****

**TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE STARIGRAD**

**PROGRAM RADA ZA 2018.G.**

**Starigrad-Paklenica, listopad 2017.g.**

## S A D R Ž A J

|  |
| --- |
| U V O D………………………………………………………………………………………………....................................3ANALIZA TURISTIČKE SEZONE 01.01.-30.09.2017……………………….…….……………...……….……………...3TRENDOVI I PROCJENE………………………………………………………..………………..…...............................12CILJEVI…………………………………………………………………….……………………..….…………………...…..12PROGRAM RADA ZA 2017.g……………………………………..………………………..….….................................13 PRIHODI………………………………………………………………………………………………………………………13 I ADMINISTRATIVNI RASHODI……………………………………..……………………..….....................................14II DIZAJN VRIJEDNOSTI…………………………………………………..…..………………......................................17Poticanje i sudjelovanje u uređenju Općine……………………………………...………………………………...……..17Manifestacije……………………………………………………………………………………..….…………………….....18Novi proizvodi…………………………………………………………………………………..…………………..………..20Potpora razvoju DMK……………………………………………….…………………………..………………………..…20III KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI…………………………………………………………………………………..…..20Online komunikacije………………………………………………………………………………...……………………….20Offline komunikacije………………………………………………………………………………..………………...……...21Smeđa signalizacija…………………………………………………………….…………………..……………………….22IV DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI……………………..……………………….…………………………..22V INTERNI MARKETING……………………………………………..……………………..………………………….…23VI MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA…………………………….………………………..………………….………23VII POSEBNI PROGRAMI……………………………………………….………………………..…………………….….24VIII OSTALE AKTIVNOSTI………………………………………………………………………....................................24IX TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI……………………………………………...………………….…..24X ZAKLJUČNE ODREDBE…………………………………………………………………………..…………….………25XI FINANCIJSKI PLAN…….………………………………………………………………………...................................26 |

**UVOD**

ANALIZA TURISTIČKE SEZONE 01.01.-30.09.2017

*NAPOMENA: Izvještaji su u cijelosti kreirani na temelju podataka iz sustava eVisitor za 2017. i 2016.g.. Zbog različitosti u načinu obrade podataka postoje određena odstupanja u odnosu na podatke iz 2016.g. kao nulte godine u primjeni sustava eVisitor.*

*U svim tabelama se nalaze podaci za komercijalni turistički promet dok je nekomercijalni iskazan zasebno, osim u tabelama 8 i 9 koje sadrže ukupno ostvaren turistički promet.*

Iz tabele 1. je vidljivo da je u prvih 9 mjeseci 2017.g. na području Općine Starigrad zabilježeno 8.365 registriranih postelja od čega 5.009 u Starigradu, 2.036 u Selinama te 1.320 u Tribnju. To je povećanje kapaciteta od 5% odnosno 430 osoba, od čega 37 u hotelima, 72 u kampovima a ostatak u privatnom smještaju. Sveukupno je ostvareno 444.229 noćenja, 3% više nego 2016. godine kada je ostvareno 433.308 noćenja. Prosječna popunjenost iznosila je 53 dana. Odnos učešća u kapacitetima i noćenjima je očekivano i dalje najpovoljniji u Starigradu koji raspolaže i sa hotelskim kapacitetima za razliku od preostala dva mjesta.

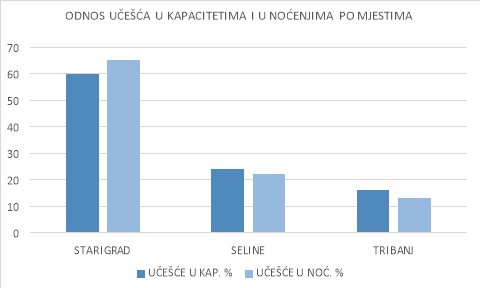
*Tabela 1.* KAPACITETI I OSTVARENA NOĆENJA PO MJESTIMA ZA RAZDOBLJE OD 01.01. –

30.09.2017.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| MJESTO | KAPACITET | NOĆENJA | NOĆ 17/16 | POPUNJENOST (u danima) | UČEŠĆE U KAP. % | UČEŠĆE U NOĆ. % |
| STARIGRAD | 5009 | 289056 | 98 | 58 | 60 | 65 |
| SELINE | 2036 | 95792 | 107 | 47 | 24 | 22 |
| TRIBANJ | 1320 | 59381 | 121 | 45 | 16 | 13 |
| **UKUPNO** | **8365** | **444229** | **103** | **53** | **100** | **100** |

*Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)*

*Grafikon 1*. Odnos učešća u kapacitetima i u noćenjima po mjestima



*Tabela 2.* donosi pregled registriranih kapaciteta i ostvarenih noćenja prema vrstama smještajnih kapaciteta u odnosu na prethodnu godinu.

*Tabela 2*. KAPACITETI I OSTVARENA NOĆENJA PO VRSTAMA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA ZA

RAZDOBLJE OD 01.01. – 30.09.2017.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| NAZIV | KAPACITET | NOĆENJA | NOĆ 17/16 | POPUNJENOST | UČEŠĆE U UK. KAP % | UČEŠĆE U UK. NOĆ. % |
| HOTELI | 543 | 55012 | 94 | 101 | 6 | 12 |
| KAMPOVI | 2553 | 158240 | 95 | 62 | 31 | 36 |
| PRIV.SMJEŠTAJ | 4785 | 202830 | 110 | 42 | 57 | 46 |
| PANSION | 484 | 28147 | 116 | 58 | 6 | 6 |
| UKUPNO | 8365 | 444229 | 103 | 53 | 100 | 100 |

*Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)*

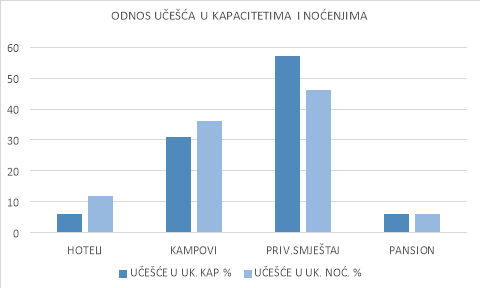
*NAPOMENA: Prema evidenciji eVisitor sustava kampovi u domaćinstvu uvršteni su pod kategoriju PRIVATNI SMJEŠTAJ dok se pod kategorijom KAMPOVI nalaze kampovi registrirani na obrt ili firmu.*

Za razliku od privatnog smještaja i pansiona u kojima je ostvaren porast noćenja od 10% i 16%, u hotelima i kampovima je zabilježeno smanjenje broja noćenja u odnosu na isto razdoblje prethodne godine od 6% i 5%. Do navedenog je došlo uslijed promjene poslovanja tvrtke Hotel Alan d.d.. Naime, hotelski kapacitet je od ove godine zakupljen od strane britanskog touroperatora Nielson specijaliziranog za aktivni odmor te je tvrtka izvršila niz investicijskih zahvata (izgradnja 6 novih teniskih terena, renoviranje i proširenje restorana, uređenje novog ugostiteljskog objekta, renoviranje restorana na plaži, izgradnja novog bazena u sklopu kampa i dr.) zbog čega su i hotel i kamp otvoreni kasnije od uobičajenog termina. Uz to, i hotel i kamp su poslovali sa manjim kapacitetom, hotel zbog prenamjene jedne etaže u ugostiteljski objekt a kamp zbog prenamjene dijela kapaciteta za smještaj osoblja TA Nielson.

Prema najavama, zakup hotela Alan od strane TA Nielson će trajati do 2022.g., 154 dana u godini (svibanj-listopad), pod nazivom Hotel Alana Beachclub. Gosti dolaze prvenstveno Velike Britanije uz najave dolaska i skandinavskih gostiju u narednim godinama.

Od novih kapaciteta za istaknuti je novootvoreni hotel *Barba* u Starigradu, iako skromnog kapaciteta i kategorije(37 kreveta, \*\*). Radi se o prenamjeni nekadašnjeg odmarališta tvrtke TVIN iz Virovitice.

*Grafikon 2.* Odnos učešća u kapacitetima i u noćenjima po vrstama smještajnih kapaciteta



Kada se izuzmu podaci hotela i kampa Hotela Alan d.d. gdje je zbog opisane ovogodišnje situacije došlo do smanjenja turističkog prometa, vidljivo je da je u ostalim komercijalnim objektima ostvareno povećanje od 16% u dolascima i 9% u noćenjima. S obzirom na utjecaj tvrtke Hotel Alan d.d. kao najvećeg pojedinačnog, ujedno i hotelskog smještajnog subjekta u destinaciji, donosimo detaljniju analizu turističkog prometa slijedom ovogodišnjih promjena u poslovanju ovog subjekta.

*Tabela 3.* DOLASCI I NOĆENJA U HOTELU ALAN BLUESUN ZA RAZDOBLJE OD 01.01. –

30.09.2017

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| OBJEKT | DOLASCI | | NOĆENJA | | INDEKS | |
| 2016 | 2017 | 2016 | 2017 | DOLASCI | NOĆENJA |
| HOTEL ALAN BLUESUN | 13891 | 4589 | 48792 | 42720 | 33 | 88 |
| BLUESUN KAMP PAKLENICA | 15467 | 14328 | 77649 | 66799 | 93 | 86 |
| UKUPNO | 29358 | 18917 | 126441 | 109519 | 64 | 87 |

*Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)*

*Tabela 4.* DOLASCI I NOĆENJA U KOMERCIJALNIM OBJEKTIMA I HOTELU ALAN BLUESUN ZA

RAZDOBLJE OD 01.01. DO 30.09.2017.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| OBJEKT | DOLASCI | | NOĆENJA | | INDEKS | |
| 2016 | 2017 | 2016 | 2017 | DOLASCI | NOĆENJA |
| KOMERCIJALNI | 50155 | 57959 | 306867 | 334710 | 116 | 109 |
| HOTEL ALAN BLUESUN | 29358 | 18917 | 126441 | 109519 | 64 | 87 |
| UKUPNO | 79513 | 76876 | 433308 | 444229 | 97 | 103 |

*Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)*

*Tabela 5.* DOLASCI I NOĆENJA TURISTA IZ VELIKE BRITANIJE U HOTELU ALAN BLUESUN I

OSTALIM OBJEKTIMA ZA RAZDOBLJE OD 01.01. DO 30.09.2017.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| OBJEKT | DOLASCI | | NOĆENJA | | INDEKS | | UČEŠĆE U NOĆENJIMA | |
| 2016 | 2017 | 2016 | 2017 | DOL | NOĆ | 2016 | 2017 |
| HOTEL ALAN BLUESUN | 731 | 5300 | 2476 | 47819 | 725 | 1931 | 46 | 92 |
| OSTALI OBJEKTI | 888 | 1121 | 2941 | 4430 | 126 | 150 | 54 | 8 |
| UKUPNO | 1619 | 6421 | 5417 | 52249 | 396 | 965 | 100 | 100 |

*Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)*

*Tabela 6*. u nastavku donosi pregled ostvarenih dolazaka 444229i noćenja turista u komercijalnim i nekomercijalnim (kuće i stanovi za odmor) objektima.. U komercijalnim objektima je ostvareno smanjenje dolazaka za 3 % a povećanje noćenja od 3 % dok je kućama i stanovima za odmor zabilježeno 1 % više dolazaka te 12 % više noćenja u odnosu na prethodnu godinu. Prosjek boravka u komercijalnom smještaju je 6 dana što je za 1 dan više nego prošle godine, dok je u nekomercijalnom smještaju produžen prosjek boravka za 3 dana.

Za istaknuti je kako podaci o prometu u kućama i stanovima za odmor nisu posve relevantni u usporedbi sa podacima ranijih godina. Naime, kako su vlasnici kuća i stanova za odmor obavezni prijaviti se i odjaviti u sustav eVisitor prilikom svakog dolaska i odlaska u/iz destinacije, bez obzira na način plaćanja BP-e(paušalno ili po noćenju), isti su najčešće registrirali boravak na duže razdoblje(po nekoliko mjeseci). Prije uvođenja sustava eVisitor vlasnicima kuća i stanova za odmor te njihovim obiteljima bi se kod plaćanja paušalne BP-e računao prosjek boravka od 20 dana (prema naputku sustava HTZ-e). Uslijed navedenog došlo je do značajnog povećanja noćenja u nekomercijalnim objektima u svim destinacijama.

*Tabela 6.* DOLASCI I NOĆENJA U KOMERCIJALNIM I NEKOMERCIJALNIM OBJEKTIMA ZA

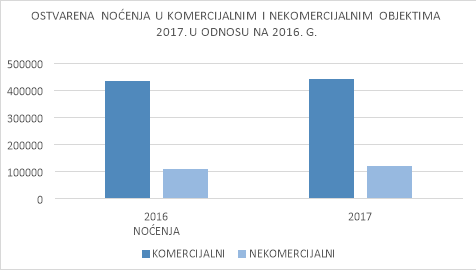
RAZDOBLJE OD 01.01. DO 30.09.2017.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| OBJEKT | DOLASCI | | NOĆENJA | | INDEKS | | PROSJEČNA POPUNJENOST | PROSJEK BORAVKA |
| 2016 | 2017 | 2016 | 2017 | DOLASCI | NOĆENJA | DANI | DANI |
| KOMERCIJALNI | 79513 | 76876 | 433308 | 444229 | 97 | 103 | 59 | 6 |
| NEKOMERCIJALNI | 4505 | 4550 | 109505 | 122998 | 101 | 112 | 34 | 27 |
| UKUPNO | 84018 | 81426 | 542813 | 567227 | 97 | 104 | 51 | 7 |

*Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)*

*Grafikon 3.* Ostvarena noćenja u komercijalnim i nekomercijalnim objektima 2017. godine u odnosu na

2016. godinu



*Tabela 7.* prikazuje podatke o kapacitetima i ostvarenim noćenjima u objektima prema načinu poslovanja. Za uočiti je iznimno veliki broj objekata u domaćinstvu u odnosu na obrte i poduzeća, ali objekti koji posluju kao obrti i poduzeća, gdje se svrstavaju i hoteli, ostvaruju veći broj noćenja i bolju popunjenost što je kontinuirani i poznati trend na nacionalnoj razini.

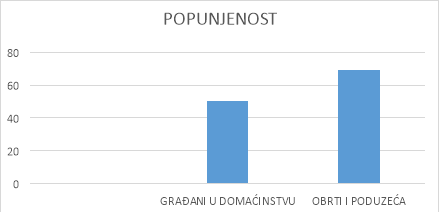
*Tabela 7.*TURISTIČKI PROMET U SKUPINAMA OBJEKATA PREMA NAČINU POSLOVANJA ZA

RAZDOBLJE OD 01.01. – 30.09.2017.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| NAZIV | OBJEKTI | | KAPACITET | | NOĆENJA | | POPUNJENOST |
| BROJ | UČEŠĆE % | BROJ | UČEŠĆE % | BROJ | UČEŠĆE % |
| GRAĐANI U DOMAĆINSTVU | 507 | 92 | 4033 | 53 | 202567 | 46 | 50 |
| OBRTI I PODUZEĆA | 46 | 8 | 3514 | 47 | 241662 | 54 | 69 |
| **UKUPNO** | **553** | **100** | **7547** | **100** | **444229** | **100** | **59** |

*Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)*

*Grafikon 4*. Popunjenost objekata prema načinu poslovanja



*Tabela 8.* DOLASCI I NOĆENJA PO DRŽAVAMA 2017. GODINE U ODNOSU NA 2016. GODINU ZA

RAZDOBLJE OD 01.01. – 30.09.2017. (sa uključenim nekomercijalnim objektima)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Država | Dolasci 2017 | Dolasci 2016 | Indeks dolasci | Noćenja 2017 | Noćenja 2016 | Indeks noćenja |
| Hrvatska | 7,467 | 8,840 | 84.47 | 121,435 | 118,023 | 102.89 |
| Njemačka | 16,729 | 15,661 | 106.82 | 103,276 | 102,615 | 100.64 |
| Slovenija | 7,839 | 10,118 | 77.48 | 53,779 | 66,271 | 81.15 |
| Ujedinjena Kraljevina | 6,420 | 1,619 | 396.54 | 52,248 | 5,417 | 964.52 |
| Poljska | 7,611 | 10,149 | 74.99 | 50,300 | 56,370 | 89.23 |
| Češka | 5,714 | 5,717 | 99.95 | 37,543 | 38,868 | 96.59 |
| Austrija | 4,928 | 5,922 | 83.22 | 28,082 | 34,178 | 82.16 |
| Nizozemska | 4,164 | 4,002 | 104.05 | 22,852 | 22,775 | 100.34 |
| Slovačka | 3,358 | 3,259 | 103.04 | 21,637 | 21,418 | 101.02 |
| Bosna i Hercegovina | 1,814 | 1,609 | 112.74 | 12,445 | 10,357 | 120.16 |
| Mađarska | 2,375 | 2,101 | 113.04 | 12,240 | 10,977 | 111.51 |
| Italija | 2,408 | 2,654 | 90.73 | 9,615 | 10,059 | 95.59 |
| Francuska | 2,248 | 2,354 | 95.50 | 6,483 | 7,779 | 83.34 |
| Belgija | 1,010 | 1,343 | 75.20 | 4,349 | 5,548 | 78.39 |
| Litva | 963 | 822 | 117.15 | 4,191 | 4,480 | 93.55 |
| Švicarska | 1,377 | 1,571 | 87.65 | 3,999 | 4,621 | 86.54 |
| Švedska | 690 | 640 | 107.81 | 3,636 | 3,578 | 101.62 |
| Srbija | 228 | 287 | 79.44 | 2,301 | 2,655 | 86.67 |
| Irska | 243 | 60 | 405.00 | 1,883 | 291 | 647.08 |
| Rusija | 209 | 213 | 98.12 | 1,671 | 1,698 | 98.41 |
| Danska | 297 | 270 | 110.00 | 1,592 | 1,702 | 93.54 |
| Ukrajina | 206 | 135 | 152.59 | 1,362 | 713 | 191.02 |
| Rumunjska | 214 | 316 | 67.72 | 1,138 | 1,863 | 61.08 |
| SAD | 388 | 454 | 85.46 | 1,125 | 1,443 | 77.96 |
| Australija | 438 | 616 | 71.10 | 1,019 | 1,306 | 78.02 |
| Španjolska | 351 | 486 | 72.22 | 868 | 906 | 95.81 |
| Letonija | 141 | 143 | 98.60 | 669 | 435 | 153.79 |
| Norveška | 182 | 144 | 126.39 | 641 | 684 | 93.71 |
| Kanada | 205 | 237 | 86.50 | 575 | 578 | 99.48 |
| Finska | 155 | 121 | 128.10 | 458 | 348 | 131.61 |
| Estonija | 95 | 125 | 76.00 | 394 | 439 | 89.75 |
| Ostale azijske zemlje | 75 | 73 | 102.74 | 317 | 212 | 149.53 |
| Makedonija | 22 | 36 | 61.11 | 309 | 333 | 92.79 |
| Ostale zemlje J. i Sr. Amerike | 95 | 72 | 131.94 | 280 | 194 | 144.33 |
| Turska | 60 | 49 | 122.45 | 233 | 147 | 158.50 |
| Novi Zeland | 105 | 141 | 74.47 | 216 | 157 | 137.58 |
| Izrael | 71 | 91 | 78.02 | 213 | 264 | 80.68 |
| Ostale afričke zemlje | 47 | 27 | 174.07 | 208 | 109 | 190.83 |
| Bjelorusija | 44 | 59 | 74.58 | 204 | 379 | 53.83 |
| Bugarska | 49 | 49 | 100.00 | 164 | 252 | 65.08 |
| Luksemburg | 37 | 29 | 127.59 | 161 | 120 | 134.17 |
| Grčka | 28 | 57 | 49.12 | 138 | 100 | 138.00 |
| Ostale europske zemlje | 21 | 14 | 150.00 | 115 | 66 | 174.24 |
| Kazahstan | 11 | 10 | 110.00 | 103 | 80 | 128.75 |
| Portugal | 32 | 32 | 100.00 | 99 | 121 | 81.82 |
| Kina | 54 | 79 | 68.35 | 91 | 110 | 82.73 |
| Brazil | 28 | 38 | 73.68 | 72 | 127 | 56.69 |
| Island | 4 | 1 | 400.00 | 56 | 1 | 5,600.00 |
| Indija | 14 | 34 | 41.18 | 48 | 62 | 77.42 |
| Argentina | 16 | 10 | 160.00 | 46 | 72 | 63.89 |
| Japan | 18 | 6 | 300.00 | 43 | 19 | 226.32 |
| Koreja, Republika | 22 | 895 | 2.46 | 39 | 897 | 4.35 |
| Albanija | 18 | 63 | 28.57 | 35 | 151 | 23.18 |
| Tunis | 3 | 1 | 300.00 | 33 | 1 | 3,300.00 |
| Malta | 12 | 3 | 400.00 | 31 | 9 | 344.44 |
| Južnoafrička Republika | 14 | 53 | 26.42 | 29 | 103 | 28.16 |
| Ostale zemlje Oceanije | 5 | 2 | 250.00 | 27 | 12 | 225.00 |
| Lihtenštajn | 6 | 14 | 42.86 | 20 | 29 | 68.97 |
| Meksiko | 10 | 10 | 100.00 | 18 | 18 | 100.00 |
| Maroko | 4 | 4 | 100.00 | 17 | 24 | 70.83 |
| Crna Gora | 6 | 10 | 60.00 | 10 | 20 | 50.00 |
| Kuvajt | 2 | 0 | 0.00 | 10 | 0 | 0.00 |
| Tajland | 7 | 9 | 77.78 | 9 | 31 | 29.03 |
| Kosovo | 7 | 6 | 116.67 | 7 | 40 | 17.50 |
| Cipar | 2 | 30 | 6.67 | 6 | 63 | 9.52 |
| Indonezija | 4 | 1 | 400.00 | 4 | 3 | 133.33 |
| Ostale zemlje Sj. Amerike | 2 | 7 | 28.57 | 4 | 41 | 9.76 |
| Ujedinjeni Arapski Emirati | 1 | 2 | 50.00 | 3 | 4 | 75.00 |
| Hong Kong, Kina | 2 | 2 | 100.00 | 2 | 4 | 50.00 |
| Tajvan, Kina | 1 | 10 | 10.00 | 1 | 10 | 10.00 |
| Čile | 0 | 2 | 0.00 | 0 | 12 | 0.00 |
| Strani turisti: | 73,959 | 75,179 | 98.38 | 445,792 | 424,769 | 104.95 |
| Domaći turisti: | 7,467 | 8,840 | 84.47 | 121,435 | 118,023 | 102.89 |
| **UKUPNO:** | **81,426** | **84,019** | **96.91** | **567,227** | **542,792** | **104.50** |

*Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)*

U tabeli je prikazan ostvareni turistički promet po državama za 2017. godinu. Broj dolazaka je manji za 3 % u odnosu na prošlu godinu dok se broj noćenja povećao za 4.5 %. Najznačajnije povećanje ostvareno je iz Velike Britanije, gdje je broj dolazaka 2016. godine iznosi 1.619 a 2017. godine 6.420. Noćenja su povećana sa 5.417 na 52.248. To je rezultat već ranije spomenutog zakupa hotela Alan Bluesun od strane TA Nielson. Turisti iz Njemačke su i dalje najbrojniji te su ostvarili 103.276 noćenja, što je za 1% više nego prošle godine. Sveukupno, strani su gosti ostvarili 445.792 noćenja ili 78 % od ukupnog broja ostvarenih noćenja dok su domaći gosti ostvarili 121.435 noćenja ili 22 %.

*Tabela 9*. OSTVARENI TURISTIČKI PROMET PO MJESECIMA ZA RAZDOBLJE OD 01.01. DO

30.09.2017. (sa uključenim nekomercijalnim objektima)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Datum | Dolasci domaći | Dolasci strani | Dolasci ukupno | Noćenja domaći | Noćenja strani | Noćenja ukupno | Indeks noćenja 2017/2016 |
| 2017/01 | 10 | 23 | 33 | 12 | 409 | 421 | 619 |
| 2017/02 | 9 | 43 | 52 | 16 | 485 | 501 | 82 |
| 2017/03 | 33 | 229 | 262 | 56 | 1,253 | 1,309 | 78 |
| 2017/04 | 523 | 2,799 | 3,322 | 1,120 | 9,057 | 10,177 | 122 |
| 2017/05 | 488 | 4,489 | 4,977 | 1,502 | 16,743 | 18,245 | 87 |
| 2017/06 | 1,604 | 11,749 | 13,353 | 11,205 | 57,966 | 69,171 | 134 |
| 2017/07 | 2,614 | 23,525 | 26,139 | 44,697 | 150,031 | 194,728 | 104 |
| 2017/08 | 1,949 | 21,834 | 23,783 | 47,740 | 158,125 | 205,865 | 98 |
| 2017/09 | 237 | 9,268 | 9,505 | 15,087 | 51,723 | 66,810 | 108 |
| **Ukupno:** | **7,467** | **73,959** | **81,426** | **121,435** | **445,792** | **567,227** | **105** |

*Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)*

*Grafikon 5.* Ostvarena noćenja po mjesecima



*Tabela 10.* OSTVARENI TURISTIČKI PROMET U KOMERCIJALNIM I NEKOMERCIJALNIM

OBJEKTIMA PO MJESECIMA ZA RAZDOBLJE OD 01.01. DO 30.09.2017.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Datum | NEKOMERCIJALNI | | | KOMERCIJALNI | | |
| Dolasci | Noćenja | Indeks noćenja 2017/2016 | Dolasci | Noćenja | Indeks noćenja 2017/2016 |
| 2017/01 | 5 | 80 | 250 | 28 | 341 | 741 |
| 2017/02 | 10 | 107 | 91 | 42 | 394 | 75 |
| 2017/03 | 31 | 305 | 310 | 231 | 1004 | 64 |
| 2017/04 | 75 | 632 | 395 | 3247 | 9545 | 117 |
| 2017/05 | 75 | 1255 | 107 | 4902 | 16990 | 84 |
| 2017/06 | 1013 | 10249 | 136 | 12340 | 58922 | 131 |
| 2017/07 | 2004 | 46041 | 92 | 24135 | 148687 | 102 |
| 2017/08 | 1310 | 48045 | 96 | 22473 | 157820 | 98 |
| 2017/09 | 27 | 16284 | 28 | 9478 | 50526 | 100 |
| **Ukupno:** | **4550** | **122998** | **101** | **76876** | **444229** | **103** |

*Izvor: eVisitor (informacijski sustav za prijavu i odjavu turista)*

ZAKLJUČAK

U prvih 9 mjeseci 2017.g. na području Općine Starigrad je ukupno boravilo 3% manje turista koji su ostvarili 4,5% više noćenja u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Na navedene podatke je značajno utjecala promjena načina poslovanja Bluesun hotela Alan – ekskluzivna suradnja sa britanskim touroperatorom Nielson. Zbog trajanja opsežnih investicijskih radova u hotelu i kampu te smanjenja kapaciteta tvrtka je ostvarila manje noćenja u odnosu na isto razdoblje prethodne godine što je utjecalo i na ukupan turistički rezultat u promatranom razdoblju. Izvan toga, u ostalim smještajnim kapacitetima ostvareno je povećanje dolazaka(16%) i noćenja(9%) turista.

TA Nielson je agencija specijalizirana za aktivni odmor što je u skladu sa smjerom razvoja turizma na području Općine Starigrad te je njihov dolazak utjecao i na strukturu gostiju u destinaciji, odnosno, četverostruko povećanje broja dolazaka te gotovo 10 puta veći broj noćenja turista iz Velike Britanije u odnosu na isto razdoblje 2016.g.. Osim u hotelu Alan u kojemu su dakle ove godine boravili isključivo britanski turisti, njihov broj je povećan i u ostalim smještajnim kapacitetima, i to za 26% u dolascima te 50% u noćenjima.

Obuhvaćeni vremenski period će ostati zapamćen po iznimno vrućem i suhom ljetu, dok su rujan obilježile ekstremne kiše uslijed kojih je na području cijele Zadarske regije proglašena elementarna nepogoda zbog nastalih šteta.

2. TRENDOVI I PROCJENE

Procjene kretanja turističkih trendova nastavljaju u smjeru daljnjeg razvoja selektivnih vrsta turizma i turizma doživljaja. Očekuje se daljnja diverzifikacija te kombiniranje različitih proizvoda, te se predviđa da će sve značajniju ulogu u odabiru destinacije imati odgovornost prema okolišu.

Također, očekuje se da će „sunce i more“ ostati dominantan hrvatski turistički proizvod, pa tako i destinacijski. Slabljenjem i prestankom ekonomske krize uvjeti za turistički rast jačaju, dok moguću prijetnju predstavljaju sukobi u za sada daljnjem okruženju. U ovoj godini Hrvatska je profitirala zbog nesigurnosti u pojedinim konkurentskim mediteranskim zemljama.

Nadalje, predviđa se daljnje jačanje on-line komunikacije na turističkom tržištu.

U strukturi smještajnih kapaciteta destinacije u ovoj je godini došlo do neznatnog povećanja hotelskih kapaciteta otvorenjem hotela Barba u Starigradu. Radi se o prenamjeni nekadašnjeg odmarališta tvrtke TVIN iz Virovitice, skromnog kapaciteta i kategorije, što na žalost neće previše utjecati na ukupnu razinu hotelske ponude u destinaciji ali je ipak pozitivna promjena. U idućoj godini se ne očekuju značajnije promjene osim manjeg rasta kapaciteta u domaćinstvu, gdje će opet pozitivan efekt imati najavljeno otvaranje smještajnih kapaciteta visoke kategorije, kao i nastavak trenda renoviranja starih kamenih kuća u zaleđu sa izgradnjom bazena.

Od infrastrukturnih projekata za istaknuti je nastavak uređenja plaže Jaz koja je već ove godine djelomično uređena i stavljena u funkciju te samim time unaprijedila kvalitetu ponude u segmentu koji je stagnirao. Pored toga, Općina privodi kraju višegodišnju pripremu još nekoliko infrastrukturnih projekata i planira započeti sa realizacijom što bi u narednim godinama značajno doprinijelo kvaliteti života i uvjeta za daljnji razvoj turizma destinacije u skladu sa svojim potencijalima te potrebama i trendovima današnjice.

Iza nas je prva godina poslovanja tvrtke Hotel Alan d.d. sa britanskim touroperatorom Nielson sa kojim je ugovorena ekskluzivna suradnja za hotelski smještaj, čemu su prethodile značajne investicije u unapređenje sadržaja objekta. Navedeno je rezultiralo kasnijim otvaranjem te smanjenjem kapaciteta hotela i kampa s posljedicom smanjenja noćenja i prihoda od BP-e, kao i promjenom strukture gostiju u korist britanskih turista.

S druge strane, povećana je kvaliteta gostiju, vanpansionska potrošnja u destinaciji te „profil“ gostiju u korist poklonika aktivnog odmora što je u skladu sa željenim smjerom razvoja destinacije.

Ova promjena je također potvrdila značaj hotelskih kapaciteta sa pratećim sadržajima za turizam destinacije te dodatno ukazala na nedostatak istih u destinaciji. Naime, ekskluzivni ugovor sa agencijom Nielson u razdoblju svibanj-listopad doveo je praktički do nestanka klasičnog hotelskog smještaja u destinaciji jer preostali hotelski kapaciteti u vidu malih obiteljskih hotela ne mogu preuzeti dosadašnju ulogu hotela Alan.

Do kraja iduće godine se očekuje donošenje novog paketa turističkih zakona. U postojećim uvjetima na lokalnoj i regionalnoj razini predviđa se povećanje turističkog prometa do 3%.

3. CILJEVI

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 dionicima Zajednica će nastaviti provoditi aktivnosti u svrhu postizanja slijedećih ciljeva:

- povećanja fizičkog obujma turističkog prometa do 3%;

- povećanje udjela turističkog prometa izvan glavne turističke sezone u odnosu na ukupni promet;

- jačanje pozicije destinacije kao destinacije aktivnog i pustolovnog turizma;

- jačanje uloge događanja i doživljaja u ukupnom turističkom proizvodu destinacije,

- jačanje suradnje među sudionicima turističkog prometa u destinaciji.

**PROGRAM RADA ZA 2018. G.**

Program rada za 2018.g. se temelji na aktualnom Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma koji propisuje zadaće TZ te srodnim zakonima. Obuhvaća aktivnosti sukladno propisima te 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.

**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. Sukladno predviđanjima, u tekućoj godini je došlo da manjeg porasta kapaciteta u privatnom smještaju(sobe, apartmani, kampovi) u odnosu na prethodnu godinu. Na području Starigrada-Paklenice otvoren je i novi hotel iako skromnog kapaciteta i kategorije(37 kreveta, \*\*). Sukladno očekivanjima s obzirom na promjene u poslovanju Hotela Alan d.d.(početna godina ekskluzivnog poslovanja hotela sa britanskim touroperatorom Nielson, smanjenje kapaciteta), u tom je objektu došlo da smanjenja broja noćenja a u skladu sa time i prihoda od BP-e. Slijedom izmjena uvedenih u obračun BP-e kod određenih kategorija obveznika, prvenstveno vlasnika kuća i stanova za odmor, u nekomercijalnom smještaju je također uočeno određeno smanjenje prihoda. No, tijekom proteklih 9 mjeseci je ipak ostvareno značajno povećanje turističkog prometa te se turistička sezona može ocijeniti iznimno dobrom po posjećenosti turista.

U idućoj godini slijedi povećanje BP-e za 1,00kn za turističke obrte i poduzeća, očekuje se povećanje kapaciteta i popunjenosti Bluesun hotela i kampa (Nielson Alana Beach Club i autokamp Paklenica) te nastavak pozitivnih trendova za Hrvatsku u cjelini. Iznimno, ove su godine uprihođena značajna sredstva BP-e od nautike što se u budućnosti ne može očekivati budući da Podvelebitski kanal u stvarnosti(geografski položaj, klimatska obilježja) nema povoljne uvjete za značajniji razvoj nautičkog turizma. Sredstva su uprihođena temeljem važećeg zakona i pravilnika koji pored ostvarenih noćenja u obzir pri raspodjeli sredstava uzima i druge pokazatelje(uređenost i opremljenost, vrste luka nautičkog turizma, dodatna ponuda, prometna povezanost i dr.). U idućoj godini se očekuje izmjena istih, pretpostavlja se izrada modela usmjerenog na broj i mjesto ostvarenja noćenja, uslijed čega u bližoj budućnosti nije realno očekivati značajnije prihode od BP-e u ovom segmentu. Sveukupno, predviđa se do 3% povećanja prihoda od BP-e.

**Planirana sredstva: 1.670.000,00kn**

**Prihodi od članarine** se planiraju ostvariti u iznosu od 100.000,00Kn. Planiranje ovog prihoda je otežano zbog velikih oscilacija u naplati za koju je zadužena Porezna uprava. U postojećim uvjetima u idućoj se godini ne očekuju se značajnije promjene.

**Planirana sredstva: 100.000,00 kn**

**Prihodi iz proračuna** obuhvaćaju prihode iz proračuna općine/županije/države za programske aktivnosti te 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: 60.000,00kn**

**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: 750.000,00kn**

Ukupno planirani prihod TZO Starigrad u 2018.g. iznosi 2.710.000,00 kn

**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%)

**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.

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 prostorne disperzije turističkih kapaciteta na području Općine, u cilju što kvalitetnije informiranosti turista.

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

Obim poslova Turističkog ureda se kontinuirano povećava, posebice posljednjih nekoliko godina. Pored vlastitih aktivnosti na izvršenju planiranih zadaća i potrebe praćenja novih trendova poslovanja(npr. društvene mreže) povećavaju se zakonske administrativne obaveze(npr.Zakon o pristupu informacijama, Zakon o arhivskoj građi) te obujam poslova/projekata koji se realiziraju na razini Zadarske regije(npr.Welcome, Ruralni turizam, Aktivni odmor, novinari). Također se produžuje razdoblje rada izvan glavne turističke sezone, što sveukupno zahtijeva kontinuirani povećani angažman tokom cijele godine.

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 planira angažirati do 3 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.

U cilju pravovremenog i efikasnog izvršavanja zakonskih i planiranih zadaća postoji potreba i predviđa se povećanje angažmana sezonskih djelatnika i/ili povećanje broja zaposlenih djelatnika kao i usklađivanje rashoda za radnike.

Plan rashoda za radnike Turističkog ureda i Turističko-informativnih centara

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| RB | OPIS | TU | TIC STAR | TIC SELINE | TIC TRIBANJ | UKUPNO |
| 1.1 | Neto plaće | 150.000,00 | 82.000,00 | 30.000,00 | 13.000,00 | 275.000,00 |
| 1.2 | Porezi i doprinosi | 97.000,00 | 45.000,00 | 16.000,00 | 7.000,00 | 165.000,00 |
| 1.3 | Ostali izdaci za zap. | 10.000,00 | - | - | - | 10.000,00 |
|  | **UKUPNO** | **257.000,00** | **127.000,00** | **46.000,00** | **20.000,00** | **450.000,00** |

Rashodi Turističkog ureda i TIC-ara

Rashodi Turističkog ureda i Turističko-informativnih centara 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 STAR | TIC SELINE | TIC TRIBANJ | UKUPNO |
| **2.1.** | **Materijalni izdaci** | **30.000,00** | **5.000,00** | **1.000,00** | **1.000,00** | **37.000,00** |
| 2.1.1 | Mat. i energija | 14.000,00 | 4.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 20.000,00 |
| 2.1.2 | Dnevnice i putni izdaci | 9.000,00 | 1.000,00 | - | - | 10.000,00 |
| 2.1.3 | Reprezentacija | 7.000,00 | - | - | - | 7.000,00 |
| **2.2.** | **Izdaci za usluge** | **29.000,00** | **5.000,00** | **4.000,00** | **2.000,00** | **40.000,00** |
| 2.2.1 | Prijevozne usluge(tel,pošta) | 14.000,00 | 4.000,00 | 3.000,00 | 1.000,00 | 22.000,00 |
| 2.2.2 | Usluge održavanja | 2.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 5.000,00 |
| 2.2.3 | Usluge najma | 8.000,00 | - | - | - | 8.000,00 |
| 2.2.4 | Intel.i osobne usluge | 5.000,00 | - | - | - | 5.000,00 |
| **2.3.** | **Financijski rashodi** | **8.000,00** | **-** | **-** | **-** | **8.000,00** |
| 2.3.1 | Banka, FINA | 8.000,00 |  |  |  |  |
| **2.4.** | **Ostali rashodi** | **5.000,00** | **-** | **-** | **-** | **5.000,00** |
| 2.4.1 | Osiguranje | 10.000,00 | - | - | - | **10.000,00** |
|  | **UKUPNO** | **85.000,00** | **16.000,00** | **5.000,00** | **4.000,00** | **100.000,00** |

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: 5.000,00

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 suradnji s Općinom Starigrad se razmatraju mogućnosti pronalaženja novih, adekvatnijih prostora za rad Zajednice. Prema dogovoru sa Općinom Starigrad, u idućoj se godini planira izrada projektne dokumentacije za mogući prostor u Selinama te je u tijeku dovršetak dokumentacije za izgradnju penjačkog i info centra u Starigradu kao mogućeg novog prostora za TZ i TIC Starigrad. Stoga će u idućoj godini TZO Starigrad nastaviti s radom u postojećim prostorima u Starigradu i Selinama, dok je u Tribnju ove godine stavljen u funkciju novi prostor smješten u obnovljenoj crkvenoj kući za potrebe tamošnjeg TIC-a.

Planirana sredstva:20.000,00

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 2018.g. će se održati 2 redovne sjednice Skupštine, najmanje 4 sjednice Turističkog vijeća te 2 redovne sjednice Nadzornog odbora.

Planirana sredstva: 15.000,00

ADMINISTRATIVNI RASHODI

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| RB | OPIS | IZNOS |
| 1 | Rashodi za radnike | 450.000,00 |
| 2 | Rashodi TU i TIC-ara | 125.000,00 |
| 3 | Rashodi za tijela TZ | 15.000,00 |
|  | UKUPNO | 590.000,00 |

PLANIRANA SREDSTVA UKUPNO: 590.000,00

NOSIOC: Turističko vijeće, direktor TU;

ROK: do kraja 2018.

**2. DIZAJN VRIJEDNOSTI**

**2.1. 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 501.000,00kn. 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.

Potreba uređenja plaža jedan je od najbitnijih uvjeta u segmentu turističke infrastrukture i jedan od najvećih nedostataka na području Općine. Stoga se dovršetak uređenja plaže Jaz od strane Općine Starigrad smatra jednim od visokih prioriteta. Također je za istaknuti potrebu uređenja trgova u Starigradu i Selinama te središnjeg obalnog pojasa u centru Starigrada.

U komunalnom segmentu, uz sustav odvodnje, ističe se potreba kvalitetnijeg hortikulturnog uređenja i održavanja javnih površina, unapređenja funkcije i uređenosti autobusnih ugibališta u Starigradu te rješavanja prometne situacije na području Bikarije i ulice Sv.Jurja. Radi se o glavnoj i najfrekventnijoj šetnici te mjesnom trgu koji je opremljen ljetnom pozornicom i gdje se održavaju gotovo sva događanja te bi u cijelosti trebao biti oslobođen prometa.

Zajednica će usmjeriti inicijative i prijedloge korištenja pripadajućeg dijela sredstava BP-e upravo u rješavanje navedenih nedostataka.

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;

- provođenje ekološke literarno-likovne akcije na temu zavičajne baštine;

Kroz poticanje i podršku Osnovnoj školi Starigrad na provođenju navedenih programa doprinosi se edukaciji i razvoju svijesti najmlađih članova zajednice i roditelja u pogledu očuvanja okoliša, vrednovanja vlastitih prirodnih i kulturnih vrijednosti i njihovog značaja za turizam. Svaka od realiziranih aktivnosti ujedno se otvara za širu publiku odnosno mještane i turiste čime se povećava edukativni domet i obogaćuje ponuda događanja. 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 i dr.)

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 korištenja turističkog proizvoda.

PLANIRANA SREDSTVA: 70.000,00kn

NOSIOC: TZO Starigrad

ROK: travanj-lipanj, rujan-listopad 2018.

**2.2. 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 i različitost destinacije, odnosno, valoriziraju njeni potencijali. To se prvenstveno odnosi na slijedeće elemente: aktivni odmor, kulturna baština/tradicija, pred i posezona, doživljaj, nacionalni i/ili međunarodni karakter, sposobnost dovođenja gostiju.

Svoje djelovanje u području manifestacija TZ će usklađivati sa strateškim planom razvoja događanja TZŽ Zadarske koji je u izradi a sa ciljem povećanja kvalitete događanja na svom području i njihove koristi za turizam destinacije.

Troškovi organizacije manifestacija podrazumijevaju angažman i troškove izvođača, uređenje prostora, održavanje reda, regulaciju prometa, 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. U cilju povećanja kvalitete i koristi od manifestacija u budućnosti će biti potrebno za odabrana događanja s najvećim potencijalom za turistički rast angažirati profesionalne organizatore i promotore događanja.

Otežavajuće okolnosti koje ograničavaju obujam i kvalitetu manifestacija: financijska ograničenja, nedostatak uređenih trgova i šetnica odvojenih od prometa, neopremljenost postojećih otvorenih prostora za održavanje manifestacija(natkrivene pozornice, priključci struje i vode, rasvjeta i sl.), nedostatak zatvorenih prostora(dvorane, galerijski, muzejski i/ili 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 za profesionalnu organizaciju događanja.

Temeljni program manifestacija u 2018.g. obuhvaća:

2.1. Kulturno-zabavne manifestacije

- 21.-26.05. 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.. Kao novost se planira pokrenuti organizaciju manifestacije tradicijske kulture „Tragovima Podgoraca“.

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. 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, uz jačanje promidžbenih aktivnosti.

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

-19. Međunarodni susret penjača Paklenica 2018., travanj-svibanj;

- 6. Paklenica Trail, svibanj;

-17. Velebit Ultra Trail, rujan;

-17.Međunarodna planinska utrka Starigrad-Veliko Rujno, kolovoz;

- 3. Absolute Paklenica, rujan

- 2. Highlander Velebit , rujan

- 8. Biciklijada Zadar-Paklenica, listopad

Neke od manifestacija prema odluci i najavi organizatora mijenjaju termin održavanja u cilju unapređenja kvalitete događaja. Program se obogaćuje planinarskim događajem Highlander Velebit. Prvo izdanje ovog natjecanja je održano unatoč iznimnim poteškoćama zbog vremenskih neprilika te organizator planira nastaviti projekt. Zajednica planira i dodatne aktivnosti u cilju povećanja iskorištenosti potencijala ponude aktivnog odmora.

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

Zajednica planira budžet za potpore manifestacijama temeljem provedenog javnog poziva za potpore manifestacijama na području Općine Starigrad u 2018.g. te prema slijedećim kriterijima:

- jasno definiran sadržaj i aktivnosti;

- originalnost aktivnosti u smislu obogaćenja turističke ponude na području Općine;

- razvoj sadržaja koji doprinose produženju turističke sezone;

- doprinos promociji i jačanju imagea destinacije u zemlji i inozemstvu;

- učešće podnositelja zahtjeva u sufinanciranju aktivnosti projekta iz vlastitih izvora;

- učešće drugih subjekata u sufinanciranju aktivnosti projekta;

- procjena kvalitete projekta te doprinosa zadanim razvojnim ciljevima;

- realizacija projekta u tekućoj godini.

Javni poziv raspisuje i detaljno razrađene kriterije utvrđuje Turističko vijeće TZO Starigrad koje potom i donosi odluke o potporama.

SREDSTVA UKUPNO: 590.000,00kn

NOSIOC: TZO Starigrad, Općina Starigrad, Turistički ured

ROK: travanj-listopad 2018.

**2.3. NOVI PROIZVODI**

Sukladno prirodnim potencijalima područja, turističkim trendovima te strategiji razvoja hrvatskog turizma, razvoj novih proizvoda usmjeren je prvenstveno na područje pustolovnog/outdoor turizma te kulturne baštine u funkciji turizma, odnosno, „doživljajnog turizma“. Planira se nastaviti u tom smjeru, sukladno uvjetima na terenu i mogućnostima financiranja.

Posebice će se nastaviti raditi na realizaciji pokrenutih projekata: - Velebit & Zrmanja Trails u suradnji sa TZŽ Zadarske i TZG Obrovac; Mirila rekonstrukcija i nadopuna; Monografija Općine Starigrad kao podrška Općini Starigrad; Winnetou – daljnji razvoj cjelogodišnjeg proizvoda i dr.

Aktivno će se sudjelovati u formiranju novih regionalnih turističkih proizvoda pokrenutih od strane TZŽ Zadarske i kroz PPS projekt Hrvatska 365.

SREDSTVA UKUPNO: 180.000,00

NOSIOC: Turističko vijeće, Turistički ured

ROK: do kraja 2018.g.

**2.4. POTPORA RAZVOJU DMK-a**

Planira se nastavak suradnje na DMK projektu u sklopu aktivnosti i u suradnji sa TZŽ Zadarske.

Projekt ima za cilj potaknuti razvoj destinacijskih menadžment kompanija, formirati i promovirati kvalitetne turističke proizvode sa naglaskom na doživljaj i posebnosti destinacije radi postizanja prepoznatljivosti na turističkom tržištu te jačati sinergiju turističkog sektora.

SREDSTVA: 5.000,00kn

NOSIOC: Turistički ured;

ROK: do kraja 2018.

**3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI**

3.1. ONLINE KOMUNIKACIJE

INTERNET OGLAŠAVANJE

Oglašavanje putem interneta danas zauzima vodeće mjesto među kanalima promocije te je potrebno sukladno mogućnostima povećavati ulaganja u ovaj medij.

Najveći dio internetskog oglašavanja biti će realiziran u sklopu udruženih promotivnih kampanja javnog i privatnog sektora. Značajno povećanje u ovom segmentu donijeti će prva zajednička promotivna kampanja Turističke zajednice zadarske županije i lokalnih TZ-a, što je prijedlog koji je TZO Starigrad podržala već kod prvog predlaganja 2015.g.. ali tada nisu postignuti dogovori svih dionika.

Zajednica će nastaviti realizaciju samostalnih manjih ciljanih kampanja za konkretne proizvode. Pri tome će se prvenstveno obuhvatiti područje Hrvatske i Slovenije te Njemačke i Austrije gdje je razina promocije smanjena uslijed promjene poslovanja Hotela Alan d.d.(okretanje britanskom tržištu u segmentu hotelskog poslovanja)

Pri tome, uz opću promociju destinacije naglasak će se staviti na aktivni odmor kao ključni turistički proizvod za produženje turističke sezone. Planirane aktivnosti će se provoditi u suradnji sa specijaliziranim marketinškim agencijama.

INTERNET STRANICE I UPRAVLJANJE INTERNET STRANICAMA

Uslijed stalnih i sve bržih promjena načina komunikacije putem interneta i uvođenja novih tehnologija a u cilju maksimiziranja učinaka od planiranih on-line marketinških aktivnosti potrebno je izvršiti analizu i prilagodbu službene internetske stranice Zajednice, uz kontinuiranu nadopunu sadržaja, s naglaskom na ključne doživljaje i proizvode destinacije. S obzirom na pokrenuti projekt izrade strategije brendiranja Zadarske regije paralelno sa kojim se planira i izrada istog za područje Rivijere Paklenica kao subregije, sveobuhvatne izmjene postojeće internetske stranice vršit će se po dovršetku tog projekta.

PLANIRANA SREDSTVA: 60.000,00

NOSIOC: TZŽ Zadarske, Turistički ured;

ROK: do kraja 2018.

3.2. OFFLINE KOMUNIKACIJE

3.2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

Temeljem provedenih razgovora sa turističkim subjektima lokalne zajednice te sa sustavom HTZ-e a s obzirom na izmijenjene uvjete Javnog poziva za udruženo oglašavanje u 2018.g. i u cilju maksimiziranja učinaka promotivnih aktivnosti za destinaciju planira se:

- sudjelovanje u regionalnom projektu udruženog oglašavanja usmjerenog prema niskotarifnom avio-prijevozniku Raynair u iznosu od 74.000,00Kn,

- podrška promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora sa područja Zajednice(Hotel Alan d.d. i JU NP Paklenica) u iznosu do 27.000,00Kn,

- sudjelovanje u prvoj zajedničkoj promotivnoj kampanji sustava TZ-a Zadarske regije u svojstvu nositelja podvelebitske subregije koja obuhvaća područje Starigrada, Jasenica, Novigrada, Posedarja i Ražanca. Nositelj kampanje je TZŽ Zadarske, ostali sudionici su TZG Zadar, TZG Nin kao nositelj subregije Rivijera Nin i TZG Biograd kao nositelj subregije Rivijera Biograd. Načelno, ukupna planirana vrijednost kampanje iznosi oko 1.800.000,00kn od čega TZO Starigrad, zajedno sa navedenim susjednim TZ-ama, osigurava 82.000,00(4,55%), od čega 60.000,00Kn vlastitih sredstava(iznosi su podložni manjim promjenama budući je proces izrade i financiranja kampanje u tijeku).

3.2.2. Opće oglašavanje

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

3.2.3. 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. U idućoj se godini planira dotisak brošura temeljem iskustvene procjene o potrebama destinacije.

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

Nastavlja se priprema vodiča kroz izlete i aktivnosti koji će na jednom mjestu okupiti bogatu paletu sadržaja u destinaciji i bližem okruženju sa konkretnim informacijama.

3.2.4. Suveniri i promo materijali

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

3.2.5. Info table

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

PLANIRANA SREDSTVA: 297.000,00

NOSIOC: Turistički ured;

ROK: do kraja lipnja 2018.

3.3. SMEĐA SIGNALIZACIJA

Planiraju se tekuće aktivnosti na održavanju i nadopuni sustava smeđe signalizacije. 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: 10.000,00

NOSIOC: Turistički ured;

ROK: do kraja 2018.

**4. 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.

Sudjelovanje se planira na slijedećim sajmovima, sve u suradnji sa TZŽ Zadarske i lokalnim turističkim subjektima:

- CMT/kamping, Stuttgart, Njemačka, siječanj., suizlaganje na štandu TZŽ ZD u sklopu štanda HTZ-e,

- FIETS EN WANDELBEURS/outdoor, Utrecht, Nizozemska/Gent Belgija, veljača, rad na štandu TZŽ Zadarske,

- MAP/opći + outdoor + Eco Trail, Paris, Francuska, ožujak, suizlaganje na štandu TZŽ Zadarske,

- SALON ULTRA TRAIL/outdoor+trail, Chamonix, Francuska,kolovoz- rujan., nastup u suradnji sa TZŽ zadarske i

JU NP Paklenica te organizatorima trail natjecanja u destinaciji.

Radi se prvenstveno o kvalitetnim sajmovima specijaliziranima za aktivni odmor. Uz to, predviđa se sudjelovanje na značajnom sajmu CMT u Njemačkoj, tržištu koje je potrebno obuhvatiti zbog smanjenja promocije tvrtke Hotel Alan d.d. na tom važnom tržištu.

Predviđa se eventualna 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 2018.

**5. 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.

Zajednica će se uključiti u postojeći sustav nagrađivanja Općine Starigrad za dodjelu priznanja/nagrada u sferi turizma prema odlukama Turističkog vijeća.

PLANIRANA SREDSTVA: 9.000,00

NOSIOC: Turističko vijeće, Turistički ured

ROK: do kraja 2018.

**6. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA**

1. Proizvodnja multimedijalnih materijala – izrada tematskih video materijala po ključnim proizvodima/manifestacijama sukladno aktualnim trendovima;

2. Istraživanje tržišta – korištenje aktivnosti i materijala sustava HTZ-e uz dodatne aktivnosti za vlastito područje sukladno mogućnostima;

3. Suradnja sa međunarodnim institucijama,

4. Banka fotografija i pripreme u izdavaštvu – upotpunjavanje banke fotografija i video materijala za potrebe promo materijala i promocije, dizajn i grafička priprema za potrebe izrade oglasa, plakata, bannera i dr.

5. Jedinstveni informacijski turistički sustav – od 01.01.2016.g. u Hrvatskoj je počela primjena dugo najavljivanog jedinstvenog programa za prijavu i odjavu gostiju, vođenje statistike i dr. – eVisitor. Sustav i dalje zahtijeva mnoge dorade i usavršavanje a predviđene institucije ga još uvijek nisu počele koristiti. Stoga i dalje postoji značajan obujam administrativnog rada u obradi statističkih i financijskih podataka vezanih za turiste, vlasnike kuća i stanova za odmor te boravišnu pristojbu koji bi se trebao smanjivati uslijed upotrebe eVisitor sustava.

SREDSTVA: 50.000,00

NOSIOC: Turistički ured;

ROK: do kraja 2018.g.

**7. POSEBNI PROGRAMI**

U sklopu Javnog poziva za potpore projektima od interesa za obogaćenje turističke ponude i unapređenje uvjeta za razvoj turizma na području Općine Starigrad obuhvatit će se i kategorija pružanja potpora projektima koji se provode na turistički manje razvijenim područjima i/ili u segmentu manje razvijenih ili nedostajućih a potrebnih aktivnosti i sadržaja. To se prvenstveno odnosi na:

- očuvanje i turističku valorizaciju kulturne baštine;

- razvoj ponudu aktivnog odmora;

- zaštitu i unapređenje okoliša.

PLANIRANA SREDSTVA: 20.000,00

NOSIOC: Turističko vijeće, Turistički ured

ROK: do kraja 2018.g.

**8. OSTALE AKTIVNOSTI**

TZO Starigrad će se uključiti u projekt izrade Strategije brendiranja turističke destinacije Zadarske županije kojega će provoditi TZŽ Zadarske. Projekt obuhvaća aktivnosti istraživanja tržišta, utvrđivanja konkurentskih prednosti i prilika destinacije, pozicioniranja turističkog brenda, definiranja komunikacijske strategije te izradu konačnog prijedloga kao temelja za izradu kreativnih rješenja, kako za Zadarsku regiju, tako i za podvelebitsko područje kao subregiju. Strategija će potom biti temelj za izradu kreative brenda(logotip, slogan, promotivni materijali, web stranice i dr.) u skladu sa brendom Zadarske regije odnosno, šireg okruženja u kojemu se nalazimo.

Zajednica će, sukladno svojim mogućnostima i području djelovanja, 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 nadležnim institucijama. Također će se vršiti vlastite aktivnosti informiranja,evidencije i kontrole.

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 2018.g.

**9. 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.

Ova namjenska sredstva Općina ulaže sukladno zajedničkom planu korištenja istih što je obrazloženo u stavci II.1.Poticanje i sudjelovanje u uređenju Općine te se u 2018.g. ova sredstva planiraju uložiti u slijedeće aktivnosti:

Zajednički plan korištenja sredstava BP-e u 2018.g.:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Uređenje plaža i trgova u naseljima a posebice:  - plaža Jaz- dovršetak uređenja kupališta sa pratećom infrastrukturom,  - Trg S.Radića/Bikarija – izrada projektne dokumentacije i uređenje prostora primjereno funkciji središnjeg mjesnog trga | 321.000,00 |
| 2 | Komunalno uređenje (hortikulturno uređenje i održavanje javnih površina, uređenje i povećanje funkcionalnosti autobusnih ugibališta te rješavanje prometne situacije u centrima mjesta, posebice na Trgu Zukve u Selinama te u Starigradu, u dijelu od Trga Tome Marasovića do Bikarije i u ulici Sv.Jurja) | 40.000,00 |
| 3 | Projekti TZ-e(manifestacije, unapređenje turističke ponude) | 100.000,00 |
| 4 | Projekt razvoja turističke infrastrukture za potrebe razvoja aktivnog odmora | 40.000,00 |
|  | UKUPNO | 501.000,00 |

SREDSTVA: 501.000,00

NOSIOC: Turističko vijeće, Općina Starigrad, Turistički ured;

ROK: do kraja 2018.g.

**10. ZAKLJUČNE ODREDBE**

Za izvršenje Programa rada s financijskim planom za 2018.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 50.000,00Kn.

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 2018.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.

**XI. FINANCIJSKI PLAN**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **RB** | **PRIHODI PO VRSTAMA** | **PLAN 2017** | **PLAN 2018** | **indeks PLAN 2018/ PLAN 2017** | **STRUKTURA %** |
| 1. | Prihodi od boravišne pristojbe | 1.570.000.00 | 1.670.000.00 | 106 | 62 |
| 2. | Prihodi od turističke članarine | 100.000.00 | 100.000.00 | 100 | 4 |
| 3. | Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog |  |  |  |  |
| 3.1. | za programske aktivnosti | 150.000.00 | 100.000.00 | 67 | 4 |
| 3.2. | za funkcioniranje turističkog ureda |  |  |  |  |
| 4. | Prihodi od drugih aktivnosti | 50.000.00 | 60.000.00 | 120 | 2 |
| 5. | Prijenos prihoda prethodne godine | 670.000.00 | 750.000.00 | 112 | 27 |
| 6. | Ostali nespomenuti prihodi | 20.000.00 | 20.000.00 | 100 | 1 |
|  | **SVEUKUPNO PRIHODI 1.950.000.00** | **2.560.000.00** | **2.700.000.00** | **105** | **100** |
| **RB** | **RASHODI PO VRSTAMA** | **PLAN 2017** | **PLAN 2018** | **indeks PLAN 2018/ PLAN 2017** | **STRUKTURA %** |
| **I.** | **ADMINISTRATIVNI RASHODI** | **580.000.00** | **590.000.00** | **102** | **24** |
| 1. | Rashodi za radnike ureda i TIC-ara | 415.000.00 | 450.000.00 |  |  |
| 2. | Rashodi ureda i TIC-ara | 145.000.00 | 125.000.00 |  |  |
| 3. | Rashodi za rad tijela Turističke zajednice | 20.000.00 | 15.000.00 |  |  |
| **II.** | **DIZAJN VRIJEDNOSTI** | **716.000.00** | **805.000.00** | **112** | **33** |
| 1. | Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ **(osim izgradnje komunalne infrastrukture)** | **70.000.00** | **70.000.00** |  |  |
| 1.1. | Projekt Volim Hrvatsku | 70.000.00 | 70.000,00 |  |  |
| 2. | Manifestacije | **471.000.00** | **580.000.00** |  |  |
| 2.1. | Kulturno-zabavne | 310.000.00 | 380.000.00 |  |  |
| 2.2. | Sportske manifestacije | 3.000.00 | 3.000.00 |  |  |
| 2.3. | Ekološke manifestacije | 3.000.00 | 3.000.00 |  |  |
| 2.4. | Ostale manifestacije | 5.000.00 | 4.000.00 |  |  |
| 2.5. | Potpore manifestacijama (suorganizacija te donacije) | 150.000.00 | 180.000.00 |  |  |
| 3. | Novi proizvodi | **170.000.00** | **160.000.00** |  |  |
| 4. | Potpora razvoju DMK-a | **5.000.00** | **5.000.00** |  |  |
| **III.** | **KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI** | **355.000.00** | **367.000.00** | **103** | **15** |
| **1.** | **Online komunikacije** | **140.000.00** | **60.000.00** |  |  |
| 1.1. | Internet oglašavanje | 90.000.00 | 40.000.00 |  |  |
| 1.2. | Internet stranice i upravljanje Internet stranicama | 50.000.00 | 20.000.00 |  |  |
| **2.** | **Offline komunikacije** | **205.000.00** | **297.000.00** |  |  |
| 2.1. | Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora | 90.000.00 | 182.000.00 |  |  |
| 2.2. | Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje…) | 50.000.00 | 40.000.00 |  |  |
| 2.3. | Brošure i ostali tiskani materijali | 40.000.00 | 50.000.00 |  |  |
| 2.4. | Suveniri i promo materijali | 10.000.00 | 10.000.00 |  |  |
| 2.5. | Info table | 15.000.00 | 15.000.00 |  |  |
| **3.** | **Smeđa signalizacija** | **10.000.00** | **10.000.00** |  |  |
| **IV.** | **DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI** | **60.000.00** | **75.000.00** | **125** | **3** |
| 1. | Sajmovi (u skladu sa zak. propisima i pravilima za sustav TZ) | 30.000.00 | 50.000.00 |  |  |
| 2. | Studijska putovanja | 20.000.00 | 20.000.00 |  |  |
| 3. | Posebne prezentacije | 10.000.00 | 5.000.00 |  |  |
| **V.** | **INTERNI MARKETING** | **15.000.00** | **9.000.00** | **60** | **1** |
| 1. | Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora) | 7.000.00 | 5.000.00 |  |  |
| 2. | Koordinacija subjekata uključenih u tur.promet | 6.000.00 | 2.000.00 |  |  |
| 3. | Nagrade i priznanja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo) | 2.000.00 | 2.000.00 |  |  |
| **VI.** | **MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA** | **50.000.00** | **50.000.00** | **100** | **2** |
| 1. | Proizvodnja multimedijalnih materijala | 20.000.00 | 10.000.00 |  |  |
| 2. | Istraživanje tržišta | 5.000.00 | 10.000.00 |  |  |
| 3. | Formiranje baze podataka | 0 | 0 |  |  |
| 4. | Suradnja s međunarodnim institucijama | 5.000.00 | 0 |  |  |
| 5. | Banka fotografija i priprema u izdavaštvu | 20.000.00 | 30.000.00 |  |  |
| 6. | Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.) | 0 | 0 |  |  |
| **VII.** | **POSEBNI PROGRAMI** | **20.000.00** | **20.000.00** | **100** | **1** |
| 1. | Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena | 20.000.00 | 20.000.00 |  |  |
| **VIII.** | **OSTALO** (planovi razvoja turizma, strat. mark. planovi i ostalo) | **30.000.00** | **30.000.00** | **100** | **1** |
| **IX.** | **TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)** | **471.000.00** | **501.000.00** | **106** | **20** |
| **X.** | **POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE ( ukoliko je isti ostvaren)** |  |  |  |  |
|  | **SVEUKUPNO RASHODI** | **2.297.000.00** | **2.447.000.00** | **106** | **100** |
|  | PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆOJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE) | **263.000.00** | **253.000.00** |  |  |

Usvojeno na 12.sjednici Turističkog vijeća 31.10.2017. te na 13.sjednici TV 05.12.2017.g. i na 7.sjednici Skupštine TZO Starigrad 19.12.2017.g.