

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE OREBIĆ



PROGRAM RADA ZA 2013. GODINU

UVOD

Turistička zajednica općine Orebić, sukladno zakonski utvrđenim zadaćama, provodit će promidžbu turizma općine Orebić, te sustavno poticati i koordinirati aktivnosti za poboljšanje općih uvjeta i sadržaja boravka turista na našem području.

Metodologija i standardi izrade program rada i financijskog plana se temelji na naputcima Hrvatske turističke zajednice Ur.br: 5829-1/05-4/12 od 14. rujna 2012., seminara HTZ iz 2005., 2007. i 2008., te Plana razvoja turizma Pelješca (svibanj 2011.), te Akcijskog plan razvoja turizma Pelješca (srpanj 2011.).

Slijedom navedenoga, Program rada i financijski plan za 2013. sačinjeni su na temelju slijedećih podataka:

- ostvarenih rezultata i aktivnosti u prvih 9 mjeseci za 2012.
- stanja na emitivnim tržištima i procjeni za 2012. (podaci HTZ)
- stanju, infrastrukturi i ocjeni raspoloživih smještajnih kapaciteta
- aktivnostima i projektima započetima u 2012. i/ili ranijih godina

Program rada za 2013. sadrži:

1. Administrativni rashodi
 - rashodi za turistički ured
 - rashodi za turističke informativne centre
2. Dizajn vrijednosti
 - poticanje u uređenju mjesta
 - projekt Volim Hrvatsku
 - kulturno-zabavne manifestacije
 - sportske manifestacije
 - ekološke manifestacije
 - ostale manifestacije
 - potpore drugim organizatorima manifestacija
 - novi proizvodi
3. Komunikacija vrijednosti
 - online oglašavanje
 - upravljanje web site-om
 - udruženo oglašavanje
 - brošure i ostali tiskani materijal
 - suveniri i promotivni materijal
 - info table
4. Distribucija i prodaja vrijednosti
 - sajmovi
 - studijska putovanja opinion maker-a
 - studijska putovanja
 - posebne prezentacije
5. Interni marketing
 - edukacija
 - izvješća, planovi
 - nagrade i priznanja (projekt Volim Hrvatsku)
6. Marketinška infrastruktura
 - proizvodnja multimedijalnih sadržaja
 - istraživanje tržišta
 - banka fotografija i priprema za izdavaštvo
 - jedinstveni turistički informacijski sustav
7. Ostalo
8. Transfer boravišne pristojbe
9. Višak prihoda

1. CILJEVI MARKETINŠKE POLITIKE U 2013.

Polazeći od temeljnih strateških ciljeva hrvatskog turizma koji su slijedeći:

- obnova, zaštita i potpunije vrednovanje hrvatskih turističkih potencijala
- utvrđivanje identiteta hrvatskog turizma i pozicioniranje Hrvatske na međunarodnom turističkom tržištu kao visoko vrijedne destinacije životnog stila i jedne od vodećih kvalitetnih receptivnih turističkih zemalja Mediterana, uz njegovanje i očuvanje nacionalnih prirodnih i kulturnih vrijednosti,
- kvalitetni turizam u suglasju s održivim razvojem

potrebno je rad TZO Orebić prilagoditi temeljnim ciljevima, ali s fokusom na mikrookruženje.

Također, temeljem ostvarenih rezultata u 2012. i iskustva u vezi s tim, ali uzimajući u obzir stanje svjetskog, ali osobito hrvatskog gospodarstva, kao i posljedice koje utječu na kretanje u hrvatskom turizmu i turizmu Orebića.

Polazeći od temeljnih strateških ciljeva:

- stvaranje poticajnog socijalnog okruženja koje će podržavati turistički razvoj na cijelom području poluotoka Pelješca
- Uspostava turističke infra i supra strukture koja će moći udovoljiti zahtjevima potražnje inducirane tržišnom komercijalizacijom novih turističkih doživljaja
- diverzifikacija turističkog proizvoda / atrakcija
- uspostava međunarodne prepoznatljivosti, odnosno privlačnosti

te ostvarenih rezultata u prvih 9 mjeseci 2012. godine ciljevi marketinške politike u turizmu u 2013. su:

1. nastavak na objedinjavanju turističke ponude Pelješca
2. usuglašavanje vizualnog identiteta na svim područjima (turistička signalizacija, jedinstveni vizualni identitet Pelješca....)
3. povećanje turističkog prometa u pred i sezoni
4. poboljšati uslugu pružanja turističkih informacija putem komunikacijskih kanala, posebno interneta, odnosno web-a 2.0
5. pojačane aktivnosti na afirmaciji turističkog proizvoda temeljenog na pomorskoj povijesti
6. modifikaciju marketinške kampanje s ciljem plasiranja poruke personaliziranoga doživljaja (surfajte, planinarite, uživajte u vinima, posjetite kulturne znamenitosti.....)
7. snažnu afirmaciju procesa korištenja online komunikacijske strategije u turističkoj promidžbi, naglasak na web 2.0 alate (unaprjeđenje web stranica, optimizacija sadržaja, online oglašavanje, pojačane aktivnosti na društvenim servisima (facebook, youtube, wikitravel...), prilagodbu sadržaja prikazu na mobilnim telefonima i GPS uređajima....
8. sudjelovanje u promotivnim aktivnostima Hrvatske turističke zajednice putem udruženog oglašavanja za dolaske u sezoni i sezoni
9. sudjelovanje na prezentacijama i sajmovima u organizaciji županijskih turističkih zajednica Dalmacije
10. aktivnosti na brandiranju Orebića kao destinacije izrasle na pomorskoj prošlosti
11. aktivnosti na afirmaciji općine Orebić kao općine kampinga, smještaja kod domaćina, aktivnog turizma i vinarstva

2. PREGLED TRENDOVA I OCJENA POZICIJE HRVATSKE NA MEĐUNARODNOM TURISTIČKOM TRŽIŠTU (Glasnik HTZ br. 41, 07/2012)

POLJSKA

Orebić posljednjih godina ostvaruje izrazite dobre turističke rezultate s Poljskog tržišta. Značajno je da je trend rasta posjetitelja iz Poljske zabilježen u cijeloj Hrvatskoj.

Prema podacima Instituta za turizam Poljske, najvažnija destinacija za odmor za Poljake je Turska, a odmah iza nje Hrvatska, Italija i Egipat. Hrvatska je vodeća destinacija za individualne goste iz Poljske.

Poljaci pokazuju povećan interes za ronjenje i jedrenje.

Nedostaci su u još uvijek niskoj zainteresiranosti poljskih i hrvatskih poslovnih subjekata u turizma za međusobnu suradnju.

U općini Orebić je u prvih devet mjeseci ostvaren rast od 11% u noćenjima poljskih turista u odnosu na 2011., odnosno ostvarili su preko 150.000 noćenja na području općine Orebić.

Očekivan je rast životnog standarda prosječnog Poljaka, pa se očekuje i uzlazni trend broja putovanja prema inozemstvu, ali i unutar Poljske. Trend organiziranih putovanja u zadnji trenutak prisutan je na poljskom tržištu i očekuje se daljnji snažni rast tog oblika putovanja.

Hrvatska bi trebala ostati jedna od najpopularnijih destinacija u Poljskoj.

ČEŠKA

Već dugu niz godina Hrvatska je broj 1 destinacija za češke turiste, slijede Slovačka, Italija, Grčka... Česi tradicionalno u Hrvatsku dolaze u individualnom aranžmanu, stoga je značajan razvoj mreže autocesta za njihov dolazak u našu općinu. Pojačan je interes za smještaj kod domaćina i u kampovima, te u hotelima.

U općini Orebić je u prvih devet mjeseci češki turisti ostvarili su nešto manje od 115.000 noćenja.

Češki turisti smatraju da su hrvatske cijene hotelskog smještaja previsoke u usporedbi s konkurentima (Tunis, Bugarska, Grčka...), upoznati su s radom "na crno" koje prakticiraju neke češke agencije, ali su i nezadovoljni statusom u odnosu na kolege iz zapadne Europe, odnosno različitim tretmanom ugostitelja i hotelijera.

U 2013. se očekuje da će Hrvatska zadržati položaj lidera među omiljenim destinacijama. Stalno je zastupljena u programima organizatora putovanja. Poboljšanje financijskog i gospodarskog stanja u Češkoj povećat će potražnju i prema zrakoplovnim destinacijama, ali i prema destinacijama kojima teže individualci. Iz svega navedenoga ne očekuju se veće promjene tijekom 2013.

NJEMAČKA

U općini Orebić je u prvih devet mjeseci Njemci su ostvarili nešto više od 1000.000 noćenja

Na području naše općine Njemci su značajni hotelski gosti, ali značajne rezultate ostvaruju i u kampovima i privatnom smještaju.

Za 2013. predviđa se pozitivan rezultatski trend na njemačkom tržištu, uz poticajne mjere i promidžbu, ključna će biti cijena usluga, te dobra komunikacija komparativnih prednosti. jedan o ključnih elemenata ostaje cijena usluge, koja ako ostane konkurentna, u kombinaciji sa već spomenutom komunikacijom komparativnih prednosti, obećava uspješan turistički rezultata u 2013.

BOSNA I HERCEGOVINA

HTZ nema predstavništvo u BIH, te nemamo osvrt na rezultate na nacionalnoj razini.

U općini Orebić je u prvih devet mjeseci ostvareno je 54.000 noćenja bosanskih turista. Obzirom da većina posjetitelja s područja Bosne i Hercegovine su vlasnici kuća za odmor u Orebiću, nemamo razvijenu strategiju promocije na tom tržištu.

SLOVENIJA

U općini Orebić je u prvih devet mjeseci ostvaren rast od 25% noćenja slovenskih turista u odnosu na 2011., odnosno ostvarili su 66.000 noćenja.

FRANCUSKA

Hrvatska se nalazi oko 20. mjesta omiljenih destinacija francuskih turista, s blagim padom broja turista u odnosu na 2011.

Ostvarili su 5% ukupno ostvarenih noćenja na području općine Orebić, uglavnom u hotelskom smještaju.

SLOVAČKA

U općini Orebić evidentno dolazi do promjene strukture gostiju, međutim Slovaci su još uvijek značajan čimbenik našeg turizma. Većina turističkog prometa gostiju iz Slovačke odvija se u privatnom smještaju, te djelom u TN Perna.

U općini Orebić je u prvih devet mjeseci ostvaren rast od 17% noćenja slovačkih turista u odnosu na 2011., odnosno ostvarili su 5% ukupno ostvarenih noćenja na području općine Orebić.

Očekuje se da će i u 2012. Hrvatska biti glavna destinacija za Slovake koji polaganim izlaskom iz krize vraćaju se i svojim navikama odlaska na odmor.

AUSTRIJA

U općini Orebić je u prvih devet mjeseci ostvaren rast od 22% noćenja austrijskih turista u odnosu na 2011., odnosno ostvarili su 3,66% ukupno ostvarenih noćenja na području općine Orebić.

U kontekstu izrazito nepovoljne i nestabilne gospodarske situacije u državi, ovakvi rezultati u turizmu bude optimizam i nadamo se najavu još boljeg i kvalitetnijeg rada u slijedećim godinama u turizmu.

Međutim izvrsni rezultati ostvareni u obujmu turističkog prometa ne garantiraju i vedru financijsku sliku gospodarskih subjekata na našem području.

Vrijeme kao takvo donijelo je brži, dinamičniji i informiraniji život, pa samim time neusporedivo je mjeriti vrijednosti turista koji su dolazili drukčijim prijevoznim sredstvima i današnjih turista koji, uz low cost letove i izgrađenu mrežu auto cesta, su spremni tijekom nekoliko sati promijeniti odredište ne samo u Hrvatskoj, nego promijeniti i državu koju posjećuju. Nužno je privatiti činjenicu da svaki naš gost cijeni svoj novac i da ako su ga odlučili potrošiti na našem području da im trebamo ponuditi „value for money“.

Rezultati u 2012. pokazuju da su posjetitelji ipak nešto duže boravili na našem području, međutim još uvijek je zabrinjavajući rezultat koji pokazuju naši gospodarski subjekti u ostvarenim rezultataima i u vršnim mjesecima, a osobito u predi posezoni (primjer je u odjeljku iztraživanje tržišta).

Za 2013. obzirom na ukupno stanje gospodarstva u svijetu i kod nas predviđanja su slijedeće:

- segmenti poput posjete rodbini i prijateljima pokazao se kao relativno otporan na krizu
- sunce i more i dalje je najtraženiji tip odmora
- u ljetnim mjesecima zabilježen je pad posjeta planinama
- „value for money“ je najznačajniji čimbenik posjećenosti svake destinacije
- jači booking putem interneta
- organizatori putovanja su uspjeli zadržati svoje pozicije na turističkom tržištu, vidljivo u popunjenosti hotela
- snažan rast last minute bookinga
- rast dolazaka turista osobnim automobilima
- rast interesa za low cost letove

U odnosu na sve navedeno ključno je OSTVARITI SURADNJU svih čimbenika u turističkom vrijednosnom lancu (javni i privatni sektor, destinacija, posrednici u prodaji...).

Limitirajući čimbenik daljnjeg rasta i razvoja turizma u Orebiću su svakako neobnovljeni hotelski kapaciteti kojima raspolažemo. Trenutno stanje hotela Komodor, depadansi hotela Bellevue najavljuje ipak nesiguran i nestalan turistički promet u hotelskom smještaju. Najava novih investicija ne predviđa u skorijem roku renoviranje istih. Također sadržaji u hotelskom smještaju nažalost ne prate trendove u hotelijerstvu, te ne nudimo dovoljno kvalitetnih dodatnih sadržaji ni u obnovljenim, ni u novim hotelima.

I u samoj destinaciji nedostatna je i nedovoljno raznovrsna ukupna ponuda, osobito van turističke sezone, te je nedovoljno razvijena ponuda selektivnih oblika turizma.

Unatoč deklarativnom opredjeljenju svih turističkih djelatnika da se trebamo okrenuti kvalitetnom turizmu ostaje činjenica da smo i kao destinacija i kao država obzirom na dodatnu ponudu u destinaciji više okrenuti tržišnom segmentu srednje i niže kupovne moći.

Da bismo produžilo turističku sezonu, primarno na 4 ljetna mjeseca (lipanj-rujan), nužno je da svi sudionici u turizmu u našoj općini svoje aktivnosti i svoju ponudu turistima stave na raspolaganje s 15.05. i da rade minimalno do 15.10., što se odnosi i na ugostiteljsku ponudu, i na ponudu kulturnih događanja, ali i kulturnih ustanova (muzeji). Potrebno je u tom razdoblju definirati točno radno vrijeme, te poduzeti sve da se turisti imaju pristup svim resursima za vrijeme trajanja glavne sezone.

Nakon što utvrdimo 4-mjesečnu sezonu u kojoj bi resursi bili na raspolaganju turistima, potrebno je isto proširiti na svibanj i listopad čime bismo postigli 6-mjesečnu turističku sezonu, što je i optimalno za naše područje.

U odnosu na sve navedeno, u 2013. predviđamo da ćemo raspolagati s ukupnim iznosom od 2.250.000,00 kn.

U operativnom pristupu realizaciji programa doći će do modifikacija, odnosno dat će se veći naglasak na marketinške aktivnosti, te postaviti temelji za upravljanje destinacijom kroz pozicioniranje resursa kojima raspolažemo na našem području.

Osnovna strategija pozicioniranja suštine branda sadržajno će se mjenjati. Definirat ćemo i afirmirati šire atribute branda i afirmirati elemente lifestyle-a, što iziskuje dodatne napore u definiranju komunikacijske poruke Orebića kao destinacije s izrazitom pomorskom tradicijom, uokvirenom atraktivnim zapadnim područjem idealnim za aktivni turizam, t istočnim dijelom općine koja se mora pozicionirati kroz turizam vina.

U oglašavanju naglasak ćemo dati na:

- online marketing
- geo marketing (makro i mikro regionalni pristup, znači pozicioniranje Orebića, u širem smislu Pelješca, odnosno Dalmacije (administrativne granice županija nisu turistički zanačajne za geo pozicioniranje))
- nastavak online oglašavanja (društveni servisi)
- udruženo oglašavanje
- prezentacije

Sukladno napatku HTZ, optimizacija djelovanja sustava turističkih zajednica, kroz zadaće definirane zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i sinergijskim djelovanjem, te udruživanjem financijskih sredstava u marketinškim aktivnostima i zajedničkim nastupima na tržištima PREDSTAVLJA IMPERATIV!

Program rada TZO Orebić za 2013. u svojim stavkama sadrži zadaće propisane Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08).

Članak 32.

Zadaće turističke zajednice općine ili grada su sljedeće:

1. promoviranje turističke destinacije na razini općine ili grada samostalno i putem udruženog oglašavanja,
 2. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane općine ili grada,
 3. sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou općine ili grada,
 4. sudjelovanje u stvaranju uvjeta za efikasnu koordinaciju javnog i privatnog sektora,
 5. poticanje optimalizacije i uravnoteženje ekonomskih i društvenih koristi i koristi za okoliš,
 6. izrada strateških i razvojnih planova turizma na nivou općine ili grada,
 7. poticanje i sudjelovanje u uređenju općine ili grada u cilju unapređenja uvjeta boravka turista, osim izgradnje komunalne infrastrukture,
 8. redovito, a najmanje svaka 4 mjeseca, prikupljanje i ažuriranje podataka o turističkoj ponudi, smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima (kulturnim, sportskim i drugim manifestacijama) radnom vremenu zdravstvenih ustanova, banaka, pošte, trgovina i sl. i drugih informacija potrebnih za boravak i putovanje turista,
 9. izdavanje turističkih promotivnih materijala ,
 10. obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom,
 11. poticanje i organiziranje kulturnih, zabavnih, umjetničkih, sportskih i drugih manifestacija koje pridonose obogaćivanju turističke ponude,
 12. koordinacija djelovanja svih subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi zajedničkog dogovaranja, utvrđivanja i provedbe politike razvoja turizma i obogaćivanja turističke ponude,
 13. poticanje, organiziranje i provođenje akcija u cilju očuvanja turističkog prostora, unapređivanja turističkog okružja i zaštite čovjekova okoliša, te prirodne i kulturne baštine,
 14. poticanje, unapređivanje i promicanje specifičnih prirodnih i društvenih vrijednosti koje općinu ili grad čine turistički prepoznatljivom i stvaranje uvjeta za njihovo gospodarsko korištenje,
 15. vođenje jedinstvenog popisa turista za područje općine ili grada, poglavito radi kontrole naplate boravišne pristojbe i stručne obrade podataka,
 16. dnevno prikupljanje, tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu na području općine ili grada,
 17. provjera i prikupljanje podataka o prijavi i odjavi boravka turista u cilju suradnje s nadležnim inspekcijskim tijelima u nadzoru nad obračunom, naplatom i uplatom boravišne pristojbe, te prijavom i odjavom turista.
 18. poticanje i sudjelovanje u aktivnostima obrazovanja stanovništva o zaštiti okoliša, očuvanju i unapređenju prirodnih i društvenih vrijednosti prostora u cilju razvijanja svijesti stanovništva o važnosti i učincima turizma, te svojih članova, odnosno njihovih zaposlenika u cilju podizanja kvalitete usluga,
 19. organizacija provođenje i nadzor svih radnji promocije turističkog proizvoda općine ili grada sukladno smjernicama skupštine turističke zajednice, godišnjem programu rada i financijskom planu turističke zajednice općine ili grada,
 20. ustrojavanje jedinstvenoga turističkoga informacijskog sustava, sustava prijave i odjave turista i statističke obrade,
 21. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.
- (2) Turističke zajednice općine ili grada sudjeluju u provedbi programa i akcijama turističke zajednice županije od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu s područja županije.
- (3) Turistička zajednica općine ili grada može na temelju posebne odluke Turističkog vijeća Hrvatske turističke zajednice, biti član međunarodnih turističkih organizacija.

3. REZULTATI OSTVARENI U 2012. GODINI

U periodu do 30.09.2012. u općini Orebić je ostvareno 92.163 dolazaka i 749.829 noćenja. Dolasci su u odnosu na isto razdoblje u 2011. narasli za 8,72%, a noćenja za 11,88 %. Realno očekujemo ostvarenje od 95.000 dolazaka i 765.000 noćenja do kraja 2012.

TOP 10 zemalja na području općine Orebić: Poljska (udio 20,23%), Češka (15,23 %), Njemačka (13,72%), Slovenija (8,82%), BIH (7,24%), Francuska (5,02%), Hrvatska (5,68%), Slovačka (4,99%), Austrija (3,66%) i Mađarska (2,55%).

Što se tiče rasta broja dolazaka i noćenja po turističkim mjestima u općini Orebić u 2012. u odnosu na 2011., ostvareni su sljedeći rezultati:

	2011.		2012.		index 12/11		razlika		udio u noć. 2012.
	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	Dolasci	Noćenja	
Orebić	46.581	363.449	51.347	406.477	110,23%	111,84%	4.766	43.028	54,21%
Kučišće	15.867	121.064	17.373	141.305	109,49%	116,72%	1.506	20.241	18,84%
Viganj	6.699	61.804	7.412	74.184	110,64%	120,03%	713	12.380	9,89%
Lovište	3.617	29.127	4.690	35.570	129,67%	122,12%	1.073	6.443	4,74%
Stankovići	5.036	34.773	4.725	33.184	93,82%	95,43%	-311	-1.589	4,43%
Potomje	2.264	21.297	2.237	20.813	98,81%	97,73%	-27	-484	2,78%
Podobuće i Borje	1.006	9.645	1.207	12.346	119,98%	128,00%	201	2.701	1,65%
Donja Banda	1.454	9.705	1.197	8.372	82,32%	86,26%	-257	-1.333	1,12%
Trstenik	1.230	9.777	1.157	8.864	94,07%	90,66%	-73	-913	1,18%
Oskorušno	463	4.776	434	4.847	93,74%	101,49%	-29	71	0,65%
Podgorje	270	2.037	171	1.659	63,33%	81,44%	-99	-378	0,22%
Kuna	239	2.193	198	2.092	82,85%	95,39%	-41	-101	0,28%
Nakovanj	41	434	0	0	0,00%	0,00%	-41	-434	0,00%
Pijavčino	7	157	15	116	214,29%	73,89%	8	-41	0,02%
UKUPNO	84.774	670.238	92.163	749.829	108,72%	111,88%	7.389	79.591	100,00%

Tijekom 2012. naplata boravišne pristojbe je išla redovitim tijekom, međutim očekujemo pojačanu naplatu kroz listopad i studeni.

TZO Orebić	Ostvareni broj noćenja u 2012. godini	Ukupan iznos obveze BP u 2012.godini	Uplaćen iznos BP za 2012.	Neuplaćen iznos BP za 2012.	Dug po BP iz razdoblja prije 2012.	Uplaćen dug po BP iz razdoblja prije 2012.	Ostatak duga po BP iz razdoblja prije 2012.	Sveukupno uplaćena BP do 30.09.2012.	Ukupan dug po BP do 30.09.2012.
1	2	3	4	5 (3-4)	6	7	8 (6-7)	9 (4+7)	10 (5+8)
Nekomercijalni objekti									
Club Adriatic									
HTP Orebić d.d.									
Grand hotel Orebić									
Hotel Indijan									
Hotel Villa Julija									
Vila Radić									
Villa Mediterane									
Villa Antonio									
el Orebić /Bona fide									
Kisik d.o.o.									
Mirca d.o.o.									
Vila Sarah d.o.o.									
Vila Ria									
Radost dana									
Pansion Balota									
Orebić tours									
Framako									
Lenticularis									
Teuta									
Westby									
Calidus sol									
Dobar susjed									
Pansion Gradina									
Vila Eol									
Pansion Tamaris									
TIM Antunović									
Kamp Lupis									
Var turizam									
Row e d.o.o.									
Veta trade									
Vila Vrgorac									
Captain house									
Oceanski pogled d.o.o.									
Croatian holidays									
Merkur d.o.o.									
Omega d.o.o.									
Kamp Palme									
Kamp Adriatic									
Hotel Adriatic									
Kamp Glavna Plaža									
Vila Melita									
Kamp Maestral									
Kamp Nevio									
Antony Boy - Autopl									
B.P. PAUŠAL - PRIV.									
UKUPNO	749.829	3.461.599,15	2.586.696,56	874.902,59	216.915,63	169.505,13	48.144,00	2.756.201,69	923.046,59

Ukupno je nenaplaćen iznos od oko 920.000,00 kn zadužene boravišne pristojbe. Porezna uprava prati naplatu turističke članarine.

Ovogodišnje rezultati će biti daleko bolji u fizičkom obujmu turističkog prometa, a očekujemo i dobre financijske rezultate na kraju poslovne godine, ali detaljni rezultati i analiza ostvarenoga bit će, sukladno propisima, izrađena do kraja veljače 2012.

(a) PRIHODI

Svi prihodi u programu rada su izneseni u neto iznosima. Bruto iznosi bit će naznačeni u financijskom planu.

- | | | |
|-----------|---|------------------------|
| 1. | BORAVIŠNA PRISTOJBA | 1.989.863,88 kn |
| 2. | TURISTIČKA ČLANARINA | 110.000,00 kn |
| 3. | PRIHODI IZ PRORAČUNA OPĆINE OREBIĆ
Općina Orebić će i dalje sufinancirati projekte TZO Orebić. Sukladno proračunu općine Orebić, sredstva namjenjena potpori u organizaciji manifestacija i ostalih zajedničkih projekata, biti će ili direkto uplaćena organizatorima. također, sukladno zakonskim obvezama, napraviti će se raspored trošenja sredstava od transfera. | |
| 4. | PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI
TZO Orebić tiska propagadni materijal za svoje potrebe. Radi disperzivnosti dio materijala dajemo gospodarskim subjektima i privatnim iznajmljivačima na području općine Orebić. Količine tiskanog materijala dostatne su za potrebe TZO Orebić, međutim nisu dostatne za zamjenu promotivnog materijala tvrtki koje ne tiskaju svoje materijale.
Prodaja oglasnog prostora u brošurama TZO Orebić vršit će se na principu first pay, first buy. Također, predložena cijena oglasa u 2013. je jedinstvena i iznosi 500,00 kn po oglasu.
Svi oglašivači će trebati dostaviti oglas u vektorima dizajneru (pripremljen oglas) do datuma koji će biti naznačen u ugovoru, a prema dogovorenim terminima za tiskanje materijala. | 15.000,00 kn |
| 5. | OSTALI PRIHODI
Očekujemo doznaku sredstava od nautičkog turizma. (25.000,00 kn)
Udruženo oglašavanje (30.000,00 kn) | 55.000,00 kn |
| 6. | PRIHODI PRENESENI IZ PROŠLE GODINE
Obzirom da je financijski plan za 2012. u prihodovnoj strani gotovo ostvaren u potpunosti, a u rashodovnoj strani je dodatno opterećen povratom duga za transfer BP općini u iznosu od 167.000,00 kn, očekivano je da će u 2013. višak prihod na rashodima iznositi oko 120.000,00 kn, te će se utrošiti za redovito poslovanje TZO Orebić. | 120.000,00 kn |

(b) RASHODI

1. ADMINISTRATIVNI RASHODI

- 1.1. Rashodi za radnike planirani su prema važećim ugovorima o radu, te prema planiranim potrebama za djelatnike TIC-a.
- 1.2. U turističkom uredu TZO Orebić zaposlena je direktorica ureda i administratorica u uredu. Turistički ured organizira izvršenje programa rada, te ispunjavanje zakonskih obveza. Detaljni troškovnik turističkog ureda dio je financijskog plana, a temelji se na planiranju na temelju pravilnika o radu TU, te ostalih nužnih troškova za funkcioniranje ureda.
- 1.3. Rashodi za TIC planirani su prema potrebama TIC. U odnosu na ovu godinu planirano je zatvaranje TIC II u Orebiću. Planiran je rad slijedećih ureda:
- **Orebić**, cjelogodišnji rad. Cjelodnevni rad od 01.05. do 20.10. Od 01.07. do 31.08. planirano radno vrijeme je od 08 - 22 sata, od 01.05. do 01.06. i od 01.10. do 20.10. planirano radno vrijeme od 08 - 18 sati, nedjeljom zatvoreno, a subortom od 08 - 14. od 01.06.-30.06. i od 01.09.-30.09. radno vrijeme bi bilo od 08-20.
 - **Lovište**, sezonski rad od 20.06. do 31.08. Planirano radno vrijeme je od 08 - 14 svaki dan osim nedjeljom.
 - **Viganj**, sezonski rad od 10.06. do 20.09. Planirano radno vrijeme je od 08 - 14 svaki dan osim nedjeljom, a od 01.07. do 31.08. od 08 - 20 sati, nedjeljom od 08 - 13.
 - **Pijavičino**, sezonski rad od 15.06. do 15.09. Planirano radno vrijeme je od 08 - 14 svaki dan osim nedjeljom, a od 01.07. do 31.08. od 08 - 20 sati, nedjeljom od 08 - 13.

PLANIRANI TROŠAK: 587.450,00 kn

Nositelj: direktorica TU sukladno Statutu TZOO

2. DIZAJN VRIJEDNOSTI

2.1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju općine / (osim izgradnje komunalne infrastrukture) - Projekt Volim Hrvatsku

Sukladno čl. 26. Stavak 2. alineja 1. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Turističke zajednice dogovaraju s općinom zajedničko korištenje sredstava boravišne pristojbe koje se doznačuju općini za poboljšanje uvjeta boravka turista.

U 2013. smo za uređenost turističke destinacije predvidjeli ukupno kn.

Fokus u uređenju mjesta prebacit će se na sredstva koja Turistička zajednica doznačuju općini, a koja su predviđena u iznosu od , a za koja će naknadno biti dostavljen plan trošenja, a prema obvezama općine na rokove donošenja općinskog proračuna.

VOLIM HRVATSKU je projekt Hrvatske turističke zajednice koji rezultira nagrađivanjem najuređenijih mjesta. Od svih mjesta u našoj općini, trenutno jedino Orebić udovoljava zadanim kriterijima za nominaciju.

Sukladno svemu navedenom, potrebno je pripremu sezone uskladiti s pravilnikom akcije Plavi cvijet u sklopu akcije Volim Hrvatsku u Orebiću.

Također Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma u čl. 32. stavak 7. navodi pod zadacima TZ slijedeće: poticanje i sudjelovanje u uređenju općine ili grada u cilju unaprjeđenje uvjeta boravka turista, osim izgradnje komunalne infrastrukture.

Nastavno na gore navedeni članak, TZO Orebić nije više u mogućnosti sufinancirati radove koji se prema Zakonu o komunalnom gospodarstvu definiraju kao komunalna infrastruktura.

Stoga su predviđene slijedeće aktivnosti:

- **PLAVI CVIJET** - podržalo bi se uređenje projekata koje je izgledno i moguće nominirati za Plavi cvijet sukladno propozicijama natječaja HTZ. Turističko vijeće će donijeti kriterije za dodjelu sredstava koji će se odnositi na način raspodjele sredstava (koji će se projekti moći nominirati, obaveze prema TZO Orebić....). Iskustvo iz 2012. je pokazalo uspješnu suradnju s udrugama s našeg područja na projektima uređenja mjesta.

Planirano je i ove godine uključiti udruge s područja OO u uređenje mjesta. Obzirom na pozitivno iskustvo nositelje akcija bi i ove godine odredili prema zaprimljenim zahtjevima, nakon što turističko vijeće potvrdi obrazac i iznose dodjele sredstava za uređenje mjesta.

TROŠAK: 100.000,00 kn
Nositelj: Turističko vijeće

- **Uređenje TIC** - izvršiti nužne popravke i dopunu opreme u TIC, te pituravanje istih.
PLANIRANI TROŠAK: 20.000,00 kn
Nositelj: direktorica ureda

UKUPNI PLANIRANI TROŠAK: 120.000,00 kn

2.1. MANIFESTACIJE (kulturne, zabavne, sportske)

Nastavno na iskustva iz 2011. i 2012. nastaviti će se suradnja sa Udrugom mladih Orebić na realizaciji programa događanja za 2013.

Obzirom da koordinaciju i logističku potporu projektu daje UMO, s UMO-om sklopit će se ugovor koji bi sadržavao obveze koje UMO mora izvršiti i naša financijska sredstva koja bi se prebacila UMO-u na račun i to 50% ukupnih sredstava za pripremu i ugovaranje događanja, a po izvršenom događanju 50% od događanja prebacilo bi se u roku od 72 sata na račun UMO.

Za dio događanja program bi realizirale resorne udruge.

- **Kulturno - zabavne**
 - I. otvaranje programa - pogodni koncert + vatromet
Planirani trošak: 20.000,00 kn
 - II. Susret klapa - tradicionalno se održava u franjevačkom samostanu zadnji vikend u srpnju. radi smanjenja troškova predlažemo da se ovogodnjiša manifestacija održi samo tijekom subote.
Planirani trošak: 12.000,00 kn
 - III. 2 koncerta klasične glazbe u župnoj crkvi u Orebiću
Planirani trošak: 7.000,00 kn
 - IV. Noć pomoraca - radi pozicioniranja Orebića kao pomorske destinacije, smatram da je potrebno organizirati NOĆ POMORACA koja bi bila organizirana kao centralno događanje zabavnoga ljeta.
Planirani trošak: 25.000,00 kn
 - V. Dan pobjede - folklorna noć
Planirani trošak - 15.000,00 kn
 - VI. 2 koncerta zabavne glazbe
Planirani trošak - 30.000,00 kn

UKUPAN PLANIRANI TROŠAK: 109.000,00 kn
Nositelj: TU/UMO

- **Sportske manifestacije**
 - I. Noć peliških jedara - sufinanciranje projekta Udruge Peliških jedara prema uvjetima za pučke fešte

Planirani trošak: 3.000,00 kn
Nositelj: TU

- II. Surf natjecanje Viganj - prema uvjetima za pučke fešte

Planirani trošak 15.000,00 kn
Nositelj: TU

- **Ekološke manifestacije**
 - I. Čišćenje podmorja

Planirani trošak: 8.000,00 kn
Nositelj: Turističko vijeće

- **Ostale manifestacije**

- I. Noć vina - organizacija bi se prepustila jednoj od vinarskih udruga radi jednostavnije koordinacije vinara

Planirani trošak: 20.000,00 kn
Nositelj: Turističko vijeće

- **Potpore manifestacijama**

Pučke fešte tradicionalno se organiziraju u mjestima naše općine. Uvjeti za dodjelu sredstava:

- I. definiran organizator
- II. poslana molba prije održavanja događanja
- III. poslano izvješće najkasnije 15 dana nakon održanog događanja
- IV. plaćanje se vrši na žiro račun organizatora (nismo u mogućnosti plaćati račune po nastalim troškovima)
- V. organizator mora istaknuti da su općina Orebić i TZO Orebić sponzori događanja
- VI. 3.000,00 kn ja maksimalni iznos koji se može odobriti po pojedinoj fešti
- VII. 30.000,00 kn su ukupno planirana sredstva za ova događanja

PLANIRANI TROŠAK: 30.000,00 kn

Nositelj: TU odobrava sredstva po zaprimljenoj zamolbi

Za ostale aktivnosti, nakon podnošenja molbi, odlučivat će Turističko vijeće, te su za isto predviđena sredstva pod stavkom: ostalo.

PLANIRANI TROŠAK: 185.000,00 kn

Nositelj: navedeni pojedinačno

3. KOMUNIKACIJSKE VRIJEDNOSTI

3.1. ONLINE KOMUNIKACIJA

➤ INTERNET OGLAŠAVANJE

Ove godine planiramo samo oglašavanje na web-u, kroz google mrežu i društvene mreže.

Ovdje bih napomenula je TZO Orebić google oglašavanje započela u 2011. sa 4 kampanje, te u 2012. proširila oglašavanje na 7 kampanja.

Dosada odrađene kampanjama upravlja direktorica TU.

Planirani trošak je 60.000,00 kn, od čega je planirano u prihodima 30.000,00 kn za udruženo oglašavanje s HTZ. Ukoliko nam se ne odobre sredstva za udruženo oglašavanje potrebno je rebalansirati stavku na 30.000,00 kn ili povući dodatna sredstva iz planiranih rezervi.

PLANIRANI TROŠAK: 60.000,00 kn

Nositelj: direktorica TU

➤ Internet stranice i upravljanje internet stranicama

TZO Orebić upravlja dvjema domenama www.visitorebic-croatia.hr i www.visitpeljesac.hr.

U 2012. optimizirana je mobilna verzija domene www.visitorebic-croatia.hr, te će ista biti lansirana početkom 2013.

Zbog zastarjelosti materijala na domeni www.visitpreljesac.hr, u suradnji s kolegama iz drugih TZ s Pelješca napravili bismo dopunu navedenog web mjesta na način da napravimo zajednički kalendar događanja, ponudu smještajnih kapaciteta, te ponude multimedijalnih sadržaja i brošura.

Planirani su i novi članci za obje domene, te slijedom navedenog aplaniramo dodatna sredstva za copy writing i prijevod tekstova.

PLANIRANI TROŠAK: 30.000,00 kn

Nositelj: direktorica TU

3.2. OFFLINE KOMUNIKACIJA

➤ OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA

TZO Orebić u 2013. planira sufinancirati kampanje u udruženom oglašavanju sukladno odlukama i natječajima HTZ.

Za transparentan kriterij za odobrenje sredstava predlaže se slijedeće:

- I. TZO Orebić može maksimalno odobriti sufinanciranje u iznosu do 30% ukupno uplaćenih sredstava za boravišnu prostojbu u 2012. za pojedini gospodarski subjekt, a maksimalno 10.000,00 kn po subjektu

- II. TZO Orebić sredstva odobrava po zaprimljenim zamolbama po natječaju, i to dok se ne potroše sva sredstva
- III. prema trenutnom nacrtu natječaja, ako TZO Orebić nema dostatna sredstva za sufinanciranje, TZ DNŽ i HTZ i dalje mogu sufinancirati kandidirani projekt.

Planirana sredstva: 35.000,00 kn

Nositelj: direktorica TU

➤ **BROŠURE I OSTALI TISKANI MATERIJAL**

U skladu s potrebama info ureda i zahtjevima turista, tijekom 2013. potrebno je tiskati slijedeći materijal:

rd. br.	opis	količina	trošak
1	plan Orebića	30.000	6.500,00 kn
2	Karta općine Orebić	15.000	20.000,00 kn
3	Karta Pelješca	6.000	8.000,00 kn
4	Vodič Pelješca	10.000	20.000,00 kn
5	Brošura Pelješca	13.000	35.000,00 kn
6	Orebić i okolica	15.000	22.000,00 kn
7	Flayeri, plakati....		15.000,00 kn
8	suvenir i promo materijal		25.000,00 kn

Dio sredstava planirano je dobiti prodajom oglasnog prostora.

Osim svega već navedenoga u 2013. očekujemo da turistički subjekti na našem području obogate našu ponudu promo materijala svojim perspektivama. Nemoguće je kvalitetno reklamirati destinaciju samo sa našim materijalima.

Također, TZOO ima zakupljen prostor u glavnom skladištu HTZ-a, te smo ga po potrebi spremni proširiti ukoliko još netko želi dostaviti im svoje materijale za distribuciju na sajmovima i prezentacijama.

I. Plan Orebića - 30.000 kom

Plan Orebića je najtraženiji propagadni materijal kojim raspolažemo. Druga najtraženija informacija je raspored trajekata i brodica. Zbog primjedbi vlasnika dućana na području Orebića, plan će se nadopuniti. Sredstva za dizajn su predviđena u stavci "priprema u izdavaštvu".

II. Karta općine Orebić - 15.000 kom

Karta izuzetno važna za planinare, bicikliste i druge avanturiste na našem području. traženija u predsezoni i posezoni radi povoljnih vremenskih uvjeta za obilazak atraktivnosti.

III. Karta Pelješca - 6.000 kom

TZ s Pelješca bi redizajnirale postojeću kartu, te je pokušale bolje prilagoditi potrebama.

IV. Vodič Pelješca - 10.000 kom

Vodič Pelješca je autorski rad Imperativa, te oni ostvaruju prihod od oglašavanja, obzirom da ne plaćamo grafičku pripremu izdanja.

V. Image brošura Pelješca - 13.000 kom

Brošura isključivo za sajmove. Reprint pripremljene brošure iz 2012.

VI. Orebić i okolica - 15.000 kom

Koncept nam omogućava da ponudimo brošuru koja zadovoljava potrebe turista jer nudi informaciju o mogućnostima područja, ali i konkretnu ponudu gospodarskih subjekata na području. 6 jezičnih varijanti zadovoljava potrebe.

- Suvenir i promo materijal - prema potrebi, vrećice, posjetnice, rokovnici.....
- Info table - prema dogovoru sa Turističkim vijećem o pozicijama tabli.

PLANIRANI TROŠAK: 206.500,00 kn

NOSITELJ: direktorica TU

4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

4.1. SAJMOVI

Nastavno na naputke HTZ na sajmovima je moguće izlagati na slijedeći način:

IZLAGANJE NA PULTOVIMA HTZ-A

Na pultovima HTZ moguće izložiti samo brošure HTZ-a i sustava TZ, prema nalogu predstavništava.

GU HTZ treba obavijestiti TZŽ o novim pravilima i zamoliti ih da nam dostave prijedlog naziva brošura koje preporučaju za predstavljanje klastera na pojedinom sajmu (na listi promotivnih materijala navesti na kojem sve jeziku postoji brošura, te tko je izdavač brošure). Cilj je na pultu imati samo brošure za kojima postoji interes posjetitelja, dakle ne navoditi brošure svih malih mjesta pojedine regije već brošure TZŽ i većih turističkih središta. Klasteri trebaju objediniti aktualno stanje najreprezentativnijih brošura svojeg područja i predložiti s kojim brošurama da se predstavlja klaster. Na nacionalnim prezentacijama postoje 4 pulta sa materijalima klastera. Svaki klaster na pojedinoj nacionalnoj prezentaciji može se predstaviti sa slijedećim maksimalnim brojem A4 brošura:

1. Istra – 16 brošura,
 2. Kvarner - 16,
 3. Dalmacija – 24 (svaki od četiri klastera po 6 brošura)
Zadar i Šibenik (1 manji pult), Split i Dubrovnik (1 manji pult)
 4. Zagreb, Središnja Hrvatska, Slavonija, Lika-Karlovac – 16 (svaki od četiri klastera po 4 brošure).
- Ukoliko neke brošure klaster ne želi slati na neka tržišta tj. ukoliko neke brošure klaster želi slati samo na određene sajmove, potrebno je to specificirati za svaku takvu brošuru, te se pridržavati definiranog maksimalnog broja brošura po klasteru. Jedino ako među najznačajnijim brošurama postoje i brošure formata A5 ili još manje, onda je moguće sukladno tome na listu najznačajnijih brošura klastera navesti i veći broj brošura prema raspoloživom prostoru na pultu.

GU HTZ treba predstavništvima dostaviti listu promotivnih brošura po klasterima. Sukladno prijedlogu klastera, predstavništva HTZ-a trebaju definirati količine po predloženim brošurama koje trebaju predstavljati klaster.

Predstavništva imaju najbolji uvid u potrebe materijala po vrsti i količini jer su prisutni na svim sajmovima na svom tržištu te imaju uvid u sva izvješća osoblja štanda. Osim toga najbolje znaju koliko su na njihovom tržištu prihvatljive brošure na stranim jezicima.

NASTUPI NA SAJMOVIMA

Iz odredbi članka 32., 46. i 54. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08), proizlazi da sve zadaće turističkih zajednica, pa tako i one koje se odnose na sajamske aktivnosti, moraju biti utvrđene godišnjim programom rada turističke zajednice koji mora biti usklađen s interesima više razine sustava. Navedeno usklađivanje treba se provoditi na način da niža razina ustroja unaprijed (prije izrade godišnjeg programa rada) za pojedinu aktivnost izrazi svoj interes višoj razini, a viša razina (turistička zajednica županije i Hrvatska turistička zajednica) treba na vrijeme obavijestiti niži sustav o planiranim sajmovima za narednu godinu i koordinirati potencijalni interes turističkih zajednica nižeg ustroja za uključivanje u navedene nastupe. **Sajmovi, ali i drugi nastupi u inozemstvu moraju biti usklađeni na svim razinama, kako bi se osigurala usklađenost ukupnog djelovanja ali i racionalizacija, svrhovitost i učinkovitost korištenja financijskih sredstava ukupnog sustava, odnosno turističkih zajednica pojedinih razina.**

Slijedom naprijed navedenog dajemo sljedeće upute:

1. Sajmovi na kojima nastupa HTZ/u sklopu štanda HTZ

Na sajmovima na kojima nastupa Hrvatska turistička zajednica ne mogu samostalno nastupati ni turističke zajednice županija niti turističke zajednice općina/gradova/područja.

Sudjelovanje turističkih zajednica nižeg sustava na sajmovima na kojima nastupa HTZ, osigurava se isključivo na slijedeći način:

- suizlagači na štandovima HTZ-a mogu biti samo turističke zajednice županija. Na suizlagačkom mjestu može biti istaknut samo naziv ili logo županije. Cjelokupna komunikacija vezana za operativnu realizaciju nastupa na sajmovima odvija se isključivo između HTZ-a i turističkih zajednica županija koje su suizlagači.
- Turističke zajednice županija koje žele biti suizlagači na sajmovima na kojima nastupa HTZ, dužne su koordinirati interes turističkih zajednica nižeg ustroja i objediniti prijave cijele svoje županije. Turističke zajednice nižeg ustroja, trebaju turističkoj zajednici županije dostaviti svoje prijedloge za sajmove na kojima žele nastupiti u okviru suizlagačkog mjesta turističke zajednice županije.

2. Samostalni sajamski nastupi TZZ u inozemstvu na sajmovima na kojima ne nastupa HTZ

- Turistička zajednica županije koja je nositelj samostalnog nastupa na sajmu, dužna je obavijestiti HTZ o planiranim samostalnim nastupima na sajmovima na kojima ne nastupa HTZ.
- Turistička zajednica županije koja je nositelj nastupa na sajmu, obvezna je kod uređenja štanda na vidno mjesto istaknuti/postaviti vizualno-komunikološke konstante hrvatskog turizma - znak Hrvatske turističke zajednice, te dijeliti opće propagandne materijale Hrvatske turističke zajednice.
- Turističke zajednice županija dužne su obavijestiti turističke zajednice nižeg ustroja o planiranim nastupima na sajmovima na kojima ne nastupa HTZ, te koordinirati interes turističkih zajednica nižeg ustroja i objediniti prijave cijele svoje županije za nastup na istima. Turističke zajednice nižeg ustroja, trebaju turističkoj zajednici županije dostaviti svoje prijedloge za sajmove na kojima žele nastupiti u okviru sajmovi na kojima samostalno nastupa TZZ.

3. Samostalni sajamski nastupi turističkih zajednica općina/gradova

Turističke zajednice općina/gradova ne mogu samostalno nastupati na sajmovima na kojima nastupa HTZ i/ili turistička zajednica županije.

- **Iznimno od naprijed navedenih pravila, samostalno nastupati mogu samo renomirane turističke zajednice općina/gradova i to:**
 - samo na sajmovima na kojima ne nastupa HTZ
 - samo na sajmovima na kojima ne nastupa turistička zajednica županije
- za samostalni nastup na sajmu, **renomirana turistička zajednica općine/grada mora pribaviti pisanu suglasnost turističke zajednice županije**
- turistička zajednica općine/grada koja je za samostalni nastup na sajmu pribavila pisanu suglasnost turističke zajednice županije, dostavlja svoj prijedlog HTZ-u na odobrenje.

Također naglašavamo da se nastupi na sajmovima, kao i druge promotivne aktivnosti turističke zajednice pojedinih razina mogu samostalno organizirati i provoditi pod uvjetom:

- da se aktivnosti temelje na realnom stanju i potrebama turizma destinacije i stvarnim interesima članstva turističke zajednice, koji trebaju biti definirane strateškim i razvojnim planovima turizma pojedine destinacije
- da te aktivnosti proizlaze iz programa rada i financijskog plana turističke zajednice koji je usklađen s višom razinom sustava.

Slijedom navedenoga TZO Orebić bi sudjelovala u zajedničkim nastupima koje organizira TZ DNŽ, a TZO Orebić osigurala bi informatora na sajmu u Gdansku (Poljska) koje je naše trenutno najznačajnije tržište.

Osim gore navedenoga, nakon dogovora s nositeljima turističke ponude na području općine, i odluke Turističkog vijeća o načinu sufinanciranja TZO Orebić će sufinancirati izlaganje gospodarskih subjekata na sajmovima.

Planirani trošak: 40.000,00 kn
Nositelj: TU

4.2. STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA, AGENATA, OPINION MAKERA

Studijska putovanja novinara donose pozitivan učinak za destinaciju. Izvješća novinara imaju afirmativan karakter, te se doživljavaju kao neovisan, objektivan izvor informiranja.

TZO Orebić će prema planu i najavi HTZ i TZZ ugostiti zainteresirane novinare na svom području i participirati u troškovima sukladno dogovoru.

Posebno želim naglasiti da novinari koji dolaze na područje DNŽ u svom planu u većini slučajeva imaju posjet Dubrovniku, eventualno Korčuli. Vrlo rijetko i vrlo slabo smo predstavljeni kao destinacija s ovoliko sadržaja.

PLANIRANI TROŠAK: 25.000,00 kn
Nositelj: direktorica TU

4.3. STUDIJSKA PUTOVANJA

Ovogodišnji banchmarketing ima predviđene 3 aktivnosti:

- klasični banchmarketing na terenu
- studijsko putovanje za zaposlene, ovdje se prvenstveno odnosi na kolegice koje svake godine rade, kratko studijsko putovanje na kojem bi se upoznale s radom kolega.
- Seminari, prema ponudi.

PLANIRANI TROŠAK: 24.000,00 kn

Nositelj: direktorica ureda

4.4. POSEBNE PREZENTACIJE

U suradnji sa TZŽ iz Dalmacije, a prema prijedlogu njihovih aktivnosti TZO Orebić osigurao bi informatore za slijedeće prezentacije:

- Poljska (3 grada)
- Slovačka (2 grada)

Osim navedenoga, ukoliko bude moguće u Slovačkoj bi Pelješac napravio i jednodnevnu samostalnu prezentaciju koja bi bila naslonjena na već navedene aktivnosti.

Obzirom da kalendar svih prezentacija još nije konačno utvrđen ukoliko se potvrdi prezentacija u još nekoj od naših TOP 10 zemalja, TZO Orebić bi prema financijskim mogućnostima sudjelovao.

Osim gore navedenoga, nakon dogovora s nositeljima turističke ponude na području općine, i odluke Turističkog vijeća o načinu sufinanciranja TZO Orebić će sufinancirati izlaganje gospodarskih subjekata na posebnim prezentacijama.

Predviđena sredstva: 80.000,00 kn

Nositelj: TU

5. INTERNI MARKETING

Ovom vrstom zadaća usmjerit ćemo aktivnosti u odredištu većem razumjevanju i dobivanju podrške od svih uključenih u turističke aktivnosti:

- (a) izvješća o radu
- (b) ključne izazove u turizmu
- (c) planove, strategije, aktivnosti za slijedeću godinu
- (d) edukacije
- (e) nagrade, priznanja i sustav nagrađivanja

5.1. EDUKACIJA

Sudjelovat ćemo na svim seminarima organiziranim za poboljšanje rada stručnih službi TZ. Obzirom da je operativnim planom HTZ predviđeno povećanje sredstava za edukaciju, isto smo predvidjeli i u našem planu jer su edukacije za sustav TZ nužne za redovno praćenje svih zakonskih izmjena i uvođenje novih metodologija rada.

PLANIRANI TROŠAK: 35.000,00 kn

Nositelj: direktorica TU

5.2. KOORDINACIJA SUBJEKATA KOJI SU NEPOSREDNO ILI POSREDNO UKLJUČENI U TURISTIČKI PROMET

Turističko vijeće će na svojim redovnim sjednicama donijeti odluke o načinu na koji se mogu koordinirati subjekti koji utječu na turistički promet, npr. muzeji....

PLANIRANI TROŠAK: 15.000,00 kn

Nositelj: turističko vijeće

5.3. IZVJEŠĆA, PLANOVI...

Troškovi pripreme materijala.

PLANIRANI TROŠAK: 8.000,00 kn

Nositelj: direktorica TU

5.4. NAGRADE I PRIZNANJA (PROJEKT VOLIM HRVATSKU I OSTALO)

U 2012. započeli smo s akcijom nagrađivanja najuređenijih vrtova, okućnica i/ili balkona na našem području. S istom akcijom nastavit ćemo i u 2013.

PLANIRANI TROŠAK: 10.000,00 kn

Nositelj: Turističko vijeće

6. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Marketinškom infrastrukturom podrazumjevamo aktivnosti usmjerene na podržavanje i donošenje odluka i izvođenje marketinških aktivnosti, te provedbu marketinških planova kroz:

6.1. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

Nužno je napraviti istraživanja na osnovi kojih bismo mogli osmisliti najzanimljivije programe za eventualno produženje pred i posezone. Izvjesno je da je razdoblje sezone dobro popunjeno, a da za razdoblje vansezona moramo napraviti analitiku subjekata koji doprinose boljem poslovanju u navedenom razdoblju.

U nastavku je dan primjer analize sudjelovanja 1 objekta na našem području u turističkom prometu općine Orebić. podaci jasno ukazuju da je većina prometa koncentrirana na vršne mjesece, međutim sa izrazitom slabom popunjenošću i iskoristivosti kapaciteta. Doprinos ovog objekta u produženju sezone ne postoji.

Također je izvjesno da ovakvo poslovanje očigledno ne prate dobre marketinške odluke ili još uvijek se očekuje rezultat istih?

Osim navedenih podataka, iz podataka kojima raspolaže TZO Orebić, a temeljem Zakona o turističkim članarinama (NN 152/08) u mogućnosti smo u određenom dijelu utvrditi i revenue per room za objekte koji su uredno podmirili svoju obvezu turističke članarine.

Donji primjer sam dala da biste na slikovit način uvidjeli kako se upravlja kapacitetima na našem području. Sam controlling, i analiza tržišta (što su subjekti na našem području) za pojedne subjekt je moguća, ali je za to potrebno predvidjeti izvršitelja. Projekt bi tražio višemjesečno istraživanje i analizu podataka, međutim dobili bismo pravu sliku doprinosa svih subjekata koji nude smještaj na našem području iz konkretnih podataka, prijavljenog broja turista i registriranih kapaciteta.

Dolasci 2011.	Noćenja 2012.	Dolasci 2011	Noćenja 2011	Popunjenost u danima 2012. (160 pax)	Popunjenost u danima 2011. (160 pax)	Iskorištenost kapaciteta (%) - 2012. do 10.10.	Iskorištenost kapaciteta (%) - 2011. do 10.10.	max. br.dana popunjenosti
39	75	39	99	0	1	1,56%	2,06%	4800
84	247	49	139	2	1	4,98%	2,80%	4960
230	746	230	827	5	5	15,54%	17,23%	4800
634	3.283	611	2.786	21	17	66,19%	56,17%	4960
633	3.215	587	2.850	20	18	64,82%	57,46%	4960
234	710	229	686	4	4	14,79%	14,29%	4800
27	44	0	0	0	0	2,75%	0,00%	1600
1.881	8.320	1.745	7.387	52	46	26,94%	23,92%	30880

Predviđen trošak: 40.000,00 kn

Nositelj: Turističko vijeće

6.2. BANKA FOTOGRAFIJA I PRIPREMA U IZDAVAŠTVU

Potrebno je stalno nadopunjavanje baze fotografija.

Priprema u izdavaštvu je stručan i intelektualan posao za koje trebamo vanjske suradnike.

Predviđen trošak: 25.000,00 kn

Nositelj: Turističko vijeće / direktorica TU

6.1. JEDINSTVENI TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAV

- program za rad u turističkim zajednicama, trošak održavanja
- program za web prijavu turista
- dva nova računala za TIC pri Turističkom uredu

PLANIRANA SREDSTVA: 30.000,00 kn
Nositelj: direktorica TU

7. POSEBNI PROJEKTI

nije planirano

8. OSTALO

U 2013. ne planiramo sufinanciranje izvan zadaća TZ.

Međutim za neplanirane zadaće predviđen je iznos od 70.000,00 kn kojima raspolaže Turističko vijeće za sve aktivnosti koje nisu predviđene ovim programom rada, a prema zaprimljenim zahtjevima.

Osim navedenoga u ove troškove ušli su troškovi zakupa skladišta HTZ, te eventualne kamate na kredit, odnosno dopušteno prekoračenje po tekućem računu.

Planirani trošak: 77.400,00 kn
Nositelj: Turističko vijeće

9. TRANSFER SREDSTAVA

U rasporedu boravišne pristojbe po zakonskoj stopi, izvršit ćemo transfer sredstava na račun općine Orebić.

PLANIRANI TROŠAK: 596.959,16 kn
Nositelj: direktorica TU

10. PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU

Ostvareni višak prihoda utrošit će se na redovno poslovanje 2014. godine.

PLANIRANI IZNOS: 94.554,71 kn
Nositelj: TU

Na rebalans plana se ide ukoliko su odstupanja prihodovne, odnosno rashodovne strane veća, odnosno manja od 5%.

❑ **TURISTIČKI URED**

Turistički ured je stručna služba TZO Orebić koja, sukladno Statutu, realizira Program rada i druge odluke tijela TZO Orebić.

Sukladno Statutu, direktorica ureda daje mjesečno pismeno izvješće o radu ureda Turističkom vijeću. Izvješće će se dostavljati e-mail-om članovima Turističkog vijeća, a o istima će se raspravljati na prvoj slijedećoj sjednici Turističkog vijeća.

TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE OREBIĆ

❑ **SKUPŠTINA**

Skupština TZO Orebić zasjeda 2 puta godišnje i raspravlja o ključnim dokumentima, programu rada i financijskom planu i o njihovom izvršenju, te o drugim važnim pitanjima iz djelokruga sustava turističkih zajednica. Program rada i financijski plan, kao i izvješće o radu dostavlja Turističkom vijeću TZ DNŽ.

❑ **TURISTIČKO VIJEĆE**

Turističko vijeće zasjeda po potrebi, a najmanje 4 puta godišnje. Na sjednice Turističkog vijeća uz članove mogu biti pozvani i gosti ukoliko svojom stručnošću ili položajem mogu značajno doprinijeti rješavanju pojedinih pitanja iz predloženog dnevnog reda pojedine sjednice.

❑ **NADZORNI ODBOR**

Nadzorni odbor se sastaje 4 put godišnje. Raspravlja o izvršenju Programa rada i financijskog plana za godinu. Ovisno o potrebi Nadzorni odbor se može sastati i više puta tijekom godine. Predsjednik NO podnosi pisano izvješće Skupštini TZO Orebić, te Turističkom vijeću TZ DNŽ, o obavljenom godišnjem nadzoru.

❑ **ČLANOVI TZO OREBIĆ PREDSTAVNICI U TIJELIMA TZ DNŽ I U OSTALIM INSTITUCIJAMA U KOJIMA PREDSTAVLJAJU TZO OREBIĆ**

Članovi TZO Orebić koji predstavljaju TZO Orebić u tijelima TZ DNŽ i u ostalim institucijama u kojima predstavljaju TZO Orebić **obvezni su sve materijale** koje dobiju od tijela TZ DNŽ i ostalih institucija **dostaviti**, prije održavanja sjednica za koje su primili materijale, **predsjedniku TZO Orebić i direktorici TU TZO Orebić**, te dogovoriti eventualne primjedbe na materijale, a koje se tiču TZO Orebić.

❑ **TROŠKOVI KAMATA I BANKOVNIH NAKANADA**

Zbog obima posla i predviđenih troškova planirano zatražiti dozvoljeno prekoračenje od poslovne banke u iznosu do 150.000,00 kn za eventualno premošćivanje financijskih problema u pripremi sezone.

❑ **IZVJEŠĆIVANJE TIJEKOM GODINE**

Direktorica ureda dužna je sačiniti pisano izvješće jedanput mjesečno o izvršenju programa rada. Također će napraviti mjesečno izvješće o naplati i zaduženju boravišne pristojbe, statističke pokazatelje i analizu izvršenja programa rada i financijskog plana.

❑ **GODIŠNJE IZVJEŠĆE**

Godišnje izvješće o izvršenju zadaća, analizu i ocjenu ostvarenja programa i financijskog plana na kraju godine sačinit će direktorica ureda. Prijedlog će utvrditi Turističko vijeće, te ga dati Skupštini na usvajanje.

Godišnje izvješće treba sadržavati:

- podatke o ostvarivanju postavljenih ciljeva
- praćenje postavke plana
- sadrži usporedbu planiranog i ostvarenog
- sadrži usporedbe planiranih i utrošenih sredstava za pojedine zadaće, područja zadaća i projekte
- sadržava informacije o djelatnosti ukupnog trošenja sredstava u odnosu na postavljene ciljeve
- financijsko izvješće – sadrži usporedbu planiranih i utrošenih sredstava sa analizom odstupanja.

Također, predsjednik Nadzornog odbora će podnijeti Skupštini i Turističkom vijeću TZO pisano izvješće o obavljenom nadzoru, te Turističkom vijeću TZ DNŽ.

Na temelju članka 21. Statuta Turističke zajednice općine Orebić Skupština Turističke zajednice općine Orebić na sjednici održanoj dana 18.12.2012. donosi

ODLUKU O IZVRŠENJU FINACIJSKOG PLANA TZO OREBIĆ ZA 2013.

Članak 1.

Za izvršenje financijskog plana za 2013. godinu zadužuju se Turističko vijeće i direktorica Turističkog ureda. Skupština ovlašćuje Turističko vijeće da može tijekom godine, u okviru ukupne svote, vršiti preraspodjelu i prenamjenu pojedinih stavki Financijskog plana u skladu s izmjenama i dopunama Programa rada za 2013. koje će biti donesene na sjednicama Turističkog vijeća.

Članak 2.

Direktor Turističkog ureda samostalno odlučuje o iznosima do 15.000,00 kn.

Članak 3.

Kako se tijekom godine neravnomjerno ostvaruju prihodi, TZO Orebić može zatražiti prekoračenje po tekućem računu u iznosu do 150.000,00 kn u 2013. godini. Turističko vijeće donosi odluku o podizanju kredita, a Ugovor o kreditu potpisuje direktorica ureda.

Članak 4.

Ova odluka stupa na snagu danom donošenja.

Predsjednik TZO Orebić
Tomislav Jurjević

Orebić, 18.12.2012.