



TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE OREBIĆ

PROGRAM RADA ZA 2022. GODINU

-prijedlog-

UVOD

Metodologija izrade programa rada i financijskog plana temelji se na naputcima Ministarstva turizma i sporta 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.

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 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 „Aksijski 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 2022.

Polazeći od temeljnih strateških ciljeva hrvatskog turizma koji su sljedeći:

- 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 2021. 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 sufinanciranje 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

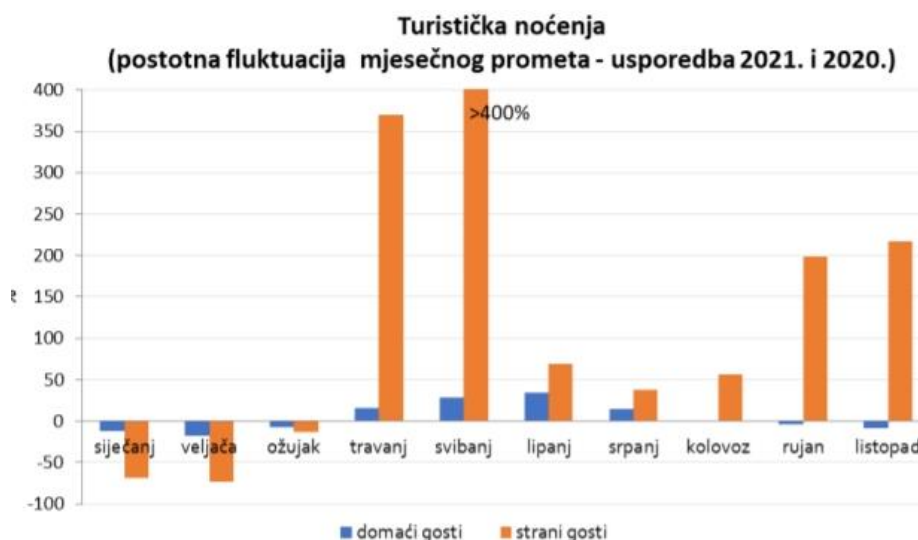
3.3. priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenje u regionalnu turističku zajednicu

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 obrađenim na dan 2. studenog 2021., u razdoblju siječanj-listopad 2021. broj dolazaka stranih turista iznosio je 11.200.043 (indeks 184,89 u usporedbi s razdobljem siječanj-listopad 2020.), dok je broj dolazaka domaćih turista istovremeno iznosio 2.088.931 (indeks 135,63). U istom vremenskom razdoblju ostvareno je 70.975.226 noćenja stranih turista (indeks 166,30), kao i 11.747.432 noćenja domaćih turista (indeks 107,31). Sveukupni (strani i domaći) broj dolazaka u razdoblju siječanj-listopad iznosio je 13.288.974 (indeks 174,90), a istovremeno su zabilježena 82.722.658 noćenja (indeks 154,26).



Izvor: HTZ (podaci eVisitor+integrirano eCrew)

Tijekom razdoblja siječanj-listopad, većina noćenja zabilježena je u komercijalnim smještajnim objektima (84%), nekomercijalni smještajni objekti u ukupnim noćenjima sudjeluju s udjelom od 12%, dok na segment nautičkog chartera otpada 4%.

U komercijalnom segmentu, obiteljski smještaj ostvario je 46% prometa, dok je kamping segment zabilježio četvrtinu prometa, a hotelski smještaj 21%.

Rezultati prema županijama/klasterima

Tijekom razdoblja siječanj-listopad, Istra je u nacionalnim okvirima zabilježila najveći broj noćenja, ispred Splitsko-dalmatinske županije i Kvarnera. Dubrovačko-neretvanska županija se nalazi na šestom mjestu po broju ostvarenih turističkih noćenja u 2021. godini.

| | Dolasci | Noćenja |
|------------------------|-----------|------------|
| Istra | 3.429.976 | 23.293.541 |
| Splitsko-dalmatinska | 2.500.960 | 15.321.336 |
| Kvarner | 2.285.628 | 15.077.814 |
| Zadarska | 1.514.843 | 12.625.909 |
| Šibensko-kninska | 829.059 | 5.879.959 |
| Dubrovačko-neretvanska | 1.005.101 | 5.286.097 |
| Ličko-senjska | 496.825 | 2.624.520 |
| Grad Zagreb | 509.540 | 1.116.580 |
| Karlovačka | 211.896 | 391.204 |
| Krapinsko-zagorska | 129.491 | 259.244 |
| Osječko-baranjska | 65.107 | 150.093 |
| Zagrebačka | 70.719 | 137.054 |
| Varaždinska | 64.653 | 134.560 |
| Međimurska | 56.291 | 131.621 |
| Vukovarsko-srijemska | 30.272 | 61.870 |
| Bjelovarsko-bilogorska | 15.247 | 57.964 |
| Brodsko-posavska | 23.354 | 44.377 |
| Sisačko-moslavačka | 12.420 | 38.271 |
| Požeško-slavonska | 13.489 | 35.344 |
| Koprivničko-križevačka | 13.379 | 31.061 |
| Virovitičko-podavska | 10.724 | 24.239 |

Izvor: HTZ (podaci eVisitor+integrirano eCrew)

Njemačka

Njemačko tržište je treće turističko tržište na svijetu iza USA i Kine, prvo u Europi. Putovanja i turizam visoko su na rang listi prioriteta njemačkih građana. U medijima su turističke teme vrlo zastupljene, a prosječni Nijemac iskusan je putnik. Njemačka domaćinstva svake godine odvajaju značajni dio svog kućnog budžeta za putovanja i godišnji odmor.

U razdoblju do 2025. godine, usporedno sa starenjem stanovništva, procjenjuje se da će udio ukupnih putovanja koje realiziraju osobe starije od 60 godine 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, dok će opast broj putovanja grupe od 14 do 59 godina (za 7,4 milijuna putovanja). Ukupan broj putovanja ostat će uglavnom stabilan.

Poljska

Prema izvješću Poljske turističke komore (PIT) „Inozemna putovanja Poljaka za vrijeme godišnjeg odmora 2018.“ Poljaci najradije godišnji odmor provode u hotelima s 4 ili 5 zvjezdica (8 dana/7 noćenja), u all inclusive aranžmanima, koristeći zrakoplov kao prijevozno sredstvo. Također, sve češće se odlučuju za first minute ponudu što pokazuje zrelost tržišta te opće povjerenje prema putničkim agencijama.

Motiv putovanja: • Sunce i more • Nautički turizam • Poslovni turizam • Kulturni turizam

Proizvodi s perspektivom rasta: • Zdravstveni turizam • Cikloturizam • Eno i gastro • Ruralni i planinski turizam • Golf turizam • Pustolovni i sportski turizam • Ekoturizam

Slovenija

Glavne prednosti naših turističkih destinacija, s gledišta slovenskog gosta, su poznavanje jezika i kulture, bogata gastronomija, enologija, prirodne ljepote i razvedenost obale te dobra mogućnost za prilagodbu smještajnih segmenata (raznovrsnost ponude u smještajnim kapacitetima). Među prednosti svakako možemo ubrojiti i koncentraciju različite ponude na relativno malom prostoru te povezanost ponude s domaćim ponuđačima proizvoda i usluga. Upravo iz gore navedenih razloga, Slovenija za Hrvatsku predstavljaju izuzetno važno, stabilno tržište na koje se Hrvatska može osloniti. Jedan od nedostataka proizlazi iz osjećaja manjeg angažmana domaćina u odnosu na ostale strane goste (nekako se podrazumijeva da Slovenci uvijek dolaze te da su „naši“, uz očekivanja da će imati puno razumijevanja ako se njima ne pristupi na isti način kao njemačkom, britanskom ili austrijskom gostu). Jedan od bitnijih nedostataka, koji se sve češće spominje, je podizanje cijena smještaja, cestarina te cijene u restoranima. Turoperatori uvijek očekuju veću fleksibilnost hotelijera i spremnost na akcijske popuste te bolje uvjete. Nezadovoljstvo također proizlazi i iz činjenice, da se vrše rana stopiranja prodaje sa strane hrvatskih hotelijera koji se u slučajevima praznih kapaciteta u vrijeme visoke sezone okreću tim istim turoperatorima. Također, navode prisustvo hotelijera na tržištu s nižim cijenama od onih koje su dogovarali u vrijeme first minute prodaje od 31. 1. do 31. 3., što pridonosi valu nezadovoljstva kod gostiju koji su bukirali u to vrijeme, odnosno, na početku godine. Navode da imaju više primjera da hotelske kuće u direktnim rezervacijama daju nerealne popuste, odnosno, prodaju po neto agencijskim cijenama što je za agencije apsolutno neodrživo.

Češka

Očuvana priroda, čisto more koje Česi često nazivaju „češko more“, brza i laka dostupnost svim prijevoznim sredstvima, gostoljubivost domaćina, bogata kulturna baština, bliskost jezika te lakoća komunikacije, raznolika ponuda (sportski sadržaji) i odlična gastronomija najvažnije su pozitivne odrednice Hrvatske, zbog kojih su mnogi Česi zavoljeli našu zemlju a mnogima je ona jedina strana odmorišna destinacija u koju se iz godine u godinu rado vraćaju. Za sve zahtjevnije generacije Čeha, koji za svoj novac traže adekvatne usluge, ponudu smještaja i dodatne programe koji će im pružiti nezaboravan doživljaj na godišnjem odmoru, gore navedene prednosti ne moraju više biti dovoljne. Gosti koji su navikli boraviti u drugim zemljama u hotelima, u Hrvatskoj su nezadovoljni zbog visokih cijena hotelskog smještaja u usporedbi s pojedinim konkurentskim zemljama (Grčka, Egipat, Bugarska i Turska). Upozoravaju na nedostatak hotela s tri zvjezdice. Iz godine u godinu u Hrvatskoj se prelazi na hotele s četiri zvjezdice, uz visoke cijene smještaja koje si prosječna češka obitelj ne može priuštiti. Prigovaraju i na visoke cijene u restoranima i jednoličnu ugostiteljsku ponudu. Negativan dojam ostavlja i nedostatak parkirnih mjesta u turističkim ljetovalištima. Najveći nedostaci su način na koji se percipira češkog gosta u odnosu na druge goste. Obitelji s djecom bi rado u Hrvatskoj posjetili aqua parkove i slične atrakcije, kojih u Hrvatskoj još uvijek nema dovoljno.

REZULTATI OSTVARENI U 2021. GODINI

U periodu do 31.10.2021. u općini Orebić ostvareno je 96.925 dolazaka i 809.581 noćenja.

Dolasci u odnosu na isto razdoblje prošle godine porasli su za 66,1%, a noćenja su porasla za 53%. Realno očekujemo ostvarenje od 97.500 dolazaka i 811.000 noćenja do kraja 2021. godine.

Deset zemalja sa najvećim udjelom noćenja na području općine Orebić: Poljska (26,17%), Njemačka (14,6%), Slovenija (13,73%), BIH (9,66%), Češka (9,43%), Hrvatska (8,18%), Austrija (3,59%), Slovačka (2,59%), Mađarska (2,05%), Srbija (1,62%).

Tijekom 2021. naplata Turističke pristojbe i Turističke članarine je umanjena zbog situacije sa pandemijom koronavirusa. MINTS je i za 2021. godinu donio pravilnike o umanjenju:

- Pravilnik o oslobođenju od plaćanja turističke pristojbe u 2021. godini (NN 64/2021)
- Pravilnik o dopuni pravilnika o godišnjem paušalnom iznosu članarine za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu i o obrascima tz za plaćanja članarine turističkoj zajednici

Unatoč neizvjesnosti 2021. godina je bila izuzetna po ostvarenom turističkom prometu. Ako usporedimo sa 2019. ostvareno je 15% manje dolazaka i 10% manje noćenja. Što ocjenjujemo izvrsnim s obzirom na pandemiju i da neki hotelski kapaciteti nisu stavljeni u funkciju.

Ograničenja putovanja, zatvaranje granica, širenjem COVID-19, nedostatkom povjerenja u sigurnost putovanja, loša ekonomska situacija i nedostatak koordiniranog odgovora na pandemiju dodatni su čimbenici koji otežavaju oporavak međunarodnih putovanja.

Tablica 1. Turistički promet po mjesecima (usporedba sa 2019.)

| Datum | Dolasci 2021 | Dolasci 2019 | Indeks dolasci | Noćenja 2021 | Noćenja 2019 | Indeks noćenja |
|-------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 2021/01 / 2019/01 | 82 | 128 | 64,06 | 1.692 | 1.156 | 146,37 |
| 2021/02 / 2019/02 | 173 | 269 | 64,31 | 1.455 | 2.128 | 68,37 |
| 2021/03 / 2019/03 | 286 | 318 | 89,94 | 1.961 | 2.613 | 75,05 |
| 2021/04 / 2019/04 | 780 | 3.507 | 22,24 | 5.194 | 14.320 | 36,27 |
| 2021/05 / 2019/05 | 2.471 | 6.268 | 39,42 | 15.340 | 34.612 | 44,32 |
| 2021/06 / 2019/06 | 11.796 | 17.881 | 65,97 | 78.420 | 113.330 | 69,20 |
| 2021/07 / 2019/07 | 31.623 | 34.204 | 92,45 | 271.124 | 290.204 | 93,43 |
| 2021/08 / 2019/08 | 32.832 | 34.668 | 94,70 | 293.189 | 308.083 | 95,17 |
| 2021/09 / 2019/09 | 14.055 | 14.082 | 99,81 | 119.325 | 110.564 | 107,92 |
| 2021/10 / 2019/10 | 2.827 | 3.984 | 70,96 | 21.881 | 24.846 | 88,07 |
| Ukupno: | 96.925 | 115.309 | 84,06 | 809.581 | 901.856 | 89,77 |

Tablica 2. Turistički promet prema državama dolaska (usporedba sa 2019.)

| Država | Dolasci 2021 | Dolasci 2019 | Indeks dolasci | Noćenja 2021 | Noćenja 2019 | Indeks noćenja | Udio noćenja |
|---------------------|--------------|--------------|----------------|--------------|--------------|----------------|--------------|
| Poljska | 24.995 | 19.336 | 129,27 | 211.865 | 166.357 | 127,36 | 26,17% |
| Njemačka | 14.186 | 16.213 | 87,50 | 118.193 | 136.827 | 86,38 | 14,60% |
| Slovenija | 11.236 | 10.480 | 107,21 | 111.149 | 100.370 | 110,74 | 13,73% |
| Bosna i Hercegovina | 8.419 | 13.971 | 60,26 | 78.222 | 107.234 | 72,95 | 9,66% |
| Češka | 8.065 | 9.304 | 86,68 | 76.368 | 83.344 | 91,63 | 9,43% |
| Hrvatska | 10.328 | 10.074 | 102,52 | 66.263 | 61.500 | 107,74 | 8,18% |
| Austrija | 3.559 | 3.866 | 92,06 | 29.090 | 31.496 | 92,36 | 3,59% |
| Slovačka | 2.308 | 2.701 | 85,45 | 20.988 | 23.450 | 89,50 | 2,59% |
| Mađarska | 2.072 | 2.753 | 75,26 | 16.590 | 20.839 | 79,61 | 2,05% |
| Srbija | 1.160 | 1.242 | 93,40 | 13.148 | 14.961 | 87,88 | 1,62% |

Tablica 3. Turistički promet po turističkim naseljima (usporedba sa 2019.)

| Objekt lokacija Naselje | Noćenja 2021 | Noćenja 2019 | Broj noćenja Indeks | Dolasci 2021 | Dolasci 2019 | Broj dolazaka Indeks |
|-------------------------|----------------|----------------|---------------------|---------------|----------------|----------------------|
| Donja Banda | 21.496 | 20.784 | 103,43 | 2.569 | 2.509 | 102,39 |
| Kučiste | 103.690 | 107.775 | 96,21 | 11.502 | 12.805 | 89,82 |
| Kuna Pelješka | 4.323 | 3.846 | 112,40 | 518 | 369 | 140,38 |
| Lovište | 67.393 | 68.547 | 98,32 | 7.236 | 7.558 | 95,74 |
| Orebić | 396.933 | 496.918 | 79,88 | 52.577 | 69.853 | 75,27 |
| Oskorušno | 5.208 | 6.017 | 86,55 | 474 | 525 | 90,29 |
| Pijavičino | 799 | 861 | 92,80 | 95 | 76 | 125,00 |
| Podgorje (Orebić) | 7.518 | 8.511 | 88,33 | 700 | 850 | 82,35 |
| Podbuče | 20.250 | 19.207 | 105,43 | 1.832 | 1.916 | 95,62 |
| Potomje | 28.495 | 25.964 | 109,75 | 3.000 | 2.707 | 110,82 |
| Stanković | 33.618 | 34.456 | 97,57 | 4.249 | 4.598 | 92,41 |
| Trstenik (Orebić) | 10.705 | 13.016 | 82,24 | 1.284 | 1.765 | 72,75 |
| Viganj | 109.323 | 95.954 | 113,93 | 10.898 | 9.778 | 111,45 |
| Ukupno | 809.751 | 901.856 | 89,79 | 96.934 | 115.309 | 84,06 |

Tablica 4. Turistički promet prema vrsti smještaja (usporedba sa 2019.)

| Vrsta objekta | Dolasci 2021 | Dolasci 2019 | Indeks dolasci ukupno | Noćenja 2021 | Noćenja 2019 | Indeks noćenja ukupno |
|------------------------------------|---------------|----------------|-----------------------|----------------|----------------|-----------------------|
| Objekti u domaćinstvu | 43.529 | 47.374 | 91,88 | 365.819 | 379.125 | 96,49 |
| Kampovi | 29.017 | 29.363 | 98,82 | 243.713 | 244.058 | 99,86 |
| Nekomercijalni smještaj | 7.609 | 9.645 | 78,89 | 102.301 | 115.968 | 88,21 |
| Hoteli | 10.680 | 25.819 | 41,36 | 58.108 | 142.038 | 40,91 |
| Ostali ugostiteljski objekti | 5.836 | 2.850 | 204,77 | 37.250 | 18.786 | 198,29 |
| Objekti na OPG-u (seljački domovi) | 254 | 258 | 98,45 | 2.390 | 1.881 | 127,06 |
| Ostalo | 0 | 0 | 0,00 | 0 | 0 | 0,00 |
| Plovni objekt | 0 | 0 | 0,00 | 0 | 0 | 0,00 |
| Restorani | 0 | 0 | 0,00 | 0 | 0 | 0,00 |
| Ukupno: | 96.925 | 115.309 | 84,06 | 809.581 | 901.856 | 89,77 |

Tablica 5. Turistički promet po mjesecima (usporedba sa 2020.)

| Datum | Dolasci 2021 | Dolasci 2020 | Indeks dolasci ukupno | Noćenja 2021 | Noćenja 2020 | Indeks noćenja ukupno |
|-------------------|---------------|---------------|-----------------------|----------------|----------------|-----------------------|
| 2021/01 / 2020/01 | 82 | 203 | 40,39 | 1.692 | 1.872 | 90,38 |
| 2021/02 / 2020/02 | 173 | 267 | 64,79 | 1.455 | 2.013 | 72,28 |
| 2021/03 / 2020/03 | 286 | 198 | 144,44 | 1.961 | 2.886 | 67,95 |
| 2021/04 / 2020/04 | 780 | 50 | 1.560,00 | 5.194 | 2.749 | 188,94 |
| 2021/05 / 2020/05 | 2.471 | 298 | 829,19 | 15.340 | 3.024 | 507,28 |
| 2021/06 / 2020/06 | 11.796 | 6.593 | 178,92 | 78.420 | 42.955 | 182,56 |
| 2021/07 / 2020/07 | 31.623 | 21.084 | 149,99 | 271.124 | 190.756 | 142,13 |
| 2021/08 / 2020/08 | 32.832 | 23.377 | 140,45 | 293.189 | 218.371 | 134,26 |
| 2021/09 / 2020/09 | 14.055 | 5.507 | 255,22 | 119.325 | 56.299 | 211,95 |
| 2021/10 / 2020/10 | 2.827 | 781 | 361,97 | 21.881 | 8.325 | 262,83 |
| Ukupno: | 96.925 | 58.358 | 166,09 | 809.581 | 529.250 | 152,97 |

Tablica 6. Turistički promet prema dobi (usporedba sa 2020.)

| Turist Starost | Noćenja 2021 | Noćenja 2019 | Broj noćenja Indeks | Dolasci 2021 | Dolasci 2019 | Broj dolazaka Indeks |
|----------------|----------------|----------------|---------------------|---------------|----------------|----------------------|
| 0-5 | 41.539 | 47.620 | 87,23 | 4.851 | 5.773 | 84,03 |
| 12-17 | 77.044 | 85.799 | 89,80 | 8.228 | 10.914 | 75,39 |
| 18-24 | 46.262 | 51.500 | 89,83 | 5.597 | 6.607 | 84,71 |
| 25-34 | 86.630 | 80.578 | 107,51 | 13.478 | 12.710 | 106,04 |
| 35-44 | 150.785 | 168.664 | 89,40 | 18.990 | 21.865 | 86,85 |
| 45-54 | 153.285 | 165.786 | 92,46 | 18.495 | 21.212 | 87,19 |
| 55-64 | 101.004 | 117.283 | 86,12 | 11.993 | 15.416 | 77,80 |
| 6-11 | 76.740 | 88.474 | 86,74 | 8.398 | 10.083 | 83,29 |
| 65-120 | 76.462 | 96.152 | 79,52 | 6.904 | 10.729 | 64,35 |
| Ukupno | 809.751 | 901.856 | 89,79 | 96.934 | 115.309 | 84,06 |

Tablica 7. Turistički promet DNŽ (od 1.1. do 31.10.2020. usporedba sa 2020. godinom)

| Turistička zajednica | Domaći | Strani | Dolasci Ukupno | 2020. | Indeks | Domaći | Strani | Noćenja Ukupno | 2020. | Indeks |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|----------------|------------------|------------------|------------------|---------------|
| Turistička zajednica grada - Dubrovnik | 48.426 | 456.659 | 505.085 | 218.389 | 231,28 | 148.694 | 1.734.248 | 1.882.942 | 828.717 | 227,21 |
| Turistička zajednica općine - Orebić | 10.392 | 86.707 | 97.099 | 58.506 | 165,96 | 66.899 | 743.814 | 810.713 | 530.772 | 152,74 |
| Turistička zajednica općine - Konavle | 3.869 | 57.002 | 60.871 | 23.474 | 259,31 | 16.732 | 321.998 | 338.730 | 140.425 | 241,22 |
| Turistička zajednica grada - Korčula | 12.028 | 47.228 | 59.256 | 31.821 | 186,22 | 63.584 | 263.610 | 327.194 | 207.786 | 157,47 |
| Turistička zajednica općine - Župa dubrovačka | 6.991 | 52.512 | 59.503 | 25.333 | 234,88 | 28.798 | 283.427 | 312.225 | 140.353 | 222,46 |
| Turistička zajednica općine - Blato | 2.104 | 18.027 | 20.131 | 13.896 | 144,87 | 18.948 | 179.645 | 198.593 | 150.191 | 132,23 |
| Turistička zajednica općine - Slivno | 1.959 | 19.631 | 21.590 | 13.686 | 157,75 | 17.567 | 171.108 | 188.675 | 132.803 | 142,07 |
| Turistička zajednica općine - Vela Luka | 5.288 | 18.675 | 23.963 | 14.015 | 170,98 | 26.371 | 145.183 | 171.554 | 108.428 | 158,22 |
| Turistička zajednica općine - Ston | 3.068 | 21.847 | 24.915 | 14.458 | 172,33 | 16.851 | 132.594 | 149.445 | 105.624 | 141,49 |
| Turistička zajednica općine - Mljet | 7.125 | 20.108 | 27.233 | 16.281 | 167,27 | 34.937 | 99.800 | 134.737 | 94.998 | 141,83 |
| Turistička zajednica općine - Dubrovačko | 1.816 | 17.070 | 18.886 | 6.756 | 279,54 | 9.785 | 124.256 | 134.041 | 52.799 | 253,87 |
| Turistička zajednica općine - Trpanj | 1.507 | 12.945 | 14.452 | 6.598 | 219,04 | 10.869 | 115.000 | 125.869 | 71.467 | 176,12 |
| Turistička zajednica općine - Lumbarda | 2.851 | 11.806 | 14.657 | 8.807 | 166,42 | 21.791 | 100.243 | 122.034 | 81.905 | 148,99 |
| Turistička zajednica općine - Janjina | 625 | 8.881 | 9.506 | 5.653 | 168,16 | 5.413 | 78.176 | 83.589 | 59.551 | 140,37 |
| Turistička zajednica općine - Lastovo | 3.908 | 5.635 | 9.543 | 6.277 | 152,03 | 22.741 | 46.190 | 68.931 | 47.485 | 145,16 |
| Turistička zajednica općine - Smokvica | 1.119 | 5.006 | 6.125 | 2.156 | 284,09 | 7.817 | 37.453 | 45.270 | 23.057 | 196,34 |
| Turistička zajednica grada - Ploče | 1.563 | 4.856 | 6.419 | 3.794 | 169,19 | 9.096 | 35.019 | 44.115 | 35.403 | 124,61 |
| Turistička zajednica grada - Metković | 3.052 | 2.776 | 5.828 | 3.135 | 185,90 | 6.067 | 7.715 | 13.782 | 7.626 | 180,72 |
| Turistička zajednica grada - Opuzen | 50 | 439 | 489 | 307 | 159,28 | 208 | 3.504 | 3.712 | 2.332 | 159,18 |
| Turistička zajednica Dubrovačko-neretva (nepoznato) | 0 | 20 | 20 | 11 | 181,82 | 0 | 260 | 260 | 128 | 203,12 |
| Ukupno: | 117.741 | 867.830 | 985.571 | 473.353 | 208,21 | 533.168 | 4.623.243 | 5.156.411 | 2.821.850 | 182,73 |

PROGRAM RADA ZA 2022. 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 | 2.123.000,00 kn |
| 1.2. Članarina | 200.000,00 kn |

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

3. Prihodi od sustava turističkih zajednica

Turističke zajednice s Pelješca su se projektno udružile u razvoju proizvoda – razvoj manifestacija i outdoor ponude. Planirano je nakon što ministarstvo donese pravilnik za udružene tz ostvariti prihode. 40.000,00 kn

4. Prihodi iz EU fondova

5. Prihodi od gospodarske djelatnosti

Prodaja ulaznica i prihodi od sponzorstva za Pelješac festival.

200.000,00 kn

6. Preneseni prihod iz prethodne godine

271.646,00 kn

7. Ostali prihodi

SVEUKUPNI PRIHODI

2.834.646,00 kn

RASHODI

1. Istraživanje i strateško planiranje

- 1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

Pripreme radnje za razvojne strategije turizma Pelješca. Novi dokument bi: definirao viziju i dugoročne ciljeve razvoja turizma na razini cijelog razmatranog područja koji će

biti usklađeni s razvojnim ciljevima definiranim u Nacionalnoj razvojnoj strategiji Republike Hrvatske do 2030. godine

Nositelj aktivnosti: TZO Orebić i ostale TZ s Pelješca

Iznos potreban za realizaciju: 25.000,00 kn

Rokovi realizacije: kraj 2022. 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.

Postavljanje dokumenata i početak implementacije IQM: nulto mjerenje indikatora kvalitete destinacije, mjerenje indikatora održivog razvoja, mjerenje učinkovitosti tz.

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

Nositelj aktivnosti: TZOO, Feel IQM

Iznos potreban za realizaciju: 23.000 kn

Rokovi realizacije: prosinac 2022. godine

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

Nije planirano

2. Razvoj turističkog proizvoda

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

Interpretacija povijesne jezgre Orebića

Projekt interpretacije povijesne jezgre Orebića

Približiti pomorsku povijest Orebića kroz sustav postavljanja interpretacijskih tabela povezanih QR kodom sa stranicom TZ te izdavanje brošure/vodiča. Tabele bi postavljali na ulazu u povijesnu jezgru, te na određene lokacije (muzej, fontane, ulica Geta, kapetanske kuće itd)

INTERPRETACIJSKE TABELE > WEB > BROŠURA/VODIČ

Cilj aktivnosti: interpretacija povijesne jezgre Orebića

Nositelj aktivnosti: TZOO, Pomorski muzej

Iznos potreban za realizaciju: 75.000,00 kn

Rokovi realizacije: prosinac 2022. godine

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

U sklopu implementacije IQM održavati će se edukacije prema temama koje su prioriteti tz s područja Pelješca.

Nastavak implementacije sustava označavanja kvalitete – postavljanje standarda u destinaciji sukladno smjernicama i konceptualnim preporukama UNWTO-a.

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

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

Iznos potreban za realizaciju: 23.000,00 kn

Rokovi realizacije: prosinac 2022.

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

Planiraju se organizirati manifestacije prema epidemiološkim mogućnostima:

- Uskršnji, Božić i Nova Godina 30.000 kn
- Zvuci Dalmacije 25.000 kn
- Okusi Pelješca 40.000 kn
- Noći vina 15.000 kn
- klapske večeri 30.000 kn
- koncerti zabavne glazbe 80.000 kn
- predstave 20.000 kn
- sportske manifestacije 20.000 kn
- Ostale manifestacije 130.000 kn
- ZAMP 15.000 kn
- Osim toga planiraju se održati i tri festivala u suradnji sa ostalim TZ sa Pelješca: Festival (peljeških) kapetana od 15.5. – 15.6., Festival peljeških okusa 15.6. – 15.7. i Festival soli od 20.8. – 20.9. TZO Orebić je nositelj **Festivala kapetana**, što znači sve manifestacije unutar festivala su u našoj organizaciji. Koncepti festivala bi bili slični kao i u 2021. godini kada su sa pelješkim menijima sudjelovali restorani, a sa popustima za vino vinarije sa cijelog Pelješca. Iznos: 50.000 kn
- **Pelješac Festival** – nakon koncerta održanog na Trgu Peljeških jedara 11.9.2021. planiramo nastavak sa festivalom koji bi se proširio na cijeli Pelješac i trajao bi od 4. – 18.9.2022. godine. Iznos: 410.000,00 kn

Početak godine poslati će se javni poziv za kandidiranje manifestacija i projekata za dodjelu potpore prema Programu rada za 2022. 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: TZOO, TV TZOO, razne udruge i privatnici

Iznos potreban za realizaciju: 865.000,00 kn

Rokovi realizacije: prosinac 2022.

2.4. Turistička infrastruktura

2.5. Podrška turističkoj industriji

3. Komunikacija i oglašavanje

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

Skladište image brošura koje se distribuiraju u suradnji sa HTZ i TZ DNŽ.

Cilj aktivnosti: promocija turističke ponude Orebića

Nositelj aktivnosti: TZOO

Iznos potreban za realizaciju: 5.000,00 kn

Rokovi realizacije: lipanj 2022.

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, TZOO

Iznos potreban za realizaciju: 20.000 kn

Rokovi realizacije: do kraja 2022. godine

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

Izrada i distribucija promotivnih materijala:

- Novi plan Orebića sa kartom općine Orebić 50.000 kn
- Novi Vodič Orebića 50.000 kn
- Nova Brdsko biciklistička i karta pješačkih ruta Pelješca 45.000 kn

Tiskani materijali za Pelješac Festival 13.000 kn

Festival kapetana 5.000 kn

Plakati, flyeri, knjižica sa popisom manifestacija i ostali materijali 20.000 kn

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

Cilj aktivnosti: informiranje turista

Nositelj aktivnosti: TZOO

Iznos potreban za realizaciju: 183.000 kn

Rokovi realizacije: do kraja 2022. godine

3.8. Internetske stranice

- Upravljanje web stranicom; hosting, popunjavanje sadržaja, tekstovi i prijevodi, implementacije novih sadržaja. 20.000 kn
- Pripremne radnje za novu zajedničku web stranicu Pelješca koju bi radili sa sve četiri turističke zajednice. 10.000 kn
- Radovi na stranici croatia.hr 10.000 kn

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

Nositelj aktivnosti: TZOO

Iznos potreban za realizaciju: 40.000,00 kn

Rokovi realizacije: kontinuirano do kraja 2022. godine

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

Planiramo povećati bazu fotografija te izraditi nove fotografije i video za Outdoor Pelješac.

Nositelj aktivnosti: TZOO

Iznos potreban za realizaciju: 50.000 kn

Rokovi realizacije: srpanj 2022.

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.
 - Plaće informatora 230.000 kn
 - Pješačka i brdsko biciklistička signalizacija 50.000 kn
 - Postavljanje novih tabela Plan mjesta 40.000 kn
 - Postavljanje interpretacijskih tabela na ulazu u mjesta 40.000 kn
 - Smeđa signalizacija 40.000 kn

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

Nositelji aktivnosti: TZOO, TIC

Iznos potreban za realizaciju: 400.000 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.

Cilj aktivnosti: održavanje i upravljanje postojećim informacijskim sustavima

Nositelj aktivnosti: TZOO, TV TZOO

Iznos potreban za realizaciju: 10.000 kn

Rokovi realizacije: do kraja 2021. godine

4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

- U sklopu projekta IQM postavljamo mjerenje dionika u destinaciji. Mjerenje online reputacije se postavlja u četiri grupe: Ukupno grupa Orebić, Iqm destination Orebić dionici, ukupno Pelješac, Iqm destination Pelješac dionici.
- Edukacije prema izboru vijećnika (mali iznajmljivači, kuhari, itd)

Nositelj aktivnosti: TZOO, Feel IQM

Iznos potreban za realizaciju: 43.000 kn

Rokovi realizacije: do kraja 2022. 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, vanjski fitness...)

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

Nositelj aktivnosti: TV TZOO, Općina Orebić, TZOO

Iznos potreban za realizaciju: 350.000 kn

Rokovi realizacije: srpanj 2022.

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 TZO Orebić

Iznos potreban za realizaciju: 400.000,00 kn

6.2. Materijalni troškovi

Troškovi funkcioniranja ureda turističke zajednice: režijski troškovi, najam prostora, uredska oprema i materijal, pravni poslovi, poštarina, računovodstvene usluge, 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: 132.046,00 kn

8. Pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine

Nije planirano.

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.

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 direktoru 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 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 2022.

Članak 1.

Za izvršenje financijskog plana za 2022. godinu zadužuju se Turističko vijeće i direktor/zastupnik turističke zajednice 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 2022. koje će biti donesene na sjednicama Turističkog vijeća.

Članak 2.

Direktor/zastupnik turističke zajednice 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 2022. godini.

Članak 4.

Ova odluka stupa na snagu danom donošenja.

Predsjednik TZO Orebić

Tomislav Ančić

Orebić, studeni 2021.