



**SREDNJA  
DALMACIJA**

Turistička zajednica  
Splitsko-dalmatinske županije

## **IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU I REALIZACIJI PROGRAMA RADA**

**TZ SPLITSKO – DALMATINSKE  
ŽUPANIJE ZA 2020. GODINU**

**Split, ožujak 2021. godine**



## U V O D

Kako bi se na učinkovit način informirala nadležna tjela o radu i finansijskom poslovanju Turističke zajednice Splitsko – dalmatinske županije, napravljeno je godišnje izvješće o realizaciji i izvršenju programa rada za 2020. godinu. Godišnje finansijsko izvješće sadržava podatke o izvršenju programom rada pojedinačno utvrđenih zadataka, izdacima njihovog izvršenja, izdacima za poslovanje turističkog ureda i rad tijela turističke zajednice, ostvarenju prihoda po izvorima, finansijskom rezultatu poslovanja, usporedbu finansijskog plana i njegovog ostvarenja s obrazloženjem odstupanja, analizu i ocjenu izvršenja programa, te procjenu učinka poduzetih aktivnosti na razvoj turizma. Godišnje izvješće o izvršenju zadaća, analizi i ocjeni ostvarenja programa i finansijskog plana sadrži i :

- podatke o ostvarivanju postavljenih ciljeva,
- prati postavke plana,
- usporedbe planiranog i ostvarenog,
- informacije o djelotvornosti ukupnog trošenja sredstava s obzirom na postavljene ciljeve.

Izvješće se temelji na knjigovodstvenoj evidenciji Turističke zajednice Splitsko – dalmatinske županije, kao i podacima koje prikupljaju i obrađuju turistički uredi turističkih zajednica gradova, općina i mjesta Splitsko – dalmatinske županije. Temeljem Izvješća TZ Splitsko - dalmatinske za 2020. godinu prezentirani su ukupno ostvareni rezultati turističkog prometa u razdoblju od mjeseca siječanj - prosinac, ukupno ostvareni prihodi te evidencija rashoda koji su bili potrebni za izvršavanje i realizaciju programa rada Turističke zajednica Splitsko – dalmatinske županije u 2020. godini. U definiranju strategije turističke zajednice polazište je u osnovnim ciljevima turističkih zajednica, koji su definirani u čl. 9 Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, pa je sukladno tome rad turističkih zajednica usmjerен u tri glavna pravca djelovanja:

- **poticanje i iniciranje razvoja i unapređivanje postojećeg turističkog proizvoda**, iniciranje razvoja novih turističkih proizvoda na način da upravljaju destinacijom,
- **promocija turističkog proizvoda područja**, sukladno sustavu promicanja turizma i njegovim posebnim i općim zadacima,
- **razvijanje svijesti o gospodarskim, društvenim i dr. učincima turizma**, te potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističkog proizvoda područja, osobito zaštite okoliša i baštine.

## **1. TURISTIČKI PROMET**

---

### **1.1. Turistički promet na razini Hrvatske**

Godina 2020. bila je jedna od najizazovnijih turističkih godina ikad, kako na nacionalnoj, tako i na globalnoj razini. Pandemija koronavirusa odrazila se na sva područja djelovanja, a jedan od najpogođenijih sektora je turizam, za čije je normalno odvijanje apsolutni preduvjet faktor sigurnosti, odnosno stabilna epidemiološka situacija. Pandemija COVID 19 poremetila je živote ljudi u cijelom svijetu i odrazila se na sva područja djelovanja, posebno turizam. Uvjerenja struke da će 2020. godina biti ponovno rekordna te da će hrvatskom turizmu donijeti nove iskorake u kvaliteti i u broju turista tako su se suočila s okolnostima, na koje, na žalost, nitko nije mogao utjecati niti predvidjeti. Sagleda li se turistički promet u cjelini, razvidno je kako se nakon pozitivnih pokazatelja siječnja i veljače, eskalacijom pandemije bolesti COVID-19 trend dramatično mijenja te je dolazilo do velikog pada broja dolazaka i noćenja čije ublažavanje otpočinje u lipnju, nastavlja se tijekom srpnja i kolovoza, ali se i ponovno intenzivira u rujnu s negativnim perspektivama do kraja godine. Turistička godina 2020. globalno se odvijala pod nezapamćeno nepovoljnim okolnostima, ali su rezultati koje je Hrvatska postigla u svjetlu solidnih pokazatelja dolazaka i noćenja tijekom srpnja i kolovoza, ipak pozicionirali Hrvatsku u krug najuspješnijih receptivnih destinacija Južne Europe/Mediterana.

**DOLASCI I NOĆENJA turista HRVATSKA, svi smještajni kapaciteti**

	DOLASCI, I - XII			NOĆENJA, I - XII			
	2020	2019	20/19	2020	2019	20/19	% noć.
<b>UKUPNO</b>	7.761.717	20.703.683	37	54.394.810	108.672.888	50	100,00
<b>Domaći</b>	1.651.188	2.427.681	68	11.332.673	13.839.273	82	20,83
<b>Strani</b>	6.110.529	18.276.002	33	43.062.137	94.833.615	45	79,17

Izvor: eVisitor

Prema podacima sustava eVisitor koji sadrži turistički promet ostvaren u komercijalnim i nekomercijalnim objektima te nautičkom charteru (sustav eCrew), na području Hrvatske, u 2020. godini ostvareno je 7,8 milijuna dolazaka turista (37 posto rezultata iz 2019.) i 54,4 milijuna noćenja domaćih i stranih gostiju (50 posto rezultata iz 2019.). Od toga su strani turisti ostvarili 43,1 milijun noćenja (45 posto rezultata iz 2019.), dok su domaći gosti ostvarili 11,3 milijuna noćenja (82 posto rezultata iz 2019. godine).

Kao posljedicu globalne pandemijske krize, Hrvatska u razdoblju siječanj-prosinac bilježi pad turističkog prometa sa svih najznačajnijih emitivnih tržišta. Na nacionalnoj je razini u prošloj godini najviše noćenja ostvareno je s tržišta Njemačke, Slovenije, Poljske, Češke i Austrije, a gledajući po segmentu smještaja najviše noćenja ostvareno je u objektima u domaćinstvu (22,3 milijuna noćenja), kampovima (8,8 milijuna noćenja) te hotelima (7 milijuna noćenja). Tako je u komercijalnim smještajnim objektima ostvareno 76% prometa, nekomercijalni smještajni objekti u ukupnim noćenjima sudjeluju s udjelom od 21%, a segment nautičkog chartera s 3%.

## **1.2. Turistički promet na razini Splitsko – dalmatinske županije**

U 2020. godini koju je obilježila pandemija COVID 19 i prekinula putovanja u cijelom svijetu, u Splitsko - dalmatinskoj županiji je zabilježen značajan pad turističkih dolazaka i noćenja. Nakon značajnog pada turističkih dolazaka i noćenja gostiju u prvom polugodištu 2020. godine kojeg je obilježila pandemija COVID 19 i prekinula putovanja u cijelom svijetu, u Splitsko - dalmatinskoj županiji je zabilježen ohrabrujući oporavak u srpnju i potom nastavak rasta dolazaka stranih gostiju u kolovozu i dijelom u rujnu. Do smanjenja očekivanog broja dolazaka i noćenja došlo je u listopadu zbog prekida brojnih već najavljenih avio dolazaka uzrokovanih ponovnim rastom broja oboljelih u Europi i Hrvatskoj. U potpunosti neizvjesna i iznimno stresna sezona za turističke djelatnike Splitsko - dalmatinske županije postupnim povećanjem turističkog prometa u srpnju, rezervacijama i najavama dolaska gostiju na početku kolovoza donijela je određeni optimizam i nadu da će turistički promet ipak biti ostvaren u određenoj mjeri. Prema podacima eVisitor u 2020. godini u Splitsko-dalmatinskoj županiji u komercijalnom i nautičkom smještaju bilo je 1,3 milijuna turističkih dolazaka i 8,6 milijuna noćenja, što je pad od 67 posto u odnosu na prethodnu godinu u dolascima i 56 posto u ostvarenim noćenjima. Na prvom mjestu po brojnosti gostiju u komercijalnom smještaju bili su Poljaci kojih je stiglo ukupno oko 231tisuća i koji su ostvarili 1,76 milijuna noćenja. Drugi su bili Njemci sa 164 tisuće dolazaka i 1,26 milijuna noćenja, zatim Hrvati sa 216 tisuća dolazaka i 1 milijun noćenja te Česi sa 131tisuću dolazaka i 1 milijun noćenja.

Na području Splitsko-dalmatinske županije najveći udio u noćenjima imala je Splitska rivijera sa 43% te Makarska rivijera sa 33%, pri čemu je ostvarenje na razini Splitske rivijere bilo na razini od 43%, a na području Makarske rivijere na razini od 45% prošlogodišnjeg prometa.

Gledajući ostvarenja turističkog prometa za 2020. godinu prema odredištima Srednje Dalmacije, a prema podacima iz sustava eVisitor, najveći broj dolazaka turista registriran je na području gradova Splita, Makarske, Omiša i općine Baška Voda. Analiza intenziteta turističke potražnje po destinacijskim područjima unutar regije pokazala je da se najveći broj ukupnih dolazaka u 2020. realizirao na području Splitske rivijere gdje je ostvaren pad dolazaka od 70% u odnosu na 2019. godinu.

#### TURISTIČKI PROMET PO PODRUČJIMA SDŽ (siječanj – prosinac 2020.)

DESTINACIJE	DOLASCI turista		NOĆENJA turist	
	UKUPNO	Index 20/19	UKUPNO	Index 20/19
1	2	3	4	5
<b>SPLITSKA RIVIJERA</b>	<b>578.193</b>	<b>30</b>	<b>3.505.363</b>	<b>43</b>
Marina	25.741	60	228.891	65
Seget	41.186	26	269.268	32
Okrug	45.468	48	359.102	53
Trogir	47.310	32	268.717	45
Kaštela	42.581	37	309.065	48
Solin	8.414	20	38.135	37
Split	202.794	21	826.812	30
Podstrana	43.741	32	285.121	44
Dugi Rat	29.895	48	233.625	57
Omiš	80.990	52	593.061	61
Šolta	10.073	53	93.566	60
<b>MAKARSKA RIVIJERA</b>	<b>394.320</b>	<b>39</b>	<b>2.707.159</b>	<b>45</b>
Brela	43.092	44	320.112	51
Baška Voda	74.538	45	517.035	49
Makarska	103.012	37	646.584	41
Tučepi	51.051	40	350.218	44
Podgora	41.922	37	263.132	44
Živogošće	22.143	37	168.446	48
Gradac	37.101	34	277.144	41
Igrane	5.309	34	46.493	38
Drvenik	16.152	34	117.995	41
<b>DALMAT. ZAGORA</b>	<b>21.783</b>	<b>26</b>	<b>138.503</b>	<b>53</b>
Šestanovac	1.001	75	9.256	83
Dugopolje	2.316	5	9.809	15
Sinj	4.170	35	12.179	50
Klis	2.107	51	12.985	59
Trilj	2.324	38	12.623	49
Imota	8.473	69	74.354	77
Vrgorac	906	51	5.870	63
Vrlika	486	57	1.427	58
<b>OTOK BRAČ</b>	<b>104.456</b>	<b>39</b>	<b>748.966</b>	<b>44</b>
Milna	10.230	46	78.048	50
Supetar	33.612	41	239.517	44
Postira	7.949	43	67.619	50
Pučišća	2.604	49	18.975	54
Sutivan	7.399	47	62.971	52

<b>Bol</b>	36.122	32	224.490	37
<b>Selca</b>	6.540	50	57.346	54
<b>OTOK HVAR</b>	<b>108.137</b>	<b>32</b>	<b>763.131</b>	<b>48</b>
<b>Sućuraj</b>	5.286	63	48.299	70
<b>Jelsa</b>	32.375	51	283.126	63
<b>Vrboska</b>	8.844	47	76.801	53
<b>Stari Grad</b>	11.662	33	90.413	40
<b>Hvar</b>	49.970	24	264.492	37
<b>OTOK VIS</b>	<b>27.596</b>	<b>53</b>	<b>176.904</b>	<b>61</b>
<b>Vis</b>	16.124	49	107.868	60
<b>Komiža</b>	11.472	60	69.036	62
<b>OPĆINE BEZ TZ</b>	<b>3.775</b>	<b>61</b>	<b>33.359</b>	<b>71</b>
<b>UKUPNO</b>	<b>1.238.260</b>	<b>34</b>	<b>8.073.385</b>	<b>45</b>

Izvor: sustav eVisitor (podaci bez nautike)

Najveći broj noćenja domaćih i stranih turista u 2020. godini također je zabilježen u odredištima Splita, Makarske, Omiša i Baške Vode. Analiza intenziteta turističke potražnje po destinacijskim područjima unutar regije ukazala je da se najveći broj ukupnih noćenja realizirao na području Splitske i Makarske rivijere. Istovremeno na području Splitske rivijere zabilježen je najveći broj noćenja i domaćih i stranih turista.

Kao posljedicu globalne pandemiske krize, Splitsko – dalmatinska županija u razdoblju siječanj-prosinac zabilježila je pad turističkog prometa sa svih najznačajnijih emitivnih tržišta. U spomenutom razdoblju, najveći udjel u ukupnim noćenjima ostvarila su tržišta Poljske, Njemačke i Češke.

Tablica - Dolasci i noćenja STRANIH TURISTA prema zemlji prebivališta

INOZEMNE DESTINACIJE	I-XII 2020		% noćenja	Index 2020/2019	
	dolasci	noćenja		dolasci	noćenja
Austrija	32.208	206.417	2,94	35	40
Belgija	10.501	51.673	0,74	30	34
BiH	43.061	253.013	3,60	21	25
<b>Češka</b>	<b>131.250</b>	<b>1.013.970</b>	<b>14,44</b>	<b>61</b>	<b>63</b>
Francuska	41.265	181.744	2,59	24	25
Italija	14.303	80.807	1,15	15	21
Mađarska	34.965	228.621	3,25	41	45
Nizozemska	14.528	81.545	1,16	19	22
<b>Njemačka</b>	<b>164.273</b>	<b>1.258.253</b>	<b>17,92</b>	<b>46</b>	<b>56</b>
<b>Poljska</b>	<b>231.288</b>	<b>1.762.068</b>	<b>25,09</b>	<b>76</b>	<b>80</b>
Rusija	3.437	21.836	0,31	13	12
Skandinavija	30.350	166.756	2,37	10	10
Slovačka	34.051	261.850	3,73	34	35
Slovenija	60.088	482.602	6,87	57	67

Srbija	9.547	73.199	1,04	48	58
Španjolska	5.887	18.453	0,26	8	11
Švicarska	16.559	88.511	1,26	33	44
Ukrajina	25.511	192.351	2,74	65	69
Velika Britanija	46.308	232.875	3,32	19	21
SAD	13.344	78.513	1,12	7	17
Australija	2.154	12.154	0,17	3	7
Brazil	2.272	10.024	0,14	9	17
Ostale zemlje	54.971	265.931	3,79	20	32
<b>UKUPNO</b>	<b>1.022.121</b>	<b>7.023.166</b>	<b>100,0</b>	<b>30</b>	<b>41</b>

Izvor: eVisitor

Za svjetski turizam je 2020. najgora godina u povijesti s obzirom da je u prvih deset mjeseci 2020. zabilježeno 72 posto manje međunarodnih dolazaka i ostvaren globalni gubitak 935 milijardi dolara prihoda od izvoza. Pri tome se, dostizanje prometa iz 2019. očekuje za dvije do četiri i više godina. Pandemija je zahvatila cijeli svijet, a učinci krize dramatični su za sve ljude. Došlo je do neviđenog zatvaranja zemalja, zaustavljanja društvenih i gospodarskih aktivnosti na globalnoj razini te povlačenja ljudi u svoju intimu. To dramatično iskustvo duboko će biti usjećeno u pamćenje i može pridonijeti mijenjanju vrijednosti, stavova i stilova života. To će značajno utjecati na promjene obrasca ponašanja – kako turista, tako i domaćina.

## **2. FINANCIJSKO IZVJEŠĆE**

### **2.1. PRIHODI**

#### **Pregled ukupnih prihoda u 2020. godini**

<b>PRIHODI</b>	<b>Plan 2020</b>	<b>Rebplana 2020</b>	<b>Ostvareno 2020</b>	<b>Ost./ rpla.</b>
1.TURISTIČKA PRISTOJBA	18.500.000	5.500.000	8.087.389	147
Turistička pristojba			6.837.125	
Turistička pristojba nautika			1.250.264	
2. ČLANARINA	2.800.000	3.000.000	3.772.956	126
3. PRIHODI IZ PRORAČUNA	450.000	450.000	450.000	100
4. PRIHODI OD DR. AKTIVNOSTI (sufinanciranja)	4.849.000	54.228	62.492	115
Prihodi od zajedničkih promot.aktivnosti – sustav TZ	430.000	-	7.282	
Prihodi od udruženog oglašavanja – HTZ	4.429.000	54.228	55.210	102
5. PRIHODI OD FONDOVA EU	-	120.000	122.483	102
5. OSTALI prihodi	50.000	25.000	14.152	57
7. PRENESENİ PRIHOD iz pret. godine	2.000.000	2.075.139	2.075.139	100
<b>UKUPNO PRIHODI</b>	<b>28.649.000</b>	<b>11.224.367</b>	<b>14.584.611</b>	<b>130</b>

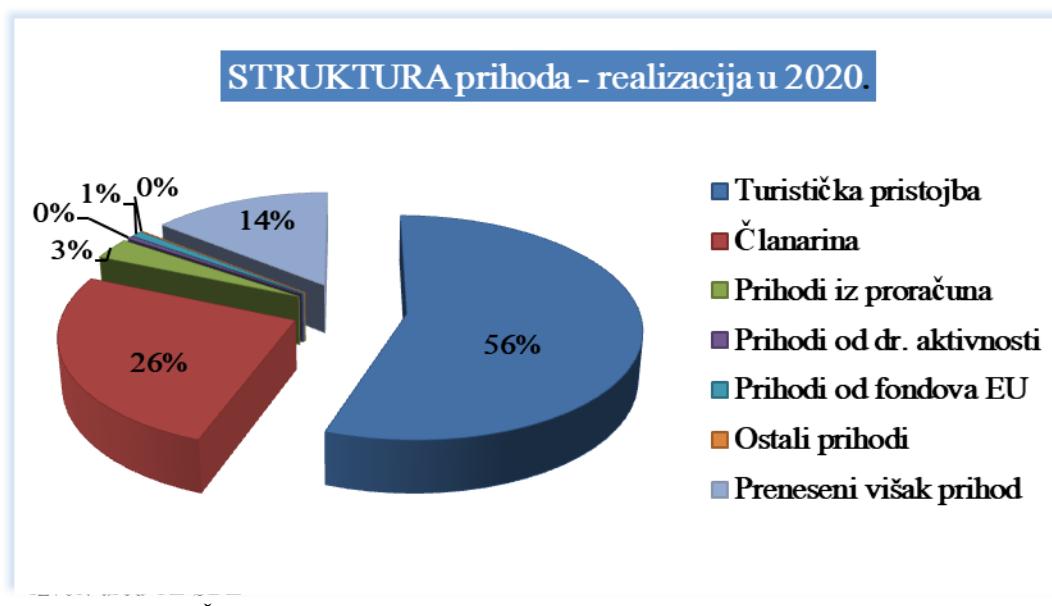
Sukladno čl. 59. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, prihodi Turističke zajednice Splitsko – dalmatinske županije su:

- **turistička pristojba**, sukladno posebnom propisu koji uređuje turističku pristojbu
- **članarina**, sukladno posebnom propisu koji uređuje članarine u TZ
- **prihodi iz proračuna** jedinica lokalne i područne samouprave
- **prihodi od drugih aktivnosti (sufinanciranja višeg i nižeg ustroja TZ)**
- **fondova** Europske unije i drugih fondova.

Finansijski plan TZ Splitsko – dalmatinske županije za 2020. godinu temeljio se na ukupnim prihodima od 28.649.000 kuna, od čega je temeljni prihod bio planiran u iznosu od 26.649.000 kuna, a razliku je predstavljao prijenos viška prihoda iz prethodne godine. Finansijski plan TZ Splitsko – dalmatinske bazira se na prihodima od turističke pristojbe, članarine, prihoda iz proračuna Županije, prihoda od drugih aktivnosti (sufinanciranja), prihoda od fondova EU, ostalih prihoda i prenesenog viška prihoda. S obzirom na izvanrednu situaciju vezano uz epidemiju COVID 19, a koja je dovela do velikog pada turističkog prometa, bilo je očigledno da ukupni prihodi turističke zajednica neće biti realizirani u planiranom iznosu.

Obzirom je tijekom godine došlo do odstupanja od programa rada i finansijskog plana, Turistička zajednica je donijela izmjene i dopune finansijskog plana, koje su usvojene na I redovnoj sjednici Skupštine TZ Splitsko – dalmatinske županije i X sjednici Turističkog vijeća, ali u konačnici i izmjene i dopune plana u značajnoj mjeri odstupaju od ostvarenja, prvenstveno zbog nepredviđenih okolnosti na koje se nije moglo utjecati i značajnih neizvjesnosti tijekom godine oko priljeva finansijskih sredstava. Temeljem izmjena i dopuna finansijskog plana za 2020. godinu planiralo se ostvarenje od 11.224.367 ukupnih prihoda, a na koncu obračunskog razdoblja zabilježeno je ukupno 14.584.611 kuna ukupnih prihoda, što je za 30 posto više u usporedbi s planiranim temeljem rebalansa finansijskog plana. Od toga temeljni ostvareni prihod iznosi 12.509.472 kn, a ostatak predstavlja preneseni višak prihoda iz proteklog razdoblja. Ukupni prihod ostvaren u 2020. godini je za 30% manji u odnosu na ukupne prihode ostvarene u 2019. godini i to prvenstveno zbog globalne zdravstvene ugroze izazvane pandemijom koronavirusa COVID – 19 koja za posljedicu ima negativne učinke na zdravlje i sigurnost ljudi, a posljedično tome i na putovanja i turizam koji su najviše pogodjeni ovom krizom.

U 2020. godini u odnosu na 2019. godinu zabilježen je porast prihoda iz osnove članarine i prenesenog viška prihoda, a najveći pad prihoda u usporedbi s prošlom godinom zabilježen je u realizaciji prihoda od turističke pristojbe i prihoda od drugih aktivnosti. Najveći udio u strukturi realiziranih prihoda u 2020. godini pripada prihodima od turističke pristojbe i prihodima od članarina.



S obzirom na to da je u 2020. godini značajno narušena turistička aktivnost i turistički promet cijelog svijeta, pa tako i Hrvatske, gdje turizam generira izrazito značajan udio bruto domaćeg proizvoda, i funkcioniranje sustava turističkih zajednica bilo je jako otežano. Naime, djelovanje turističkih zajednica direktno ovisi o turističkom prometu, tj. o priljevu sredstava od turističke pristojbe i članarine, a koje je u 2020. bilo smanjeno i neizvjesno. Stoga je od početka pandemije bilo prisutno razdoblje racionalnog usklađenja svih aktivnosti, djelovanja i postupanja na svim razinama. Uvažavajući potrebe cjelokupnog turističkog sektora, Vlada je donijela razne mjere s ciljem opstojnosti turističkog sustava, a koje su uključivale i mjere oslobađanja plaćanja pola iznosa godišnjeg paušalnog iznosa turističke pristojbe i članarine za privatne iznajmljivač, odgodu plaćanja turističke članarine za gospodarske subjekte i dr. mjere. Također, za cijelu 2020. godinu, iznajmljivači su se u potpunosti oslobodili plaćanja turističke pristojbe i članarine za pomoćne krevete. Vezano za Zakon o turističkoj pristojbi, dalo se ovlaštenje Vladi RH da uredbom, u uvjetima posebnih okolnosti, drugačije uredi pitanja koja se odnose na visinu turističke pristojbe i rokove uplate turističke pristojbe, kao i da u uvjetima posebnih okolnosti može prenamijeniti sredstava Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent te Fonda za udružene turističke zajednice. S obzirom na cjelokupnu situaciju s pandemijom koronavirusa te negativnom utjecaju na putovanja i turizam, aktivnosti i postupanja na svim razinama sustava turističkih zajednica su bile racionalizirane, kako bi se cjelokupni sustav održao stabilnim i spremnim za djelovanje po završetku pandemije.

Pojašnjenje pojedinih stavki realiziranih prihoda je sljedeće;

#### **2.1.1. TURISTIČKA pristojba**

---

Prihodi od turističke pristojbe plaćaju su se temeljem čl. 59 Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i sukladno Zakonu o turističkoj pristojbi. Turističke zajednice turističku pristojbu koriste za izvršavanje svojih zadaća i za svoje poslovanje sukladno godišnjem programu rada i financijskom planu. Godina 2020. što se tiče naplate turističke pristojbe znatno je lošija u usporedbi s prošlom godinom, kao i prvobitno planiranim sredstvima. S obzirom na izvanrednu situaciju vezano uz epidemiju covid 19, Ministarstvo turizma i sporta donijelo je niz mjera za pomoć gospodarstvu, a koje su se odnosile i na obvezu plaćanja turističke pristojbe i to kako slijedi;

➤ **Oslobodenje plaćanja pristojbe za privatne iznajmljivače (paušal)**

Pravilnik o odgodi ili oslobađanju od plaćanja turističke pristojbe za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu (NN 36/20) stupio je na snagu 26. ožujka 2020. godine. Osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu **oslobodene su u 2020. godini plaćanja pola iznosa godišnjeg paušalnog iznosa turističke pristojbe** koju bi bili obvezni platiti za glavni krevet i smještajnu jedinicu u kampu i kamp-odmorištu odnosno prema kapacitetu u objektu za robinzonski smještaj. Također, za cijelu 2020. godinu u **potpunosti su oslobodeni plaćanja turističke pristojbe za pomoćne krevete**. Cilj mjere je bilo ublažavanje finansijskog udara na osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu kao obveznike plaćanja turističke pristojbe s obzirom da su bili pogodjeni nastalom situacijom s koronavirusom jer turističku pristojbu plaćaju u godišnjem paušalnom iznosu po krevetu, a ne po noćenju.

➤ **Zakon o dopunama Zakona o turističkoj pristojbi**

Zakon je stupio na snagu 8. travnja 2020. godine (NN 42/20), a dopune Zakona usmjerene su na davanje ovlaštenja Vladi RH da uredbom, u uvjetima posebnih okolnosti, **drugačije uredi pitanja koja se odnose na visinu turističke pristojbe i rokove uplate turističke pristojbe**. Također se, u uvjetima posebnih okolnosti mogu prenamijeniti sredstava Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent te Fonda za udružene turističke zajednice. Ujedno definirano je da za vrijeme trajanja posebnih okolnosti nadležni inspektori neće podnosići optužne prijedloge za pokretanje prekršajnih postupaka odnosno izdavanje prekršajnih naloga niti naplaćivati novčanu kaznu na mjestu izvršenja prekršaja.

➤ **Pravilnik o visini, načinu plaćanja i raspodjeli turističke pristojbe za čarterska plovila, brodove za višednevna kružna putovanja i osobe koje borave na plovilu (nautičari)**

Temeljem objavljenog Pravilnika o visini, načinu plaćanja i raspodjeli turističke pristojbe za čarterska plovila, brodove za višednevna kružna putovanja i osobe koje borave na plovilu (nautičari) te način plaćanja turističke pristojbe za brodove na kružnom putovanju u međunarodnom pomorskom prometu i međunarodnom prometu na unutarnjim vodama, koji je stupio na snagu dana 26. lipnja 2020. godine, **paušalni iznos turističke pristojbe za nautičare u 2020. godini snižen je se za 20%**.

Naime, nautičari turističku pristojbu mogu platiti **po noćenju ili u paušalnom iznosu**, a iznos turističke pristojbe koju nautičari plaćaju po osobi i noćenju iznosi 10,00 kn.

➤ **Pravilnik o dopunama Pravilnika o odgodi ili oslobođanju od plaćanja turističke pristojbe za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu i OPG-u**

U Pravilniku o odgodi ili oslobođanju od plaćanja turističke pristojbe za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu koji je stupio na snagu dana 25. rujna 2020. godine, zbog posebnih okolnosti, privatni iznajmljivači oslobođeni su plaćanja godišnjeg paušalnog iznosa turističke pristojbe za 2020. godinu ako im je, sukladno rješenju **utvrđen prestanak pružanja ugostiteljskih usluga, odnosno smanjenje broja kreveta ili kapaciteta objekta do dospijeća drugog obroka turističke pristojbe i ako u objektima na koje se prestanak odnosno smanjenje odnosi nisu prema podacima iz sustava eVisitor imali evidentirano niti jedno noćenje u 2020. godini.**

Temeljem svih donesenih mjera, te ostvarenja turističkog prometa na razini od 45% prošlogodišnjeg, temeljem izmjena i dopuna plana procjenilo se da će se do kraja 2020. godine uprihoditi oko 5.500.000 kn turističke pristojbe. Međutim, zbog nepredviđenih okolnosti za koje se nije znalo i na koje se nije moglo utjecati te neizvjesnosti tijekom drugog dijela godine oko rokova uplate, iznosa broja rata paušalne pristojbe te samog priljeva finansijskih sredstava, u konačnici je realizirano ipak znatno više sredstava. Tako je iz osnove cjelokupne turističke pristojbe u 2020. ostvareno ukupno 8.087.389 kuna, što je za 29 posto manje u odnosu na 2019. godinu i 47 posto više u odnosu na planirana sredstva temeljem izmjena i dopuna plana. Pri tome su prihodi od turističke pristojbe – paušal i po noćenju realizirani u uznosu od 6.837.125 kuna, a prihodi od turističke pristojbe u nautici realizirani u iznosu od 1.250.264 kuna. Bitno je napomenuti da su sredstva pristojbe u nautici, temeljem Pravilnika o visini, načinu plaćanja i raspodjeli turističke pristojbe za čarterska plovila, brodove za višednevna kružna putovanja i osobe koje borave na plovilu, uplaćena na račun Zajednice dana 31.12. 2020. godine, u iznosu za koji se nije znalo i samim time nije moglo utjecati na donesene izmjene i dopune plana. Prihodi od turističke pristojbe sudjeluju sa 56 posto udjela u ukupno realiziranim prihodima u 2020. godini.

Uplaćena sredstva turističke pristojbe (noćenje i paušal) raspoređivala su se prema sljedećem rasporedu:

- 3,5% sredstava na poseban račun HTZ-a (Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent)
- 2% sredstava na poseban račun HTZ-a (Fond za udružene turističke zajednice)
- 65% sredstava TZ općine ili grada, od čega se 30% sredstava doznačuje općini ili gradu na području kojih je osnovana,

- 15% sredstava turističkoj zajednici županije,
- 20% sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici

Na područjima gdje nisu osnovane turističke zajednice općine ili grada, uplaćena sredstva turističke pristojbe raspoređuju se regionalnoj turističkoj zajednici (9 općina na području SDŽ).

Raspodjela sredstava turističke pristojbe u nautici raspoređuje se prema sljedećem:

- 1% Crvenom križu, a od ostatka:
- 65% lokalnim turističkim zajednicama, od čega se 30% doznačuje općini ili gradu na području kojih je osnovana turistička zajednica, a koriste se za poboljšanje uvjeta boravka turista
- 15% regionalnim turističkim zajednicama
- 20% HTZ-u za promicanje nautičkog turizma.

#### Tabela:

Pregled prihoda od uplaćene TP po TZ gradova, općina i mjesta za 2020. godinu i usporedba s 2019. godinom – 15% TZŽ

#### **PRIHODI od turističke pristojbe (ukupno po TZ gradova, općina, mjesta i područja – 15%)**

Rd. br.	TURISTIČKA ZAJEDNICA	TURISTIČKA PRISTOJBA – 2020	TURISTIČKA PRISTOJBA – 2019	INDEKS 20/19
1.	<b>TZ Baška Voda</b>	389.690,30	599.546,02	65
2.	<b>TZ Brela</b>	218.869,27	391.012,48	56
3.	<b>TZ Bol</b>	207.486,82	435.629,05	48
4.	<b>TZ Drvenik</b>	95.758,63	170.825,51	56
5.	<b>TZ Dugi Rat</b>	173.318,12	191.554,32	90
6.	<b>TZ Dugopolje</b>	7.017,56	18.001,97	39
7.	<b>TZ Gradac</b>	247.739,25	389.975,51	63
8.	<b>TZ Hvar</b>	285.364,39	507.830,80	56
9.	<b>TZ Igrane</b>	30.979,09	92.920,46	33
10.	<b>TZ Imota</b>	28.382,59	31.841,03	89
11.	<b>TZ Jelsa</b>	213.706,95	281.557,68	76
12.	<b>TZ Kaštela</b>	226.179,71	309.218,17	73
13.	<b>TZ Klis</b>	11.045,73	16.225,62	68
14.	<b>TZ Komiža</b>	54.580,75	68.306,06	80
15.	<b>TZ Makarska</b>	601.422,58	970.262,20	62
16.	<b>TZ Marina</b>	137.759,13	129.236,38	107
17.	<b>TZ Milna</b>	84.067,51	99.621,03	84
18.	<b>TZ Omiš</b>	396.168,12	527.170,95	75

19.	<b>TZ Okrug</b>	243.522,40	314.491,53	77
20.	<b>TZ Pučišća</b>	16.654,65	39.190,70	42
21.	<b>TZ Podstrana</b>	235.963,81	418.717,71	56
22.	<b>TZ Podgora</b>	230.649,06	366.638,41	63
23.	<b>TZ Postira</b>	49.999,33	88.207,95	57
24.	<b>TZ Supetar</b>	308.054,99	343.781,97	90
25.	<b>TZ Split</b>	868.599,66	1.682.657,14	52
26.	<b>TZ Sinj</b>	9.173,90	16.341,61	56
27.	<b>TZ Sutivan</b>	57.817,16	83.669,81	69
28.	<b>TZ Seget</b>	227.995,13	561.765,76	41
29.	<b>TZ Stari Grad</b>	100.676,09	263.612,46	38
30.	<b>TZ Selca</b>	49.454,68	57.443,01	86
31.	<b>TZ Sućuraj</b>	21.775,31	32.720,20	66
32.	<b>TZ Solin</b>	36.975,91	59.841,51	62
33.	<b>TZ Šestanovac</b>	4.158,84	6.977,45	60
34.	<b>TZ Šolta</b>	64.143,80	83.283,76	77
35.	<b>TZ Trilj</b>	6.523,22	24.736,66	26
36.	<b>TZ Trogir</b>	223.860,08	338.249,48	66
37.	<b>TZ Tučepi</b>	266.639,89	526.950,07	51
38.	<b>TZ Vis</b>	76.185,06	115.342,11	66
39.	<b>TZ Vrgorac</b>	1.052,97	3.594,39	29
40.	<b>TZ Vrboska</b>	70.389,57	118.215,57	59
41.	<b>TZ Vrlika</b>	900,32	1.371,61	66
42.	<b>TZ Živogošće</b>	129.717,26	235.119,94	55
43.	<b>Područja bez TZ</b>	126.705,04	82.029,41	154
<b>UKUPNO po TZ</b>		<b>6.837.124,63</b>	<b>11.095.685,46</b>	<b>61</b>
TP – nautičari		1.250.263,57	327.791,00	381
<b>UKUPNO BP</b>		<b>8.087.388,20</b>	<b>11.423.476,46</b>	<b>71</b>

Napomena:

U Hrvatskoj je s početkom 2016. uveden sustav eVisitor kao jedinstveno i središnje mjesto prijave i odjave turista, a sustav je iznimno važan i za obračun te kontrolu naplate turističke pristojbe. Prema podacima iz sustava eVisitor sa stanjem na dan 17.02. 2021. godine, zaduženje za sve obveznike na razini Splitsko – dalmatinske županije u razdoblju od 01.01. – 31.12. 2020. godine iznosilo je u bruto iznosu 49.355.338,01 kn. Od toga je u spomenutom razdoblju uplaćeno 47.794.603,71 kn, te sukladno tome potraživanja za 2020. godinu iznose 1.560.734,30 kn u bruto iznosu (15% udio TZSDŽ – 221.234,09 kn). Također, postoji još uvijek neuplaćeni dio duga iz prethodnog razdoblja koji trenutačno sa dugom iz tekuće 2020. godine iznosi u bruto iznosu 14.630.975,77 kuna – dug tj. potraživanja za TZ SDŽ iznose 1.482.512,39 kn .

## **2.1.2. ČLANARINA**

Prihodi od članarine plaćaju se temeljem čl. 59 Zakona o TZ i promicanju hrvatskog turizma te temeljem Zakona o članarinama u turističkim zajednicama. Pravna i fizička osoba koja ima svoju poslovnu jedinicu na području lokalne turističke zajednice koja je osnovana sukladno zakonu kojim se uređuje sustav TZ, koja trajno ili sezonski ostvaruje prihod pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavlja djelatnost koja ima korist od turizma odnosno na čije prihode turizam ima utjecaj, plaća članarinu turističkoj zajednici. Visina članarine koju plaća pravna i fizička osoba ovisi o skupini u koju je razvrstana djelatnost kojom se pravna ili fizička osoba bavi te o pripadajućoj stopi za obračun i plaćanje članarine. Od 2020. godine uvedena je i obveza plaćanja godišnjeg paušalnog iznosa članarine za fizičke osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu. Nadzor nad naplatom članarine od pravnih i fizičkih osoba obavlja Porezna uprava, a u poslovnim knjigama turističke zajednice prihodi od turističke članarine evidentiraju se na temelju izvadaka sa žiro računa. Troškovi evidencije, obračuna i naplate članarine iznose 3 % od naplaćene članarine.

Godina 2020. što se tiče naplate članarine bolja je u usporedbi s prošlom godinom, kao i prvobitno planiranim sredstvima. Naime, obveza proizlazi temeljem ostvarenja i rezultata poslovanja iz 2019. godine, a koji su bili jako uspješni te je ujedno od 2020. godine za privatne iznajmljivače uvedena obveza plaćanja paušala na temelju broj kreveta, za razliku od prijašnjih godina kada se članarina obračunavala kao postotak od ostvarenih primitaka. S obzirom na izvanrednu situaciju vezano uz epidemiju koronavirusa, Ministarstvo turizma i sporta je donijelo mјere za pomoć gospodarstvu i iznajmljivačima, a koje su se odnosile i na obvezu plaćanja članarine i to kako slijedi;

- Pravilnik o dopuni Pravilnika o godišnjem paušalnom iznosu članarine za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu**

Sukladno aktualnom Pravilniku o paušalu članarine TZ za iznajmljivače u 2020. godini, domaćini plaćaju članarinu TZ po svakom krevetu u kućanstvu u paušalnom iznosu od 45,00 kuna, s tim da se na pomoćne krevete obračunava 50% osnovice. Paušalna osnovica za OPG-ove je 30,00 kn, za kampove i kamp-odmorišta – robinzonski smještaj 80,00 kn, a za kampove na OPG-ovima 60,00 kn. Temeljem dopuna spomenutog Pravilnika koji je stupio na snagu 30. srpnja 2020. godine **visina godišnjeg paušalnog iznosa članarine za privatne iznajmljivače, u 2020. godini umanjena je za 50%** te u 2020. godini, godišnji paušalni iznos članarine nije se plaćao na pomoćne ležajeve.

Temeljem finansijskog plana za 2020. planirani su prihodi od članarine u iznosu od 2.800.000 kuna, ali se izmjenama i dopunama plana procjenilo da će taj iznos do kraja godine iznosići oko 3.000.000 kuna. U konačnici je iz osnove članarine u 2020. godini ostvareno ukupno 3.772.956 kn što je za 36 posto više u odnosu na ostvarene prihode članarine iz prethodne godine i 26 posto više u odnosu na planirana sredstva temeljem izmjena i dopuna plana. Prihodi od članarine sudjeluju sa 26% udjela u ukupno realiziranim prihodima turističke zajednice u 2020. godini.

Od ukupno uplaćenih sredstva članarine, raspoređuju se prema sljedećem rasporedu;

- 9% sredstava na posebni račun HTZ-a (Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent)
- 2% na posebni račun HTZ-a (Fond za udružene turističke zajednice)
- 65% sredstava lokalnoj turističkoj zajednici
- 15% sredstava regionalnoj turističkoj zajednici
- 20% sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici

Tabela:

Pregled prihoda od uplaćene članarine po TZ gradova, općina, mjesta i područja za 2020. godinu i usporedba s 2019. godinom – 15% TZŽ

**PRIHODI od ČLANARINE**  
**(ukupno po TZ gradova, općina, mjesta i područja – 15%)**

RE. BR.	TURISTIČKA ZAJEDNICA	ČLANARINA – 2020	ČLANARINA – 2019	INDEX 20/19
1.	<b>TZ Baška Voda</b>	79.100,08	41.049,64	193
2.	<b>TZ Brela</b>	29.632,07	37.773,39	78
3.	<b>TZ Bol</b>	53.109,02	49.492,24	107
4.	<b>TZ Drvenik</b>	11.536,72	8.793,91	131
5.	<b>TZ Dugi Rat</b>	104.189,51	71.903,79	145
6.	<b>TZ Dugopolje</b>	198.509,01	129.444,16	153
7.	<b>TZ Gradac</b>	35.146,43	22.752,32	154
8.	<b>TZ Hvar</b>	119.808,13	114.954,75	104
9.	<b>TZ Igrane</b>	11.795,14	5.908,84	200
10.	<b>TZ Imota</b>	33.780,22	23.450,57	144
11.	<b>TZ Jelsa</b>	28.044,58	19.923,18	141
12.	<b>TZ Kaštela</b>	247.786,02	171.021,82	145
13.	<b>TZ Klis</b>	21.189,65	12.037,49	176
14.	<b>TZ Komiža</b>	22.904,70	18.316,62	125
15.	<b>TZ Makarska</b>	211.988,91	134.157,17	158

16.	<b>TZ Marina</b>	29.405,08	23.091,27	127
17.	<b>TZ Milna</b>	23.749,46	8.958,91	265
18.	<b>TZ Omiš</b>	104.192,62	71.099,81	146
19.	<b>TZ Okrug</b>	40.052,87	19.882,42	201
20.	<b>TZ Pučišća</b>	5.544,48	5.840,31	95
21.	<b>TZ Podstrana</b>	89.047,90	59.262,44	150
22.	<b>TZ Podgora</b>	40.065,36	24.386,50	164
23.	<b>TZ Postira</b>	21.596,06	7.967,63	271
24.	<b>TZ Supetar</b>	62.312,24	55.980,63	111
25.	<b>TZ Split</b>	1.487.098,92	1.153.210,49	129
26.	<b>TZ Sinj</b>	61.916,14	38.102,32	162
27.	<b>TZ Sutivan</b>	11.315,79	10.219,56	111
28.	<b>TZ Seget</b>	71.025,86	53.701,60	132
29.	<b>TZ Stari Grad</b>	23.762,28	16.444,20	144
30.	<b>TZ Selca</b>	11.277,40	6.529,42	172
31.	<b>TZ Sućuraj</b>	4.246,62	2.068,68	205
32.	<b>TZ Solin</b>	133.229,37	87.708,19	152
33.	<b>TZ Šestanovac</b>	4.298,99	2.317,03	185
34.	<b>TZ Šolta</b>	18.597,66	12.777,33	146
35.	<b>TZ Trilj</b>	14.313,11	12.229,67	117
36.	<b>TZ Trogir</b>	134.304,47	99.457,65	135
37.	<b>TZ Tučepi</b>	48.466,32	51.704,84	94
38.	<b>TZ Vis</b>	35.460,49	27.771,04	128
39.	<b>TZ Vrgorac</b>	56.702,84	34.636,58	164
40.	<b>TZ Vrlika</b>	7.626,26	6.509,63	117
41.	<b>TZ Vrboska</b>	5.684,56	5.696,99	100
42.	<b>TZ Živogošće</b>	19.143,14	9.880,06	194
<b>U K U P N O</b>		<b>3.772.956,48</b>	<b>2.768.415,09</b>	<b>136</b>

Najveći iznos naplate članarine u 2020. godini zabilježen je na području gradova Splita, Kaštela i Makarske te općine Dugopolje. Ukupno ostvareni prihodi turističke pristojbe i članarine u 2020. godini iznose 10.610.081,11 kn (bez nautike), što je za 24% manje u odnosu na prošlu godinu.

#### **Rekapitulacija prihoda TP i Č po TZ – 15% TZŽ**

RE. BR.	TURISTIČKA ZAJEDNICA	TURISTIČKA PRISTOJBA	ČLANARINA	UKUPNO	UDIO %
1.	<b>TZ Baška Voda</b>	389.690,30	79.100,08	468.790,38	<b>4,42</b>
2.	<b>TZ Brela</b>	218.869,27	29.632,07	248.501,34	2,34
3.	<b>TZ Bol</b>	207.486,82	53.109,02	260.595,84	2,46
4.	<b>TZ Drvenik</b>	95.758,63	11.536,72	107.295,35	1,01

5.	<b>TZ Dugi Rat</b>	173.318,12	104.189,51	277.507,63	2,62
6.	<b>TZ Dugopolje</b>	7.017,56	198.509,01	205.526,57	1,94
7.	<b>TZ Gradac</b>	247.739,25	35.146,43	282.885,68	2,67
8.	<b>TZ Hvar</b>	285.364,39	119.808,13	405.172,52	3,82
9.	<b>TZ Igrane</b>	30.979,09	11.795,14	42.774,23	0,40
10.	<b>TZ Imota</b>	28.382,59	33.780,22	62.162,81	0,59
11.	<b>TZ Jelsa</b>	213.706,95	28.044,58	241.751,53	2,28
12.	<b>TZ Kaštela</b>	226.179,71	247.786,02	473.965,73	<b>4,47</b>
13.	<b>TZ Klis</b>	11.045,73	21.189,65	32.235,38	0,30
14.	<b>TZ Komiža</b>	54.580,75	22.904,70	77.485,45	0,73
15.	<b>TZ Makarska</b>	601.422,58	211.988,91	813.411,49	<b>7,67</b>
16.	<b>TZ Marina</b>	137.759,13	29.405,08	167.164,21	1,57
17.	<b>TZ Milna</b>	84.067,51	23.749,46	107.816,97	1,02
18.	<b>TZ Omiš</b>	396.168,12	104.192,62	500.360,74	<b>4,72</b>
19.	<b>TZ Okrug</b>	243.522,40	40.052,87	283.575,27	2,67
20.	<b>TZ Pučišća</b>	16.654,65	5.544,48	22.199,13	0,21
21.	<b>TZ Podstrana</b>	235.963,81	89.047,90	325.011,71	3,06
22.	<b>TZ Podgora</b>	230.649,06	40.065,36	270.714,42	2,55
23.	<b>TZ Postira</b>	49.999,33	21.596,06	71.595,39	0,67
24.	<b>TZ Supetar</b>	308.054,99	62.312,24	370.367,23	3,49
25.	<b>TZ Split</b>	868.599,66	1.487.098,92	2.355.698,58	<b>22,20</b>
26.	<b>TZ Sinj</b>	9.173,90	61.916,14	71.090,04	0,67
27.	<b>TZ Sutivan</b>	57.817,16	11.315,79	69.132,95	0,65
28.	<b>TZ Seget</b>	227.995,13	71.025,86	299.020,99	2,82
29.	<b>TZ Stari Grad</b>	100.676,09	23.762,28	124.438,37	1,17
30.	<b>TZ Selca</b>	49.454,68	11.277,40	60.732,08	0,57
31.	<b>TZ Sućuraj</b>	21.775,31	4.246,62	26.021,93	0,24
32.	<b>TZ Solin</b>	36.975,91	133.229,37	170.205,28	1,60
33.	<b>TZ Šestanovac</b>	4.158,84	4.298,99	8.457,83	0,08
34.	<b>TZ Šolta</b>	64.143,80	18.597,66	82.741,46	0,78
35.	<b>TZ Trilj</b>	6.523,22	14.313,11	20.836,33	0,20
36.	<b>TZ Trogir</b>	223.860,08	134.304,47	358.164,55	3,38
37.	<b>TZ Tučepi</b>	266.639,89	48.466,32	315.106,21	2,97
38.	<b>TZ Vis</b>	76.185,06	35.460,49	111.645,55	1,05
39.	<b>TZ Vrboska</b>	70.389,57	5.684,56	76.074,13	0,72
40.	<b>TZ Vrgorac</b>	1.052,97	56.702,84	57.755,81	0,54
41.	<b>TZ Vrlika</b>	900,32	7.626,26	8.526,58	0,08
42.	<b>TZ Živogošće</b>	129.717,26	19.143,14	148.860,40	1,40
43.	<b>Područja bez TZ</b>	126.705,04	-	126.705,04	1,19
<b>U K U P N O*</b>		<b>6.837.124,63</b>	<b>3.772.956,48</b>	<b>10.610.081,11</b>	<b>100,00</b>

\*podaci bez nautike

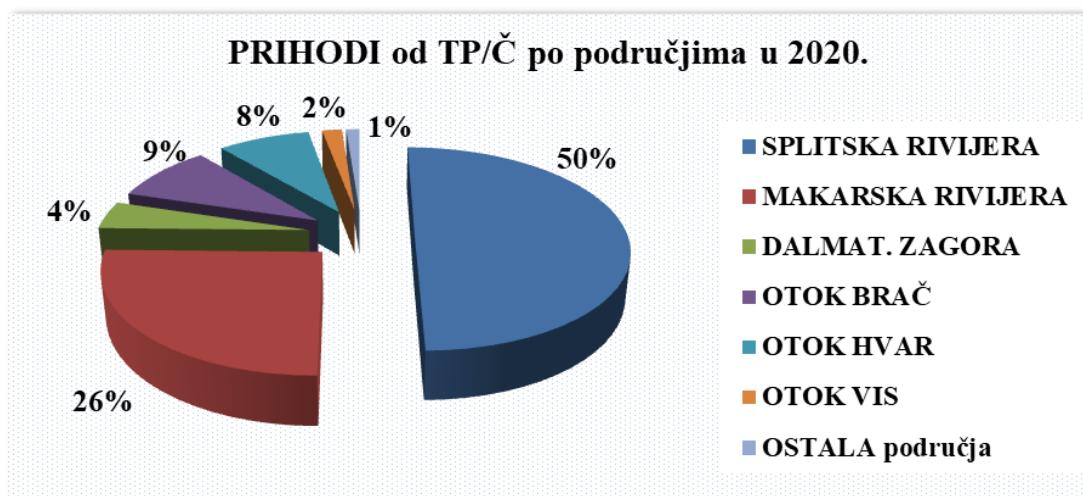
Raspodjela prihoda od turističke pristojbe i članarine u sustavu turističkih zajednica – TZŽ 15%, pri čemu se najveći obujam prihoda od turističke pristojbe i članarine u 2020. godini realizirao na području sljedećih TZ; Split – udio od 22%, Makarska - udio od 8%, Omiš – udio od 4,7%, Kaštela – udio od 4,5% i Baška Voda – udio od 4,4%.

Tablica:

**Raspodjela PRIHODA TP i Č po destinacijama u 2020. i usporedba s 2019. – 15%TZŽ**

Izvor: ured TZ SDŽ, Split

DESTINACIJSKA PODRUČJA	PRIHODI BP/TČ – 2020	PRIHODI TP/TČ- 2019	UDIO - % 2020	Index 20/19
SPLITSKA RIVIJERA	5.293.416,15	6.439.303,52	49,89	82
MAKARSKA RIVIJERA	2.698.339,50	4.079.657,27	25,43	66
DALMAT. ZAGORA	466.591,35	463.499,38	4,40	101
OTOK BRAČ	962.439,59	1.292.532,22	9,07	74
OTOK HVAR	873.458,48	1.277.342,92	8,23	68
OTOK VIS	189.131,00	229.735,83	1,78	82
OSTALA područja	126.705,04	82.029,41	1,19	154
<b>UKUPNO</b>	<b>10.610.081,11</b>	<b>13.864.100,55</b>	<b>100,00</b>	<b>76</b>



Struktura ostvarenih prihoda u 2020. godini po destinacijskim područjima unutar Županije, ukazala je da se najveći obujam naplate turističke pristojbe i članarine ostvario na području Splitske rivijere i to u iznosu oko 5,3 milijuna kuna što je za 18% manje naplate u usporedbi s prošlom godinom. Istovremeno udio Splitske rivijere u ostvarenim prihodima na razini Županije iznosi u 2020. godini 50%.

Na drugom mjestu slijedi područje Makarske rivijere, koje sa zabilježenim uplatama u iznosu od oko 2,7 milijuna kuna, a što je za 34% manje naplate u usporedbi s 2019. godinom, ostvaruje učešće od 25% u prihodima TZ Splitsko – dalmatinske županije. Otok Brač sa evidentiranim prihodima u iznosu od oko 962 tisuće kuna, što predstavlja udio od 9% na razini regije, zauzima treće mjesto po ukupnom obujmu naplate pristojbe i članarine u 2020. godini. Sa nešto manjim udjelom zastupljen je i otok Hvar koji je u 2020. godini ostvario iznos od 873 tisuće kuna naplate pristojbe i članarine, a što je za 32% manje u usporedbi s prošlom godinom.

### **2.1.3. Prihodi iz PRORAČUNA**

Spomenuta sredstva proračuna u najvećoj mjeri predstavlja potpora Splitsko – dalmatinske županije za realizaciju programa promocije turističke ponude na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu. Sve sufinancirane aktivnosti obavljaju se u zajedničkoj suradnji s UO za pomorstvo i turizam Splitsko – dalmatinske županije. Program turizma kroz prikazane aktivnosti ima za osnovi cilj podignuti razinu turističke ponude, u prvom redu kroz usmjereni razvijanje turizma na postojećim i novim destinacijama. Splitsko – dalmatinska županija osigurava dio sredstava za realizaciju aktivnosti TZ Splitsko – dalmatinske na osnovi odluke o raspodjeli dijela sredstava Županijskog proračuna namijenjenih turizmu, a doznačena sredstva turistička zajednica pravda cijelovitim izvješćem o korištenju sredstava. Ujedno, za potrebe Županijske skupštine pripremaju se izvješća o stanju i kretanjima u turizmu te o postignutim rezultatima. U 2020. iz proračuna Županije doznačeno je ukupno 450.000,00 kuna što je u skladu s planiranim sredstvima.

SUFINANCIRANE aktivnosti	Iznos sredstava
- promocija turizma SD Županije za 2020. godinu	450.000 kn

Temeljem konačnog obračuna za 2020. godinu, prihodi iz proračuna Županije sudjeluju sa 3% udjela u ukupnim prihodima turističke zajednice.

### **2.1.4. Prihodi od DRUGIH AKTIVNOSTI (sufinanciranja)**

Prihode od drugih aktivnosti uglavnom predstavljaju prihodi višeg ili nižeg ustroja sustava turističkih zajednica. Riječ je o zajedničkim promotivnim nastupima (sajmovi, prezentacije i sl.), sufinanciranju projekata iz višeg ustroja, aktivnosti udruženog oglašavanja i itd.

To se prvenstveno odnosi na Hrvatsku turističku zajednicu, TZŽ Dalmacije i lokalnih ureda turističkih zajednica s područja Županije za realizaciju zajedničkih projekata i akcija, koji se provode temeljem zajedničke suradnje i koordinacije sustava turističkih zajednica. Osnova za planiranje je pisani dokument o zajedničkim aktivnostima i njihovom sufinanciraju te pisani dokument o pomoći iz višeg ustroja. Program rada HTZ-a podrazumijeva ostvarenje određenih pretpostavki na svim razinama od sustava turističkih zajednica, državnih poticaja do poduzetničkog angažmana na lokalnoj razini te definira određene zadatke koji se odnose i na županijske turističke zajednice i to posebice kod dodatnog intenziviranja zajedničkih tržišnih aktivnosti u promidžbi. Prihodi od drugih aktivnosti koji su prvo bitno planirani u iznosu od 4.849.000 kuna predstavljaju prihodi višeg ili nižeg ustroja sustava TZ za zajedničke promotivne nastupe (sajmovi, prezentacije...), udruženo oglašavanje, sufinanciranje projekata iz višeg ustroja itd. Sredstva se inače najvećim dijelom odnose na refundacije vezane za udruženo oglašavanje od strane Hrvatske turističke zajednice koja je promjenila koncept realizacije predmetne stavke. Ova vrsta prihoda u konačnici je realizirana u nešto većem iznosu u odnosu na izmjene i dopune plana, ali to je u neusporedivo manjem opsegu u odnosu na planirana sredstva, i to prvenstveno zbog nemogućnosti provedbe zajedničkih planiranih promotivnih aktivnosti višeg i nižeg ustroja turističkih zajednica, a što se najvećim dijelom odnosilo na aktivnosti udruženog oglašavanja i sajamskih nastupa. Odlukom Turističkog vijeća HTZ-a od 14. travnja 2020. godine stavljene su van snage sve odluke vezane za provedbu i realizaciju udruženog oglašavanja i strateških projekata. Ukupan iznos prihoda od drugih aktivnosti ostvaren u 2020. godini iznosi 62.492 kuna, što je 15 posto više u usporedbi s izmjenama i dopunama plana.

#### Rekapitulacija prihoda od dr.aktivnosti = 62.492 kn

TURISTIČKE ZAJEDNICE	Iznos u kn
<b>Hrvatska turistička zajednica</b>	<b>55.210 kn</b>
- sufinanciranje zajedničkog oglašavanja HTZ-a i TZ SDŽ u periodu od 24.07 – 08.08. na tržištu Češke	54.228 kn
- refundacija 25% troška smještaja čeških novinara	982 kn
<b>TZ Makarske rivijere - Brela, Baška Voda, Makarska, Tučepi, Podgora, Igrane, Živogošće, Drvenik i Gradac</b>	<b>7.282 kn</b>
- refundacija troška zakupa štanda na sajmu „Ferienmesse, Beč“ – 50%	

Temeljem konačnog obračuna za 2020. godinu, prihodi od drugih aktivnosti - sufinanciranja sudjeluju sa 0,4 posto udjela u ukupnim prihodima turističke zajednice.

### **2.1.5. Prihodi EU FONDOVA**

Riječ je o prihodima koje turistička zajednica ostvaruje za provedbu određenog projekta koji se financira sredstvima iz EU fondova. TZ Splitsko – dalmatinske županije sudjeluje u projektu „Hrvatski digitalni turizam“, a riječ je o EU projekt u kojem sudjeluju još Ministarstvo turizma kao korisnička institucija, Hrvatska turistička zajednica i bivši Ured Državne uprave u Splitsko-dalmatinskoj županiji kao projektni partneri. Projekt se provodi u suradnji s konzultantima s Fakulteta elektrotehnike i računarstva Sveučilišta u Zagrebu. Projekt se dijelom sufinancira sredstvima EU u okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014.-2020. godine, a dijelom nacionalnim sredstvima koje osigurava Ministarstvo turizma. U sklopu projekta Hrvatski digitalni turizam predviđen je razvoj 5 e-usluga:

- ✓ Središnji turistički registar,
- ✓ Upravni postupci kategorizacije ugostiteljskih i turističkih objekata te izdavanja rješenja pružateljima usluga u turizmu,
- ✓ Neupravni postupci dodjele potpora za razvoj turizma,
- ✓ Prijava i odjava gostiju (eVisitor sustav),
- ✓ Pružanje turističkih informacija i promoviranje hrvatskog turizma (croatia.hr portal).

Opis aktivnosti za 2020. godinu;

Podrška projektnom timu HTZ u provedbi ugovora u sklopu nabave usluge izrade web turističko – informacijskog sustava te uspostave sustava upravljanje bazama podataka potrebnih za uspostavu javnih e – usluga. U planu za 2020. godini bila je izrada detaljne specifikacije aplikacije za javne e-usluge u turizmu - prijava i odjava gostiju za nadogradnju sustava eVisitor. Provode se i aktivnosti oko izrade novog turističko-informacijskog portala croatia.hr te uspostavljanja IT sustava za upravljanje bazama podataka potrebnih za novu internetsku stranicu croatia.hr.

Ova vrsta prihoda nije bila posebno planirana u programu rada, ali temeljem izmjena i dopuna plana, sredstva su posebno izdvojena u iznosu od 120.000 kn. Realizacija na kraju obračunskog razdoblja iznosi 122.483 kn, a što je 2% više u odnosu na sredstva planirana izmjenama i dopunama plana. Prihodi od EU fondova sudjeluju sa 1 posto udjela u ukupnim prihodima turističke zajednice.

### **2.1.6. OSTALI prihodi**

Ostali prihodi realizirani su u iznosu od 14.152 kn i predstavljaju kamate – prihode od pozitivnih tečajnih razlika, povrat sredstava temeljem dugoročnog najma vozila i ostale nespomenute prihode.

### **2.1.7. PRENESENI VIŠAK prihoda iz pret. godine**

Višak prihoda iz prethodne godine ne prenosi se u prihode već se evidentira na posebnom računu 5221 – višak prihoda, a u slučaju negativnog rezultata godine iskazuje se manjak prihoda na računu 5222. Temeljem finansijskog izvješća o ostvarenju i realizaciji programa rada TZ Splitsko – dalmatinske županije iz prijašnjih godina utvrđen je višak prihoda na kraju obračunskog razdoblja, koji trenutačno iznosi 2.075.139 kn (2.417.257 kn u bruto bilanci zbog različitog načina prikazivanja troška amortizacije i troška nabave materijalnih sredstava u finansijskim izvješćima koje podnosi ured TZ SDŽ ), te je prenesen u 2020. godinu kao višak iz prethodne godine i sudjeluje sa 14 posto u ukupnim prihodima turističke zajednice.

## **2.2. RASHODI**

Ostvareni rashodi TZ Splitsko – dalmatinske županije proizašli su iz Programa rada TZ Splitsko – dalmatinske županije s finansijskim planom za 2020. godinu. Temeljem finansijskog plana TZ Splitsko – dalmatinske županije za 2020. godinu, planirani su ukupni rashodi u iznosu od 27.045.000 kn, a razliku do prihodovne stavke predstavljala su rezervirana sredstva viška prihoda. Struktura izdataka i rashoda TZ Splitsko – dalmatinske županije, a temeljem Operativnog marketing plana hrvatskog turizma koji je bio podloga za izradu godišnjeg programa rada za 2020. godinu uključivala je sljedeće stavke – *administrativni troškovi, dizajn vrijednosti, komunikacija vrijednosti, distribucija i prodaja vrijednosti, interni marketing, marketinška infrastruktura, posebni programi i ostali rashodi*. Cilj je bilo poduzimati aktivnosti kako bi se zadržala stečena pozicija, ali uz daljnje prilagođavanje ukupne turističke ponude, poboljšanje kvalitete turističkog proizvoda, iznalaženje izvornih vrijednosti i prepoznatljivosti turističke destinacije. Nažalost, slijedom eskalacije globalne pandemije korona virusa (COVID-19) kao i posljedice provedbe različitih protekcionističkih mjera na razini većine država svijeta, Hrvatska, kao i regija Srednja Dalmacija u turističkoj sezoni 2020. godine, zabilježile su pad turističkog prometa sa svih relevantnih tržišta i realizirano je u konačnici 45% prošlogodišnjeg turističkog prometa. Epidemija koronavirusa imala je negativan utjecaj na gospodarsku aktivnost u Republici Hrvatskoj, a samim time i na financiranje cjelokupnog sustava turističkih zajednica u 2020. godini.

Također, bilo je izvjesno da TZ Splitsko – dalmatinske županije neće biti u mogućnosti realizirati u velikoj mjeri Godišnji program rada za 2020. godinu zbog čega se, s namjerom omogućavanja efikasnog djelovanja u cilju prevladavanja finansijskih poteškoća i normalnog funkcioniranja ureda, donijela ODLUKA o stavljaju van snage svih provedenih ili planiranih natječaja i javnih poziva iz kojih su proizlazile finansijske obveze Zajednice. Nastavno na navedeno, na IX sjednici Turističkog vijeća TZ Splitsko – dalmatinske županije održanoj dana 26. svibnja 2020. godine, odlučeno je da se izvan snage stavljaju sve odluke direktora i Turističkog vijeća iz kojih su proizlazile finansijske obaveze Turističke zajednice Splitsko – dalmatinske županije, a vezane su za provedbu Javnih poziva i to:

1. Projekti razvoja na turistički nerazvijenim područjima - sustav TZ,
2. Projekti selektivnih oblika turističke ponude – sustav TZ,
3. Sufinanciranje edukativnih programa od strane sustava TZ gradova, općina i mjesta Splitsko – dalmatinske županije za subjekte javnog i privatnog sektora s njihovih područja,
4. Potpore događanjima/manifestacijama,
5. Potpore TOP događanjima,
6. Potpore programima destinacijskih menadžment kompanija.

Uz navedeno van snage stavljene su i aktivnosti vezane uz **udruženo oglašavanje** kao i odluke koje su se odnosile na ostale projekte i aktivnosti iz kojih su proizlazile finansijske obveze Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije u 2020. godini, a za koje je bilo izvjesno da TZ Splitsko – dalmatinske županije u 2020. godini neće biti u mogućnosti realizirati zbog znatno smanjenih finansijskih sredstava u odnosu na plan. Tako je **izvan snage stavljen Program rada TZ Splitsko – dalmatinske županije s finansijskim planom za 2020. godinu, izuzev aktivnosti koje će se realizirati sukladno dostupnim finansijskim sredstvima, te aktivnosti koje su realizirane do 31. ožujka 2020. godine.**

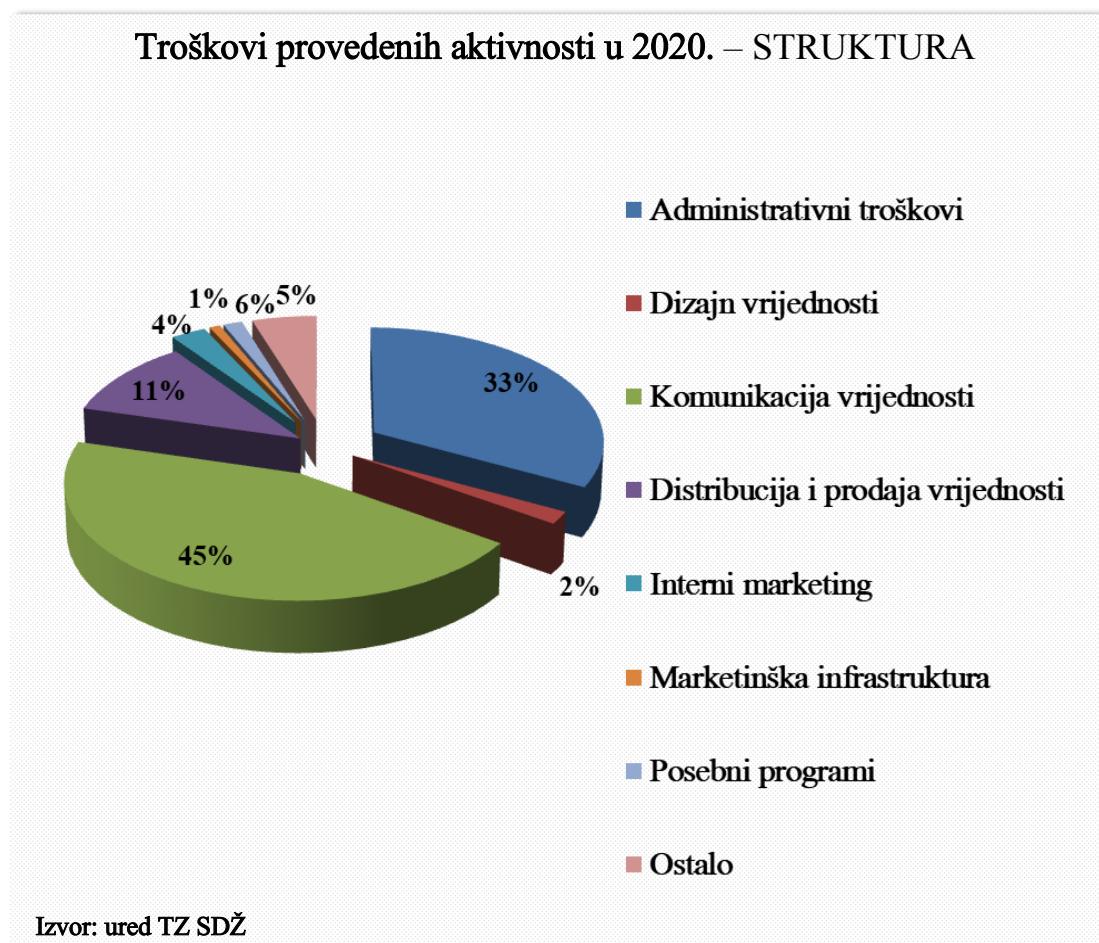
Upravo zbog spomenute izvanredne situacije uzrokovane pandemijom COVID 19, koja je imala teške posljedice za cijelokupni turistički sektor, rashodi TZ Splitsko – dalmatinske županije ostvareni su u značajno manjoj mjeri u odnosu na prвobitno planirana sredstva. U uvjetima do sada nezapamćene krize turističkog sektora u kojoj se našla Hrvatska, ali i cijeli svijet, bilo je potrebno rezati sve troškove koji nisu bili najnužniji te staviti zdravlje građana i turista na prvo mjesto. Ukupni rashodi ostvareni u 2020. godini iznose **6.781.996 kuna** (u bruto bilanci 6.679.616 kn), što je za 3% manje u usporedbi s planiranim rashodima temeljem izmjena i dopuna plana.

Tablica. - Rekapitulacija aktivnosti po vrstama

Rb	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	PLAN 2020	REBPLANA 2020	IZVRŠENJE 2020	IZ/RP	struk.
<b>I.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI TROŠKOVI</b>	<b>2.745.000</b>	<b>2.242.800</b>	<b>2.225.854</b>	<b>99</b>	<b>32,82</b>
1.1.	Arhiva i logistika	130.000	77.000	76.818	100	1,13
1.2.	Troškovi rada tijela TZ	245.000	50.000	38.721	77	0,57
1.2.1.	Naknade	80.000	40.000	32.093	80	-
1.2.2.	Troškovi organizacije TV, NO i SK	195.000	10.000	6.628	66	-
1.3.	Troškovi Turističkog ureda	2.370.000	2.115.800	2.110.315	100	31,12
<b>II.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>3.200.000</b>	<b>121.000</b>	<b>120.463</b>	<b>100</b>	<b>1,78</b>
2.1.	Potpore i kreiranje događanja	2.500.000	-	-	-	-
2.3.	Potpore razvoju DMK-a	350.000	-	-	-	-
2.4.	Potpore razvoju privatnog smještaja	300.000	121.000	120.463	100	1,78
2.5.	Projekt Volim Hrvatsku	50.000	-	-	-	-
<b>III.</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI (A+B)</b>	<b>11.685.000</b>	<b>3.236.000</b>	<b>3.037.310</b>	<b>94</b>	<b>44,78</b>
A.	<b>Online komunikacije</b>	<b>2.750.000</b>	<b>730.000</b>	<b>601.326</b>	<b>82</b>	<b>8,87</b>
3.1.	Internet oglašavanje	2.500.000	350.000	296.276	85	4,37
3.2.	Internet stranica i upravljanje stranicom	250.000	380.000	305.050	80	4,50
B.	<b>Offline komunikacije</b>	<b>8.935.000</b>	<b>2.506.000</b>	<b>2.435.984</b>	<b>97</b>	<b>35,92</b>
3.3.	Udruženo oglašavanje	5.785.000	1.965.000	1.962.535	100	28,94
3.4.	Oglašavanja razna	2.000.000	400.000	344.695	86	5,08
3.5.	Brošure i ostali tiskani materijali	400.000	48.000	52.325	109	0,77
3.6.	Suveniri i ostali promo materijali	150.000	80.000	63.879	80	0,94
3.7.	Info punktevi i info table	600.000	13.000	12.550	96	0,19
<b>IV.</b>	<b>DISTRIB. I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>3.500.000</b>	<b>745.000</b>	<b>731.028</b>	<b>98</b>	<b>10,78</b>
4.1.	Nastupi na turističkim sajmovima	1.800.000	630.000	625.588	99	9,22
4.2.	Studijska putovanja	1.500.000	70.000	60.784	87	0,90
4.3.	Prezentacije	200.000	45.000	44.656	99	0,66
<b>V.</b>	<b>INTERNI MARKETING</b>	<b>685.000</b>	<b>230.000</b>	<b>182.038</b>	<b>79</b>	<b>2,68</b>
5.1.	Edukacija	500.000	130.000	105.227	81	1,55
5.2.	Koordinacija i nadzor sustava TZ	100.000	20.000	14.085	70	0,21
5.3.	Nagrade i priznanja	30.000	25.000	25.316	101	0,37
5.4.	E-newsletter	55.000	55.000	37.410	68	0,55
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>700.000</b>	<b>65.000</b>	<b>55.126</b>	<b>85</b>	<b>0,81</b>
6.1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	200.000	15.000	15.000	100	0,22
6.2.	Istraživanje tržišta	200.000	-	-	-	-
6.3.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	300.000	50.000	40.126	80	0,59
<b>VII.</b>	<b>POSEBNI PROGRAMI</b>	<b>3.600.000</b>	<b>136.000</b>	<b>98.312</b>	<b>72</b>	<b>1,45</b>
7.1.	Razvoj turizma na nerazvij. područjima					
-	projekti razvoja turizma dalmat. Zagore	600.000	6.000	6.000	100	0,09

7.2.	Selektivni oblici turizma – novi proizvodi	3.000.000	130.000	92.312	71	1,36
<b>VIII.</b>	<b>OSTALO</b>	<b>930.000</b>	<b>249.000</b>	<b>331.865</b>	<b>133</b>	<b>4,89</b>
8.1.	Provođenje projekata iz GP turizma SDŽ	300.000	94.000	93.750	100	1,38
8.2.	Ostale neplanirane aktivnosti	100.000	155.000	238.115	154	3,51
8.3.	Potpore i sufinanciranja ostalo	30.000	-	-	-	-
8.4.	Investicijsko ulaganje u ured TZ SDŽ	500.000	-	-	-	-
<b>UKUPNO</b>		<b>27.045.000</b>	<b>7.024.800</b>	<b>6.781.996</b>	<b>97</b>	<b>100,00</b>

U strukturi realiziranih aktivnosti po vrstama, najveće učešće od 45% pripada realizaciji aktivnosti iz stavke KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI, a što se odnosi na aktivnosti online i offline komunikacija. Pri tome su najveća sredstva utrošena za aktivnosti udruženoga oglašavanja i ostalih oblika oglašavanja. Od ostalih stavki provedenih aktivnosti, najviše je utrošeno na nastupe na sajmovima I realizaciju novih web stranica.



Pojašnjenje pojedinih rashoda ostvarenih tijekom 2020. godine u usporedbi s planom, izmjenama i dopunama plana za 2020. godinu, dano je u sljedećem pregledu.

## **1. ADMINISTRATIVNI troškovi**

Planirana sredstva:	2.745.000 kn
Rebalans:	2.242.800 kn
Utrošena sredstva:	2.225.854 kn

Troškovi administrativnog marketinga uključuju rashode ureda turističke zajednice, troškove distribucije i skladištenja materijala i troškove rada tijela TZ. Ukupno gledajući, administrativni troškovi planirani su u iznosu od 2.745.000 kuna, no izmjenama i dopunama plana smanjeni na iznos od 2.242.800 kn. Smanjenje utrošenih sredstava je prisutno kod svih stavki, zbog održavanja elektroničkih sjednica tijela TZ-a, manje distribucije promotivnih materijala i općenito manjih troškova Turističkog ureda. Navedeni troškovi realizirani su u iznosu od 2.225.854 kuna što je za 1% manje u odnosu na izmjene i dopune plana. Sudjeluju u strukturi realiziranih rashoda programa rada sa 33 posto.

### **1.1. Arhiva i logistika**

Troškovi podrazumijevaju izdatke za plaćanje prostora za potrebe držanja i skladištenja promotivnih materijala u Zagrebu (skladište u najmu HTZ-a), troškove najma prostora u Splitu za potrebe držanja promo materijala i arhivske građe ureda TZ-a te troškove distribucije promotivnih materijala za potrebe sajmova i prezentacija. Navedeni troškovi planirani su izmjenama plana u iznosu od 77.000, a realizirani u iznosu od 76.818 kn.

### **1.2. Troškovi rada tijela TZ**

Za rad TV, NO i Skupštine TZ Splitsko – dalmatinske, utrošeno je u 2020. godini ukupno 38.721kn, što je za 23% manje u odnosu na planirana sredstva temeljem izmjena plana. U ovu grupu troškova ubrajaju se troškovi koji se odnose na najam prostora i opreme radi održavanja sjednica tijela TZ-a, naknade članovima tijela i ostale troškove vezane uz rad tijela TZ-a . Za naknade članovima tijela utrošeno je 32.093 kn, a za troškove organizacije (najam dvorana, ugostiteljske usluge i sl.) svega 6.628 kn, obzirom je većina sjednica bila organizirana elektroničkim putem.

### **1.3. Turistički ured**

Za rad i aktivnosti Turističkog ureda utrošeno je u 2020. godini ukupno 2.110.315 kn, što je u skladu sa planiranim troškovima temeljem izmjena i dopuna plana. Turistički ured operativno izvršava izvršenje programa rada te provodi sve aktivnosti vezane za izvršavanje planiranih i zakonom propisanih zadaća sustava turističkih zajednica.

Rb	Turistički ured-vrste rashoda	Izvršenje 2020	Rebplana 2020	Iz/Rp	Stru.
1.	Uredski materijal (potrošni)	27.277	24.000	114	1,29
2.	Trošak poštarine	4.317	5.000	86	0,20
3.	Trošak telefona i mobitela	23.127	25.000	92	1,09
4.	Troškovi tekućeg i investicijskog održavanja	16.505	14.000	118	0,78
5.	Usluge održavanja i korištenja poslovnog prostora	49.371	50.000	99	2,34
6.	Bruto plaće	1.692.719	1.700.000	100	24,96
7.	Ostale naknade za zaposlene	75.530	72.800	104	1,11
8.	Dnevnice za službena putovanja-ured	2.800	4.000	70	0,13
9.	Naknade za putničke izdatke i noćenja-ured	19.900	15.000	133	0,29
10.	Upotreba osobnog auta u službene svrhe-ured	808	1.000	81	0,04
11.	Izdaci za prijevoz na posao i s posla	29.880	30.000	100	0,44
12.	Trošak reprezentacije	9.633	10.000	96	0,46
13.	Izdaci za stručnu literaturu i tisak	11.585	20.000	58	0,55
14.	Nabava uredske opreme	23.692	20.000	118	1,12
15.	Financijski rashodi	47.080	45.000	105	2,26
16.	Osiguranje djelatnika od nesretnog slučaja	3.776	5.000	75	0,18
17.	Usluge preventivne zaštite djelatnika	24.286	25.000	97	1,15
18.	Dugoročni najam vozila u poslovne svrhe	48.029	50.000	96	2,28
	<b>UKUPNO</b>	<b>2.110.315</b>	<b>2.115.800</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Rashodi ureda turističke zajednice planiraju se prema vrsti rashoda prateći knjigovodstvena konta te uključuju naknade troškova zaposlenima, rashode za materijal i usluge, financijske rashode i dr.

## 2. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Planirana sredstva: 3.200.000 kn

Rebalans: 121.000 kn

Utrošena sredstva: 120.463 kn

Troškovi stavke dizajn vrijednosti uključuju rashode za razne oblike potpora i to potpore za organizaciju događaja/manifestacija, potpore za razvoj DMK-a, potpore za unapređenje aktivnosti privatnog smještaja i troškove realizacije projekta Volim Hrvatsku. Navedeni rashodi planirani su u iznosu od 3.200.000 kuna, a temeljem izmjena i dopuna plana, iznos sredstava smanjen je na svega 121.000 kn. Rashodi dizajna vrijednosti realizirani su u konačnici u iznosu od 120.463 kuna, što je u skladu sa rebalansiranim sredstvima, ali neusporedivo s planiranim sredstvima, obzirom su većina planiranih aktivnosti iz navedene stavke, stavljene van snage odlukom Turističkog vijeća. Navedeni rashodi sudjeluju sa 2 posto u ukupnoj strukturi rashoda turističke zajednice.

## **2.1. Potpore i kreiranja DOGAĐANJA/MANIFESTACIJA**

Planirana sredstva:	2.500.000 kn
Rebalans:	- kn
Utrošena sredstva:	- kn

TZ Splitsko – dalmatinske županije podržava svake godine održavanje zabavnih, sportskih, kulturnih i ostalih manifestacija i događanja koje imaju za cilj unapređenje proizvoda/ponude te stvaranje prepoznatljivog imagea regije u zemlji i inozemstvu. Potpore manifestacijama i događanjima pružaju se s ciljem unapređenja i obogaćivanja kvalitete turističkog proizvoda i ponude te posebice razvoju sadržaja koji omogućavaju produženje turističke sezone. Sredstva predviđena programom rada za potpore organizaciji manifestacija i događanja trebala su se podijeliti temeljem natječaja tj. temeljem Javnog poziva za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpore iz programa „Potpore za turističke manifestacije“ u 2020. godini za organizaciju lokalnih, županijskih, nacionalnih i međunarodnih događanja i temeljem „Javnog poziv za potpore turističkim TOP događanjima na području Splitsko-dalmatinske županije u 2020. godini“, a koji su bili raspisani na internetskim stranicama Zajednice [www.dalmatia.hr](http://www.dalmatia.hr) u razdoblju od 18. veljače do 18. ožujka 2020. godine. Za potpore svim događanjima i manifestacijama organiziranim na području Splitsko – dalmatinske županije planiralo se 2.500.000 kn, ali su slijedom eskalacije globalne pandemije korona virusa (COVID-19), koja je za posljedicu imala značajan pad turističkog prometa i pad očekivanih prihoda, Javni pozivi odlukom Turističkog vijeća stavljeni van snage.

## **2.2. Potpora razvoju DMK**

Planirana sredstva:	350.000 kn
Rebalans:	- kn
Utrošena sredstva:	- kn

Razvoj destinacijskih menadžment kompanija jedna je od ključnih aktivnosti Hrvatske turističke zajednice zajedno sa sustavom turističkih zajednica definiranih Operativnim marketinškim planom turizma Hrvatske, kao i programom rada, a s ciljem obogaćivanja i razvoja nove destinacijske ponude i proizvoda kao jedinstvenih pamtljivih doživljaja i turističkih paketa posebnih interesa, naročito u razdobljima pred i posezone. Upravo s ciljem potpore razvoja destinacijskih menadžment kompanija (DMK), TZ Splitsko – dalmatinska već godinama pruža potporu, što je bilo u planu i za 2020. godinu.

Stavka „Potpora razvoju DMK-a“ koja uključuje sufinanciranje međunarodne konferencije i poslovne radionice turizma posebnih interesa SPLITB2B i potpore za programe promocije složenih turističkih proizvoda za tržište posebnih interesa, zbog eskalacije globalne pandemije korona virusa (COVID-19) i očekivanog pada prihoda, odlukom Vijeća stavljena je van snage te nije bilo utroška finansijskih sredstava.

### **2.3. Potpora razvoju PRIVATNOG smještaja**

Planirana sredstva:	300.000 kn
Rebalans:	121.000 kn
Utrošena sredstva:	120.463 kn

S ciljem motiviranja privatnih iznajmljivača i porasta kvalitete privatnog smještaja na području Županije, pružena je i u 2020. godini potpora razvoju privatnog smještaja u vidu nastavka organiziranja edukacija za privatne iznajmljivače, poboljšanja njihovih marketinških aktivnosti i dr. aktivnosti, a za što je ukupno utrošeno 120.463 kn, a što je neznatno manje u odnosu na planirana sredstva temeljem izmjena i dopuna plana. Sve se to vrši s ciljem da se podigne konkurentnost privatnih iznajmljivača Županije, što bi u konačnici doprinjelo većem zadovoljstvu gostiju i boljim turističkim rezultatima.

**Rekapitulacija troškova potpora privatnom smještaju = 120.463 kn**

Vrste troškova	Iznos troška
Organizacija edukacija za iznajmljivače u suradnji sa odabranim izvođačima	76.858 kn
Izrada i tisak posebne brošure za potrebe edukacija, 300 kom	9.075 kn
Sufinanciranje 6. regionalnog Foruma obiteljskog smještaja, Spaladium Arena Split, 6. – 7.02. 2020. godine u sklopu sajma Adriatic Gastro Show	5.650 kn
Sufinanciranje i pretplata na specijalizirani časopis za privatne iznajmljivače „Apartman plus“ – elektronsko izdanje + tekstovi za časopis	25.696 kn
Edukacija COVID 19 dana 10.06. 2020. – usluga najma prostora, snimanja, montaže i postprodukcije video materijala sa edukacije	3.184 kn

TZ Splitsko – dalmatinska nastavila je i u 2020. godini s uspješnim programima edukacija za privatne iznajmljivače. Organizator je bila isključivo TZ Splitsko – dalmatinska u direktnoj suradnji s predavačima Barbara Marković, Ana Brničević i Tomislav Zović. Temeljem plana, održavanje edukacija bilo je predviđeno od početka veljače do kraja mjeseca ožujka na području sljedećih gradova i općina: Split, Trogir, Baška Voda, Makarska, Podstrana, Bol, Sutivan, Omiš i Stari Grad.

Obzirom na eskalaciju pandemije covid 19, u konačniji nisu se mogle održati sve planirane edukacije. Same edukacije obrađuju teme koje su bitne za iznajmljivače, sa naglaskom na marketing, online oglašavanje, pravnu regulativu i obveze iznajmljivača. Program edukacija osmišljen je kao podrška iznajmljivačima u njihovom radu s ciljem da se edukacijom i informiranjem pridonese povećanju kvalitete u privatnom smještaju.

#### **Prilog - Plan održavanja edukacija u 2020. godini**

<b>DATUMI</b>	<b>MJESTO ODRŽAVANJA</b>
<b>15.02., subota</b>	SPLIT – ujutro, 9:00h, Hotel Cornaro, Split
	TROGIR – popodne, 16:15h prostor Gradske vijećnice, Trg Ivana Pavla II/1
<b>21.02., petak</b>	SPLIT (radionica) – 17:00 – 19:30h Hotel Cornaro, Split
<b>22.02., subota</b>	BAŠKA VODA – ujutro, 9:00h Omladinski dom, dr. Šimuna Sikavice 7a, Baška Voda
	MAKARSKA – popodne, 16:15h Aparthotel Miramare, Šetalište Svetog Petra 1, Makarska
<b>29.02., subota</b>	PODSTRANA – ujutro, 9:00h Hotel San Antonio, Grljevačka 30, Podstrana
<b>14.03., subota</b>	BOL – ujutro, 9:00h, Dom kulture Bol, Ul. uz pjacu 2
	SUTIVAN – popodne, 16:00h - OTKAZANO
<b>19.03., četvrtak</b> OTKAZANO	OMIŠ – popodne, 16.30h Kongresna dvorana hotela Plaža, Trg kralja Tomislava 6
<b>21.03., subota</b>	STARI GRAD – ujutro, 9:00h - OTKAZANO
<b>28.03., subota</b> OTKAZANO	MAKARSKA (radionica) – 9:00 – 12.30h Aparthotel Miramare, Šetalište Svetog Petra 1, Makarska

Edukacije se sastoje od teorijske nastave i praktičnih prezentacija odabranih poglavlja iz turističke djelatnosti, složenih u module koje su prezentirali stručni predavači, a koji su detaljno opisane u prilogu;

## Moduli s predavačima

### POSLOVANJE VLASNIKA privatnog smještaja

Kratki pregled zakonskih obveza, novosti u propisima, rekategorizacija, sigurnost u poslovanju, sigurnost gostiju, izdavanje računa i popusti, checking lista prije dolaska gostiju

*Predavač: Ana Brničević*

### DRUŠTVENE MREŽE U TURIZMU

Facebook, Instagram, Whatsapp, Tripadvisor

*Predavač: Tomislav Zović*

### MARKETING POSLOVANJE U TURIZMU – kako povećati prihode

Domaćin u turizmu, suradnja sa agencijama, all management apartmana, iskustva direktno sa terena, praktični primjeri i nove ideje za unapređenje usluge smještaja, destinacija kroz primjere smještajnih jedinica

*Predavač: Barbara Marković*

### OKRUGLI STOL - pitanja i rasprava

Cilj projekta provođenja edukacija je pomoći privatnim iznajmljivačima u promotivnim aktivnostima, njihovoj boljoj prepoznatljivosti na tržištu i specifičnim znanjima kako unaprijediti proizvod što će u konačnici rezultirati boljom popunjenošću kapaciteta.

Dana 10. lipnja 2020. godine u organizaciji TZ Splitsko – dalmatinske županije i TZ grada Splita, održana je **posebna edukacija za privatne iznajmljivače**, vezano za preporuke i uvjete ulaska stranih državljanina/turista u Republiku Hrvatsku te postupanja s gostima u uvjetima post korona razdoblja pod nazivom **«Korisne informacije, upute, preporuke i pravila ponašanja za privatne iznajmljivače s turistima u okolnostima post epidemije COVID-19»**. Sudionici edukacije bili su:

1. Tonči Glavina, državni tajnik u Ministarstvu turizma RH
2. Luka Brčić, dožupan i načelnik Stožera civilne zaštite SDŽ
3. Slobodan Marendić, Načelnik sektora za granicu PU SDŽ
4. Paško Ugrina, voditelj Odjel prevencije PU SDŽ
5. Dr. Diana Nonković, voditeljica Službe za epidemiologiju zaraznih bolesti Nastavnog zavoda za javno zdravstvo SDŽ
6. Dr. Ivo Ivić, predstojnik Klinike za infektologiju KBC Split

TZ Splitsko – dalmatinska u okviru navedene stavke u suradnji s tvrtkom „Interligo“ izdaje praktični vodič pod nazivom „Apartman plus“, namijenjen upravo privatnim iznajmljivačima. Ujedno u 2020. godini sufinanciralo se održavanje 6. Foruma obiteljskog smještaja održanog u Splitu u razdoblju od 6. – 7. veljače 2020. godine. Za sve navedene aktivnosti utrošeno je u promatranom razdoblju 120.463 kn, što je u skladu s planiranim izmjenama i dopunama plana na godišnjoj razini.

## **2.4. Projekt VOLIM HRVATSKU**

Planirana sredstva:	50.000 kn
Rebalans:	- kn
Utrošena sredstva:	- kn

Projekt VOLIM HRVATSKU provodi se s ciljem uključivanja što većeg broja subjekata javnog i privatnog sektora u očuvanje, unapređenje i zaštitu okoliša i turističkog prostora te poboljšanje kvalitete ukupne ponude. U 2020. godini nije bilo realiziranih aktivnosti u sklopu navedenog projekta.

## **3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI**

Planirana sredstva:	11.685.000 kn
Rebalans:	3.236.000 kn
Utrošena sredstva:	3.037.310 kn

Komunikacija vrijednosti uključuje dvije stavke; ONLINE i OFFLINE komunikacije. Sukladno postavkama marketing plana i programa rada turističke zajednice za 2020. godinu, navedena stavka marketing mixa podrazumijevala je utrošak najvećeg dijela finansijskih sredstava. Rashodi komunikacije vrijednosti planirani su u iznosu od 11.685.000 kuna, da bi ih izmjenama i dopunama plana smanjili na iznos od 3.236.0000 kn, što je za 72 posto manje u odnosu na prvobitno planirana sredstva. Rashodi komunikacije vrijednosti realizirani su u iznosu od 3.037.310 kn, što je za 6% manje u odnosu na planirana sredstva temeljem izmjena i dopuna plana i sudjeluju sa 45 posto u ukupnoj strukturi rashoda turističke zajednice.

### **3.1. ONLINE komunikacije**

#### **3.1.1. INTERNET oglašavanje**

Planirana sredstva:	2.500.000 kn
Rebalans:	350.000 kn
Utrošena sredstva:	296.276 kn

Stavka Internet oglašavanja, uz udruženo oglašavanje, inače sudjeluje sa najvećim udjelom u ukupno realiziranim troškovima ureda TZ Splitsko – dalmatinske, ali u 2020. godini provodilo se u smanjenom opsegu, sukladno dostupnim finansijskim mogućnostima, uvjetima na tržištu i epidemiološkoj situaciju u svijetu.

Ured TZ Splitsko – dalmatinske provodio je globalno Internet OGLAŠAVANJE po sljedećim segmentima:

- › *oglašavanje za pretragu – Ad Words kampanje*
- › *oglašavanje na društvenim mrežama – Facebook, Twitter, Youtube, Instagram*
- › *display oglašavanje – GOOGLE i ključna emitivna tržišta*
- › *oglašavanje na raznim internet portalima*
- › *posebne kampanje internet oglašavanja*

Za aktivnosti internet oglašavanja utrošeno je ukupno 296.276 kn, što je značajno manje u usporedbi s planiranim sredstvima te 15 posto manje u usporedbi s planiranim sredstvima temeljem izmjena plana.

**Rekapitulacija troškova internet oglašavanja = 296.276 kn**

VRSTA OGLAŠAVANJA	Iznos TROŠKA
Display oglašavanje – GOOGLE Oглаšавање на тржиштима ЕУ и САД - умањено услед COVID19 кризе	159.778 kn
GOOGLE ADWORDS kampanje Vođenje кампања у раздобљу сiječња – прошинац 2020. године	22.500 kn
Oглашавање на DRUŠTVENIM MREŽAMA (Facebook, Twitter, Youtube, Instagram) – умањено услед COVID19 кризе	72.500 kn
Display oglašavanje – oglašavanje na internet portalima - oglašavanje na portalu issuu.com - медијско праћење активности TZ SDŽ и oglašavanje na Internet portalu www.dalmatinskiportal.hr u 2020. godini - usluge oglašavanja na portalu www. dalmacijadanas.hr u 2020.god.	28.448 kn
BCI Selection Tool – digitalna mjesečna кампања за тржиште Шведске	13.050 kn

Internet oglašavanje realizira se najvećim djelom u suradnji s najvećem internetskim pretraživačem GOOGLE. Oглашавања су се проводила на emitivnim тржиштима Europe (Немачка, Велика Британија, Скандинавија и др.) те тржишту SAD-а, али у зnačajno manjem opsegu у usporedbi s пријејним годинама, првенствено zbog ескалације пандемије, а што је довело до ограничавања путовања и затварања граници у многим земљама. Током 2020. nastavilo се и с активностима на društvenim мrežама као важном сегменту on-line промоције туризма Средње Далмације, где се настојало бити prisutним и одржавати интеракцију са посетитељима. Оглашавање на društvenim мrežama фокусирано је и надаље највећим дијелом на Facebook и Instagram, уз prisutnost и на Twitteru и Youtube-u. Оглашавање на društvenim мrežama у данашње vrijeme има врло важну улогу у сваком послу па тако и у промоцији туризма једне destinacije.

Glavni cilj provođenja aktivnosti internet oglašavanja je integracija svih elemenata i oblika online oglašavanja kako bi se maksimizirao učinak promocije ciljane turističke akcije.

### 3.1.2. INTERNET STRANICA i upravljanje stranicom

Planirana sredstva:	250.000 kn
Rebalans:	380.000 kn
Utrošena sredstva:	305.050 kn

Sve više potencijalnih potrošača turističkih usluga okrenuto je internetu, koji je najučinkovitiji promotivni alat današnjice kada se govori o individualnom tržištu jer potencijalni turisti najlakše dolaze do informacija. Internetske stranice TZ Splitsko – dalmatinske županije vode se pod domenom [www.dalmatia.hr](http://www.dalmatia.hr). U 2020. godini nastavljene su aktivnosti oko izrade novih internetskih stranica, koje će biti u primjeni tijekom 2021. godine, te se planiralo utrošiti sredstva u većem iznosu u odnosu na planirana sredstva. Obzirom na okolnosti i nemogućnost odvijanja turističke sezone u normalnim uvjetima, akcent aktivnosti rada turističke zajednice u spomenutom razdoblju, bio je upravo stavljen na izradu novih internetskih stranica. Do konca 2020. godine utrošeno je za usluge izrade novih web stranica 305.050 kn, s time da je sukladno Zakonu o finansijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija, određen iznos knjižen na dugotrajnu imovinu s obvezom obračuna amortizacije u službenim izvješćima koje podnosi Zajednica tj. u finansijskom obrascu (PR-RAS-NPF i Bilanca), dok je u ovom izvješću ureda stavljeno direktno na trošak.

Internet stranice TZ Splitsko – dalmatinske namijenjene su različitim vrstama posjetitelja i korisnika, od kojih svaka traži svoju specifičnu vrstu i količinu informacija. Posebno su zanimljivi KUTAK za privatne iznajmljivače, KUTAK za ruralni turizam i posebna podstranica DISCOVER Central Dalmatia. Naime, TZ Splitsko-dalmatinske županije u suradnji s Udrugom hrvatskih putničkih agencija ima web portal Discover Central Dalmatia, koji je izrađen u sklopu projekta poticanja razvoja destinacijskih menadžment kompanija. U 2016. godini realizirana je u suradnji s Biciklističkim savezom SDŽ posebna stranica o cikloturizmu Srednje Dalmacije koja se vodi pod domenom [www.dalmatia-bike.com](http://www.dalmatia-bike.com), te koju je ured TZ Splitsko – dalmatinske službeno otkupio u 2019. godini, te koja će biti ukomponirana u nove web stranice Zajednice. Podizanje razine kvalitete informacija i dostupnost informacija gostima putem Interneta jedan je od glavnih prednosti ovog oblika komunikacije.

## Rekapitulacija troškova Internet stranice = 305.050 kn

Vrste troškova	Iznos troška
<b>www.dalmatia.hr</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- usluge održavanja internet stranica i web aplikacija</li> <li>- troškovi zakupa domene</li> <li>- usluga vođenja bloga i objava na Google Newsu od mjeseca siječnja do prosinca 2020. godine</li> <li>- usluge prijevoda i lekture novih tekstova za novu web stranicu u više jezičnih verzija</li> <li>- usluga izrade rubrika tematskih i biciklističkih staza na novoj web stranici, 1.faza – izrada okvira i strukture podataka</li> <li>- izrada novih tekstova za potrebe nove web stranice TZSDŽ- 50 kartica dodatnog teksta</li> <li>- prijevodi agencijskih programa rubrike Discover Central Dalmatia u sklopu web stranice zajednice - 90 kartica teksta sa hrvatskog na eng, njem i fr jezik</li> <li>- zakup internet servera</li> <li>- računalne usluge – domene, licence, podešavanja na web serveru...</li> </ul>	305.050 kn

U sklopu ove stavke održavaju/koriste se i: usluge vođenja službenog bloga, usluge najma web poslužitelja na kojem su smještene službene web stranice, redovno održavanje i redovna nadogradnja programskog koda, licencije/dozvole te ostale opće i nužne usluge potrebne za održavanje web stranica.

### 3.2. OFFLINE komunikacije

#### 3.2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora – UDRUŽENO oglašavanje

Planirana sredstva:	5.785.000 kn
Rebalans:	1.965.000 kn
Utrošena sredstva:	1.962.535 kn

Udruženo oglašavanje predstavlja zajedničku promociju Hrvatske turističke zajednice, sustava turističkih zajednica i gospodarskih/komercijalnih subjekata u turizmu (privatnog sektora) koji nude smještaj gostiju, prijevoz gostiju, organizirane programe dolaska i boravka gostiju te čine sastavni dio programa rada HTZ-a i važan dio promotivnih aktivnosti cjelokupnog sustava turističkih zajednica i turističke privrede u zemlji i inozemstvu.

S ciljem učinkovitije promocije hrvatskog turizma te fokusiranja na ciljane tržišne segmente, s posebnim naglaskom na promociju organiziranih programa za pred i posezonu, kao i svake godine, plan je bio provoditi oglašavanje kroz promotivne kampanje javnog i privatnog sektora koji promoviraju svoje programe u pojedinim segmentima hrvatskog turizma, odnosno hrvatske turističke ponude u razdoblju pred i posezone te u zimskom razdoblju. Osnovni cilj i smisao oglašavanja hrvatskog turizma u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora je povećanje interesa za programe i turističke dolaske tijekom cijele godine s naglaskom na pred i posezonu te time i povećanje turističkog prometa na kontinentu. Rezultat ovakvog pristupa oglašavanju hrvatskog turizma je povećanje investicija privatnog sektora u marketinške aktivnosti te postizanje sinergije oglašavanja hrvatskog turizma. Tim putem se opća promocija/oglašavanje povezuje s promocijom regija koju provode turističke zajednice županija u suradnji sa sustavom TZ i nositeljima turističke ponude, kao i komercijalnom promocijom stranih i domaćih organizatora putovanja i zračnih prijevoznika za Hrvatsku. Hrvatska turistička zajednica do 27. rujna 2019. godine provodila je natječaj za udruženo oglašavanje za 2020. godinu. Prijave su provodile turističke zajednice županija koje HTZ-u dostavljaju svoj konačan prijedlog za odobrenje sredstava po svim modelima. Za oglašavanje u 2020. godini HTZ je planirao izdvijiti ukupno za Model I i II 28 milijuna kuna. Od toga iznosa za TZ Splitsko – dalmatinske županije bila su predviđena sredstva u iznosu od 4.119.000 kuna.

Najveća izmjena u odnosu na planirana sredstva temeljem programa rada za 2020. godinu, prisutna su upravo kod troškova za oglašavanje u promotivnim kampanjama ili tzv. udruženo oglašavanje, čiji je nositelj Hrvatska turistička zajednica. S namjerom omogućavanja efikasnog i brzog djelovanja u cilju prevladavanja finansijskih poteškoća i normalnog funkcioniranja HTZ-a u posebnim okolnostima, Turističko vijeće HTZ-a odlučilo je na svojoj 65. sjednici, staviti van snage odluke vezano za provedbu udruženog oglašavanja i strateških projekata. Tako su sve aktivnosti oko navedene stavke od strane HTZ-a i TZ Splitsko – dalmatinske, stavljene van snage, izuzev aktivnosti realiziranih do konca mjeseca ožujka 2020. godine. Naime u MODELU 1 - *Udruženo destinacijsko oglašavanje sustava turističkih zajednica*, TZ Splitsko – dalmatinska je po predviđenom media planu realizirala oglašavanja do kraja mjeseca ožujka te je navedeno financirano isključivo vlastitim sredstvima TZ Splitsko – dalmatinske, bez HTZ-a. Što se tiče oglašavanja u MODELU 2 - *Udruženo oglašavanje ponude destinacije*, partneri su obaviješteni o stavljaju van snage Program rada TZ Splitsko – dalmatinske županije za 2020., a samim time i aktivnosti oglašavanja.

Obzirom na sve navedeno, izmjenama i dopunama plana, sredstva za stavku udruženog oglašavanja su smanjena sa planiranog iznosa od 5,78 milijuna kuna na iznos od 1.965.000 kn, a što je za 66 posto manje u odnosu na planirana sredstva.

### Pregled realiziranih aktivnosti udruženog oglašavanja u 2020. god.

UDRUŽENO OGLAŠAVANJE – zakup medijskog prostora, MODEL 1 – Splitsko – dalmatinska županija				
ONLINE OGLAŠAVANJE				
Naziv medija-portali	Tržište	Format (banner, članak, video...)	Zakup samostal./ agencije	UK u kn
HLN (Het Laatste Nieuws)/hln.be	BEL	Big Leaderboard banner	Mrak studio	107.812,99
Seznam/seznamzpravy.cz Novinky/novinky.cz	CZ	Wallpaper+Billboard Billboard banner	Mrak studio	118.052,55
Le Parisien/leparisien.fr Lesechos/lesechos.fr	FR	Leaderboard banner Big Leaderboard banner	Mrak studio	204.650,44
Spiegel/spiegel.de	DE	Billboard top banner	Mrak studio	198.614,74
SME/sme.sk	SK	Billboard banner	Mrak studio	79.860,89
Mozgasvilag/mozgasvilag.hu	HU	Big Leaderboard banner	Mrak studio	122.532,24
<b>UKUPNO ONLINE</b>				<b>831.523,85</b>

UDRUŽENO OGLAŠAVANJE – zakup medijskog prostora, MODEL 1 – Splitsko – dalmatinska županija				
OFFLINE OGLAŠAVANJE				
Naziv medija	Tržište	Format glas, advertorial, editorial	Zakup samostal./agencije	UK u kn
Reise aktuell	AUS	Oglas	DCT d.o.o.	196.500,00
Žena a život	CZ	Oglas	DCT d.o.o.	
Gazeta Wyborcza	POL	Oglas	DCT d.o.o.	
Escapsim	UK	Editorial	Hot Spots studio	27.500,00
Square Mile	UK	Editorial	Hot Spots studio	63.750,00
Conde Naste	ES	Advertorial	Hot Spots studio	81.250,00
National Geographic	PL	Advertorial	Hot Spots studio	93.125,00
National Geographic	FR	Advertorial	Hot Spots studio	90.000,00
Lonely Planet	SK	Advertorial	Hot Spots studio	29.312,50
Travel Digest	PL	Advertorial	Hot Spots studio	41.250,00
Usluga na izradi tekstova – pripreme, lay out i grafička priprema				4.200,00
<b>UKUPNO OFFLINE</b>				<b>626.887,50</b>

**UDRUŽENO OGLAŠAVANJE ponude destinacije**  
**MODEL 2 – Splitsko – dalmatinska županija, realizacija do 30.03. 2020**

POSLOVNI SUBJEKT	Odobreno u kn	Fakturirano
Hotel BRETANIDE Bol	35.000,00	29.345,53
Excelsus CAMPING Stobreč	56.000,00	43.442,51
Matutinović d.o.o. - Kamp VITER	12.500,00	7.323,31
Hoteli MEDORA Podgora	104.000,00	11.649,34
SUNCE KONCERN Zagreb	264.000,00	93.166,13
SUNČANI HVAR Hotels	46.000,00	-
VRANJICA BELVEDERE d.d.	87.453,00	81.396,54
Visa promet d.d. - Kamp ROŽAC	27.000,00	22.166,69
Hotel PARK Split	26.750,00	-
Hotel ANTICA Stari Grad	4.000,00	-
Kamp BUNJA d.o.o. Supetar	3.200,00	1.825,00
Hotel SPLIT Podstrana	3.500,00	-
Hotel CORNARO Split	5.500,00	-
Hotel BRIIG Split	15.000,00	-
TA UNILINE Pula	150.000,00	-
MPG-ULTRA EUROPE	200.000,00	18.969,25
TA Katarina LINE Opatija	36.000,00	-
TA BTravel Split	20.000,00	-
Podmorski muzej Trogir	10.000,00	-
Muzej osjetila Split	10.000,00	-
TA Andadventure	9.000,00	-
<b>UKUPNO MODEL 2</b>	<b>1.124.903,00</b>	<b>309.284,30</b>

Kao i prošle godine, iz udruženog oglašavanja izdvojena je suradnja s avio prijevoznicima i touroperatorima s organiziranim programima za Hrvatsku, koja se vodi pod ***strateškim projektima***, a provodi se na nacionalnoj razini u suradnji s TZ i drugim partnerima zainteresiranim za destinacijsku promociju, pri čemu aktivnu ulogu imaju i predstavništva HTZ-a. Za ***strateške projekte***, TZ Splitsko – dalmatinska planirala je izdvojiti u 2020. godini 660.000 kn, a u konačnici je utrošeno 86.420 kn.

STRATEŠKO OGLAŠAVANJE – Splitsko – dalmatinska županija	
Strateško oglašavanje – CROATIA AIRLINE	54.264,00 kn
Strateško oglašavanje – EASY JET	odustali
Strateško oglašavanje – EUROWINGS	32.156,31 kn
<b>UKUPNO strateško oglašavanje</b>	<b>86.420 ,31 kn</b>

Značajno je napomenuti da su odlukom Vijeća HTZ-a provedena određena posebna oglašavanja financirana od strane HTZ-a i regionalnih turističkih zajednica. Tako je TZ Splitsko – dalmatinska putem Predstavništva HTZ-a u Češkoj odabrala provesti posebno oglašavanje na tržištu Češke u udarnim dnevnim novinama, sa ponavljanjem oglasa u periodu od 4 do 7 dana, a za što je utrošeno oko 108 tisuća kuna.

POSEBNO OGLAŠAVANJE – HTZ i TZSDŽ			
Naziv medija	Tržište	Format (banner, članak...)	Datum objave
Magazin TEMA	CZ	Oglas 1/2 str.	24.07. 2020
		Oglas 1/1 str.	25.07. 2020
		Oglas 1/1 str.	1.08. 2020
Magazin VIKEND	CZ	Oglas 1/1 str.	8.08. 2020
		Oglas 1/4 str	27.07. 2020
		Oglas 1/4 str	29.07. 2020
Magazin MF DNES	CZ	Oglas 1/4 str	31.07. 2020
		Oglas 1/4 str	3.08. 2020
Magazin LIDOVE NOVINY	CZ	Oglas 1/4 str	3.08. 2020
		Oglas 1/4 str	4.08. 2020
<b>UKUPNI trošak</b>			<b>108.419,34 kn</b>

U konačnici troškovi realiziranog oglašavanja u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora iznose ukupno 1.962.535 kn što je u skladu sa planiranim sredstvima temeljem izmjena i dopuna plana.

### 3.2.2. OGLAŠAVANJA (razna)

Planirana sredstva:	2.000.000 kn
Rebalans:	400.000 kn
Utrošena sredstva:	344.695 kn

Kao dio aktivnosti marketing mixa, strukturirano se provodi svake godine kampanja oglašavanja na domaćem i ino tržištima. Upravo s ciljem informiranja potencijalnih potrošača o regiji kao turističkoj destinaciji i stvaranja pozitivnog stava javnosti o destinaciji, tržišta se obrađuju putem raznih oblika oglašavanja. Polazeći od GP razvoja turizma i uvojenog branda, TZ Splitsko – dalmatinska promovira regiju kao „Srednju Dalmaciju – srce Jadrana“, s bogatstvom sadržaja (kultura, vino i gastronomija, wellness, nautika..) i u skladu sa strateškim opredjeljenjem hrvatskog turizma. I u 2020. godini kampanje oglašavanja bile su najvećim dijelom fokusirane na tradicionalna emitivna tržišta (strateška EU i ostala europska tržišta), ali u značajno smanjenom obimu oglašavanja zbog pandemije COVID 19.

Tijekom 2020. godine oglašavanje je i nadalje bilo usmjeren dominantno na opću promidžbu regije i fokusiranu promidžbu pojedinih ključnih turističkih segmenata. TZ Splitsko – dalmatinske županije je u 2020. godini kroz oglašavanje promoviralo turizam putem:

- oglašavanja u tisku (specijalizirani časopisi, vodiči..)
- TV i radijskog oglašavanja (domaće i inozemna tržišta),
- ostalih oblika oglašavanja – strateška kampanja oglašavanja

Aktivnosti oglašavanja realizirane su u ukupnom iznosu od 344.695 kn, što je 14 posto manje u usporedbi s planiranim sredstvima temeljem izmjena plana. U okviru oglašavanja, samostalno se provodilo oglašavanje u tiskovnim, radijskim i elektronskim medijima na domaćem i inozemnim tržištima za koja se ocjenjuje da su od važnosti za promociju. Sukladno potrebama tržišta, oglašavanje na najznačajnijim emitivnim tržištima, provodi se s ciljem da se učvrsti identitet regije na tržištu kao prepoznatljive i atraktivne turističke destinacije. Ovlašavanje u tiskovnim i elektronskim medijima provodilo se na tržištima Francuske, Poljske, Velike Britanije, Hrvatske i ostalih zemalja, pri čemu se posebno izdvaja strateška kampanja oglašavanja provedena na tržištu Poljske u podzemnim stanicama glavnoga grada Varšave.

#### Pregled aktivnosti oglašavanja na tržištima po vrstama;

VRSTA MEDIJA	TRŽIŠTA	UK TROŠAK
Ovlašavanja u TISKU		
<b>EXPLORE ADRIATIC 2020, vodič</b> Oglas 1/1 str. u tiskanom izdanju vodiča Dizajn i lay out oglasa i priprema podataka	DOMAĆE INOZEMNA	<b>5.938 kn</b>
<b>SQUARE ROCK Limited</b> <b>DAS ERBE UNSERER WELT Magazin</b> <b>National Geographic Germany</b> Oglas 1/1 stranica u boji, izdanje May 2020 + online Dizajn i lay out oglasa i priprema podataka	NJEMAČKA	<b>27.751 kn</b>
<b>PETIT FUTE CROATIE 2020 vodič</b> Ovlašavanje u vodiču	INOZEMNA	<b>50.754 kn</b>
<b>CROATIA HOT SPOTS magazin</b> Ovlašavanje i zakup oglasnog prostora	HRVATSKA	<b>25.000 kn</b>
<b>GAP YEAR TRAVEL GUIDE magazin</b> Izrada promotivnog teksta za proljetno izdanje Dizajn, lay out bannera i priprema podataka	UK	<b>1.594 kn</b>
<b>TOP CAMPING d.o.o</b> Magazin TOP Camping 2020 – 1 str. formata A4 u boji Magazin TOP Camping 2021 - 1 str. formata A4 u boji	HRVATSKA INOZEMNA	<b>20.938 kn</b>

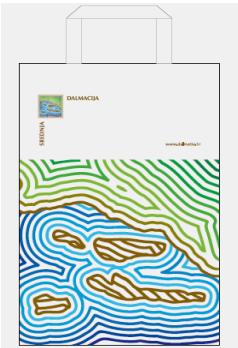
<b>MILAN Presse - Magazin DESTINATION CROATIE</b>		
Oglašavanje destinacije 1 str. editorial	FRANCUSKA	<b>42.776 kn</b>
<b>UHPA publikacije</b>		
UHPA Directory 2020/2021 – zakup oglasa	HRVATSKA	<b>3.859 kn</b>
<b>STRATEŠKA kampanja oglašavanja</b>		
<b>STROER MEDIA</b>		
Strateška kampanja oglašavanja putem video ekrana u podzemnim stanicama u Varšavi u razdoblju od 14. – 25.09. – September 2020	POLJSKA	<b>82.664 kn</b>
<b>TV/RADIJSKA oglašavanja</b>		
<b>ULTRA FM Split d.o.o. – Totalni FM, Radio Riva</b>		
Radijsko oglašavanje – praćenje aktivnosti TZ SDŽ u razdoblju siječanj – prosinac 2020. godine	HRVATSKA	<b>5.625 kn</b>
<b>TV DALMACIJA/MREŽA 2020</b>		
Emitiranje reklamnih poruka, izrada i emitiranje 2 reportaže i 4 studijske emisije	HRVATSKA	<b>20.000 kn</b>
<b>NAUTICAL CHANNEL</b>		
Suradnja na projektu SAFE HARBOUR CROATIA – proizvodnja 5 emisija + 30 emitiranja emisija na TV kanalu Nautical Channel	EUROPA	<b>6.250 kn</b>
<b>QUINTANA KOMUNIKACIJE</b>		
Komunikacijska kampanja oglašavanja STAY SAFE-razni mediji	HRVATSKA	<b>8.750 kn</b>
<b>OSTALA oglašavanja</b>		
<b>ADRIATIC GASTRO SHOW, Split</b>		
Oglašavanje u sklopu međunarodnog festivala gastronomije i turizma u razdoblju od 05. – 8.02. 2020	HRVATSKA	<b>10.000 kn</b>
<b>GAST 2020, Split</b>		
Oglašavanje u sklopu 25. međunarodnog sajma turizma i ostalih djelatnosti u razdoblju od 26. – 29.02. 2020	HRVATSKA	<b>25.000 kn</b>
<b>Ostala oglašavanja</b>		
Oglas i promotivni tekst Katalog sajma vjenčanja, Split Tekstovi za lipanjski srpanjski broj Kronike SDŽ	HRVATSKA	<b>7.796 kn</b>

### 3.2.3. BROŠURE i ostali tiskani materijali

Planirana sredstva: 400.000 kn  
 Rebalans: 48.000 kn  
 Utrošena sredstva: 52.325 kn

Brošure i ostali tiskani materijali predstavljaju imidž svake turističke destinacije te je od važnosti posjedovanje adekvatnog imidža koji reflektira pravo pozicioniranje destinacije sukladno vrijednostima i karakteristikama.

Obzirom su promotivni materijali glavni alati u promociji resursa određenog područja, njihovoj izradi pristupa se s posebnom pažnjom. Navedena stavka realizirana je u iznosu od 52.325 kuna, što je za 9 posto više u odnosu na planirana sredstva temeljem izmjena i dopuna plana. Spomenuti troškovi odnose se na tiskanje promidžbenog materijala, za kojim je postojala potreba u 2020. godini. Troškovi tiskanja brošura i ostalog tiskanog materijala u 2020. godini su sljedeći;



Vrsta PROMO materijala	Iznos troška
Brošura KULTURNA BAŠTINA Srednje Dalmacije, 2000 kom - usluga tiskanja brošure na engleskom, njemačkom i talijanskom jeziku	13.500 kn
Brošura CAMPING Srednje Dalmacije, 1000 kom - usluga tiskanja brošure na engleskom jeziku	6.375 kn
Karta RONJENJE Srednja Dalmacija, 2000 kom - usluga tiskanja i dorade karte na engleskom i njemačkom jeziku	4.250 kn
Karta PUSTOLOVNI turizam Srednja Dalmacija, 4000 kom - usluga tiskanja i dorade karte na engleskom i njemačkom jeziku	5.750 kn
Karta CHARTER Srednja Dalmacija, 1000 kom - usluga tiskanja karte na engleskom jeziku	4.350 kn
Trodjelni KALENDAR Srednja Dalmacija s kutijom, 200 kom - usluga tiskanja kalendara	4.875 kn
TURISTIČKI VODIČ Srednja Dalmacija, 2000 kom - usluga tiskanja vodiča na talijanskom jeziku	11.500 kn
STOLNI kalendar hr/eng – čestitka „Srednja Dalmacija“, 300 kom - usluga tiskanja kalendara	1.725 kn

Da bi bili dostupni što širem segmentu potrošača, promotivni tiskani materijali distribuiraju se na domaćem i inozemnim tržištima putem turističkih agencija, sajmova, direktnim marketingom, turističkih ureda u inozemstvu, na upit, raznih prezentacija te drugih događanja. Tijekom zadnjih godina, ponovno je znatno porasla potražnja za tiskanim materijalima, zbog čega TZ Splitsko – dalmatinska pristupa realizaciji onih materijala za kojima postoji stvarna potreba na tržištu.

Zbog specifičnih zahtjeva tržišta, tiskaju se brošure po pojedinim turističkim proizvodima s ciljem davanja preciznih informacija o pojedinim proizvodima koji se nude na tržištu. Uz temeljne brošure, tiskaju se i opće turističke informacije i razne karte, koje su namijenjene boljoj informiranosti i lakšem snalaženju turista.

### 3.2.4. SUVENIRI i ostali materijali

Planirana sredstva:	150.000 kn
Rebalans:	80.000 kn
Utrošena sredstva:	63.879 kn

TZ Splitsko – dalmatinske županije osigurava pravovremenu nabavu adekvatnih suvenira (lavande, majice, kape, značke i itd.) i ostalih promidžbenih materijala prema dosadašnjim pozitivnim iskustvima za godišnje potrebe. Dizajn promidžbenih materijala temeljen je na obilježjima srednjodalmatinskog područja te prepoznatljivom vizualnom identitetu TZ Splitsko – dalmatinske županije. Svi novo nabavljeni suveniri u skladu su sa smjernicama branding strategije, te se koriste za različite događaje, posebice u promotivne svrhe. U 2020. godini sukladno epidemiološkoj situaciji i trenutačnoj zarazi covid 19 virusom, u najvećoj količini nabavljene su zaštitne maske. Za nabavu suvenira i ostalog promotivnog materijala utrošeno je 63.879 kn.

**Rekapitulacija troškova suvenira i dr. promo materijala = 63.879 kn**

Vrsta MATERIJALA	Iznos troška
- kemijske OLOVKE Srednja Dalmacija, 500 kom	5.880 kn
- ROKOVNICI s dotiskom Srednja Dalmacija, 150 kom	9.357 kn
- Knjiga STORYTELLER MOBILE TOUR GUIDE, 60 kom	6.000 kn
- covid bijela MASKA pamučna s tiskom i logom, 3000 kom	35.625 kn
- PUNJAČ BATERIJA za mobitele Srednja Dalmacija, 60 kom	4.425 kn
- ostalo (vodiči, monografije, knjige, razglednice i dr.)	2.592 kn

### 3.2.5. INFO punktevi/table

Planirana sredstva:	600.000 kn
Rebalans:	13.000 kn
Utrošena sredstva:	12.550 kn

Turistička signalizacija i sufinanciranje rada info punktova predstavljaju jedan od projekata u radu sustava turističkih zajednica. Realizacija projekta odvija se kontinuirano već nekoliko godina u suradnji s sustavom TZ.

Cilj aktivnosti je prvenstveno olakšati identifikaciju ključnih turističkih atrakcija i resursa u pojedinim odredištima, što će rezultirati boljim informacijskim sustavom za turiste i većom razinom zadovoljstva.

U suradnji Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, Zračne luke Split – Kaštela, grada Kaštela, Turističke zajednice Kaštela i drugih lokalnih turističkih zajednica, u Zračnoj luci Resnik od 2015. godine djeluje info-pult županijske turističke zajednica, te se s navedenim projektom nastavilo i u 2020. godini, ali u smanjenom obimu. TZ Splitsko – dalmatinska sudjeluje finansijskom potporom i opskrbom svih promidžbenih materijala u radu navedenog punkta. U planu za 2020. godinu bilo je sufinanciranje kompletног označavanja lokaliteta TZ Imote, kao i realizacija projekta označavanja i obilježavanja svih tematskih staza na području Županije u suradnji sa lokalnim ustrojem turističkih zajednica Županije. Nažalost, zbog situacije vezano za epidemiju COVID 19, moralo se odustati od realizacije navedenih projekata, a koji su prebačeni za realizaciju u 2021. godini.

Troškovi aktivnosti info punktevi/table = 12.550 kn

Vrsta troška	Trošak
<b>INFO punktevi</b>	<b>10.000 kn</b>
<b>TIC – Welcome desk Zračna luka Split</b>	
- sufinanciranje rada info punkta u razdoblju lipanj - rujan 2020. god.	10.000 kn
<b>INFO table</b>	<b>2.550 kn</b>
<b>TZ općine BOL –</b>	
sufinanciranje troška najma panoa Hrvatskih šuma na cesti Bol – Supetar	2.550 kn

Za realizaciju stavke koja je u konačnici uključivala najvećim dijelom sufinanciranje rada info punkta u Zračnoj luci Split utrošeno je 12.550 kn, što je neznatno manje u odnosu na planirana sredstva temeljem izmjena i dopuna plana.

#### 4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

Planirana sredstva: 3.500.000 kn  
 Rebalans: 745.000 kn  
 Utrošena sredstva: 731.028 kn

Distribucija i prodaja vrijednosti uključuje rashode za nastupe na turističkim sajmovima, organizaciju studijskih putovanja predstavnika medija i agenata te troškove organizacije raznih oblika prezentacija turističke ponude.

Rashodi za stavku distribucije i prodaje vrijednosti planirani su za 2020. godinu u iznosu od 3.500.000 kuna, te su izmjenama i dopunama plana smanjeni na iznos od 745.000 kuna, a što je za 79 posto manje u odnosu na planirana sredstva. Rashodi za stavku distribucije i prodaje vrijednosti u konačnici su ostvareni u iznosu od 731.028 kn, što je za 2 posto manje u odnosu na izmjene i dopune plana.. Navedeni rashodi sudjeluju sa 11 posto u ukupnoj strukturi ostvarenih rashoda turističke zajednice u 2020. godini.

#### **4.1. Nastupi na TURISTIČKIM SAJMOVIMA**

Planirana sredstva:	1.800.000 kn
Rebalans:	630.000 kn
Utrošena sredstva:	625.588 kn

Nastupi na sajmovima kao način promidžbe destinacije bitan su oblik komunikacije s tržištem, ali dolaskom pandemije održavaju se u promjenjenom obliku. U segmentu sajamskih nastupa preferira se ciljani nastup na specijaliziranim i pomno odabranim općim sajmovima, s naglaskom na zajedničke nastupe s poslovnim subjektima, klasterima i regijama. Nažalost, epidemija je sve promjenila i pitanje je kako će izgledati sajamski nastupi u budućnosti i da li će uopće moći biti održani u fizičkom smislu. Naime, poslovna 2020. godina u turizmu, osim po nesigurnosti i prepolovljenom turističkom prometu u svijetu, ostati će zapamćena i kao prva godina unatrag pola stoljeća u kojoj se turistički profesionalci nisu okupili ni u Berlinu ni u Londonu, dva najveća svjetska turistička sajma. Novi koncept nastupa trenutačno prisutan je virtualni način predstavljanja, pri čemu se u virtualnom svijetu može komunicirati, slušati konferencije, radionice i predavanja, ali bez fizičkih predstavnika i štandova. Nastupi na sajmovima i dalje imaju veliki značaj u direktnoj promociji bez obzira na razne nove opcije i komunikacije elektronskim putem. Velika prednost sajma u odnosu na suvremene medije je neposredna komunikacija na jednom mjestu, gdje se u kratkom vremenu nalaze zainteresirane strane iz različitih djelatnosti povezanih uz turizam. Svi planom predviđeni nastupi na inozemnim sajmovima u razdoblju od siječnja do veljače su održani, a oni planirani za mjesec ožujak i kasnije su u konačnici otkažani od strane organizatora. Od preostalih sajamskih nastupa, virtualno je jedino održan sajam WTM London u mjesecu studenome. Za nastupe na sajmovima utrošeno je u 2020. ukupno 625.588 kuna, što je 1 posto manje u odnosu na planirana sredstva temeljem izmjena i dopuna plana. Nastupi na sajmovima temeljili su se na pravilima suizlaganja definiranim od strane HTZ-a, a koji su podrazumijevali koordinaciju u sustavu TZ radi racionalizacije, svrhovitosti i učinkovitosti korištenja finansijskih sredstava ukupnog sustava.

Sajamski nastupi koji su se uspjeli odraditi realizirani su nastupima na zakupljenom dijelu štanda u sklopu nastupa HTZ-a po principu zastupljenosti na najbitnijim općim i specijalističkim sajmovima relevantnim za prezentaciju turističke ponude, samostalnim sajamskim nastupima 3 ili više županijskih TZ u inozemstvu na sajmovima na kojima ne nastupa HTZ, a za koje se procjenjuje da su bitni i zanimljivi za privlačenje određenih ciljnih segmenata gostiju i samostalnim sajamskim nastupima u organizaciji TZ Splitsko – dalmatinske te suradnji sa kластерима. TZ Splitsko – dalmatinska u 2020. godini imala je u planu nastupiti na 20 sajmova, a na koncu uspjelo se održati njih 10.

**Rekapitulacija troškova turističkih sajmova = 625.588 kn**

Vrste troškova	Iznos troška
- zakup, uređenje, opremanje i ostali troškovi štanda	370.489 kn
- troškovi puta +PN (dnevnice, prijevoz, cestarina, smještaj...)	213.989 kn
- usluge izrade, tiska i otpreme materijala	20.859 kn
- ostali troškovi (ugovori o djelu, reprezentacija i sl.)	20.251 kn

#### ► nastupi u sklopu štanda HTZ - suizlaganje

I u 2020. godini nastavljeno je s konceptom suizlaganja na štandu po kojem turistički gospodarstvenici i županijske TZ imaju mogućnost zakupa 6, 8 pa i više m<sup>2</sup> prostora štanda. Pri tome u okviru štanda imaju svoj poslovni prostor, gdje svaki suizlagač može pozvati svoje poslovne partnera, izložiti svoje kataloge i brošure te napraviti prezentaciju svog turističkog proizvoda. Ova koncepcija pokazala se uspješnim načinom predstavljanja turističkih agencija, hotelskih kuća te pojedinih turističkih regija i gradova, kao i ostalih privrednih subjekata u turizmu. Po navedenom konceptu, a nakon usuglašavanja sa lokalnim ustrojem, nastupilo se u suradnji sa TZ Makarske i Splitske rivijere na svim planiranim sajmovima, izuzev jednoga koji je otkazan i to kako slijedi;

SAJAM – zakup štanda HTZ-a	Iznos troška
<b>1. Beč, FERIENMESSE, 16. – 19.01. 2020</b>	
- trošak zakupa i uređenja štanda (50% troška TZ Makarske rivijere)	14.563 kn
<b>2. Stuttgart, CMT, 11. – 19.01. 2020</b>	
- trošak zakupa i uređenja štanda	
- trošak prijevoza, smještaja i PN informatora	30.893 kn
<b>3. Helsinki, MATKA, 16. – 19.01. 2020</b>	
- trošak zakupa i uređenja štanda	18.755 kn
<b>4. New York, TIMES TRAVEL Show, 24. – 26.01. 2020</b>	
- troškovi zakupa i uređenja štanda te dostave materijala	
- trošak PN direktora ureda i PN informatora i ostali putni izdaci	72.088 kn

<b>5. Milano, BIT, 9. – 11.02. 2020</b>	- trošak zakupa i uređenja štanda - trošak prijevoza, smještaja i PN informatora	32.868 kn
<b>6. Munchen, FREE, 18. – 21.02. 2020</b>	- trošak prijevoza, smještaja i PN djelatnika ureda i direktora - troškovi prezentacije Zagore i Sinja u sklopu štanda – “Alkari u Munchenu” - troškovi prijevoza i najma vozila s vozačem za sudionike	87.846 kn
<b>7. Napulj, BMT, 20. – 22.03. 2020 – OTKAZANO</b>	- trošak kupljene avionske karte za informatora	2.601 kn

► samostalni sajamski nastupi 3 ili više županijskih TZ u inozemstvu na sajmovima na kojima ne nastupa HTZ

Riječ je o nastupima na regionalnim i specijaliziranim sajmovima u suradnji s TZŽ Dalmacije i TZ Ličko – senjske županije te lokalnim uredima turističkih zajednica, za koja se procijenilo da su od važnosti za predstavljanje turističke ponude regije. Nositelj programa (TZŽ) zakupljuje, uređuje i plaća izložbeni prostor, te snosi u cjelini troškove programa i osoblja. Temeljem navedenog modela, TZ Splitsko – dalmatinska je u suradnji s TZ Zadarske, Šibensko – kninske, Dubrovačko – neretvanske i Ličko – senjske županije, planirala nastupiti tijekom 2020. godine na 10 sajmova i to kako slijedi:

SAJMOVI – suradnja s TZ dalmatinskih županija + TZ Lika	Iznos troška
<b>8. London, DESTINATION, 30.01. – 2.02. 2020</b>	
- 1/5 troška nastupa dalmatinskih TZŽ Dalmacije + Lika - trošak PN informatora i direktora te ostali putni izdaci	51.733 kn
<b>9. Brussels, SALON DES VACANCES, 6. – 9.02. 2020</b>	
- 1/5 troškova sajamskog nastupa TZŽ Dalmacije + Lika - trošak prijevoza i smještaja informatora	21.354 kn
<b>10. Verona, COSMO BIKE, 15. – 16.02. 2020</b>	
- 1/4 troškova zakupa prostora i uređenja štanda - trošak smještaja i PN informatora	15.185 kn
<b>11. Barcelona, BTravel, 27. – 29.03. 2020, OTKAZANO</b>	
- trošak registracije za nastup na sajmu - grafička priprema vizuala za stand i izložbenog panoa - trošak plaćenog puta (umanjen iznos – izvršen povrat)	7.309 kn
<b>12. Palermo, EXPO TRAVEL, 3. – 5.04. 2020, OTKAZANO</b>	
- trošak zakupa štanda i opreme (33% plaćeno unaprijed) - trošak plaćene avionske karte	11.030 kn

13. Seul, HANA, lipanj 2020, OTKAZANO	-
14. Dusseldorf, CARAVAN SALON, rujan 2020, OTKAZANO	-
15. Parma, Il SALONE Del CAMPER, rujan 2020, OTKAZANO	-
16. Okinawa, TOURISM EXPO, rujan 2020, OTKAZANO	-
17. Paestum, "Borsa MEDITERANEA", studeni 2020, OTKAZANO	-

► samostalni sajamski nastupi i sufinanciranja

Zbog velikog značaja i interesa, TZ Splitsko – dalmatinska planirala je u suradnji s lokalnim ustrojem TZ na svome području samostalno nastupiti na tri turistička sajma u Hamburgu, Berlinu i Londonu. *Sajam ITB Berlin* vodeća je međunarodna poslovna burza turizma na kojoj se predstavlja cijela paleta putovanja, odmora i zabave. *Sajam WTM London* jedan je od najvažnijih svjetskih turističkih sajmova. *Sajam Reisen Hamburg* je najznačajniji turistički sajam u sjevernoj Njemačkoj. U konačnici uspjelo se nastupiti na sajmu u Hamburgu, Berlin je pred sam početak otkazan, dok je nastup na sajmu WTM u Londonu bio virtualan. Obzirom je sajam ITB u Berlinu doslovno otkazan pred sam početak, prisutni su brojni troškovi, koji se u konačnici nisu mogli u potpunosti refundirati, niti napraviti povrate sredstava.

SAJMOVI – samostalno + klasteri	Iznos troška
18. Hamburg, REISEN, 5. – 9.02. 2020 - troškovi organizacije nastupa na zajedničkom štandu - trošak priveza, smještaja i PN informatora	32.778 kn
19. Berlin, ITB, 4. – 8.03. 2020, OTKAZANO - izrada i opremanje štanda, demontaša i prijevoz opreme - umanjeno - trošak zakupa prostora i uređenja štanda – izvršen povrat, plaćen PDV - troškovi raznih prijevoda, izrade pozivnica i press materijala - troškovi nabavljenе reprezentacije za potrebe štanda - usluga grafičkog oblikovanja i izrade elektronske pripreme štanda - troškovi plaćenoga smještaja direktora ureda i informatora - troškovi plaćenoga prijevoza direktora i informatora (avio karte) - trošak nabave propusnica za uzvanike i službene informatore - trošak otpreme materijala, tiska i dr. razni troškovi	138.338 kn
20. London, WTM, 9. – 11. 2020, VIRTUALNI nastup - trošak zakupa prostora i uređenja štanda (odbijen povrat)	73.722 kn
Sufinanciranje nastupa grupacije STORIES hotela na specijaliziranim sajmovima za luksuzna putovanja – Private Luxury Forums i Connections	15.000 kn

#### **4.2. STUDIJSKA PUTOVANJA**

Planirana sredstva:	1.500.000 kn
Rebalans:	70.000 kn
Utrošena sredstva:	60.784 kn

Odnosi s javnošću i komunikacija sa stranim predstavnicima medija imaju ključnu ulogu u stvaranju imidža destinacije i prezentacije proizvoda i stvaranja općeg mišljena. Pri tome značajno utječe na mišljenje i stavove turista, a time i njihove dolaske. Svake godine organiziraju se u suradnji s HTZ-om i lokalnim ustrojem TZ-a studijska putovanja inozemnih novinara i agenata s ciljem bolje promocije turističke ponude na određenim tržištima i pružanja novinarima i agentima potpunu informaciju o određenoj turističkoj destinaciji i novostima u njenoj turističkoj ponudi. Uz postojeći model, velika pažnja usmjerila se zadnjih godina i na bloggere tj. organizaciju blog studijskih putovanja. Ovakvim pristupom omogućava se predstavnicima medija i agentima da se upoznaju i familiariziraju s turističkom ponudom regije, mogućnostima turističkih aktivnosti te za susret s turističkom operativom i proizvodima koje nude. Studijska putovanja organiziraju se po principu:

- odabir modela od strane predstavništva HTZ-a, te iscrpna analiza medija s ciljem da se odaberu najutjecajniji kanali,
- usuglašavanje programa boravka s HTZ-om, županijskim i lokalnim turističkim zajednicama (operativno i finansijski), fokus na posjete mjestima ili programima koja se želi dodatno ili pojačano promovirati,
- organizacija samostalnih studijskih putovanja od strane TZ SDŽ
- monitoring, sakupljanje press clippinga i objavljenih članaka,
- potenciranje putovanja na određenu temu (proizvod ili posebnost)

Press bloging putovanja predstavljaju jedan sasvim nov način komunikacije s tržištem i mnogobrojnim članovima social networka, zbog čega se taj novi medij želi što više iskoristiti za komuniciranje i promoviranje hrvatskih destinacija u svijetu. Blogeri putem svojih razvijenih socijalnih mreža na internetu pišu o dojmovima i samom objavom tekstova multipliciraju priču milijunima čitatelja diljem svijeta. Edukacijska putovanja agenata organiziraju se u suradnji sa stranim turooperatorom i njihovim domaćim partnerom ili turističkom zajednicom županije. Predstavništva HTZ-a imaju aktivnu ulogu i služe kao posrednik i savjetnik kod organizacije studijskih putovanja djelatnika putničkih agencija i posrednika u prodaji putovanja. Operativni cilj putovanja je informirati o hrvatskim turističkim proizvodima i motivirati da se proda što više paket aranžmana za Hrvatsku.

Ciljne skupine su turooperatori, putničke agencije, agencije specijalizirane za proizvode od posebnog interesa, udruženja, klubovi, itd., a usmjereni na sektore sunce i more, kultura i itd. Za realizaciju cijelokupne stavke studijskih putovanja planiralo se temeljem programa rada 1.500.000 kuna, ali izmjenama i dopunama plana iznos se trebao značajno smanjiti, te je u konačnici utrošeno u 2020. godini ukupno 60.784 kuna, što je za 13% manje u odnosu na planirana sredstava izmjenama i dopunama plana. Naime, sredstva za organizaciju studijskih putovanja novinara, agenata i blogera, također su realizirana u manjem iznosu, zbog nemogućnosti dolaska stranih predstavnika, ograničenja u raznim državama i epidemioloških uvjeta. Određena putovanja planirana za kraj tekuće godine, također su morala biti otkazana zbog pogoršanja epidemiološke situacije na domaćem i ino tržištima.

**Troškovi organizacije studijskih putovanja = 60.784 kn**

Vrste troškova	Iznos troška
- usluge vodiča	9.260 kn
- usluge smještaja i dr. hotelske usluge	26.316 kn
- ugostiteljske usluge	23.588 kn
- ostale usluge (ulaznice za muzeje, najam i dr.)	1.620 kn

Sezona studijskih putovanja stranih novinara i agenata u 2020. godini trajala je jako kratko, a što inače nije uobičajeno, obzirom se većina putovanja realizira u predsezoni i posezoni. U konačnici je realizirano približno 70 studijskih putovanja novinara i agenata, a što je neusporedivo s prijašnjim godinama.

#### *Analički prikaz dolazaka predstavnika stranih medija i agenata u 2020. godini*

ZEMLJE dolaska	BROJ predstavnika	MJESEC dolaska	DESTINACIJE posjeta
USA	1 agent	lipanj	SPLIT – agencija Olive Tree Escapes
Njemačka	2 novinara	kolovoz	SDŽ – časopis LGTB
Češka	2 TV novinara 1 agent	kolovoz lipanj	SPLIT – organizacija TZ SDŽ, TZ ZŽ i TZ ŠKŽ Promocija u suradnji s hotelom Le Meridien Lav
Francuska	2 TV novinara 2 agenta	rujan ožujak	SPLIT, VIS, BRAČ – TV postaja ARTE SPLIT – projekt Croatia Island Trophy
Singapur	2 agenta	veljača	SPLIT – tvrtka HOURS specijalizirana za luksuzna putovanja
Razno	12 agenata	ožujak	SPLIT u suradnji s TZ Split – agencija MEETEX
Češka	1 blogger, 1 agent	rujan	HVAR, ŠOLTA - Zaklada Sport 2 Life
Njemačka	40 agenata + novinari	srpanj	SPLIT, MAKARSKA, OMIŠ – Touroperator REISEWELT
Razno	Festival Taste the Mediterranean, Split 7. – 11.10. 2020 – sufinanciranje boravka stranih novinara i kuvara u sklopu međunarodnog festivala		

#### 4.3. PREZENTACIJE turističke ponude SD

Planirana sredstva:	200.000 kn
Rebalans:	45.000 kn
Utrošena sredstva:	44.656 kn

Aktivnosti prezentacija organiziraju se na domaćem i stranim tržištima s ciljem informiranja o destinaciji i novostima u njenoj turističkoj ponudi. Zbog nemogućnosti organizacije i održavanja planiranih prezentacija na inozemnim tržištima temeljem programa rada, troškovi prezentacija su temeljem izmjena i dopuna plana smanjeni sa 200.000 kn na iznos od 45.000 kn. Za organizaciju prezentacija utrošeno je u konačnici 44.656 kuna, što je u skladu s planiranim sredstvima temeljem izmjena i dopuna plana. TZ Splitsko - dalmatinske županije planirala je održati samostalno ili u suradnji s TZŽ Dalmacije i drugim subjektima razne prezentacije na domaćem i stranim tržištima i to za predstavnike turističkih agencija, medija te za široku publiku. U konačnici je realizirano sljedeće;

Rekapitulacija troškova održanih prezentacija = 44.656 kn

Vrste troškova	Iznos troška
<b>Road show SLOVENIJA, koncert "Oliverove najbolje"</b> Ljutomer kraj Škofje Loke, 15.02. 2020 – dalmatinski pjevači i klape Prezentacija turističke ponude SDŽ u sklopu koncerta u spomen O. Dragojeviću - usluge rent a car-a i ostali putni izdaci - troškovi PN djelatnika ureda i troškovi smještaja - troškovi promocije u sklopu koncerata (štand, dekoracije i ostalo)	10.567 kn
<b>Obilježavanje SVJETSKOG DANA TURIZMA</b> Split, hotel Briig, 27.09. 2020. Prezentacija i predstavljanje uz gastro ponudu u suradnji s TZ grada Splita - troškovi organizacije i održavanja prezentacije	1.750 kn
<b>Prezentacija/radionica USA - Atlanta</b> , za turističke subjekte i agencije Poslovna radionica u organizaciji HTZ-a s ciljem promocije hrvatske turističke ponude uz sudjelovanje TZ DNŽ, TZ SDŽ, TZ Zagreba i TZ središnje Hrvatske Atlanta, Hotel Intercontinental Buckhead, 27.02. 2020 - troškovi organizacije i sudjelovanja na prezentaciji - troškovi PN djelatnika ureda, troškovi smještaja i puta	32.339 kn

## **5. INTERNI MARKETING**

Planirana sredstva: 685.000 kn  
Rebalans: 230.000 kn  
Utrošena sredstva: 182.038 kn

Interni marketing uključuje rashode za organizaciju programa edukacija za djelatnike sustava TZ-a i djelatnike turističke industrije, troškove organizacije kolegija direktora lokalnih TZ, troškove izrade e-newslettera i rashode za dodjelu nagrada i priznanja. Rashodi internog marketinga planirani su za 2020. godinu u iznosu od 685.000 kuna, a izmjenama i dopunama plana iznos je smanjen na 230.000 kuna. Rashodi su u konačnici realizirani u iznosu od 182.038 kuna, što je za 21 posto manje u usporedbi s planiranim sredstvima temeljem izmjena i dopuna plana te sudjeluju sa 3 posto u ukupnoj strukturi rashoda turističke zajednice.

### **5.1. EDUKACIJA (sustav TZ-a i turistička industrija)**

Planirana sredstva:	500.000 kn
Rebalans:	130.000 kn
Utrošena sredstva:	105.227 kn

Za daljnje jačanje turističkog sektora i povećanje njegove konkurentnosti izuzetno je važna dodatna edukacija i usavršavanje turističkih djelatnika. Navedeno je potrebno da bi se kreirali još bolji turistički proizvodi i nivo turističke usluge za novi kvalitetni iskorak hrvatskog turizma. Cilj je educirati sudionike turističkog tržišta kroz efikasan i dobro dizajniran program edukacija te okupiti što veći broj predstavnika turističke industrije za promociju usluga u turizmu. U svrhu povećanja učinkovitosti, praćenja i primjene najnovijih marketinških tehnologija i trendova u turizmu, naglašena je potreba za konstantnom edukacijom djelatnika u turizmu, kao osnovnom prepostavkom za poboljšanje aktivnosti u svim segmentima i razinama turističkog sektora. U skladu s tim, TZ Splitsko – dalmatinska je u suradnji s odabranim institucijama organizirala i provela određeni broj edukativnih programa u kojima su sudionici dobili relevantna i praktična znanja o načinima poboljšanja svojih aktivnosti. Unatoč širenju pandemije korona virusa, početkom godine uspjeli su se održati određeni edukacijski programi, koji su kasnije prebačeni na virtualni model, ali uz znatno manji interes, tako da i nisu održani svi koji su bili u planu.

Pregled organiziranih edukacijskih programa u 2020. godini

Naziv programa/edukacije	Iznos troška
<p><b>Edukacijski ciklus „INTERNETOM DO GOSTIJU – selektivni oblici turizma“ – organizacija 10 edukacija namijenjenih predstavnicima hotela i djelatnicima TZ-a</b>  Split, Hotel Park, 21.01. – 20.02. 2020. godine  (organizacija: TZ SDŽ/ADprofis)</p> <p>Teme HOTELI: <i>Internet marketing strategija za hotele – kako do direktnih rezervacija hotela?, Kako treba izgledati stranica hotela u 2020-oj godini?, SEO optimizacija web stranice hotela za dobru poziciju na Googleu, Google Ads oglašavanje za hotele, Sustav praćenja gostiju i kako do lojalnih gostiju</i></p> <p>Teme TZ: <i>Destinacijska Internet marketing strategija, Web stranica turističke destinacije, SEO web stranice turističke destinacije, Digitalno brendiranje destinacije (display i video oglašavanje), Oглаšavanje događanja (mobilno oglašavanje)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- troškovi pripreme, organizacije i održavanja edukacija</li> <li>- troškovi reprezentacije i najma prostora</li> </ul>	44.000 kn
<p><b>Edukativne radionice „Razvoj, marketing i provedba DESTINACIJSKIH PROIZVODA posebnih oblika turizma“ – 2 radionice namijenjene predstavnicima turističkog sektora</b>  Split, Hotel Briig, 25. i 26.02. 2020. godine  (organizacija: TZ SDŽ/UHPA/TZG Split)</p> <p>Tema: <i>Promocija i prodaja destinacije, Site inspections, FAM trips i nastupi na sajmovima</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- troškovi organizacije i održavanja edukacija</li> <li>- troškovi reprezentacije i najma prostora</li> </ul>	50.827 kn
<p><b>Edukacija „ DIGITALNA GOOGLE GARAŽA“, namijenjena predstavnicima turističkih agencija, hotela i privatnim iznajmljivačima</b>  Split, Hotel Park, 28.02. 2020. godine  (organizacija: TZ SDŽ/Google/Otvoreno učilište Algebra)</p> <p>Teme edukacije: <i>uvod u digitalni marketing, web stranica kao temelj digitalnog marketinga, korisnici web stranice i ciljna skupina, uvod u SEO – optimizacija web stranica, Google my business, Google Analytics...</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- troškovi reprezentacije i najma prostora</li> </ul>	1.400 kn
<p><b>Edukacija „ Korisne INFORMACIJE, UPUTE, PREPORUKE i pravila ponašanja za privatne iznajmljivače s turistima u okolnostima post epidemije COVID-19“, namijenjena privatnim iznajmljivačima</b>  Split, Hotel Briig, 10.06. 2020. godine  (organizacija: TZ SDŽ/TZ Split)</p>	-

<p><i>Tema: Posebna edukacija za privatne iznajmljivače vezano za preporuke i uvjete ulaska stranih državljana/turista u Republiku Hrvatsku te postupanja s gostima u uvjetima post korona razdoblja.</i></p> <p><b>Online edukacija “Promjene komunikacijskih procesa u turističkom sektoru kao rezultat COVID 19 EPIDEMIJE”</b> za djelatnike sustava TZ Održana 12.11. 2020. godine (organizacija: TZ Splitsko – dalmatinska/Quintana komunikacije) <i>Predavanje i diskusija: Restart turizma u Hrvatskoj: kako pokrenuti komunikaciju u turističkom sektoru i na emitivnim tržištima nakon epidemije COVID-19</i> - troškovi održavanja i provedbe edukacije</p>	9.000 kn
---	----------

Za programe edukacija utrošeno je u 2020. godini ukupno 105.227 kn, što je za 19% manje u odnosu na izmjene i dopune plana.

## 5.2. KOORDINACIJA I NADZOR sustava TZ

Planirana sredstva:	100.000 kn
Rebalans:	20.000 kn
Utrošena sredstva:	14.085 kn

Suradnja i koordinacija sa sustavom TZ-a radi zajedničkog dogovaranja i provođenja plana razvoja turizma, postaje nužna aktivnost u radu. S ciljem osposobljavanja za učinkovitije djelovanje i izvršavanje zakonom propisanih zadaća, posebice u segmentu aktivnosti vezanih uz razvoj i promociju novih proizvoda/ponude, provodi se koordinacija sa uredima lokalnih turističkih zajednica na području Županije. Koordinacija i nadzor se vrše i s ciljem usklađenosti ukupnog djelovanja, ali i racionalizacije, svrhovitosti i učinkovitosti korištenja financijskih sredstava ukupnog sustava, tj. turističkih zajednica pojedinih razina. Za aktivnosti organizacije koordinacije i nadzora utrošeno je 14.085 kuna, što je manje u odnosu na planirane izmjene plana. Ured TZ Splitsko – dalmatinske županije organizirao je tijekom 2020. godine manji broj koordinacija sa lokalnim ustrojem TZ-a zbog epidemioloških razloga i nemogućnosti organizacije koja je uključivala veći broj ljudi. Također se sudjelovalo u radu koordinacije županijskih turističkih zajednica s područja Dalmacije + Lika, koje su organizirane prvenstveno s ciljem dogovaranja zajedničkih promotivnih aktivnosti. Ujedno, direktor ureda TZ Splitsko – dalmatinske sudjeluje i u radu koordinacije direktora primorskih i kontinentalnih županijskih turističkih zajednica na nacionalnoj razini organiziranih od strane nadležnog ministarstva i Hrvatske turističke zajednice. Tijekom 2020. održane su sljedeće koordinacije;

Dana 12. veljače 2020. godine održan je u Splitu u prostorijama hotela Briig radni sastanak i koordinacija turističkih zajednica gradova, općina i mjesta Splitsko – dalmatinske županije. Sastanku su nazočili i:

- predstavnik Ministarstva turizma
- predstavnici Hrvatske turističke zajednice; Davorin Purgarić, glavni pravni savjetnik i Anton Brkić, voditelj Odjela za eVisitor i poslovna IT rješenja
- predstavnici Splitsko – dalmatinske županije – Upravni odjel za pomorstvo i turizam; Stipe Čogelja, pročelnik i Stjepanka Marčić, voditeljica odjela za turizam (bivši Ured državne uprave)

Na predmetnoj koordinaciji i radnom sastanku raspravljaljalo se o problematiči primjene novih zakonskih propisa i rješenja kojima se regulira rad sustava TZ i to;

- Problematika pomoćnih kreveta (rješenja, sustav eVisitor, prijava i naplata...)
- Usklađivanje akata i ustrojstva postojećih TZ s odredbama novog Zakona o TZ i promicanju hrvatskog turizma (Statuti, pravilnici, akti TZ i ostalo)
- Razno

Dana 29. srpnja 2020. godine održan je u Splitu, u prostorijama hotela Briig kolegij - koordinacija direktora turističkih zajednica gradova, općina i mjesta Splitsko – dalmatinske županije sa predstavnicima Hrvatske turističke zajednice sa sljedećim dnevnim redom;

- Promotivne aktivnosti HTZ-a u 2020. godini;
- Zajedničke promotivne aktivnosti u 2020. godini;
- Razno

Dana 24. srpnja 2020. godine održana je na Zlarinu (Šibensko – kninska županija) koordinacija direktora turističkih zajednica županija na području Dalmacije i Like, sa sljedećim dnevnim redom;

- ✓ prijedlozi nastupa na sajmovima i prezentacijama u 2021. godini;

Turistička zajednica prati izvršenje zadaća i ciljeva turističkih zajednica prikupljanjem godišnjih programa rada i finansijskih planova, te temeljem dogovorenih aktivnosti na sastancima koordinacije nastoji poboljšati zajedničke aktivnosti. Ujedno, prema zahtjevu i traženju pruža stručnu i svaku drugu pomoć turističkim zajednicama u njihovom djelovanju i radu. Optimizacija djelovanja sustava TZ, kroz zadaće definirane Zakonom o turističkim zajednicama i sinergijsko djelovanje te udruživanje finansijskih sredstava i zajednički nastupi na tržištima predstavljaju imperativ djelovanja u budućim razdobljima.

### 5.3. NAGRADE i PRIZNANJA

Planirana sredstva:	30.000 kn
Rebalans:	25.000 kn
Utrošena sredstva:	25.316 kn

Nagrade i priznanja se dodjeljuju skupinama i pojedincima koji su dali svoj doprinos na unapređenju i promicanju hrvatskog turizma. Nagrade su sastavni dio programa rada kako bi se odalo priznanje za trud koji čini lokalna turistička industrija. Troškovi se uobičajeno odnose na troškove sudjelovanja djelatnika ureda na „D anima hrvatskog turizma“, i troškove sudjelovanja u okviru projekta „Suncokret ruralnog turizma Hrvatske“. Događanje „Dani hrvatskog turizma“, koje predstavlja godišnji susret hrvatskih turističkih djelatnika, koji se svake godine organizira sredinom mjeseca listopada, te okuplja sudionike turističkog javnog i privatnog sektora, predstavnike Vlade RH, kao i predstavnike međunarodnih turističkih organizacija i institucija, je za 2020. godinu otkazano. Za realizaciju stavke nagrade i priznanja utrošeno je u 2020. god. 25.316 kn, što je u skladu s planiranim sredstvima temeljem izmjena i dopuna plana.

Troškovi stavke **nagrade i priznanja =25.316 kn**

Vrste troškova	Iznos troška
Nagrada „Suncokret ruralnog turizma“	15.095 kn
Nagradno putovanje za 2 osobe dodjeljeno u okviru sajma „TIMES TRAVEL Show“ u New Yorku (avionska karta + pristojbe)	7.880 kn
Sudjelovanje filma „Central Dalmatia – A dream waiting for you“ na „Zagreb Tourfilm festivalu 2020“	612 kn
Prijava video filma „Central Dalmatia – A dream waiting for you“ za 23. ITFCRO 2020, Solin	899 kn
Prijave promotivnog filma TZ SDŽ na 6 međunarodnih festivala turističkog filma preko FilmFreeway platforme	830 kn

### 5.4. E-NEWSLETTER

Planirana sredstva:	55.000 kn
Rebalans:	55.000 kn
Utrošena sredstva:	37.410 kn

S ciljem redovitog informiranja hrvatskih medija i turističke struke o aktivnostima TZ Splitsko – dalmatinske, jednom mjesечно na internet stranicama turističke zajednice objavljuje se e-newsletter. Newsletter predstavlja jednostavan i brz plasman informacija uz relativno niske troškove. Redovito informiranje ciljnih grupa i registriranih korisnika omogućava stvaranje dobrih odnosa te daljnji interes za odredište.

Riječ je o informativnom glasilu koji izlazi na internetu u dvije jezične verzije (hrvatski i engleski) te se proslijeđuje turističkim zajednicama, gospodarskim subjektima, predstavnistvima HTZ-a u svijetu, predstavnicima medija i svim ostalim zainteresiranim subjektima. Glasilo pruža mjesecni prikaz svih događanja koji se odvijaju na području Županije, kao i prikaz novosti u turističkoj ponudi regije, a sve s ciljem obogaćivanja turističke ponude i pružanja pravodobne informacije zainteresiranim stranama.

Troškovi izrade newslettera = 37.410 kn

Vrste troškova	Iznos troška
- naknada za autorski honorar (tekstovi)	29.231 kn
- usluge prijevoda i lektoriranja tekstova	8.179 kn

Za potrebe izrade i distribucije newslettera utrošeno je tijekom 2020. godine ukupno 37.410 kn, što je manje u odnosu na izmjene i dopune plana, obzirom su uslijed pandemije bolesti Covid 19 korigirana finansijska sredstva potrebna za realizaciju newslettera.

## 6. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Planirana sredstva: 700.000 kn

Rebalans: 65.000 kn

Utrošena sredstva: 55.126 kn

Marketinška infrastruktura uključuje troškove proizvodnje multimedijalnih materijala, provođenja istraživanja tržišta i troškove pripreme u izdavaštvu i otkupa fotografija. Rashodi marketinške infrastrukture planirani su za 2020. godinu u iznosu od 700.000 kuna, a temeljem izmjena i dopuna plana, sredstva su planirana u iznosu od 65.000 kuna. Stavka proizvodnje multimedijalnih materijala realizirana je u malom iznosu. Potpuno odustajanje od utroška sredstava prisutno je kod stavke „Istraživanje tržišta“, dok su ostvareni rashodi za stavku „Banka fotografija i priprema u izdavaštvu“, također značajno manji u odnosu na planirana sredstva. Rashodi marketinške infrastrukture realizirani su u iznosu od 55.126 kuna, što je za 15 posto manje u odnosu na planirana sredstva temeljem rebalansa finansijskog plana i sudjeluju sa 1 posto u ukupnoj strukturi rashoda turističke zajednice.

## 6.1. Proizvodnja MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA

Planirana sredstva:	200.000 kn
Rebalans:	15.000 kn
Utrošena sredstva:	15.000 kn

U okviru ove aktivnosti realizira se proizvodnja i produkcija multimedijalnih materijala (filmovi, video spotovi, CD/DVD i dr). Učinkovitija online komunikacija temelj je svih marketinških aktivnosti, a novo proizvedeni video materijali dostupni su na YouTube kanalu, kako bi se privukao što veći broj potencijalno zainteresiranih subjekata, a time ujedno postigao i efekt viralnog marketinga. Postojeći snimljeni materijali također se u obliku promidžbenih video clipova stavlju na web stranice i društvene mreže. Time se dodatno osnažuju promidžbene aktivnosti turističke zajednice na Internetu, te aktualizira prisutnost turizma Srednje Dalmacije na vrlo popularnom Youtube-u i društvenim mrežama. Za realizaciju multimedijalnih materijala utrošeno je u 2020. godini 15.000 kuna i to za realizaciju novog promotivnog filma.

Rekapitulacija *izrade multimedijalnih materijala* u 2020. godini

<i>Vrsta materijala</i>	<i>Trošak</i>
Promotivni film „CENTRAL DALMATIA – A dream waiting for you“ - usluga snimanja i montaže filma	15.000 kn

Odmah nakon smirivanja pandemije COVID-a 19 i dobre epidemiološke slike u Hrvatskoj, TZ Splitsko - dalmatinske županije počela je s emitiranjem promotivnog filma u kojem je predstavljena Srednja Dalmacija kao corona free destinacija. Film je objavljen putem Facebook stranice i You Tube kanala, a promovira ga i Google Ads (Adwords). Film "Central Dalmatia - A Dream Waiting For You" TZ Splitsko - dalmatinske županije (redateljica Antea Ratković, producent: Marko Kapitanović, produkcija: Moonstone Production) osvojio je nagradu za najbolji film u kategoriji "Tourism destination - Region" na međunarodnom festivalu turističkog filma "Stars of Wild Beauty" koji se održao u Podgorici u Crnoj Gori od 25. do 30. prosinca 2020. godine.

## 6.2. Istraživanje TRŽIŠTA

Planirana sredstva:	200.000 kn
Rebalans:	- kn
Utrošena sredstva:	- kn

U turizmu, kao i u svim uslugama, posebno je značajno provoditi različita tržišna istraživanja i adekvatno djelovati različitim instrumentima marketinga.

S ciljem sagledavanja stanja, kretanja i tendencija u razvoju ponude i potražnje na području SD Županije, kao i drugih podataka relevantnih za razvoj i promociju turizma u cjelini ili njegovih pojedinih segmenata, po potrebi se provode istraživanja tržišta u suradnji s relevantnim subjektima. TZ Splitsko – dalmatinska ima kontinuitet provedbe različitih istraživanja, ali u 2020. godini došlo je do potpunog odustajanje od utroška sredstava po navedenoj stavci. Naime, veliko istraživanje o privatnom smještaju u Županiji koje provodi TZ Splitsko - dalmatinska u suradnji s Institutom za turizam pod nazivom „**Istraživanje PRIVATNOG SMJEŠTAJA u Splitsko – dalmatinskoj županiji**“, nije završeno do kraja tekuće godine, te se dio planiranih troškova prebacuje u narednu, 2021. godinu. Ujedno, tradicionalni projekt „Tajni gost“, koji TZ Splitsko – dalmatinske županije realizira u suradnji s Heraklea-om, agencijom za »mystery shopping«, nije se mogao provoditi.

### **6.3. Banka FOTOGRAFIJA i priprema u IZDAVAŠTVU**

Planirana sredstva:	300.000 kn
Rebalans:	50.000 kn
Utrošena sredstva:	40.126 kn

U okviru ove stavke obavljaju se poslovi pripreme (grafička priprema, prijevodi, ažuriranje...) novih brošura, turističkih informacija, letaka, plakata, karata i općenito svih tiskanih materijala turističke zajednice, kao i nabava te otkup fotografija. Troškovi navedene stavke su značajno manji u odnosu na planirana sredstva, obzirom se pristupilo izradi samo onih promotivnih materijala koji su bili nužni, zbog nedostatne količine. Za otkup fotografija i pripremu u izdavaštvu, a vezano za izradu novih promotivnih materijala ili redizajn već postojećih, utrošeno je u 2020. godini 40.126 kuna.

#### **Rekapitulacija troškova otkupa fotografija i izdavaštva u 2020. godini**

Vrsta usluge	Iznos troška
Izrada grafičkih i tekstualnih korektura promotivnih materijala u izdanju TZ SDŽ;	
- karta RONJENJE Srednja Dalmacija - TURISTIČKI VODIČ Srednje Dalmacije - brošura KULTURNA BAŠTINA Srednje Dalmacije - brošura CAMPING Srednja Dalmacija - karta PUSTOLOVNOG turizma Srednja Dalmacija	27.283 kn
Brošura TEMATSKE STAŽE otoka Srednje Dalmacije Brošura TEMATSKE STAŽE obale Srednje Dalmacije - izrada grafičkog i tekstualnog rješenja za brošure na eng, de i fr jeziku	10.184 kn

FOTOGRAFIJE Srednja Dalmacija – motiv ronjenja - otkup fotografija visoke rezolucije za potrebe izrade karte (4 foto)	1.893 kn
Ostalo - prijevodi raznih tekstova i dr.	766 kn

## 7. POSEBNI PROGRAMI

Planirana sredstva: 3.600.000 kn  
 Rebalans: 136.000 kn  
 Utrošena sredstva: 98.312 kn

Pod posebnim programima, podrazumijeva se poticanje razvoja turizma na turistički nerazvijenim područjima i to posebice poticanje provođenja razvoja turizma na području dalmatinske Zagore, kao i poticanje razvoja raznih oblika selektivnog turizma u vidu razvoja novih prpizvoda. Rashodi za posebne programe bili su planirani u iznosu od 3.600.000 kuna, međutim izmjenama i dopunama plana na navedenoj stavci nema značajnog utroška sredstava, obzirom su svi natječaji i javni pozivi, a među kojima i POZIVNI NATJEČAJ ZA SUSTAV TZ na području Županije za sufinanciranje projekata razvoja turizma na nerazvijenim područjima i projekata razvoja selektivnih oblika turističke ponude, stavljeni van snage. Rashodi za posebne programe realizirani su u iznosu od 98.312 kuna, što je 28 posto manje u odnosu na planirana sredstva temeljem izmjena i dopuna plana i sudjeluju sa 1 posto u ukupnoj strukturi rashoda turističke zajednice.

### 7.1. Poticanje RAZVOJA TURIZMA na nerazvijenim područjima (ZAGORA)

Planirana sredstva: 600.000 kn  
 Rebalans: 6.000 kn  
 Utrošena sredstva: 6.000 kn

Temeljem Glavnog plana turizma, koji daje prijedloge za unapređenje turizma cijele destinacije, nastoji se pokrenuti što više aktivnosti kako bi se afirmiralo područje „Dalmatinske zagore“, kao i druga nerazvijena područja. Tako se nastoje poticati razne inicijative i projekti koji bi pokrenuli turistički razvoj Zagore i pridonijeli njenoj što boljoj turističkoj valorizaciji. Za aktivnosti poticanja razvoja i promocije destinacije Zagore, planiralo se u 2020. utrošiti 600.000 kn i to prvenstveno temeljem „Pozivnog natječaja za sustav TZ na području Županije i jedinice lokalne samouprave na nerazvijenim područjima za provođenje projekata razvoja turizma na području dalmatinske Zagore“, a koji je u konačnici stavljen van snage te nije relaiziran.

Po navedenoj stavci, TZ Splitsko – dalmatinska sufinancirala je oglašavanje cijelokupne destinacije dalmatinske Zagore (Vrlika, Trilj, Vrgorac, Šestanovac, Klis, Dugopolje i Sinj) u iznosu od 6.000 kn, a što je planirano temeljem izmjena i dopuna plana.

## 7.2. Razvoj SELEKTIVNIH oblika turizma

Planirana sredstva:	3.000.000 kn
Rebalans:	130.000 kn
Utrošena sredstva:	92.312 kn

Razvoj selektivnih oblika turističke ponude jedan je od značajnijih sredstava poboljšanja i prevladavanja negativnih obilježja suvremenog turizma u cjelini. Krivulja sezonalnosti ukazuje da se još uvijek većina prometa ostvaruje od lipnja do rujna, te je najviše motivirana dominantnim proizvodom sunca i mora. Upravo zbog navedenih razloga, TZ Splitsko – dalmatinska planira, provodi i potiče razvoj selektivnih oblika turističke ponude na području Splitsko – dalmatinske županije. Za spomenute aktivnosti planiralo se utrošiti tijekom 2020. godine čak 3.000.000 kn i to posebice za razvoj kulturnog turizma, cikloturizma, pustolovnog turizma i dr. oblika turizma, a u konačnici je utrošeno 92.312 kn. U programu rada za 2020. godinu planiralo se sufinanciranje mnogobrojnih aktivnosti i projekata, kao što su;

- *sufinanciranje projekta rekonstrukcije rimske vojne spavaonice i Interpretacijskog centra na Gardunu,*
- *obnova kulturno povijesnih lokaliteta na području SDŽ,*
- *organizacija međunarodne konferencije o arheološkom turizmu u suradnji s Arheološkim muzejom Zagreb i SDŽ,*
- *sufinanciranje aktivnosti oko pokretanja i osnivanja „Filmskog ureda Splitsko – dalmatinske županije“,*
- *realizacija “Pozivnog natječaja za sustav TZ gradova, općina i mjesta na području Splitsko – dalmatinske županije s ciljem razvoja selektivnih oblika turističke ponude”,*
- *natječaj za start up poduzeća/projekte u turizmu s ciljem sponzoriranja inovativnih startupova kojima se nastoji postići pozitivan učinak na industriju turizma i dr projekte.*

U konačnici je došlo do značajno manjeg utroška sredstava, obzirom se od mnogih planiranih projekata trebalo odustati ili su stavljeni van snage. Naime, odlukom Vijeća van snage stavljene su aktivnosti i projekti iz kojih su proizlaze finansijske obveze TZ Splitsko-dalmatinske, a za koje je bilo izvjesno da neće biti u mogućnosti realizirane zbog znatno smanjenih finansijskih sredstava u odnosu na plan.

Od svih planiranih projekata na kraju se u najvećem obimu pristupilo realizaciji projekta Google Maps poslovnih lokacija i snimanja Google Street View-a karata tematskih staza Splitsko – dalmatinske županije.

Aktivnosti poticanja selektivnih oblika turizma = 92.312kn

Vrste troškova	Iznos troška
<b>GOOGLE STREET VIEW – tematske staze SDŽ</b>	88.312 kn
✓ Izrada Google poslovnih lokacija, snimanje Google Street View tematskih staza SDŽ, postavljanje profila i ostale aktivnosti temeljem ugovora o poslovnoj suradnji	
<b>Razvoj KULTURNOG turizma – sufinanciranje</b>	4.000 kn
✓ Obnova kulturno – povijesnih lokaliteta - sanacija i obnova lokvi na lokaciji poučne staze “Vidova gora” – Trolokva (područje značajnog krajobraza)	

## 8. OSTALO (planovi razvoja turizma i dr. aktivnosti)

Planirana sredstva:	930.000 kn
Rebalans:	249.000 kn
Utrošena sredstva:	331.865 kn

Pod ostalim aktivnostima podrazumijeva se izrada i provođenje strateških dokumenata razvoja turizma, realizacija pojedinih neplaniranih aktivnosti i pružanje određene potpore pojedincima i drugim subjektima, a koje se ne veže direktno za potpore događajima i manifestacijama. Ukupni iznos sredstava za gore navedenu stavku planiran je u iznosu od 930.000 kuna, te je izmjenama i dopunama plana smanjen na 249.000 kn. U konačnici realizacija iznosi 331.865kn, što je za 33 posto više, poglavito zbog doniranih sredstava vezano za situaciju s epidemijom covid 19 i potresimana području Hrvatske. Navedena sredstva sudjeluju sa 5 posto u strukturi rashoda turističke zajednice za 2020. godinu.

### 8.1. Izrada i provođenje STRATEŠKIH DOKUMENATA razvoja turizma

Planirana sredstva:	300.000 kn
Rebalans:	94.000 kn
Utrošena sredstva:	93.750 kn

Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije temeljem *Glavnog plana turizma sa strateškim i operativnim planom marketinga turizma Splitsko-dalmatinske županije za razdoblje od 2017. – 2027. godine*, realizira razne planove i dokumente.

U 2020. godini u planu je temeljem navedenog dokumenta bilo do kraja realizirati sljedeće projekte kako bi se podigla tržišna prepoznatljivost i konkurentnost, proširio i obogatio sustav turističkih doživljaja;

- › *akcijski plan razvoja eno – gastro turizma*
- › *akcijski plan razvoja turizma događanja*
- › *akcijski plan razvoja poslovnog turizma*
- › *akcijski plan razvoja aktivnog turizma*

Navedeni akcijski planovi su u određenoj mjeri realizirani do kraja 2020. godine, a završetak i predstavljanje planova biti će tijekom 2021. godine. Također u planu je bilo realizirati plan mogućnosti razvoja filmskog turizma i akcijski plan upravljanja turizmom - sustavno praćenje održivosti turizma na razini Županije, ali su ti planovi prebačeni za izvršenje u narednoj godini.

Troškovi realizacije stavke strateški dokumenti u 2020. = 93.750 kn

Vrste troškova	Iznos troška
Izrada Akcijskog plana razvoja AKTIVNOG turizma u Splitsko – dalmatinskoj županiji, II i III. rata	46.875 kn
Izrada Akcijskog plana razvoja TURIZMA DOGAĐANJA u Splitsko – dalmatinskoj županiji, III. rata	23.437 kn
Izrada Akcijskog plana razvoja POSLOVNOG turizma u Splitsko – dalmatinskoj županiji, III. rata	23.437 kn

### 8.2./8.3. OSTALE aktivnosti/potpore i sufinciranja

Pod „ostalim aktivnostima“ predviđena su sredstva za određene akcije i aktivnosti koje nisu posebno navedene u prethodnim stavkama ili nisu bile planirane, a odnose se na realizaciju programa promocije, rad turističkog ureda, unapređenje turističkog proizvoda, razna sufinciranja i dr. aktivnosti. Realizirane su u iznosu od 238.115 kn. Popore i sufinciranja ostalim primateljima odnose se na pružanje određenog vira potpore raznim subjektima. Taj vid potpore uglavnom se odnosi na sufinciranje publiciranja i izdavanja raznih turističkih materijala i knjiga te sufinciranje određenih aktivnosti drugih organizacija iz domene turizma. U 2020. godini sufincirale su se aktivnosti koje su bile aktualne trenutačnim okolnostima. Tako se sufincirao rad dodatnog osoblja Nastavnog zavoda za javno zdravstvo SDŽ za potrebe testiranja osoba i turista na virus COVID 19.

Izvršila se donacija KBC Split za potrebe adaptacije i prilagodbe prostora za potrebe liječenja pacijenata oboljelih od corona virusa i donirala su se sredstva Turističkoj zajednici Sisačko – moslavačke županije za sanaciju posljedica potresa u gradovima i općinama Sisačko – moslavačke županije. Temeljem obavijesti HTZ-a, tj. Porezne uprave susrav turističkih zajednica (23 TZ) je u obvezi povrata pretplaćene turističke članarine za obveznika HRT zbog iskazivanja krive osnovice za obračun članarine u periodu od 2017. – 2019. godine.

#### Rekapitulacija troškova za ostale rashode = 238.115 kn

##### Vrste troškova

- ostale komunalne usluge (parking preplata) – 7.200 kn
- sufinanciranje dodatnog osoblja NZZJZ SDŽ za potrebe testiranja osoba i turista na virus COVID 19 – 16.600 kn
- donacija Turističkoj zajednici Sisačko – moslavačke županije za sanaciju posljedica potresa u gradovima i općinama SMŽ – 20.000 kn
- donacija KBC Split za potrebe adaptacije i prilagodbe prostora za potrebe liječenja pacijenata oboljelih od corona virusa – 100.000 kn
- najam servera za računovodstveni program – 5.775 kn
- troškovi neovisne revizije finansijskog poslovanja za 2019. god. – 22.500 kn
- obveza povrata pretplaćenog iznosa članarine za obveznika HRT u periodu od 2017. – 2019. god. – 41.089 kn
- troškovi zakupa domene na g.mail-u
- rashodi proteklih godina i dr. troškovi

### 2.3. REKAPITULACIJA prihoda i rashoda

Programom rada za 2020. godinu bile su utvrđene polazne osnove i ciljevi marketinške politike u turizmu, te temeljem toga aktivnosti koje je bilo potrebno poduzeti za realizaciju postavljenih ciljeva. Međutim, u do sada nezabilježenim okolnostima zastoja turističkog prometa u svim dijelovima svijeta, turizam Splitsko-dalmatinske županije dijeli sudbinu svih pogodjenih pandemijom corona virusa. Trenutna kriza je bez presedana za putničku industriju svijeta i nitko zaista ne zna koliko će dugo potrajati blokada svih putovanja i kako u međuvremenu poslovno egzistirati. Rekapitulacija ostvarenih prihoda i rashoda predstavlja cjelovit prikaz aktivnosti po vrstama koje su bile planirane, izmjenjene i realizirane u 2020. godini. U finansijskom planu TZ Splitsko – dalmatinske županije za 2020. godinu planirani su ukupni prihodi i rashodi u iznosu od 28.649.000 kn.

Temeljem izmjena i dopuna finansijskog plana procijenilo se da će do kraja tekuće godine doći do značajnog smanjenja prihoda, kao i stavki rashoda, pri čemu su ukupni prihodi planirani u iznosu od 11.224.367 kn, a rashodi u iznosu od 7.024.800 kn. Na koncu finansijske godine utvrđeni su ukupni prihodi u iznosu od 14.584.611 kn. Istovremeno, konačni rashodi realizirani su u iznosu od 6.781.996 kn.

<b>Ukupni PRIHODI iznose</b>	<b>14.584.611 kn</b>
<b>Ukupni RASHODI iznose</b>	<b>6.781.996 kn</b>
<b>VIŠAK PRIHODA iznosi</b>	<b>7.802.615 kn</b>

U finansijskom izvješću ureda TZ Splitsko - dalmatinske županije rezultat poslovanja je sljedeći:

PRIHODI	12.509.472 kn
VIŠAK PRIHODA iz prethodnih godina	2.075.139 kn
<b>UKUPNO PRIHODI</b>	<b>14.584.611 kn</b>
<b>UKUPNO RASHODI</b>	<b>6.781.996 kn</b>
<b>REZULTAT</b>	<b>+7.802.615 kn</b>

U finansijskom obrascu (PR-RAS-NPF i Bilanca) koji podnosi TZ Splitsko – dalmatinske županije rezultat poslovanja je sljedeći:

PRIHODI	12.509.471 kn
VIŠAK PRIHODA iz prethodnih godina	2.417.257 kn
<b>UKUPNO PRIHODI</b>	<b>14.926.728 kn</b>
<b>RASHODI</b>	<b>6.679.616 kn</b>
<b>REZULTAT (razlika P/R)</b>	<b>+ 8.247.111 kn</b>

#### Napomena:

Razlika između stavke VIŠAK PRIHODA iskazan u izvješću ureda TZ Splitsko – dalmatinske i finansijskim obrascima koje podnosi TZ Splitsko – dalmatinske (PR-RAS-NPF i Bilanca) odnosi se na različito prikazivanje troška amortizacije i troška nabave sredstava i imovine.

Naime, prema naputcima Glavnog ureda HTZ-a u pripremi i izradi godišnjeg finansijskog plana i izvješća, pod stavkom nabava materijalne imovine treba iskazivati stvaran trošak nabave sredstava i imovine, a ne trošak amortizacije koji se odnosi samo na postotak nastalog troška koji se kroz godine odbija od nabavne vrijednosti. Stoga, trošak amortizacije kao knjigovodstvena stavka nije realan trošak nastao u promatranom razdoblju, jer se nabava imovine ne priznaje kao trošak u trenutku nastanka u cijelom iznosu, već samo u postotnom iznosu na kraju godine. Stoga u knjigovodstvenoj evidenciji i planiranju, određena imovina se amortizira, odnosno priznaje kao trošak kroz godine, dok je u managerskom planiranju troškova potrebno unaprijed planirati odljev sa žiro računa u određenom iznosu koji je realan. Iz navedenog slijedi da su realizirani rashodi turističke zajednice bili na kraju 2020. godine nešto veći (razlika od 102.380 kn) od onih prikazanih u računu PiR (obrazac PR-RAS-NPF) zbog čega je u koncu i nastala razlika u prikazivanju rezultata poslovanja tj. viška prihoda nad rashodima.

**Tablica ostvarenja FINANCIJSKOG PLANA za razdoblje I – XII 2020. godine**

ELEMENTI	IZVRŠENJE 2020.	REBPLAN 2020.	Indeks izv/rebpl
<b>I. PRIHODI</b>	<b>14.584.611</b>	<b>11.224.367</b>	<b>130</b>
1.1. Turistička pristojba	8.087.389	5.500.000	147
1.2. Članarina	3.772.956	3.000.000	126
1.3. Prihodi iz proračuna	450.000	450.000	100
1.4. Prihodi od drugih aktivnosti	62.492	54.228	115
1.5. Prihodi od fondova EU	122.483	120.000	102
1.5. Ostali prihodi	14.152	25.000	57
1.6. Prijenos viška prihoda iz prethodnih godina	2.075.139	2.075.139	100
<b>II. RASHODI</b>	<b>6.781.996</b>	<b>7.024.800</b>	<b>97</b>
<b>2.1. Administrativni troškovi</b>	<b>2.225.854</b>	<b>2.242.800</b>	<b>99</b>
2.1.1. Troškovi skladišta i logistike	76.818	77.000	100
2.1.2. Troškovi rada tijela TZ	38.721	50.000	77
Naknade	32.093	40.000	80
Troškovi organizacije TV,NO i Sk	6.628	10.000	66
2.1.3. Troškovi Turističkog ureda	2.110.315	2.115.800	100
<b>2.2. Dizajn vrijednosti</b>	<b>120.463</b>	<b>121.000</b>	<b>100</b>
2.2.1. Potpore i kreiranje događanja	-	-	-
2.2.2. Potpora razvoju DMK-a	-	-	-
2.2.3. Potpora razvoju privatnog smještaja	120.463	121.000	100
2.2.4. Projekt Volim Hrvatsku	-	-	-
<b>2.3. Komunikacija vrijednosti (A+B)</b>	<b>3.037.310</b>	<b>3.236.000</b>	<b>94</b>

<b>A. Online komunikacije</b>	<b>601.326</b>	<b>730.000</b>	<b>82</b>
2.3.1. Internet oglašavanje	296.276	350.000	85
2.3.2. Internet stranica i upravljanje stranicom	305.050	380.000	80
<b>B. Offline komunikacije</b>	<b>2.435.984</b>	<b>2.506.000</b>	<b>97</b>
2.3.3. Oглашавање у промотивним кампањама	1.962.535	1.965.000	100
2.3.4. Опće оглашавање	344.695	400.000	86
2.3.5. Brošure i ostali tiskani materijali	52.325	48.000	109
2.3.6. Suveniri i ostali promo materijali	63.879	80.000	80
2.3.7. Info punktevi i info table	12.550	13.000	96
<b>2.4. Distribucija i prodaja vrijednosti</b>	<b>731.028</b>	<b>745.000</b>	<b>98</b>
2.4.1. Nastupi na turističkim sajmovima	625.588	630.000	99
2.4.2. Studijska putovanja	60.784	70.000	87
2.4.3. Prezentacije	44.656	45.000	99
<b>2.5. Interni marketing</b>	<b>182.038</b>	<b>230.000</b>	<b>79</b>
2.5.1. Edukacija (sustav TV + turistička industrija)	105.227	130.000	81
2.5.2. Koordinacija i nadzor sustava TV	14.085	20.000	70
2.5.3. Nagrade i priznanja	25.316	25.000	101
2.5.4. E-newsletter	37.410	55.000	68
<b>2.6. Marketinška infrastruktura</b>	<b>55.126</b>	<b>65.000</b>	<b>85</b>
2.6.1. Proizvodnja multimedijalnih materijala	15.000	15.000	100
2.6.2. Istraživanje tržišta	-	-	-
2.6.4. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	40.126	50.000	80
<b>2.7. Posebni programi</b>	<b>98.312</b>	<b>136.000</b>	<b>72</b>
2.7.1. Poticanje razvoja turizma na nerazvijenim područjima	6.000	6.000	100
2.7.2. Razvoj selektivnih oblika turizma – novi proizvodi	92.312	130.000	71
<b>2.8. Ostalo (planovi razvoja turizma i ostale aktivnosti)</b>	<b>331.865</b>	<b>249.000</b>	<b>133</b>
2.8.1. Provodenje projekata Glavnog plana razvoja turizma	93.750	94.000	100
2.8.2. Ostale aktivnosti	238.115	155.000	154
2.8.3. Potpore i sufinanciranja – ostalo	-	-	-
2.8.4. Investicijsko ulaganje u ured TZ SDŽ	-	-	-
<b>III. VIŠAK PRIHODA nad RASHODIMA</b>		<b>7.802.615</b>	

### Zaključak:

Programom rada za 2020. godinu bili su utvrđeni ciljevi turističke promidžbe i marketinške politike hrvatskog turizma, a primjenjeno na regiju Srednju Dalmaciju. No, turistička godina 2020. globalno se odvijala pod nezapamćeno nepovoljnim okolnostima. Nema turističkog djelatnika koji 2020. godinu neće pamtitи kao jednu od najtežih koja je poslovanje turističkog sektora u pandemiskim uvjetima rada obilježila neizvjesnošću, strahom za poslovanje, potom iščekivanju prvih gostiju i postupnim zahuktavanjem prometa.

Činjenica je kako se turizam tijekom ljeta blago oporavio (u usporedbi s razdobljem travnja, svibnja te prve polovice lipnja), uz osjetno ublažavanje zaštitnih mjera i restrikcija putovanja što je dovelo, između ostalog i Hrvatskoj, više turista nego li se predviđalo tijekom prve polovice godine. S druge strane, rujan/listopad ponovno je donio snažno razbuktavanje pandemije i ponovnu uspostavu niza restrikcija što je, u kombinaciji s drugim negativnim čimbenicima (ekonomski neizvjesnost i pad standarda/kupovne moći, pad potrošačkog nepovjerenja...) ponovno dovelo do pada turističkog prometa u posljednjem kvartalu 2020. Ukupni prihodi TZ Splitsko – dalmatinske županije ostvareni u 2020. godini u iznosu od 14.584.611 kn u konačnici su mnogo bolji u odnosu na očekivanja i predstavljaju pozitivan zamah za realizaciju aktivnosti u 2021. godini. Za sada je izvjesno kako se daljnji tijek pandemije ne može jednostavno prognozirati, no jednako je tako izvjesno kako su posljedice koje ona ostavlja duboke i slojevite. Činjenica je da će turistički promet u predstojećem razdoblju određivati zdravstveni čimbenici, ali i promijenjeni politički, gospodarski, sociološki i drugi elementi koji će u narednim godinama oblikovati životne okolnosti građana svih zemalja svijeta.