



Metodologija i obvezatne upute za izradu godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju godišnjeg programa rada

Zagreb, 10. studenoga 2020.

SADRŽAJ

UVOD	3
1 PROGRAM RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE – POLAZIŠTE	4
2 OSNOVNE SMJERNICE PLANIRANJA	6
3 MODEL I STRUKTURA GODIŠNJEG PROGRAMA RADA ZA SVE RAZINE SUSTAVA TZ - opisni dio ..	11
HRVATSKA TURISTIČKA ZAJEDNICA	11
(pojedinačno planirani zadaci prema aktivnostima)	11
REGIONALNA TURISTIČKA ZAJEDNICA	18
(pojedinačno planirani zadaci prema aktivnostima)	18
LOKALNA TURISTIČKA ZAJEDNICA	24
(pojedinačno planirani zadaci prema aktivnostima)	24
4 IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA	33

UVOD

Na temelju članka 55. i 57. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) ministrica turizma i sporta Republike Hrvatske donosi Metodologiju i obvezatne upute za izradu godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju godišnjeg programa rada za sve razine sustava turističkih zajednica.

Uvažavajući činjenicu kako je od 1. siječnja 2020. stupio na snagu novi zakon koji uređuje sustav turističkih zajednica, Hrvatska turistička zajednica je izradila novu metodologiju i standarde planiranja i izvješćivanja u sustavu turističkih zajednica temeljenu na novoj strukturi zadaća na svim razinama sustava.

Turističke zajednice svoje aktivnosti planiraju i iskazuju 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 te posebno planirane zadatke i financijska sredstva predstavništava i ispostava kada je riječ o Hrvatskoj turističkoj zajednici.

Kao novost je važno naglasiti 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 u aktivnosti i uloga u razvoju, implementaciji i provedbi zadaća prema razinama ustroja turističkih zajednica.

1 PROGRAM RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE – POLAZIŠTE

Osnovne pretpostavke planiranja

Prilikom definiranja godišnjeg programa rada turističke zajednice, polazište je u osnovnim ciljevima turističkih zajednica koji su definirani u članku 9. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20), pa je u skladu s navedenim rad turističkih zajednica usmjeren na tri glavna pravca djelovanja:

- A. 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.
- B. 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.
- C. 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.

Zadaće turističkih zajednica sadržane su u Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) prema razini ustroja turističkih zajednica prema sljedećoj strukturi:

- **LTZ** – lokalne turističke zajednice – članak 32. Zakona
- **RTZ** – regionalne turističke zajednice – članak 38. Zakona
- **HTZ** – Hrvatska turistička zajednica – članak 46. Zakona

Godišnji program rada mora jasno prikazati koji su ciljevi koje se u promatranom razdoblju trebaju ostvariti (što želimo postići), kako će se ti ciljevi ostvariti i koje aktivnosti se moraju poduzeti da bi se došlo do cilja (rezultata), naravno imajući u vidu specifičnost svake od razina ustroja.

Prema tome, treba voditi računa da ciljevi moraju biti usmjereni na rezultat i biti financijski mogući.

Uz generalne ciljeve propisane Zakonom, prilikom izrade godišnjeg programa rada, turističke zajednice dužne su iskazati detaljan i precizan cilj provođenja svih pojedinačno planiranih aktivnosti uzimajući u obzir ciljeve definirane strateškim marketinškim dokumentima.

MARKETINŠKE STRATEGIJE

Prilikom planiranja aktivnosti, turističke zajednice, pored zakonskih odrednica, dužne su voditi računa o smjernicama iz nacionalnih marketinških strateških dokumenata, a posljedično navedenom i regionalnih strateških marketinških dokumenata koji se poštujući načelo unificiranosti i konsolidacije naslanjaju na nacionalne dokumente.

Po uzoru na iskazano, lokalne turističke zajednice, u izradi strateških dokumenata i akcijskih planova koji imaju za cilj strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini, dužne su pratiti odrednice iz nacionalnih, odnosno regionalnih strateških dokumenata.

S obzirom da je globalno usmjerenje na očuvanju prirodnih i kulturnih resursa, zaštiti, zdravlja i sigurnosti te održivom upravljanju destinacijom na svim razinama, preporučljivo je prilikom planiranja aktivnosti za naredno razdoblje uzeti u obzir naprijed navedene globalne smjernice.

2 OSNOVNE SMJERNICE PLANIRANJA

PRIHODI

U godišnjem programu rada turističke zajednice dužne su iskazati detaljan i precizan opis preduvjeta, odnosno aktivnosti koje je potrebno provesti kako bi se ostvarili pojedini prihodi.

Isto tako potrebno je iskazati temeljem kojih propisa, odluka, sporazuma, javnih poziva, natječaja i sl. i u suradnji s kojim subjektima/partnerima turistička zajednica ostvaruje određene prihode te istaknuti terminski plan, odnosno dinamiku ostvarenja prihoda u cijelosti.

Prihodi se iskazuju opisno.

Izvorni prihodi:

- Turistička pristojba;
- Članarina.

Kao pretpostavku za planiranje izvornih prihoda u narednom razdoblju turističke zajednice u obzir uzimaju fizički obujam turističkog prometa u tekućoj godini kao i gospodarska i tržišna kretanja imajući u vidu i najave za naredno razdoblje što kad je o pozitivnim učincima riječ, predstavlja otvaranje novih turističkih kapaciteta te nadogradnju postojećih, porast avio prometa i interes novih aviokompanija za Hrvatsku i sl.

Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna:

- **prihodi iz jedinice lokalne, regionalne, područne samouprave i iz državnog proračuna** – temeljeno na izglasanom proračunu, Sporazumu, odluci i sl. i prihodi iz državnog proračuna

Prihodi od sustava turističkih zajednica:

- Sredstva iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent koje dodjeljuje HTZ, a potom i RTZ prema LTZ u skladu s Pravilnicima i Javnim pozivima;
- Sredstva iz Fonda za udružene turističke zajednice koje dodjeljuje HTZ u skladu s Pravilnikom i Javnim pozivom;
- Ostale potpore, donacije, participacije i sl. koje se provode na svim razinama sustava sukladno odlukama, sporazumima, natječajima i ostalim načinima pisano regulirane suradnje.

Napomena:

- Sredstva iz Fondova što ih HTZ transferira prema RTZ i LTZ, HTZ iskazuje u grupi zadaća FONDOVI – posebne namjene te ista ne iskazuje na prihodovnoj strani programa rada.
- RTZ sredstva iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent koja joj doznačuje HTZ, a koja RTZ daljnje doznačuje prema LTZ, RTZ iskazuje u grupi zadaća FONDOVI – posebne namjene. Dodatno, naprijed navedena sredstva RTZ ne prikazuje kao prihode s obzirom da su LTZ-i krajnji korisnici sredstava.

Prihodi iz EU fondova

- Prihode koje turistička zajednica ostvaruje za provedbu određenog projekta koji se financira sredstvima iz EU fondova.

Prihodi od gospodarske djelatnosti:

- Prihodi od zakupa imovine i/ili javnih površina danih na kratkotrajno upravljanje od strane jedinice lokalne, regionalne, područne samouprave (zakup štandova i kućica za manifestacije, zakup dijela poslovnog prostora za bankomat ili za nekakav drugi oblik gospodarske djelatnosti ukoliko je poslovni prostor u vlasništvu turističke zajednice);
- Prihodi od upravljanja javnom turističkom infrastrukturuom (naplata parkinga na gradskom parkiralištu, naplata ulaznica za lokalitete, zakup prostora od stane gospodarskih subjekata, zakup oglasnog prostora i sl.);

Prihodi od organizacije manifestacija i priredbi koje pridonose turističkom identitetu destinacije (prodaja ulaznica, bonovi, prihodi od sponzorstava i sl.)

- Prihodi od objavljivanja komercijalnih oglasa na svojim digitalnim online i offline kanalima komunikacije i zaključivanja sponzorskih ugovora u svrhu financiranja zadaća;
- Prihodi od organiziranja stručnih skupova i edukacija (naplata kotizacija za sudjelovanje na stručnim skupovima i edukacijama)

Preneseni prihodi iz prethodne godine:

- Ovisno o procjeni financijskog rezultata poslovanja tekuće godine, iskazuje se preneseni prihod za narednu godinu.

Ostali prihodi:

- Prihodi od pravnih i fizičkih osoba (u slučaju kada građani i gospodarski subjekti svojevrijemno podupiru određenu aktivnost koju provodi turistička zajednica);
- Prihodi od dragovoljnih članova Skupštine turističke zajednice
- Ostale donacije, potpore, pomoći i sl.

AKTIVNOSTI

Kod pojedinačno planiranih aktivnosti iste je potrebno iskazati prema sljedećim odrednicama:

- cilj aktivnosti/detaljan i precizan opis aktivnosti
- nositelji aktivnosti i partneri (Organizacijska jedinica unutar ureda)
- iznos potreban za realizaciju aktivnosti
- rokovi realizacije aktivnosti

Primjer 1.

Organizacija biciklističke utrke

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

Turistička zajednica već treću godinu za redom organizira biciklističku utrku koja značajno pridonosi razvoju turističkog proizvoda cikloturizma u destinaciji na svim razinama. Organizacija se provodi u suradnji s ključnim partnerima koji posjeduju stručna znanja, iskustvo i ideje/prijedloge za dugoročni razvoj predmetnog turističkog proizvoda na našem području. U utrci sudjeluju tuzemni i inozemni natjecatelji te se iz godine u godinu za utrku prijavljuje sve veći broj natjecatelja što je jedan od ključnih indikatora uspješnosti. Troškovi organizacije i provedbe biciklističke utrke uključuju sljedeće:

- Marketinška kampanja na tržištu Italije, Slovenije, Mađarske, Bosne i Hercegovine, Srbije i Hrvatske;
- Redizajn logotipa i snimanje promotivnog video spota ;
- Izrada plakata namijenjenih promociji i najavi biciklističke utrke;
- Troškovi izrade materijala (smjerokazi, zastave, banneri, pehari i medalje);
- Angažmana glazbenih izvođača;
- Angažman voditelja programa;
- Najam pozornice, razglasa i rasvjete;
- Troškovi reprezentacije (ugostiteljske usluge, hrana i piće i smještaj određenih sudionika).

Cilj aktivnosti:

Razvoj cikloturizma kao jednog od najzastupljenijih turističkih proizvoda na području destinacije te razvijanja svijesti o općoj dobrobiti aktivnog i rekreacijskog bavljenja sportom u skladu sa strateškim marketinškim dokumentima. Nakon provedene organizacije turističke utrke turističkoj zajednici će u vlasništvu ostati smjerokazi i zastave koje će koristiti u

organizaciji biciklističke utrke iduće godine. Također će se višak letaka podijeliti gostima na

specijaliziranom biciklističkom sajmu, čime će se promovirati cikloturizam destinacije i najaviti organizacija nove biciklističke utrke.

Nositelji aktivnosti i partneri:

TZ, HBS (Hrvatski biciklistički savez) i CEDRA

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :

150.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti:

svibanj 2021.

Primjer 2.

Izrada i postavljanje turističke signalizacije

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Na području na kojem djeluje turistička zajednica iz godine u godinu raste broj predstavnika turističke ponude, smještajnih aktivnosti i ostalih atrakcija što predstavlja preduvjet za izradu novih i popravak već postojećih tabli turističke signalizacije. Turistička zajednica će u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom postaviti nove table turističke signalizacije najkasnije do kraja prvog kvartala. Troškovi organizacije i provedbe predmetne aktivnosti uključuju izradu i postavljanje 10 novih tabli smeđe signalizacije u iznosu od te reparaciju 4 postojeće table smeđe signalizacije.

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista te osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa i zadovoljenje gospodarskih interesa na području destinacije.

Nositelji aktivnosti:

TZ, Grad, Komunalno poduzeće

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

50.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti:

31. ožujka 2021.

3 MODEL I STRUKTURA GODIŠNJEG PROGRAMA RADA ZA SVE RAZINE SUSTAVA TZ - opisni dio

Uvod u program rada – istovjetan za sve razine sustava TZ

U uvodu je potrebno navesti:

- detaljne i precizne dugoročne i kratkoročne strateške ciljeve turističke zajednice;
- akcijske planove turističke zajednice koji proizlaze iz strateških ciljeva i dokumenata (u slučaju da LTZ nema strateških dokumenata dužna je ciljeve preuzeti iz strateških dokumenata RTZ-a)
- podatke o ostvarenom turističkom prometu u tekućoj godini;
- procjenu fizičkog obujma turističkog prometa u predstojećoj godini;
- osnovne parametre za planiranje prihoda prema izvorima.

HRVATSKA TURISTIČKA ZAJEDNICA (pojedinačno planirane aktivnosti)

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

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

- Sudjelovanje u izradi nacionalne strategije razvoja hrvatskog turizma
- Donošenje strateškog i operativnog marketinškog plana hrvatskog turizma;
- Sudjelovanje u izradi strateških dokumenata i druge planske podloge za razvoj turizma

1.2. Istraživanje i analiza tržišta:

- Istraživanja tržišta za potrebe izrade strateških marketinških dokumenata

- Pripreme i objave analiza vezanih uz istraživanje tržišta/*market intelligence* - temeljna turistička statistika Hrvatske i analiza podataka o turizmu
- Suradnja s međunarodnim institucijama u području istraživanja tržišta, menadžment u funkciji održivog razvoja turizma i analiza karakteristika vrsta smještaja
- Analize tržišta, kretanje trendova, *benchmarking*, analize koje će se izrađivati prema potrebi za obavljanje raznih zadataka i aktivnosti
- Provođenje istraživanja o zadovoljstvu posjetitelja i druga tržišna istraživanja

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti:

- Uspostavljanje djelotvornog mehanizma mjerenja i nadzora učinkovitosti provedenih promotivnih aktivnosti na svim razinama turističkih zajednica
- Povratna informacija o ulaganjima TZ-ova na svim razinama promocije (marketinške kampanje, *online i offline* aktivnosti , PR i sl.)
- Razne ankete koje se provode ispitivanjem javnog mnijenja (npr. ispitivanje turista o doživljaju provedenih promotivnih kampanja)

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda:

- Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda (ključni atributi, motivi, resursi i ciljane skupine ponude) na nacionalnoj razini u suradnji sa sustavom TZ i ostalim relevantnim dionicima koji sudjeluju u turističkoj aktivnosti

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda:

- Uspostava sustava označavanja kvalitete, npr. *labeling* obiteljskog smještaja i općenito dodjela oznaka kvalitete u suradnji sa sustavom TZ
- Suradnja s renomiranim pružateljima usluga označavanja kvalitete (npr. Michelin, JRE, GMO i dr.)

- Suradnja s predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji (npr. suradnja TZ-a s ugostiteljima, hotelijerima itd.)
- Podrška razvoju proizvoda (npr. nautički turizam, zdravstveni turizam, eno-gastro, itd.)

2.3. Podrška turističkoj industriji:

- Podrška razvoju programa DMK
- Suradnja s relevantnim strukovnim udruženjima u pogledu razvoja proizvoda

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1. Definiranje *branding* sustava i *brend* arhitekture

- Odabir ikona, simbola, mitova, glazbe i sl. za koje se smatra da su suština Hrvatske kao turističke destinacije

3.2. Oglašavanje destinacijskog *brenda*, turističke ponude i proizvoda:

- Nacionalna *brend* kampanja
- Posebne tematske kampanje po turističkim proizvodima i prigodne kampanje (npr. Nautika, Advent, Poslovni turizam, Zdravstveni turizam i dr.)
- Projektna suradnja s medijima i *travel platformama* (*travel platforme*, domaći i inozemni mediji, vanjsko oglašavanje u zemlji i sl.)
- *Offline i online oglašavanje* te komunikacija na društvenim mrežama te ostalim kanalima komunikacije

3.3. Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR):

- Globalni PR (PR aktivnosti na emitivnim tržištima, posebni PR projekti, *Pressclipping* i medijska analiza na inozemnom i domaćem tržištu, itd.)
- Domaći PR (Praćenje i analiza medijskih i online objava, posebni PR projekti)
- Studijska putovanja za predstavnike medije u suradnji sa sustavom TZ

3.4. Marketinške i poslovne suradnje:

- Strateški projekti i marketinške suradnje (npr. s avioprijevoznicima, turoperatorima i sl.)

- Posebne marketinške suradnje u cilju jačanja prepoznatljivosti turističkog *brenda* (Mega i Top događanja- kulturna, zabavna, sportska i sl. događanja; projekt Sportska Hrvatska- suradnja s HOO, sportskim savezima i vrhunskim sportskim klubovima i sportašima).
- Udruženo oglašavanje u suradnji sa sustavom turističkih zajednica i predstavnicima turističke ponude

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice:

- Sajamski nastupi HTZ-a i mreže predstavništava (npr. WTM London, ITB Berlin, ITB Shanghai, Roma Travel Show i sl.)
- Kongresne i *incentive* burze (Conventa, IMEX Frankfurt i sl.)
- *Sell/ B2B* radionice/ Buy Croatia (aktivnosti koje se organiziraju u cilju jačanja B2B suradnje)
- Posebne prezentacije i događanja (Posebne prezentacije predstavništva, posebna događanja, projekt dobrodošlice, radionice i prezentacije Kongresnog odjela, MICE aktivnosti predstavništava, inspekcijska putovanja, Svjetska izložba EXPO 2020 Dubai, DHT, Zlatna penkala, itd.)

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja

- Studijska putovanja za agente u suradnji sa sustavom TZ
- Suradnja s organizatorima putovanja i njihovim udruženjima (ASTA, ECCTA, USTOA, itd.)

3.7. Kreiranje promotivnog materijala:

- Razvoj i kreiranje sadržaja za *brend* Hrvatska (npr. produkcija materijala za marketinške kampanje)
- Produkcija online i offline promotivnih materijala (*image* brošure, katalozi itd.) i ostalog promotivnog materijala npr. DHT, Zlatna penkala i sl. događanja)
- Produkcija sadržaja za internetske stranice
- Izrada suvenira i ostalog promidžbenog materijala

3.8. Internetske stranice

- Upravljanje određenim sadržajem na internetskim stranicama (npr. *Google maps*)
- Razvoj i održavanje internetskih stranica

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

- Uspostavljanje detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji
- Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka
- Priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor:

- Razvoj i upravljanje sustavom eVisitor i drugim turističkim informacijskim sustavima
- Razvoj i upravljanje sustavima poslovne inteligencije na nacionalnoj razini te vertikalna integracija informacijskih sustava na svim razinama sustava turističkih zajednica

4.2. Stručni skupovi i edukacije:

- Edukativne radionice i seminari za predstavnike turističke industrije
- Edukativne radionice i seminari za sustav turističkih zajednica
- Stručni skupovi dionika turističke aktivnosti

4.3. Koordinacija i nadzor:

- Aktivnosti koordinacije s regionalnim i lokalnim turističkim zajednicama
- Nadzor usklađivanja planskih i izvještajnih dokumenata regionalnih turističkih zajednica s metodologijom i standardima planiranja i izvješćivanja u sustavu turističkih zajednica

4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji:

- Uspostava sustava upravljanja kvalitetom, utvrđivanje kategorija i kriterija te ocjenjivanje izvrsnosti turističke ponude i svih dionika u turističkoj aktivnosti
- Koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora županije/regije
- Nagrađivanje izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija i pojedinaca u turizmu (Godišnje hrvatske turističke nagrade)

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije:

- UNWTO
- ECT
- HOTREC
- ECTAA i dr.

5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije:

- HUT
- UPUHH
- UHPA i dr.

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

6.1. Plaće:

- Plaće zaposlenika Hrvatske turističke zajednice

6.2. Materijalni troškovi:

- Troškovi funkcioniranja ureda turističke zajednice (režijski troškovi, troškovi telekomunikacija, zakup prostora, uredska oprema i materijal, održavanje prostora, troškovi platnog prometa, odvojnički i javnobilježnički troškovi, troškovi poštarine, stručno usavršavanje zaposlenika i sl.)

6.3. Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ispostava:

- Troškovi plaća zaposlenika i materijalni troškovi mreže predstavništava/ispostava

6.4. Tijela turističke zajednice:

- Naknade za obavljanje aktivnosti članovima tijela turističke zajednice, putni troškovi članova tijela turističke zajednice, troškovi reprezentacije, pripreme te distribucije materijala za potrebe održavanja sjednica tijela turističke zajednice
- Troškovi zakupa prostora za potrebe održavanja sjednica tijela turističke zajednice

7. REZERVA

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

Turističkog vijeća moguća je alokacija sredstava rezerve na ostale pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivnosti)

8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

- Ovisno o procjeni financijskog rezultata poslovanja u tekućoj godini, ukoliko se ostvari manjak prihoda, potrebno je od planiranih redovnih prihoda za narednu godinu određeni dio sredstava rezervirati za pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine

9. FONDOVI - posebne namjene

9.1. Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu:

- Raspisivanje Javnog poziva i dodjela sredstava regionalnim i lokalnim turističkim zajednicama

9.2. Fond za projekte udruženih turističkih zajednica:

- Raspisivanje Javnog poziva i dodjela sredstava udruženim turističkim zajednicama

Temeljem čl. 51. stavkom 4., točkama 2. i 3. Zakona o turističkim zajednicama, predstavništva i ispostave Hrvatske turističke zajednice operativna su podrška Hrvatskoj turističkoj zajednici u provođenju aktivnosti utvrđenih programom rada za tekuću godinu (opće i udruženo oglašavanje, strateški projekti, nastupi na sajmovima i prezentacijama i dr.) na tržištu za koje su predstavništvo i ispostava nadležni kao i provođenje promotivnih i drugih aktivnosti koje su godišnjim programom rada za tekuću godinu dodijeljene u nadležnost predstavništva i ispostavi.

REGIONALNA TURISTIČKA ZAJEDNICA (pojedinačno planirani zadaci prema aktivnostima)

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

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

- Izrada, odnosno sudjelovanje u izradi strateških dokumenata i druge planske podloge za razvoj turizma
- Donošenje strateškog marketinškog plana za područje županije/regije, sukladno strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma
- Donošenje dugoročnih i kratkoročnih (akcijskih) planova za razvoj turističkih proizvoda na razini županije/regije

1.2. Istraživanje i analiza tržišta:

- Istraživanja tržišta za potrebe izrade strateških marketinških dokumenata za područje županije/regije
- Provođenje istraživanja o zadovoljstvu posjetitelja i druga tržišna istraživanja

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti:

- Uspostavljanje djelotvornog mehanizma mjerenja i nadzora učinkovitosti provedenih promotivnih aktivnosti na svim razinama turističkih zajednica
- Povratna informacija o ulaganjima TZ-ova na svim razinama promocije (marketinške kampanje, online i offline aktivnosti , PR i sl.)
- Razne ankete koje se provode ispitivanjem javnog mnijenja (npr. ispitivanje turista o provedenim promotivnim kampanjama)

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda:

- Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda (ključni atributi, motivi, resursi i ciljne skupine

ponude) na razini županije/regija u suradnji sa sustavom TZ i ostalim bitnim dionicima koji sudjeluju u turističkoj aktivnosti

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda:

- Uspostava sustava kvalitete, utvrđivanje normi, kriterija i oznaka kvalitete turističkih proizvoda na nivou županije/regije (npr. *labeling* obiteljskog smještaja) općenito dodjela oznaka kvalitete u koordinaciji s Hrvatskom turističkom zajednicom i lokalnim turističkim zajednicama
- Suradnja s renomiranim pružateljima usluga označavanja kvalitete
- Suradnja s predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji (npr. suradnja TZ-a s ugostiteljima, hotelijerima itd.)
- Pokretanje i upravljanje inicijativama razvoja i unaprjeđenja ključnih turističkih proizvoda županije/regije

2.3. Podrška turističkoj industriji:

- Podrška razvoju programa DMK
- Suradnja s relevantnim strukovnim udruženjima u pogledu razvoja proizvoda

2.4. Podrška razvoju turističkih događanja:

- Provođenje javnih poziva za dodjelu potpora lokalnim turističkim zajednicama i turističkim subjektima za manifestacije
- Sudjelovanje u organizaciji i provedbi turističkih događanja na području županije/regije

2.5. Turistička infrastruktura:

- Upravljanje javnom turističkom infrastrukturom

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1. Definiranje *branding* sustava i *brend* arhitekture

- Odabir ikona, simbola, mitova, glazbe i sl. za koje se smatra da su suština regije kao turističke destinacije

3.2. Oglašavanje destinacijskog *branda*, turističke ponude i proizvoda:

- Izrada i provođenje Medija plana (izbor tržišta, proizvoda, definiranje kanala oglašavanja i zakup medijskog prostora, itd.)
- Posebne tematske kampanje po turističkim proizvodima i prigodne kampanje
- *Offline i online* oglašavanje te komunikacija na društvenim mrežama te ostalim kanalima komunikacije

3.3. Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR):

- Globalni PR (PR aktivnosti na emitivnim tržištima, posebni PR projekti, *Pressclipping* i medijska analiza na inozemnom i domaćem tržištu, itd.)
- Domaći PR (Praćenje i analiza medijskih i online objava, posebni PR projekti)
- Studijska putovanja za predstavnike medije u suradnji sa sustavom TZ

3.4. Marketinške i poslovne suradnje:

- Udruženo oglašavanje u suradnji sa sustavom turističkih zajednica i predstavnicima turističke ponude na regionalnoj razini
- Strateški projekti i marketinške suradnje (npr. s avioprijevoznicima, turoperatorima i sl.)

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice:

- Nastupi na sajmovima
- Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama
- Organizacija i sudjelovanje na poslovnim radionicama

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja:

- Pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji s HTZ-om
- Suradnja s organizatorima putovanja i njihovim udruženjima (ASTA, ECCTA, USTOA, itd.)

3.7. Kreiranje promotivnog materijala:

- Produkcija sadržaja za potrebe objave na mrežnim stranicama i društvenim mrežama regionalne TZ
- Priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i uputama HTZ-a

- Izrada suvenira i ostalog promidžbenog materijala
- Produkcija ostalog promotivnog materijala

3.8. Internetske stranice:

- Upravljanje određenim sadržajem na internetskim stranicama (npr. *Google maps*)
- Razvoj i održavanje internetskih stranica

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka:

- Vođenje detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji
- Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka
- Priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u Hrvatsku turističku zajednicu

3.10. Turističko-informativne aktivnosti:

- Upravljanje TIC-evima (npr. Turističko-informativni centri u Zračnim lukama u koordinaciji s lokalnim turističkim zajednicama)
- Upravljanje Centrima za posjetitelje/interpretacijskim centrima
- Postavljanje *infopunktova* te postavljanje i održavanje turističke signalizacije

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor:

- Sudjelovanje u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija svih oblika turističke ponude/atrakcija na području županije/regije
- Uspostavljanje sustava poslovne inteligencije temeljene na informatičkim tehnologijama (baze podataka, B2B portal, sistematizacije istraživanja, infografike)

4.2. Stručni skupovi i edukacije:

- Provođenje edukacija i podizanje kompetencija zaposlenih u sustavu i dionika turističkog sektora na području županije/regije
- Sudjelovanje u organizaciji i provedbi stručnih skupova samostalno i u koordinaciji s HTZ-om

4.3. Koordinacija i nadzor:

- Nadzor i koordinacija lokalnih turističkih zajednica
- Usklađivanje planskih aktivnosti i nadzor planskih i izvještajnih dokumenata lokalnih turističkih zajednica
- Definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala LTZ i smjernica za provedbu marketinških aktivnosti LTZ

4.4. Upravljanje kvalitetom u destinaciji:

- Sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog i privatnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije (*programi City card, City break* i sl.)
- Uspostava sustava upravljanja kvalitetom, utvrđivanje kategorija i kriterija te ocjenjivanje izvrsnosti turističke ponude i svih dionika u turističkoj aktivnosti
- Nagrađivanje izvrsnosti i dostignuća turističkih destinacija i pojedinaca u turizmu

4.5. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

- Poticanje i razvoj turističkog proizvoda na nedovoljno turistički razvijenim područjima i na područjima županije gdje nisu osnovane turističke zajednice
- Sudjelovanje u procesima izrade prijedloga općih propisa, prostornog planiranja te ostalih instrumenata regulacije i upravljanja na razini županije/regije radi osiguranja konkurentnog, dugoročno održivog razvoja turizma

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije:

5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije:

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

6.1. Plaće:

- Plaće zaposlenika regionalne turističke zajednice osim plaća informatora u turističko-informativnim centrima

6.2. Materijalni troškovi:

- Troškovi funkcioniranja ureda turističke zajednice (režijski troškovi, zakup prostora, uredska oprema i materijal, održavanje prostora, troškovi platnog prometa, odvjetnički i javnobilježnički troškovi, troškovi poštarine, stručno usavršavanje zaposlenika i sl.)

6.3. Tijela turističke zajednice:

- Naknade za obavljanje aktivnosti članovima tijela turističke zajednice, putni troškovi članova tijela turističke zajednice, troškovi reprezentacije, pripreme te distribucije materijala za potrebe održavanja sjednica tijela turističke zajednice
- Troškovi zakupa prostora za potrebe održavanja sjednica tijela turističke zajednice

7. REZERVA

- Rezerva do 5 % za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti (Odlukom Turističkog vijeća moguća je alokacija sredstava rezerve na ostale pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivnosti)

8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

- Ovisno o procjeni financijskog rezultata poslovanja u tekućoj godini, ukoliko se ostvari manjak prihoda, potrebno je od planiranih redovnih prihoda za narednu godinu određeni dio sredstava rezervirati za pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine

9. FONDOVI - posebne namjene

9.1. Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu:

- Raspisivanje Javnih poziva i dodjela sredstava lokalnim turističkim zajednicama u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom

LOKALNA TURISTIČKA ZAJEDNICA **(pojedinačno planirani zadaci prema aktivnostima)**

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

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

- Sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije
- Akcijski i operativni planovi (npr. akcijski plan upravljanja turističkom infrastrukturom zajednice u narednom razdoblju, komunikacijska i digitalna strategija, plan razvoja cikloturizma)

1.2. Istraživanje i analiza tržišta:

- Redovne analize tržišta, kretanje trendova, *benchmarking*
- Analize koje će se izrađivati prema potrebi sustava za obavljanje raznih zadaća i aktivnosti

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti:

- Povratne informacije o ulaganjima turističke zajednice na svim razinama promocije
- Razne ankete koje se provode ispitivanjem javnog mnijenja. (npr. ispitivanje turista o doživljaju destinacije)

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda:

- Selekcija ključnih atributa, poruka i identificiranje potencijalnih ciljnih skupina kojima se turistički proizvod komunicira
- Razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode – inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda
- Razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste
- Razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda:

➤ Fokus na turističku industriju:

- Označavanje kvalitete, npr. *labeling* obiteljskog smještaja i općenito dodjela oznaka kvalitete u koordinaciji s regionalnom turističkom zajednicom
- Suradnja s renomiranim pružateljima usluga označavanja kvalitete
- Suradnja s predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji (npr. suradnja TZ-a s ugostiteljima, hotelijerima itd.)

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja:

- Organizacija i suorganizacija događanja, kulturno-zabavnih sportskih i sl. manifestacija u destinaciji
- Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata koje su od značaja za razvoj, promociju i učinkovito turističko i gospodarsko pozicioniranje destinacije

2.4. Turistička infrastruktura:

- Upravljanje turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane jedinice lokalne/regionalne samouprave i dr.

2.5. Podrška turističkoj industriji:

- Podrška subjektima u svrhu razvoja programa povezanih neposredno s turističkim proizvodom
- Potpore za programe dionika u turističkoj aktivnosti na razini destinacije iz vlastitih sredstava
- Potpore programima destinacijskih menadžment kompanija (DMK)

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Napomena:

Sukladno odredbama članka 32. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) lokalne turističke zajednice koje ostvaruju više od 1.000.000 komercijalnih noćenja godišnje mogu izvršavati i sljedeće aktivnosti vezane uz marketing:

- *odnosi s javnošću*
- *stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnoj stranici i profilima društvenih mreža*
- *definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala*

- *uspostavljanje marketinške infrastrukture temeljene na informatičkim tehnologijama*
- *provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga (branding destinacije, online i offline aktivnosti, mrežne stranice i profili društvenih mreža, sajmovi, studijska putovanja, prezentacije, partnerstva, sponzorstva i slično)*
- *koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na lokalnoj razini*
- *obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom*

U nastavku su iskazane planske aktivnosti iz grupe Komunikacija i oglašavanje za lokalne turističke zajednice koje ostvaruju do 1.000.000 kn komercijalnih noćenja dok su aktivnosti iz grupe Komunikacija i oglašavanje za lokalne turističke zajednice koje ostvaruju više od 1.000.000 kn komercijalnih noćenja slične aktivnostima regionalne turističke zajednice, prilagođene za lokalnu razinu destinacije te iskazane na stranici

3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice:

- Nastupi na sajmovima u koordinaciji s regionalnom turističkom zajednicom temeljem programa rada regionalne turističke zajednice
- Posebne prezentacije turističke ponude destinacije u koordinaciji s regionalnom turističkom zajednicom temeljem programa rada regionalne turističke zajednice

3.2. Suradnja s organizatorima putovanja:

- Pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om

3.3. Kreiranje promotivnog materijala:

- Izrada i distribucija informativnih materijala
- Stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama destinacije i društvenim mrežama
- Priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenje LTZ u RTZ

3.4. Internetske stranice:

- Upravljanje određenim sadržajem na internetskim stranicama (*npr. Google maps*)
- Razvoj i održavanje internetskih stranica

3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka:

- Uspostavljanje detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji.
- Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka
- Priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu

3.6. Turističko-informativne aktivnosti:

- Upravljanje TIC-evima (funkcioniranje Turističko-informativnog centra uključujući plaće turističkih informatora)
- Upravljanje Centrima za posjetitelje/interpretacijskim centrima
- Postavljanje *infopunktova* te postavljanje i održavanje turističke signalizacije samostalno i/ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor:

- Sudjelovanje u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija svih oblika turističke ponude/atrakcija na području županije/regije
- Sudjelovanje u razvoju sustava poslovne inteligencije temeljene na informatičkim tehnologijama (baze podataka, B2B portal, sistematizacije istraživanja, infografike) u suradnji i prema uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji:

- Sustav nagrađivanja, priznanje postignućima u turizmu u svrhu razvoja izvrsnosti na svim razinama turističke ponude u destinaciji samostalno i u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om
- Sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog i privatnog sektora i ključnih projekata

podizanja konkurentnosti destinacije (programi *City card*, *City break* i sl.)

- Suradnja s predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji
- Organiziran sustav upravljanja posjetiteljima

4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša:

- Poboljšanje općih uvjeta boravka turista
- Aktivnosti uređenja mjesta (šetnice, klupe, vidikovac i sl.)
- 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

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije:

5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije:

Napomena:

Sukladno članku 32. Zakona lokalne turističke zajednice mogu na temelju posebne odluke Turističkog vijeća Hrvatske turističke zajednice biti član međunarodnih turističkih organizacija i srodnih udruženja.

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

6.1. Plaće:

- Plaće zaposlenika lokalne turističke zajednice osim plaća informatora u turističko-informativnim centrima

6.2. Materijalni troškovi:

- Troškovi funkcioniranja ureda turističke zajednice (režijski troškovi, zakup prostora, uredska oprema i materijal, održavanje prostora, troškovi platnog prometa, odvjetnički i javnobilježnički troškovi, troškovi poštarine, stručno usavršavanje zaposlenika i sl.)

Tijela turističke zajednice:

- Naknade za obavljanje aktivnosti članovima tijela turističke zajednice, putni troškovi članova tijela turističke zajednice, troškovi reprezentacije, pripreme te distribucije materijala za potrebe održavanja sjednica tijela turističke zajednice
- Troškovi zakupa prostora za potrebe održavanja sjednica tijela turističke zajednice

7. REZERVA

- Rezerva do 5 % za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti (Odlukom Turističkog vijeća moguća je alokacija sredstava rezerve na ostale pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivnosti)

8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

- Ovisno o procjeni financijskog rezultata poslovanja u tekućoj godini, ukoliko se ostvari manjak prihoda, potrebno je od planiranih redovnih prihoda za narednu godinu određeni dio sredstava rezervirati za pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine

STRUKTURA PLANIRANJA – TABLIČNI PRIKAZ

		PRIHODI	Plan za 2021. (u kn)	udio %
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		
		SVEUKUPNO		

		AKTIVNOSTI	Plan za 2021. (u kn)	udio %
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		
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> 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		
	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.	Stručni skupovi i edukacije		

	4.3.	Koordinacija i nadzor		
	4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji		
	4.5.	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 POSLOVI		
	6.1.	Plaće		
	6.2.	Materijalni troškovi		
	6.3.	Tijela turističke zajednice		
	6.4.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava		
7.		REZERVA		
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE		
		SVEUKUPNO 1		

9.		FONDOVI - posebne namjene		
		Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu		
		Fond za projekte udruženih turističkih zajednica		
		SVEUKUPNO 2		
TOTAL		SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2		

4 IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA

U skladu s odredbama članka 57. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) turističke zajednice izrađuju i donose Izvješće o izvršenju programa rada koje obvezno sadržava podatke o:

- izvršenju programom rada pojedinačno utvrđenih zadataka
- izdacima izvršenja programom rada pojedinačno utvrđenih zadataka
- izdacima za poslovanju turističkog ureda i rad tijela turističke zajednice
- ostvarenju prihoda po izvorima
- financijskom rezultatu poslovanja
- usporedbi financijskog plana i njegova ostvarenja s obrazloženjem odstupanja
- analizi i ocjeni izvršenja programa te procjeni učinka poduzetih aktivnosti na razvoj turizma

Izvješće o izvršenju programa rada obvezno sadrži tekstualni dio u kojemu je potrebno iskazati detaljan i precizan opis svih pojedinačno ostvarenih prihoda, planiranih i izvršenih aktivnosti, podatke o ostvarenju dugoročnih i kratkoročnih ciljeva, podatke o ostvarenom turističkom prometu te tablični dio u kojemu je potrebno iskazati usporedbu realiziranih aktivnosti s pojedinačno planiranim aktivnostima.

Uz detaljan i precizan opis svih pojedinačno ostvarenih prihoda i aktivnosti, turističke zajednice obvezne su u izvješću o izvršenju programa rada iskazati detaljan opis okolnosti koje su za posljedicu imale da se pojedini planirani prihodi i nisu ostvarili i/ili da su se ostvarili u manjem obujmu u odnosu na prvobitni plan.

FINANCIJSKI REZULTAT

Prilikom izrade Izvješća o izvršenju programa rada potrebno je na precizan i jasan način iskazati financijski rezultat turističke zajednice iz kojeg će biti razvidan iznos financijskih sredstava s kojim turistička zajednica raspolaže u narednom razdoblju te vrijednosti nefinancijske i financijske imovine turističke zajednice.

OSTVARENI PRIHODI

Primjer 1.

1. Izvorni prihodi

Turistička zajednica planirala je izvorne prihode za 2020. u iznosu od 1.000.000,00 kn od čega je dio od 700.000,00 kn planiran od turističke pristojbe dok je dio od 300.000,00 kn planiran od članarine. Uslijed novonastale situacije vezane uz pandemiju korona virusa koja je za posljedicu imala značajan pad turističkog prometa te samim time i značajan pad priljeva turističke pristojbe i članarine, ostvareni su izvorni prihodi u iznosu od 400.000,00 kn što predstavlja smanjenje za 60,00 % u odnosu na plan. Također, na smanjenje realizacije izvornih prihoda utjecale su i izmjene propisa kojima je pojedinim obveznicima umanjen iznos obveze po osnovi turističke pristojbe, dok su pojedini obveznici oslobođeni plaćanja iste. Od ostvarenih 400.000,00 kn izvornih prihoda, 300.000,00 kn se odnosi na turističku pristojbu, a 100.000,00 kn na članarinu. Nadalje, od 300.000,00 kn prihoda od turističke pristojbe, 75.000,00 kn se odnosi na prihode od raspodjele turističke pristojbe prikupljene u nautičkom turističkom prometu.

Realizacija izvornih prihoda:

Turistička pristojba – 250.000,00 kn

Članarina – 150.000,00 kn

Primjer 2.

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

Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna ostvareni su u iznosu od 100.000,00 kn, a odnose se na namjenske prihode iz proračuna grada za realizaciju biciklističkog maratona. Prihodi su ostvareni temeljem javnog natječaja grada za organizaciju i provedbu aktivnosti koje doprinose turističkom razvoju i unaprjeđenju imidža destinacije. Programom rada za 2020. prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna nisu bili planirani, međutim, tijekom godine grad je raspisao natječaj na koji je turistička zajednica aplicirala i ostvarila sredstva.

Realizacija prihoda iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna:

Grad XY – 100.000,00 kn

OSTVARENE AKTIVNOSTI

Primjer 1.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda:

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

U okviru razvoja turističkog proizvoda cikloturizma, LTZ X je u suradnji s Hrvatskim biciklističkim savezom uredila 14 kilometara biciklističkih staza te postavila biciklističku signalizaciju. Na realizaciju projekta uređenja biciklističkih staza utrošeno je ukupno 200.000,00 kn prema sljedećoj strukturi:

- Izrada idejnog rješenja uređenja biciklističkih staza – 10.000,00 kn;
- Izrada izvedbenog rješenja uređenja biciklističkih staza – 15.000,00 kn;
- Građevinski radovi – 110.000,00 kn;
- Usluge dizajna signalizacije za biciklističke staze – 8.000,00 kn;
- Usluge izrade i montaže 43 signalizacijske table na biciklističkim stazama – 45.000,00 kn;
- Reprezentacija za sudionike u projektu – 10.000,00 kn;
- Troškovi administracije (dozvole, biljezi i sl.) – 2.000,00 kn

Kao partner na projektu, Hrvatski biciklistički savez financirao je izradu i montažu 3 informativna i pomoćna punkta za bicikliste.

Ostvareni cilj aktivnosti:

Razvoj i marketing destinacije kroz permanentni razvoj turističkog proizvoda cikloturizma kao jedne od komparativnih prednosti destinacije u skladu sa strateškim marketinškim dokumentima što potvrđuje uvrštavanje biciklističkih staza destinacije u renomiranim tuzemnim i međunarodnim biciklističkim vodičima i online platformama te pojačani interes na društvenim mrežama i porast dolazaka cikloturista u destinaciji.

Nositelji aktivnosti i partneri:

LTZ X i Hrvatski biciklistički savez

Realizacija :

200.000,00 kn

Primjer 2.

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.2. Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda

Detaljan i precizan opis aktivnosti:

U razdoblju od 1. veljače do 1. ožujka 2020. turistička zajednica je provodila promotivnu kampanju usmjerenu na turistički proizvod cikloturizam, priroda (ekoturizam) i zdravstveni turizam na tržištima Austrije, Njemačke, Italije i Francuske. Kampanja je provedena na društvenim mrežama i web portalima, TV-u, radiju, tiskovinama i plakatima na mjestima visoke fluktuacije stanovništva. Kampanja je provedena u suradnji s RTZ Y i RTZ Z s obzirom na zajedničko usmjerenje na naprijed navedene turističke proizvode. Troškovi kampanje iznosili su 900.000,00 kn te je svaka RTZ sudjelovala podjednako u pokrivanju troškova. U provedbi predmetnog projekta RTZ X sudjelovala je s 300.000,00 kn prema sljedećoj strukturi:

- Izrada komunikacijskog koncepta (kreativno rješenje kampanje) – 35.000,00 kn;
- Zakup medijskog prostora za provedbu kampanje – 140.000,00 kn;
- Troškovi postavljanja kampanje – 35.000,00 kn;
- Produkcija promotivnih materijala (TV spot, video za društvene mreže, oglasi, radio spot, *banneri*, oglasi za online oglašavanje) – 90.000,00

Ostvareni cilj aktivnosti:

Marketing destinacije kroz povezivanje dionika na regionalnom nivou u skladu sa strateškim marketinškim dokumentima na temelju čega se osigurala cjelovitija zastupljenost specifičnih regionalnih interesa i vidljivost na globalnom turističkom tržištu. Naprijed navedeno se očituje u porastu broja dolazaka i noćenja turista iz ciljanih emitivnih tržišta na području kojih je provedena promotivna kampanja.

Nositelji aktivnosti i partneri:

RTZ X, RTZ Y i RTZ Z

Realizacija:

300.000,00 kn

Izvešće o izvršenju programa rada – Tablični prikaz

		PRIHODI	Plan 2021.	Rebalans 2021.	Realizacija 2021.	udio % u realizaciji	indeks realizacija /rebalans
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					

		AKTIVNOSTI	Plan 2021.	Rebalans 2021.	Realizacija 2021.	udio % u realizaciji	indeks realizacija /rebalans
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					
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> 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					
	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.	Stručni skupovi i edukacije					
4.3.	Koordinacija i nadzor					
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji					
4.5.	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 POSLOVI					
6.1.	Plaće					
6.2.	Materijalni troškovi					
6.3.	Tijela turističke zajednice					
6.4.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava					
7.	REZERVA					
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE					
	SVEUKUPNO 1					
9.	FONDOVI - posebne namjene					
	Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu					
	Fond za projekte udruženih turističkih zajednica					
	SVEUKUPNO 2					
TOTAL	SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2					

ministrica turizma i sporta Republike Hrvatske
 dr. sc. Nikolina Brnjac