



SREDNJA DALMACIJA

Turistička zajednica
Splitsko-dalmatinske županije

IZMJENE I DOPUNE FINANCIJSKOG PLANA

TZ SPLITSKO – DALMATINSKE ŽUPANIJE

ZA 2017. GODINU

Split, prosinac 2017. godine



FINANCIJSKI PLAN

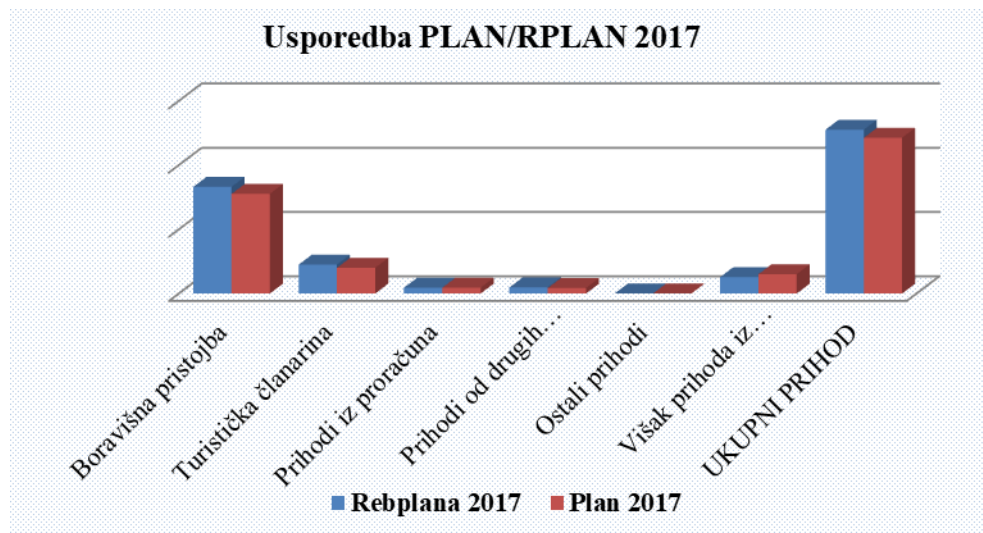
Godišnji program rada i financijski plan Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije za 2017. godinu usvojeni su na V redovnoj sjednici Skupštine Turističke zajednice Splitsko – dalmatinske županije i X sjednici Turističkog vijeća TZ Splitsko – dalmatinske županije, održanima dana 22. prosinca 2016. godine. Sadrže pojedinačno utvrđene planirane zadatke i potrebna financijska sredstva za njihovo izvršenje.

Temeljem članka 62., stavak 5. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08), ako tijekom godine dođe do odstupanja od programa rada i financijskog plana u obujmu većem od 5%, turistička zajednica je dužna donijeti izmjene, odnosno dopune financijskog plana.

Prilikom realizacije financijskog plana TZ Splitsko – dalmatinske županije za 2017. godinu, ostvareni prihodi veći je za cca 5 posto u odnosu na planirane, te je došlo i do preslagivanja pojedinih stavki rashoda te procjene ukupnog troška na također cca 6 posto manje od planiranog, nužno je donijeti izmjene i dopune planiranih prihoda i rashoda za 2017. godinu. Navedeno je potrebno i zbog veće efikasnosti te boljeg polazišta za utvrđivanje financijskog plana za 2018. godinu.

1. PRIHODI

Rb	IZVORI PRIHODA	Rebplana 2017	Plan 2017	R/P
1.	Boravišna pristojba	8.300.000	7.750.000	107
2.	Turistička članarina	2.250.000	2.000.000	112
3.	Prihodi iz proračuna	450.000	450.000	100
4.	Prihodi od drugih aktivnosti	470.000	420.000	112
5.	Ostali prihodi	2.500	5.000	50
6.	Višak prihoda iz prethodnih godina	1.278.139	1.500.000	85
	UKUPNI PRIHOD	12.750.639	12.125.000	105



Financijski plan Turističke zajednice Splitsko – dalmatinske županije za 2017. godinu temeljio se na ukupnim prihodima od 12.125.000 kuna, od čega je temeljni prihod iznosio 10.625.000 kuna, a razliku predstavlja prijenos viška prihoda iz prethodnih godina. Financijski plan za 2017. godinu bio je za 2 posto veći u usporedbi s planiranim prihodima temeljem izmjena i dopuna financijskog plana za 2016. godinu. Do kraja 2017. godine procjenjuje se da će ostvareni prihodi biti za cca 5 posto veći od planiranih, a razlika je nastala prvenstveno zbog povećanja prihoda od boravišne pristojbe, prihoda od turističke članarine i prihoda od refundacija.

Što se tiče rasporeda prihoda, procjenjuje se da će prihodi od boravišne pristojbe doseći razinu od 8.300.000 kn. Turistička članarina bi također mogla doseći nešto veću razinu od planirane te bi realizacija u konačnici mogla doseći ukupan iznos od 2.250.000 kn. Prihodi iz proračuna realizirani su u planiranom iznosu, dok su određene razlike nastale i kod prihoda od refundacija te ostalih prihoda. Na koncu 2016. godine zabilježen je višak prihoda nad rashodima, koji trenutačno (stanje 31.12.2016. godine) iznosi 1.278.139 kuna, a procjena za kraj 2017. godine iznosila bi oko 1,3 milijuna kuna, što je slično trendovima iz prijašnjih godina. Najveći udio u strukturi izvora prihoda temeljem izmjena i dopuna plana pripada prihodima od boravišne pristojbe i turističke članarine koji zajednički čine oko 83% prihoda turističke zajednice.

U prilogu slijedi pojašnjenje pojedinih stavki prihoda;

► **Boravišna pristojba**

Tekuća 2017. godina je što se tiče naplate boravišne pristojbe bolja u usporedbi s prošlom godinom i u odnosu na prvobitno planirana sredstva, poglavito uslijed izuzetnog rasta turističkog prometa, otvaranja novih smještajnih objekata i jednim dijelom uvođenja sustava eVisitor. Naime, u Hrvatskoj je početkom 2016. godine uveden sustav eVisitor kao jedinstveno i središnje mjesto prijave i odjave turista, a sustav je iznimno važan i za obračun te kontrolu naplate boravišne pristojbe. Sustav je, osim s Ministarstvom turizma i Hrvatskom turističkom zajednicom, između ostalih povezan i s Carinskom upravom te Turističkom inspekcijom, čime bi procesi nadzora i kontrole ilegalnog iznajmljivanja trebali biti znatno unaprjeđeni. Na temelju izvršenih prijava i odjava gostiju te podataka o pojedinom smještajnom objektu informacijski sustav automatski, uzimajući u obzir parametre koji se odnose na kategoriju turističkog mjesta, trajanje sezone i druge elemente bitne za obračun, vrši obračun boravišne pristojbe po pojedinom smještajnom objektu, odnosno pojedinom pružatelju usluga smještaja te povezuje izvršene uplate sa zaduženjima i time izračunava trenutnu obvezu. Slijedom zakonskih promjena iz 2014. godine, propisano je da Carinska uprava Ministarstva financija obavlja inspekcijski nadzor nad obračunom, naplatom i uplatom boravišne pristojbe, prijavom i odjavom boravka turista te neregistriranom djelatnošću. Slijedom suradnje nadležnih tijela zaduženih za nadzor sa Glavnim uredom HTZ-a i sustavom turističkih zajednica, kao i uvođenjem samog sustava eVisitor u primjenu, rezultiralo je boljom naplatom boravišne pristojbe, ali je potrebno naglasiti da su prisutna još uvijek velika dugovanja i potraživanja s osnove boravišne pristojbe kako iz tekuće godine, tako i iz prijašnjih razdoblja te je potrebna još veća i efikasnija kontrola od strane nadležnih službi. Uslijed izuzetnog rasta turističkog prometa, kao i otvaranja novih objekata, tijekom 2017. godine ostvarena je i zabilježena bolja naplata boravišne pristojbe te se procjenjuje da će se do kraja godine uprihoditi ukupno oko 8.300.000 kn, što predstavlja porast od 7 posto u odnosu na planirane prihode od boravišne pristojbe temeljem plana za 2017. godinu.

► **Turistička članarina**

Konačni obračun članarine pravna i fizička osoba obavlja u rokovima i na način propisan za obračun i naplatu poreza na dobit, odnosno poreza na dohodak. 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. Temeljem financijskog plana za 2017. godinu planirani su prihodi od turističke članarine u iznosu od 2.000.000 kuna, ali se procjenjuje da će taj iznos do kraja tekuće godine biti veći te iznositi oko 2.250.000 kuna, što je za 12 posto više u odnosu na planirana sredstva. Naime, prihodi od turističke članarine planirani su za 2017. godinu nešto manje u odnosu na ovu vrstu prihoda planiranu temeljem izmjena i dopuna financijskog plana za 2016. godinu. Obzirom je odlukom nadležnog ministarstva i Vlade RH, a s ciljem da se do početka 2016. godine provede mjera smanjenja parafiskalnih nameta koja je dio strukturnih reformi, smanjena osnovica i broj obveznika, teško je procijeniti koliko će navedenog prihoda u konačnici biti realizirano. Značajno je, što je unatoč navedenom smanjenju, došlo do rasta prihoda od članarine, što se prvenstveno povezuje s odličnim rezultatima turističke sezone i velikom broju novih poslovnih subjekata na tržištu.

► **Prihodi iz proračuna**

Spomenuta sredstva proračuna predstavlja značajna potpora Splitsko – dalmatinske županije za realizaciju programa promocije turističke ponude regije na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu, kao i druge aktivnosti u skladu sa zajedničkim dogovorima i iskazanom suradnjom. Prihodi iz proračuna ostvareni su u planiranom iznosu.

► **Prihodi od drugih aktivnosti (refundacije)**

Prihode od drugih aktivnosti koji su planirani u iznosu od 420.000 kuna uglavnom predstavljaju prihodi višeg ili nižeg ustroja sustava TZ za zajedničke promotivne nastupe (sajmovi, prezentacije...), realizaciju udruženog oglašavanja, kao i sufinanciranje projekata iz višeg ustroja i itd. Za iste se planira da će do kraja 2017. dosegnuti razinu od 470.000 kuna što bi bilo povećanje od 12 posto u odnosu na prvobitno planirana sredstva temeljem financijskog plana.

Do povećanja je prvenstveno došlo zbog refundacija od strane HTZ-a za aktivnosti udruženog oglašavanja i neke druge aktivnosti, a što se nije znalo prilikom izrade samog financijskog plana.

➡ Ostali prihodi

Procjenjuje se da će do kraja 2017. godine ostali prihodi biti realizirani u iznosu od 2.500 kuna i većinom predstavljaju kamate – prihode od pozitivnih tečajnih razlika.

➡ Višak/manjak prihoda iz prethodnih godina

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. Nakon pokrića manjka prihoda iz 2009. godine, kontinuirano se na kraju obračunskog razdoblja bilježi višak prihoda nad rashodima, koji trenutačno (stanje na dan 31.12. 2016. godine) iznosi 1.278.139 kuna.

2. RASHODI

Rashodi proizlaze iz realizacije usvojenog Programa rada TZ Splitsko – dalmatinske županije za tekuću 2017. godinu, koji izvršava ured Turističke zajednice Splitsko – dalmatinske županije. 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 2017. godinu uključuje sljedeće stavke – administrativni troškovi, dizajn vrijednosti, komunikacija vrijednosti, distribucija i prodaja vrijednosti, interni marketing, marketinška infrastruktura, posebni programi i ostali rashodi.

Temeljem financijskog plana TZ Splitsko – dalmatinske županije za 2017. godinu, planirani su ukupni rashodi u iznosu od 12.125.000 kn. Temeljem izmjena i dopuna financijskog plana procjenjuje se da će se do kraja tekuće godine zabilježiti manji rashodi od planiranih, čime bi se ostvario financijski rezultat za približno 1,3 milijuna kuna viška prihoda nad rashodima.

Sve aktivnosti po vrstama marketing mixa planirane za tekuću 2017. godinu, realizirati će se do kraja godine u nešto izmjenjenom opsegu, čime bi se u konačnici ostvarili rashodi u iznosu od oko 11.438.000 kuna, što je za cca 6 posto manje u usporedbi s planiranim rashodima. Razliku do novo procjenjenih prihoda, predstavljati će višak prihoda koji se prenosi u sljedeću godinu. Izmjenama i dopunama financijskog plana za 2017. godinu pristupa se upravo i zbog smanjenja rashoda koji će do konca godine biti ostvareni, a što pruža jasniju sliku za izradu financijskog plana za predstojeću 2018. godinu. Naime, tijekom godine nastala su određena povećanja ulaganja u pojedine programe i aktivnosti, te istovremeno smanjenja u neke druge.

U cilju zadržavanja stečenih pozicija na svjetskom turističkom tržištu i osvajanja novih tržišta, poduzimale su se brojne i različite promotivne aktivnosti na turističkim tržištima, kao i aktivnosti usmjerene ka produženju turističke sezone. Cilj je bilo poduzimati ciljne promotivne i tržišne 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.

Slijede izmjene i dopune aktivnosti po vrstama marketing mixa;

Rb	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	REPLAN 2017	PLAN 2017	Re/pl	struk.
I.	ADMINISTRATIVNI TROŠKOVI	2.156.000	2.332.400	92	18,8
1.1.	Troškovi skladišta i logistike	90.000	95.000	95	0,8
1.2.	Troškovi rada tijela TZ	140.000	115.000	122	1,2
1.2.1.	Naknade	55.000	55.000	100	-
1.2.2.	Troškovi organizacije TV, NO i SK	85.000	60.000	141	-
1.3.	Troškovi Turističkog ureda	1.926.000	2.122.400	91	16,8
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	1.421.000	1.520.000	93	12,4
2.1.	Potpore i kreiranje događanja	933.000	960.000	97	8,2
2.2.	Potpora razvoju DMK-a	288.000	300.000	96	2,5
2.3.	Potpora razvoju privatnog smještaja	200.000	230.000	87	1,7
2.4.	Projekt Volim Hrvatsku	-	30.000	-	-
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	4.735.000	4.845.000	98	41,4
A.	Online komunikacije	2.220.000	2.225.000	100	19,4
3.1.	Internet oglašavanje	2.100.000	2.000.000	105	18,4
3.2.	Internet stranica i upravljanje stranicom	120.000	225.000	53	1,0

B.	Offline komunikacije	2.515.000	2.620.000	96	22,0
3.3.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama	1.380.000	1.160.000	119	12,1
3.4.	Opće oglašavanje	625.000	760.000	82	5,5
3.5.	Brošure i ostali tiskani materijali	290.000	400.000	73	2,5
3.6.	Suveniri i ostali promo materijali	130.000	150.000	87	1,1
3.7.	Info punktevi i info table	90.000	150.000	67	0,8
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	1.155.000	1.350.000	86	10,1
4.1.	Nastupi na turističkim sajmovima	550.000	500.000	110	4,8
4.2.	Studijska putovanja	435.000	500.000	87	3,8
4.3.	Prezentacije	170.000	350.000	49	1,5
V.	INTERNI MARKETING	405.000	480.000	84	3,5
5.1.	Edukacija (sustav TZ+turistička industrija)	205.000	300.000	68	1,8
5.2.	Koordinacija i nadzor sustava TZ	100.000	100.000	100	0,9
5.3.	Nagrade i priznanja	50.000	30.000	167	0,4
5.4.	E-newsletter	50.000	50.000	100	0,4
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	299.000	290.000	103	2,6
6.1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	35.000	60.000	58	0,3
6.2.	Istraživanje tržišta	114.000	80.000	142	1,0
6.3.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	150.000	150.000	100	1,3
VII.	POSEBNI PROGRAMI	612.000	500.000	122	5,3
7.1.	Razvoj turizma na nerazvijenim područjima				
-	projekti razvoja turizma dalmatinske Zagore	200.000	100.000	200	1,7
7.2.	Razvoj selektivnih oblika turizma	412.000	400.000	103	3,6
VIII.	OSTALO	655.000	807.600	81	5,7
8.1.	Provođenje projekata iz GP turizma SDŽ	590.000	710.000	83	5,2
8.2.	Ostale neplanirane aktivnosti	50.000	57.600	87	0,4
8.3.	Potpore i sufinanciranja ostalo	15.000	40.000	37	0,1
UKUPNO		11.438.000	12.125.000	94	100,0

► Administrativni troškovi

Troškovi administrativnog marketinga uključuju rashode ureda turističke zajednice, troškove distribucije i skladištenja materijala, troškove rada tijela TZ i ukoliko postoje, rashode za investiranje u dugotrajnu imovinu. Ukupno gledajući, administrativni troškovi planirani su u iznosu od 2.332.400 kuna, no izmjenama i dopunama plana procjenjuje se da će do kraja 2017. ovi rashodi biti manji u odnosu na prvobitno planirane te će dosegnuti razinu od 2.156.000 kuna što je za 8 posto manje u odnosu na planirane.

Smanjenje se ponajviše odnosi na manje troškove Turističkog ureda, dok su troškovi organizacije i održavanja sjednica Tijela turističke zajednice nešto veći u odnosu na planirane.

► Dizajn vrijednosti

Troškovi stavke dizajn vrijednosti uključuju rashode za razne oblike potpora i to potpore za organizaciju značajnih događaja/manifestacija, potpore za razvoj DMK-a, potpore za unapređenje obiteljskog/privatnog smještaja i troškove realizacije projekta Volim Hrvatsku. Rashodi dizajna vrijednosti planirani su za 2017. godinu u iznosu od 1.520.000 kuna, a temeljem izmjena i dopuna financijskog plana, iznos sredstava smanjen je na 1.421.000 kn, što je za 7 posto manje. Što se tiče samog rasporeda troškova po pojedinim stavkama unutar grupe, nešto su smanjena sredstva za sufinanciranje organizacije događanja i manifestacija na razini Županije, a što TZ dodjeljuje raznim subjektima putem Javnog poziva za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpore iz programa „Potpore za turističke manifestacije“. Ukupno je putem natječaja bilo odobreno sredstava u visini od 967.000 kn, ali zbog neodržavanja određenog broja manifestacija, taj bi iznos u konačnici trebao biti 933.000 kn. Ostale stavke realizirane su u približno planiranim iznosima, pri čemu su sve planirane aktivnosti predviđene stavkama „potpora razvoju DMK-a“ i potpora za unapređenje privatnog/obiteljskog smještaja izvršene, izuzev projekta Volim Hrvatsku gdje u 2017. nije bilo nikakvih troškova.

► Komunikacija vrijednosti

Komunikacija vrijednosti uključuje stavke online komunikacije i offline komunikacije. Navedena stavka marketing mixa podrazumijevala je utrošak najvećeg dijela financijskih sredstava. Rashodi komunikacije vrijednosti planirani su u iznosu od 4.845.000 kuna, da bi ih izmjenama i dopunama plana smanjili na iznos od 4.735.000 kn, što je za svega 2 posto manje u odnosu na prvobitno planirana sredstva. U dosadašnjim aktivnostima ureda Turističke zajednice najveći naglasak je bio stavljen na Internet oglašavanje, kao važan segment promocije turističkih potencijala, što je bilo aktualno i tijekom 2017. godine.

U tekućoj godini nije došlo do izrade novih internetskih stranica, te se navedena aktivnost planira izvršiti u narednoj, 2018. godini, a zbog čega su planirana sredstva za spomenutu aktivnost manja. Od ostalih stavki, u određenoj mjeri smanjena su sredstva za tisak brošura, nabavu suvenira, oglašavanje i sufinanciranje postavljanja info tabli. Naime, u izradu i tisak promidžbenog materijala ide se sukladno potrebama i postojećim zalihama materijala, te temeljem navedenoga u konačnici budu realni troškovi, koji su nešto manji u odnosu na planirana sredstva. Manji troškovi prisutni su i kod stavke koja se odnosi na „info table“, obzirom na manji interes lokalnih zajednica za sufinanciranjem postavljanja smeđe signalizacije. Troškovi udruženog oglašavanja biti će realizirani u većem iznosu, prvenstveno zbog troškova strateških projekata koji nisu bili uključeni prilikom izrade financijskog plana.

► Distribucija i prodaja vrijednosti

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 2017. godinu u iznosu od 1.350.000 kuna, te su izmjenama i dopunama plana smanjeni na iznos od 1.155.000 kuna, a što je za 14 posto manje u odnosu na planirana sredstva. Svi planom predviđeni nastupi na inozemnim sajmovima za 2017. godinu su realizirani, a budžet sajmova se nešto povećao u odnosu na planirana sredstva. Istovremeno su sredstva za organizaciju studijskih putovanja novinara i agenata, realizirana u nešto manjem iznosu troška u odnosu na planirana sredstva, kao i troškovi organizacije različitih oblika prezentacije turističke ponude regije Srednje Dalmacije. Naime, troškovi prezentacija su znatno manji u odnosu na planirana sredstva, prvenstveno zbog manjeg broja organiziranih „road show“ prezentacija u suradnji s dalmatinskim županijskim turističkim zajednicama u usporedni s prijašnjim razdobljima.

► Interni marketing

Interni marketing uključuje rashode za organizaciju programa edukacija za djelatnike sustava TZ-a i djelatnike turističke industrije, troškove organizacije kolegija direktora lokalnih turističkih zajednica, troškove izrade e-newslettera i rashode za dodjelu nagrada i priznanja pojedincima i institucijama za doprinos turističkom razvoju. Rashodi internog marketinga planirani su za 2017. godinu u iznosu od 480.000 kuna, a izmjenama i dopunama plana spuštaju se na iznos od 405.000 kuna, što je za 16 posto manje. Najveće povećanje odnosi se na stavku „nagrade i priznanja“, a gdje su sredstva povećana zbog financiranja nagradnog putovanja poznatom biciklistu Ivanu Basso, koji je zauzvrat u korist TZ-a snimio besplatne promotivne video filmove o cikloturizmu. TZ Splitsko – dalmatinska je u suradnji s odabranim institucijama organizirala i provela učinkovite i osmišljene edukativne programe u kojima su sudionici dobili relevantna i praktična znanja o načinima poboljšanja svojih aktivnosti, ali je u konačnici utrošeno manje sredstava u odnosu na prvobitno planirana.

► Marketinška infrastruktura

Marketinška infrastruktura uključuje troškove proizvodnje multimedijalnih materijala, provođenja istraživanja tržišta i troškove pripreme u izdavaštvu i otkupa fotografija. Rashodi marketinške infrastrukture planirani su za 2017. godinu u iznosu od 290.000 kuna, a temeljem izmjena i dopuna financijskog plana, sredstva marketinške infrastrukture planiraju se u iznosu od 299.000 kuna, što je za 3 posto više. Stavka proizvodnje multimedijalnih materijala je realizirana u manjem iznosu od planiranog. Naime, u dosadašnjem razdoblju realizirana su tri uspješna turistička filma, koji su još uvijek jako aktualni i vrlo traženi, te je u 2017. godini realiziran jedan novi promidžbeni film. Povećanje troškova prisutno je i kod stavke „istraživanje tržišta“, obzirom je TZ Splitsko – dalmatinska sufinancirala istraživanja stavova i potrošnje turista u Hrvatskoj u 2017., poznatije pod imenom TOMAS, a koje provodi „Institut za turizam“ iz Zagreba. Također sufinancirana su i benchmarking istraživanja poslovnih subjekata u turizmu na području Županije, koje provodi Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji.

► Posebni programi

Unutar stavke posebni programi, u planu za 2017. godinu bilo je poticanje razvoja turizma na turistički nerazvijenim područjima i to posebice provođenje projekata plana razvoja turizma na području dalmatinske Zagore, kao i poticanje razvoja raznih oblika selektivnog turizma u vidu razvoja novih proizvoda. Rashodi za posebne programe planirani su u iznosu od 500.000 kuna, te su izmjenama i dopunama plana povećani na iznos od 612.000 kn, što je za 22 posto više u odnosu na planirana sredstva. Poticanje razvoja Zagore predstavlja obogaćivanje turističke ponude ne samo prirodnim ljepotama već i bogatom kulturom koja je temeljni segment ovog vida turističke ponude. Daljnim razvojem i edukacijom lokalnih predstavnika u turizmu dovodi se do povećanja mogućnosti izbora ne ograničavajući se samo na prirodne ljepote obale i mora, zbog čega su se povećala sredstva za sufinanciranje projekata razvoja turizma na području Zagore. Mogućnost odabira raznih selektivnih oblika turističke ponude čini regiju konkurentnijom, zbog čega se u 2017. godini znatno više uložilo u razvoj novih proizvoda, ponajviše projekt razvoja cikloturizma na području Splitsko – dalmatinske županije, nastavak razvoja kulturnog i aktivnog turizma. Ured TZ Splitsko – dalmatinske napravio je i pozivni natječaj za sustav TZ na području Županije s ciljem podupiranja zanimljivih programa i inicijativa koje pridonose razvoju turizma. Za razvoj turizma na područj Zagore u konačnici se planira utrošiti 200.000 kn, a za razvoj novih proizvoda 412.000 kn.

► Ostalo (planovi razvoja turizma i ostale aktivnosti)

Pod ostalim aktivnostima podrazumijeva se izrada i provođenje strateških dokumenata razvoja turizma, realizacija pojedinih neplaniranih aktivnosti, koje nisu posebno navedene u prethodnim stavkama 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 807.600 kuna, a realizacija bi u konačnici iznosila 655.000 kn, što je za 19 posto manje, poglavito zbog manjeg iznosa sredstava za ostale aktivnosti i ostala sufinanciranja, dok bi troškovi izrade strateških projekata trebali biti podmireni sukladno planu.

TZ Splitsko – dalmatinska raspisala je 29. rujna 2016. godine natječaj za izradu novog Glavnog plana turizma SD županije sa strateškim i operativnim planom marketinga turizma Županije za razdoblje od 2017. – 2027. godine. Glavni plan turizma radi se za razdoblje od 10 godina i sa strateškim i operativnim planom marketinga turizma predstavlja sveobuhvatni razvojno-marketingški dokument područja Županije. Planom je predviđeno da troškovi izrade samog dokumenta budu izvršeni u 2017. godini, te se do konca tekuće godine planira i predstavljanje samoga plana. Ujedno, temeljem javnog natječaja objavljenog u lipnju 2017. godine sklopljen je ugovor i naručen od Instituta za turizam znanstveni stručni materijal pod nazivom “Studija nosivih kapaciteta SDŽ”, koja bi trebala biti gotova do proljeća 2018.

3. REKAPITULACIJA PRIHODA i RASHODA

Izmjenama i dopunama financijskog plana za 2017. godinu dan je cjeloviti prikaz aktivnosti koje su se ostvarile i planiraju ostvariti do kraja 2017. godine, uz definiranje sredstava koja su bila potrebna za realizaciju istih, a koja su odstupala od unaprijed planiranih.

Tablica – struktura prihoda i rashoda temeljem izmjena i dopuna financijskog plana za 2017. godinu

ELEMENTI	REBPLANA 2017.	PLAN 2017.	Indeks re/pl
I. PRIHODI			
1.1. Boravišna pristojba	8.300.000	7.750.000	107
1.2. Turistička članarina	2.250.000	2.000.000	112
1.3. Prihodi iz proračuna	450.000	450.000	100
1.4. Prihodi od drugih aktivnosti	470.000	420.000	112
1.5. Ostali nespomenuti prihodi	2.500	5.000	50
1.6. Prijenos prihoda iz prethodnih godina	1.278.139	1.500.000	85
UKUPNI PRIHOD	12.750.639	12.125.000	105
II. RASHODI			
2.1. Administrativni troškovi	2.156.000	2.332.400	92
2.1.1. Troškovi skladišta i logistike	90.000	95.000	95
2.1.2. Troškovi rada tijela TZ	140.000	115.000	122
Naknade	55.000	55.000	100
Troškovi organizacije TV,NO i Sk	85.000	60.000	141
2.1.3. Troškovi Turističkog ureda	1.926.000	2.122.400	91

2.2. Dizajn vrijednosti	1.421.000	1.520.000	93
2.2.1. Potpore i kreiranje događanja	933.000	960.000	97
2.2.3. Potpora razvoju DMK-a	288.000	300.000	96
2.2.4. Potpora razvoju privatnog smještaja	200.000	230.000	87
2.2.5. Projekt Volim Hrvatsku	-	30.000	-
2.3. Komunikacija vrijednosti (A+B)	4.735.000	4.845.000	98
A. Online komunikacije	2.220.000	2.225.000	100
2.3.1. Internet oglašavanje	2.100.000	2.000.000	105
2.3.2. Internet stranica i upravljanje stranicom	120.000	225.000	53
B. Offline komunikacije	2.515.000	2.620.000	96
2.3.3. Oglašavanje u promotivnim kampanjama	1.380.000	1.160.000	119
2.3.4. Opće oglašavanje	625.000	760.000	82
2.3.5. Brošure i ostali tiskani materijali	290.000	400.000	73
2.3.6. Suvenir i ostali promo materijali	130.000	150.000	87
2.3.7. Info punktevi i info table	90.000	150.000	60
2.4. Distribucija i prodaja vrijednosti	1.155.000	1.350.000	86
2.4.1. Nastupi na turističkim sajmovima	550.000	500.000	110
2.4.2. Studijska putovanja	435.000	500.000	87
2.4.3. Prezentacije	170.000	350.000	49
2.5. Interni marketing	405.000	480.000	84
2.5.1. Edukacija (sustav TV + turistička industrija)	205.000	300.000	68
2.5.2. Koordinacija i nadzor sustava TV	100.000	100.000	100
2.5.3. Nagrade i priznanja	50.000	30.000	167
2.5.4. E-newsletter	50.000	50.000	100
2.6. Marketinška infrastruktura	299.000	290.000	103
2.6.1. Proizvodnja multimedijalnih materijala	35.000	60.000	58
2.6.2. Istraživanje tržišta	114.000	80.000	142
2.6.4. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	150.000	150.000	100
2.7. Posebni programi	612.000	500.000	122
2.7.1. Poticanje razvoja turizma na nerazvijenim područjima			
- provođenje plana razvoja turizma dalmatinske Zagore	200.000	100.000	200
2.7.2. Razvoj selektivnih oblika turizma	412.000	400.000	103
2.8. Ostalo (planovi razvoja turizma i ostale aktivnosti)	655.000	807.600	81
2.8.1. Provođenje projekata iz Glavnog plana razvoja turizma	590.000	710.000	83
2.8.2. Ostale aktivnosti	50.000	57.600	87
2.8.3. Potpore i sufinanciranja – ostalo	15.000	40.000	37
UKUPNO RASHODI	11.438.000	12.125.000	95
VIŠAK PRIHODA NAD RASHODIMA			1.312.639

Programom rada za 2017. godinu bile su utvrđene polazne osnove i ciljevi marketinške politike u turizmu, te temeljem toga aktivnosti koje je potrebno poduzeti za realizaciju postavljenih ciljeva u 2017. godini. Program rada TZ Splitsko – dalmatinske županije temeljio se na provedbi marketinških aktivnosti turističke promidžbe regije u cjelini i pojedinih segmenata turističke ponude te razvijanjem cjelokupnog identiteta Srednje dalmacije kao destinacije.

Planirane aktivnosti provodile su se s ciljem daljnjeg razvoja branda regije Srednje Dalmacije i suradnji sustava turističkih zajednica, javnog i privatnog sektora u području zajedničkih tržišnih aktivnosti. Izmjenama i dopunama financijskog plana mjere se aktivnosti koje su se planirale za tekuću godinu i nivo uspješnosti njihova izvršenja. Samo izvršenje bilo je jako uspješno u smislu realiziranih prihoda, a preslagivanjem stavki unutar skupina rashoda dobila se realna slika te je uspostavljen temelj za korektnije predviđanje rasporeda rashoda temeljem financijskog plana za 2018. godinu. Na ovaj način povećava se efikasnost upravljanja troškovima te pospješuje sama provedba aktivnosti koje će se odvijati u narednoj godini. Sama uspješnost izvršenja ovisi i uvelike o ispravnosti podataka što se izmjenama i dopunama financijskog plana i postiže.