

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE OREBIĆ

PROGRAM RADA ZA 2021. GODINU

-prijedlog-

UVOD

Nova metodologija izrade programa rada i financijskog plana temelji se na naputcima Hrvatske turističke zajednice od 10. studenog 2020. godine. Novi zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma stupio je na snagu 1.1.2020. godine i donosi značajne promjene u funkcioniranju turističkih zajednica:

https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2019_05_52_990.html

TZO Orebić svoje aktivnosti planira i iskazuje u godišnjem programu rada, koji prema odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) obvezno sadrži sve pojedinačno utvrđene planirane zadatke i potrebna financijska sredstva za njihovo izvršenje.

Novost koju je važno naglasiti je kako su se u skladu sa zakonskim odredbama lokalne turističke zajednice koje pripadaju istoj regionalnoj turističkoj zajednici obvezne u postupku donošenja programa rada međusobno usklađivati i koordinirati s nadležnom regionalnom turističkom zajednicom dok su se regionalne turističke zajednice u postupku donošenja godišnjeg programa rada obvezne međusobno usklađivati i koordinirati s Hrvatskom turističkom zajednicom.

Cilj nove metodologije je unificiranost i konsolidacija planiranja i izvješćivanja o provedenim aktivnostima na svim razinama sustava kako bi se postigla transparentnost, jasan i precizan pregled aktivnosti i uloga u razvoju, implementaciji i provedbi zadaća prema razinama ustroja turističkih zajednica.

CILJEVI TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE OREBIĆ

Glavni cilj razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine je povećanje njegove atraktivnosti i konkurentnosti (<https://mint.gov.hr/strategija-razvoja-turizma-11411/11411>).

Za realizaciju strateških ciljeva hrvatskog turizma potrebno je razvijati procese:

- Trajne zaštite, implementacije i poštivanje visokih ekoloških standarda te dugoročno održiva valorizacija turističkih potencijala,
- Edukacije managementa i svih zaposlenih u turizmu
- Efikasnije korištenje suvremenih trendova komunikacije i marketinga
- Razvoj cjelovite ponude turističke destinacije
- Podizanje razine kvalitete svih smještajnih kapaciteta i prilagođavanje kvalitete međunarodnim standardima

Zajednički ciljevi turističkih zajednica definirani zakonom NN 52/2019 (22.5.2019.) su:

1. razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja (planiranje, razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, financiranje, donošenje i provedba odluka), u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma
2. osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda
3. poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Prema dokumentu „Plan razvoja turizma Pelješca“ posebno valja istaknuti sljedeća dva strateška cilja:

1. bolju valorizacija turističkih potencijala Pelješca na načelima održivog razvoja, odnosno
2. stvoriti preduvjete za kontinuirano povećanje blagostanja cjelokupnog stanovništva Pelješca, a osobito onog njegovog dijela koje već je ili će tek biti aktivno uključeno u turističko privređivanje
lako su, na prvi pogled, postavljeni vrlo generalno, ciljevi Projekta impliciraju:
 - stvaranje pretpostavki za uspješno pozicioniranje turističke ponude Pelješca, odnosno njegovih karakterističnih područja (klastera) na turističkom tržištu putem oblikovanja jasnog imidža u svijesti potencijalnih gostiju na emitivnim tržištima,
 - oblikovanje i razvoj novih proizvoda te stvaranje temelja za nadograđivanje postojećeg turističkog lanca vrijednosti na području cijelog poluotoka kao jedinstvene turističke destinacije,
 - unapređenje dosadašnje razine kvalitete postojećih turističkih usluga,
 - unapređenje dosadašnje razine kvalitete usluge javnog sektora, kao i
 - stvaranje organizacijskih, upravljačkih i/ili prostorno-planskih preduvjeta za pojačano uključivanje novih privatnih poduzetnika u turističko privređivanje.

Neposredni ciljevi projekta „Akcijski plan razvoja turizma Pelješca“ mogu se sažeti na sljedeći način:

- identificiranje turističkih i/ili s turizmom povezanih projekata u zoni interesa javnog sektora koji bi omogućili rješavanje postojećih infrastrukturnih „uskih grla“ kao potencijalno ograničavajućih činitelja turističkog razvoja poluotoka,
- identificiranje turističkih i/ili s turizmom povezanih projekata u zoni interesa poduzetničkih poduhvata privatnog sektora, a koji će se temeljiti na tržišnim postulatima, principima održivog razvoja te odgovarajućim povratima na ulaganja,
- rangiranje projekata (utvrđivanje razvojnih prioriteta) u odnosu na njihov doprinos turističkom razvoju Pelješca, odnosno pojedinih njegovih turističkih klastera, a povezano s brzinom njihove moguće implementacije, odnosno njihovih očekivanih učinaka na kratki, srednji i dugi rok,
- poticanje kreativnih i inovativnih načina suradnje javnog i privatnog sektora, odnosno poticanje javno-javnih i privatno-privatnih partnerstva.

CILJEVI MARKETINŠKE POLITIKE U 2021.

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, planiranje se naslanja na ostvarene rezultate u 2020. 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 u Orebiću.

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
- pozicioniranje Orebića i Pelješca kao atraktivne europske destinacije
- produženje sezone i jačanje pred i posezone, odnosno povećanje dolazaka/noćenja
- sudjelovanje na prezentacijama i sajmovima u organizaciji županijskih turističkih zajednica Dalmacije
- aktivnosti na afirmaciji općine Orebić kao općine bogate kulturnom baštinom, gastronomijom, destinacijom aktivnog turizma i vinarstva
- projektno udruživanje turističkih zajednica
- implementacija projekta IQM Destination i IQM pass

Suradnja lokalne turističke zajednice s jedinicom lokalne samouprave prema članku 26. Zakona o turističkim zajednicama i razvoju turizma

(1) Jedinica lokalne samouprave u okviru svog samoupravnog djelokruga posebno vodi brigu o osiguranju uvjeta za razvoj turizma, a osobito o uređenju naselja, javnoj turističkoj infrastrukturi, zaštiti okoliša, prirodnoj i kulturnoj baštini i slično.

(2) Lokalne turističke zajednice surađuju s tijelima jedinica lokalne samouprave u sljedećim aktivnostima:

1. dogovaraju zajedničko korištenje sredstava turističke pristojbe koja se doznačuju jedinici/jedinicama lokalne samouprave za poboljšanje uvjeta boravka turista
2. surađuju u izradi planova razvoja turizma u jedinici/jedinicama lokalne samouprave, najkasnije do roka utvrđenog posebnim propisima za donošenje proračuna jedinice lokalne samouprave
3. prate turistički promet te prijavu i odjavu turista
4. surađuju pri odlučivanju o radnom vremenu ugostiteljskih objekata sukladno posebnim propisima koji uređuju ugostiteljsku djelatnost
5. surađuju u drugim pitanjima vezanim uz razvoj turizma.

Zadaci lokalne turističke zajednice prema članku 32. Zakona o turističkim zajednicama i razvoju turizma

(1) Zadaci lokalne turističke zajednice, kao lokalne destinacijske menadžment organizacije, su sljedeće:

1. Razvoj proizvoda

1.1. sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije

1.2. koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora u destinaciji

1.3. razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode – inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda

1.4. razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste

1.5. razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije

1.6. praćenje i apliciranje, samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave i drugim subjektima javnog ili privatnog sektora, na natječaje za razvoj javne turističke ponude i infrastrukture kroz sufinansiranje iz nacionalnih izvora, fondova Europske unije i ostalih izvora financiranja

1.7. upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji

1.8. strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini te po potrebi organizacija sustava upravljanja posjetiteljima

1.9. sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije

1.10. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom

1.11. sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica.

2. Informacije i istraživanja

2.1. izrada i distribucija informativnih materijala

2.2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama destinacije i profilima društvenih mreža

2.3. osnivanje, koordinacija i upravljanje turističkim informativnim centrima (ako postoje/ima potrebe za njima)

2.4. suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije

2.5. planiranje, izrada, postavljanje i održavanje sustava turističke signalizacije, samostalno i/ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave

2.6. operativno sudjelovanje u provedbi aktivnosti sustava eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija posjetitelja i svih oblika turističke ponude.

3. Distribucija

3.1. koordiniranje s regionalnom turističkom zajednicom u provedbi operativnih marketinških aktivnosti

3.2. priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu

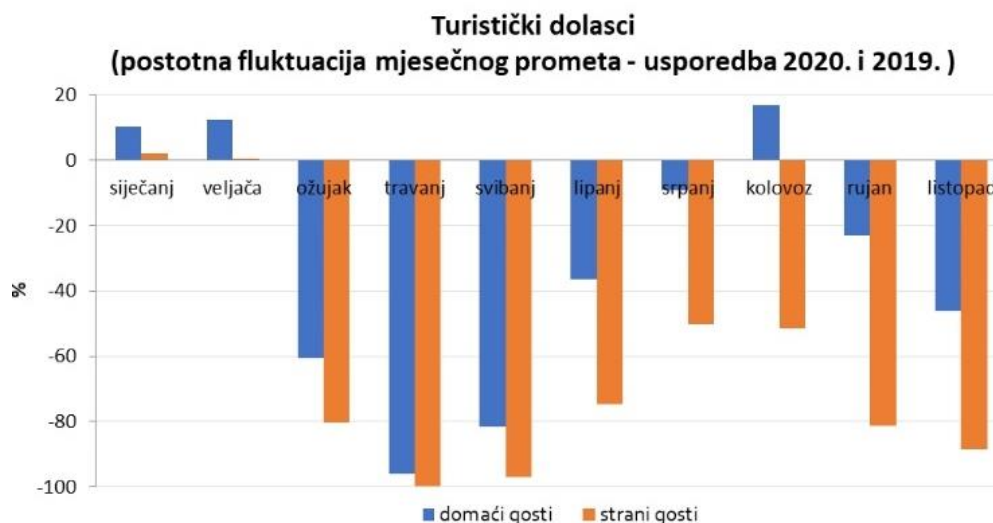
3.3. priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenje u regionalnu turističku zajednicu

3.4. pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom te u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom

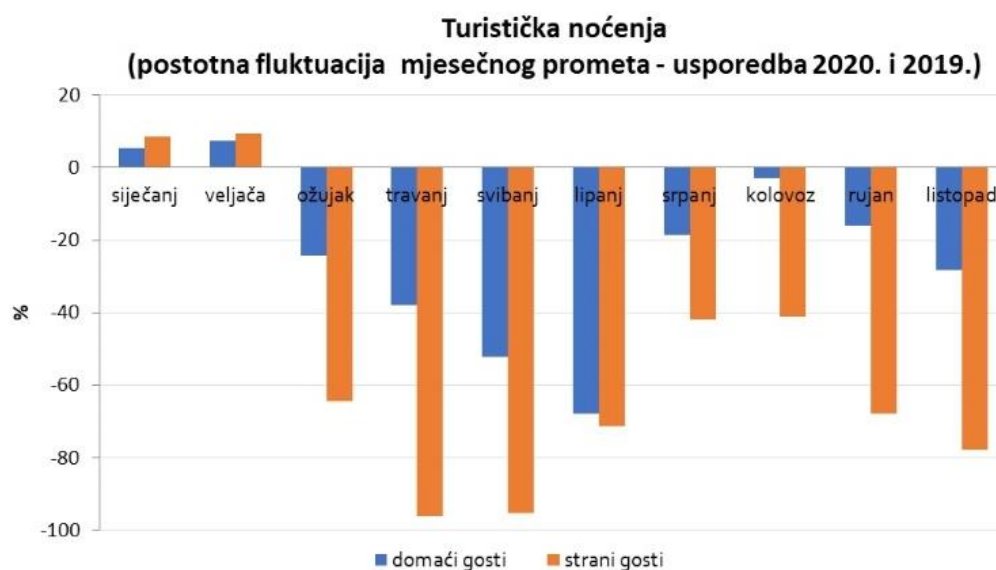
3.5. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

PREGLED TRENDOVA I OCJENA POZICIJE HRVATSKE NA MEĐUNARODNOM TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Prema podacima sustava eVisitor na dan 2. studenog 2020., u razdoblju siječanj-listopad 2020. broj dolazaka stranih turista iznosio je 6.056.618 (indeks 34,08), dok je istovremeno ostvareno 1.539.479 dolazaka domaćih turista (indeks 71,51). U istom vremenskom razdoblju ostvareno je 42.674.962 noćenja stranih turista (indeks 45,60), kao i 10.948.091 noćenja domaćih turista (indeks 83,07). Sveukupni (stran i domaći) broj dolazaka u razdoblju siječanj-listopad iznosio je 7.596.097 (indeks 38,13), dok je ujedno zabilježeno 53.623.053 noćenja (indeks 50,23).



Izvor: HTZ (podaci eVisitor+integrirano eCrew)



Izvor: HTZ (podaci eVisitor+integrirano eCrew)

Tijekom razdoblja siječanj-listopad, glavnina noćenja registrirana je u komercijalnim smještajnim objektima (76%), dok nekomercijalni smještajni kapaciteti u ukupnim noćenjima sudjeluju s udjelom od 21%, a nautika s 3 %.

U komercijalnom segmentu, obiteljski smještaj ostvario je 54% noćenja, kampovi 21%, a hoteli 17%.

Slijedom globalne pandemijske krize, Hrvatska u razdoblju siječanj-listopad bilježi pad turističkog prometa sa svih tržišta.

U ukupnom prometu razdoblja siječanj-listopad(noćenja) najveći udjel ostvaruje tržište Njemačke, a potom slijedi domaće tržište te tržišta Slovenije, Poljske i Češke.

Njemačka

Njemačko tržište je treće turističko tržište na svijetu iza SAD-a i Kine i prvo u Europi. Putovanja i turizam visoko su na rang listi prioriteta njemačkih građana i oko njih se nadograđuju razni segmenti društvenog života. U medijima su turističke teme vrlo zastupljene i prosječni Nijemac je iskusen putnik. Njemačka domaćinstva svake godine odvajaju značajan dio svog kućnog budžeta za putovanja i godišnji odmor. Turistička industrija je jedan od sektora rasta njemačke privrede. Ona osigurava i stvara radna mjesta te potiče dodatna ulaganja. Prema studiji "Gospodarski čimbenik turizma" (Wirtschaftsfaktor Tourismus) bruto prihod turizma je preko 105,3 milijardi eura. Uzimajući u obzir neizravne i inducirane učinke dolazimo do bruto dodat-ne vrijednost od 213,5 milijardi eura. Turistička industrija osigurava 2,9 milijuna radnih mjesta u Njemačkoj. Ukupna potrošnje turista u Njemačkoj u 2015. godini iznosila je 287,2 milijardi eura, od čega samo 224,6 milijardi eura od domaćih turista. Godine 2016. Nijemci su ponovno jedni od najvećih potrošača na međunarodnom tržištu putovanja. Izdaci za putovanja u inozemstvo čine 4,3 % ukupne privatne potrošnje građana.

Gotovo 75% njemačkog stanovništva odlazi barem jednom godišnje na putovanja koja traju minimalno 5 dana. U razdoblju do 2025. godine, usporedno sa starenjem stanovništva procjenjuje se da će udio ukupnih putovanja koje realiziraju osobe starije od 60 godina dostići

udjel od 40%. Osobe preko 70 godina realizirat će 2,2, milijuna putovanja više u odnosu na 2015. Osobe od 60 do 70 godina realizirat će gotovo 4,1 milijun putovanja više nego sada, dok se predviđa pad broja putovanja grupe od 14 do 59 godina za cijelih 7,4 milijuna putovanja. Ukupan broj putovanja ostat će uglavnom stabilan.

Poljska

Prema istraživanju CBOS u 2017., nastavlja se trend uočen u prijašnjima godinama, Poljaci su se i u 2017. najradije odmarali u vlastitoj zemlji (42%), dok se za odmor u inozemstvu istovremeno odlučilo 19% Poljaka. U najnovijem izvješću „Inozemna putovanja Poljaka za vrijeme godišnjeg odmora 2018.“ Poljska turistička komora (PIT) predstavlja trendove i navike putovanja u inozemstvo (u obzir su uzeti samo paket aranžmani organizatora putovanja): broj inozemnih putovanja Poljaka narastao je u odnosu na prethodnu 2017. godinu za 6% što pokazuje da se nastavlja pozitivan trend te Poljaci sve češće putuju u inozemstvo.

Poljski turisti najviše su posjećivali Njemačku (2,3 milijuna putovanja), Italiju (0,9 milijuna), UK (0,9 milijuna), Hrvatsku (0,71 milijuna), Češku (0,7 milijuna) i Grčku (0,62 milijuna). Njemačku, UK i djelomično Italiju posjećuju s motivom posjete obitelji i prijatelja koji u tim zemljama žive i rade. Glavne destinacije u kojima provode svoj godišnji odmor su Italija, Hrvatska i Grčka. Minimalne razlike između triju destinacija navode na zaključak kako tržište umjereno raste. Hrvatska ima priliku zauzeti poziciju lidera na poljskom tržištu, te se pozicionirati kao premium destinaciju i destinacija posebnih interesa.

Slovenija

U 2017. je na jedno ili više putovanja (poslovno ili privatno) otputovalo 2.490.000 Slovenaca, od čega je na barem jedno privatno putovanje otputovalo njih 66%. Ukupan broj svih privatnih putovanja u 2017. je iznosio 4.288.000. Najviše privatnih putovanja realizirano je u 3. kvartalu (lipanj, srpanj, kolovoz). U 2017. g. realizirano je i 2.008.000 privatnih jednodnevnih izleta te oko 390.000 jednodnevnih poslovnih izleta u inozemstvo. U 2017. je realizirano 4.288.000 privatnih putovanja, od čega su u Sloveniji realizirane dvije petine, a u inozemstvu tri petine svih privatnih putovanja. Takvo je putovanje u prosjeku trajalo 4,5 noćenja (inozemstvo 5,6, Slovenija Na barem jedno duže putovanje (s barem 4 noćenja) je otputovalo 2.322.000 Slovenaca. Na barem jedno poslovno putovanje je otputovalo 352.000 Slovenaca (17%). Prosječni su dnevni troškovi turista na takvim putovanjima iznosili oko 46 € (inozemstvo 49 €, Slovenija 38 €). U 2017. su slovenski turisti realizirali oko 537.000 poslovnih putovanja. Od ukupnog broja ostvarenih poslovnih putovanja 83% je realizirano u inozemstvu, a 17% na teritoriju Slovenije. Putovanje je u prosjeku trajalo 2,8 noćenja (inozemstvu 3,0 noćenja, Slovenija 1,9 noćenja). Prosječna dnevna potrošnja turista je iznosila 205 € (214 € inozemstvu, 135 € Slovenija).

Češka

U 2017. građani Češke su ostvarili 34.413.000 putovanja, od čega u svrhu odmora 19.937.000. U inozemstvu je u svrhu rekreacije u 2017. ostvareno 4.949.000 putovanja (4.098.000 putovanja s četiri i više noćenja, a 851.000 putovanja s jednim do tri noćenja), dok je unutar Češke ostvareno 14.988.000 putovanja (5.657.000 putovanja s četiri i više noćenja, a 9.331.000 putovanja s jednim do tri noćenja). Omjer ostvarenih putovanja zemlja-inozemstvo iznosi 75,2 : 24,8. Istraživanje o kraćim putovanjima (jedno do tri noćenja) pokazuje kako su kraća putovanja uglavnom imala za cilj okolne zemlje (Slovačka, Njemačka i Austrija) te je u tom segmentu u odnosu na 2016. došlo do povećanja od 5 %. Kraća putovanja unutar Češke bilježe rast od 19,7 %.

Broj inozemnih putovanja u 2017. godini povećan je za 12 %. Najpopularnije destinacije za Čehe ostale su, tradicionalno, Hrvatska, Slovačka i Italija. U aranžmanima avioprijevoznika u

prodaji su prednjačile Grčka, Španjolska i Bugarska. Redosljed su u 2017. promijenile Italija i Slovačka, gdje je Italija, zbog mora prevagnula u odabiru kao destinacija za odmor. U 2017. povećanje odlazaka bilježi se za destinacije Hrvatske, Slovačke, Španjolske, Italije, Grčke i Egipta. Najveće povećanje je zabilježeno je za Španjolsku i Grčku, koje su zajedno s Bugarskom, pre-ma najavama turoperatora, bile hit destinacije. Iako ne postoje statistički podaci za 2017., prema procjenama turoperatora Turska, Tunis i Francuska bilježile su pad zbog sigurnosne situacije.

REZULTATI OSTVARENI U 2020. GODINI

U periodu do 31.10.2020. u općini Orebić ostvareno je 58.352 dolazaka i 529.255 noćenja.

Dolasci u odnosu na isto razdoblje prošle godine pali su za 49,4%, a noćenja su pala za 41,3%. Realno očekujemo ostvarenje od 58.500 dolazaka i 531.000 noćenja do kraja 2020. godine.

Deset zemalja sa najvećim udjelom na području općine Orebić: Poljska (25,81%), Slovenija (15,71%), Njemačka (13,1%), Češka (11,29%), Hrvatska (10,84%), BIH (8,67%), Austrija (2,63%), Slovačka (2,10%), Mađarska (1,69%), Srbija (1,36%).

Tijekom 2020. naplata Turističke pristojbe i Turističke članarine je umanjena zbog novonastale situacije sa pandemijom koronavirusa. MINTS je uslijed pandemije donio pravilnike o odgodi ili umanjenju:

- Pravilnik o odgodi ili oslobađanju od plaćanja turističke pristojbe za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu (NN 36/2020) stupio je na 26.03.2020. godine. Osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu plaćaju samo pola iznosa godišnjeg paušala turističke pristojbe u 2020. godini. U redovnim okolnostima bili bi obvezni platiti puni iznos za glavne krevete i smještajne jedinice u kampu i kamp-odmorištu odnosno prema kapacitetu u objektu za robinzonski smještaj koji koriste za pružanje usluga smještaja sukladno posebnom propisu kojim se uređuje obavljanje ugostiteljske djelatnosti. Također, za cijelu 2020. godinu te se osobe oslobađaju plaćanja turističke pristojbe za pomoćne krevete.
- Dodatna oslobođenja plaćanja paušala u 2020.:

Od 25.9.2020. na snazi je Dopuna pravilnika kojim se oslobađaju plaćanja turističke pristojbe za smanjeni ili ukinuti dio kapaciteta onim obveznicima koji su zadovoljili sljedeće uvjete:

1) Obveznik je podmirio sva dugovanja iz prethodnih godina do 30.9.2020. (ne uzima se u obzir 1. rata paušala za 2020. godinu, a dugovanja moraju biti podmirena za sve objekte obveznika na području RH),

2) Na objektu je napravljeno smanjenje ili ukidanje kapaciteta do 31.8.2020. i

3) U objektu u kojem je napravljeno smanjenje ili ukidanje kapaciteta nije bilo turista u 2020. godini.

- Pravilnikom o dopuni pravilnika o godišnjem paušalnom iznosu članarine od 27. srpnja 2020. godine određeno je umanjenje visine paušalnog iznosa turističke članarine za 50% i određeno je da se godišnji paušalni iznos članarine ne plaća na pomoćne ležajeve. Sukladno tome, iznos paušala turističke članarine u 2020. godini iznosi 22,50 kune po glavnom krevetu, s time da se u obzir uzima broj kreveta u 2019. godini.

Tablica 1. Turistički promet po mjesecima

Mjesec	Dolasci 2019	Dolasci 2020	Indeks dolasci	Noćenja 2019	Noćenja 2020	Indeks noćenja
Siječanj	128	203	158,59	1156	1.872	161,94
Veljača	269	267	99,26	2.128	2.013	94,60
Ožujak	318	198	62,26	2.613	2.886	110,45
Travanj	3.507	50	1,43	14.320	2.749	19,20
Svibanj	6.268	298	4,75	34.612	3.024	8,74
Lipanj	17.881	6.593	36,87	113.330	42.955	37,90
Srpanj	34.204	21.084	61,64	290.204	190.756	65,73
Kolovoz	34.668	23.377	67,43	308.083	218.371	70,88
Rujan	14.082	5.507	39,11	110.564	56.299	50,92
Listopad	3.984	775	19,45	24.846	8.330	33,53
Studeni						
Prosinac						
Ukupno	115309	58352	50,60	901856	529255	58,69

Tablica 2. Turistički promet prema državama dolaska

	2019		2020		indeks 20/19	
	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja
Poljska	19.336	166.357	15.886	136.609	82,16	82,12
Slovenija	10.480	100.370	8.074	83.149	77,04	82,84
Njemačka	16.213	136.827	7.029	69.332	43,35	50,67
Češka	9.304	83.344	6.299	59.731	67,70	71,67
Hrvatska	10.074	61.500	8.333	57.378	82,72	93,30
BiH	13.971	107.234	3.998	45.871	28,62	42,78
Austrija	3.866	31.496	1.396	13.937	36,11	44,25
Slovačka	2.701	23.450	1.152	11.128	42,65	47,45
Mađarska	2.753	20.839	1.065	8.926	38,69	42,83
Srbija	1.242	14.961	464	7.221	37,36	48,27
ostale	25.369	155.478	4.656	35.973	18,35	23,14
UKUPNO	115.309	901.856	58.352	529.255	50,60	58,69

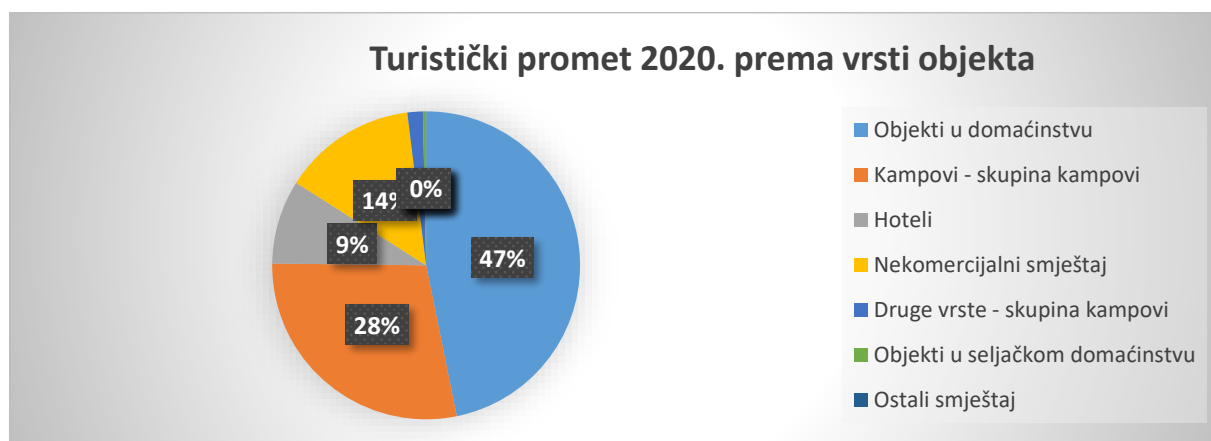
Tablica 3. Turistički promet po turističkim naseljima

	2019		2020		indeks 20/19	
	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja
Orebić	69.853	496.918	28.608	234.219	40,95	47,13
Kučište	12.805	107.775	7.278	67.773	56,84	62,88
Viganj	9.778	95.954	8.308	87.959	84,97	91,67
Lovište	7.558	68.547	4.229	43.196	55,95	63,02
Stankovići - Mokalo	4.598	34.456	2.593	22.243	56,39	64,55
Potomje - Dingač	2.707	25.964	2.420	22.695	89,40	87,41
Podobučje - Borje	1.916	19.207	1.417	16.176	73,96	84,22
D. Banda	2.509	20.784	1.585	15.106	63,17	72,68
Trstenik	1.765	13.016	853	8.206	48,33	63,05
Oskorušno	525	6.017	388	4.488	73,90	74,59
Podgorje	850	8.511	352	4.526	41,41	53,18

Kuna	369	3.846	254	2.029	68,83	52,76
Nakovanj	0	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!
Pijavičino	76	861	67	639	88,16	74,22
UKUPNO	115.309	901.856	58.352	529.255	50,60	58,69

Tablica 4. Turistički promet prema vrsti smještaja

Tip smještajnog objekta	dolasci 2019	dolasci 2020	Indeks dolasci 20/19	noćenja 2019	noćenja 2020	Indeks noćenja 20/19	udio noćenja u 2020
Objekti u domaćinstvu	47.640	28.226	59,25	380.852	247.746	65,05	46,81%
Kampovi - skupina kampovi	29.097	16.062	55,20	242.331	150.190	61,98	28,38%
Hoteli	25.819	8.155	31,59	142.038	46.624	32,83	8,81%
Nekomercijalni smještaj	9.645	4.473	46,38	115.968	74.334	64,10	14,05%
Druge vrste - skupina kampovi	2.850	1.239	43,47	18.786	8.588	45,71	1,62%
Objekti u seljačkom domaćinstvu	258	197	76,36	1.881	1.773	94,26	0,33%
Ostali smještaj	0	0		0	0		0,00%
Plovni objekti	0	0		0	0		0,00%
Restorani	0	0		0	0		0,00%
Sveukupno	115.309	58.352	50,60	901.856	529.255	58,69	100,00%



Tablica 5. Turistički promet DNŽ

Turistička zajednica	DOLASCI					NOĆENJA				
	DOMAĆI	STRANI	2020	2019	Indeks	DOMAĆI	STRANI	2020	2019	Indeks
Dubrovnik	41.397	176.899	218.296	1.375.644	15,87	144.411	684.055	828.466	4.269.010	19,41
Orebić	8.428	50.072	58.500	115.541	50,63	58.489	472.288	530.777	903.332	58,76
Korčula	11.237	20.585	31.822	99.035	32,13	60.962	146.919	207.881	432.827	48,03
Blato	2.092	11.802	13.894	20.815	66,75	21.109	129.054	150.163	200.520	74,89
Konavle	3.425	20.047	23.472	174.895	13,42	16.374	124.044	140.418	821.590	17,09
Župa dubrovačka	6.806	18.523	25.329	158.121	16,02	31.125	109.207	140.332	609.097	23,04
Slivno	1.607	12.079	13.686	28.285	48,39	15.535	117.262	132.797	223.637	59,38
Vela Luka	4.610	9.403	14.013	33.250	42,14	23.688	84.739	108.427	206.351	52,54
Ston	2.867	11.588	14.455	36.372	39,74	17.719	87.902	105.621	187.341	56,38
Mljet	6.759	9.518	16.277	34.668	46,95	38.172	56.814	94.986	158.584	59,90
Lumbarda	2.509	6.298	8.807	18.742	46,99	19.821	62.050	81.871	135.520	60,41
Trpanj	776	5.820	6.596	19.604	33,65	7.820	63.643	71.463	151.670	47,12
Janjina	648	5.005	5.653	12.392	45,62	6.513	53.038	59.551	98.160	60,67
Dubrovačko primorje	924	5.831	6.755	43.644	15,48	6.233	46.553	52.786	206.453	25,57
Lastovo	3.240	3.033	6.273	10.036	62,50	19.056	28.421	47.477	70.955	66,91
Ploče	1.160	2.630	3.790	7.719	49,10	9.557	25.946	35.503	48.431	73,31
Smokvica	604	1.552	2.156	8.508	25,34	6.145	16.912	23.057	54.177	42,56
Metković	2.170	960	3.130	6.139	50,99	4.527	3.088	7.615	12.396	61,43
Opuzen	61	246	307	588	52,21	208	2.124	2.332	3.649	63,91
Turistička zajednica Dubrovačko-	0	11	11	22	50,00	0	128	128	264	48,48
Ukupno:	101.320	371.902	473.222	2.204.020	21,47	507.464	2.314.187	2.821.651	8.793.964	32,09

PROGRAM RADA ZA 2021. GODINU SADRŽI:

PRIHODI

1. Izvorni prihodi

- 1.1. Turistička pristojba
- 1.2. Članarina

2. Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna

3. Prihodi od sustava turističkih zajednica

4. Prihodi iz EU fondova

5. Prihodi od gospodarske djelatnosti

6. Preneseni prihod iz prethodne godine

7. Ostali prihodi

RASHODI

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

- 1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata
- 1.2. Istraživanje i analiza tržišta
- 1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

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

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

- 3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice
- 3.6. Suradnja s organizatorima putovanja
- 3.7. Kreiranje promotivnog materijala
- 3.8. Internetske stranice
- 3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka
- 3.10. Turističko-informativne aktivnosti

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

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

5.ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

- 5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije
- 5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije

6.ADMINISTRATIVNI RASHODI

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

7.REZERVA

8.POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

PRIHODI

Svi prihodi u programu rada su izneseni u neto iznosima.

1.Izvorni prihodi

1.1. Turistička pristojba	1.090.000,00 kn
1.2. Članarina	168.000,00 kn

2. Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna

3.Prihodi od sustava turističkih zajednica 18.750,00 kn

Očekujemo potpisivanje sporazuma o projektom udruživanju između četiri turističke zajednice s Pelješca. Preliminarno je dogovoreno udruživanje na projektu zajedničkih manifestacija pod imenom Okusi Pelješca koje bi se održavale kroz cijelu sezonu, te projekt zajedničkog tiska i redizajna Vodiča Pelješca i Karte Pelješca

4. Prihodi iz EU fondova

5. Prihodi od gospodarske djelatnosti

Prodaja oglasnog prostora u brošuri Vodič Orebića TZO Orebić vršit će se na principu first pay, first buy. Također, predložena cijena oglasa u 2021. je jedinstvena i iznosi 500,00 kn po oglasu.

10.000,00 kn

6.Preneseni prihod iz prethodne godine 242.453,64 kn

7.Ostali prihodi

RASHODI

1. Istraživanje i strateško planiranje

1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

Pripreme radnje za razvojne strategije turizma Pelješca te pisanje projekata za udružene turističke zajednice

Nositelj aktivnosti: TU TZOO, Feel IQM

Iznos potreban za realizaciju: 10.000,00 kn

Rokovi realizacije: prosinac 2021. godine

1.2 Istraživanje i analiza tržišta

U sklopu projekta IQM će se odraditi i analize koje će se izrađivati prema potrebi sustava za obavljanje raznih zadaća i aktivnosti.

Cilj aktivnosti: utvrđivanje pozicije dionika i cijele općine u odnosu na konkurenciju te praćenje trendova

Nositelj aktivnosti: TU TZOO, Feel IQM

Iznos potreban za realizaciju: 10.000 kn

Rokovi realizacije: prosinac 2021. godine

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

Nije planirano

2. Razvoj turističkog proizvoda

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

Manifestacije u organizaciji TZO Orebić su izuzetno prepoznate u javnosti s obzirom na dosadašnji kontinuiran rad na poboljšanjima. I u 2021. godini planiramo dodatna ulaganja u tehničku opremu za što bolji audio vizualni doživljaj.

Cilj aktivnosti: podizanje nivoa kvalitete manifestacija

Nositelj aktivnosti: TU TZOO

Iznos potreban za realizaciju: 15.000,00 kn

Rokovi realizacije: lipanj 2021.

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

IQM - Integrated quality management” je pristup upravljanju turističkom destinacijom koja se fokusira na kontinuirani proces poboljšanja zadovoljstva posjetitelja, nastojeći unaprijediti lokalno gospodarstvo, okoliš i kvalitetu života lokalne zajednice.

Cilj projekta je postaviti standarde u cilju:

- Upravljanja održivom turističkom destinacijom
- Mjerenja indikatora održivog razvoja i odgovornog turizma
- Razvijanja novih turističkih proizvoda
- Stvaranja nove ekonomske vrijednosti, kvalitativnog gospodarskog jačanja cijele zajednice

Zajednička suradnja, sinergija u destinaciji, komunikacija i poticaj za kvalitetu i izvrsnost čini turizam konkurentnijim, snažnijim, prepoznatljivijim. Implementacijom ovog projekta daje se naglasak na inovaciji, kreativnosti i povezanosti koja u projektu IQM Destination veže privatno i javno partnerstvo u destinaciji i okruženju, sa svim partnerima koji utječu na kvalitetu u turizmu.

Cilj aktivnosti: Povezivanje ključnih dionika u općini Orebić, kontinuirani proces poboljšanja zadovoljstva turista

Nositelj aktivnosti: TU TZOO, TV TZOO, Feel IQM, dionici u Općini Orebić

Iznos potreban za realizaciju: 40.000,00 kn

Rokovi realizacije: lipanj 2021.

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

Planiraju se organizirati manifestacije prema epidemiološkim mogućnostima; Uskršnji doručak, Zvuci Dalmacije, Okusi Pelješca u suradnji četiri turističke zajednice s Pelješca, Folklorne večeri te Noći vina.

Početak godine poslati će se javni poziv za kandidiranje manifestacija i projekata za dodjelu potpore prema Programu rada za 2021. godinu te će Turističko vijeće prema primljenim zahtjevima napraviti selekciju te utvrditi iznos potpore za udruge i privatnike.

Cilj aktivnosti: unapređivanje i obogaćivanje turističke ponude u općini Orebić raznim manifestacijama samostalno te u suradnji sa dionicima i udrugama u općini Orebić

Nositelj aktivnosti: TU TZOO, TV TZOO, razne udruge i privatnici

Iznos potreban za realizaciju: 337.400,00 kn

Rokovi realizacije: prosinac 2021.

2.4. Turistička infrastruktura

2.5. Podrška turističkoj industriji

3. Komunikacija i oglašavanje

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

Nije planirano. Prema najavama sajmovi i prezentacije u 2021. biti će znatno reducirani zbog globalne pandemije. Ukoliko se stanje promijeni i TZ DNŽ nas pozove na sudjelovanje na istim TZO Orebić će se odazvati.

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja

TZO Orebić pruža podršku u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji sa TZ DNŽ i HTZom.

Cilj aktivnosti: veća zastupljenost u medijima

Nositelj aktivnosti: HTZ, TZ DNŽ, TU TZOO

Iznos potreban za realizaciju: 20.000 kn

Rokovi realizacije: do kraja 2021. godine

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

Izrada i distribucija promotivnih materijala Plan Orebića, Vodič Pelješca, Karta Pelješca.

Priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađenje i odobrenje TZ DNŽ.

Cilj aktivnosti: distribucija tiskanog materijala radi lakšeg snalaženja turisti u općini

Nositelj aktivnosti: TU TZOO

Iznos potreban za realizaciju: 70.000,00 kn

Rokovi realizacije: lipanj 2021. godine

3.8. Internetske stranice

Upravljanje web stranicom www.visitorebic-croatia.hr, s tim da ove godine može biti povećana izdvajanja ovisno o brzini realizacije projekta IQM odnosno potrebno će biti implementirati projekt u web stranicu i u skladu s tim napraviti određene izmjene.

Cilj aktivnosti: održavanje postojećih stranica (hosting), te implementiranje novih sadržaja

Nositelj aktivnosti: TU TZOO

Iznos potreban za realizaciju: 15.000,00 kn

Rokovi realizacije: kontinuirano do kraja 2021. godine

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

Kako u 2020. godini zbog pandemije nismo realizirali povećanje baze fotografija plan je ove godine nastaviti sa kontinuiranim procesom. U sklopu projekta IQM moguće su potrebe za dodatnim fotografijama.

Nositelj aktivnosti: TU TZOO, TV TZOO

Iznos potreban za realizaciju: 12.000 kn

Rokovi realizacije: srpanj 2021.

3.10. Turističko-informativne aktivnosti

Upravljanje TIC-evima – planirani rad:

- Orebić, cjelogodišnji rad, te cjelodnevni rad od 01.05. do 20.10.
 - 01.07. do 31.08. planirano radno vrijeme je svaki dan od 08 - 22 sata.
 - 01.05. do 01.06. i od 01.10. do 20.10. planirano radno vrijeme od 08 - 18 sati, nedjeljom zatvoreno, a subotom od 08 - 14.
 - 01.06.-30.06. i od 01.09.-30.09. radno vrijeme bi bilo od 08-20.
- Lovište, sezonski rad od 15.06. do 15.09. 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.
- Pijavičino, sezonski rad od 15.06. do 15.09. Planirano radno vrijeme je od 08 - 14 svaki dan osim nedjeljom.

Cilj aktivnosti: informiranje turista na području općine Orebiću, te distribucija promo materijala

Nositelji aktivnosti: TU TZOO, TIC

Iznos potreban za realizaciju: 280.000 kn

4. Destinacijski menadžment

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor

Sudjelovanje u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor i jedinstvenim turističkim informacijskim portalom u suradnji i prema uputama TZ DNŽ i HTZ.

Nastavak popunjavanja sadržaja za www.croatia.hr

Cilj aktivnosti: stvaranje kvalitetnog sadržaja koji će se promovirati kroz online kanale Hrvatske turističke zajednice

Nositelj aktivnosti: TU TZOO, TV TZOO

Iznos potreban za realizaciju: 10.000 kn

Rokovi realizacije: do kraja 2021. godine

4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

U cilju brže implementacije IQM Destination programa u praksu, pokrenuli smo i projekt IQM Pass, <https://iqmpass.com/>

Mogućnosti iqm pass su:

- mogućnost prezentacije svih dionika sa posebnim ponudama (trenutno objavljenim)
- osmišljavanje trip planera – po proizvodima, segmentaciji i sl. – na Google karti se pokazuje i udaljenost od interesnih točaka, na primjer <https://iqmpass.com/en/visit-losinj/itinerary/5f404cf7d3be4e6dc7c2a4a2>

Prezentiraju se i umrežavaju:

- smještajni kapaciteti (hoteli, hosteli, privatni smještaj i sl.) sa min. kvalitetom 80/100
- lokalne trgovine, suvenirnice, ugostiteljske objekte sa lokalnom kuhinjom
- ponudu lokalnih proizvođača, male skrivene kutke, posebnosti ponude u kojima se poštuje tradicija
- zdravlje, wellbeing,
- promoviraju se turistički proizvodi
- događanja koja preporučaju turističke zajednice

Cilj aktivnosti: povezivanje dionika u općini Orebić, objedinjavanje ponude

Nositelj aktivnosti: TV TZOO, TU TZOO, Feel IQM

Iznos potreban za realizaciju: 10.000 kn

Rokovi realizacije: do kraja 2021. godine

4.5. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

Kako bi poboljšali opće uvjete boravka TZO Orebić kontinuirano radi na uređenju mjesta (klupe, vidikovci, plaže,...)

Cilj aktivnosti: u suradnji sa Općinom Orebić kontinuirano ulaganje u uređenje mjesta unutar općine.

Nositelj aktivnosti: TV TZOO, Općina Orebić, TU TZOO

Iznos potreban za realizaciju: 135.000 kn

Rokovi realizacije: srpanj 2021.

5. Članstvo u strukovnim organizacijama

5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije

5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije

Članstvo u Lag 5

Iznos potreban za realizaciju: 600,00 kn

6. ADMINISTRATIVNI RASHODI

6.1. Plaće

Plaće zaposlenika TU TZO Orebić

Iznos potreban za realizaciju: 300.000,00 kn

6.2. Materijalni troškovi

Troškovi funkcioniranja ureda turističke zajednice: režijski troškovi, najam prostora, uredska oprema i materijal, pravni poslovi, poštarina, stručno usavršavanje,...

Iznos potreban za realizaciju: 180.000,00 kn

6.3. Tijela turističke zajednice

Naknade za obavljanje aktivnosti članovima tijela turističke zajednice, troškovi reprezentacije, troškovi zakupa prostora održavanja sjednica itd.

Iznos potreban za realizaciju: 10.000 kn

7. REZERVA

Rezerva do 5% za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti

Iznos potreban za realizaciju: 74.203,64 kn

8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

Nije planirano.

		PRIHODI	Plan za 2021. (u kn)	udio %
1.		Izvorni prihodi	1.258.000,00	82,27%
	1.1.	Turistička pristojba	1.090.000,00	71,28%
	1.2.	Članarina	168.000,00	10,99%
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	0,00	0,00%
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	18.750,00	1,23%
4.		Prihodi iz EU fondova	0,00	0,00%
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	10.000,00	0,65%
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	242.453,64	15,85%
7.		Ostali prihodi	0,00	0,00%
		SVEUKUPNO	1.529.203,64	100,00 %

			Plan za 2021. (u kn)	udio%
		RASHODI		
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	20.000,00	1,31%
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	10.000,00	0,65%
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	10.000,00	0,65%
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	0,00	0,00%
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	392.400,00	25,66%
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	15.000,00	0,98%
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	40.000,00	2,62%
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	337.400,00	22,06%
	2.4.	Turistička infrastruktura	0,00	0,00%
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	0,00	0,00%
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	397.000,00	25,96%
	3.1.	Definiranje branding sustava i brend arhitekture		
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda		
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR		
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje		
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	0,00	0,00%
	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	20.000,00	1,31%
	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	70.000,00	4,58%
	3.8.	Internetske stranice	15.000,00	0,98%
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	12.000,00	0,78%
	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	280.000,00	18,31%
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	155.000,00	10,14%
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	10.000,00	0,65%
	4.2.	Stručni skupovi i edukacije		
	4.3.	Koordinacija i nadzor		
	4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	10.000,00	0,65%
	4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	135.000,00	8,83%
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	600,00	0,04%
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	0,00	0,00%
	5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	600,00	0,04%
6.		ADMINISTRATIVNI RASHODI	490.000,00	32,04%
	6.1.	Plaće	300.000,00	19,62%
	6.2.	Materijalni troškovi	180.000,00	11,77%
	6.4.	Tijela turističke zajednice	10.000,00	0,65%
	6.3.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava		
7.		REZERVA	74.203,64	4,85%

8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE		0,00%
		SVEUKUPNO 1	1.529.203,64	100,00 %
9.		FONDOVI - posebne namjene	0,00	0,00%
		Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu		
		Fond za projekte udruženih turističkih zajednica		
		SVEUKUPNO 2	0,00	0,00%
TOTAL		SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2	1.529.203,64	100,00 %

TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE OREBIĆ

SKUPŠTINA

Skupština turističke zajednice je najviše tijelo upravljanja u turističkoj zajednici.

Skupštinu turističke zajednice čine članovi i/ili predstavnici članova turističke zajednice.

Članovi odnosno predstavnici članova turističke zajednice ne mogu putem punomoći ovlastiti drugu osobu da umjesto njih sudjeluje u radu skupštine.

Skupština turističke zajednice održava se najmanje dva puta godišnje.

Skupština turističke zajednice može pravovaljano odlučivati ako sjednici prisustvuje više od polovice članova skupštine.

Skupština turističke zajednice odlučuje većinom glasova prisutnih članova.

Ako na sjednici skupštine ne prisustvuje više od polovice članova skupštine, na istoj sjednici saziva se sljedeća sjednica skupštine, s datumom održavanja unutar 15 dana od dana sazivanja neodržane sjednice skupštine.

Iznimno od stavaka 5. i 6. ovoga članka, tako održana sljedeća skupština može pravovaljano odlučivati i kad sjednici ne prisustvuje više od polovice članova skupštine pod uvjetom da odlučuje dvotrećinskom većinom glasova prisutnih članova.

Ako skupština ne usvoji izvješće o izvršenju programa rada i izvješće o radu turističkog vijeća, na istoj sjednici se raspušta turističko vijeće i saziva nova sjednica skupštine na kojoj se izabiru novi članovi turističkog vijeća.

Nadležnost skupštine turističke zajednice:

1. donosi statut turističke zajednice
2. donosi poslovnik o radu skupštine
3. odlučuje o izboru i razrješenju članova turističkog vijeća

4. donosi godišnji program rada turističke zajednice
5. donosi izvješće o izvršenju programa rada turističke zajednice
6. donosi odluku o izvješćima koje podnosi turističko vijeće
7. nadzire poslovanje turističke zajednice
8. donosi odluke i rješava druga pitanja kada je to predviđeno ovim Zakonom ili drugim propisom.

Pored nadležnosti iz članka 15. ovoga Zakona, skupština turističke zajednice nadzire:

1. vođenje poslova turističke zajednice
2. materijalno i financijsko poslovanje i raspolaganje sredstvima turističke zajednice
3. izvršenje i provedbu programa rada turističke zajednice.

TURISTIČKO VIJEĆE

Turističko vijeće je izvršno tijelo skupštine turističke zajednice.

Turističko vijeće obavlja poslove utvrđene ovim Zakonom i statutom turističke zajednice.

Turističko vijeće je odgovorno skupštini turističke zajednice.

Turističko vijeće može pravovaljano odlučivati ako sjednici prisustvuje više od polovice članova turističkog vijeća.

Turističko vijeće odlučuje većinom glasova prisutnih članova.

Iznimno od stavka 5. ovoga članka, odluku o razrješenju direktora turističke zajednice turističko vijeće donosi dvotrećinskom većinom glasova svih članova turističkog vijeća.

Članovi turističkog vijeća turističke zajednice ne mogu putem punomoći ovlastiti drugu osobu da umjesto njih sudjeluje u radu turističkog vijeća.

Nadležnost turističkog vijeća:

1. provodi odluke i zaključke skupštine turističke zajednice
2. predlaže skupštini godišnji program rada turističke zajednice te izvješće o izvršenju programa rada
3. zajedno s izvješćem o izvršenju programa rada podnosi skupštini izvješće o svom radu
4. upravlja imovinom turističke zajednice sukladno ovom Zakonu i statutu te sukladno programu rada
5. donosi opće akte za rad i djelovanje stručne službe turističke zajednice
6. imenuje direktora turističke zajednice na temelju javnog natječaja te razrješava direktora turističke zajednice
7. utvrđuje granice ovlasti za zastupanje turističke zajednice i raspolaganje financijskim sredstvima turističke zajednice
8. daje ovlaštenje za zastupanje turističke zajednice u slučaju spriječenosti direktora
9. donosi poslovnik o svom radu

10. obavlja i druge poslove utvrđene ovim Zakonom ili drugim propisom.

TROŠKOVI KAMATA I BANKOVNIH NAKANADA

Zbog obima posla i predviđenih troškova planirano je zatražiti dozvoljeno prekoračenje od poslovne banke u iznosu do 100.000,00 kn za eventualno premošćivanje financijskih problema u pripremi sezone.

GODIŠNJI PROGRAM RADA

- (1) Turistička zajednica je obvezna financijska sredstva koristiti sukladno programu rada.
- (2) Skupština turističke zajednice dužna je do kraja tekuće godine donijeti program rada za sljedeću godinu.
- (3) Lokalne turističke zajednice koje pripadaju istoj regionalnoj turističkoj zajednici obvezne su se u postupku donošenja programa rada međusobno usklađivati i koordinirati s nadležnom regionalnom turističkom zajednicom.
- (4) Regionalne turističke zajednice obvezne su se u postupku donošenja godišnjeg programa rada međusobno usklađivati i koordinirati s Hrvatskom turističkom zajednicom.
- (5) Godišnji program rada turističke zajednice izrađuje se po jedinstvenoj metodologiji i obveznim uputama koje donosi Ministarstvo na prijedlog Hrvatske turističke zajednice.
- (6) Prijedlog godišnjeg programa rada lokalna turistička zajednica dužna je dostaviti regionalnoj turističkoj zajednici, a regionalna turistička zajednica Ministarstvu i Hrvatskoj turističkoj zajednici najmanje 15 dana prije održavanja sjednice skupštine na kojoj se odlučuje o prijedlogu godišnjeg programa rada.
- (7) Ako Hrvatska turistička zajednica i regionalna turistička zajednica po dostavljenim prijedlozima godišnjeg programa rada utvrde da nisu ispunjene sve ovim Zakonom propisane zadaće odnosno da zadaće nisu usklađene sa strateškim marketinškim smjernicama i uputama turističke zajednice više razine, dužne su o tome obavijestiti turističku zajednicu koja je takav prijedlog usvojila i turističku zajednicu više razine te Ministarstvo.

Sadržaj i način donošenja godišnjeg programa rada

- (1) Godišnji program rada turističke zajednice obvezno sadrži sve pojedinačno utvrđene planirane zadatke i potrebna financijska sredstva za njihovo izvršenje te posebno planirane zadatke i financijska sredstva predstavništava i ispostava.
- (2) Prijedlog programa rada iz stavka 1. ovoga članka obvezno se dostavlja na razmatranje članovima skupštine turističke zajednice osam dana prije održavanja sjednice na kojoj se on donosi.
- (3) Skupština Hrvatske turističke zajednice donosi godišnji program rada uz prethodnu suglasnost Ministarstva.
- (4) Tijekom godine turistička zajednica može mijenjati i dopunjavati svoj program rada.
- (5) Ako tijekom godine dođe do odstupanja od programa rada u obujmu većem od 5 %, turistička zajednica je dužna donijeti izmjene odnosno dopune programa rada.

(6) Izmjene programa rada iz stavaka 4. i 5. ovoga članka obavljaju se na način i prema postupku kojim se donosi program rada.

(7) Turistička zajednica dužna je program rada iz stavka 1. ovoga članka te izmjene odnosno dopune programa rada objaviti na svojim mrežnim stranicama u roku od osam dana od dana donošenja.

ODLUKU O IZVRŠENJU FINACIJSKOG PLANA TZO OREBIĆ ZA 2021.

Članak 1.

Za izvršenje financijskog plana za 2021. godinu zadužuju se Turističko vijeće i direktor/zastupnik Turističkog ureda sukladno odredbama o nositeljima pojedinih aktivnosti.

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 2021. koje će biti donesene na sjednicama Turističkog vijeća.

Članak 2.

Direktor/zastupnik Turističkog ureda samostalno odlučuje o iznosima do 15.000,00 kn za neplanirane aktivnosti.

Članak 3.

Odobrava se korištenje dopuštenog prekoračenja u iznosu od 100.000,00 kn u 2021. godini.

Članak 4.

Ova odluka stupa na snagu danom donošenja.

Predsjednik TZO Orebić

Tomislav Ančić

Orebić, studeni 2020.