX TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI……………………………………………...……………..17X FINANCIJSKI PLAN…………………………………………………………………………..…………………17XI ZAKLJUČNE ODREDBE……………………………………………………………………….......................18 |

I U V O D

1. ANALIZA TURISTIČKE SEZONE 01.01.-30.09.2015.

Uvodni dio donosi podatke o turističkom prometu realiziranom kroz prvih devet mjeseci tekuće godine te služi za analizu ostvarenih rezultata i planiranja za narednu godinu.

Podaci u tabelama ne obuhvaćaju nekomercijalni turistički promet u kućama i stanovima za odmor(vikendice), odnosno, taj promet je iskazan zasebno.

**Tabela 1.** KAPACITETI I OSTVARENA NOĆENJA PO MJESTIMA 01.01.-30.09.2015.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| MJESTO | KAPACITET | NOĆENJA | NOĆENJA15/14 | UČEŠĆE U KAP. % | UČEŠĆE U NOĆ. % |
| STARIGRAD | 4.831 | 275.223 | 111 | 57 | 64 |
| SELINE | 1.767 | 82.897 | 108 | 47 | 24 |
| TRIBANJ | 919 | 44.229 | 110 | 48 | 12 |
| UKUPNO | **7.517** | **402.349** | **110** | **54** | **100** |

Izvor: Služba za gospodarstvo zadarske županije, TZO Starigrad

Smještajni kapaciteti su u 2015.g. povećani za dodatnih 5% odnosno 339 kreveta i to u sobama, apartmanima i kampovima, dok je broj kreveta u hotelskom smještaju ostao nepromijenjen. Sveukupno je od 2013.g., kada je počelo provođenje legalizacije bespravno sagrađenih objekata bez čega brojni vlasnici objekata nisu mogli ishoditi rješenja za iznajmljivanje, registrirano 1.055 novih kreveta u privatnom smještaju i kampovima, što je povećanje od 16%.

U prvih devet mjeseci tekuće godine ukupno je ostvareno 402.349 noćenja što je 10% više u odnosu na isto razdoblje prethodne godine.

**Tabela 2.** KAPACITETI I OSTVARENA NOĆENJA PO VRSTAMA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA 01.01.-30.09.2015.G.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| NAZIV | KAPACITET | NOĆENJA | NOĆENJA15/14 | POPUNJENOST | UČEŠĆEU UK.KAP.% | UČEŠĆEU UK.NOĆ.% |
| HOTELI | 493 | 58.326 | 99 | 118 | 7 | 15 |
| KAMPOVI | 2.679 | 161.972 | 114 | 60 | 36 | 40 |
| PRIV.SM. | 3.772 | 160.013 | 112 | 42 | 50 | 40 |
| PANSIONI | 573 | 22.038 | 107 | 38 | 7 | 5 |
| **UKUPNO** | **7.517** | **402.349** | **110** | **54** | **100** | **100** |

Izvor: Služba za gospodarstvo zadarske županije, TZO Starigrad

**Tabela 2**. donosi podatke o kapacitetima i turističkom prometu prema vrstama smještajnih kapaciteta. U hotelima je zabilježen pad noćenja od 1% dok je kod ostalih vrsta kapaciteta zabilježeno povećanje noćenja 7-14%. Popunjenost u hotelima je sa 120 smanjena na 118 dana ali je i dalje najpovoljniji omjer učešća u kapacitetima i ostvarenim noćenjima upravo u hotelima. Kod ostalih vrsta kapaciteta popunjenost je porasla za 2-4 dana. Prosječna popunjenost kapaciteta tako je iznosila 54 dana.

**Tabela 3.** DOLASCI I NOĆENJA PO SMJEŠTAJNIM OBJEKTIMA 01.01.- 30.09.2015.G.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| OBJEKT | DOLASCI | NOĆENJA | INDEKS | PROSJEČNA POPUNJENOST | PROSJEK BORAVKA |
| 2014 | 2015 | 2014 | 2015 | DOLASCI | NOĆENJA | DANI | DANI |
| KOMERCIJALNI | 66798 | 74702 | 364249 | 402349 | 112 | 110 | 54 | 5 |
| NEKOMERCIJALNI | 5174 | 5211 | 63198 | 63384 | 100 | 100 |   | 12 |
| **UKUPNO** | 71972 | 79913 | 427447 | 465733 | 111 | 109 |   | 6 |

Izvor: TZO Starigrad

**Tabela 3**. donosi prikaz ostvarenih dolazaka i noćenja turista u komercijalnim i nekomercijalnim(kuće i stanovi za odmor) objektima. U komercijalnim objektima za iznajmljivanje ostvareno je 12% više dolazaka te 10% više noćenja u odnosu na promatrano razdoblje prethodne godine. Prosječan boravak gosta iznosi 5 dana što je istovjetno devetomjesečnom razdoblju prethodne godine.

U kućama i stanovima za odmor je ostvareno gotovo jednako dolazaka i noćenja kao u istom razdoblju 2014.g.. Sveukupno prosječan broj dana boravka gosta na području Općine Starigrad u konačnici iznosi 6 dana što je istovjetno istom razdoblju 2014.godine.

**Tabela 4.** OSTVARENA NOĆENJA PO SMJEŠTAJNIM OBJEKTIMA I MJESECIMA 01.01.-30.09.2015.g.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| MJESEC | KOMERCIJALNI OBJEKTI | NEKOMERCIJALNIOBJEKTI  | UKUPNO | INDEKS15/14 |
| 1 | 189 | 0 | 189 | 139 |
| 2 | 268 | 70 | 338 | 282 |
| 3 | 1107 | 98 | 1205 | 280 |
| 4 | 7081 | 319 | 7400 | 86 |
| 5 | 20556 | 421 | 20977 | 133 |
| 6 | 48594 | 1150 | 49744 | 110 |
| 7 | 124796 | 37712 | 162508 | 106 |
| 8 | 153701 | 22377 | 176078 | 106 |
| 9 | 46057 | 1237 | 47294 | 121 |
| 10 |   |   |   |   |
| 11 |   |   |   |   |
| 12 |   |   |   |   |
| UKUPNO | 402349 | 63384 | 465733 | 109 |

**Tabela 4**. prikazuje broj ostvarenih noćenja u komercijalnim i nekomercijalnim objektima po mjesecima. Praktički svi mjeseci izuzev travnja zabilježili su porast noćenja a za istaknuti je značajan porast registriranih noćenja u svibnju(12%) i rujnu(22%).

**Tabela 5**. donosi pregled ostvarenih dolazaka i noćenja po državama. Od sveukupnog broja gostiju domaći su ostvarili 8.637 dolazaka(12% više) i 73.248 noćenja(9% više) u odnosu na isto razdoblje 2014.g.. Kod stranih gostiju zabilježeno je 11% više dolazaka i 9% više noćenja u odnosu na 9-mjesečno razdoblje prethodne godine.

Sveukupno u strukturi ostvarenog turističkog prometa domaći gosti su ostvarili 11% dolazaka i 16% noćenja a strani 89% dolazaka i 84% noćenja.

U strukturi stranih gostiju nije došlo do značajnijih izmjena. Njemačka je i dalje najzastupljenija emitivna zemlja sa preko 100.000 noćenja što je 26% učešća u ukupnim noćenjima stranih turista. Slijede Slovenija, Poljska, Češka i Austrija.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | DOLASCI | NOĆENJA | DOLASCI15/14 | NOĆENJA15/14 | UčešćeDol.% | UčešćeNoć.% |
| **UKUPNO DOMAĆI I STRANI** | **79913** | **465733** | **111** | **109** | 100 | 100 |
| DOMAĆI TURISTI | 8637 | 73248 | 112 | 109 | 11 | 16 |
| STRANI TURISTI | 71276 | 392485 | 111 | 109 | 89 | 84 |

Tabela 5. OSTVARENI DOLASCI I NOĆENJA PO DRŽAVAMA 01.01.-30.09.2015.G.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Austrija** | **6125** | **34342** | **98** | **96** | **9** | **9** |
| Belgija | 1250 | 5451 | 118 | 117 | 2 | 1 |
| Bjelorusija |   |   |   |   |   |   |
| BIH | 1519 | 9549 | 151 | 151 | 2 | 2 |
| Bugarska |   |   |   |   |   |   |
| **Češka** | **5814** | **38577** | **92** | **93** | **8** | **10** |
| Danska | 310 | 1242 | 104 | 72 | 4 |   |
| Estonija | 64 | 188 |   |   |   |   |
| Finska | 240 | 534 | 190 |   |   |   |
| Francuska | 2862 | 8049 | 123 | 128 | 4 | 2 |
| Grčka |   |   |   |   |   |   |
| Irska | 57 | 274 |   |   |   |   |
| Island |   |   |   |   |   |   |
| Italija | 2682 | 10547 | 109 | 105 | 4 | 3 |
| Izrael | 66 | 224 |   |   |   |   |
| Letonija |   |   |   |   |   |   |
| Litva | 916 | 5318 | 111 | 123 | 1 | 1 |
| Luksemburg | 51 | 194 |   |   |   |   |
| Mađarska | 1512 | 7207 | 111 | 105 | 2 | 2 |
| Makedonija | 28 | 235 |   |   |   |   |
| Nizozemska | 3902 | 23839 | 127 | 120 | 5 | 6 |
| Norveška | 148 | 580 |   |   |   |   |
| **Njemačka** | **16047** | **100528** | **109** | **108** | **23** | **26** |
| **Poljska** | **7579** | **44639** | **120** | **113** | **11** | **11** |
| Portugal |   |   |   |   |   |   |
| Rumunjska | 309 | 1505 |   |   |   |   |
| Rusija | 222 | 1294 |   |   |   |   |
| Slovačka | 3360 | 21871 | 123 | 126 | 5 | 6 |
| **Slovenija** | **9788** | **57419** | **116** | **113** | **14** | **15** |
| Srbija | 193 | 1562 |   |   |   |   |
| Španjolska | 469 | 825 | 84 |   |   |   |
| Švedska | 673 | 2829 | 122 | 115 |   |   |
| Švicarska | 1258 | 3772 | 94 | 114 | 2 | 1 |
| Turska |   |   |   |   |   |   |
| Ukrajina | 178 | 865 |   |   |   |   |
| V. Britanija | 1577 | 4744 | 115 | 110 | 2 | 1 |
| Ost. eur. zemlje  | 262 | 754 |   |   |   |   |
| Australija | 437 | 710 |   |   |   |   |
| Japan |   |   |   |   |   |   |
| Kanada | 244 | 543 |   |   |   |   |
| N. Zeland | 144 | 159 |   |   |   |   |
| SAD | 319 | 924 |   |   |   |   |
| Ostale zemlje | 671 | 1192 |   |   |   |   |

Izvor: TZO Starigrad

ZAKLJUČAK

Prema analizi turističkog prometa za prvih 9 mjeseci na području Zajednice ukupno je ostvareno 71.972 dolazaka te 465.733 noćenja što je za 7.941(11%) dolazaka više i 38.286(9%) noćenja više u odnosu na isto razdoblje prethodne godine.

Zabilježeno je povećanje registriranih smještajnih kapaciteta od 5% koje se odnosi na privatni smještaj i kampove kao rezultat provođenja legalizacije bespravno sagrađenih objekata i uvođenja mogućnosti ishođenja privremenih rješenja za takve objekte što je predstavljalo veliki problem na razini države. Značajno je i povećanje kapaciteta i kategorije u autokampu Paklenica Bluesun hotela Alan gdje je slijedom toga zabilježeno 34%-tno povećanje noćenja.

Za razliku od prošle turističke godine koja će ostati zapamćena po ekstremno lošim vremenskim uvjetima ova sezona je protekla u znaku velikih vrućina i bez kiše što je zasigurno utjecalo na dodatni val turističkih dolazaka u kolovozu.

Broj dolazaka i noćenja u kućama i stanovima za odmor zadržan je na prošlogodišnjoj razini.

Preduvjet za značajnije povećanje turističkog prometa u budućnosti i dalje su izmjena strukture smještajnih kapaciteta u korist hotela te povećanje kvalitete smještaja u kampovima i privatnom smještaju. Potrebno je također uređenje uvjeta poslovanja na razini države s ciljem suzbijanja nelegalnog iznajmljivanja kapaciteta. Reorganizacija rada inspekcijskih službi provedena prošle godine ne donosi pozitivne promjene. Nadalje je potrebno značajno i brzo ulaganje u razvoj javne komunalne i turističke infrastrukture. Dominantan turistički proizvod će i dalje biti sunce i more uz daljnji razvoj pustolovnog i sportskog turizma. Uz to je neizostavno potrebno ulagati u očuvanje i adekvatnu turističku valorizaciju prirodne i kulturne baštine te je u tom smjeru potrebno i razvijati infrastrukturu, svijest lokalne zajednice i promociju.

1. TRENDOVI I PROCJENE

Sigurno je da će „sunce i more“ ostati dominantan hrvatski turistički proizvod dok će paralelno nastaviti rasti selektivni oblici turizma poput cikloturizma, planinskog i ruralnog turizma, pustolovnog i sportskog turizma, zdravstvenog turizma, ekoturizma i dr..

Predviđanja za nama najznačajnije selektivne vrste turizma – pustolovni i cikloturizam su više nego pozitivna a naročiti se rast očekuje u domeni adrenalinskih sportova i u manje turističkim destinacijama. Očekuje se daljnja diverzifikacija te kombiniranje različitih proizvoda(npr.pustolovni+gastronomija ili kultura) s naglaskom na „turizam doživljaja“ a sve značajniju ulogu u odabiru destinacije za odmor će imati odgovornost prema okolišu.

Ekonomska kriza je u nama najzastupljenijim emitivnim zemljama oslabila ili prošla, a nagovještaj ekonomskog oporavka se nazire i u Hrvatskoj. Moguću prijetnju predstavljaju brojni sukobi u za sada daljnjem okruženju i regionalnog karaktera.

Predviđa se daljnje jačanje on-line oblika komunikacije na turističkom tržištu.

U postojećim uvjetima na lokalnoj i svjetskoj razini u idućoj se godini procjenjuje ostvariti povećanje turističkog prometa do 3%.

Prijedlog izmjena Zakona o turističkim zajednicama, boravišnoj pristojbi i članarini koji bi značajno utjecao na njihov način financiranja, rada i organizacije je zbog brojnih primjedbi sa terena povučen iz postupka donošenja radi dorade te nije poznato da li će i kada doći do promjena u sustavu TZ-a.

3. CILJEVI

Turistički razvoj Općine Starigrad temelji se na prirodnim resursima koji objedinjuju more i planinu te sadrže visokovrijedna zaštićena prirodna područja- Nacionalni park Paklenicu i Park prirode Velebit. Spomenuti resursi omogućili su razvoj kupališnog turizma i aktivnog odmora kao osnovu turističke ponude. Posljednjih godina ponuda se oplemenjuje implementacijom kulturne baštine, revitalizacijom planinskog zaleđa,

tematskim manifestacijama te unapređenjem ponude pustolovnog i sportskog turizma.

Nedostaci turističke ponude su nepovoljna struktura smještajnih kapaciteta u kojoj nedostaje hotela a prevladava, te i dalje nekontrolirano raste, privatni smještaj sa niskim udjelom kapaciteta visoke kategorije, što je karakteristično za Zadarsku županiju. I kod kampova koji obuhvaćaju značajan kapacitet u strukturi smještaja je problem niske razine kvalitete iako je ove godine situacija u nekoliko najvećih objekata unaprijeđena povećanjem kapaciteta i/ili kategorije na 3 i 4 zvjezdice

U skladu sa propisanim zadaćama, vlastitim mogućnostima i u postojećim uvjetima a u suradnji sa sustavom HTZ-e, državnim institucijama, sudionicima turističkog prometa i ostalim interesnim skupinama nastavit će se aktivnosti u svrhu postizanja slijedećih osnovnih ciljeva:

* povećanje fizičkog obujma turističkog prometa do 3%;
* unapređenje uvjeta za povećanje turističkog prometa izvan glavne turističke sezone;
* daljnje unapređenje proizvoda i afirmiranje destinacije u području pustolovnog turizma kao najperspektivnijeg turističkog proizvoda destinacije pored osnovnog sadržaja „sunce i more“;
* daljnje unapređenje kulturno-turističkog sadržaja kroz istraživanje, očuvanje i turističku valorizaciju prirodne i kulturne baštine područja;
* povećanje sveukupne atraktivnosti destinacije u svrhu povećanja turističkih rezultata.

**II P R O G R A M R A D A Z A 2 0 1 6. G.**

Program rada za 2016.g. se temelji na zakonom propisanim zadaćama turističkih zajednica te obuhvaća aktivnosti sukladno potrebama, ciljevima i financijskim mogućnostima Zajednice. Izrađen je prema uputama HTZ-e za izradu godišnjeg programa rada i financijskog plana, u skladu sa

Operativnim marketing planom hrvatskog turizma HTZ-e, Glavnim planom razvoja turizma Zadarske županije te Strategijom razvoja turizma RH.

2.1. P R I H O D I

TZO Starigrad ostvaruje prihode iz slijedećih izvora:

- boravišna pristojba,

- turistička članarina,

- proračun općine, županije, države, za programske aktivnosti i/ili funkcioniranje turističkog

 ureda,

- prihodi od drugih aktivnosti,

- ostali nespomenuti izvori.

Ostala financijska sredstva koja TZ ima na raspolaganju su prenesena sredstva prethodne godine.

Prihodi od boravišne pristojbe se planiraju temeljem evidencije o ostvarenoj BP-i u prethodnom razdoblju te procjene ostvarenja turističkog prometa u idućoj godini. Provođenjem legalizacije bespravno sagrađenih objekata u Hrvatskoj povećava se broj registriranih objekata za iznajmljivanje u domaćinstvu a time i prihodi od paušalnog iznosa BP-e. Također su povećani: kategorija u nekoliko najvećih kampova, kapacitet u kampu Paklenica te se očekuje otvaranje novog kampa na području Tribnja. Postoji mogućnost izmjena Zakona o BP-i koji bi mogao donijeti izmjene u raspodjeli BP-e što bi utjecalo na povećanje/smanjenje prihoda od BP-e, što za sada nije poznato . Sveukupno, predviđa se povećanje prihoda od BP-e od 6% u odnosu na planirani prihod od BP-e u tekućoj godini.

Planirana sredstva: 1.450.000,00kn

Prihodi od članarine se planiraju ostvariti u nešto manjem iznosu u odnosu na 2015.g. Naime, 01.01.2016.g. na snagu stupa Zakon o izmjenama zakona o članarinama u TZ-ama kojim je članarina smanjena za 15%. S druge strane, sukladno očekivanom povećanju turističkog prometa te određenom daljnjem povećanju broja smještajnih kapaciteta u privatnom smještaju i kampovima, očekuje se i određeno povećanje iznosa članarine. U konačnici, uprihođeni iznos od članarine ovisit će i o radu Porezne uprave koja je zadužena za kontrolu i naplatu članarine.

Planirana sredstva: 70.000,00kn

Prihodi iz proračuna obuhvaćaju prihode iz proračuna općine/županije/države za programske aktivnosti, odnosno za projekte za koje će se nastojati dobiti financijske potpore temeljem objavljenih natječaja. TZO Starigrad ne ostvaruje prihode iz proračuna za funkcioniranje turističkog ureda.

Planirana sredstva: 100.000,00kn

Prihodi od drugih aktivnosti obuhvaćaju prihode od sufinanciranja projekata iz sustava HTZ-e, sredstva dobivena od drugih institucija za zajedničke aktivnosti i ciljane projekte te kamate. Sredstva se planiraju temeljem već postignutih dogovora, saznanja o mogućnostima suradnje, novih zakonskih odredbi te iskustvene procjene.

Planirana sredstva: 50.000,00kn

Ostali nespomenuti prihodi podrazumijevaju prihode od naplaćenih dugovanja BP-e iz prethodnih razdoblja te ostale nespomenute prihode.

Planirana sredstva: 20.000,00kn

Preneseni prihodi se odnose na sredstva tekuće rezerve koje TZ-i omogućuju redovno obavljanje djelatnosti u prvom dijelu godine kada nema priljeva sredstava, višak prihoda te prenesena sredstva za dovršetak projekata u narednoj godini.

Planirana sredstva: 444.000,00kn

Ukupno planirani prihod TZO Starigrad u 2016.g. iznosi 2.134.000,00kn

2.2. R A S H O D I

Godišnji Program rada sa financijskim planom sadrži pojedinačno utvrđene planirane zadatke i financijska sredstva potrebna za njegovo izvršenje a obuhvaća slijedeće skupine aktivnosti:

- administrativni rashodi

- dizajn vrijednosti

- komunikacija vrijednosti

- distribucija i prodaja vrijednosti

- interni marketing

- marketinška infrastruktura

- posebni programi

- ostalo

- transfer boravišne pristojbe u proračun Općine Starigrad(30%)

2.2.1 ADMINISTRATIVNI RASHODI

Administrativni rashodi obuhvaćaju troškove za radnike Turističkog ureda i TIC-ara, materijalne i druge rashode samog Ureda i TIC-ara te rashode za rad tijela Zajednice.

Ovdje se planiraju i troškovi distribucije i skladištenja materijala kao i troškovi održavanja i ulaganja u potreban inventar i dugotrajnu imovinu, kontrolu i evidenciju i sl.

1. Rashodi za radnike Turističkog ureda i TIC-ara

U sklopu Zajednice djeluje Turistički ured sa sjedištem u Starigradu te tri Turističko-informativna centra raspoređena u mjestima Starigrad, Seline i Tribanj. Rad TIC-ara se organizira na 3 lokacije sukladno mogućnostima Zajednice i potrebama korisnika(iznajmljivači i dr.članovi Zajednice, turisti) a zbog dislociranosti te prostorne i sadržajne disperzije turističkih kapaciteta na području Općine.

Turistički ured posluje tijekom cijele godine te raspolaže sa 2 stalno zaposlena djelatnika: direktor TU i administrativno-stručni djelatnik.

TIC Starigrad djeluje cjelogodišnje u sklopu Turističkog ureda. U zimskom razdoblju djeluje u jutarnjoj smjeni, tijekom pred i posezone radno vrijeme se produžuje sukladno potrebama dok se od lipnja do listopada radi svakodnevno i cjelodnevno. Dio poslova TIC-a obavlja administrativno-stručni djelatnik te se uz to još dodatno angažiraju 2 sezonska djelatnika.

TIC Seline djeluje sezonski u razdoblju svibanj-listopad, dvokratno, sa jednim djelatnikom.

TIC Tribanj djeluje sezonski u razdoblju srpanj-rujan, dvokratno, sa jednim djelatnikom.

Pored redovnih poslova u Turističkom uredu i TIC-ima će se iduće godine provoditi i dodatni poslovi vezano za uvođenje jedinstvenog informacijskog sustava eVisitor i provođenje projekta označavanja kvalitete u privatnom smještaju(labelling).

Postoji potreba i predviđa se povećanje angažmana djelatnika i troškova zaposlenih.

Plan rashoda za radnike Turističkog ureda i Turističko-informativnih centara

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| RB | OPIS | TU | TIC STARIGRAD | TIC SELINE | TIC TRIBANJ | UKUPNO |
| 1.1 | Neto plaće | 145.000,00 | 70.000,00 | 23.000,00 | 11.000,00 | 250.000,00 |
| 1.2 | Porezi i doprinosi | 84.000,00 | 40.000,00 | 13.000,00 | 7.000,00 | 145.000,00 |
| 1.3 | Ostali izdaci za zap. | 10.000,00 | - | - | - | 10.000,00 |
|  | **UKUPNO** | **239.000,00** | **110.000,00** | **36.000,00** | **18.000,00** | **405.000,00** |

1. Rashodi Turističkog ureda i TIC-ara

Rashodi TU i TIC-ara obuhvaćaju.

- materijalne i druge troškove vezane uz rad Turističkog ureda i TIC-ara

- troškove distribucije i skladištenja materijala

- ostale troškove (korištenje, održavanje i unapređenje prostora, imovine i inventara, evidencija i kontrola i dr.)

1. Plan rashoda Turističkog ureda i TIC-ara

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| RB | OPIS | TU | TIC STARIGRAD | TIC SELINE | TIC TRIBANJ | UKUPNO |
| **2.1.** | **Materijalni izdaci** | **31.000,00** | **5.000,00** | **4.000,00** | **2.000,00** | **42.000,00** |
| 2.1.1 | Mat. i energija | 14.000,00 | 5.000,00 | 4.000,00 | 2.000,00 | 25.000,00 |
| 2.1.2 | Dnevnice i putni izdaci | 10.000,00 | - | - | - | 10.000,00 |
| 2.1.3 | Reprezentacija | 7.000,00 | - | - | - | 7.000,00 |
| **2.2.** | **Izdaci za usluge** | **34.000,00** | **9.000,00** | **6.000,00** | **4.000,00** | **53.000,00** |
| 2.2.1 | Prijevozne usluge(tel,pošta) | 16.000,00 | 4.000,00 | 5.000,00 | 1.000,00 | 26.000,00 |
| 2.2.2 | Usluge održavanja | 5.000,00 | 5.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 12.000,00 |
| 2.2.3 | Usluge najma | 8.000,00 | - | - | 2.000,00 | 10.000,00 |
| 2.2.4 | Intel.i osobne usluge | 5.000,00 | - | - | - | 5.000,00 |
| **2.3.** | **Financijski rashodi** | **7.000,00** | **-** | **-** | **-** | **7.000,00** |
| 2.3.1 | Banka, FINA | 7.000,00 | - | - | - | 7.000,00 |
| **2.4.** | **Ostali rashodi** | **5.000,00** | **-** | **-** | **-** | **5.000,00** |
| 2.4.1 | Osiguranje | 5.000,00 | - | - | - | 5.000,00 |
|  | UKUPNO | 77.000,00 | 14.000,00 | 10.000,00 | 6.000,00 | **107.000,00** |

 b) Troškovi distribucije i skladištenja materijala podrazumijevaju:

- troškove skladištenja promidžbenog materijala koji se distribuira putem sustava HTZ-e a namijenjen je turističkim sajmovima u zemlji i inozemstvu.

- troškove dopreme i skladištenja promidžbenog materijala u destinaciji koji obuhvaća vlastiti materijal, suvenire i ostalo te promidžbeni materijal koji se nabavlja radi što kvalitetnijeg informiranja posjetitelja destinacije o njenim sadržajima.

- troškove distribucije koji obuhvaćaju slanje većih količina materijala za potrebe održavanja turističkih sajmova i prezentacija destinacije.

Planirana sredstva: 5.000,00kn

1. Ostali rashodi za administrativni marketing

Ovdje se planiraju ostali troškovi vezani uz rad Turističkog ureda i TIC-ara, održavanja i investicije, nabava dugotrajne imovine i sl.. U idućoj godini je potrebno izvršiti radove na tekućem održavanju poslovnih prostora te nabaviti dvije nove PC konfiguracije –za TIC Seline zbog dotrajalosti postojeće te za TIC Starigrad sukladno novom Pravilniku o prijavi i odjavi turista koji uvjetuje osiguranje najmanje jednog PC terminala za prijavu i odjavu gostiju za iznajmljivače, uz pripadajući software.

Planirana sredstva: 33.000,00kn

1. Rashodi za rad tijela Zajednice

Rashodi za rad tijela Turističke zajednice podrazumijeva naknade, materijalne i ostale eventualne izdatke za rad tijela Zajednice.

Sukladno propisima, u 2016.g. će se održati 2 sjednice Skupštine, najmanje 4 sjednice Turističkog vijeća te 2 sjednice Nadzornog odbora.

Planirana sredstva: 20.000,00kn

ADMINISTRATIVNI RASHODI

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| RB | OPIS | IZNOS |
| 1 | Rashodi za radnike | 405.000,00 |
| 2 | Rashodi TU i TIC-ara | 145.000,00 |
| 3 | Rashodi za tijela TZ | 20.000,00 |
|  | UKUPNO | 570.000,00 |

PLANIRANA SREDSTVA UKUPNO: 570.000,00kn

NOSIOC: Turističko vijeće, direktor TU;

ROK: do kraja 2016.

**II DIZAJN VRIJEDNOSTI**

1. **POTICANJE I SUDJELOVANJE U UREĐENJU OPĆINE**

Poticanje i sudjelovanje Zajednice u uređenju Općine vrši se prvenstveno kroz zajednički program korištenja 30% pripadajućeg dijela naplaćene boravišne pristojbe koji je Zajednica sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma(NN 152/09) dužna doznačiti u proračun Općine a koji je planiran u iznosu od 441.000,00kn. Navedena sredstva namijenjena su isključivo za poboljšanje uvjeta za boravak turista i planiraju se u sklopu stavke Transfer sredstava u proračun Općine Starigrad.

I dalje se planira poticati usmjeravanje navedenih sredstava najvećim dijelom u javnu turističku infrastrukturu, posebice plaže, trgove i projekt stvaranja infrastrukture za daljnji razvoj aktivnog odmora. Uz to, potrebno je poticati daljnje poboljšanje komunalnog reda te suradnju u oblikovanju i provođenju projekata Zajednice od interesa za razvoj turizma na području Općine.

* 1. Projekt *Volim Hrvatsku*

Projekt Volim Hrvatsku je projekt HTZ-e koji se provodi na svim razinama sustava TZ-a. Na razini naše Zajednice planira se izvođenje slijedećih aktivnosti:

a) ekološko-edukativne akcije u suradnji sa O.Š.Starigrad:

- obilježavanje Dana planeta Zemlje odnosno Dana biološke raznolikosti;

- obilježavanje Dana nacionalnih parkova;

- sudjelovanje u provođenju akcije „Čuvajmo naše plaže“;

- provođenje projekta *Arheološki susreti u školama* Arheološkog muzeja u Zagrebu u koji se je naša škola uključila ove godine temeljem već uspostavljene suradnje TZ i Arheološkog muzeja.

Kroz poticanje i podršku Osnovnoj školi Starigrad na provođenju navedenih programa doprinosi se edukaciji i razvoju svijesti najmlađih članova zajednice ali i roditelja u pogledu očuvanja okoliša, vrednovanja vlastitih prirodnih i kulturnih vrijednosti i njihovog značaja za turizam. Također se planira poticati i sudjelovati i u drugim ekološko-edukativnim aktivnostima na području Zajednice.

b) provođenje akcije izbora najuređenije okućnice;

c) održavanje i unapređenje formiranih proizvoda(poučne i biciklističke staze, mirila, gusterne i bunari, tematske info ploče, signalizacija i dr.);

d) izradu idejnog rješenja za uređenje i turističku valorizaciju područja uz poučnu stazu Mirila Starigrad u suradnji s Općinom Starigrad(vidikovci).

Cilj aktivnosti je doprinijeti očuvanju prirode i okoliša kao osnovnog životnog i gospodarskog resursa Općine Starigrad, razvijati svijest o potrebi očuvanja prostora i vlastitog kulturnog identiteta, unaprijediti uvjete za boravak turista.

PLANIRANA SREDSTVA: 70.000,00kn

NOSIOC: TZO Starigrad

ROK: travanj-lipanj, rujan-listopad 2016.

1. **MANIFESTACIJE**

Pod manifestacijama se u okviru zadaća Zajednice podrazumijeva poticanje, organiziranje i sudjelovanje u organizaciji kulturnih, zabavnih, sportskih, ekoloških i ostalih događanja na području Općine koja doprinose obogaćenju turističke ponude.

Zajednica planira nastaviti organizaciju, suorganizaciju i poticanje osmišljavanja, razvoj i održavanje prepoznatljivih manifestacija kroz koje se ističe karakter destinacije i i čini razlika u odnosu na druge destinacije, odnosno, valoriziraju njeni potencijali. To se prvenstveno odnosi na slijedeće elemente: aktivni odmor, sport i rekreacija, kulturna baština/tradicija, pred i posezona, doživljaj, nacionalni i/ili međunarodni karakter, sposobnost dovođenja gostiju.

Troškovi organizacije manifestacija podrazumijevaju angažman izvođača, uređenje prostora, održavanje reda, regulaciju prometa, održavanje tiskovnih konferencija, tisak i distribuciju promidžbenog materijala(plakati, programi), oglašavanja i druge promotivne aktivnosti, organizaciju gastro ponude, nabavku potrebnog inventara, angažiranje pomoćnog osoblja i stručnih subjekata, pribavljanje suglasnosti i dozvola, ZAMP i sl., što je sve sastavni dio ove stavke.

Potrebno je ponovno istaknuti i čimbenike koji utječu na obujam i razinu manifestacija: financijska ograničenja, nedostatak uređenih trgova/pješačkih zona, neopremljenost postojećih otvorenih prostora za održavanje manifestacija, nedostatak infrastrukture(dvorane, izložbeni prostori i sl.), prostorna raspršenost(broj i izduženost mjesta), nedostatak ustanova u kulturi, nedostatak sudjelovanja ugostiteljskih i drugih turističkih subjekata i udruga, nedostatni ljudski resursi.

Temeljni program manifestacija u 2016.g. obuhvaća:

2.1. Kulturno-zabavne manifestacije

-04.-11.06. Tragovima Winnetoua, u suradnji s Hotel Alan d.d.;

-13.06. Blagdan Sv.Ante, Tribanj, u suradnji s Općinom Starigrad;

-25.07. Blagdan Sv.Jakova, Seline;

-05.08. Dan domovinske zahvalnosti, Starigrad, u suradnji s Općinom Starigrad;

-15.08. Blagdan Velike Gospe/Dan Općine Starigrad, Starigrad, u suradnji s Općinom

-08.09. Blagdan Male Gospe, Seline, u suradnji s Općinom Starigrad

- ostala događanja kulturno-zabavnog karaktera sukladno financijskim i organizacijskim mogućnostima, uz potrebnu potporu Općine Starigrad te u suradnji sa zainteresiranim članovima Zajednice. To se prvenstveno odnosi na nastavak organizacije već utemeljenih ljetnih događanja, poput Sajma domaćih proizvoda, Slavonske večeri, Ribarskih večeri, koncerata klasične glazbe u crkvi Sv.Jurja i dr.

.

2.2. Sportske manifestacije

Na području Zajednice se već tradicionalno održava niz turističko-sportskih događanja vezano uz tzv.outdoor aktivnosti i Zajednica u svima sudjeluje putem potpora i/ili suorganizacije. Organizatori istih su ustanove, fizičke i pravne osobe specijalizirani u tom segmentu što je najbolji organizacijski model. Zajednica će nastaviti pružati potpore i pomagati razvoj postojećih te poticati nastanak novih događanja pustolovno-sportsko-turističkog karaktera i to prvenstveno izvan glavne turističke sezone.

Sredstva za ovu svrhu planiraju se u okviru stavke Potpore manifestacijama(suorganizacija te donacije) a očekuje se održavanje slijedećih manifestacija:

-17. Međunarodni susret penjača Paklenica 2015., travanj-svibanj;

-4. Paklenica Trail, svibanj;

-15. Velebit Ultra Trail, lipanj;

-15.Međunarodna planinska utrka Starigrad-Veliko Rujno, kolovoz;

-4.Velebit MTB Maraton, rujan

- 6.Biciklijada Zadar-Paklenica, listopad

2.3. Ekološke manifestacije

U ekološkim manifestacijama Zajednica sudjeluje kroz stavku „Volim Hrvatsku“ gdje su navedene aktivnosti i suradnja sa drugim interesnim institucijama.

2.4. Ostale manifestacije

Zajednica će nastaviti organizaciju i drugih manifestacija sukladno vlastitim mogućnostima i vanjskim čimbenicima.

2.5. Potpore manifestacijama

Pored već navedenih, tradicionalnih manifestacija Zajednica će odobriti potpore i drugim manifestacijama sukladno mogućnostima a temeljem provedenog javnog poziva za potpore manifestacijama na području Općine Starigrad u 2016.g.

SREDSTVA UKUPNO: 375.000,00kn

NOSIOC: TZO Starigrad, Općina Starigrad

ROK: travanj-listopad 2016.

1. **NOVI PROIZVODI**

Sukladno prirodnim potencijalima područja, turističkim trendovima te strategiji razvoja hrvatskog turizma, razvoj novih proizvoda usmjeren je prvenstveno na područje pustolovnog turizma te kulturne baštine u funkciji turizma. Planira se nastaviti u tom smjeru, sukladno uvjetima na terenu i mogućnostima financiranja. Aktivno će se sudjelovati u formiranju novih regionalnih turističkih proizvoda pokrenutih od strane TZŽ Zadarske i kroz PPS projekt.

ZADAR BIKE **–** aktivno sudjelovanje u projektu razvoja ciklo-turizma na području Zadarske regije. Projekt je pokrenula TZŽ zadarskeu 2015.g.s planom provođenja u višegodišnjem razdoblju. Projekt obuhvaća analizu stanja na terenu, standardizaciju, trasiranje, kartografiju i signalizaciju, edukaciju, licenciranje objekata i dr. te promidžbuproizvoda.

Područje TZO Starigrad od ranije raspolaže formiranim biciklističkim stazama koje će se uklopiti u regionalni turistički proizvod i time sveukupno povećati vrijednost proizvoda i cjelokupne destinacije. U sklopu projekta se predviđa mogućnost ulaganja u radove na terenu(nove dionice staza, prateća infrastruktura).

WELCOME **–** aktivno sudjelovanje u projektu standardizacije kvalitete obiteljskog smještaja u Zadarskoj županiji(labelling). Nositelj projekta je Turistička zajednica Zadarske županije a projekt se provodi u suradnji sa lokalnim TZ-ama. Podrazumijeva nadopunu postojećeg sustava kategorizacije objekata s ciljem unapređenja kvalitete ponude i povećanja konkurentnosti privatnog smještaja na području Zadarske županije.

HRVATSKA 365 – TZO Starigrad je od početka uključena u tzv.PPS projekt(pred i posezona) kojega provodi HTZ-a s ciljem povećanja turističkog prometa izvan glavne turističke sezone a kroz aktivnosti povećane tržišne vidljivosti, povezivanja dionika i poticanja na stvaranje novih turističkih proizvoda.

TZO Starigrad, zajedno sa TZ-ama Grada Zadra i Nina te mjesta Zaton, čini PPS destinaciju Zadar sa sjedištem u Zadru te projekt provodi kroz 4 formirana proizvodna tima – kultura, wellness, aktivni odmor i gastronomija. Predviđa se daljnji rad na novim zajedničkim aktivnostima temeljem definiranih pravila za djelovanje PPS kluba.

KULTURNA BAŠTINA U FUNKCIJI TURIZMA – predviđa se nastavak aktivnosti na očuvanju i turističkoj valorizaciji elemenata kulturne baštine i njene implementacije u turističku ponudu područja. Posebice se planiraju aktivnosti:

- nadopune i implementacije Virtualnog muzeja Mirila;

- suradnje sa Arheološkim muzejom u Zagrebu vezano uz istraživanja arheološkog lokaliteta Sv.Trojica na području Tribnja a radi stvaranja preduvjeta za pokretanje projekta uređenja arheološkog parka;

- suradnja sa Općinom Starigrad na izradi monografije kulturno-povijesne baštine južnog Velebita odnosno Općine Starigrad uz sufinanciranje projekta – nositelj Općina Starigrad,

- nadogradnje kulturno-turističkog proizvoda Tragovima Winnetoua kroz daljnji razvoj sadržaja, promociju i suradnju na uređenju statusa oko korištenja naziva te druge aktivnosti.

SREDSTVA: 75.000,00kn

NOSIOC: Turističko vijeće, Turistički ured

ROK: do kraja 2016.g.

1. **POTPORA RAZVOJU DMK-a**

Podrazumijeva se edukacija, koordinacija i poticanje razvoja turističkih proizvoda destinacijskih menadžment kompanija. U 2015.g. Zajednica se je uključila te planira nastaviti sudjelovati u DMK projektu kojega provodi Turistička zajednica zadarske županije u suradnji sa Udrugom hrvatskih putničkih agencija na razini Zadarske regije. Projekt ima za cilj potaknuti specijalizaciju klasičnih turističkih agencija, formirati nove turističke proizvode sa naglaskom na tržište posebnih interesa(u našem slučaju je to prvenstveno pustolovni i sportski turizam) i ojačati suradnju sa ostalim subjektima u destinaciji.

SREDSTVA: 5.000,00kn

NOSIOC: Turistički ured;

ROK: do kraja 2016.

**III KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI**

1. ONLINE KOMUNIKACIJE
	1. INTERNET OGLAŠAVANJE

Oglašavanje putem interneta će u najvećem dijelu obuhvatiti sufinanciranje promidžbene kampanje niskotarifnog avio prijevoznika Ryanair – projekta koji se provodi na razini Zadarske županije. U tom će se projektu sudjelovati kroz Dodatni marketinški plan Zadarske županije nositelja TZŽ Zadarske, koji, uz poticanje dolazaka avio-gostiju, od 2015.g. obuhvaća i dodatne marketinške aktivnosti(Zadar Bike, Taste Zadar, Brošure po proizvodima, Foto i video materijali, Rezervacijski sustav i dodatne PR aktivnosti).

Uz to, nastavit će se vlastito internetsko oglašavanje sukladno mogućnostima, s naglaskom na promidžbu aktivnog odmora i tradicionalnih međunarodnih manifestacija.

* 1. INTERNET STRANICE I UPRAVLJANJE INTERNET STRANICAMA

Nastavlja se kontinuirano ažuriranje i unapređivanje sadržaja službene internetske stranice [www.rivijera-paklenica.hr](http://www.rivijera-paklenica.hr). Stranica je izrađena u djelomičnom CMS sustavu te se vlastitim resursima radi na ažuriranju često izmjenjivih informacija poput kalendara događanja, baze smještajnih kapaciteta, newsletter-a, društvenih mreža i vijesti dok ostale sadržaje po uputama Zajednice servisira stručna tvrtka.

PLANIRANA SREDSTVA: 120.000,00

NOSIOC: TZŽ Zadarske, Turistički ured;

ROK: do kraja 2016.

1. OFFLINE KOMUNIKACIJE
	1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

Sukladno uvjetima Javnog poziva za udruženo oglašavanje HTZ-e u 2016.g. planira se:

- podrška promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora sa područja Zajednice,

- vlastito sudjelovanje u promotivnim kampanjama u suradnji sa TZŽ Zadarske, prema izmijenjenim uvjetima HTZ-e u sklopu modela I Javnog poziva.

Između ostalog, planira se sufinanciranje slijedećih promotivnih kampanja:

- promotivna kampanja za promociju manifestacije Tradicionalni susret penjača Paklenica 2016.g. i aktivnog odmora u suradnji sa JU NP Paklenica a za tržište Slovenije, Austrije, Italije, BiH i Hrvatske…….23.500,00Kn

- sufinanciranje on-line promotivne kampanje TZŽ Zadarske udružene sa lokalnim TZ-ama na ključnim tržištima(Austrija, Njemačka, Velika Britanija, Švedska i Norveška)…………………………………25.000,00Kn

* 1. Opće oglašavanje

Nastavlja se praksa općeg oglašavanja destinacije s naglaskom na aktivni odmor i tradicionalne međunarodne manifestacije putem kojih se gradi prepoznatljivi image destinacije i utječe na produženje turističke sezone. Obuhvaća radio, vanjsko oglašavanje i tiskane medije.

* 1. Brošure i ostali tiskani materijal

Planira se ažuriranje i dotisak postojećih brošura:

- image brošure za potrebe turističkih sajmova, posebnih prezentacija, medija i turističkih agencija. Image brošura se izrađuje u 3 jezične varijante(HR-FRA-NIZ, GB-DEU-ITA, SLO,SVK,CZE). Planirana naklada do 5.000kom.

- tematske brošure za potrebe kvalitetnog informiranja turista o sadržajima destinacije, povećanja vanpansionske potrošnje i obogaćenja doživljaja u destinaciji. Sveukupno je tijekom godina formirano 5 takvih brošura(Info letak s planom mjesta, Hike&Bike, Tragovima Winnetoua, Mirila, Velebitska priča o vodi) te Zajednica skrbi o ažuriranju, dotisku i distribuciji istih. Svi materijali su vrlo dobro prihvaćeni od strane turista te je potrebno realizirati:

- Info letak s planom mjesta- dotisak u nakladi od 5.000kom,

- Mirila - ažuriranje, redizajn i tisak u nakladi od 5.000kom.

- Velebitska priča o vodi – dotisak 2.000kom.

Od ostalog promidžbenog materijala Zajednica izrađuje tematske city light plakate za promociju turističkih sadržaja destinacije u sklopu lokalnih autobusnih nadstrešnica, plakate za najavu događanja na području Zajednice i druge vrste materijala, sukladno potrebama i mogućnostima.

* 1. Suveniri i promo materijali

Predviđa se nabava manjih količina prigodnih suvenira za novinare, poslovne partnere i potrebe promidžbe.

* 1. Info table

Planira se održavanje i nadopuna sustava interpretacijskih panoa sukladno potrebama i mogućnostima.

PLANIRANA SREDSTVA: 150.000,00Kn

NOSIOC: Turistički ured;

ROK: do kraja lipnja 2016.

1. SMEĐA SIGNALIZACIJA

Planiraju se preostale aktivnosti na rekonstrukciji i nadopuni sustava smeđe signalizacije te održavanje sustava. I dalje je potrebno ukazivati na loše stanje na terenu uslijed neplanskog postavljanja reklamnih tabli uz glavnu prometnicu i na javnim površinama te poticati nadležne institucije na uvođenje jednoobraznog sustava označavanja komercijalnih sadržaja ukoliko se dozvoljava njihovo postavljanje na javnim površinama. Za provođenje navedenog potrebna je uključenost lokalne samouprave i nadležne uprave za ceste.

PLANIRANA SREDSTVA: 20.000,00Kn;

NOSIOC: Turistički ured;

ROK: do kraja 2016.

**IV DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI**

SAJMOVI – STUDIJSKA PUTOVANJA – POSEBNE PREZENTACIJE

Zajednica će nastaviti promociju destinacije putem distribucije promidžbenog materijala na sajmove putem sustava HTZ-e te TZŽ Zadarske.

Od samostalnih aktivnosti planira se nastup na sajmu specijaliziranom za aktivni odmor SALON DE L`ULTRA TRAIL, Chamonix, Francuska, u kolovozu 2016., u suradnji sa JU NP Paklenica i drugim interesnim subjektima.

Predviđa se dodatna mogućnost nastupa na sajmovima, organizacije i sudjelovanja na posebnim prezentacijama, samostalno i/ili u suradnji sa sustavom HTZ-e, u sklopu PPS projekta Hrvatska 365, u suradnji sa lokalnim turističkim subjektima kao i mogućnost rada direktora TU na sajmovima i/ili prezentacijama u organizaciji TZŽ Zadarske i HTZ-e.

Zajednica će nastaviti vršiti prihvat studijskih grupa novinara, agenata i blogera upućenih od strane sustava HTZ-e i/ili drugih interesnih subjekata te u vlastitoj organizaciji.

PLANIRANA SREDSTVA: 50.000,00

NOSIOC: Turistički ured;

ROK: do kraja 2016.

**V INTERNI MARKETING**

Interni marketing podrazumijeva:

- edukaciju za zaposlene te subjekte javnog i privatnog sektora;

- koordinaciju subjekata neposredno ili posredno uključenih u turistički promet,

- nagrade i priznanja

- informiranje članova/sudionika turističkog prometa,

- ostale nespomenute aktivnosti interne komunikacije na području Zajednice.

Zajednica će sudjelovati u programima edukacije i drugim aktivnostima internog marketinga HTZ-e i TZŽ Zadarske te provoditi vlastite aktivnosti na području Zajednice.

PLANIRANA SREDSTVA: 14.000,00

NOSIOC: Turističko vijeće, Turistički ured

ROK: do kraja 2016.

**VI MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA**

1. Proizvodnja multimedijalnih materijala – pribavljanje novih materijala

2. Istraživanje tržišta – suradnja sa TZŽ Zadarske u projektu istraživanja tržišta,

3. Suradnja sa međunarodnim institucijama – (Adventure Travel Trade Association),

4. Banka fotografija i pripreme u izdavaštvu – pribavljanje novih fotografija za potrebe turističke promocije, dizajn i grafička priprema za potrebe izrade oglasa, plakata, bannera i dr.,

5. Jedinstveni informacijski turistički sustav – u 2016.g. počinje korištenje dugo najavljivanog jedinstvenog programa za prijavu i odjavu gostiju, vođenje statistike i dr. koji će se koristiti u cijeloj Hrvatskoj i biti povezan za svim interesnim institucijama(MUP, Carina, Porezna uprava, HTZ, Ministarstvo turizma). Program je predstavljen djelatnicima u sustavu TZ-a u listopadu ove godine s početkom primjene od 01.01.2016.g.. Donijet će značajne promjene i unapređenja u poslovanju ali ima i određene nedostatke, npr. program nije povezan sa temeljnom institucijom koja izdaje i vodi evidenciju rješenja o iznajmljivanju Uredom državne uprave što TZ-ama iznimno otežava pokretanje rada na što je ukazano. Uvođenje ovog programa u poslovanje zahtijevat će dodatan rad i opremu.

SREDSTVA: 30.000,00

NOSIOC: Turistički ured;

ROK: do kraja 2016.g.

**VII POSEBNI PROGRAMI**

Poticanje i pomaganje razvoja turizma na nerazvijenim turističkim područjima

Planira se nastavak provođenja Natječaja za potpore radi pružanja pomoći projektima od interesa za obogaćenje turističke ponude i unapređenje uvjeta za razvoj turizma na području Općine Starigrad. Sukladno zadanome, potpore će biti usmjerene na turistički manje razvijena područja i sadržaje. Potpore će se moći dodijeliti projektima iz područja aktivnog odmora, zaštite i turističke valorizacije prirodne baštine te kulturne baštine u funkciji turizma.

PLANIRANA SREDSTVA: 30.000,00

NOSIOC: Turističko vijeće, Turistički ured

ROK: do kraja 2016.g.

**VIII OSTALE AKTIVNOSTI**

Zajednica će sudjelovati u izradi planova razvoja turizma i drugih planova Općine Starigrad.

U cilju unapređenja razine prijave i odjave gostiju, naplate boravišne pristojbe i članarine Zajednica će surađivati sa Državnim inspektoratom i sustavom HTZ-e. Također će se vršiti vlastite aktivnosti informiranja,evidencije i kontrole.

Potrebno je razmotriti mogućnosti unapređenja kvalitete poslovnih prostora Zajednice u suradnji sa Općinom Starigrad.

Predviđa se mogućnost eventualno potrebnog zaduživanja za potrebe djelovanja Zajednice i/ili realizaciju većih projekata.

Izvanredni izdaci podrazumijevaju neophodne a neplanirane rashode poslovanja koji se mogu pojaviti tijekom godine.

PLANIRANA SREDSTVA: 30.000,00

NOSIOC: Turističko vijeće, Turistički ured

ROK: do kraja 2016.g.

**IX TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI STARIGRAD**

Sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma Zajednica će u proračun Općine Starigrad doznačiti 30% pripadajućeg dijela boravišne pristojbe koji je Općina dužna utrošiti za unapređenje uvjeta za boravak turista temeljem zajedničkog programa trošenja sredstava doznačenih od strane Zajednice.

SREDSTVA: 441.000,00

NOSIOC: Turističko vijeće, Općina Starigrad, Turistički ured;

ROK: do kraja 2016.g.

 **FINANCIJSKI PLAN TZO STARIGRAD ZA 2016.g.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **RB** | **PRIHODI PO VRSTAMA** | **PLAN 2015** | **PLAN 2016** | **indeks PLAN 2016/ PLAN 2015** | **STRUKTURA %** |
| 1. | Prihodi od boravišne pristojbe | 1.370.000.00 | 1.450.000.00 | 106 | 68 |
| 2. | Prihodi od turističke članarine | 100.000.00 | 70.000.00 | 70 | 3 |
| 3. | Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog |   |   |   |   |
| 3.1. | za programske aktivnosti  | 130.000.00 | 100.000.00 | 77 | 5 |
| 3.2. | za funkcioniranje turističkog ureda |   |   |   |   |
| 4. | Prihodi od drugih aktivnosti | 50.000.00 | 50.000.00 | 100 | 2 |
| 5. | Prijenos prihoda prethodne godine  | 150.000.00 | 444.000.00 | 296 | 21 |
| 6. | Ostali nespomenuti prihodi | 20.000.00 | 20.000.00 | 100 | 1 |
|  | **SVEUKUPNO PRIHODI**  | **1.820.000.00** | **2.134.000.00** | **117** | **100** |
| **RB** | **RASHODI PO VRSTAMA** | **PLAN 2015** | **PLAN 2016** | **indeks PLAN 2016/ PLAN 2015** | **STRUKTURA %** |
| **I.** | **ADMINISTRATIVNI RASHODI** | **545.000.00** | **570.000.00** | **105** | **29** |
| 1. | Rashodi za radnike ureda i TIC-ara | 380.000.00 | 405.000.00 |   |   |
| 2. | Rashodi ureda i TIC-ara | 145.000.00 | 145.000.00 |   |   |
| 3. | Rashodi za rad tijela Turističke zajednice | 20.000.00 | 20.000.00 |   |   |
| **II.** | **DIZAJN VRIJEDNOSTI** | **452.000.00** | **525.000.00** | **116** | **27** |
| 1. | Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ **(osim izgradnje komunalne infrastrukture)** | **40.000.00** | **70.000.00** |  |  |
| 1.1. | Projekt Volim Hrvatsku | 40.000.00 | 70.000.00 |  |   |
| 2. | Manifestacije | **340.000.00** | **375.000.00** |  |  |
| 2.1. | Kulturno-zabavne | 180.000.00 | 264.000.00 |  |   |
| 2.2. | Sportske manifestacije  | 3.000.00 | 3.000.00 |  |   |
| 2.3. | Ekološke manifestacije | 3.000.00 | 3.000.00 |  |   |
| 2.4. | Ostale manifestacije | 10.000.00 | 5.000.00 |  |   |
| 2.5. | Potpore manifestacijama (suorganizacija te donacije) | 144.000.00 | 100.000.00 |  |   |
| 3. | Novi proizvodi  | **70.000.00** | **75.000.00** |  |  |
| 4. | Potpora razvoju DMK-a | **2.000.00** | **5.000.00** |  |  |
| **III.** | **KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI**  | **213.000.00** | **290.000.00** | **136** | **15** |
| **1.** | **Online komunikacije** | **80.000.00** | **120.000.00** |  |  |
| 1.1. | Internet oglašavanje | 60.000.00 | 100.000.00 |   |   |
| 1.2. | Internet stranice i upravljanje Internet stranicama | 20.000.00 | 20.000.00 |   |   |
| **2.** | **Offline komunikacije** | **113.000.00** | **150.000.00** |  |  |
| 2.1. | Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora | 27.000.00 | 50.000.00 |   |   |
| 2.2. | Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje…) | 35.000.00 | 45.000.00 |   |   |
| 2.3. | Brošure i ostali tiskani materijali | 40.000.00 | 35.000.00 |   |   |
| 2.4. | Suveniri i promo materijali | 3.000.00 | 5.000.00 |   |   |
| 2.5. | Info table | 8.000.00 | 15.000.00 |   |   |
| **3.** | **Smeđa signalizacija** | **20.000.00** | **20.000.00** |  |  |
| **IV.** | **DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI** | **43.000.00** | **50.000.00** | **116** | **3** |
| 1. | Sajmovi (u skladu sa zak. propisima i pravilima za sustav TZ) | 35.000.00 | 20.000.00 |   |   |
| 2. | Studijska putovanja | 2.000.00 | 20.000.00 |   |   |
| 3. | Posebne prezentacije | 6.000.00 | 10.000.00 |   |   |
| **V.** | **INTERNI MARKETING** | **10.000.00** | **14.000.00** | **140** | **1** |
| 1. | Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora) | 5.000.00 | 6.000.00 |   |   |
| 2. | Koordinacija subjekata uključenih u tur.promet | 2.000.00 | 6.000.00 |   |   |
| 3.  | Nagrade i priznanja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo) | 3.000.00 | 2.000.00 |   |   |
| **VI.** | **MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA** | **17.000.00** | **30.000.00** | **176** | **1** |
| 1. | Proizvodnja multimedijalnih materijala | 5.000.00 | 5.000.00 |   |   |
| 2. | Istraživanje tržišta | 5.000.00 | 5.000.00 |   |   |
| 3. | Formiranje baze podataka  |   |   |   |   |
| 4. | Suradnja s međunarodnim institucijama |   | 10.000.00 |   |   |
| 5. | Banka fotografija i priprema u izdavaštvu | 5.000.00 | 5.000.00 |   |   |
| 6. | Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.) | 2.000.00 | 5.000.00 |   |   |
| **VII.**  | **POSEBNI PROGRAMI** | **10.000.00** | **30.000.00** | **300** | **1** |
| 1. | Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena | 10.000.00 | 30.000.00 |   |   |
| **VIII.** | **OSTALO** (planovi razvoja turizma, strat. mark. planovi i ostalo) | **20.000.00** | **30.000.00** | **125** | **1** |
| **IX.** | **TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)** | **410.000.00** | **441.000.00** | **108** | **22** |
| **X.** | **POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE ( ukoliko je isti ostvaren)** |  |  |  |  |
|  | **SVEUKUPNO RASHODI** | **1.720.000.00** | **1.980.000.00** | **115** | **100** |
|  | PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆOJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE) | **100.000.00** | **154.000.00** |  |  |

**XI ZAKLJUČNE ODREDBE**

Za izvršenje Programa rada s financijskim planom za 2016.g. zadužuju se Turističko vijeće i direktor Turističkog ureda.

Turističko vijeće može, u okviru ukupne svote, tijekom godine vršiti preraspodjelu i prenamjenu pojedinih stavki Financijskog plana te odlučivati o izmjenama ukupnog plana do iznosa od 5%. Iznad toga se izrađuje rebalans koji usvaja Skupština.

O sredstvima tekuće rezerve odlučuje Turističko vijeće.

Direktor Turističkog ureda se ovlašćuje donositi odluke o iznosima do 20.000,00Kn.

Za poslove vrijednosti iznad 70.000,00Kn vršit će se postupak prikupljanja najmanje 3 ponude. Izbor najpovoljnijeg izvođača vrši povjerenstvo od 3 člana iz redova Turističkog vijeća izabrano od strane Turističkog vijeća.

Kako se prihodi Zajednice ostvaruju neravnomjerno tijekom godine Zajednica može uzimati pozajmice i kratkoročne kredite najviše do 50% visine financijskog plana za 2016.g.. O pozajmici i kreditu odlučuje Turističko vijeće a ugovor o pozajmici i kreditu zaključuje direktor ureda.

Direktor Turističkog ureda podnosit će izvješća o tijeku realizacije programa rada na svakoj sjednici Turističkog vijeća, a cjelovita financijska izvješća podnose se kvartalno.

Turističko vijeće sastaje se po potrebi, a najmanje 4 puta godišnje.

Godišnje financijsko izvješće Turističko vijeće podnosi Skupštini koja ga je dužna donijeti do kraja ožujka tekuće godine za prethodnu godinu a prijedlog Programa rada za iduću godinu do kraja listopada tekuće godine.

Program rada usvaja Skupština na redovnoj sjednici do kraja tekuće godine za iduću godinu.

Nadzorni odbor najmanje dva puta godišnje podnosi pisano izvješće o provedenom nadzoru Turističkom vijeću i Skupštini.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Program rada TZO Starigrad za 2016.g. usvojen je na 4.sjednici Turističkog vijeća 28.10.2015. te sa izmjenama i dopunama na 5.sjednici Turističkog vijeća 08.12.2015.g. i na 3.sjednici Skupštine TZO Starigrad 16.12.2015.g.