



# SREDNJA DALMACIJA

Turistička zajednica  
Splitsko-dalmatinske županije

## IZMJENE I DOPUNE FINANCIJSKOG PLANA

### TZ SPLITSKO – DALMATINSKE ŽUPANIJE

### ZA 2019. GODINU

Split, prosinac 2019. godine



## FINANCIJSKI PLAN

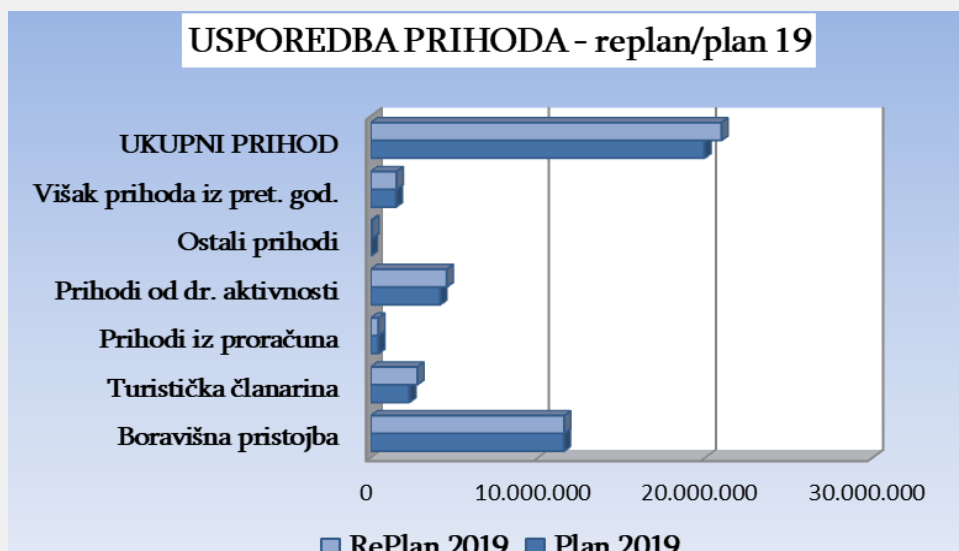
Godišnji program rada i financijski plan Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije za 2019. godinu usvojeni su na I redovnoj sjednici Skupštine Turističke zajednice Splitsko – dalmatinske županije i II sjednici Turističkog vijeća TZ Splitsko – dalmatinske županije, održanima dana 20. prosinca 2018. 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 2019. 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 cca 2 posto više od planiranog, zbog čega zakonski nije nužno, ali je učinkovitije donijeti izmjene i dopune planiranih prihoda i rashoda za 2019. godinu. Navedeno je potrebno i zbog veće efikasnosti te boljeg polazišta za utvrđivanje financijskog plana za 2020. godinu.

### 1. PRIHODI

Rb	IZVORI PRIHODA	Rebplana 2019	Plan 2019	R/P
1.	Boravišna pristojba	11.570.000	11.550.000	100
2.	Turistička članarina	2.785.000	2.300.000	121
3.	Prihodi iz proračuna	450.000	450.000	100
4.	Prihodi od drugih aktivnosti	4.545.000	4.150.000	109
5.	Ostali prihodi	85.000	4.000	-
6.	Višak prihoda iz prethodnih godina	1.542.381	1.500.000	103
	<b>UKUPNI PRIHOD</b>	<b>20.977.381</b>	<b>19.954.000</b>	<b>105</b>



Izvor: ured TZ SDŽ

Financijski plan Turističke zajednice Splitsko – dalmatinske županije za 2019. godinu temeljio se na ukupnim prihodima od 19.954.000 kuna, od čega je temeljni prihod iznosio 18.454.000 kuna, a razliku predstavlja prijenos viška prihoda iz prethodnih godina. Financijski plan za 2019. godinu bio je za 25 posto veći u usporedbi s planiranim prihodima temeljem izmjena i dopuna financijskog plana za 2018. godinu. Do kraja 2019. godine procjenjuje se da će ostvareni prihodi biti za cca 5 posto veći od planiranih, a razlika je nastala prvenstveno zbog povećanja prihoda od turističke članarine, prihoda od drugih aktivnosti i ostalih prihoda.

Što se tiče rasporeda prihoda, procjenjuje se da će prihodi od boravišne pristojbe doseći razinu od 11.570.000 kn. Turistička članarina bi također mogla doseći nešto veću razinu od planirane te bi realizacija u konačnici mogla biti u iznosu od 2.785.000 kn. Prihodi iz proračuna realizirani su u planiranom iznosu, dok su određene razlike nastale i kod prihoda od refundacija te ostalih prihoda. Na koncu 2018. godine zabilježen je višak prihoda nad rashodima, koji trenutačno (stanje 31.12.2018. godine) iznosi 1.542.381 kuna, a procjena za kraj 2019. godine iznosila bi oko 2 milijuna kuna viška. Najveći udio u strukturi izvora prihoda temeljem izmjena i dopuna plana pripada prihodima od boravišne pristojbe i turističke članarine koji zajednički čine 68% prihoda turističke zajednice.

U prilogu slijedi pojašnjenje pojedinih stavki prihoda;

### ► Boravišna pristojba

Tekuća 2019. godina je što se tiče naplate boravišne pristojbe znatno bolja u usporedbi s prošlom godinom i nešto malo više u odnosu na prvobitno planirana sredstva, poglavito uslijed rasta turističkog prometa, otvaranja novih smještajnih objekata i povećanja visine boravišne pristojbe. Naime, temeljem odluke Vlade RH utvrdila se nova visina boravišne pristojbe za 2019. godinu. Tako je za 2019. boravišna pristojba za noćenje u smještajnim objektima u kojima se ta pristojba plaća po noćenju, osim u kampovima, bila povećana za 25 posto u odnosu na iznos u 2018. godini. Po navedenoj odluci iznos pristojbe u turističkom mjestu A razreda u glavnom ljetnom dijelu sezone u hotelima i sličnom smještaju porastao je s 8 na 10 kuna. Ujedno, u A razredu mjesta boravišna pristojba bila je skuplja i u pred i posezoni, pri čemu je iznos porastao sa 6 na 8 kuna te s 5 na 7 kuna, a porasti su bili predviđeni i za turistička mjesta B, C i D razreda, i to sa 7, 5,50 i 4,50 kuna, na 9, 7 i 5 kuna u glavnoj sezoni, a u pred i posezoni s 5, 4 i 3 kune, na 7, 5 i 4 kune. Boravišni paušal za domaćinstva koja pružaju usluge smještaja, kao i za OPG-ove koji se bave turizmom u 2019. godini također je porastao, pri čemu je u A razredu mjesta iznosio 345 kuna po krevetu i kamp jedinici, u B razredu 293,25 kuna, u C razredu mjesta 241,50 kuna, a u D i ostalim nerazvrstanim mjestima 172,50 kuna. Za vlasnike ili korisnike plovila i za sve osobe koje noće na tom plovilu (nautičari) u prijedlogu za 2019. izvršena je korekcija u odnosu na uredbu za 2018., i to tako da su smanjeni određeni iznosi paušala boravišne pristojbe.

Temeljem svega navedenoga, procjenjuje se da će se do kraja 2019. godine uprihoditi ukupno oko 11.570.000 kn, što je praktički sukladno planiranim sredstvima, tj. iznos bi bio za 20 tisuća kuna više sredstava boravišne pristojbe.

### ► 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 članarine evidentiraju se na temelju izvadaka sa žiro računa.

Temeljem financijskog plana za 2019. planirani su prihodi od turističke članarine u iznosu od 2.300.000 kuna, ali se procjenjuje da će taj iznos do kraja tekuće godine biti znatno veći te iznositi oko 2.785.000 kuna, što je za 21 posto više u odnosu na planirana sredstva. Kako se odlukama nadležnog ministarstva i Vlade RH, svako određeno vrijeme provede mjera smanjenja parafiskalnih nameta koja je dio strukturnih reformi, tako se smanjuje osnovica i broj obveznika, teško je procijeniti koliko će navedenog prihoda u konačnici biti realizirano. Značajno je, što unatoč smanjenjima, prihodi od članarine imaju svoju konstantu, pa čak i pristojan rast, što se prvenstveno povezuje s odličnim rezultatima turističke sezone i velikom broju novih poslovnih subjekata na tržištu.

#### ➡ **Prihodi iz proračuna**

Spomenuta sredstva proračuna predstavlja 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 4.150.000 kuna predstavljaju prihodi višeg ili nižeg ustroja sustava TZ za zajedničke promotivne nastupe (sajmovi, prezentacije...), udruženo oglašavanje, sufinanciranje projekata iz višeg ustroja itd. Sredstva su značajno povećana u odnosu na 2018. godinu, prvenstveno zbog refundacije sredstava vezano za udruženo oglašavanje od strane Hrvatske turističke zajednice koja je promijenila koncept realizacije predmetne stavke. Naime u promjenjenom konceptu turističke zajednice županija vrše uplate sredstava doznačenih od strane HTZ-a prema svim svojim partnerima, što podrazumijeva da su ukupni troškovi udruženog oglašavanja značajno veći u odnosu na prijašnje godine, a kao i prihodi po osnovi refundacija od strane HTZ-a. U prihodima od refundacija obuhvaćeno je i sufinanciranje HTZ-a i drugih županijskih i lokalnih TZ-a za realizaciju zajedničkih sajamskih aktivnosti, kao i održanih prezentacija na inozemnim tržištima.

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. Osnova za planiranje je pisani dokument o zajedničkim aktivnostima i njihovom sufinanciranju te pisani dokument o pomoći iz višeg ustroja. Za ovu vrstu prihoda planira se da će do kraja 2019. dosegnuti razinu od 4.545.000 kuna što bi bilo za 9 posto više u odnosu na prvobitno planirana sredstva.

#### ➡ Ostali prihodi

Procjenjuje se da će do kraja 2019. godine ostali prihodi biti realizirani u iznosu od 85.000 kuna, što je značajno povećanje u indexnim pokazateljima, iako je i dalje riječ o manjim financijskim sredstvima u odnosu na druge stavke. Razlika je prvenstveno nastala zbog sudjelovanja u projektu „Hrvatski digitalni turizam – e-Turizam” od strane Ministarstva turizma, u kojem je TZ Splitsko – dalmatinska jedan od partnera, a što nije bilo planirano financijskim planom.

#### ➡ 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. 2018. godine) iznosi 1.542.381 kuna što je 3 posto više u usporedbi s financijskim planom.

## 2. RASHODI

---

Rashodi proizlaze iz realizacije usvojenog Programa rada TZ Splitsko – dalmatinske županije za tekuću 2019. godinu, koji izvršava ured TZ Splitsko – dalmatinske županije. Struktura izdataka i rashoda, a temeljem Operativnog marketing plana hrvatskog turizma koji je bio podloga za izradu godišnjeg programa rada 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 2019. godinu, planirani su ukupni rashodi u iznosu od 18.524.500 kn, a razliku do prihodovne stavke predstavljala su rezervirana sredstva viška prihoda. Temeljem izmjena i dopuna financijskog plana procjenjuje se da će se do kraja tekuće godine zabilježiti nešto veći rashodi od planiranih, čime bi se ostvario financijski rezultat za cca 2 milijuna kuna viška prihoda nad rashodima.

Sve aktivnosti po vrstama planirane za tekuću 2019. godinu, realizirati će se do kraja godine u nešto izmjenjenom opsegu, čime bi se u konačnici ostvarili rashodi u iznosu od oko 18.849.700 kuna, što je za cca 2 posto više 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 2019. godinu pristupa se i zbog nešto većih rashoda koji će do konca godine biti ostvareni, a što pruža jasniju sliku za izradu financijskog plana za predstojeću 2020. godinu. Naime, tijekom godine nastala su određena povećanja ulaganja u pojedine programe i aktivnosti, te istovremeno smanjenja u neke druge.

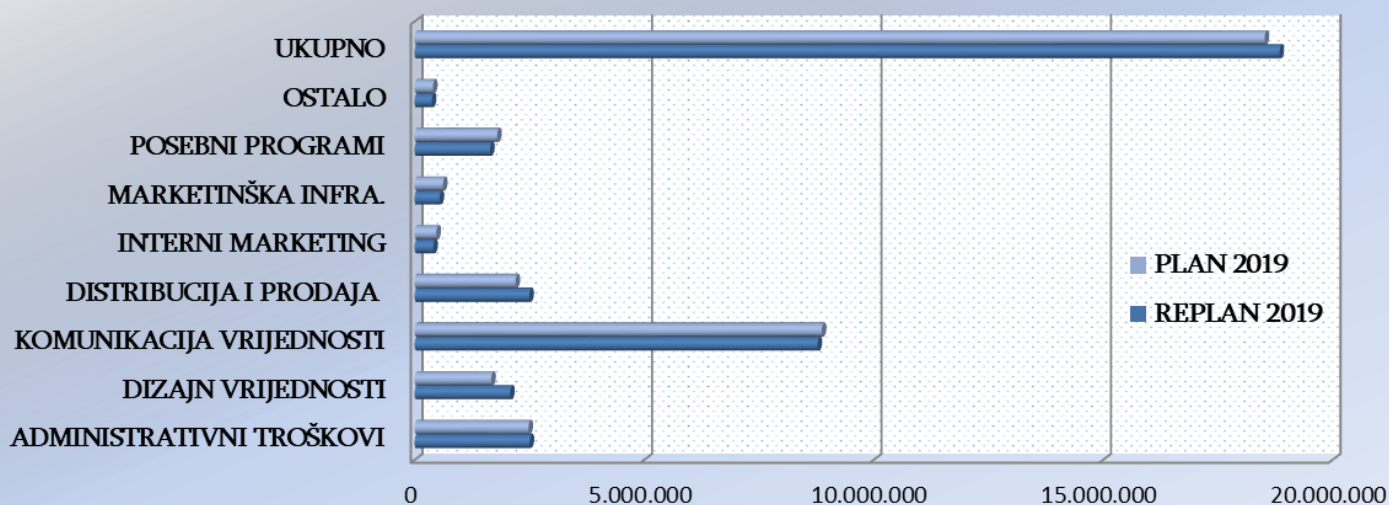
Slijede izmjene i dopune aktivnosti po vrstama AKTIVNOSTI;

Rb	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	REPLAN 2019	PLAN 2019	Re/pl	struk.
I.	<b>ADMINISTRATIVNI TROŠKOVI</b>	<b>2.508.700</b>	<b>2.484.000</b>	<b>101</b>	<b>13,31</b>
1.1.	Troškovi arhive i logistike	100.000	95.000	105	0,53
1.2.	Troškovi rada tijela TZ	120.000	130.000	92	0,64
1.2.1.	Naknade	45.000	50.000	90	-
1.2.2.	Troškovi organizacije TV, NO i SK	75.000	80.000	94	-
1.3.	Troškovi Turističkog ureda	2.288.700	2.259.000	101	12,14

<b>II.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>2.083.000</b>	<b>1.670.000</b>	<b>125</b>	<b>11,05</b>
2.1.	Potpore i kreiranje događanja	1.550.000	1.200.000	129	8,22
2.2.	Potpore razvoju DMK-a	256.000	250.000	102	1,36
2.3.	Potpore razvoju privatnog smještaja	255.000	200.000	127	1,35
2.4.	Projekt Volim Hrvatsku	22.000	20.000	110	0,12
<b>III.</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>8.783.000</b>	<b>8.875.500</b>	<b>99</b>	<b>46,59</b>
<b>A.</b>	<b>Online komunikacije</b>	<b>2.370.000</b>	<b>2.300.000</b>	<b>103</b>	<b>12,57</b>
3.1.	Internet oglašavanje	1.920.000	1.800.000	107	10,19
3.2.	Internet stranica i upravljanje stranicom	450.000	500.000	90	2,38
<b>B.</b>	<b>Offline komunikacije</b>	<b>6.413.000</b>	<b>6.575.500</b>	<b>97</b>	<b>34,02</b>
3.3.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama	4.860.000	5.275.500	92	25,78
3.4.	Opće oglašavanje	800.000	800.000	100	4,24
3.5.	Brošure i ostali tiskani materijali	345.000	300.000	115	1,83
3.6.	Suveniri i ostali promo materijali	165.000	100.000	165	0,88
3.7.	Info punktevi i info table	243.000	100.000	243	1,29
<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>2.500.000</b>	<b>2.200.000</b>	<b>114</b>	<b>13,26</b>
4.1.	Nastupi na turističkim sajmovima	1.300.000	900.000	144	6,90
4.2.	Studijska putovanja	1.020.000	1.200.000	85	5,41
4.3.	Prezentacije	180.000	100.000	180	0,95
<b>V.</b>	<b>INTERNI MARKETING</b>	<b>409.000</b>	<b>475.000</b>	<b>86</b>	<b>2,17</b>
5.1.	Edukacija (sustav TZ+turistička industrija)	210.000	250.000	84	1,11
5.2.	Koordinacija i nadzor sustava TZ	120.000	120.000	100	0,64
5.3.	Nagrade i priznanja	25.000	50.000	50	0,13
5.4.	E-newsletter	54.000	55.000	98	0,29
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>545.000</b>	<b>620.000</b>	<b>88</b>	<b>2,89</b>
6.1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	35.000	100.000	35	0,19
6.2.	Istraživanje tržišta	310.000	400.000	77	1,64
6.3.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	200.000	120.000	167	1,06
<b>VII.</b>	<b>POSEBNI PROGRAMI</b>	<b>1.646.000</b>	<b>1.800.000</b>	<b>91</b>	<b>8,73</b>
7.1.	Razvoj turizma na nerazvijenim područjima				
-	projekti razvoja turizma dalmatinske Zagore	334.000	300.000	111	1,77
7.2.	Razvoj selektivnih oblika turizma	1.312.000	1.500.000	87	6,96
<b>VIII.</b>	<b>OSTALO</b>	<b>375.000</b>	<b>400.000</b>	<b>94</b>	<b>1,99</b>
8.1.	Provođenje projekata iz GP turizma SDŽ	250.000	300.000	83	1,33
8.2.	Ostale neplanirane aktivnosti	100.000	70.000	143	0,53
8.3.	Potpore i sufinanciranja ostalo	25.000	30.000	83	0,13
<b>UKUPNO</b>		<b>18.849.700</b>	<b>18.524.500</b>	<b>102</b>	<b>100,00</b>



### AKTIVNOSTI po vrstama - rplan/plan 2019



Izvor: ured TZ SDŽ

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 ciljane 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.

#### ➡ Administrativni troškovi

Administrativni troškovi uključuju rashode ureda turističke zajednice, troškove distribucije i skladištenja materijala i troškove rada tijela TZ. Ukupno gledajući, administrativni troškovi planirani su u iznosu od 2.484.000 kuna, no izmjenama i dopunama plana procjenjuje se da će do kraja 2019. ovi rashodi biti nešto veći u odnosu na prvobitno planirane te će dosegnuti razinu od 2.508.700 kuna što je za svega 1 posto više u odnosu na planirane. Povećanje se ponajviše odnosi na nešto veće troškove Turističkog ureda i troškove skladištenja promotivnih materijala i logistike, dok su troškovi rada Tijela TZ nešto manji 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 privatnog smještaja i troškove realizacije projekta Volim Hrvatsku. Rashodi dizajna vrijednosti planirani su za 2019. godinu u iznosu od 1.670.000 kuna, a temeljem izmjena i dopuna financijskog plana, iznos sredstava povećan je na 2.083.000 kn, što je za 25 posto više. Što se tiče samog rasporeda troškova po pojedinim stavkama unutar grupe, povećana su 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“ i to posebno za TOP događanja, a posebno za ostala događanja od regionalnog i lokalnog značaja.

Ukupno je putem natječaja bilo odobreno sredstava u visini od 1.566.000 kn, ali zbog neodržavanja određenog broja manifestacija, taj bi iznos u konačnici trebao biti 1.1.550.000 kn. 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 u 2019., realizirana je u planiranim iznosima, kao i provedene aktivnosti u sklopu projekta Volim Hrvatsku. Veća sredstva i to za 27 posto utrošena su za stavku “Potpora razvoju privatnog smještaja”, poglavito zbog sufinanciranja održavanja “5. Foruma obiteljskog smještaja“, koji je bio u Splitu u periodu od 29. – 30. ožujka 2019. godine.

## ➡ 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 8.875.500 kuna, da bi ih izmjenama i dopunama plana nešto malo smanjili na iznos od 8.783.000 kn, što je za samo 1 posto manje u odnosu na prvobitno planirana sredstva.

U dosadašnjim aktivnostima ureda Turističke zajednice najveći naglasak bio je stavljen na Internet oglašavanje, kao važan segment promocije turističkih potencijala, što je bilo aktualno i tijekom 2019. godine, te se planira utrošiti 7 posto više sredstava u usporedbi s planiranima. U tekućoj godini pokrenute su aktivnosti oko izrade novih internetskih stranica, koje će biti u primjeni tijekom 2020. godine, te su planirana sredstva utrošena. Od ostalih stavki, u određenoj mjeri povećana su sredstva za tisak brošura, nabavu suvenira, i sufinanciranje postavljanja info tabli te rada info punkteva. 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 veći u odnosu na planirana sredstva. Znatno veći troškovi prisutni su i kod stavke koja se odnosi na „info table“, obzirom na veliki interes lokalnih turističkih zajednica za sufinanciranjem postavljanja smeđe signalizacije.

Udruženo oglašavanje predstavlja zajedničku promociju GU Hrvatske turističke zajednice, sustava turističkih zajednica i gospodarskih/komercijalnih subjekata u turizmu (privatnog sektora). S ciljem povećanja turističkog prometa u predsezoni i posezoni te kontinentu u razdoblju cijele godine i povećanja ukupnog turističkog prometa, Hrvatska turistička zajednica provodila je promociju hrvatskog turizma kroz oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora temeljem provedog natječaja za udruženo oglašavanje u 2019. godini. TZ Splitsko – dalmatinska doznačena sredstva od strane HTZ-a isplaćivala je partnerima na svome području zajedno sa sredstvima odobrenima i od strane ureda TZ Splitsko – dalmatinske, što je bilo planirano u visini od 5.275.500 kn. Do kraja godine realizacija navedene stavke iznosila bi 4,86 milijuna što je za cca 415 tisuća kuna manje u odnosu na planirana sredstva. Navedeno je zbog odustajanja pojedinih partnera od oglašavanja ili neizvršenja media planova u cjelosti, koji su bili predmet natječaja.

#### ► 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 2019. godinu u iznosu od 2.200.000 kuna, te su izmjenama i dopunama plana povećani na iznos od 2.500.000 kuna, a što je za 14 posto više u odnosu na planirana sredstva. Svi planom predviđeni nastupi na inozemnim sajmovima za 2019. godinu su realizirani, te su troškovi u određenoj mjeri veći u odnosu na planirana sredstva, što se poglavito odnosi na troškove samostalnih sajamskih nastupa na sajmovima *ITB Berlin* i *WTM London*. Istovremeno su sredstva za organizaciju studijskih putovanja novinara, agenata i blogera realizirana u nešto manjem iznosu. Troškovi prezentacija su također u određenoj mjeri veći u odnosu na planirana sredstva i to za 80 posto, prvenstveno zbog organizacije prezentacije „Sakralne baštine otoka Brača“ u Zagrebu i sudjelovanja na prezentacijama u organizaciji HTZ-a na tržištima Japana i južne Koreje, a koje nisu programom bile planirane.

#### ► 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 2019. godinu u iznosu od 475.000 kuna, a izmjenama i dopunama plana iznos je smanjen na 409.000 kuna. Smanjenje se ponajviše odnosi na sredstva vezano za stavku „Edukacija“, gdje su sredstva manja za 40 tisuća kuna. Unatoč tome, održane su brojne edukativne radionice, konferencije i programi koji su omogućili turističkim djelatnicima i svim zainteresiranim pojedincima stjecanja potrebnih znanja i vještina kako bi se adekvatno odgovorilo na potrebe tržišta.

#### ► 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 2019. godinu u iznosu od 620.000 kuna, a temeljem izmjena i dopuna financijskog plana, sredstva marketinške infrastrukture planiraju se u iznosu od 545.000 kuna, što je za 12 posto manje.

Stavka proizvodnje multimedijalnih materijala je realizirana u znatno manjem iznosu od planiranog. Naime, u dosadašnjem razdoblju realizirano je nekoliko uspješnih kratkih turističkih filmova, koji su još uvijek jako aktualni i vrlo traženi, te znatnih troškova nije bilo i u planu je realizacija novih video uradaka u 2020. godini. Određeno smanjenje rashoda prisutno je i kod stavke „Istraživanje tržišta“, zbog toga što veliko istraživanje o privatnom smještaju u Županiji koje provodi TZ Splitsko - dalmatinska u suradnji s Institutom za turizam, neće biti dovršeno u tekućoj godini, te se jedan dio planiranih troškova prebacuje u narednu, 2020. godinu. Rashodi za stavku „Banka fotografija i priprema u izdavaštvu“, su veći za 67 posto u odnosu na planirana sredstva zbog velikog broja novih promotivnih materijala u izdanju ureda TZ Splitsko – dalmatinske županije.

#### ► Posebni programi

Unutar stavke posebni programi, u planu za 2019. 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 1.800.000 kuna, te su izmjenama i dopunama plana smanjeni na iznos od 1.646.000 kn, što je za 9 posto manje u odnosu na planirana sredstva. Navedeno smanjenje troškova odnosi se na razvoj selektivnih oblika turizma. Mogućnost odabira raznih selektivnih oblika turističke ponude čini regiju konkurentnijom, zbog čega se u 2019. godini znatno uložilo u razvoj novih proizvoda, ponajviše projekt razvoja arheološkog turizma i pješačkih staza 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, a za što su u konačnici izdvojena značajna sredstva. Za razvoj turizma na području Zagore u konačnici se planira utrošiti 334.000 kn, a za razvoj novih proizvoda 1.312.000 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 40.000 kuna, a realizacija bi u konačnici iznosila 375.000 kn, što je za 6 posto manje, poglavito zbog manjeg iznosa sredstava za provođenje strateških dokumenata obično su obveze za izvršenje plaćanja što se tiče izrade raznih akcijskih planova temeljem Glavnog plana turizma SDŽ, podjeljenje na 2019. i 2020. godinu. Naime, u suradnji s Institutom za turizam provode se aktivnosti oko izrade sljedećih planova; Akcijski plan za razvoj poslovnog turizma u SDŽ, Akcijski plan za razvoj aktivnog turizma u SDŽ, Akcijski plan za razvoj turizma događanja u SDŽ i Akcijski plan za razvoj eno-gastronomskog turizma u SDŽ.

## 3. REKAPITULACIJA PRIHODA i RASHODA

Izmjenama i dopunama financijskog plana za 2019. godinu dan je cjeloviti prikaz aktivnosti koje su se ostvarile i planiraju ostvariti do kraja 2019. 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 financijskog plana za 2019.*

ELEMENTI	REBPLANA 2019.	PLAN 2019.	Indeks re/pl
<b>I. PRIHODI</b>			
1.1. Boravišna pristojba	11.570.000	11.550.000	100
1.2. Turistička članarina	2.785.000	2.300.000	121
1.3. Prihodi iz proračuna	450.000	450.000	100
1.4. Prihodi od drugih aktivnosti	4.545.000	4.150.000	109
1.5. Ostali nespomenuti prihodi	85.000	4.000	-
1.6. Prijenos prihoda iz prethodnih godina	1.542.381	1.500.000	103
<b>UKUPNI PRIHOD</b>	<b>20.977.381</b>	<b>19.954.000</b>	<b>105</b>

<b>II. RASHODI</b>			
<b>2.1. Administrativni troškovi</b>	<b>2.508.700</b>	<b>2.484.000</b>	<b>101</b>
2.1.1. Troškovi skladišta i logistike	100.000	95.000	105
2.1.2. Troškovi rada tijela TZ	120.000	130.000	92
Naknade	45.000	50.000	90
Troškovi organizacije TV, NO i Sk	75.000	80.000	94
2.1.3. Troškovi Turističkog ureda	2.288.700	2.259.000	101
<b>2.2. Dizajn vrijednosti</b>	<b>2.083.000</b>	<b>1.670.000</b>	<b>125</b>
2.2.1. Potpore i kreiranje događanja	1.550.000	1.200.000	129
2.2.3. Potpora razvoju DMK-a	256.000	250.000	102
2.2.4. Potpora razvoju privatnog smještaja	255.000	200.000	127
2.2.5. Projekt Volim Hrvatsku	22.000	20.000	110
<b>2.3. Komunikacija vrijednosti (A+B)</b>	<b>8.783.000</b>	<b>8.875.500</b>	<b>99</b>
<b>A. Online komunikacije</b>	<b>2.370.000</b>	<b>2.300.000</b>	<b>103</b>
2.3.1. Internet oglašavanje	1.920.000	1.800.000	107
2.3.2. Internet stranica i upravljanje stranicom	450.000	500.000	90
<b>B. Offline komunikacije</b>	<b>6.413.000</b>	<b>6.575.500</b>	<b>97</b>
2.3.3. Oglašavanje u promotivnim kampanjama	4.860.000	5.275.500	92
2.3.4. Opće oglašavanje	800.000	800.000	100
2.3.5. Brošure i ostali tiskani materijali	345.000	300.000	115
2.3.6. Suveniri i ostali promo materijali	165.000	100.000	165
2.3.7. Info punktevi i info table	243.000	100.000	243
<b>2.4. Distribucija i prodaja vrijednosti</b>	<b>2.500.000</b>	<b>2.200.000</b>	<b>114</b>
2.4.1. Nastupi na turističkim sajmovima	1.300.000	900.000	144
2.4.2. Studijska putovanja	1.020.000	1.200.000	85
2.4.3. Prezentacije	180.000	100.000	180
<b>2.5. Interni marketing</b>	<b>409.000</b>	<b>475.000</b>	<b>86</b>
2.5.1. Edukacija (sustav TV + turistička industrija)	210.000	250.000	84
2.5.2. Koordinacija i nadzor sustava TV	120.000	120.000	100
2.5.3. Nagrade i priznanja	25.000	50.000	50
2.5.4. E-newsletter	54.000	55.000	98
<b>2.6. Marketinška infrastruktura</b>	<b>545.000</b>	<b>620.000</b>	<b>88</b>
2.6.1. Proizvodnja multimedijalnih materijala	35.000	100.000	35
2.6.2. Istraživanje tržišta	310.000	400.000	77
2.6.4. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	200.000	120.000	167
<b>2.7. Posebni programi</b>	<b>1.646.000</b>	<b>1.800.000</b>	<b>91</b>
2.7.1. Poticanje razvoja turizma na nerazvijenim područjima			
- provođenje plana razvoja turizma dalmatinske Zagore	334.000	300.000	111
2.7.2. Razvoj selektivnih oblika turizma	1.312.000	1.500.000	87
<b>2.8. Ostalo (planovi razvoja turizma i ostale aktivnosti)</b>	<b>375.000</b>	<b>400.000</b>	<b>94</b>

2.8.1. strateški dokumenti razvoja turizma	250.000	300.000	83
2.8.2. Ostale aktivnosti	100.000	70.000	143
2.8.3. Potpore i sufinanciranja – ostalo	25.000	30.000	83
<b>UKUPNO RASHODI</b>	<b>18.849.700</b>	<b>18.524.500</b>	<b>102</b>
<b>VIŠAK PRIHODA NAD RASHODIMA</b>	<b>2.127.681</b>		

Programom rada za 2019. 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 2019. 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 2020. 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.