



**SREDNJA
DALMACIJA**

Turistička zajednica
Splitsko-dalmatinske županije

FINANCIJSKO IZVJEŠĆE

O IZVRŠENJU I REALIZACIJI PROGRAMA RADA

**TZ SPLITSKO – DALMATINSKE
ŽUPANIJE ZA 2019. GODINU**

Split, ožujak 2020. 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 finansijsko izvješće o realizaciji i izvršenju programa rada za 2019. 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 finansijsko 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.

Finansijsko izvješće temelji se 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 finansijskog izvješća TZ Splitsko - dalmatinske za 2019. 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 zajednice Splitsko – dalmatinske županije u 2019. 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 usmjeren 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 2019. za hrvatski turizam predstavljala je nadasve izazovnu i zahtjevnu, ali u konačnici pozitivnu godinu, iako svi nisu podjednako zadovoljni njenim učinkom i ostvarenjima. Iako su iz dijela turističkog sektora početkom godine stizale određene sumnje da 2019. godina za hrvatski turizam neće biti dobra kao lanjska, kao i informacije da je buking na stranim tržištima slabiji nego prošle godine, ostvareni rezultati turističkog prometa ukazuju da je još jednom riječ o pozitivnoj godini. Hrvatska se nalazi u jednoj od najuspješnijih turističkih regija u svijetu, Mediteranu, koja je izrazito konkurentna te se svi dionici na tom tržištu moraju itekako prilagođavati kako bi iz godine u godinu bili uspješni. Fizički pokazatelji turističke sezone bez iznimke upućuju na još jednu godinu snažnog rasta turističkog sektora Republike Hrvatske te se očekuje da bi 2019. godine devizni prihodi od turizma mogli biti značajno veći u odnosu na prethodnu godinu. Hrvatski turizam još jednom je dokazao svoju konkurentnost, atraktivnost i pozitivan imidž. Hrvatski turizam je strateški dio gospodarstva, ali ujedno znatno izložen svjetskim trendovima i konkurenciji. Preko 90 posto turista su stranci zbog čega se na svjetskom tržištu treba izboriti za poziciju. Unatoč navedenome može se konstatirati da se Hrvatska i ove godine nametnula kao hit odredište kojeg, uz tradicionalno vjerne goste, sve više otkrivaju i cijene i na novim tržištima.

DOLASCI I NOĆENJA turista HRVATSKA, komercijalni smještaj

	DOLASCI, I - XII			NOĆENJA, I - XII			
	2019	2018	19/18	2019	2018	19/18	% noć.
UKUPNO	19.628.211	18.722.990	105	91.929.365	90.267.162	102	100,00
Domaći	2.239.162	2.047.425	109	7.379.797	6.736.747	110	8,03
Strani	17.389.049	16.675.565	104	84.549.568	83.530.415	101	91,97

Izvor: eVisitor

Prema podacima sustava eVisitor, na području Hrvatske, u 2019. godini zabilježeno je u komercijalnim smještajnim kapacitetima 19,6 milijuna dolazaka turista i 92 milijuna noćenja turista. Ostvareno je 5% više dolazaka i 2% više noćenja turista u odnosu na 2018. godinu. Strani turisti realizirali su 17,4 milijuna dolazaka te ostvarili oko 84,5 milijuna noćenja, što je porast od 4% u dolascima i 1% u noćenjima. Broj domaćih turista kretao se oko 2,2 milijuna, što je za 9% više u odnosu na prošlu godinu, te je registrirano oko 7,3 milijun noćenja, a što je za 10% više u usporedbi s 2018. godinom.

U strukturi ukupno ostvarenih noćenja strani turisti ostvarili su 92%, a domaći 8%. U ukupnom ostvarenom prometu dominira tržište Njemačke, a potom slijede domaće tržište, Slovenija i Austrija. U strukturi komercijalnog smještaja, tijekom 2019. dominira promet u obiteljskom smještaju (43 %), a potom slijedi smještaj u hotelima (28 %). U strukturi ostvarenih noćenja što se tiče svih oblika smještaja, najviše noćenja ostvareno je u sljedećim regijama: 26% u Istarskoj, 19% u Splitsko-dalmatinskoj, 18% u Primorsko-goranskoj, 14% u Zadarskoj i 9% u Dubrovačko-neretvanskoj županiji. U svim hrvatskim regijama zabilježen je porast i dolazaka i noćenja turista.

TURISTI I NOĆENJA PO ŽUPANIJAMA/ razdoblje siječanj – prosinac 2019.

SVE VRSTE smještaja	TURISTI		NOĆENJA	
	Ukupno	Index 19/18	Ukupno	Indeks 19/18
RH UKUPNO	20.691.621	105	108.643.554	102
ISTARSKA ŽUPANIJA	4.609.448	103	28.709.392	101
PRIMORSKO – GORANSKA ŽUPANIJA	3.130.326	102	19.265.256	101
LIČKO – SENJSKA ŽUPANIJA	842.626	104	3.421.040	103
ZADARSKA ŽUPANIJA	2.015.468	105	15.127.653	104
ŠIBENSKO – KNINSKA ŽUPANIJA	1.146.622	105	7.343.847	103
SPLITSKO– DALMATINSKA ŽUPANIJA	3.956.157	106	20.469.493	103
DUBROVA. – NERETVAN. ŽUPANIJA	2.328.990	111	9.220.341	104
GRAD ZAGREB	1.458.198	104	2.654.155	105
KONTINENTALNA HRVATSKA	1.203.786	107	2.432.377	107

Izvor: eVisitor

Prema podacima Hrvatske narodne banke (HNB), u prvih devet mjeseci 2019. godine prihodi od stranih turista iznosili su devet milijardi i 447 milijuna eura, što u odnosu na isto razdoblje prošle godine (osam milijardi i 678 milijuna eura) predstavlja rast od devet posto, odnosno 769 milijuna eura više. Rast prihoda u turizmu temelj je daljnog razvoja, investicija i povećanja konkurentnosti te upravo zato u aktivnostima, programima i zakonodavnim izmjenama stavlja se fokus na povećanje efikasnosti turističkog sustava, rast kvalitete i diversifikaciju ponude. U fokusu su rast i razvoj kvalitetne turističke ponude, a rezultati 2019. godine najbolji su dokaz povećanja vrijednosti ponude hrvatskog turizma u kojem se bilježi gotovo dvostruko veća stopa rasta prihoda u odnosu na stopu rasta turističkog prometa. Ostvareni uspjesi rezultat su promišljene turističke politike koja se temelji na integriranom turističkom proizvodu, podizanju kvalitete i ponudi koja je inovativna i u skladu s potražnjom na dinamičnom i nikad izazovnijem turističkom tržištu.

Izuzetno pozitivnim bila je činjenica što, osim na tradicionalnim tržištima, sve veći interes bilježio se i na dalekim tržištima koja će sasvim sigurno uz dalnje otvaranje novih aviolinija činiti puno značajniji segment ukupnog turističkog prometa. U gotovo svim segmentima turizma zabilježeni su dobri turistički rezultati, pri čemu se posebno ističe važnost investicija i to poglavito privatnog sektora u hotelijerstvu, koji se pokazao glavnim nositeljem razvoja. Danas je turizam doživljaj, emocija koja se budi kod turista i evokacija uspomena na sve ono što je gost doživio za vrijeme svog posjeta. Unapređenje konkurentnosti sadržaja i kvalitete usluge mora biti smjer kako dalje unaprjeđivati turizam.

Fizički i finansijski pokazatelji turističke sezone 2019. godine ukazuju na nastavak snažnog rasta turističkog sektora Republike Hrvatske. S obzirom na interes turističke potražnje u Europi i svijetu, koji je zadnjih godina stalan, vjeruje se da budućnost hrvatskog turizma nije upitna, ali je ipak teško predvidjeti kojom će se brzinom razvijati u fizičkom obujmu i u kvaliteti proizvoda. Za postizanje strateških ciljeva izuzetno važnim smatra se suradnja privatnog i javnog sektora u turizmu, kao i politike i samog sektora. Hrvatska može jako puno toga ponuditi na svom relativno malom prostoru, čime se treba u budućnosti voditi u kreiranju turističke politike, a u čemu važnu ulogu ima uspostava i primjena destinacijskog menadžmenta u sklopu čega svi u destinaciji rade zajedno na kreiranju turističkog proizvoda, uklanjanju nedostataka i povećanju konkurentnosti.

1.2. Turistički promet na razini Splitsko – dalmatinske županije

Jako dobri rezultati turističkog prometa obilježili su sezonu 2019. godine na području Srednje Dalmacije, uz značaj da su se sva turistička mjesta s uspjehom trudila u stvaranju turističkog ambijenta i ulagala finansijska sredstva i napore u uređenje mjesta s ciljem poboljšanja ukupne kvalitete turističke destinacije. U 2019. godini glavnina turističkog prometa registrirana je u komercijalnim smještajnim objektima, dok promet u nautičkom segmentu ima udjel od 7%. U strukturi komercijalnog smještaja, dominira promet u objektima obiteljskog smještaja, a potom slijede hoteli. Prema podacima eVisitor u 2019. godini u Splitsko-dalmatinskoj županiji u komercijalnom i nautičkom smještaju bilo je i 3,9 milijuna turističkih dolazaka i 19,6 milijuna noćenja, što je rast od 5 posto u odnosu na lani u dolascima i 3 posto u noćenjima. Na prvom mjestu po brojnosti gostiju u komercijalnom smještaju su Nijemci kojih je stiglo ukupno oko 354 tisuće i koji su ostvarili 2,23 milijuna noćenja. Drugi su Poljaci sa 303 tisuća dolazaka, slijede Britanci sa 242 tisuće dolazaka te Česi sa 214 tisuća dolazaka.

Na području Splitsko-dalmatinske županije najveći udio u noćenjima imala je Splitska rivijera, a slijedi je Makarska rivijera. Posebno je važno da je Splitsko-dalmatinska županija po rastu turističkog prometa u izvansezonskim mjesecima među najboljima u zemlji jer je na njezinom području stalni rast turističkih dolazaka bio od ožujka pa do kraja prosinca. Pri tome je grad Split sa stalnim rastom dolazaka i noćenja tijekom godine i dvoznamenkastim rastom turističkog prometa u prosincu, bio apsolutni šampion Srednje Dalmacije. Split, Makarska, Hvar, Omiš, Baška Voda, Seget i Tučepi bila su najposjećenija turistička mjesta Splitsko - dalmatinske županije u 2019. godini.

Gledajući ostvarenja turističkog prometa za 2019. godinu prema odredištima Srednje Dalmacije, a prema podacima iz sustava eVisitor, najveći broj dolazaka turista registriran je na području gradova Splita, Makarske, Hvara i Omiša te općina Baška Voda i Seget, ali uz izuzetnu dominaciju grada Splita koji je u cjelogodišnjem razdoblju bilježio ukupni porast dolazaka turista od 10%. Analiza intenziteta turističke potražnje po destinacijskim područjima unutar regije ukazuje da se najveći broj ukupnih dolazaka realizira na području Splitske rivijere gdje je ostvaren ukupan porast dolazaka od 6% u odnosu na 2018. godinu.

TURISTIČKI PROMET PO PODRUČJIMA SDŽ (siječanj – prosinac 2019.)

DESTINACIJE	DOLASCI turista		NOĆENJA turist	
	UKUPNO	Index 17/16	UKUPNO	Index 17/16
1	2	3	4	5
SPLITSKA RIVIJERA	1.918.882	106	8.157.030	105
Marina	42.736	104	351.730	102
Seget	161.049	101	836.766	102
Okrug	94.003	104	674.333	101
Trogir	148.044	100	597.797	102
Kaštela	116.128	114	638.713	109
Solin	41.492	128	102.437	116
Split	944.240	110	2.756.931	110
Podstrana	134.932	100	659.974	102
Dugi Rat	62.794	104	410.581	103
Omiš	154.556	97	971.869	98
Šolta	18.908	102	155.899	100
MAKARSKA RIVIJERA	1.010.746	107	6.074.417	101
Brela	97.255	103	623.261	100
Baška Voda	165.268	103	1.064.221	100
Makarska	274.889	109	1.564.579	104
Tučepi	129.090	104	789.151	100
Podgora	112.792	117	593.681	101
Živogošće	60.233	108	351.544	106
Gradac	108.164	105	677.437	100
Igrane	15.528	100	120.934	98
Drvenik	47.527	105	289.609	98

DALMAT. ZAGORA	84.248	99	262.116	116
Šestanovac	1.330	129	11.130	123
Dugopolje	45.804	93	65.554	92
Sinj	11.872	89	24.387	101
Klis	4.140	133	27.416	164
Trilj	6.173	99	25.843	114
Imota	12.312	124	96.055	130
Vrgorac	1.766	94	9.291	120
Vrlika	851	121	2.440	88
OTOK BRAČ	268.614	104	1.708.793	98
Milna	22.223	114	157.275	111
Supetar	81.611	96	549.134	94
Postira	18.367	99	134.447	97
Pučišća	5.263	124	35.035	110
Sutivan	15.830	99	120.275	97
Bol	112.166	110	606.231	100
Selca	13.154	95	106.396	95
OTOK HVAR	332.397	100	1.590.219	98
Sućuraj	8.439	97	69.030	97
Jelsa	63.426	104	451.593	101
Vrboska	16.115	81	127.883	88
Stari Grad	35.238	95	226.256	97
Hvar	209.179	102	715.457	98
OTOK VIS	51.866	103	290.123	101
Vis	32.796	104	178.540	101
Komiža	19.070	101	111.583	101
OPĆINE BEZ TZ	6.217	113	47.295	112
UKUPNO	3.672.970	105	18.129.993	102

Izvor: sustav eVisitor (podaci bez nautike)

Također, najveći broj noćenja domaćih i stranih turista u 2019. godini zabilježen je u odredištima Splita, Makarske, Baške Vode, Segeta i Omiša. Analiza intenziteta turističke potražnje po destinacijskim područjima unutar regije ukazuje da se najveći broj ukupnih noćenja realizira na području Splitske i Makarske rivijere, gdje je ostvaren porast ukupnog broja noćenja od 5 posto, odnosno 1 posto. Istovremeno na području Splitske rivijere zabilježen je najveći broj noćenja i domaćih i stranih turista, te navedeno destinacijsko područje u potpunosti preuzima primat u ukupno ostvarenom prometu na području regije.

Blizina tržišta, tradicija, prirodni resursi koji privlače turiste uz osjećaj sigurnosti koji imaju za vrijeme boravka u odredištima, pokazali su se tijekom 2019. godine kao glavni pozitivni faktor te su zahvaljujući vjernosti turista s najznačajnijih stranih tržišta, kao i novih tržišta, ostvareni izvrsni turistički rezultati stranog prometa. Ozračje nesigurnosti i straha od političkih turbulencija te brojni udari na standard građana, povećana porezna opterećenja i slično, čimbenici su koji su prijašnjih godina determinirali turističku potrošnju na tržištima.

Uz sve navedeno nije se mogao zanemariti niti faktor zaoštrene konkurentske utakmice. Strani turisti su u Županiju dolazili iz više od 70 zemalja svijeta sa svih kontinenata ostvarujući i dalje više od 90% ukupnih dolazaka i noćenja, a iako su i dalje najbrojniji Nijemci, Poljaci, Skandinavci, Česi Britanci, Slovaci, Austrijanci i dr., sve je više i turista iz dalekih krajeva.

Tablica - Dolasci i noćenja STRANIH TURISTA prema zemlji prebivališta

INOZEMNE DESTINACIJE	I-XII 2019		% noćenja	Index 2019/2018	
	dolasci	noćenja		dolasci	noćenja
Austrija	91.590	520.540	3,06	100	98
Belgija	35.542	151.978	0,89	108	101
BiH	201.225	997.994	5,87	111	109
Češka	214.151	1.619.309	9,52	95	95
Francuska	170.402	726.239	4,27	107	108
Italija	93.208	394.268	2,32	103	102
Mađarska	85.508	511.817	3,01	102	101
Nizozemska	76.716	362.974	2,13	109	102
Njemacka	354.710	2.231.211	13,11	104	102
Poljska	303.744	2.207.534	12,97	98	96
Rusija	25.642	175.740	1,03	116	106
Skandinavija	312.701	1.752.417	10,30	101	95
Slovačka	100.744	745.934	4,38	97	97
Slovenija	105.443	715.778	4,21	104	102
Srbija	20.032	127.236	0,75	104	102
Španjolska	75.198	171.935	1,01	110	115
Švicarska	50.200	202.971	1,19	103	102
Ukrajina	39.381	279.978	1,65	143	141
Velika Britanija	241.852	1.130.406	6,64	105	103
Kanada	51.303	147.024	0,86	112	114
SAD	183.510	473.583	2,78	112	113
Japan	30.305	41.977	0,25	95	98
Australija	68.906	178.011	1,04	100	101
Brazil	24.283	57.726	0,34	120	123
Koreja	66.079	81.282	0,48	100	104
Kina	50.963	74.890	0,44	120	120
Ostale zemlje	302.548	933.821	5,49	116	119
UKUPNO	3.375.886	17.014.573	100,00	105	102

Izvor: eVisitor

Iako se hrvatska turistička promocija zadnjih godina okreće i brojnim novim, rastućim i dalekim tržištima diljem svijeta, u statistici i dalje na prvih desetak mjesata po turističkim dolascima i noćenjima prevladavaju tradicionalna tržišta. Glavna europska emitivna tržišta ostaju najvažnija za rast turističkog prometa. U strukturi noćenja stranih turista na području Srednje Dalmacije u 2019. godini najveće učešće pripada turistima iz Njemačke sa udjelom od 13%, zatim slijedi Poljska sa nešto manjim udjelom od 13%, Skandinavija sa udjelom od 10%, Češka sa udjelom od 9,5% i Velika Britanija sa udjelom od 7%.

Fizički i finansijski pokazatelji turističke sezone 2019. godine ukazuju na nastavak snažnog rasta turističkog sektora Republike Hrvatske. U konačnici se i u 2019. godini pokazalo da je turizam jedna od rijetkih grana gospodarstva koja daje pozitivne rezultate i postaje vodeći hrvatski sektor. Tijekom sezone se na trenutke činilo, naročito kad su zaredali minusi u srpnju, da će turizam teško nadmašiti odlične lanjske brojke. Međutim, dva mjeseca ranije u usporedbi s prošlom godinom dosegнуto je povijesnih 20 milijuna gostiju na nacionalnoj razini i oko milijun više nego cijele 2018. godine. Hrvatski turizam posljednjih godina doživljava veliki procvat, otvoreni su brojni visokokvalitetni smještajni kapaciteti, stvorene nove ponude i zaista je postao pravi generator gospodarskog razvoja. Za postizanje strateških ciljeva izuzetno važnim smatra se suradnja privatnog i javnog sektora u turizmu, kao i politike i samog sektora. Hrvatska može jako puno toga ponuditi na svom relativno malom prostoru, čime se treba u budućnosti voditi u kreiranju turističke politike, a u čemu važnu ulogu ima uspostava i primjena destinacijskog menadžmenta u sklopu čega svi u destinaciji rade zajedno na kreiranju turističkog proizvoda, uklanjanju nedostataka i povećanju konkurentnosti.

2. FINANCIJSKO IZVJEŠĆE

2.1. PRIHODI

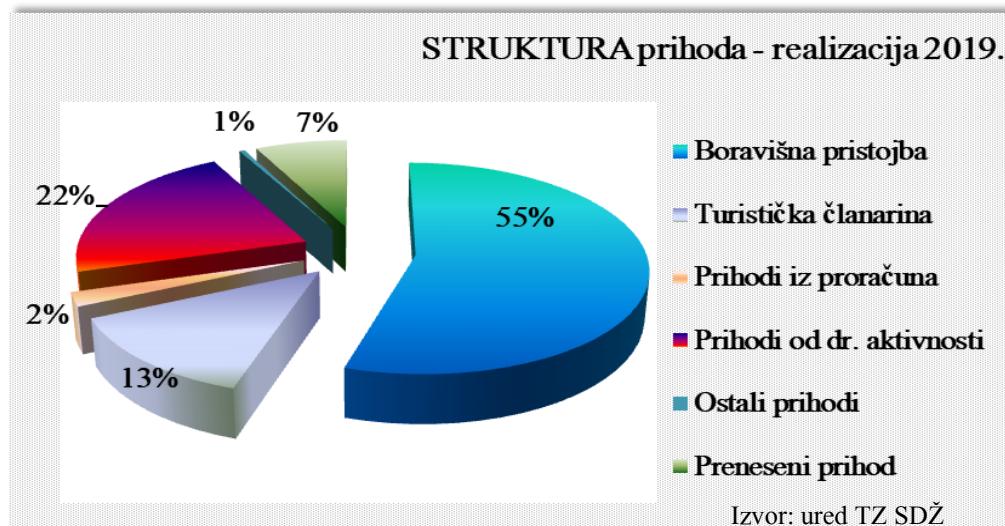
Pregled ukupnih prihoda u 2019. godini

PRIHODI	Plan 2019	Rebplana 2019	Ostvareno 2019	Ostvareno 2018	Ost./ rpla.
1.BORAVIŠNA PRISTOJBAA Boravišna pristojba Boravišna pristojba nautičari	11.550.000	11.570.000	11.423.476 11.095.685 327.791	9.595.773 9.267.335 328.438	99
2. TURISTIČKA ČLANARINA	2.300.000	2.785.000	2.768.415	2.378.416	99
3. PRIHODI IZ PRORAČUNA	450.000	450.000	450.000	450.000	100
4. PRIHODI OD DR. AKTIVNOSTI Prihodi od zajed.promot.aktivnosti – sustav TZ Prihodi od udruženog oglašavanja – HTZ Prihodi od sufinanciranja manifestacija - HTZ	4.150.000 300.000 3.850.000 -	4.545.000 567.000 3.978.000 -	4.542.874 592.043 3.458.830 492.000	2.069.919 175.358 1.894.561 -	100 104 87
5. Ostali prihodi	4.000	85.000	90.738	28.619	107
7. PRENESENI PRIHOD iz pret. godine	1.500.000	1.542.381	1.542.381	1.660.396	100
UKUPNO PRIHODI	19.954.000	20.977.381	20.817.884	16.183.123	99

Rad TZ Splitsko - dalmatinske županije odvijao se sukladno Programu rada s financijskim planu za 2019. godinu. Obzirom je tijekom godine došlo do odstupanja od programa rada i financijskog plana u pojedinim stavkama, Turistička zajednica je donijela izmjene i dopune financijskog plana, koje su usvojene na III redovnoj sjednici Skupštine TZ Splitsko – dalmatinske županije održanoj dana 19. prosinca 2019. godine. Temeljem izmjena i dopuna financijskog plana za 2019. godinu planiralo se ostvarenje od 20.977.381 ukupnih prihoda, a na koncu obračunskog razdoblja zabilježeno je ukupno 20.817.884 kuna ukupnih prihoda, što je za 1 posto manje tj. u konačnici je zabilježeno oko 159 tisuća kuna prihoda manje u usporedbi s planiranim temeljem rebalansa financijskog plana. Od toga temeljni ostvaren prihod iznosi 19.275.503 kn, a ostatak predstavlja preneseni višak prihoda iz proteklog razdoblja.

Ukupni prihod ostvaren u 2019. godini je za 29% veći u odnosu na ukupne prihode ostvarene u 2018. godini i to prvenstveno zbog odličnih rezultata turističke sezone, viših prihoda od boravišne pristojbe i prihoda od refundacija. Temeljem Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, prihode turističke zajednica u 2019. godini činili su prihodi iz boravišne pristojbe, turističke članarine, proračuna, prihoda od drugih aktivnosti, ostalih prihoda i prenesenih prihoda iz prethodne godine.

U 2019. godini u odnosu na 2018. godinu zabilježen je porast prihoda iz osnove boravišne pristojbe, turističke članarine, prihoda od refundacije, ostalih prihoda i prenesenog viška prihoda. Najveći udio u strukturi realiziranih prihoda u 2019. godini pripada prihodima od boravišne pristojbe i prihodima od dr.aktivnosti.



2.1.1. BORAVIŠNA pristojba

Prihodi od boravišne pristojbe u 2019. godini plaćali su se temeljem čl. 65 Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i sukladno Zakonu o boravišnoj pristojbi. Turističke zajednice boravišnu pristojbu koriste za izvršavanje svojih zadaća i za svoje poslovanje sukladno godišnjem programu rada i finansijskom planu. Boravišna pristojba plaćala se po svakom ostvarenom noćenju i ovisila je o turističkom razredu u kojem je bilo razvrstano naselje u kojem se ostvarilo noćenje i o razdoblju sezone. Visina paušalnih iznosa boravišne pristojbe utvrđivala se na temelju prosječnog broja noćenja ostvarenih u prethodnoj godini u vrsti smještaja za koje se plaćala boravišna pristojba. Putnici koji koriste usluge noćenja na plovnom objektu nautičkog turizma plaćaju boravišnu pristojbu po svakom ostvarenom noćenju. Vlasnik ili korisnik plovila za sebe i sve osobe koje noće na tom plovilu boravišnu pristojbu plaća u paušalnom iznosu. Ovu boravišnu pristojbu pravne i fizičke osobe koje pružaju usluge noćenja na plovnom objektu nautičkog turizma, kao i vlasnik ili korisnik plovila za sebe i sve osobe koje noće na tom plovilu uplaćuju na poseban račun Hrvatske turističke zajednice. Pri tome je po modelu za 2019. godinu, HTZ 40% tih sredstava uplaćivao turističkim zajednicama na čijim se područjima ostvario turistički promet, od čega je TZ županije zadržala 10%, a preostalih 30% uplatila na račune lokalnih turističkih zajednica na čijim se područjima ostvario promet u nautičkom turizmu. Iz ove osnove uprihodovano je u 2019.g. 327.791 kn, što je podjednako uplaćenim sredstvima iz prethodne godine.

Iz osnove cijelokupne boravišne pristojbe u 2019. ostvareno je ukupno 11.423.476 kuna, što je za 19 posto više u odnosu na 2018. godinu i 1 posto manje u odnosu na planirana sredstva temeljem izmjena i dopuna plana. Prihodi od boravišne pristojbe sudjeluju sa 55 posto udjela u ukupno realiziranim prihodima turističke zajednice u 2019. godini. Uplaćena sredstva boravišne pristojbe raspoređivala su se prema sljedećem rasporedoru:

- 65% sredstava turističkoj zajednici općine ili grada, od čega 30% sredstava turistička zajednica doznačuje općini ili gradu na području kojih je osnovana,
- 10% sredstava turističkoj zajednici županije,
- 25% sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici

Na područjima gdje nisu osnovane turističke zajednice općine ili grada, uplaćena sredstva boravišne pristojbe raspoređivala su se na način da 50% ide turističkoj zajednici županije i 50% Hrvatskoj turističkoj zajednici.

Tabela:

Pregled prihoda od uplaćene BP po TZ gradova, općina i mjesta za 2019. godinu i usporedba s 2018. godinom – 10% TZŽ

PRIHODI od boravišne pristojbe (ukupno po TZ gradovima, općina i mjesta – 10%)

Rd. br.	TURISTIČKA ZAJEDNICA	BORAVIŠNA PRISTOJBA – 2019	BORAVIŠNA PRISTOJBA – 2018	INDEKS 19/18
1.	TZ Baška Voda	599.546,02	695.478,91	86
2.	TZ Brela	391.012,48	325.841,85	120
3.	TZ Bol	435.629,05	360.712,17	121
4.	TZ Drvenik	170.825,51	146.816,78	116
5.	TZ Dugi Rat	191.554,32	157.181,97	122
6.	TZ Dugopolje	18.001,97	18.114,00	99
7.	TZ Gradac	389.975,51	348.359,73	112
8.	TZ Hvar	507.830,80	438.317,47	116
9.	TZ Igrane	92.920,46	76.624,50	121
10.	TZ Imota	31.841,03	27.261,44	117
11.	TZ Jelsa	281.557,68	216.948,57	130
12.	TZ Kaštela	309.218,17	244.637,61	126
13.	TZ Klis	16.225,62	10.430,22	156
14.	TZ Komiža	68.306,06	56.593,65	121
15.	TZ Makarska	970.262,20	794.143,52	122
16.	TZ Marina	129.236,38	108.926,87	119
17.	TZ Milna	99.621,03	88.203,87	113

18.	TZ Omiš	527.170,95	460.572,58	114
19.	TZ Okrug	314.491,53	267.974,61	117
20.	TZ Pučišća	39.190,70	27.496,96	142
21.	TZ Podstrana	418.717,71	343.789,45	122
22.	TZ Podgora	366.638,41	309.894,07	118
23.	TZ Postira	88.207,95	69.411,40	127
24.	TZ Supetar	343.781,97	383.880,63	90
25.	TZ Split	1.682.657,14	1.268.130,52	133
26.	TZ Sinj	16.341,61	14.007,05	117
27.	TZ Sutivan	83.669,81	72.436,76	115
28.	TZ Seget	561.765,76	451.632,84	124
29.	TZ Stari Grad	263.612,46	125.757,96	210
30.	TZ Selca	57.443,01	48.093,55	119
31.	TZ Sućuraj	32.720,20	29.713,88	110
32.	TZ Solin	59.841,51	41.535,63	144
33.	TZ Šestanovac	6.977,45	5.259,25	133
34.	TZ Šolta	83.283,76	71.512,71	116
35.	TZ Trilj	24.736,66	16.218,49	152
36.	TZ Trogir	338.249,48	270.077,22	125
37.	TZ Tučepi	526.950,07	431.365,80	122
38.	TZ Vis	115.342,11	97.050,10	119
39.	TZ Vrgorac	3.594,39	4.809,31	75
40.	TZ Vrboska	118.215,57	89.645,68	132
41.	TZ Vrlika	1.371,61	1.699,07	81
42.	TZ Živogošće	235.119,94	182.834,57	129
43.	Područja bez TZ	82.029,41	67.942,05	121
UKUPNO po TZ		11.095.685,46	9.267.335,27	120
BP – nautičari		327.791,00	328.437,57	100
UKUPNO BP		11.423.476,46	9.595.772,84	119

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 boravišne pristojbe. Sustav eVisitor je, osim s Ministarstvom turizma i sustavom TZ, povezan i sa svim drugim mjerodavnim institucijama, čime su procesi nadzora i kontrole ilegalnog iznajmljivanja olakšani. Prema podacima iz sustava eVisitor sa stanjem na dan 3.03. 2019., zaduženje za sve obveznike na razini Splitsko – dalmatinske županije u razdoblju od 01.01. – 31.12. 2019. godine iznosilo je u bruto iznosu 114.657.649,04 kn. Od toga je u spomenutom razdoblju uplaćeno 112.631.675,09 kn, te sukladno tome potraživanja iznose 2.025.973,95 kn. Također, postoji još uvijek neuplaćeni dio iz prethodnog razdoblja koji trenutačno iznosi 12.322.004,50 kuna.

2.1.2. Turistička ČLANARINA

Prihodi od turističke članarine u 2019. godini plaćali su se temeljem čl. 65 Zakona o TZ i promicanju hrvatskog turizma te temeljem Zakona o članarinama u turističkim zajednicama. Pravna i fizička osoba koja u turističkoj općini ili gradu ima svoje sjedište ili podružnicu, pogon, objekt u kojem se pruža usluga i slično, a koja trajno ili sezonski ostvaruje prihod pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavljanjem s turizmom neposredno povezanih djelatnosti, plaćala je članarini turističkoj zajednici. 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.

Iz osnove turističke članarine u 2019. godini ostvareno je ukupno 2.768.415 kn što je za 16 posto više u odnosu na ostvarene prihode turističke članarine iz prethodne godine i 1 posto manje u odnosu na planirana sredstva temeljem izmjena i dopuna plana. Prihodi od turističke članarine sudjeluju sa 13% udjela u ukupno realiziranim prihodima turističke zajednice u 2019. godini. Od ukupno uplaćenih sredstva članarine u 2019., 7,5% izdvajalo se na posebni račun Hrvatske turističke zajednice i koristilo namjenski za potpore turističkim zajednicama na turistički nerazvijenim područjima, a preostala sredstva dostavljala su se korisnicima prema sljedećem rasporedu:

- 65% sredstava turističkoj zajednici općine ili grada
- 10% sredstava turističkoj zajednici županije
- 25% sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici.

Tabela:

Pregled prihoda od uplaćene članarine po TZ gradova, općina i mjesta za 2019. godinu i usporedba s 2018. godinom – 10% TZŽ

PRIHODI od turističke ČLANARINE (ukupno po TZ gradovima, općina i mjesta – 10%)

RE. BR.	TURISTIČKA ZAJEDNICA	TURISTIČKA ČLANARINA – 2019	TURISTIČKA ČLANARINA – 2018	INDEX 19/18
1.	TZ Baška Voda	41.049,64	45.210,93	91
2.	TZ Brela	37.773,39	26.887,87	140
3.	TZ Bol	49.492,24	43.749,40	113
4.	TZ Drvenik	8.793,91	10.968,94	80
5.	TZ Dugi Rat	71.903,79	59.927,29	120
6.	TZ Dugopolje	129.444,16	82.574,05	157
7.	TZ Gradac	22.752,32	15.602,73	146

8.	TZ Hvar	114.954,75	89.623,68	128
9.	TZ Igrane	5.908,84	5.292,60	112
10.	TZ Imota	23.450,57	19.558,59	120
11.	TZ Jelsa	19.923,18	21.106,27	94
12.	TZ Kaštela	171.021,82	158.004,64	108
13.	TZ Klis	12.037,49	13.188,14	91
14.	TZ Komiža	18.316,62	11.887,86	154
15.	TZ Makarska	134.157,17	130.817,50	103
16.	TZ Marina	23.091,27	16.807,55	137
17.	TZ Milna	8.958,91	8.698,11	103
18.	TZ Omiš	71.099,81	54.607,17	130
19.	TZ Okrug	19.882,42	19.026,88	104
20.	TZ Pučišća	5.840,31	8.550,36	68
21.	TZ Podstrana	59.262,44	60.014,23	99
22.	TZ Podgora	24.386,50	24.545,91	99
23.	TZ Postira	7.967,63	6.345,90	125
24.	TZ Supetar	55.980,63	46.138,05	121
25.	TZ Split	1.153.210,49	1.014.679,68	114
26.	TZ Sinj	38.102,32	32.165,41	118
27.	TZ Sutivan	10.219,56	5.074,94	201
28.	TZ Seget	53.701,60	27.912,75	192
29.	TZ Stari Grad	16.444,20	17.851,93	92
30.	TZ Selca	6.529,42	4.958,19	132
31.	TZ Sućuraj	2.068,68	2.362,61	88
32.	TZ Solin	87.708,19	76.591,03	114
33.	TZ Šestanovac	2.317,03	1.420,56	163
34.	TZ Šolta	12.777,33	11.370,81	112
35.	TZ Trilj	12.229,67	10.107,12	121
36.	TZ Trogir	99.457,65	84.612,20	117
37.	TZ Tučepi	51.704,84	33.542,04	154
38.	TZ Vis	27.771,04	22.999,87	121
39.	TZ Vrgorac	34.636,58	27.670,25	125
40.	TZ Vrlika	6.509,63	11.664,46	56
41.	TZ Vrboska	5.696,99	5.348,09	106
42.	TZ Živogošće	9.880,06	8.949,87	110
U K U P N O		2.768.415,09	2.378.416,46	116

Najveći iznos naplate turističke članarine u 2019. godini zabilježen je na području gradova Splita, Kaštela i Makarske te općine Dugopolje. Ukupno ostvareni prihodi boravišne pristojbe i turističke članarine u 2019. godini iznose 13.864.101 kn (bez nautike), što je za 19% više u odnosu na prošlu godinu.

Rekapitulacija prihoda BP i TČ po TZ – 10% TZŽ

RE. BR.	TURISTIČKA ZAJEDNICA	BORAVIŠNA PRISTOJBA	TURISTIČKA ČLANARINA	UKUPNO	UDIO %
1.	TZ Baška Voda	599.546,02	41.049,64	640.595,66	4,62
2.	TZ Brela	391.012,48	37.773,39	428.785,87	3,09
3.	TZ Bol	435.629,05	49.492,24	485.121,29	3,50
4.	TZ Drvenik	170.825,51	8.793,91	179.619,42	1,30
5.	TZ Dugi Rat	191.554,32	71.903,79	263.458,11	1,90
6.	TZ Dugopolje	18.001,97	129.444,16	147.446,13	1,06
7.	TZ Gradac	389.975,51	22.752,32	412.727,83	2,98
8.	TZ Hvar	507.830,80	114.954,75	622.785,55	4,49
9.	TZ Igrane	92.920,46	5.908,84	98.829,30	0,71
10.	TZ Imotski	31.841,03	23.450,57	55.291,60	0,40
11.	TZ Jelsa	281.557,68	19.923,18	301.480,86	2,17
12.	TZ Kaštela	309.218,17	171.021,82	480.239,99	3,46
13.	TZ Klis	16.225,62	12.037,49	28.263,11	0,20
14.	TZ Komiža	68.306,06	18.316,62	86.622,68	0,62
15.	TZ Makarska	970.262,20	134.157,17	1.104.419,37	7,97
16.	TZ Marina	129.236,38	23.091,27	152.327,65	1,10
17.	TZ Milna	99.621,03	8.958,91	108.579,94	0,78
18.	TZ Omiš	527.170,95	71.099,81	598.270,76	4,31
19.	TZ Okrug	314.491,53	19.882,42	334.373,95	2,41
20.	TZ Pučišća	39.190,70	5.840,31	45.031,01	0,32
21.	TZ Podstrana	418.717,71	59.262,44	477.980,15	3,45
22.	TZ Podgora	366.638,41	24.386,50	391.024,91	2,82
23.	TZ Postira	88.207,95	7.967,63	96.175,58	0,69
24.	TZ Supetar	343.781,97	55.980,63	399.762,60	2,88
25.	TZ Split	1.682.657,14	1.153.210,49	2.835.867,63	20,45
26.	TZ Sinj	16.341,61	38.102,32	54.443,93	0,39
27.	TZ Sutivan	83.669,81	10.219,56	93.889,37	0,68
28.	TZ Seget	561.765,76	53.701,60	615.467,36	4,44
29.	TZ Stari Grad	263.612,46	16.444,20	280.056,66	2,02
30.	TZ Selca	57.443,01	6.529,42	63.972,43	0,46
31.	TZ Sućuraj	32.720,20	2.068,68	34.788,88	0,25
32.	TZ Solin	59.841,51	87.708,19	147.549,70	1,06
33.	TZ Šestanovac	6.977,45	2.317,03	9.294,48	0,07
34.	TZ Šolta	83.283,76	12.777,33	96.061,09	0,69
35.	TZ Trilj	24.736,66	12.229,67	36.966,33	0,27
36.	TZ Trogir	338.249,48	99.457,65	437.707,13	3,16
37.	TZ Tučepi	526.950,07	51.704,84	578.654,91	4,17
38.	TZ Vis	115.342,11	27.771,04	143.113,15	1,03
39.	TZ Vrboska	3.594,39	34.636,58	38.230,97	0,28

40.	TZ Vrgorac	118.215,57	6.509,63	124.725,20	0,90
41.	TZ Vrlika	1.371,61	5.696,99	7.068,60	0,05
42.	TZ Živogošće	235.119,94	9.880,06	245.000,00	1,77
43.	Područja bez TZ	82.029,41	-	82.029,41	0,59
UKUPNO*		11.095.685,46	2.768.415,09	13.864.100,55	100,00

*podaci bez nautike

Raspodjela prihoda od boravišne pristojbe i turističke članarine u sustavu turističkih zajednica – TZŽ 10%, pri čemu se najveći obujam prihoda od boravišne pristojbe i turističke članarine realizira na području sljedećih TZ; grad Split – udio od 20%, grad Makarska - udio od 8%, općina Baška Voda – udio od 4,6%, grad Hvar – udio od 4,5% i općina Seget –udio od 4,4%.

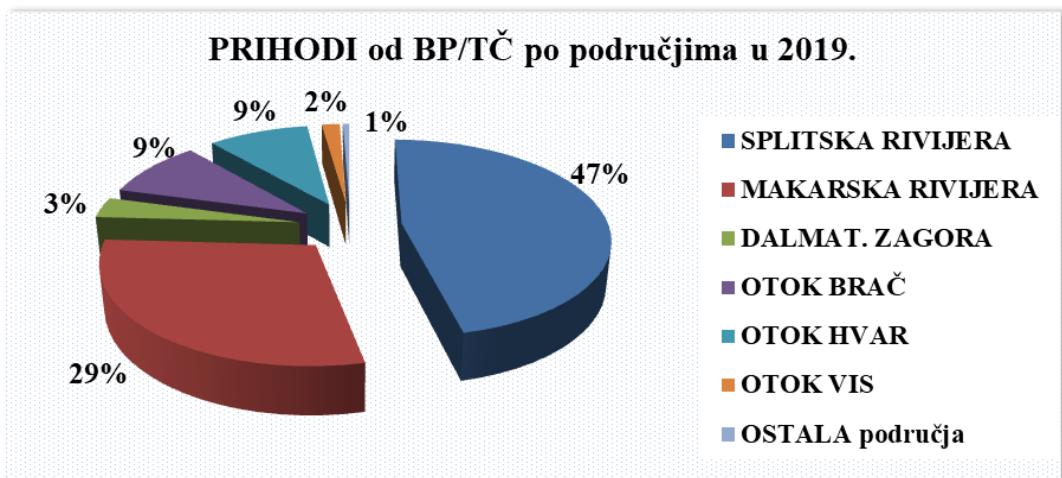
Struktura ostvarenih prihoda u 2019. godini po destinacijskim područjima unutar Županije, ukazuje da se najveći obujam naplate boravišne pristojbe i članarine ostvaruje na području Splitske rivijere i to u iznosu oko 6,4 milijuna kuna što je za 22% više naplate u usporedbi s prošlom godinom. Istovremeno udio Splitske rivijere u ostvarenim prihodima na razini Županije iznosi preko 46%. Na drugom mjestu slijedi područje Makarske rivijere, koje sa zabilježenim uplatama u iznosu od oko 4,08 milijuna kuna, a što je za 13% više naplate u usporedbi s 2018. godinom, ostvaruje učešće od 29% u prihodima TZ Splitsko – dalmatinske županije.

Tablica:

Raspodjela PRIHODA BP i TČ po destinacijama u 2019. i usporedba s 2018. – 10%TZŽ

Izvor: ured TZ SDŽ, Split

DESTINACIJSKA PODRUČJA	PRIHODI BP/TČ – 2019	PRIHODI BP/TČ- 2018	UDIO - % 2019	Index 19/18
SPLITSKA RIVIJERA	6.439.303,52	5.269.526,24	46,45	122
MAKARSKA RIVIJERA	4.079.657,27	3.613.178,12	29,43	113
DALMAT. ZAGORA	463.499,38	358.661,62	3,34	129
OTOK BRAČ	1.292.532,22	1.173.750,29	9,32	110
OTOK HVAR	1.277.342,92	974.161,93	9,21	131
OTOK VIS	229.735,83	188.531,48	1,66	122
OSTALA područja	82.029,41	67.942,05	0,59	121
UKUPNO	13.864.100,55	11.645.751,73	100,00	119



Otok Brač sa evidentiranim prihodima u iznosu od približno 1,3 milijun kuna, što predstavlja udio od 9% na razini regije, zauzima treće mjesto po ukupnom obujmu naplate boravišne pristojbe i turističke članarine u 2019. godini. Sa nešto manjim udjelom zastupljen je i otok Hvar koji je u 2019. godini ostvario iznos od 1,27 milijuna kuna naplate boravišne pristojbe i turističke članarine, a što je za 31% više 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 regije 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 usmjereno razvijanje turizma na postojećim i novim destinacijama. Splitsko – dalmatinska županija osigurava dio sredstava za realizaciju aktivnosti TZ Splitsko – dalmatinske županije 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 po predviđenim programima. U 2019. iz proračuna Županije doznačeno je TZ Splitsko – dalmatinske županije ukupno 450.000,00 kuna što je u skladu s planiranim sredstvima.

TURISTIČKE ZAJEDNICE	Iznos sredstava
- promocija turizma SD Županije za 2019. godinu	450.000 kn

Temeljem konačnog obračuna za 2019., prihodi iz proračuna Županije sudjeluju sa 2% udjela u ukupnim prihodima turističke zajednice.

2.1.4. Prihodi od drugih aktivnosti (REFUNDACIJE)

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. U tome su obuhvaćene refundacije i sufinanciranja od strane ustroja tj. sustava turističkih zajednica. To se prvenstveno odnosi na Hrvatsku turističku zajednicu, TZ Šibensko – kninske, TZ Zadarske, TZ Dubrovačko – neretvanske županije i drugih turističkih zajednica i subjekata 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 sufinanciranju te pisani dokument o pomoći iz višeg ustroja. Ukupan iznos prihoda od drugih aktivnosti ostvaren u 2019. iznosi 4.542.874 kuna, što je sukladno planiranim sredstvima temeljem izmjena plana.

Rekapitulacija prihoda od refundacija po partnerima = 4.542.874 kn

TURISTIČKE ZAJEDNICE	Iznos sredstava
Hrvatska turistička zajednica	4.003.270 kn
TZ Šibensko – kninske županije	24.949 kn
TZ Dubrovačko – neretvanske županije	24.949 kn
TZ Zadarske županije	9.225 kn
TZ Ličko – senjske županije	7.859 kn
Sustav TZ SDŽ – udruženo oglašavanje	310.000 kn
Sustav TZ SDŽ – sajmovi sufinanciranja	162.622 kn

U primitku je pregled prihoda od drugih aktivnosti po partnerima:

★ Hrvatska turistička zajednica = 4.003.270 kn

Program rada HTZ-a podrazumijeva ostvarenje određenih prepostavki 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, posebice kod dodatnog intenziviranja zajedničkih tržišnih aktivnosti u promidžbi.

Sufinancirane aktivnosti	Doz. sredstva
- refundacija troškova nastupa na sajmu „B-Travel“ Barcelona	20.000 kn
- refundacija troškova nastupa na sajmu „WTE“ u Rimu i sajmu „Borsa del Turismo Archeologico“ u Paestumu	31.000 kn
- sufinanciranje manifestacija/događanja na području SDŽ	492.000 kn
- refundacija troškova udruženog oglašavanja po Modelu I i II	3.458.830 kn
- refundacija troškova studijskih putovanja novinara, agenata i blogera u organizaciji HTZ-a i TZ SDŽ	1.440 kn

★ TZ Šibensko – kninske županije = 24.949 kn

Refundacija troškova temeljem realiziranih zajedničkih sajamskih nastupa na stranim emitivnim tržištima;

- Španjolska, Barcelona - sajam „B-Travel“, 22. – 24.03. 2019.
- Italija, Rim – sajam „WTE 2019“, 26. – 28.09. 2019.
- Italija, Paestum – „Borsa del Turismo ARCHEOLOGICO“, 14. – 17.11. 2019.

★ TZ Dubrovačko – neretvanske županije = 24.949 kn

Refundacija troškova temeljem realiziranih zajedničkih sajamskih nastupa na stranim emitivnim tržištima;

- Španjolska, Barcelona - sajam „B-Travel“, 22. – 24.03. 2019.
- Italija, Rim – sajam „WTE 2019“, 26. – 28.09. 2019.
- Italija, Paestum – „Borsa del Turismo ARCHEOLOGICO“, 14. – 17.11. 2019.

★ Turistička zajednica Zadarske županije = 9.225 kn

Refundacija troškova temeljem realiziranog zajedničkog sajamskog nastupa na sajmu „WTE“, Rim u razdoblju od 26. – 28.09. 2019. godine.

★ TZ Ličko – senjske županije = 7.589 kn

Refundacija troškova temeljem realiziranog zajedničkog sajamskog nastupa na sajmu „B – Travel“, Barcelona u periodu od 22. – 24.03. 2019.

★ TZ grada Splita = 26.197 kn

Refundacija 50% troškova zakupa i uređenja štanda u okviru štanda HTZ-a na sajmu WTM London, 5. – 6.11. 2019. godine

★ Sustav TZ SDŽ - udruženo oglašavanje po klasterima = 310.000 kn

Refundacije po osnovi udruženog oglašavanja za 2019. godinu, MODEL 1 – udruženo destinacijsko oglašavanje sustava TZ

Klasteri - naziv TZ-a	Iznos sredstava
MAKARSKA RIVIJERA	
TZ općine Gradac	13.900 kn
TZ mjesta Drvenik	6.000 kn
TZ mjesta Živogošće	6.300 kn
TZ mjesta Igrane	2.500 kn
TZ općine Podgora	11.400 kn
TZ općine Tučepi	15.500 kn
TZ grada Makarska	30.200 kn

TZ općine Baška Voda	21.900 kn
TZ općine Brela	12.300 kn
SPLITSKA RIVIJERA	
TZ općine Šolta	2.518 kn
TZ grada Omiša	15.778 kn
TZ općine Dugi Rat	6.085 kn
TZ općine Podstrana	10.509 kn
TZ grada Splita	36.936 kn
TZ grada Solina	1.087 kn
TZ grada Kaštela	8.422 kn
TZ grada Trogira	9.249 kn
TZ općine Okrug	11.059 kn
TZ općine Seget	12.772 kn
TZ općine Marina	5.585 kn
OTOK BRAČ	
TZ općine Selca	2.500 kn
TZ općine Sutivan	2.500 kn
TZ općine Postira	2.500 kn
TZ općine Milna	2.500 kn
TZ općine Bol	7.500 kn
TZ grada Supetra	7.500 kn
OTOK HVAR	
TZ grada Hvara	25.000 kn
OTOK VIS	
TZ grada Komiže	5.000 kn
TZ grada Visa	5.000 kn
DALMATINSKA ZAGORA	
TZ općine Šestanovac	1.250 kn
TZ općine Klis	1.250 kn
TZ općine Dugopolje	1.250 kn
TZ grada Vrgorca	1.250 kn
TZ grada Trilja	1.250 kn
TZ grada Vrlike	1.250 kn
TZ grada Sinja	1.250 kn
TZ područja Imota	1.250 kn

★ *Sustav TZ SDŽ – nastup na sajmu ITB Berlin po klasterima = 136.425kn*

Refundacije troškova zakupa štanda temeljem zajedničkog samostalnog sajamskog nastupa na sajmu ITB Berlin u razdoblju od 6. – 10.03. 2019.

Klasteri - naziv TZ-a	Iznos sredstava
TZ grada SPLITA – nositelj klastera	61.945 kn
TZ grada MAKARSKE – nositelj klastera	47.719 kn
TZ grada HVARA – nositelj klastera	12.958 kn
TZ općine BOL – nositelj klastera	13.803 kn

Temeljem konačnog obračuna za 2019. godinu, prihodi od drugih aktivnosti/refundacije sudjeluju sa 22 posto udjela u ukupnim prihodima turističke zajednice.

2.1.5. OSTALI prihodi

Ostali prihodi realizirani su u iznosu od 90.738 kn i predstavljaju kamate – prihode od pozitivnih tečajnih razlika, naknadu sredstava temeljem sudjelovanja u Operativnom programu – Hrvatski digitalni turizam (e-Turizam) nositelja Ministarstva turizma, a u kojem je TZ Splitsko – dalmatinska jedan od partnera i povrat sredstava temeljem dugoročnog najma vozila.

2.1.6. PRENESENI VIŠAK prihoda

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 financijskog 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 1.542.381 kn (1.561.937 kn u bruto bilanci zbog različitog načina prikazivanja troška amortizacije i troška nabave materijalnih sredstava u financijskim izvješćima koje podnosi ured TZ SDŽ), te je prenesen u 2019. godinu kao višak iz prethodne godine i sudjeluje sa 7 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 financijskim planom za 2019. godinu. Obzirom je realizacija financijskog plana TZ Splitsko – dalmatinske županije za 2019. godinu po stavci prihoda odstupala za 5% te su nastala pojedina odstupanja unutar samog rasporeda rashoda, donesene su izmjene i dopune financijskog plana za 2019. godinu. Temeljem financijskog plana TZ Splitsko – dalmatinske županije za 2019. godinu, planirani su ukupni rashodi u iznosu od 18.524.500 kn. Temeljem izmjena i dopuna financijskog plana procjenjivalo se da će se do kraja 2019. godine zabilježiti nešto veći rashodi od planiranih, čime bi se ostvario financijski rezultat za oko 2 milijuna kuna viška prihoda nad rashodima. Ukupni rashodi ostvareni u 2019. godini iznose **18.742.745 kuna** (u bruto bilanci 18.420.183 kn), što je za 1% manje u usporedbi s planiranim rashodima temeljem izmjena i dopuna plana, tj. u konačnici je realizirano približno 107 tisuća kuna manje rashoda, a što je i za 28% više u odnosu na rashode iz 2018. godine.

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 2019. godinu uključuje sljedeće stavke – *administrativni troškovi, dizajn vrijednosti, komunikacija vrijednosti, distribucija i prodaja vrijednosti, interni marketing, marketinška infrastruktura, posebni programi i ostali rashodi*. Program rada za 2019. godinu izrađen je temeljem Operativnog marketing plana turizma Hrvatske za 2013. godinu kojim su, sukladno Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, anticipirane značajne promjene u programskim aktivnostima sustava TZ-a, od kojih su najvažnije:

- ▶ **komunikacija vrijednosti** - veća usmjerenost na online komunikaciju i oglašavanje sa subjektima javnog i privatnog sektora, uz smanjivanje pojedinih segmenata offline komunikacije,
- ▶ **prodaja i distribucija** (nastupi na specijaliziranim sajmovima u suradnji s TZ Dalmacije + Lika i zajedničke prezentacije na značajnim emitivnim tržištima),
- ▶ **marketinška infrastruktura** (povećanje multimedejske produkcije i istraživanja tržišta),
- ▶ **dizajn vrijednosti** – veća potpora manifestacijama i novim projektima (razvoj DMK, potpora privatnom smještaju),
- ▶ **interni marketing** - program edukacije za javni i privatni turistički sektor i dr.
- ▶ **posebni programi**- potpore turistički nerazvijenim područjima i razvoj selektivnih oblika turističke ponude

Sukladno postavljenim ciljevima, u razradi marketinških taktika izvršena je i modifikacija proračuna vezanih uz pojedine aktivnosti marketing miksa na način da su sredstva za određeni dio aktivnosti povećana, za dio smanjena. Pri tome su novi marketing miks i aktivnosti fokusirane na realizaciju ciljeva, išle s ciljem da se u 2019. pridonese učvršćivanju imidža i daljem poboljšanju položaja hrvatskog i srednjodalmatinskog turizma na međunarodnom tržištu. S tim ciljem poduzimale su se brojne i različite promotivne aktivnosti na turističkim tržištima, kao i aktivnosti usmjerenе na produženju turističke sezone. 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. Uspješna promocija turističke ponude i svih njenih segmenata uz dobro osmišljen marketinški pristup i dostatna ulaganja finansijskih sredstava, predstavljali su osnovne zadatke u procesu kvalitetnog pozicioniranja turističke ponude na međunarodnom turističkom tržištu i profiliranja turističkog identiteta regije Srednje Dalmacije.

TZ Splitsko –dalmatinska zajedno sa lokalnim sustavom turističkih zajednica i u 2019. je po svijetu pronosila glas o privlačnosti i posebnosti turističke ponude Srednje Dalmacije, jačajući brend Srednje Dalmacije i Hrvatske kao vodećeg mediteranskog odredišta bogate prirodne i kulturne baštine, raznolike turističke ponude i kvalitetnog stila življenja. Promocija je bila fokusirana na tradicionalna emitivna tržišta i dr. bliske emitivne zemlje, što je u konačnici dalo rezultate. U marketinškom smislu, išlo se s porukom "*Srednja Dalmacija – srce Jadran*" i očito je da je i u 2019. učinjen pozitivan pomak u percepciji regije kao zanljive turističke destinacije. Tijekom 2019. godine realizirani su brojni sajamski nastupi, uz press konferencije, poslovne radionice, posebne prezentacije, oglašavanja i dr. aktivnosti. Nastavak valorizacije naslijeda i tradicije, kreiranje dodatnih proizvoda, jači razvoj selektivnih oblika turizma, ciljana promocija i edukacije turističkih djelatnika, bile su također aktivnosti koje je provodila TZ Splitsko - dalmatinske. Pri tome su promotivne aktivnosti bile ciljano usmjerene i to posebnim kanalima – društvenim stranicama, različitim portalima i relevantnim web stranicama, a cilj je bio stvoriti i što veću povezanost s DMC agencijama, kao partnerima koji će prodavati već osmišljene proizvode i programe. Nastavila se i praksa iz prijašnjih godina te se nadalje intezivno i kontinuirano surađivalo s lokalnim i primorskim županijskim turističkim zajednicama, poglavito u pogledu zajedničkih nastupa na inozemnim tržištima.

Pojačane sktivnosti bile su prisutne i na području on-line komunikacijske strategije, s naglaskom na optimizaciju sadržaja, on-line oglašavanje, pojačane aktivnosti na društvenim servisima i drugo. Obzirom je sve više ljudi okrenuto internetu, koji je danas najučikovitiji promotivni alat kada se govori o individualnom tržištu, vršila se intezivna promocija putem modela internet oglašavanja, posebice u razdoblju pred i posezone. Kao i svake godine organizirala su se u suradnji s HTZ-om i lokalnim ustrojem TZ studijska putovanja novinara i agenata sa značajnih tržišta s ciljem bolje promocije turističke ponude. Isto tako tiskanjem i distribucijom raznih promotivnih materijala, omogućilo se brojnim potencijalnim turistima i posjetiteljima pravodoban pregled turističke ponude regije te izbor odgovarajućeg odmorišnog odredišta. Promidžbenim aktivnostima nastojalo se pozicionirati Županiju kao receptivnu destinaciju koja uz ponudu sunca i mora posjeduje i bogatu prirodnu baštinu, povjesno i kulturno naslijeđe i niz atraktivnosti i doživljaja koje može ponuditi turistima. Sredstva su utrošena s ciljem povećanja plasmana turističkog proizvoda na turističkom tržištu te afirmacije sustava promidžbe u cjelini.

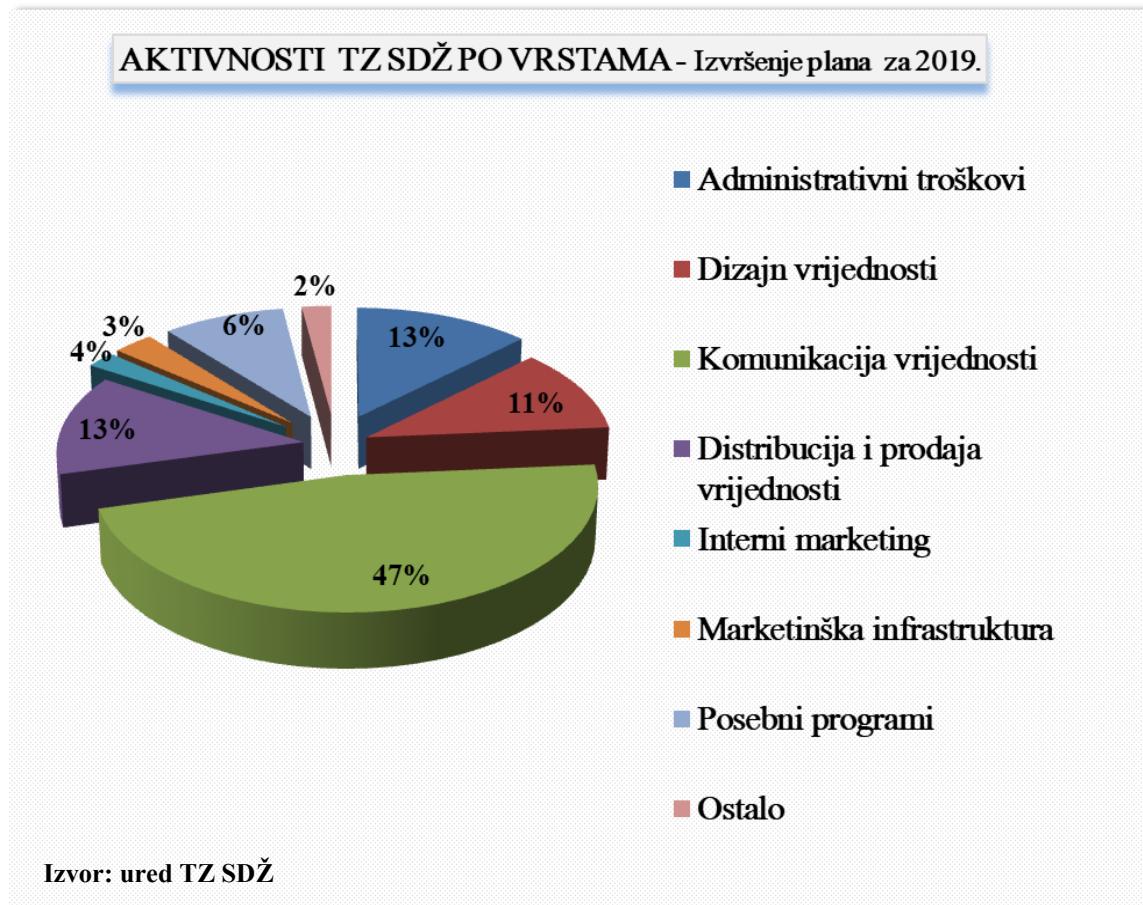
Tablica. - Rekapitulacija aktivnosti po vrstama

Rb	AKTIVNOSTI PO VRSTAMA	IZVRŠENJE 2019	REBPLANA 2019	IZ/RP	struk.
I.	ADMINISTRATIVNI TROŠKOVI	2.374.446	2.508.700	95	12,67
1.1.	Arhiva i logistika	107.867	100.000	108	0,58
1.2.	Troškovi rada tijela TZ	110.536	120.000	92	0,59
1.2.1.	Naknade	38.892	45.000	86	-
1.2.2.	Troškovi organizacije TV, NO i SK	71.644	75.000	95	-
1.3.	Troškovi Turističkog ureda	2.156.043	2.288.700	94	11,50
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	2.059.167	2.083.000	99	10,99
2.1.	Potpore i kreiranje događanja	1.528.000	1.550.000	98	8,15
2.3.	Potpore razvoju DMK-a	256.000	256.000	100	1,37
2.4.	Potpore razvoju privatnog smještaja	253.167	255.000	99	1,35
2.5.	Projekt Volim Hrvatsku	22.000	22.000	100	0,12
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI (A+B)	8.840.302	8.783.000	101	47,17
A.	Online komunikacije	2.402.067	2.370.000	101	12,82
3.1.	Internet oglašavanje	1.954.410	1.920.000	102	10,43
3.2.	Internet stranica i upravljanje stranicom	447.657	450.000	99	2,39
B.	Offline komunikacije	6.438.235	6.413.000	100	34,35
3.3.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama	4.822.298	4.860.000	99	25,73
3.4.	Oglašavanja razna	802.882	800.000	100	4,28
3.5.	Brošure i ostali tiskani materijali	403.184	345.000	117	2,15
3.6.	Suveniri i ostali promo materijali	167.621	165.000	102	0,90

3.7.	Info punktevi i info table	242.250	243.000	100	1,29
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	2.472.845	2.500.000	99	13,19
4.1.	Nastupi na turističkim sajmovima	1.305.381	1.300.000	100	6,96
4.2.	Studijska putovanja	967.959	1.020.000	95	5,16
4.3.	Prezentacije	199.505	180.000	111	1,07
V.	INTERNI MARKETING	394.721	409.000	96	2,10
5.1.	Edukacija (sustav TZ+turistička industrija)	196.925	210.000	94	1,05
5.2.	Koordinacija i nadzor sustava TZ	120.454	120.000	100	0,64
5.3.	Nagrade i priznanja	22.983	25.000	92	0,12
5.4.	E-newsletter	54.359	54.000	101	0,29
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	557.956	545.000	102	2,98
6.1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	33.146	35.000	95	0,18
6.2.	Istraživanje tržišta	305.688	310.000	99	1,63
6.3.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	219.122	200.000	110	1,17
VII.	POSEBNI PROGRAMI	1.645.831	1.646.000	100	8,78
7.1.	Razvoj turizma na nerazvijenim područjima				
-	projekti razvoja turizma dalmatinske Zagore	334.000	334.000	100	1,78
7.2.	Selektivni oblici turizma – novi proizvodi	1.311.831	1.312.000	100	7,00
VIII.	OSTALO	397.477	375.000	106	2,12
8.1.	Provođenje projekata iz GP turizma SDŽ	238.375	250.000	95	1,27
8.2.	Ostale neplanirane aktivnosti	136.302	100.000	136	0,73
8.3.	Potpore i sufinanciranja ostalo	22.800	25.000	91	0,12
UKUPNO		18.742.745	18.849.700	99	100,00

U strukturi realiziranih aktivnosti po vrstama, najveće učešće od 47% 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 internet oglašavanja i oglašavanja u promotivnim kampanjama subjekata javnog i privatnog sektora. Značajna sredstva temeljem realiziranih aktivnosti u 2019. godini utrošena su za potpore događanjima i manifestacijama, nastupe na turističkim sajmovima u inozemstvu, provođenje oglašavanja u raznim medijima, organizaciju studijskih putovanja novinara i agenata i realizaciju posebnih programa.

Troškovi provedenih aktivnosti u 2019. – STRUKTURA



Pojašnjenje pojedinih rashoda ostvarenih tijekom 2019. godine u usporedbi s Izmjenama i dopunama finansijskog plana za 2019. godinu, dano je u sljedećem pregledu.

1. ADMINISTRATIVNI troškovi

Planirana sredstva:	2.484.000 kn
Rebalans:	2.508.700 kn
Utrošena sredstva:	2.374.446 kn

Troškovi administrativnog marketinga uključuju rashode ureda turističke zajednice, troškove distribucije i skladištenja materijala i troškove rada tijela TZ. Ukupno gledajući, izmjenama i dopunama plana administrativni troškovi planirani su u iznosu od 2.508.700 kuna, a ostvareni u iznosu od 2.374.446 kuna što je za 5% manje u odnosu na izmjene i dopune plana. Sudjeluju u strukturi realiziranih rashoda programa rada sa 13 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 izdatke za troškove distribucije promotivnih materijala za potrebe sajmova i prezentacija. Navedeni troškovi planirani su izmjenama i dopunama plana u iznosu od 100.000 kn, a realizirani u iznosu od 107.867 kn.

1.2. Troškovi rada tijela TZ

Za rad TV, NO i Skupštine TZ Splitsko – dalmatinske, utrošeno je u 2019. godini ukupno 110.536 kn, što je za 8% manje u odnosu na planirana sredstva. 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 38.892 kn, a za troškove organizacije (najam dvorana, ugostiteljske usluge i sl.) 71.644 kn.

1.3. Turistički ured

Za rad i aktivnosti Turističkog ureda utrošeno je u 2019. godini ukupno 2.156.043 kn, što je za 6% manje u odnosu na planirane troškove. 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 2019	Rebplana 2019	Iz/Rp	Stru.
1.	Uredski materijal (potrošni, sitni inventar)	26.721	35.000	76	1,24
2.	Trošak poštarine	8.999	15.000	60	0,42
3.	Trošak telefona i mobitela	25.849	30.000	86	1,20
4.	Troškovi tekućeg i investicijskog održavanja	13.230	10.000	132	0,61
5.	Usluge najma i korištenja poslovnog prostora	91.457	90.000	102	4,24
6.	Bruto plaće	1.575.704	1.720.000	92	73,10
7.	Ostale naknade za zaposlene	123.030	123.000	100	5,71
8.	Dnevnice za službena putovanja-ured	5.581	5.000	112	0,26
9.	Naknade za putničke izdatke i noćenja-ured	21.183	20.000	106	0,98
10.	Upotreba osobnog auta u službene svrhe-ured	896	700	128	0,04
11.	Izdaci za prijevoz na posao i s posla	29.880	30.000	100	1,39
12.	Trošak reprezentacije	9.688	10.000	97	0,45
13.	Izdaci za stručnu literaturu i tisk	24.970	20.000	123	1,14
14.	Nabava uredske opreme	34.562	35.000	99	1,60
15.	Financijski rashodi	83.880	70.000	120	3,89
16.	Osiguranje djelatnika od nesretnog slučaja	5.034	5.000	101	0,23
17.	Usluge preventivne zaštite djelatnika	24.380	25.000	97	1,13
18.	Dugoročni najam vozila u poslovne svrhe	50.999	45.000	113	2,37
UKUPNO		2.156.043	2.288.700	94	100,0

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. rashode.

2. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Planirana sredstva:	1.670.000 kn
Rebalans:	2.083.000 kn
Utrošena sredstva:	2.059.167 kn

Troškovi stavke dizajn vrijednosti uključuju rashode za razne oblike potpora i to potpore za organizaciju događaja/manifestacija na području Županije, potpore za razvoj DMK-a, potpore za unapređenje aktivnosti privatnog smještaja i troškove realizacije projekta Volim Hrvatsku. Rashodi dizajna vrijednosti realizirani su u iznosu od 2.059.167 kuna, što je za 1% manje u odnosu na planirana sredstva temeljem izmjena plana te sudjeluju sa 11 posto u ukupnoj strukturi rashoda turističke zajednice.

2.1. Potpore i kreiranja DOGAĐANJA/MANIFESTACIJA

Planirana sredstva:	1.200.000 kn
Rebalans:	1.550.000 kn
Utrošena sredstva:	1.528.000 kn

TZ Splitsko – dalmatinske županije podržavala je tijekom 2019. godine održavanje zabavnih, sportskih, kulturnih i ostalih manifestacija i događanja koje su imale za cilj unapređenje proizvoda/ponude te stvaranje prepoznatljivog imagea regije u zemlji i inozemstvu. Potpore manifestacijama i događanjima pružale su 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 dijele se sukladno provedenom natječaju tj. temeljem Javnog poziva za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpore iz programa „Potpore za turističke manifestacije“ u 2019. godini za organizaciju lokalnih, županijskih, nacionalnih i međunarodnih događanja, koji je bio raspisan na internetskim stranicama Zajednice www.dalmatia.hr u razdoblju od 26. veljače do 26. ožujka 2019. godine i temeljem kojeg su odobrena sredstva u ukupnom iznosu od 1.166.000,00 kn.

Predmet Javnog poziva bila je dodjela bespovratnih novčanih sredstava za manifestacije od lokalnog, regionalnog, nacionalnog i/ili međunarodnog značaja kao glavnog motiva dolaska turista u destinaciju, a koje doprinose sljedećim ciljevima:

- Razvoju turizma, te kulturne i povijesne baštine,
- Podizanju kvalitete i količine turističke ponude,
- Razvoju kongresnog, kulturnog, aktivnog, ruralnog i ostalih selektivnih oblika turizma
- Razvoju sadržaja koji omogućavaju poboljšavanje kvalitete i produženju turističke sezone,
- Povećanju ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, posebice u razdoblju predsezone i posezone,
- Stvaranju prepoznatljivog imidža turizma Splitsko-dalmatinske županije.

Tablica - POPIS odobrenih manifestacija za sufinanciranje u 2019. godini

RB	ORGANIZATOR MANIFESTACIJE	NAZIV MANIFESTACIJE	ODOBRENA SREDST. TZ SDŽ
1.	Plesni klub "AMBER"	SPLITSKI MOTI – plesom protiv nasilja	8.000 kn
2.	KUD " Podstrana"	SUNLIGHT FESTIVAL - "Borba Sv. Jure i zmaja"	4.000 kn
3.	Udruga "DALMATIA EVENT"	Međunarodna konferencija: TURIZAM, PODUZETNIŠTVO I INOVATIVNE TEHNOLOGIJE	15.000 kn
4.	KUD Jedinstvo	ŠOTOBRACO SPLITOM 2019	7.000 kn
5.	KUD Jedinstvo	100.OBLJETNICA KUD-a JEDINSTVO	6.000 kn
6.	TZ grada KOMIŽE	35. RIBARSKA NOĆ	5.000 kn
7.	TZ grada KOMIŽE	8. Međunarodno natjecanje u BIG GAME RIBOLOVU	15.000 kn
8.	Udruga "OVDJE i SADA"	VOI" SA Festival	6.000 kn
9.	Povijesna postrojba "KLIŠKI USKOCI"	USKOČKI BOJ ZA KLIS	15.000 kn
10.	Povijesna postrojba "KLIŠKI USKOCI"	ZLATNA USKOČKA STRIJELA	4.000 kn
11.	TZ grada HVARA	OTILLO SWIMRUN HVAR	8.000 kn
12.	TZ grada HVARA	BAHRAN MERIDA CAMP	12.000 kn
13.	Klub pušača cigara "MAREVA"	CIGAR SMOKING WORLD CHAMPIONSHIP	8.000 kn
14.	Muzej triljskog kraja	PONS TILURI – MOST MEĐU SVJETOVIMA	3.000 kn
15.	Taekwondo klub IMOTSKI	XIII. Memorijalni turnir JOSIP JOVIĆ	3.000 kn
16.	Udruga "Festival MEDITERANSKOG FILMA"	12. FESTIVAL MEDITERANSKOG FILMA SPLIT	10.000 kn
17.	Udruga "Festival MEDITERANSKOG FILMA"	KINO MEDITERAN	10.000 kn
18.	Centar " FABULA"	Sajam i prezentacija "DALMACIJO SVE TI CVITALO..."	6.000 kn
19.	Udruga STUDENT PODUZETNIK	POLJICA NA DVA KOTAČA	2.000 kn
20.	TZ grada OMIŠA	OMIŠKA BOŽIĆNA BAJKA	10.000 kn
21.	TZ grada OMIŠA	OMIŠKI POLUMARATON 2019	7.000 kn
22.	TZ općine SUTIVAN	ISLAND LIVING	3.000 kn
23.	TZ općine SUTIVAN	MORE&JAZZ – international jazz festival	4.000 kn

24.	Udruga građana PELIŠNJAK	TAM TAM MUSIC FESTIVAL	4.000 kn
25.	ŠU "GAZ – JABUKA"	PUTEVI CARA DIOKLECIJANA: Trilj, Dugopolje, Solin, Split	5.000 kn
26.	ŠU "GAZ – JABUKA"	5. ŽENSKA ALKA	3.000 kn
27.	Centar za istraživanje hrvatskog iseljeništva	2.MEĐUNARODNA KONFERENCIJA - Iseljenički turizam	8.000 kn
28.	Udruga "POKRENIMO TIJARICU"	16. "DANI KOMINA, PURE I BRONZINA"	4.000 kn
29.	AEROKLUB Sinj	Međunarodni zrakoplovni jedriličarski kup	3.000 kn
30.	TZ grada VRLIKE	VRLIČKO LJETO 2019- Dani M. Begovića	6.000 kn
31.	TZ grada VRLIKE	BIKE&CAMP - VRLIKA 2019	3.000 kn
32.	Š.D. "Rukometni vratar"	MEĐUNARODNI KAMP RUKOMETNIH VRATARA	15.000 kn
33.	Š.D. "Rukometni vratar"	SVJETSKI VETERANSKI RUKOMETNI KUP	10.000 kn
34.	ZTD Sinj	Međunarodna zrakoplovna priredba SINJ AIR SHOW	8.000 kn
35.	Športska udruga "Omiš - PLIVAČKI MARATON"	"26. Otvoreno prvenstvo Dalmacije u daljinskom plivanju - OMIŠ MARATON 2019" "17. Državno prvenstvo u daljinskom plivanju na 10000 metara", "Rekreacijski marathon na 1501 METAR"	10.000 kn
36.	TZ mjesta DRVENIK	DOWNHILL ALBERTO FORTIS	2.000 kn
37.	HPD "MOSOR"	Utrka "KOZJAČKI SATARLUK"	3.000 kn
38.	Udruženje obrtnika BRAČ	4. BRAČKA VEČER LIPOTE	8.000 kn
39.	PE udruga "GATA"	13. MOSOR GREBBENING	4.000 kn
40.	BOMIS d.o.o.	Međunarodna INVESTICIJSKA KONFERENCIJA	8.000 kn
41.	Kickboxing klub PIT BULL	2. KICKBOXING SUMMER CAMP	5.000 kn
42.	Kickboxing klub PIT BULL	23.CROATIA OPEN-MEMORIAL Davor Jović	6.000 kn
43.	KARAMAN KONCERT d.o.o.	SUSHI FESTIVAL SPLIT 2019	10.000 kn
44.	KARAMAN KONCERT d.o.o.	Izbor za MISS ADRIATIC turizma RH	10.000 kn
45.	Agencija VIP	MY GLOBAL FASHION AWARDS	7.000 kn
46.	TZ grada TROGIRA	2. TROGIR OUTDOOR FESTIVAL	10.000 kn
47.	TZ grada TROGIRA	VRIDNE RUKE OBALE, ZAGORE I ŠKOJA	8.000 kn
48.	Promotor kulturnog događanja "GAJ LABIRIJE"	UTAKMICA DELMATA I RIMLJANA	5.000 kn
49.	KUD "Ognjište Radošić"	26. SEOSKA OLIMPIJADA RADOŠIĆ 2019	10.000 kn
50.	Splitski AUTO KLUB	22. NAGRADA MALAČKE SV. DUJAM 2019.	10.000 kn
51.	TZ grada SOLINA	MEĐUNARODNI KONGRES POVIJESNIH GRADОVA	18.000 kn
52.	TZ grada SOLINA	"Solin WINTERFEST"	6.000 kn
53.	Udruga DALMATIA FILM festival	DALMATIA FILM FESTIVAL	15.000 kn
54.	TZ IMOTA	Pustolovna uturka IMO STAGE RUN	5.000 kn
55.	TZ grada SINJA	GLAZBENE VEČERI NA UTVRDI KAMIČAK	5.000 kn
56.	TZ grada SINJA	DORUČAK NA OTVORENOM ZA USKRSNI PONEDJELJAK	4.000 kn
57.	Udruga "ŠKMER"	Međunarodni kulinarski festival "BISER MORA"	15.000 kn
58.	Udruga "ŠKMER"	4.GRAND GOURMET	5.000 kn
59.	REK "HVIDR-a SPLIT"	"SPLIT-EKO 2019."	5.000 kn
60.	KUD "SLIME"	XVIII. IVANJSKE VEČERI-SLIME 2019	7.000 kn
61.	PODUZETNIČKI CENTAR SINJ	14. Nacionalni sajam PRŠUTA I TRAJNIH SUHOMESNATIH PROIZVODA, SINJ 2019	5.000 kn
62.	TZ mjesta VRBOSKA	DANI SV. LOVRE	4.000 kn

63.	TZ mjesa VRBOSKA	SUSRET Klapa OTOKA HVARA	4.000 kn
64.	TZ IMOTA	Ronjenje i istraživanje CRVENOG JEZERA	7.000 kn
65.	KUŠD "CISTA VELIKA"	CISKO LITO 2019	5.000 kn
66.	Poljoprivredna zadruga POSTIRA	FEŠTA OD UJA	2.000 kn
67.	Poljoprivredna zadruga POSTIRA	3. Svjetsko PRVENSTVO U BRANJU MASLINA	6.000 kn
68.	TZ općine MILNA	KALATON	2.000 kn
69.	TZ općine MILNA	MINTARSTVO SRCE LITA 2019	6.000 kn
70.	BK GRMA	Malonogometni turnir SV. ROKO 2019	5.000 kn
71.	Udruga "SUN RUN - Gradac"	2. SUN RUN HALF MARATHON	3.000 kn
72.	NK Adriatic Split	Međunarodni nogometni turnir PRVI KORACI	5.000 kn
73.	TZ grada TRILJA	TRILJSKA BICIKLIJADA	4.000 kn
74.	TZ općine DUGI RAT	15.FESTIVAL POLJIČKOG SOPARNIKA	6.000 kn
75.	TZ mjesa IGRANE	DANI KRALJA ARTHURA	5.000 kn
76.	Savez pčelarskih udruga SDŽ	X. Međunarodni pčelarski sajam "DALMATINA" 2019	4.000 kn
77.	Klub SPLIT – K ROL	3. Međunarodni turnir odbojke SPLIT OPEN 2019	6.000 kn
78.	Planinarska udruga DINARIDI	Otkrivanje spomenika 7.GBR Puma i otvaranje planinarskog skloništa na Dinari	3.000 kn
79.	TZ općine MILNA	"GUŠTI O ŠTAJUNA"	4.000 kn
80.	TZ grada VISA	VIŠKO LJETO 2019	5.000 kn
81.	Udruga "Joga u svakodnevnom životu"	LJETNA JOGA NA BAČVICAMA	2.000 kn
82.	TZ grada STAROGA GRADA	Festival mora i mornara DANI U VALI 2019	8.000 kn
83.	MAKEDONSKI kulturni centar	DANI MAKEDONSKE KULTURE 2019	2.000 kn
84.	TZ općine JELSA	JELSA OD VERSA	4.000 kn
85.	TZ općine POSTIRA	X. NOĆ HRAPOĆUŠE	6.000 kn
86.	TZ općine POSTIRA	XIII. MALA NOĆNA REGATA	5.000 kn
87.	Hoteli ZLATNI RAT d.d.	Biciklistička uturka XCM BLUESUN EPIC 2019	10.000 kn
88.	Laniva d.o.o.	6. Međunarodni festival OKUSI MEDITERAN	12.000 kn
89.	TZ općine SELCA	BRAČ RUN	5.000 kn
90.	TZ općine BOL	SUB ECO BOL 2019	3.000 kn
91.	TZ općine BOL	BOLSKE LITNJE NOĆI	4.000 kn
92.	ŠRJ "URAGAN"	WORLD MARTIAL ARTS GAMES 2019	8.000 kn
93.	TZ grada KAŠTELA	LEGENDA O MILJENKU I DOBRILI	6.000 kn
94.	TZ grada KAŠTELA	10. DANI TRADICIJSKIH OBRTA I FOLKLORNE BAŠTINE	5.000 kn
95.	TZ općine GRADAC	Festival poljskog filma WISLA	4.000 kn
96.	TZ općine GRADAC	TRIBUTE TO ROCK FESTIVAL	5.000 kn
97.	Udruga "LANTERNA MAGICA"	9. Međunarodni festival "POSTIRA SEASIDE FILM FESTIVAL 2019"	4.000 kn
98.	DIOKLECIJANOVA LEGIJA	ŽIVI MUZEJ	4.000 kn
99.	DIOKLECIJANOVA LEGIJA	TOUR DE GLADIATOR	3.000 kn
100.	SINJSKI Kulturni urbani pokret	S.A.R.S. MUSIC and BEER FESTIVAL	3.000 kn
101.	BOAT SHOW d.o.o.	CROATIA BOAT SHOW	15.000 kn
102.	Gradska glazba "ZVONIMIR Solin"	III Međunarodni festival PUHAČKIH ORKESTARA SOLIN 2019	3.000 kn
103.	Udruga "Hrvatska kulturno UMJETNIČKA BAŠTINA	24. Međunarodna ljetna GLAZBENA ŠKOLA PUČIŠĆA	4.000 kn
104.	Udruga ANNALE ART ADRIA	32. ADRIA ART ANNALE	2.000 kn

105.	KAM – HRAM	Ciklus predstava suvremenog cirkusa u Domu mlađih	2.000 kn
106.	Jedriličarski klub LABUD SPLIT	88. MRDUJSKA REGATA MRDUJA OPTIMIST KUP	8.000 kn
107.	Udruga SOLINJANI	IZ SOLINSKOG LONCA – što su jeli naši stari	2.000 kn
108.	Udruga DALMATINKO	DALMATINKO CUP 2019	10.000 kn
109.	Udruga DALMATINKO	MEMORIJAL Petar Kalinić Klija 2019	8.000 kn
110.	Udruga "BASKET GRADAC"	STREETBALL "We love this game"	4.000 kn
111.	Udruga DANI HRVATSKE MALE BRODOGRADNJE	DANI HRVATSKE MALE BRODOGRADNJE I SAJAM TURISTIČKIH ATRAKCIJA	8.000 kn
112.	Udruga UMSSRSDŽ	KONJIČKA KARAVANA 2019	4.000 kn
113.	Udruga UMSSRSDŽ	10. MEMORIJALNA REGATA	4.000 kn
114.	FANCY FLOWERS d.o.o.	"WEDDING DAY"2019	10.000 kn
115.	Triatlon klub "SPLIT"	Humanitarna akcija "DINA ZA MIR"	2.000 kn
116.	RICERCA MERCATO	Konferencija VRHUNSKIH ZNALACA VINA	10.000 kn
117.	Udruga MALE ŽICE	9. Međunarodni festival OMIŠ GUITAR FEST	15.000 kn
118.	Udruga KLAPE GOSPI SINJSKOJ	11. Festival MARIJANSKO DUHOVNE PJESEN KLAPE GOSPI SINJSKOJ	3.000 kn
119.	Udruga ZVIR	LOKVARSKO KULTURNO LJETO	2.000 kn
120.	TZ grada VRGORCA	DANI DALMATINSKOG PRŠUTA I VINA	12.000 kn
121.	KAM – HRAM	CABARET – otvorena večer PERFORMANCE	2.000 kn
122.	Šahovski klub BRDA Split	SPLIT CHESS OPEN 2019	8.000 kn
123.	Centar za kulturu ZLATNA vrata	KLASIKA AL FRESCO	3.000 kn
124.	Klub "Daljinskog plivanja SPLIT"	Plivački maraton VIS - SPLIT	3.000 kn
125.	Institut za povijest umjetnosti	OTKRIVANJE DALMACIJE 5	2.000 kn
126.	Udruga ODRŽIVI OTOK	U POTRAZI ZA DALMACIJOM	3.000 kn
127.	Udruga "MOZAIK STRIPA"	12. Međunarodni FESTIVAL STRIPA- MaFest 2019	12.000 kn
128.	Ekonomski fakultet u Splitu	MEĐUNARODNA LJETNA ŠKOLA 2019: Regionalni razvoj i politika	4.000 kn
	Ekonomski fakultet u Splitu	13. znanstveni skup IZAZOVI EUROPE; rast konkurentnost, inovativnost i blagostanje	8.000 kn
129.	VAGARI d.o.o. putnička agencija	TOP ART FESTIVAL 2019.	4.000 kn
130.	FISCALIS d.o.o.	26. INTERSTAS, 22. ITF'CRO, 17. KEA-CRO	10.000 kn
131.	KAMPA j.d.o.o.	PUTUJ, MAŠTAJ I UČI	2.000 kn
132.	Kulturno SREDIŠTE SINJ	KAMIČAK ETNO FESTIVAL	2.000 kn
133.	Udruga košarkaških VETERANA ADRIATIC SPLIT	VI. Međunarodni košarkaški turnir VETERANA - ADRIATIC CUP 2019 JELSA	2.000 kn
134.	Udruga PLESNI INKUBATOR	BIG BEACH BATTLE	2.000 kn
	Udruga PLESNI INKUBATOR	KINDER BEACH FESTIVAL	2.000 kn
135.	VINO HVAR d.o.o.	TRATAMENAT POD ZVIZDAMA	2.000 kn
136.	UDRUGA "Positivna sila"	ULIČNE CIRKUSKE FORME	3.000 kn
137.	KUD "MILE GOJSALIĆ"	17. DANI MILE GOJSALIĆ-KOSTANJE 2019	6.000 kn
138.	JK PODSTRANA	PWA SLALOM QULIFIER & YOUTH	6.000 kn
139.	Udruga VAL KULTURE	LEGENDFEST	5.000 kn
140.	TZ općine BAŠKA VODA	PRVOSVIBANJSKI URANAK	5.000 kn
141.	TZ općine BAŠKA VODA	7. sajam OKUSI HRVATSKU	6.000 kn
142.	TZ općine OKRUG	CITY GAMES	4.000 kn
143.	TZ općine OKRUG	RIBARSKA NOĆ	2.000 kn
144.	Udruga "Studio Renata"	Ljetni BALETNI SEMINAR Sutivan	2.000 kn

145.	Društvo Poljičana SVETI JURE	GASTRONOMSKE VEČERI "POLJIČKI SOPARNIK"	4.000 kn
146.	SLOBODNA DALMACIJA d.d.	VINSKI PODRUM	8.000 kn
147.	Udruga SPLIT AT NIGHT	SPLIT AT NIGHT JAZZ FESTIVAL	2.000 kn
148.	Udruga zdravlja i ljepote- "B&G"	SAJAM "II.MEDITERAN 365" 2019	10.000 kn
149.	Klaster za razvoj ZORA	KREATIVNO PROLJEĆE	7.000 kn
150.	EDUKACIJA I PLES – STEP	MASTER CLASS 2019	2.000 kn
151.	TZ općine ŠOLTA	POTEZANJE MRDUJE 2019	5.000 kn
152.	TZ općine ŠOLTA	13. SUSRET KLAPO U DONJEM SELU	4.000 kn
153.	Klub CETINA ADVENTURE	SINJ TRAIL	2.000 kn
154.	Klub CETINA ADVENTURE	CETINA ADVENTURE RACE I GRADSKI IZAZOV	4.000 kn
155.	JUDO klub "SPLIT"	KUP JADRANA U JUDU 2019	6.000 kn
156.	FESB	SPLITECH 2019 – konferencija o tehnologijama	8.000 kn
157.	"WOLFMAN j.d.o.o."	9. SPLIT BLUES FESTIVAL	5.000 kn
158.	"WOLFMAN j.d.o.o."	EVO RUKE – revija urbane kulture	8.000 kn
159.	Udruga gluhih SDŽ	SVETI DUJE za gluhe osobe sportaše SDŽ	2.000 kn
160.	Javna ustanova u kulturi ZVONIMIR SOLIN	ETHNO ON THE ROAD	3.000 kn
161.	I. GIMNAZIJA SPLIT	Međunarodna izložba fotografija NOVI HORIZONTI	3.000 kn
162.	KUD Pleter Dugopolje	16. Folklorni susreti ljepota u kamenu kamenitom	5.000 kn
163.	Konjički KLUB ALKAR - 1968	CROATIS CUP I ENDIRANCE	5.000 kn
164.	Konjički KLUB ALKAR - 1968	Međunarodne GALOPSKE TRKE I 5. MEMORIJAL IVICA GLAVAN - IĆO	4.000 kn
165.	Agencija za upravljanje STAROGRADSKIM POLJEM	PLODOVI POLJA	5.000 kn
166.	Klub LETENJA PEGAZ	DALMATIAN OPEN 2019	7.000 kn
167.	KUD "Cetina"	GASTRO DELICIJE Zagore u zemane	3.000 kn
168.	Udruga za promicanje UMJETNOSTI SINJ	KAŠETARNICA 2019.	2.000 kn
169.	PERIVOJ 2018 d.o.o.	SPLITSKI DANI PIVA	7.000 kn
170.	PERIVOJ 2018 do.o.	BOŽIĆNA BAJKA	5.000 kn
171.	Klaster udruga MREŽA (K.U.M.)	TROGIR MI PRIČA	2.000 kn
172.	Klapa TROGIR 1964	KUD KRALUŠ iz Stupnika	3.000 kn
173.	Društvo ARTORIUS Podstrana	LEGENDA O ARTURU I ZMAJU	4.000 kn
174.	Umjetnička organizacija BESA	7.BESA FESTIVAL	4.000 kn
175.	Udruga PICAFERAJ	PRIČA O KONOBI	7.000 kn
176.	Udruga SV.JAKOVA	OPERA SELECTA 2019	3.000 kn
177.	Udruga NAVADA	DANI KULINARSKE BAŠTINE	4.000 kn
178.	Udruga TARTAJUN	Festival PUHIJADA	2.000 kn
179.	Udruga ADRIA	MAKARSKA JAZZ FESTIVAL	5.000 kn
180.	FOTO KLUB Split	SPLIT FORMAT	4.000 kn
181.	Centar za kulturu OMIŠ	OSTINATO – 3.International chamber festival	8.000 kn
182.	Udruga IMENA	FESTIVAL KULTURE IMENA BOL 2019	3.000 kn
183.	MODUX PAX d.o.o.	BOŽIĆNO SELO GORNJI DOLAC	10.000 kn
184.	Općina PRIMORSKI DOLAC	KORIJENI U KAMENU	6.000 kn
185.	Klaster udruga MREŽA (K.U.M.)	DALMATINSKA ŠTORIJA	2.000 kn
186.	Klaster udruga MREŽA (K.U.M.)	TROGIR MI PRIČA	2.000 kn
187.	Klaster zdravstvenog turizma SDŽ	DALMATIAHEALTH 365	12.000 kn

188.	PRIRODOSLOVNI muzej Split	DANI TOVARA I TRADICIONALNIH ZANATA	5.000 kn
189.	PRIRODOSLOVNI muzej Split	Božićna priča KAR NAŠIH DIDOVA	5.000 kn
190.	Muzej STAROGA GRADA	HELIOAS – 55.god.hotelskog turizma	4.000 kn
191.	Udruga DALMACIJA EQUINO	ANCIENT SALONA EQUESTRIAN SHOW	3.000 kn
192.	TZ grada MAKARSKE	ŠUMOTEKA – knjižnica na otvorenom	8.000 kn
193.	TZ grada MAKARSKE	MAKARSKA CRAFT FESTIVAL 2019	10.000 kn
194.	KUD Mosor Gata	DANI IVE MARJANOVIĆA	4.000 kn
195.	KUD Mosor Gata	JURJEVO	2.000 kn
196.	Vatrogasno društvo BOL	SPORT VALLUN FEST 2019	4.000 kn
197.	Ragbi klub NADA Split	FESTIVAL XV. EGORF SPLIT	10.000 kn
198.	Udruga BLOCKADA	BLOCKSLIT konferencija	7.000 kn
199.	Udruga ŠAKAN	ŠAKAN festival	2.000 kn
200.	Obrt za usluge OLJA	GASTROADVENT U SPLITU	10.000 kn
201.	TZ općine ŠESTANOVAC	ŠESTANOVAČKO LITO 2019	4.000 kn
202.	TZ OPĆINE ŠESTANOVAC	BICIKLJAJA 2019	3.000 kn
203.	Udruga SPLITSKI SOLISTI	LJETNI GLAZBENI AKVAREL	4.000 kn
204.	Platforma DOMA MLADIH	GRADIMO DOM ZAJEDNO: filmski programi	5.000 kn
			1.166.000 kn

Također, kako bi se ravnomjernije raspodjelila sredstva, raspisan je u istom razdoblju i poseban „Javni poziv za potpore **turističkim TOP događanjima** na području Splitsko-dalmatinske županije u 2019. godini“. Predmet Javnog poziva je bila dodjela bespovratnih novčanih sredstava TZ Splitsko – dalmatinske za TOP događanja na području Županije, koja su glavni motiv dolaska turista u destinaciju i doprinose sljedećim ciljevima:

- promociji Županije kao turističke destinacije
- unapređenju/obogaćivanju turističkog proizvoda/ponude pojedine uže ili šire destinacije unutar županije
- razvoju sadržaja koji omogućavaju produljenje turističke sezone
- povećanju ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, posebice u razdoblju pred i posezone
- jačanju snage brenda turizma Splitsko-dalmatinske županije
- stvaranju prepoznatljivog imidža turizma Splitsko-dalmatinske županije.

Riječ je o prepoznatljivim događanjima, održanim najmanje dva puta u posljednjih pet godina za koja se procjenjuje da su motiv dolaska najmanje 5.000 posjetitelja te imaju jak promidžbeni učinak u destinaciji i inozemstvu. Sukladno navedenome, temeljem provedenog natječaja odobrena su i isplaćena sredstva u iznosu od 400.000,00 kn.

Tablica - POPIS odobrenih TOP manifestacija za sufinanciranje u 2019. godini

RB	ORGANIZATOR MANIFESTACIJE	NAZIV MANIFESTACIJE	ODOBRENA SREDSTVA
1.	Udruga DALMACIJA TRAILS	DALMACIJA ULTRA TRAIL	30.000 kn
2.	TZ grada TRILJA	THRILL BLUES FESTIVAL	30.000 kn
3.	Udruga PICAFERAJ	U ČAST HRVATSKE GLAZBE	40.000 kn
4.	TENIS KLUB Kaštela	WTA CROATIA BOL OPEN	60.000 kn
5.	Festival DALMATINSKIH Klapa OMIŠ	53. FESTIVAL DALMATINSKIH Klapa	30.000 kn
6.	Marathon klub MARJAN	19. SPLIT HALF MARATHON	30.000 kn
7.	Viteško ALKARSKO DRUŠTVO	304. SINJSKA ALKA	50.000 kn
8.	Top SPORT EVENTS d.o.o.	CRO RACE	90.000 kn
9.	TZ grada OMIŠA	GUSARSKA BITKA 2019	40.000 kn
UKUPNO			400.000 kn

Javnim pozivima definira se procedura dodjele sredstava, namjena sredstava, korisnici sredstava, prihvatljivost troškova, kriteriji i prioriteti za odobravanje sredstava, potrebna dokumentacija, postupak realizacije, rok i način podnošenja kandidature i način isplate potpore. Za potpore svim događajima i manifestacijama organiziranim na području Splitsko – dalmatinske županije planiralo se 1.200.000 kn, ali su nakon provedenog natječaja odobreno sredstva u ukupnom iznosu od 1.566.000 kn. Izmjenama i dopunama plana iznos je u određenoj mjeri smanjen zbog odustajanja pojedinih organizatora od same organizacije događanja ili nedostavljanja dokumentacije, te je u konačnici utrošen iznos od 1.528.000 kn.

2.2. Potpora razvoju DMK

Planirana sredstva:	250.000 kn
Rebalans:	256.000 kn
Utrošena sredstva:	256.000 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. S opsežnim specifičnim znanjem o lokalnim resursima i mogućnostima pojedine destinacije, specijalizirane receptivne turističke agencije (DMK) jedan su od ključnih aktera u diversifikaciji i podizanju ukupne vrijednosti destinacijske ponude, odnosno u kreiranju i plasiraju ponude složenih turističkih proizvoda/paket aranžmana, prilagođenih potrebama i/ili zahtjevima pojedinih tržišnih segmenata turista.

Rekapitulacija troškova potpore razvoju DMK-a = 256.000 kn

Vrste troškova	Iznos troška
Potpore za programe promocije složenih turističkih proizvoda temeljem JAVNOG POZIVA	221.000 kn
Sufinanciranje organizacije SPLITB2B, konferencije turizma posebnih interesa u turizmu, Split 11. – 14.03. 2019	35.000 kn

Upravo s ciljem potpore razvoja destinacijskih menadžment kompanija (DMK), TZ Splitsko – dalmatinska već godinama pruža potporu, što je nastavljeno i u 2019. godini. Dana 19. ožujka 2019. godine objavljen je na internetskim stranicama JAVNI POZIV za kandidiranje potpora za programe promocije složenih turističkih proizvoda za tržište posebnih interesa u 2019. godini sa definiranim uvjetima, kriterijama i namjenom trošenja sredstava. Temeljem predmetnog natječaja odobrena su sredstva u iznosu od 221.000 kn. Predmet Javnog poziva bila je dodjela bespovratnih novčanih sredstava za programe promocije složenih turističkih proizvoda za tržište posebnih interesa koji su pridonosili sljedećim ciljevima:

- aktiviranju neiskorištenih turističkih resursa i kreiranju novih motiva dolazaka turista na cijelom području Županije
- obogaćivanju turističke ponude regije u cjelini,
- razvoju sadržaja koji omogućavaju produženje turističke sezone i smanjenje sezonalnosti, te povećanju turističkog prometa, posebice u razdoblju predsezone i posezone
- stvaranju prepoznatljivog imidža Splitsko – dalmatinske županije kao destinacije turizma posebnih interesa
- tržišnoj valorizaciji složenih turističkih proizvoda kao razlogu dolaska turista na područje Splitsko – dalmatinske županije.

Pod složenim turističkim proizvodom za tržište posebnih interesa podrazumijevao se paket aranžman koji se sastoji od usluge prijevoza, smještaja i drugih turističkih usluga namijenjenih tržišnim segmentima posebnih interesa (za ljubitelje kulturnog, ruralnog, zdravstvenog i aktivnog turizma, arheologije, enogastronomije, arhitekture i ostalih oblika selektivnog turizma). Sredstva potpore odobravala su se za programe promocije za specifične/tematske proizvode u Županiji, pri čemu su se podrazumijevali proizvodi iz sljedeće grupe: kulturni, ruralni, aktivni, zdravstveni i vjerski turizam te enogastronomija. S korisnikom kojem je TZ Splitsko – dalmatinske županije odobrila potporu, sklopljen je ugovor kojim se uređuje: način korištenja potpore, način praćenja realizacije programa, isplata potpore, nadzor namjenskog korištenja potpore i druga pitanja vezana za realizaciju programa i dodjelu potpore.

Tablica – Prikaz agencija s odobrenim sredstvima u 2019. temeljem natječaja

Naziv AGENCIJE	Odobrena sredstva
TA “EKLATA” Split	32.000 kn
TA “AKTIVNI ODMOR”	10.000 kn
TA „SHUTTLE“, Split	25.000 kn
TA “UNILINE” Pula	42.000 kn
TA “TRIFORA” Split	15.000 kn
TA “VENTULA Travel DMC”, Split	12.000 kn
TA “GALAXY TRAVEL, Split	25.000 kn
TA “INTOURS DMC - Demaco”, Split	25.000 kn
TA “3D ADVENTURE, Split	15.000 kn
DARIO promet j.d.o.o.	20.000 kn

TZ Splitsko – dalmatinske županije aktivno surađuje s UHPA-om na implementaciji projekta razvoja DMK-a na području Splitsko – dalmatinske županije. U okviru projekta provede se aktivnosti na razvoju DMK-a i to posebno klastera eno-gastro, aktivnog i kulturnog turizma. U organizaciji Udruge destinacijskih menadžment kompanija Dalmacije (UDMKD) i TZ Splitsko – dalmatinske županije organizirana je u 2019. godini u period od 11. – 14. ožujka 2019. druga međunarodna konferencija i poslovna radionica turizma posebnih interesa SPLITB2B (Special Interest Tourism Workshop), koja je sufinancirana u iznosu od 35.000 kn. Inače, konferencija se sastoji od tri dijela: edukativnog, promotivnog i poslovnog. Edukativni dio čine predavanja domaćih i inozemnih stručnjaka, a poslovni dio B2B workshop uz informatičku potporu matchmaking software-a. U promotivnom dijelu prisutnim kupcima se na dvodnevnom studijskom putovanju predstavlja Splitsko-dalmatinska županija kao turistička destinacija.

2.3. Potpora razvoju PRIVATNOG smještaja

Planirana sredstva:	200.000 kn
Rebalans:	255.000 kn
Utrošena sredstva:	253.167 kn

S ciljem motiviranja privatnih iznajmljivača i porasta kvalitete privatnog smještaja na području Županije, pružena je i u 2019. godini potpora razvoju privatnog smještaja u vidu nastavka organiziranja edukacija za privatne iznajmljivače, poboljšanja njihovih marketinških aktivnosti, izrade posebnog priručnika namijenjenog za private iznajmljivače, sufinanciranja besplatnog savjetovališta za obiteljski smještaj i dr., a za što je ukupno utrošeno 253.167 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 = 253.167 kn

Vrste troškova	Iznos troška
Organizacija edukacija za iznajmljivače u suradnji sa odabranim izvođačima	85.905 kn
Izrada i tisak posebne brošure za potrebe edukacija, 300 kom	12.250 kn
Sufinanciranje edukacija za privatne iznajmljivače (Drvenik) – Interligo	4.850 kn
Sufinanciranje edukacija za privatne iznajmljivače (Baška Voda) – Interligo	4.850 kn
Sufinanciranje Savjetovališta za obiteljski smještaj	20.000 kn
Sufinanciranje 5. regionalnog Foruma obiteljskog smještaja, Split 29.-30.03.	65.312 kn
Sufinanciranje i pretplata na specijalizirani časopis za privatne iznajmljivače „Apartman plus“ – elektronsko izdanje + 2000 kom tisak	60.000 kn

Turistička zajednica Splitsko – dalmatinske županije nastavila je i u 2019. godini s uspješnim programima EDUKACIJA ZA PRIVATNE IZNAJMLJIVAČE, ali u nešto izmjenjenom konceptu u odnosu na prijašnje godine. Naime organizator je bila isključivo TZ Splitsko – dalmatinska u direktnoj suradnji s predavačima Barbara Marković, Ana Brničević i Tomislav Zović. Edukacije su organizirane od veljače do ožujka na području sljedećih gradova i općina Splitsko-dalmatinske županije: Baška Voda, Makarska, Split, Kaštela, Hvar, Jelsa, Bol, Supetar, Omiš, Imotski i Sinj. Same edukacije obrađuju teme koje su bitne za privatne iznajmljivače, sa naglaskom na marketing, online oglašavanje, pravnu regulativu i obveze iznajmljivača. Program edukacija osmišljen je kao podrška privatnim iznajmljivačima u njihovom radu s ciljem da se edukacijom i informiranjem pridonesе povećanju kvalitete u privatnom smještaju. Također, u 2019. godini, uz 11 redovnih edukacija, održane su i 2 posebne radionice;

RADIONICA, tema i sadržaj

SPLIT, 1.03. 2019. i MAKARSKA, 8.02. 2019.

“Kako unaprijediti kvalitetu komunikacije s gostima i agencijama na eng. jeziku?”

Kako kvalitetno nazvati i opisati vlastitu nekretninu za uspješniju prodaju. Odgovaranje na upite. Pripremanje standardiziranih mailova. Predlaganje alternativnih termina. Postprodajne aktivnosti. Cross-selling. Najčešće pogreške.

Privatni smještaj kao turistički proizvod na tržištu još uvijek nije dovoljno prepoznatljiv u kontekstu kvalitete, cijene i distribucije, unatoč naporima i poboljšanju kvalitete, te je ovaj segment turističke ponude nužno potaknuti i usmjeriti ga prema novim tržišnim trendovima.

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

Moduli s predavačima
PRAVA I OBVEZE privatnih iznajmljivača <i>Predavač: Ana Brničević</i>
MALI IZNAJMLJIVAČ – MALI PODUZETNIK, domaćin u turizmu <i>Predavač: Barbara Marković</i>
INOVACIJE U UREĐENJU <i>Predavač: Ana Brničević</i>
BORBENI PAKET – CHANNEL MANAGER <i>Predavač: Tomislav Zović</i>
POVEZIVANJE PRIVATNOG SMJEŠTAJA SA PONUDOM DESTINACIJE <i>Predavač: Barbara Marković</i>
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. TZ Splitsko – dalmatinska u okviru navedene stavke u suradnji s tvrtkom „Interligo“ izdaje praktični vodič pod nazivom „Apartman plus“, namijenjen upravo privatnim iznajmljivačima, te sufinancira rad Savjetovališta za obiteljske iznajmljivače s ciljem pružanja besplatne pomoći privatnim iznajmljivačima. Ujedno u 2019. godini sufinancirala se organizacija 5. Foruma obiteljskog smještaja održanog u Splitu u razdoblju od 29. – 30. ožujka 2019. godine. Za sve navedene aktivnosti utrošeno je u promatranom razdoblju 253.167 kn, što je 1% manje sredstava u odnosu na planirana izmjenama i dopunama na godišnjoj razini.

2.4. Projekt VOLIM HRVATSKU

Planirana sredstva:	20.000 kn
Rebalans:	22.000 kn
Utrošena sredstva:	22.000 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.

Realizacija aktivnosti usmjerenja je na unapređenje proizvoda podizanjem kvalitete turističkih i drugih usluga, očuvanjem i stvaranjem prepoznatljivog i privlačnog turističkog okružja i osiguranjem turističkog gostoprимstva. U 2019. sufinancirala se ekološka akcija čišćenja podmorja u Supetru na otoku Braču dana 11.05. 2019. godine, projekt „Moje more“ i manifestacija „Splitu s ljubavlju“ kojom grad Split u suradnji s udružom SKMER na Badnjak časti svoje građane bakalarom.

3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

Planirana sredstva:	8.875.500 kn
Rebalans:	8.783.000 kn
Utrošena sredstva:	8.840.302 kn

Komunikacija vrijednosti uključuje dvije stavke; ONLINE i OFFLINE komunikacije. Sukladno postavkama marketing plana i programa rada turističke zajednice za 2019. godinu, navedena stavka marketing mixa podrazumijevala je utrošak najvećeg dijela finansijskih sredstava. Rashodi komunikacije vrijednosti realizirani su u iznosu od 8.840.302 kuna, što je za 1% više u odnosu na planirana sredstva temeljem izmjena i dopuna plana i sudjeluju sa 47 posto u ukupnoj strukturi rashoda turističke zajednice.

3.1. ONLINE komunikacije

3.1.1. INTERNET oglašavanje

Planirana sredstva:	1.800.000 kn
Rebalans:	1.920.000 kn
Utrošena sredstva:	1.954.410 kn

Stavka Internet oglašavanja, uz udruženo oglašavanje, sudjeluje sa najvećim udjelom u ukupno realiziranim troškovima ureda TZ Splitsko – dalmatinske u 2019. godini. Polazeći od sve većeg značaja i utjecaja Internet oglašavanja na kreiranje interesa i potražnje za pojedinim turističkim destinacijama, sukladno dosadašnjim iskustvima i globalnim trendovima u oglašavanju, i u 2019. godini znatno se ulagalo u Internet oglašavanje. Ured TZ Splitsko – dalmatinske provodio je globalno Internet OGLAŠAVANJE u 2019. godini po sljedećim segmentima:

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

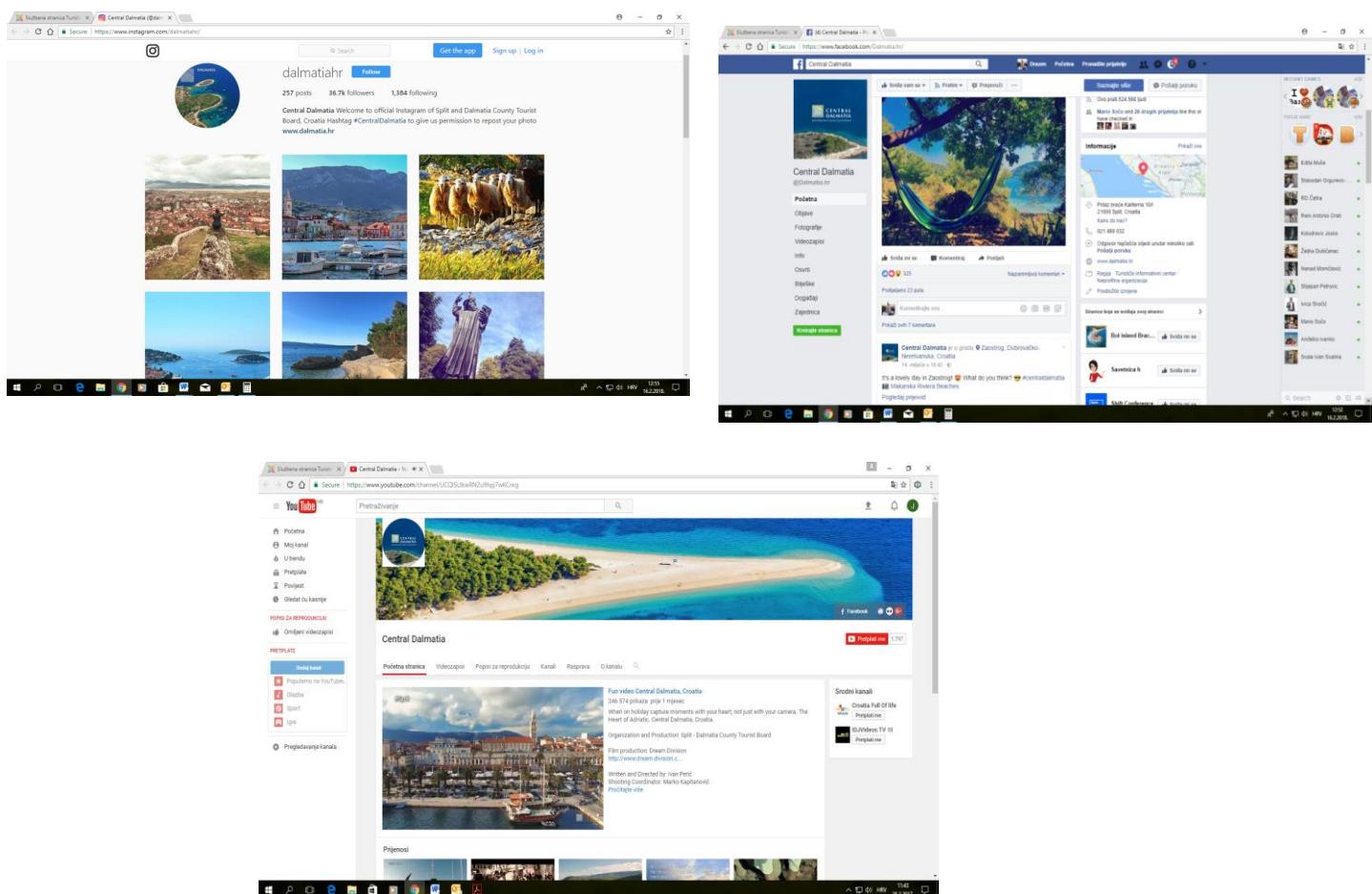
- *oglašavanje na raznim internet portalima*
- *posebne kampanje internet oglašavanja*

Za aktivnosti internet oglašavanja utrošeno je ukupno 1.954.410 kn, što je za 2 posto više u usporedbi s planiranim sredstvima temeljem izmjena plana. U okviru Internet oglašavanja provodilo se dominantno globalno Display oglašavanje koje predstavlja oglašavanje putem bannera na najposjećenijim portalima.

Rekapitulacija troškova **internet oglašavanja = 1.954.410kn**

VRSTA OGLAŠAVANJA	Iznos TROŠKA
Display oglašavanje – GOOGLE Oglašavanje na tržištima EU i SAD, razdoblje 2019. godine	1.452.108 kn
GOOGLE ADWORDS kampanje Vođenje kampanja u razdoblju siječanj – prosinac 2019. godine	75.000 kn
Oglašavanje na DRUŠTVENIM MREŽAMA (Facebook, Twitter, Youtube, Instagram) - upravljanje profilom TZ na mrežama - postavljanje promotivnih video klipova na Youtube i promocija istih - kontinuirano održavanje prisustva na mrežama (dnevne objave) - izrada komunikacijske strategije - postavljanje 1-2 objave dnevno (min 5 objava tjedno) na Facebook-u - praćenje, analiziranje i optimiziranje prisustva na mrežama - Facebook kampanja na stranicama – page likes i targetiranje ciljanih skupina na inozemnim tržištima - Instagram kampanja na stranici Central Dalmatia – page followers + instagram followers skripta - izvještavanje TZ o uspješnosti kampanja	290.000 kn
Display oglašavanje – oglašavanje na internet portalima - oglašavanje na portalu issuu.com - medijsko praćenje aktinosti TZ SDŽ i oglašavanje na Internet portalu www.dalmatinskiportal.hr u 2019. godini - usluge oglašavanja na portalu www. dalmacijadanashr u 2019.god.	33.517 kn
Posebna kampanja u Sloveniji – revija i web POTNIK.si Promocijska kampanja April 2019 (oglasi, objave na društvenim mrežama, reportaže i članci) Promocijska kampanja August 2019 (oglasi, objave na društvenim mrežama, reportaže i članci) On line kampanja revije potnik.si + tekst za kampanju (svibanjski praznici)	19.731 kn
TRIPADVISOR i GOOGLE MAPS promocija destinacije - posebna kampanja oglašavanja	18.600 kn
Posebna ONLINE kampanja www.gapyear.travel - 12 month destinacijski profil na web portalu (Europa) + banner	65.454 kn

Internet oglašavanje realizira se najvećim djelom u suradnji s najvećem internetskim pretraživačem GOOGLE. Oглаšavanja su se provodila na emitivnim tržištima Europe (Njemačka, Velika Britanija, Skandinavija i dr.) te tržištu SAD-a. Tijekom 2019. nastavilo se i s aktivnostima na društvenim mrežama kao važnom segmentu on-line promidžbe turizma Srednje Dalmacije, gdje se nastoji kontinuirano unaprijediti stupanj interakcije i suradnje među interesnim skupinama iz turističkog sektora. Radi dominantnog udjela na svjetskom tržištu, oglašavanje na društvenim mrežama fokusirano je i nadalje najvećim dijelom na društvenu mrežu Facebook i Instagram, uz značajnu prisutnost i na drugima – Twitter i Youtube. Oглаšavanje na društvenim mrežama u današnje vrijeme ima vrlo važnu ulogu u svakom poslu pa tako i u promidžbi turizma jedne destinacije. Dosadašnje aktivnosti na društvenim mrežama pokazale su se vrlo dobrima te se s maksimalnom predanošću radilo i u 2019. godini na promociji turizma Srednje Dalmacije uz proširenje aktivnosti. Na društvenoj mreži Facebook je uspješna stranica centraldalmatia.hr koja trenutačno broji preko 654 tisuća fanova. Također, na You tube kanalu je na kraju godine ostvareno gotovo 26 milijuna pregleda video uradaka kreiranih od strane turističke zajednice u proteklih sedam godina.



Glavni cilj provođenja aktivnosti internet oglašavanja je integracija svih elemenata i oblika online oglašavanja kako bi se maksimizirao učinak promocije predsezone, postsezone, određenog turističkog događanja ili ciljane turističke akcije. U praksi to znači da se određeno događanje promoviralo preko vijesti postavljene na internet stranici, koja se zatim prenosila na razne društvene mreže, a link tog istog događanja se reklamirao putem Google Adwords kampanja i ostalih oblika Display oglašavanja. Sveukupnim ovim aktivnostima se u relativno kratkom vremenu dobije i postiže značajna medijska eksponiranost.

3.1.2. INTERNET STRANICA i upravljanje stranicom

Planirana sredstva:	500.000 kn
Rebalans:	450.000 kn
Utrošena sredstva:	447.657 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.

Rekapitulacija troškova Internet stranice = 447.657 kn

Vrste troškova	Iznos troška
www.dalmatia.hr - usluge održavanja internet stranica i web aplikacija - troškovi zakupa domene - usluga vođenja bloga i objava na Google Newsu od mjeseca siječnja do prosinca 2019. godine - usluge prijevoda tekstova za objeve na web stranici - bežični internet za pristup web stranici unutar 31 lokacije SDŽ - trošak programiranja - zakup internet servera - računalne usluge – domene, licence, podešavanja na web serveru...	150.557 kn
Izrada potpuno novih internet stranica www.dalmatia.hr Kupoprodaja web stranice i domene www.dalmatia-bike.com	227.100 kn 70.000 kn

Internet, kao jedan od najvažnijih medija oglašavanja i komunikacije postaje ključan element promidžbe. U vrijeme multimedija, posebice interneta, moraju se koristiti prednosti koje taj medij pruža i omogućava.

Koncem 2018. godine krenulo se sa izradom potpuno novih internetskih stranica Zajednice, a koje će biti prezentirane tijekom 2020. godine, s potpuno novim konceptom, dizajnom i uslugama. Do konca 2019. godine utrošeno je za usluge izrade novih web stranica 227.100 kn te za kupoprodaju stranice i domene dalmatia-bike.com još dodatnih 70.000 kn, s time da je sukladno Zakonu o finansijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija, taj 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. Portal se nalazi unutar web stranice www.dalmatia.hr, a uz svaki turistički program nalazi se bogata fotogalerija, video zapisi i opisi programa. 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, te koju je ured TZ Splitsko – dalmatinske službeno otkupio u 2019. godini.

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. Podizanje razine kvalitete informacija i dostupnost informacija gostima putem Interneta jedan je od glavnih prednosti ovog oblika komunikacije, čime se zasigurno pridonosi pozitivnom imidžu regije, a u konačnici i zadovoljstvu konačnih korisnika usluga.

3.2. OFFLINE komunikacije

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

Planirana sredstva:	5.275.500 kn
Rebalans:	4.860.000 kn
Utrošena sredstva:	4.822.298 kn

Udruženo oglašavanje predstavlja zajedničku promociju GU 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 Glavnog ureda 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, provodilo se 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. Postignuti rezultati u prethodnim godinama dokaz su da takva suradnja omogućuje učinkovitiju promociju hrvatskog turizma, temeljenu na konkretnom interesu i programima koji omogućavaju realizaciju postavljenih ciljeva. Osnovni cilj i smisao oglašavanja hrvatskog turizma u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora bilo 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/proizvoda, kao i komercijalnom promocijom stranih i domaćih organizatora putovanja i zračnih prijevoznika za Hrvatsku.

Hrvatska turistička zajednica do 15. listopada 2018. godine provodila je natječaj za udruženo oglašavanje za 2019. godinu po novom, jednostavnijem konceptu iz 2018. godine, pri čemu aktivniju ulogu I dalje imaju županijske TZ i inozemna predstavništva HTZ-a s ciljem boljih rezultata promocije turističkog prometa, pogotovo u pred i posezoni.

Natječaj za udruženo oglašavanja u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2018. objavio je Glavni ured HTZ-a dana 7. kolovoza 2018., a prijave su se ovisno o modelu slale na adresu 13 kontinentalnih i sedam obalnih županijskih TZ te Grada Zagreba. Novi koncept udruženog oglašavanja za 2019. godinu obuhvaćao je tri modela za udruženo oglašavanje sustava turističkih zajednica i udruženo oglašavanje s subjektima nositeljima ponude destinacije (članovima turističkih zajednica). Turističke zajednice županija predlažu HTZ-u raspodjelu svih ponuđenih sredstava na temelju dogovora na razini destinacije shodno svojim specifičnim interesima i potrebama:

- Dio sredstava za destinacijsko oglašavanje u modelu 1 koje provode u suradnji s HTZ-om –minimalno 40% ponuđenog budžeta,
- Dio sredstava za oglašavanje destinacijske ponude u modelu 2 koje provode nositelji oglašavanja u suradnji s turističkim zajednicama (do 30% za svaku od kategorija prijavitelja)

Prijave su provodile turističke zajednice županija koje Glavnom uredu HTZ-a dostavljaju svoj konačan prijedlog za odobrenje sredstava po svim modelima. Za oglašavanje u 2019. godini Glavni ured HTZ-a planirao je izdvojiti ukupno 26.060.000 kuna (s PDV-om), od čega je TZ Splitsko – dalmatinske na raspolaganju bilo 3.550.000 kn. Modeli UDRUŽENOG OGLAŠAVANJA u 2019. godini su bili sljedeći;

- MODEL 1 – udruženo destinacijsko oglašavanje sustava TZ
- MODEL 2 – udruženo oglašavanje ponude destinacije
- MODEL 3 – udruženo oglašavanje ponude nautičkog turizma

Po novom konceptu turističke zajednice županija operativno su pratile realizaciju i vršile uplate ukupno odobrenih sredstava (TZ SDŽ+HTZ) prema svim svojim partnerima, što podrazumijeva da su ukupni troškovi udruženog oglašavanja značajno veći, a kao i prihodi po osnovi refundacija od strane HTZ-a. Naime, HTZ je za Model 1 po ispostavljenom obračunu od strane TZSDŽ isplaćivao sredstva, a za Model 2 avansno u 4 rate/obroka. Po završnom obračunu, napravljen je povrat neiskorištenih sredstava prema HTZ-u u iznosu od 55.831,78 kn.

Kao i prošle godine, iz udruženog oglašavanja izdvojena je suradnja s avio prijevoznicima i tourooperatorima 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 izdvojila je u 2019. godini 500.000 kn.

Tablica. Prikaz MODELA UDRUŽENOG OGLAŠAVANJA na području SDŽ u 2019.

UDRUŽENO OGLAŠAVANJE – zakup medijskog prostora, MODEL 1 – Splitsko – dalmatinska županija

ONLINE OGLAŠAVANJE

Naziv medija	Tržište	Format (banner, članak, video...)	Zakup samostal./ agencije	UK neto kn
Google Display Network	EUROPA, AUS	Banner	Samostalno	642.324,83
UK Top 4 News	UK	Banner	S.T.A.R. Digital	34.125,00
Mobile Network UK	UK	Banner	S.T.A.R. Digital	59.400,00
Lifestyle Branding Network	UK	Banner	S.T.A.R. Digital	36.562,50
USA Top 10 News	SAD	Banner	S.T.A.R. Digital	40.200,00
US Luxury&Lifestyle	SAD	Banner	S.T.A.R. Digital	45.000,00
News & Travel channel	SLO	Banner	S.T.A.R. Digital	24.937,50
RedView Mobile	SLO	Banner	S.T.A.R. Digital	54.400,00
SD Tourist channel	PL	Banner	S.T.A.R. Digital	72.000,00
Mobile Network PL	PL	Banner	S.T.A.R. Digital	58.100,00
Travel channel CZ	CZ	Banner	S.T.A.R. Digital	60.000,00
Mobile Network CZ	CZ	Banner	S.T.A.R. Digital	71.250,00
Travel Audience AU	AUSTRALIJA	Banner	S.T.A.R. Digital	38.000,00
AU Top News	AUSTRALIJA	Banner	S.T.A.R. Digital	46.200,00
Hotspots.net.hr	HR, SLO, UK, DE	članak (40 objava)	Magoo studio	160.000,00
HLN (Het Laatste Nieuws)	BEL	Big Leaderboard banner	Mrak studio	97.500,06
Seznam	CZ	Wallpaper+Billboard	Mrak studio	74.999,95
Le Parisien	FR	Leaderboard banner	Mrak studio	82.499,98
Spiegel	DE	Billboard top banner	Mrak studio	187.500,15
SME	SL	Billboard banner	Mrak studio	75.000,03
UKUPNO ONLINE				1.960.000,00

OFFLINE OGLAŠAVANJE

Naziv medija	Tržište	Format glas, advertorial, editorial	Zakup samostal./agencije	UK neto u kn
Reise aktuell	AUS	Oglas	DCT d.o.o.	40.000,00
žena a život	CZ	Oglas	DCT d.o.o.	39.500,00
National Geographic	POL	Oglas	DCT d.o.o.	40.000,00
National Geographic	ES	Oglas	DCT d.o.o.	40.500,00
Escapsim magazine	UK	Editorial	Hot Spots studio	51.000,00
Conde Naste	ES	Advertisorial	Hot Spots studio	65.000,00
Conde Naste	US	Advertisorial	Hot Spots studio	51.000,00
National Geographic	UK	Advertisorial	Hot Spots studio	59.000,00
National Geographic	FR	Advertisorial	Hot Spots studio	72.000,00
Lonely Planet	UK	Advertisorial	Hot Spots studio	22.000,00
Hot Spots magazine	UK, SLO	editorial, advertorial (32 st.)	Hot Spots studio	160.000,00
Ukupno OFFLINE – TISAK				640.000,00
UKUPNO ONLINE + OFFLINE oglašavanje				2.600.000,00

UDRUŽENO OGLAŠAVANJE ponude destinacije
MODEL 2 – Splitsko – dalmatinska županija

POSLOVNI SUBJEKT	Odobreno u kn	Fakturirano	Neizvršeno
Hotel BRETANIDE Bol	40.000,00	37.998,48	2.001,52
Excelsus CAMPING Stobreč	56.000,00	56.000,00	-
Matutinović d.o.o. - Kamp VITER	11.500,00	9.486,22	2.013,78
Hoteli MEDORA Podgora	104.000,00	104.000,00	-
SUNCE KONCERN Zagreb	264.000,00	264.000,00	-
Hotel LUXE Split	27.200,00	Odustali	-
SUNČANI HVAR Hotels	148.000,00	34.953,88	113.046,12
VRANJICA BELVEDERE d.d.	95.000,00	93.650,40	1.349,60
Visa promet d.d. - Kamp ROŽAC	24.807,53	24.807,53	-
Hotel PARK Split	30.000,00	Odustali	Odustali
Kamp VIRA Hvar	24.800,00	24.800,17	-
Hotel PARK Makarska	19.054,40	17.426,32	1.628,08
Kamp BUNJA Supetar	3.200,00	Odustali	Odustali
Hoteli MAKARSKA-VALAMAR	75.000,00	74.699,23	300,77
TA UNILINE Pula	150.000,00	136.172,00	13.828,00
MPG-ULTRA EUROPE	200.000,00	200.000,00	-
TA Katarina LINE Opatija	32.000,00	32.000,00	-
TA BTravel Split	20.000,00	16.750,00	3.250,00
UKUPNO MODEL 2	1.324.561,93	1.126.744,23	140.617,87

STRATEŠKO OGLAŠAVANJE – Splitsko – dalmatinska županija

Strateško oglašavanje – CROATIA AIRLINES	183.690 kn
Strateško oglašavanje – EASY JET	173.073 kn
Strateško oglašavanje - EUROWINGS	133.849 kn
UKUPNO strateško oglašavanje	490.612 kn

Hrvatska turistička zajednica kontinuirano analizira kvalitetu provedenih promotivnih kampanja po svim modelima oglašavanja s javnim i privatnim sektorom te mjeri isplativost ulaganja u cijeli projekt, s ciljem ostvarivanja maksimalnog povrata na uložena sredstva. Temeljem programa rada za 2019. godinu, TZ Splitsko – dalmatinska dogovorila je s raznim partnerima udruživanje sredstva u visini od ukupno 5.275.500 kuna, da bi izmjenama i dopunama plana iznos bio smanjen na 4.860.000 milijuna kuna. U konačnici troškovi navedene stavke iznose ukupno 4.822.298 kn što je za 1% manje u odnosu na planirana sredstva temeljem izmjena i dopuna plana. Naime, pojedini partneri odustanu od oglašavanja ili ne izvrše u cijelosti planirane media planove (tablica u prilogu).

3.2.2. OGLAŠAVANJA (razna)

Planirana sredstva:	800.000 kn
Rebalans:	800.000 kn
Utrošena sredstva:	802.882 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 promovirala je 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 2019. godini kampanje oglašavanja bile su najvećim dijelom fokusirane na tradicionalna emitivna tržišta (strateška EU i ostala europska tržišta). Zemlje EU i nadalje ostaju najizdašnije/najznačajnije emitivno područje za srednjodalmatinski turizam. Turisti iz EU i ostalih europskih zemalja predstavljaju najveći segment potražnje koji tradicionalno iskazuje interes i ostvaruje putovanja u Srednju Dalmaciju. Tijekom 2019. godine oglašavanje je i nadalje bilo usmjereni dominantno na opću promidžbu regije i fokusiranu promidžbu pojedinih ključnih turističkih segmenata. TZ Splitsko – dalmatinske županije je u 2019. godini kroz oglašavanje promoviralo turizam putem:

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

Aktivnosti oglašavanja realizirane su u ukupnom iznosu od 802.882 kn, što je podjednako planiranim sredstvima. 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 velike važnosti za promociju, pri čemu se u inozemstvu u pojedinim slučajevima realiziralo putem promotivnih agencija sukladno planiranim i usvojenim medija planovima. 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. Oglašavanje u tiskovnim i elektronskim medijima provodilo se na tržištima Francuske, Skandinavije, Poljske, Italije, Velike Britanije, Slovenije, Hrvatske i ostalih europskih zemalja.

Pregled aktivnosti **oglašavanja na tržištima po vrstama**:

VRSTA MEDIJA	TRŽIŠTA	UK TROŠAK
Oglašavanja u TISKU		
EXPLORE ADRIATIC 2019, vodič Oglas 1/1 str. u tiskanom izdanju vodiča Dizajn i lay out oglasa i priprema podataka	DOMAĆE INOZEMNA	5.938 kn
THE ADRIATIC TIMES DALMATIA, eng.izdanje Zakup medijskog prostora u cilju promidžbe turističke ponude SDŽ u razdoblju od lipnja – listopada 2019. godine	DOMAĆE INOZEMNA	87.500 kn
MORSKI VODIČI – charter izdanja MORE MAGAZINA Segling in Kroatien 2020, Sailing in Croatia 2020, Torns In Kroatien 2020 i La Voile 2020 - 1/1 stranice u boji u tiskanim izdanjima, za Ipad i Android platformu	SKANDINAVIJA UK NJEMAČKA FRANCUSKA	16.875 kn
CROATIA HOT SPOTS magazin Zimsko izdanje – oglašavanje i zakup oglasnog prostora	HRVATSKA	25.000 kn
SLOBODNA DALMACIJA dnevne novine Specijal TURIZAM- izrada teksta Oglas i prilog „Čarolija Adventa u boji, 5/1 str.+ programi TZ-ova Oglas i prilog „Premium Dalmacija“ u boji, reportaža 3/1 str.	HRVATSKA	62.088 kn
Magazin FOKUSPLUS i AVTOFOKUS Izrada promotivnog teksta „Gastronomija – kulinarske tajne Srednje Dalmacije“, Fokusplus, oglas 1/4., Vodič kampova Europe 2019, oglas 1/1, Fokusplus 25 – Hrvatska 2019, oglas 1/2	SLOVENIJA	16.333 kn
Knjiga 100 VODEĆIH HRVATSKIH RESTORANA Oglas u vodiču 2019 – dizajn, lay out, podaci	HRVATSKA	4.875 kn
GAP YEAR TRAVEL GUIDE magazin Oglas Visit Dalmatia, European section - 1/1 str. Dizajn, lay out oglasa i priprema podataka	UK	12.715 kn
TOP CAMPING d.o.o Magazin TOP Camping 2019 – 1 str. formata A4 u boji	HRVATSKA	12.139 kn
UTM Revija, specijalizirani časopisi Usluge oglašavanja, objave oglasa, dizajn, lay out i priprema UT prosinac 2019, oglas 1/2 stranice	DOMAĆE	3.500 kn
Magazin NATIONAL GEOGRAPHIC Poljska Poseban prilog „Eventy 2019“ – promocija „Gusarske bitke“ i grada Omiša + online promocija	POLJSKA	27.758 kn
SVET24 d.o.o. – Media24 Prilog o Hrvatskoj 1/1 str. Dizajn, lay out oglasa i priprema podataka	SLOVENIJA	6.677 kn
JET2HOLIDAYS brošura Oglas u brošuri „Cycling holidays“	INOZEMNA	10.162 kn

UHPA publikacije		
UHPA Directory 2019/2020 – zakup oglasa	HRVATSKA	7.841 kn
UHPA stručna revija br.9 – zakup oglasa		
Dizajn, lay out oglasa i priprema podataka,		
ORBICOM Ltd – Magazin ROSSIYSKAYA GAZETA		
Poseban prilog o Hrvatskoj, izdanje March – 1/4 str.	RUSIJA	38.323 kn
Dizajn, lay out oglasa i priprema podataka		
LUST AUF KROATIEN, turistička publikacija		
Zakup oglasnog prostora u posezonskom izdanju - advertorial formata 5/1 str., Facebook stranica i oglas formata 1/1 str.	NJEMEČKA	44.400 kn
TRAVEL GUIDE vodič		
Oglašavanje „Discover Split/Central Dalmatia Guide 2019	INOZEMNA	15.000 kn
TV/RADIJSKA oglašavanja		
ULTRA FM Split d.o.o. – Totalni FM, Radio Riva		
Radijsko oglašavanje – praćenje aktivnosti TZ SDŽ u razdoblju siječanj – prosinac 2019. godine	HRVATSKA	15.000 kn
RADIO MAKARSKA RIVIJERA		
Reklamiranje i promicanje akcija vezanih uz TZ SDŽ u 2019. godini i organiziranje promidžbe od strane radia	HRVATSKA	12.500 kn
AS MEDIA – emisija ZEMLJA ČUDESA		
Snimanje, emitiranje i montaža 20 reportaže o aktivnostima TZ SDŽ za TV produkciju u 2019. godini	HRVATSKA	37.500 kn
TV DALMACIJA/MREŽA 2019		
Emitiranje reklamnih poruka, izrada i emitiranje 2 reportaže i 4 studijske emisije	HRVATSKA	20.000 kn
NAUTICAL CHANNEL		
Participacija za proizvodnju i sudjelovanje u sklopu 5. sezone TV serijala „SAIL HO! CROATIA“ na Nautical Channelu	EUROPA	31.250 kn
ULTRA SPLIT, RADIO DALMACIJA, DALMAT.PORTAL –		
informativna emisija o provođenju projekta „Održivi turizam i nosivi kapaciteti u SDŽ, rujan – prosinac 2019.god.	HRVATSKA	8.000 kn
GREEN BLUE STORIES		
Zakup medijskog prostora za period ožujak 2019. – ožujak 2020. g	HRVATSKA	10.000 kn
OSTALA oglašavanja		
ULTRA EUROPE MUSIC FESTIVAL		
Oglašavanje i promocija sukladno ugovoru o marketinškoj suradnji	INOZEMNA	200.000 kn
ADRIATIC GASTRO SHOW, Split		
Oglašavanje u sklopu međunarodnog festivala gastronomije i turizma u razdoblju od 06. – 9.02. 2019	HRVATSKA	20.000 kn
WINE VIP Event Split - Oglašavanje u sklopu Međunarodne konferencije vrhunskih vinskih znalaca, Split 17.04. 2019.	HRVATSKA	43.000 kn

Ostala oglašavanja		
Oglas Kongres povijesnih gradova, Solin		
Oglas katalog sajma Adriatic Gastro Show, Split		
Oglas i promotivni tekst Katalog sajma vjenčanja, Split		
Oglas za „Forum obiteljskog smještaja“, Split		
Oglas katalog Festivala Vina Dalmacije i promotivni tekst	HRVATSKA	8.508 kn

3.2.3. BROŠURE i ostali tiskani materijali

Planirana sredstva: 300.000 kn
 Rebalans: 345.000 kn
 Utrošena sredstva: 403.184 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 403.184 kuna, što je za 17 posto više u odnosu na planirana sredstva temeljem izmjena i dopuna plana. Spomenuti troškovi uglavnom se odnose na troškove tiskanja raznog promidžbenog materijala, dok se jedan manji dio troškova odnosi na radnje usko povezane s aktivnostima tiskanja.

Troškovi tiskanja brošura i ostalog tiskanog materijala za 2019. godinu:)



Vrsta PROMO materijala	Iznos troška
IMAGE brošura SRCE JADRANA, 41910 kom - usluga tiskanja brošure u više jezičnih izdanja	167.640 kn
Turistička KARTA (SDŽ/HR), 20000 kom - usluga tiskanja karte	11.500 kn
Brošura CAMPING Srednje Dalmacije, 1000 kom - usluga tiskanja brošure	23.094 kn
Karta RONJENJE Srednja Dalmacija, 1000 kom - usluga tiskanja karte	3.250 kn

Brošura TEMATSKE STAZE OTOKA Srednje Dalmacije, 7500 kom - usluga tiskanja brošure	36.563 kn
Brošura TEMATSKE STAZE OBALE Srednje Dalmacije, 7500 kom - usluga tiskanja brošure	46.500 kn
VREĆICA Srednja Dalmacija velika platnena modra, 5000 kom - usluga tiskanja vrećica	24.000 kn
LETAK o sigurnosti, suradnja s PU SDŽ, 128 000 kom - usluga tiskanja letka	12.800 kn
BICIKLISTIČKA karta Vrgorac, 763 kom - usluga tiskanja karte	2.241 kn
BICIKLISTIČKA karta Splitska rivijera istok, 1079 kom - usluga tiskanja karte	2.630 kn
BICIKLISTIČKA karta Imota, 1113 kom - usluga tiskanja karte	2.713 kn
BICIKLISTIČKA karta Šolta, 1150 kom - usluga tiskanja karte	2.803 kn
Trojelni KALENDAR Srednja Dalmacija s kutijom, 200 kom - usluga tiskanja kalendara	4.875 kn
TURISTIČKI VODIČ Srednja Dalmacija, 20000 kom - usluga tiskanja vodiča u više jezičnih verzija	58.750 kn
STOLNI kalendar hr/eng – čestitka „Srednja Dalmacija“, 600 kom - usluga tiskanja kalendara	3.450 kn

Da bi bili dostupni što širem segmentu potrošača, promotivni tiskani materijali distribuirani su na domaćem i inozemnim tržištima putem turističkih agencija, sajmova, direktnim marketingom, turističkih ureda u inozemstvu, na upit, raznih događanja i prezentacija te drugih događanja.

Tijekom zadnjih godina, ponovno je znatno porasla potražnja za tiskanim promidžbenim 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 povećanja kupnje proizvoda te davanja preciznih informacija o pojedinim proizvodima koji se nude na tržištu.

Uz temeljne brošure, tiskaju se i opće turističke informacije koje su namijenjene boljoj informiranosti i lakšem snalaženju turista koji se nalaze na području destinacije i nude kratak sažetak najvažnijih podataka koje svaki gost koji dođe u neku zemlju treba znati.

3.2.4. SUVENIRI i ostali materijali

Planirana sredstva:	100.000 kn
Rebalans:	165.000 kn
Utrošena sredstva:	167.621 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. Za nabavu suvenira i ostalog promotivnog materijala utrošeno je 167.621 kn, što je za 2% više u odnosu na izmjene i dopune plana.

Rekapitulacija troškova suvenira i dr. promo materijala = 167.621kn

Vrsta MATERIJALA	Iznos troška
- kemijske OLOVKE Srednja Dalmacija, 1300 kom	13.043 kn
- ROKOVNICI s dotiskom Srednja Dalmacija, 150 kom	9.357 kn
- MASLINOVO ULJE boca, 250 kom	19.500 kn
- LAVANDA vrećica Srednja Dalmacija, 4000 kom	18.750 kn
- promo paket CRO BOX, 300 kom	27.000 kn
- Ekološka PLATNENA modra vrećica Srednja Dalmacija	7.150 kn
- KAPA sandwich bijela, 200 kom	5.500 kn
- Knjiga CYBERTURIST, 100 kom	10.000 kn
- MASKE za mobitele s printom Srednja Dalmacija, 300 kom	12.000 kn
- PUNJAČ BATERIJA za mobitele Srednja Dalmacija, 100 kom	7.375 kn
- ostalo (vodiči, monografije, knjige, razglednice i dr.)	37.946 kn

3.2.5. INFO punktevi/table

Planirana sredstva:	100.000 kn
Rebalans:	243.000 kn
Utrošena sredstva:	242.250 kn

Već kontinuirano tijekom turističke sezone organizira se na ključnim lokalitetima rad turističko informativnih punktova u kojima se svim zainteresiranim turistima i posjetiteljima pružaju sve potrebne informacije o krajnjim odredištima njihova putovanja. Intenzitet rada info - punktova prilagođen je stvarnim potrebama turista i djeluje u razdoblju predsezone, glavnog dijela sezone i postsezone.

Turistička signalizacija uz postavljanje info tabla predstavlja jedan od projekata u radu sustava turističkih zajednica. Realizacija projekta odvija se kontinuirano već nekoliko godina u suradnji s sustavom TZ, prvenstveno kako bi se olakšala identifikacija ključnih turističkih atrakcija i resursa u pojedinim odredištima, što će rezultirati boljim informacijskim sustavom za turiste i većom razinom zadovoljstva. Za realizaciju cijelokupne stavke koja uključuje sufinanciranje rada info punktova, kao i sufinanciranje postavljanja info tabli na raznim područjima Županije utrošeno je tijekom 2019. godine 242.250 kn, što je neznatno manje u odnosu na planirana sredstva temeljem izmjena i dopuna plana.

Troškovi aktivnosti **info punktevi/table = 242.250 kn**

Vrsta troška	Trošak
INFO punktevi	40.000 kn
TIC – Welcome desk Zračna luka Split	
- sufinanciranje rada info punkta u razdoblju travanj-prosinac 2019. god.	40.000 kn
INFO table	202.250 kn
TZ općine BOL –	2.250 kn
sufinanciranje troška najma panoa Hrvatskih šuma na cesti Bol – Supetar	
TZ grada SOLINA –	25.000 kn
sufinanciranje projekta pješačke i prometne signalizacije;	
<ul style="list-style-type: none"> - putokaz za amfiteatar Salona, dimenzija 160x30cm - signalizacija na ulici S.Radića, dimenzija 135x90cm - signalizacija u centru grada, razne dimenzije – više ploča 	
TZ grada SINJA -	30.000 kn
sufinanciranje troškova izrade i postavljanja novih putokaza za privatne iznajmljivače i popravka postojeće signalizacije na području grada;	
<ul style="list-style-type: none"> - info tabla drvena dimencije 250x150x40cm, 1 kom - putokazna tabla kombinirana dimenzije 130x180cm, 7kom - reparacija table hipodrom 	
TZ općine MARINA -	15.000 kn
sufinanciranje troškova nabave i postavljanja smeđe signalizacije;	
<ul style="list-style-type: none"> - tabela, putokaz dim.130x130cm, 30 komada - stup za prometne znakove 60,3mm, 14 komada 	
TZ općine SELCA –	40.000 kn
sufinanciranje izrade prometnog elaborata za postavljanje signalizacije i izradu info tabli;	
<ul style="list-style-type: none"> - prometni znak 150x30cm, 30 komada - prometni znak 80x15cm, 19 komada - stupovi, betonski temelji i demontaže 	
TZ općine MILNA –	50.000 kn

sufinanciranje troškova izrade elaborata te nabave i postavljanja smeđe signalizacije;	
- nabava i postavljanje prometnih znakova (turistički putokazi, stupovi, nosači, betonski temelji, demontaže...)	
TZ općine ŠOLTA –	40.000 kn
sufinanciranje projekta postavljanja smeđe signalizacije na otoku Šolti;	
- nabava i postavljanje prometnih znakova (turistički putokazi, stupovi, nosači, betonski temelji, isporuke, montaže...)	
- izrada projekta signalizacije na pješačkim stazama na otoku Šolti	

Turistička zajednica Splitsko - dalmatinske županije sudjelovala je finansijskom potporom i opskrbom svih promidžbenih materijala u radu info punkta u sklopu Zračne luke Split. Riječ je o projektu pod nazivom „Welcome desk“, koji je započeo s radom u 2015. godini. Projekt pokrenut od strane Turističke zajednice grada Kaštela, uz finansijsku i logističku potporu od strane Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije i Grada Kaštela, te je naišao na odobravanje čelnih ljudi gradske zračne luke, ali i turističkih zajednica diljem županije, što je nastavljeno i tijekom 2019. godine.

4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

Planirana sredstva: 2.200.000 kn

Rebalans: 2.500.000 kn

Utrošena sredstva: 2.472.845 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 ostvareni su u iznosu od 2.472.845 kn, što je za 1 posto manje u odnosu na izmjene i dopune plana. Navedeni rashodi sudjeluju sa 13 posto u ukupnoj strukturi ostvarenih rashoda turističke zajednice u 2019. godini.

4.1. Nastupi na TURISTIČKIM SAJMOVIMA

Planirana sredstva: 900.000 kn

Rebalans: 1.300.000 kn

Utrošena sredstva: 1.305.381kn

Turistički sajmovi služe kao dobra podloga za predstavljanje novih proizvoda, provođenje marketinških aktivnosti te općenito mogućnosti prezentiranja turističkih regija.

U segmentu sajamskih nastupa dolazi do daljnje strateške modifikacije, putem ciljanog nastupa na specijaliziranim i pomno selektiranim sajmovima, s naglaskom na zajedničke nastupe s poslovnim subjektima i regijama, uz maksimalno uvažavanje poslovnih potreba gospodarstvenika i suizlagača. Prisutnost na najvažnijim turističkim sajmovima vrlo je važna, jer se stvara podloga s koje se može pozicionirati i nadalje proširiti brand te unaprijediti identitet regije. Za nastupe na sajmovima utrošeno je tijekom 2019. ukupno 1.305.381 kuna, što je podjednako planiranim sredstvima 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 financijskih sredstava ukupnog sustava. Prisutna je optimizacija nastupa radi doprinosa marketing ciljevima i strateškim interesima. Sajamski nastupi 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 klasterima. Pri tome je TZ Splitsko – dalmatinska u 2019. nastupila na 20 sajmove na tržištima Njemačke, UK-a, Francuske, Poljske, Španjolske, Italije i dr. emitivnih tržišta.

Rekapitulacija troškova turističkih sajmova = 1.305.381kn

Vrste troškova	Iznos troška
- zakup, uređenje, opremanje i ostali troškovi štanda	906.062 kn
- troškovi puta +PN (dnevnice, prijevoz, cestarina, smještaj...)	332.163 kn
- usluge izrade, tiska i otpreme materijala	39.767 kn
- ostali troškovi (oglašavanja, reprezentacija i sl.)	27.389 kn

► nastupi u sklopu štanda HTZ - suizlaganje

I u 2019. godini nastavljeno je s konceptom suizlaganja na štandu po kojem turistički gospodarstvenici i županijske TZ imaju mogućnost zakupa 6, 8 pa i više m² prostora štanda. Pri tome u okviru štanda imaju svoj poslovni prostor, gdje svaki suizlagač može pozvati svoje poslovne partnere, 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 na sljedećim sajmovima samostalno i u suradnji s TZ Splitske i Makarske rivijere:

SAJAM – zakup štanda HTZ-a	Iznos troška
1. Beč, FERIENMESSE, 10. – 13.01. 2019 - 50% troška zakupa i uređenja prostora za sajam (TZ SDŽ i TZ s područja Makarske rivijere)	10.948 kn
2. Helsinki, MATKA, 17. – 20.01. 2019 - trošak zakupa i uređenja štanda te dostave materijala - trošak prijevoza, smještaja i PN informatora	41.808 kn
3. Dusseldorf, BOAT SHOW, 19. – 27.01. 2019 - trošak zakupa i uređenja štanda - trošak prijevoza, smještaja i PN informatora	39.607 kn
4. New York, TIMES TRAVEL Show, 25. – 27.01. 2019 - troškovi zakupa i uređenja štanda te dostave materijala - trošak PN direktora ureda i ostali putni izdaci - trošak PN informatora i ostali putni izdaci	80.479 kn
5. Milano, BIT, 10. – 12.02. 2019 - trošak zakupa i uređenja štanda te dostave materijala - trošak prijevoza, smještaja i PN informatora	34.934 kn
6. Munchen, FREE, 20. – 24.02. 2019 - sufinanciranje troška zakup prostora i uređenja štanda (TZ SDŽ i TZ s područja Makarske rivijere) - trošak prijevoza, smještaja i PN djelatnika ureda	17.611 kn
7. London, WTM, 4. – 6.11. 2019 - trošak suizlaganja za zakup prostora i uređenje štanda - trošak prijevoza, smještaja i PN informatora	55.700 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. HTZ sufinancira zakup i uređenje prostora s 25% od ukupnog iznosa troška uređenja i zakupa štanda. Temeljem navedenog modela, TZ Splitsko – dalmatinska je u suradnji s TZ Zadarske, Šibensko – kninske, Dubrovačko – neretvanske i Ličko – senjske županije, nastupila tijekom 2019. godine na sljedećim sajmovima:

SAJMOVI – suradnja s TZ dalmatinskih županija + TZ Lika	Iznos troška
8. London, DESTINATION, 31.01. – 3.02. 2019 - 1/5 troška nastupa dalmatinskih TZŽ Dalmacije + Lika - trošak PN informatora i direktora te ostali putni izdaci	26.868 kn
9. Brussels, SALON DES VACANCES, 7. – 10.02. 2019 - 1/5 troškova sajamskog nastupa TZŽ Dalmacije + Lika - trošak prijevoza, smještaja i PN informatora	16.817 kn
10. Verona, COSMO BIKE, 16. – 17.02. 2019 - 1/4 troškova zakupa prostora, uređenja štanda i distribucije materij. - trošak prijevoza, smještaja i PN informatora	15.870 kn
11. Utrecht, FIETS EN WANDELBEURS, 1. – 3.03. 2019 - trošak prijevoza, smještaja informatora i PN informatora - 1/4 troškova zakupa prostora i uređenja štanda	18.765 kn
12. Zagreb, MEETEX kongresni sajam, 19. – 21.03. 2019 - trošak nastupa u suradnji s TZ grada Splita - trošak PN informatora te ostali putni izdaci	13.116 kn
13. Katowice, GLOBALNIE, 29. – 31.03. 2019 - trošak zakupa i uređenja štanda te distribucije mater. - trošak prijevoza, smještaja i PN informatora	14.610 kn
14. Barcelona, BTravel, 22. – 24.03. 2019 - trošak zakupa i uređenja štanda i dr. troškovi - grafička priprema vizuala za stand i izložbenog panoa - trošak PN informatora i ostali putni izdaci	60.868 kn
15. Dusseldorf, CARAVAN SALON, 30.08. – 8.09. 2019 - 1/4 troškova organizacije nastupa 4 TZŽ - trošak PN informatora i ostali putni izdaci	17.977 kn
16. Parma, Il SALONE Del CAMPER, 14. – 22.09. 2019 - 1/6 troška suizlaganja temeljem zakupa i uređenja prostora - trošak PN informatora i ostali putni izdaci	23.322 kn
17. Rim, WTE, 26. – 28.09. 2019 - trošak zakupa i uređenja štanda te distribucije mater. - trošak prijevoza, smještaja i PN informatora	69.696 kn
18. Paestum, "Borsa del Turismo ARCHEOLOGICO", 14. – 17. 11. - trošak suizlaganja temeljem zakupa i uređenja prostora - trošak PN informatora/direktora i ostali putni izdaci - usluge reprezentacije, tiska i dr. troškovi	47.919 kn

► samostalni sajamski nastupi

Zbog velikog značaja i interesa, TZ Splitsko – dalmatinska odlučila je u suradnji s lokalnim ustrojem TZ na svome području samostalno nastupiti na dva najveća svjetska turistička sajma i to; ITB Berlin i WTM London.

Sajam ITB Berlin vodeća je međunarodna poslovna burza turizma na kojoj se predstavlja cijela paleta putovanja, odmora i zabave. TZ Splitsko – dalmatinska je zbog svega navedenog u suradnji s lokalnim ustojem TZ na svome području zakupila samostalni štand veličine 52m² i prostor sa info stolovima i mjestom za poslovne razgovore turističkih gospodarskih subjekata sa područja Županije, kako bi im omogućila direktni kontakt s potencijalnim partnerima.

Sajam WTM London jedan je od najvažnijih svjetskih turističkih sajmova, a među brojnim štandovima turističkih destinacija samostalno se predstavila i TZ Splitsko – dalmatinska u suradnji s klasterima - lokalnim TZ gradova, općina i mjesta. Na samostalnom štandu predstavljena je turistička ponuda regije te gospodarskim subjektima osigurani uvjeti za dogovorene poslovne razgovore s partnerima.

SAJMOVI – samostalno + klasteri	Iznos troška
19. Berlin, ITB, 6. – 10.03. 2019 <ul style="list-style-type: none"> - izrada i opremanje štanda, demontaša i prijevoz opreme - trošak zakupa prostora i uređenja štanda - troškovi raznih prijevoda, izrade pozivnica i press materijala - troškovi reprezentacije za potrebe štanda - usluga grafičkog oblikovanja i izrade elektronske pripreme štanda - troškovi nastupa Klastera zdravstvenog turizma SDŽ na sajmu - trošak PN direktora ureda i ostali putni izdaci - trošak PN informatora i ostali putni izdaci - trošak zakupa prostora i uređenja štanda - trošak nabave propusnica za uzvanike i službene informatore - trošak otpreme materijala, tiska i dr. razni troškovi 	416.993 kn
20. London, WTM, 4. – 7.11. 2019 <ul style="list-style-type: none"> - izrada i opremanje štanda, demontaša i prijevoz opreme - usluga grafičkog oblikovanja i izrade elektronske pripreme štanda - trošak zakupa prostora i uređenja štanda - troškovi raznih prijevoda, izrade pozivnica i press materijala - troškovi reprezentacije za potrebe štanda - trošak PN direktora ureda i ostali putni izdaci - trošak PN informatora i ostali putni izdaci - trošak nabave propusnica za uzvanike i službene informatore - trošak otpreme materijala, tiska i dr. razni troškovi 	315.734 kn

4.2. STUDIJSKA PUTOVANJA

Planirana sredstva:	1.200.000 kn
Rebalans:	1.020.000 kn
Utrošena sredstva:	967.959 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 u 2019. vršila su se po principu:

- odabir modela od strane predstavnštva 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)

Za realizaciju cijelokupne stavke studijskih putovanja utrošeno je u 2019. godini ukupno 967.959 kuna, što je za 5% manje u odnosu na planirana sredstava izmjenama i dopunama plana.

Troškovi organizacije studijskih putovanja = 967.959 kn

Vrste troškova	Iznos troška
- usluge vodiča	229.595 kn
- usluge smještaja i dr. hotelske usluge	102.560 kn
- ugostiteljske usluge	243.913 kn
- prijevozne usluge i usluge rent a cara	178.113 kn
- participacija u organizaciji manifestacija	186.050 kn
- ostale usluge (ulaznice za muzeje, najam i dr.)	27.728 kn

Sezona studijskih putovanja stranih novinara i agenata u 2019. godini trajala je kroz cijelu godinu, sa najvećim intezitetom u predsezoni i rujnu. Studijska putovanja novinara razlikuju se ovisno tko je inicijator navedenog putovanja; predstavništva Hrvatske turističke zajednice, Glavni ured HTZ-a, turističke zajednice županija i domaći gospodarski subjekti ili organizatori događanja.

***Analitički prikaz dolazaka predstavnika stranih medija i agenata u 2019. godini
696 predstavnika NOVINARA, BLOGERA i AGENATA***

ZEMLJE dolaska	BROJ predstavnika	MJESEC dolaska	DESTINACIJE posjeta
Austrija	14 agenata	6.	Split
Kuwait	9 agenata	4.	Split
Belgija	5 novinara, 2 bloger	5., 6.	Brač , Hvar, Split, Trogir
Saudijska A.	10 agenata	3.	Split
Češka	1 novinar	6.	Trogir, Split, Kaštela
Engleska	13 novinara	2., 4., 8., 9.	Split, Ma,Brač,Hvar, Sinj, Omiš, Šolta
Francuska	3 novinara	5.	Split, Trogir
Litva	25 agenta	5.	Split
Italija	9 novinara	6.,7.,9.	Split, Brač, Hvar
Kina	6 novinara	11.	Split
Srbija	13 agenata	5.	Split
Indija	1 novinar	9.	Split
Argentina	17 novinara, 7 agenata	6.,7.	Split, Trogir, Brač, Klis
Nizozemska	18 agenata, 2 bloger	4., 5.	Split, Hvar, Omiš, Trogir
Njemačka	10 novinara, 10 blogera, 12 agenata	4.,5.,9.,10.	Split, Brač, Ma, Šolta,Zagora
Poljska	2 novinara	5.,8.	Split, Trogir, Klis,Zagora
Rusija	9 novinara	6.,9.	Split, Ma, Brač
SAD	6 novinara	6.,7.,9.	Split, Hvar, Brač, Vis, Sinj
Skandinavija	6 novinara	9.	Vis
Izrael	1 novinara	9.	Split, Trogir
Španjolska	3 novinara	4.,6.	Split, Vis
Slovačka	1 novinara	9.	Split, Klis
Švedska	13 novinara	11.,12.	Split, Trogir, Brač, Vis, Hvar, Omiš
Norveška	3 novinara	9.	Split, Hvar, Omiš
Razno	Programi u organizaciji TZSDŽ; BICIKLIZAM – 8 novinara, GASTRONOMIJA – 10 novinara, KULTURA – 12 novinara TUI Nizozemska Courtesy Reis – 80 agenata ITT Kongres – 350 sudionika		
Ostalo	Nautika (Skandinavija) – 5 agenata Cikloturizam (Euro Velo) – 13 sudionika HP kongres – 30 sudionika Dalmatia Island Trophy – 75 sudionika Bahrain (biciklizam) – 12 sudionika		

U razdoblju od siječnja do prosinca najveći broj novinara došao je iz Skandinavije (22 novinara), potom iz Argentine (17 novinara) i UK-a (13 novinara). Najveći broj agenata došao je iz Nizozemske (98 agenata) i Litve (25 agent). Najveći broj blogera došao je iz Njemačke (10 blogera). Najposjećenije destinacije bile su Split, Trogir, Salona, Hvar, Bol, Supetar, Omiš, Makarska rivijera i dr. Organizacija boravka predstavnika medija odvijala se po već ustaljenoj proceduri, u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama, pri čemu se vodilo računa da novinari napuste područje Županije zadovoljni i obavljenog posla. Dok HTZ pokriva troškove dolaska, transfera i smještaja, županijske i lokalne turističke zajednice pokrivaju troškove vođenja, extra obroka i u određenim slučajevima usluge smještaja. Predlaganje tema za inozemne medije predstavništвима u inozemstvu, te organiziranje itinirera i boravka stranih novinara, glavne su aktivnosti TZ Splitsko – dalmatinske u svrhu realizacije ove aktivnosti. Potrebno je naglasiti da je TZ Splitsko – dalmatinska organizirala i samostalna studijska putovanja za inozemne novinare s tržišta Italije, Skandinavije, Francuske, Poljske, Njemačke, UK-a i drugih tržišta. Kroz programe „Biciklizam“, „Gastronomija“ i „Kultura“, 30 stranih novinara upoznalo se s aktivnim odmorom te kulturnim i gastronomskim mogućnostima koje nudi Splitsko-dalmatinska županija. U okviru programa „biciklizam“ sudjelovalo je 8 novinara, 10 novinara u okviru programa „gastronomija“ te 12 novinara za program „kultura“.

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 touring, sastanci i kontinentalni turizam. Splitsko – dalmatinska županija je u 2019. bila domaćin prestižne godišnje konferencije britanskog udruženja profesionalaca u turizmu **ITT - Institute of Travel and Tourism**. **ITT konferencija**, koja se održavala od 10. do 12. lipnja u hotelu Le Méridien Lav.

Tom prigodom je došlo više od 400 vodećih delegata i predstavnika britanskog turizma kao što su VisitBritain, British Airways, EasyJet, TUI, Thomas Cook, Lonely Planet i dr. Domaćini navedene konferencije, jedine profesionalne turističke udruge u UK-u u čijem su članstvu vodeći generalni menadžeri i lideri britanske turističke industrije, bili su Hrvatska turistička zajednica, TZ Splitsko-dalmatinske županije, TZ grada Splita i TZ grada Hvara. Cjelokupni program konferencije uključivao je i organizirane obilaske turistički atraktivnih lokacija i znamenitosti na području Županije s naglaskom na Split, Trogir i Hvar.

4.3. PREZENTACIJE turističke ponude SD

Planirana sredstva:	100.000 kn
Rebalans:	180.000 kn
Utrošena sredstva:	199.505 kn

Aktivnosti prezentacija organiziraju se na domaćem i stranim tržištima s ciljem informiranja o destinaciji i novostima u njenoj turističkoj ponudi. Za organizaciju prezentacija utrošeno je u 2019. godini 199.505 kuna, što je za 11% više u odnosu na planirana sredstva temeljem izmjena i dopuna plana. Aktivnosti prezentacija organiziraju se na domaćem i stranim tržištima s ciljem informiranja o destinaciji i proizvodima te novostima u turističkoj ponudi regije. TZ Splitsko - dalmatinske županije održala je 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. Cilj prezentacija bio je predstaviti turistički potencijal regije s posebnim naglaskom na aspekt raznih oblika selektivne turističke ponude. Prezentacije prilagođene interesima i trendovima na pojedinom tržištu, organizirane su u suradnji s predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, sustavom turističkih zajednica Županije te drugim relevantnim subjektima. Tim aktivnostima nastojalo se pozicionirati Županiju kao receptivnu destinaciju koja uz ponudu sunca i mora posjeduje i bogatu prirodnu baštinu, povijesno i kulturno naslijeđe te niz atraktivnosti.

Rekapitulacija troškova održanih **prezentacija = 199.505 kn**

Vrste troškova	Iznos troška
Road show SLOVENIJA, koncerti dalmatinskih pjevača Murska Sobota, 16.02. 2019 – Petar Grašo i Danijela Martinović Prezentacija turističke ponude SDŽ u sklopu koncerata dalmatinskih pjevača - 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)	10.873 kn

<p>Prezentacija LONDON – za predstavnike britanskih turoperatora i medija, poslovnih ljudi i partnera, prostorije Veleposlanstva RH u Londonu, 8.04. 2019. (u suradnji s Veleposlanstvom RH i Hrvatsko - Britanskim društvom)</p> <p>Prezentacija turističke ponude SDŽ s naglaskom na kulturnu ponudu</p> <ul style="list-style-type: none"> - troškovi organizacije prezentacije - troškovi PN direktora ureda, troškovi smještaja i puta 	17.269 kn
<p>“SAKRALNA BAŠTINA OTOKA BRAČA” – itinerari kulturnog turizma Zagreb, Arheološki muzej, 26.04. – 16.06. 2019</p> <p>Prezentacija u suradnji s SD županijom i Ministarstvom kulture RH</p> <ul style="list-style-type: none"> - troškovi organizacije i održavanja prezentacije - troškovi PN djelatnika ureda i direktora, troškovi smještaja i puta - troškovi oglašavanja i dr. troškovi 	60.105 kn
<p>Road show SLOVENIJA – prodajni centar BTC/tržnica Ljubljana 16. – 19.05. 2019</p> <p>Prezentacija turističke ponude i usluga TZŽ Dalmacije + TZ Lika</p> <ul style="list-style-type: none"> - usluge rent a car-a i ostali putni izdaci - troškovi PN djelatnika ureda i troškovi smještaja - 1/5 troškova organizacije i nastupa TZ dalmatinskih županija i Like 	10.361 kn
<p>Prezentacija VARŠAVA – za medije i predstavnike turističkih agencija, touroperatora i prijevoznika, Ured HTZ-a u Varšavi, 23.05. 2019.</p> <p>Prezentacija turističkih potencijala SDŽ s posebnim fokusom na Makarsku rivijeru</p> <ul style="list-style-type: none"> - troškovi organizacije i održavanja prezentacije - troškovi PN direktora ureda, troškovi smještaja i puta 	17.060 kn
<p>Prezentacija JUŽNA KOREJA/JAPAN, za tourooperatore i agencije Edukacijske radionice „Experience Croatia“ u organizaciji HTZ-a s ciljem promocije hrvatske turističke ponude uz sudjelovanje TZ DNŽ, TZ SDŽ, TZ Istre, TZ ZŽ, TZ Kvarnera i TZ Zagreba</p> <p>Seul, hotel Plaza - 17.09., Tokyo, hotel Intercontinental Bay - 18.09. 2019.</p> <ul style="list-style-type: none"> - troškovi organizacije i sudjelovanja na prezentacijama - troškovi PN djelatnika ureda, troškovi smještaja i puta 	29.519 kn
<p>Prezentacija LONDON – GOOGLE Maps STREET VIEW Summit 2019</p> <p>London, Google office, 24. – 25.09. 2019</p> <ul style="list-style-type: none"> - troškovi PN direktora ureda, troškovi smještaja i puta 	7.371 kn
<p>Prezentacije i poslovne radionice AMSTERDAM/PARIZ – za hrvatske poslovne partnere, inozemne putničke agente, tourooperatore i novinare (u suradnji s HGK Split, TZ Splita, Predstavništvom HTZ-a Nizozemska/ Francuska) Amsterdam, hotel Rosarium Amstelpark – 26.11.2019</p> <p>Pariz, Veleposlanstvo HR – 28.11. 2019</p> <ul style="list-style-type: none"> - troškovi organizacije prezentacije (prostor, reprezentacija i dr.) - troškovi PN direktora ureda, troškovi smještaja i puta 	42.154 kn
Ostali troškovi – razno	4.793 kn

S ciljem motiviranja široke publike za dolazak u turistička odredišta i stvaranja pozitivnog stava javnosti o destinaciji te bolje upoznatosti ključnih tržišta sa regijom kao turističkom destinacijom, održane su, samostalno ili u suradnji s lokalnim/regionalnim turističkim zajednicama opće i posebne prezentacije na stranim i domaćem tržištu.

5. INTERNI MARKETING

Planirana sredstva: 475.000 kn

Rebalans: 409.000 kn

Utrošena sredstva: 394.721 kn

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 realizirani su u iznosu od 394.721 kuna, što je za 4 posto manje u usporedbi s planiranim sredstvima temeljem izmjena i dopuna plana te sudjeluju sa 2% u ukupnoj strukturi rashoda turističke zajednice.

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

Planirana sredstva: 250.000 kn

Rebalans: 210.000 kn

Utrošena sredstva: 196.925 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. Ujedno i s ciljem kontinuiranog osposobljavanja turističkih zajednica za izvršavanje zakonom propisanih zadaća i proširivanja specijalističkih znanja, provodili su se u 2019. i različiti programi edukacije zaposlenika u sustavu TZ. Cilj je bilo educirati sve 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 javnog i privatnog turističkog sektora.

U skladu s tim, 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. Edukacije su ključni faktori uspjeha u zadovoljavanju očekivanja i potreba gostiju i pružanju odgovarajuće vrijednosti za novac, a uz to profesionalnost kadrova u turizmu utječe i na kvalitetu imidža destinacije. Za programe edukacija utrošeno je u 2019. godini ukupno 196.925 kn, što je za 6% manje u odnosu na izmjene i dopune plana.

Pregled organiziranih edukacijskih programa u 2019. godini

Naziv programa/edukacije	Iznos troška
Edukacijski ciklus „INTERNETOM DO GOSTIJU – selektivni oblici turizma“ – organizacija 5 edukacija namijenjenih predstavnicima turističkih agencija, hotela i djelatnicima TZ-a Split, Hotel Park, 30.01. – 27.02. 2019. godine (organizacija: TZ SDŽ/ADprofis) <i>Teme:</i> Strategija oglašavanja selektivnih oblika turizma, Turistička web stranica u 2019-toj godini, Aktualna SEO optimizacija, Google AdWords postaje Google Ads, Portali za oglašavanje u 2019. i email marketing - troškovi pripreme, organizacije i održavanja edukacija - troškovi reprezentacije i najma prostora	23.250 kn
Projekt “EU – PODUZETNIČKA AKADEMIJA u turizmu” - sufinanciranje edukacije namijenjene predstavnicima turističkog sektora s ciljem pokretanja vlastitog biznisa te priprema poduzetnika za apliciranje na EU sredstva iz fonda turističke infrastrukture Split, Ustanova za obrazovanje odraslih, 13. – 16.02. 2019. godine (organizacija: TZ SDŽ/Adriatic educatio) <i>Moduli:</i> Poslovanje poduzetnika u turizmu, Poslovno upravljanje i komunikacija u turizmu, Komponente kulturnog naslijeđa, baštine i arheologije u turizmu, Poslovni plan i mogućnosti cjelogodišnjeg poslovanja, Priprema za prijavu projekata za EU fondove	30.000 kn
Edukacija „Privlačenje GOSTIJU PUTEM NOVIH MEDIJA u predsezoni i postsezoni“, namijenjena privatnim iznajmljivačima Split, Hotel Radisson Blue, 3.04. 2019. godine (organizacija: TZ Splitsko – dalmatinska /MUP/Quintana komunikacije) <i>Teme edukacije:</i> promjena komunikacijske paradigme, implementacija novih pristupa, kanala i alata u promociji turističkih proizvoda i usluga, lojalnost gosta kao uvjet održive sigurnosti - usluge reprezentacije, najma prostora i organizacije edukacije	13.470 kn

Program “ADRIATIC – barmen/ica i savjetnik/ca za vino” Program edukacija u turizmu i ugostiteljstvu, Split (organizacija: Adriatic educatio) <i>Tema: sufinciranje programa edukacije ugostiteljskog osoblja s ciljem podiznja razine kvalitete usluga u turizmu u razdoblju II–III 2019.god.</i>	40.000 kn
Konferencija ‘NOVA SCENA i ODRŽIVI TURIZAM’ , namjenjena studentima, učenicima i svima zainteresiranim za poduzetništvo Split, Ekonomski fakultet, 1.03. 2019. godine (organizacija: TZ Splitsko – dalmatinska / 3P Split udruga) <i>Teme konferencije: Održivi turizam, Nova scena, Digitalni turizam 2019., Financiranje u turizmu i općenito značaj suradnje i networkinga - usluge reprezentacije</i>	4.947 kn
Projekt „DISCOVER DALMATIA“ Split, razdoblje veljača – ožujak, svibanj – lipanj 2019. godine (provedba: TZ SDŽ/AIESEC) <i>Tema projekta: promocija regije i Splita kroz društvene mreže, kreiranje/unapređivanje platforme i strategije za promociju destinacije i obogaćivanje ponude uz sudjelovanje stranih studenata.</i>	15.000 kn
Edukacija „Provedba i primjena GDPR-a U PRAKSI , namijenjena djelatnicima sustava TZ Split, Hotel Park, 9.05. 2019. godine (organizacija: TZ SDŽ/TechFuturo Innovation j.d.o.o.) <i>Tema: pregled zakonskih obveza voditelja obrade sukladno Općoj uredbi o zaštiti podataka, provedba i implementacija GDPR-a u praksi, studije slučajeva i praktična primjena – case study</i> - troškovi organizacije i održavanja edukcije - troškovi najma prostora	21.250 kn
Edukativne radionice „Koordinacija aktivnosti sustava DMK i DMO“ – 2 radionice namijenjene predstavnicima turističkog sektora Split, Hotel Park, 9.04. i 16.04. 2019. godine (organizacija: TZ SDŽ/UHPA/HTZ) <i>Cilj: identifikacija stanja i glavnih izazova u komercijalizaciji složenih turističkih proizvoda za tržište posebnih interesa, stanja i glavnih izazova u suradnji i komunikaciji sustava TZ s postojećim ili potencijalnim DMK te fokusirane radionice u područjima identificiranih glavnih izazova</i> - troškovi organizacije i održavanja edukacija - troškovi reprezentacije i najma prostora	9.068 kn
Edukacija “STREET VIEW i ostale GEOLOKACIJSKE TEHNOLOGIJE u službi promocije turističkih objekata, proizvoda i sadržaja” za djelatnike sustava turističkih zajednica	14.033 kn

<p>Split, Hotel Park, 11.11. 2019. godine (organizacija: TZ Splitsko – dalmatinska/Quintana komunikacije)</p> <p><i>Teme edukacije: Koji su globalni trendovi u komunikaciji? Koji su svjetski trendovi u komunikaciji u turizmu? Što su geolokacijske usluge i što one uključuju? Kako geolokacijske usluge utječu na prepoznatljivost? Uloga geolokacijskih usluga u povećanju potražnje turističke ponude...</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - troškovi organizacije (najam dvorane, reprezentacija, predavači..) 	
<p>Ostale edukacije – djelatnici ureda i dr. sufinanciranja</p> <ul style="list-style-type: none"> - troškovi reprezentacije - kotizacije za kongrese i seminare - savjetovanje za djelatnike TZSDŽ u postupku usklađivanja s GDPR-om - razni seminari za djelatnike ureda TZSDŽ 	25.907 kn

5.2. KOORDINACIJA I NADZOR sustava TZ

Planirana sredstva:	120.000 kn
Rebalans:	120.000 kn
Utrošena sredstva:	120.454 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 finansijskih sredstava ukupnog sustava, tj. turističkih zajednica pojedinih razina.

Troškovi organizacije koordinacija i nadzora TZ = 120.454kn

Vrste troškova	Iznos troška
- troškovi PN djelatnika ureda, smještaja i prijevoza	14.042 kn
- troškovi najma prostora i reprezentacije	23.487 kn
- studijsko putovanje za djelatnike sustava TZ	82.925 kn
Austrija, 10. – 13.10. 2019. godine	

Za aktivnosti organizacije koordinacije i nadzora utrošeno je 120.454 kuna, što je u skladu s planiranim sredstvima. Ured TZ Splitsko – dalmatinske županije organizirao je tijekom 2019. godine koordinacije sa lokalnim ustrojem TZ-a i sudjelovao 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. Tijekom 2019. održane su sljedeće koordinacije;

Dana **14. ožujka 2019. godine** održan je u Splitu kolegij - koordinacija direktora turističkih zajednica gradova, općina i mjesta Splitsko – dalmatinske županije sa sljedećim dnevnim redom;

- Priprema sezone 2019. godine (Uskrs, cijela sezona)
- Razvoj tematskih staza
- Razvoj cikloturizma
- Razno

Dana **17. srpnja 2019. godine** održan je u Splitu kolegij - koordinacija direktora turističkih zajednica gradova, općina i mjesta Splitsko – dalmatinske županije sa predstavnicima Glavnog ureda HTZ-a i Državnog inspektorata sa sljedećim dnevnim redom;

- ✓ Upoznavanje turističkih zajednica s nadležnim inspektorima koji će vršiti kontrolu naplate turističke pristojbe te prijavu i odjavu turista
- ✓ Predstavljanje novog ustroja Državnog inspektorata te nadležnosti inspektorata i turističkih zajednica

Dana **18. srpnja 2019. godine** održana je u Zadru koordinacija direktora turističkih zajednica županija na području Dalmacije i Like, sa sljedećim dnevnim redom;

- ✓ izvješće i analiza zajedničkih nastupa na sajmovima i prezentacijama u 2019. te preliminarni prijedlozi za zajedničke nastupe u 2020. godini;

Dana **30. kolovoza 2019. godine** održana je u Šibeniku koordinacija direktora turističkih zajednica županija na području Dalmacije i Like, sa sljedećim dnevnim redom;

- ✓ zaključni prijedlozi nastupa na sajmovima i prezentacijama u 2020. godini;

Dana **10. rujna 2019. godine** održan je u Splitu kolegij – radni sastanak direktora turističkih zajednica gradova, općina i mjesta Splitsko – dalmatinske županije sa predstavnicima Ministarstva turizma, HTZ-a i vanjskih suradnika sa sljedećim dnevnim redom;

- ✓ primjena nove pravne regulative kojima se regulira sustav turističkih zajednica

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:	50.000 kn
Rebalans:	25.000 kn
Utrošena sredstva:	22.983 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. Za realizaciju stavke nagrade i priznanja utrošeno je u 2019. godini 22.983 kn, što se prvenstveno odnosi na troškove sudjelovanja djelatnika ureda na „Danimu hrvatskog turizma“, i troškove sudjelovanja u okviru projekta „Suncokret ruralnog turizma Hrvatske“.

Troškovi stavke **nagrade i priznanja =22.983kn**

Vrste troškova	Iznos troška
Sudjelovanje djelatnika na „Danimu hrvatskog turizma“, Slavonija, 2. – 5.10. 2019. godine	9.063 kn
Nagrada „Suncokret ruralnog turizma“	13.920 kn

„Dani hrvatskog turizma“ predstavljaju godišnji susret hrvatskih turističkih djelatnika, koji se svake godine organizira krajem listopada, iznimno u 2019. godini, kada su organizirani početkom listopada u pet slavonskih županija. Dani predstavljaju "nacionalni turistički kongres" koji okuplja sudionike turističkog javnog i privatnog sektora, predstavnike Vlade RH, kao i predstavnike međunarodnih turističkih organizacija i institucija. Riječ je o najvećem skupu hrvatskih turističkih djelatnika na kojem cijelokupna struka ima prigodu analizirati učinke turističke sezone, te se najavljuju i aktivnosti za iduću turističku godinu. Svečano okupljanje turističkih djelatnika održava se povodom dodjele nagrada i priznanja u akciji ocjenjivanja kvalitete hrvatskih turističkih odredišta, tvrtki i pojedinaca.

5.4. E-NEWSLETTER

Planirana sredstva:	55.000 kn
Rebalans:	54.000 kn
Utrošena sredstva:	54.359 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. Riječ je o informativnom glasilu koji mjesечно izlazi na internetu u dvije jezične verzije (hrvatski i engleski) te se proslijeđuje turističkim zajednicama, gospodarskim subjektima, predstavništvima HTZ-a u svijetu, predstavnicima medija i svim ostalim zainteresiranim subjektima. Glasilo pruža mjesечni 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. Za potrebe izrade i distribucije newslettera utrošeno je tijekom 2019. godine ukupno 54.359 kn, što je istovjetno planiranim sredstvima temeljem izmjena i dopuna plana.

Troškovi izrade newslettera = 54.359 kn

Vrste troškova	Iznos troška
- naknada za autorski honorar (tekstovi)	41.759 kn
- usluge prijevoda i lektoriranja tekstova	12.600 kn

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.

6. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Planirana sredstva:	620.000 kn
Rebalans:	545.000 kn
Utrošena sredstva:	557.956 kn

Marketinška infrastruktura uključuje troškove proizvodnje multimedijalnih materijala, provođenja istraživanja tržišta, troškove pripreme u izdavaštvu i otkupa fotografija. Rashodi marketinške infrastrukture realizirani su za 2019. godinu u iznosu od 557.956 kuna, što je za 2 posto više u odnosu na planirana sredstva temeljem rebalansa financijskog plana i sudjeluju sa 3 posto u ukupnoj strukturi rashoda turističke zajednice.

6.1. Proizvodnja MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA

Planirana sredstva:	100.000 kn
Rebalans:	35.000 kn
Utrošena sredstva:	33.146 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 stavljuju 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. Multimedijalni CD/DVD-i su atraktivan promidžbeni alat, koji su tražen promidžbeni materijal na sajmovima, manifestacijama, prezentacijama i svim promidžbenim nastupima u inozemstvu. U okviru ove stavke također se vrši priprema za elektroničke brošure, letke, postere, karte, itd. Za realizaciju multimedijalnih materijala utrošeno je u 2019. godini 33.146 kuna.

Rekapitulacija *izrade multimedijalnih materijala* u 2019. godini

<i>Vrsta materijala</i>	<i>Iznos troška</i>
Promotivni USB Srednja Dalmacija 16 GB, 1200 kom - snimanje promotivnog materijala na medij	33.146 kn

6.2. Istraživanje TRŽIŠTA

Planirana sredstva:	400.000 kn
Rebalans:	310.000 kn
Utrošena sredstva:	305.688 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.

Troškovi realizacije istraživanja tržišta = 305.688 kn

Vrste troškova	Iznos troška
Projekt „Tajni gost“ na području SD županije u 2019. godini	60.125 kn
Projekt „Tajni gost – ADVENT“ na području SD županije	18.000 kn
Sufinanciranje istraživanja „Stavovi lokalnog stanovništva prema razvoju turizma u HR u 2018. god.“	5.375 kn
Sufinanciranje istraživanja „Stavovi i potrošnja korisnika usluga zdravstvenog turizma u HR – TOMAS zdravstveni turizam“	4.063 kn
Projekt ISTRAŽIVANJE PRIVATNOG SMJEŠTAJA u Splitsko – dalmatinskoj županiji; - prvi izvještaj: Metodološki izvještaj - drugi izvještaj; Analiza stanja i strana iskustva	190.000 kn
Sufinanciranje istraživanja „TOMAS Hrvatska 2019“ – I.izvještaj	28.125 kn

U 2019. godini u organizaciji TZ Splitsko – dalmatinske županije realiziran je sedmu godinu zaredom projekt »Tajni gost« koji provodi Heraklea, agencija za »mystery shopping«. Troškovi se odnose na troškove smještaja tajnog gosta s pratnjom, putne troškove, usluga prehrane, izrade izvještaja i ostalo. Svrha tajnog gosta je da očima turista ukaže na slabe točke i prednosti destinacije koju posjećuje. Na zahtjev TZ Splitsko-dalmatinske županije, Heraklea d.o.o., agencija za mystery shopping, organizirala je posjete tri para tajnih gostiju u restorane na području Splitsko-dalmatinske županije. Tijekom razdoblja lipanj, srpanj i kolovoz posjećena su 39 restorana. Cilj mjerjenja bio je prikaz stanja kvalitete usluga u hotelima i restoranima na području Županije. Rezultati istraživanja predstavljeni su članovima Skupštine TZ Splitsko - dalmatinske županije na sjednici održanoj krajem protekle godine. Također je organizirano i posebno istraživanje vezano za turističku ponudu u destinacijama u vrijeme Adventa.

U 2019. godini Institut za turizam započeo je provoditi posebno istraživanje privatnog smještaja u Splitsko – dalmatinskoj županiji kao i nacionalno istraživanje obilježja turističke potražnje pod nazivom TOMAS Hrvatska 2019., koje se provodi na cijelom području Hrvatske u razdoblju od svibnja 2019. do travnja 2020. godine, a za potrebe TZ obuhvaćat će posebno istraživanje za Splitsko – dalmatinsku županiju s povećanim uzorkom. Također sufincirana su i neka druga istraživanja koje provodi Institut za turizam. Za sve aktivnosti istraživanja tržišta utrošeno je u promatranome razdoblju 305.688 kn, što je 1% manje u odnosu na planirana sredstva izmjenama i dopunama plana.

6.3. Banka FOTOGRAFIJA i priprema u IZDAVAŠTVU

Planirana sredstva:	120.000 kn
Rebalans:	200.000 kn
Utrošena sredstva:	219.122 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. Za otkup fotografija i pripremu u izdavaštvu, a vezano za izradu novih promotivnih materijala ili redizajn već postojećih, utrošeno je u 2019. godini 219.122 kuna.



Rekapitulacija troškova otkupa fotografija i izdavaštva u 2019. godini

Vrsta usluge	Iznos troška
Brošura TEMATSKE STAZE otoka Srednje Dalmacije Brošura TEMATSKE STAZE obale Srednje Dalmacije - izrada grafičkog rješenja za dvije brošure na de i fr jezik - izrada grafičkog rješenja za dvije brošure na hr jeziku - izrada teksta za brošuru i usluge prijevoda	96.670 kn
Karta RONJENJE Srednja Dalmacija - lektura teksta na engleskom jeziku	200 kn
Brošura DISCOVER Central Dalmatia (suradnja UHPA) - prikupljanje podataka i obrada programa	18.750 kn
ROLLUP, PLAKATI, VIZUALI Srednja Dalmacija - grafičko oblikovanje 3 vizuala 285x200 sa 6 motiva - grafičko oblikovanje 4 vizuala za potrebe sajma ITB Berlin - preuzimanje motiva sa Shutterstocka	5.568 kn

Brošura CAMPING Srednja Dalmacija - usklađivanje podataka s podacima KUH-a za potrebe izrade brošure	4.000 kn
KALENDAR Srednja Dalmacija trodjetlni - zamjena glavne fotografije i izrada pripreme za tisk - oblikovanje i izrada pripreme za realizaciju kalendara (hr i eng)	1.388 kn
BICIKLISTIČKA karta ŠOLTE - izrada i priprema karte za tisk	30.000 kn
BICIKLISTIČKA karta VRGORCA - izrada i priprema karte za tisk	30.000 kn
BICIKLISTIČKA karta IMOTE - izrada i priprema karte za tisk	30.000 kn
FOTOGRAFIJE Srednja Dalmacija - otkup fotografija za potrebe uređenja štanda, ITB Berlin	1.850 kn
Ostalo - prijevodi	696 kn

7. POSEBNI PROGRAMI

Planirana sredstva: 1.800.000 kn

Rebalans: 1.646.000 kn

Utrošena sredstva: 1.645.831kn

Pod posebnim programima, podrazumijevalo 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. Rashodi za posebne programe realizirani su u iznosu od 1.645.831 kuna, što je sukladno planiranim iznosom temeljem izmjena i dopuna plana i sudjeluju sa 9 posto u ukupnoj strukturi rashoda turističke zajednice.

7.1. Poticanje RAZVOJA TURIZMA na nerazvijenim područjima (ZAGORA)

Planirana sredstva: 300.000 kn

Rebalans: 334.000 kn

Utrošena sredstva: 334.000 kn

Temeljem Glavnog plana turizma Županije, koji daje prijedloge za unapređenje situacije u turizmu cijele destinacije, ali i zasebno za njena područja, nastoji se pokrenuti što više aktivnosti kako bi se afirmiralo područje „Dalmatinske zagore“, kao i druga nerezvijena područja. Riječ je o jednoj od ključnih subregija Županije, a koja je atraktivno područje za daljnji turistički razvoj. Izgradnjom autoceste prema Dubrovniku, područje Zagore postaje prva kontaktna točka i svečani ulaz u sustav doživljaja turističke ponude. Dalmatinska zagora je izuzetno očuvan prostor koji je bogat prirodnim ljepotama i resursima, sa vrlo prepoznatljivim povjesno-kulturnim supstratom, sa mnogim arheološkim nalazištima, sačuvanim običajima i tipičnom gastronomijom. Međutim, turistička destinacija dalmatinska Zagora još uvijek nema jasno definirane i oblikovane turističke proizvode, a postojeće razvojne inicijative nalažu potrebu za profesionalizacijom i boljom koordinacijom kako bi se bolje valorizirala resursna osnova u turističkom smislu. Zbog svega navedenoga nastoje se poticati razne inicijative i projekti koji bi pokrenuli turistički razvoj Zagore i pridonijeli njenoj što boljoj turističkoj valorizaciji. Za aktivnosti poticanja turističkog razvoja i promocije destinacije Zagore, kao i drugih nerazvijenih područja sa turističkim potencijalom, utrošeno je u 2019. godini 334.000 kuna, što je istovjetno planiranim sredstvima temeljem izmjena i dopuna plana.

S ciljem da se planom predviđena sredstva na stavci „razvoj turizma na nerazvijenim područjim“ utroše, TZ Splitsko – dalmatinska raspisala je „Pozivni natječaj za sustav TZ na području Splitsko – dalmatinske županije za provođenje projekata razvoja turizma na području dalmatinske Zagore“ u razdoblju od 6. svibnja do 6. lipnja 2019. godine. Sredstva potpore odobravala su se za razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista, provođenje programa edukacija, razvoj, obnovu i unapređenje javne turističke infrastrukture te osnivanje interaktivnih centara, uređenje biciklističkih staza, te razvoj svih selektivnih oblika turističke ponude na području dalmatinske Zagore.

Sredstva doznačena temeljem POZIVNOG NATJEČAJA za nerazvijene TZ

Naziv TZ	NAZIV PROGRAMA/PROJEKTA	Isplaćeno
TZ grada SINJA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije i uvjeta boravka turista – uredenje penjališta Greda u Gornjim Glavicama	40.000 kn
TZ grada VRGORCA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije i uvjeta boravka turista – brendiranje turističke destinacije VRGORAC, grad dalmatinskog pršuta i vina – razvoj enogastro turizma	40.000 kn

TZ grada VRLIKE	Razvoj i unapređenje ponude destinacije i uvjeta boravka turista – „Konjička ruta u Vrlici“, novi turistički proizvod	60.000 kn
TZ grada TRILJA	Program edukacija, usavršavanje i treninzi za nositelje ponude u turizmu i dr. subjekte – edukacija bike vodiča, 3. ciklus	40.000 kn
TZ područja IMOTA	Razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije – izrada promotivne brošure o ključnim proizvodima imotske krajine	40.000 kn
TZ općine ŠESTANOVAC	Razvoj i unapređenje ponude destinacije i uvjeta boravka turista – unapređenje ponude cikloturizma – Pametna klupa s bike self servisom	40.000 kn
TZ općine DUGOPOLJE	Razvoj i unapređenje ponude destinacije i uvjeta boravka turista – uređenje biciklističkog odmorišta Vranjača	24.000 kn
UKUPNO odobreno i isplaćeno		284.000 kn

Sredstva su se dodjeljivala po odluci Povjerenstva, a nakon uvida u pristiglu dokumentaciju. Povjerenstvo u sastavu od dva člana i predsjednika, ocjenjivalo je atraktivnost samog programa te utjecaj na produljenje sezone i kompatibilnost sa razvojnim projektima TZ Splitsko-dalmatinske županije.

7.2. Razvoj SELEKTIVNIH oblika turizma

Planirana sredstva:	1.500.000 kn
Rebalans:	1.312.000 kn
Utrošena sredstva:	1.311.831kn

Razvojem selektivnih oblika turizma, omogućilo bi se produženje turističke sezone i dodatni razvoj turizma, posebice u pogledu obogaćivanja turističke ponude novim proizvodima i sadržajima. Sezonski karakter turizma, kao temeljno uporište i izvorište uniformiranosti turističkog prometa, u isto je vrijeme i ključni razlog opravdanosti i potrebe razvoja selektivnog turizma u smislu razvoja novih proizvoda i privlačenja novih segmenata potencijalnih turista. 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 utrošeno je tijekom 2019. godine 1.311.831 kuna, što je u skladu s planiranim sredstvima temeljem izmjena i dopuna plana. Jedan dio sredstava doznačen je temeljem dostavljenih i dogovorenih projekta i prijedloga, a drugi dio temeljem objavljenog „Pozivnog natječaja za sustav TZ na području Splitsko – dalmatinske županije za sufinanciranje projekata razvoja selektivnih oblika turističke ponude“ u trajanju od 5. svibnja do 5. lipnja 2019. godine. Sredstva potpore odobravala su se za razvoj i unapređenje turističke ponude destinacije te uvjeta boravka turista, razvoj, obnovu i unapređenje javne turističke infrastrukture te osnivanje interaktivnih centara, uređenje biciklističkih staza, te razvoj svih selektivnih oblika turističke ponude na području Županije. TZ Splitsko – dalmatinska nakon donošenja odluke o visini odobrene potpore sklapala je ugovor o potpori s pojedinom TZ kojim se uredio način korištenja potpore, način praćenja realizacije projekata, isplata potpore, nadzor namjenskog korištenja potpore i druga pitanja vezana za realizaciju projekata i dodjelu potpore.

Aktivnosti poticanja selektivnih oblika turizma = 1.311.831kn

Vrste troškova	Iznos troška
Razvoj KULTURNOG turizma – arheološki turizam <ul style="list-style-type: none"> ❖ Razvoj projekta rekonstrukcije rimske vojne spavaonica i interpretacijskog centra na Gardunu (nositelj: grad Trilj) - 	300.000 kn
Područje ZAGORE – cijelo područje (TZ grada Sinja) <ul style="list-style-type: none"> ❖ potpora razvoju projekta <i>Total Inland Dalmatia</i> temeljem kojeg će turisti moći pratiti sva događanja i atrakcije koje se odvijaju na području destinacije Zagora, s ciljem unapređenja ukupne ponude 	20.000 kn

Sredstva doznačena temeljem POZIVNOG NATJEČAJA za sustav TZ

Naziv TZ	PROGRAM - PROJEKT	Odobreno
TZ općine SELCA	Razvoj, obnova i unapređenje javne turističke infrastrukture – obnova klupa i nabavka kupališne opreme	17.000 kn
TZ općine PODGORA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije i uvjeta boravka turista – valorizacija sakralne baštine općine Podgora u svrhu razvoja cikloturizma (krajobrazno uređenje okoliša crkvice Sv. Roka)	40.000 kn
TZ grada OMIŠA	Osnivanje interaktivnih centara, uređenje biciklističkih staza i dr. oblika ponude – uređenje penjališta Zvir kuk, Lokva Rogoznica	30.000 kn
TZ općine SUTIVAN	Razvoj i unapređenje ponude destinacije i uvjeta boravka turista – projekt „Bike friendly Sutivan“	60.000 kn

TZ grada SUPETRA (nositelj klastera)	Razvoj i unapređenje ponude destinacije i uvjeta boravka turista – uredenje bračke planinarske staze „VIA BRATTIA“	60.000 kn
TZ općine POSTIRA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije i uvjeta boravka turista – uredenje šetnice Postira – Lovrecina; teretana na otvorenome	30.000 kn
TZ općine BRELA	Unapređenje kvalitete ključnih turističkih proizvoda – projekt razvoja kulturnog turizma „Marmontova cesta poviše Brela“	50.000 kn
TZ grada HVARA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije i uvjeta boravka turista – uredenje cikloturističkih staza i vidikovca „Hvarske kamen“	70.000 kn
TZ grada MAKARSKA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije i uvjeta boravka turista - Rukometni pripremni turnir u funkciji razvoja sportskog turizma	10.000 kn
TZ grada SOLINA	Unapređenje javne turističke infrastrukture – Revitalizacija kulturne baštine, kuća Parać II faza	50.000 kn
TZ općine SUĆURAJ	Razvoj i unapređenje ponude destinacije i uvjeta boravka turista – uredenje biciklističke staze broj 700, dužine 17,8 km	80.000 kn
TZ općine ŠOLTA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije i uvjeta boravka turista – uredenje street workout parka u naselju Maslenica	60.000 kn
TZ općine JELSA (nositelj klastera)	Razvoj i unapređenje ponude destinacije i uvjeta boravka turista – razvoj cikloturizma otoka Hvara – Biciklom po vrhu Hvara	100.000 kn
TZ mjesta IGRANE	Osnivanje interaktivnih centara – centar za posjetitelje „Hrvatska škrinja“	40.000 kn
TZ općine TUČEPI (nositelj klastera)	Osnivanje interaktivnih centara, uređenje biciklističkih staza i dr. selektivnih oblika ponude – razvoj cikloturističke destinacije Makarske rivijere,Biokova i Zabiokovlja	130.000 kn
TZ grada TROGIRA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije i uvjeta boravka turista – projekt brendiranja grada Trogira	41.000 kn
TZ grada KAŠTELA	Razvoj filmskog turizma – „ Kaštela seven reasons to visit “	30.000 kn
TZ grada VISA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije i uvjeta boravka turista – podizanje kvalitete informacija izradom 3 nova info panoa u Visu	30.000 kn
TZ općine MARINA	Osnivanje interaktivnih centara, uređenje biciklističkih staza i dr. oblika ponude – razvoj kulturnog turizma „Marinska bitka – hrabre žene marinske“	40.000 kn
TZ mjesta VRBOSKA	Razvoj i unapređenje ponude destinacije i uvjeta boravka turista – uredenje vidikovca „Kaštilac“ i pristupnih puteva	12.000 kn
UKUPNO ODOBRENO		980.000 kn

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

Planirana sredstva:	400.000 kn
Rebalans:	375.000 kn
Utrošena sredstva:	397.477 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 utrošenih sredstava za navedenu stavku iznosi 397.477 kn, što je za 13 posto više u odnosu na planirana sredstva i sudjeluju sa 2% u strukturi rashoda.

8.1. Izrada i provođenje STRATEŠKIH DOKUMENATA razvoja turizma

Planirana sredstva:	300.000 kn
Rebalans:	250.000 kn
Utrošena sredstva:	238.375 kn

Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije donijela je i usvojila na tijelima novi *Glavni plan turizma sa strateškim i operativnim planom marketinga turizma Splitsko-dalmatinske županije za razdoblje od 2017. – 2027. godine*. Glavni cilj izrade ovog plana je povećati ekonomske učinke turizma na području Županije na temeljima održivog razvoja, tj. uzimajući u obzir resursnu osnovu i turističke atrakcije te ograničenja koja proizlaze iz zaštite okoliša i društvenog okruženja. Glavni plan turizma sa strateškim i operativnim planom marketinga turizma predstavlja sveobuhvatni razvojno-marketinški dokument područja Splitsko – dalmatinske županije. Riječ je o dokumentu koji uspostavlja dugoročni strateški razvojni okvir turizma prepoznajući potrebu unapređenja i proširenja kvalitete turističke ponude destinacije, ali i inovacije portfelja turističkih doživljaja usklađenih s trendovima tržišne segmentacije te podizanja efikasnosti destinacijskog menadžmenta i upravljanja. U 2019. godini u planu je temeljem navedenog dokumenta bilo 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*
- ▶ *razvoj turizma aktivnosti*

Navedeni akcijski planovi su u određenoj mjeri realizirani tijekom 2019. godine, a završetak i predstavljanje planova biti će tijekom 2020. godine.

Troškovi realizacije stavke strateški dokumenti u 2019. = 238.375 kn

Vrste troškova	Iznos troška
Izrada Akcijskog plana razvoja AKTIVNOG turizma u Splitsko – dalmatinskoj županiji, I. rata	46.875 kn
Izrada Akcijskog plana razvoja ENO - GASTRONOMSKOG turizma u Splitsko – dalmatinskoj županiji, I. rata	46.875 kn
Izrada Akcijskog plana razvoja TURIZMA DOGAĐANJA u Splitsko – dalmatinskoj županiji, I. rata	70.312 kn
Izrada Akcijskog plana razvoja POSLOVNOG turizma u Splitsko – dalmatinskoj županiji, I. i II. rata	70.313 kn
Organizacija RADIONICA vezano za izradu akcijskih planova, Split 28.i 29.11. 2019. – troškovi najma prostora i reprezentacije	4.000 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 i dr. aktivnosti. Realizirane su u iznosu od 136.302 kn.

Rekapitulacija troškova za ostale rashode = 136.302 kn

Vrste troškova
<ul style="list-style-type: none"> - ostale komunalne usluge (parking pretplata) - najam servera za računovodstveni program - troškovi neovisne revizije finansijskog poslovanja za 2019. godinu - troškovi zakupa domene na g.mail-u - rashodi proteklih godina (telefonski imenik) - odvjetničke usluge - članarine - ostali izdaci i dr. troškovi

Popore i sufinanciranja ostalim primateljima odnose se na pružanje određenog vida potpore raznim subjektima, a koje nisu direktno vezane za događaje i manifestacije. Taj vid potpore uglavnom se odnosi na sufinanciranje publiciranja i izdavanja raznih turističkih materijala i knjiga te sufinanciranje određenih aktivnosti drugih organizacija iz domene turizma. Realizirane su u iznosu od 22.800 kn.

2.3. REKAPITULACIJA prihoda i rashoda

Programom rada za 2019. 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. Program rada TZ Splitsko – dalmatinske županije temeljio se na provedbi marketinških aktivnosti turističke promidžbe regije u cjelini i pojedinih segmenata turističke ponude. Provedene aktivnosti bile su usmjerene na daljnji razvoj branda regije Srednje Dalmacije i suradnji sustava turističkih zajednica, javnog i privatnog sektora u području zajedničkih tržišnih aktivnosti. Rekapitulacija ostvarenih prihoda i rashoda predstavlja cjelovit prikaz aktivnosti po vrstama koje su bile planirane i realizirane u 2019. godini. U finansijskom planu TZ Splitsko – dalmatinske županije za 2019. godinu planirani su ukupni prihodi i rashodi u iznosu od 19.954.000 kn. Temeljem izmjena i dopuna finansijskog plana procijenilo se da će do kraja tekuće godine doći do porasta pojedinih stavki prihoda te većeg utroška sredstava, pri čemu su ukupni prihodi planirani u iznosu od 20.977.381 kn, a rashodi u iznosu od 18.849.700 kn. Na koncu finansijske godine utvrđeni su ukupni prihodi u iznosu od 20.817.884 kn. Istovremeno, konačni rashodi realizirani su u iznosu od 18.742.745 kn.

Ukupni PRIHOD iznosi	20.817.884 kn
Ukupni RASHOD iznosi	18.742.745 kn
VIŠAK PRIHODA iznosi	2.075.139 kn

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

PRIHODI	19.275.503 kn
VIŠAK PRIHODA iz prethodnih godina	1.542.381 kn
UKUPNO PRIHODI	20.817.884 kn
UKUPNO RASHODI	18.742.745 kn
REZULTAT	+2.075.139 kn

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

PRIHODI	19.275.503 kn
VIŠAK PRIHODA iz prethodnih godina	1.561.937 kn
UKUPNO PRIHODI	20.837.440 kn
RASHODI	18.420.182 kn
REZULTAT (razlika P/R)	+ 2.417.258 kn

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 2019. godine nešto veći (razlika od 322.563 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 2019. godine

ELEMENTI	IZVRŠENJE 2019.	REBPLAN 2019.	Indeks izv/rebpl
I. PRIHODI	20.817.884	20.977.381	99
1.1. Boravišna pristojba	11.423.476	11.570.000	99
1.2. Turistička članarina	2.768.415	2.785.000	99
1.3. Prihodi iz proračuna	450.000	450.000	100
1.4. Prihodi od drugih aktivnosti	4.542.874	4.545.000	100
1.5. Ostali prihodi	90.738	85.000	107
1.6. Prijenos viška prihoda iz prethodnih godina	1.542.381	1.542.381	100
II. RASHODI	18.742.745	18.849.700	99
2.1. Administrativni troškovi	2.374.446	2.508.700	95
2.1.1. Troškovi skladišta i logistike	107.867	100.000	108
2.1.2. Troškovi rada tijela TZ	110.536	120.000	92
Naknade	38.892	45.000	86
Troškovi organizacije TV,NO i Sk	71.644	75.000	95
2.1.3. Troškovi Turističkog ureda	2.156.043	2.288.700	94
2.2. Dizajn vrijednosti	2.059.167	2.083.000	99
2.2.1. Potpore i kreiranje dogadanja	1.528.000	1.550.000	98
2.2.2. Potpora razvoju DMK-a	256.000	256.000	100
2.2.3. Potpora razvoju privatnog smještaja	253.167	255.000	99
2.2.4. Projekt Volim Hrvatsku	22.000	22.000	100
2.3. Komunikacija vrijednosti (A+B)	8.840.302	8.783.000	101
A. Online komunikacije	2.402.067	2.370.000	101
2.3.1. Internet oglašavanje	1.954.410	1.920.000	102
2.3.2. Internet stranica i upravljanje stranicom	447.657	450.000	99
B. Offline komunikacije	6.438.235	6.413.000	100
2.3.3. Ovlašavanje u promotivnim kampanjama	4.822.298	4.860.000	99
2.3.4. Opće oglašavanje	802.882	800.000	100
2.3.5. Brošure i ostali tiskani materijali	403.184	345.000	117
2.3.6. Suveniri i ostali promo materijali	167.621	165.000	102
2.3.7. Info punktevi i info table	242.250	243.000	100
2.4. Distribucija i prodaja vrijednosti	2.472.845	2.500.000	99
2.4.1. Nastupi na turističkim sajmovima	1.305.381	1.300.000	100
2.4.2. Studijska putovanja	967.959	1.020.000	95
2.4.3. Prezentacije	199.505	180.000	111
2.5. Interni marketing	394.721	409.000	96
2.5.1. Edukacija (sustav TV + turistička industrija)	196.925	210.000	94
2.5.2. Koordinacija i nadzor sustava TV	120.454	120.000	100
2.5.3. Nagrade i priznanja	22.983	25.000	92
2.5.4. E-newsletter	54.359	54.000	101

2.6. Marketinška infrastruktura	557.956	545.000	102
2.6.1. Proizvodnja multimedijalnih materijala	33.146	35.000	95
2.6.2. Istraživanje tržišta	305.688	310.000	99
2.6.4. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	219.122	200.000	110
2.7. Posebni programi	1.645.831	1.646.000	100
2.7.1. Poticanje razvoja turizma na nerazvijenim područjima	334.000	334.000	100
2.7.2. Razvoj selektivnih oblika turizma – novi proizvodi	1.311.831	1.312.000	100
2.8. Ostalo (planovi razvoja turizma i ostale aktivnosti)	397.477	375.000	113
2.8.1. Provodenje projekata Glavnog plana razvoja turizma	238.375	250.000	95
2.8.2. Ostale aktivnosti	136.302	100.000	136
2.8.3. Potpore i sufinanciranja – ostalo	22.800	25.000	91
III. VIŠAK PRIHODA nad RASHODIMA			2.075.139

Zaključak:

Programom rada za 2019. godinu utvrđeni su ciljevi turističke promidžbe i marketinške politike hrvatskog turizma, a primjenjeno na regiju Srednju Dalmaciju, kao i operativni mehanizmi njihove provedbe. Prilikom pripreme dokumenta, u obzir je posebno uzet Operativni marketing plan turizma Hrvatske iz 2013. godine (OMP TH 2013.), koji je Turističko vijeće Hrvatske turističke zajednice usvojilo s ciljem prilagodbe djelovanja HTZ-a i sustava turističkih zajednica aktualnim trendovima u turističkom marketingu te tranzicije prema Strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma. Osim na postavkama OMP TH, Program rada za 2019. godinu temeljio se i na pojedinačnim aktivnostima/taktikama definiranim kroz dizajn vrijednosti, komunikaciju vrijednosti (online i offline komunikacija), distribuciju i prodaju vrijednosti, interni marketing, marketinšku infrastrukturu i posebne programe. Prijedlog prihoda za 2019. godinu zasnivao se na procjeni mogućih sredstava iz zakonom utvrđenih izvora prihoda za sustav turističkih zajednica (boravišna pristojba i turistička članarina) te očekivanih sredstava iz proračuna i ostalih prihoda. Rashodi u 2019. godini planirani su polazeći od obveze ispunjavanja zakonskih zadaća sustava turističkih zajednica i načela svrshishodnosti i učinkovitosti korištenja ukupnog proračuna. Godina 2019. predstavljala je novi izazov za hrvatski turizam i sve njegove čimbenike. Turistička sezona 2019. je godina u kojoj je hrvatski turizam još jednom dokazao svoju konkurentnost i tržišnu atraktivnost. Aktivnosti sustava turističkih zajednica na čelu s Hrvatskom turističkom zajednicom snažno su doprinijele kroz pripreme na terenu i promidžbu u svijetu da rezultati budu pozitivni. Ukupni prihod TZ Splitsko – dalmatinske županije ostvaren u 2019. godini u iznosu od 20.817.884 kn odstupa za 1 posto u odnosu na planirani temeljem izmjena i dopuna plana.

U usporedbi s 2018. godinom došlo je do povećanja prihoda za 29 posto. Rashodi su ostvareni u iznosu od 18.742.745 kn, što je za 28% više u usporedbi s ostvarenim rashodima iz prethodne godine. Uzimajući u obzir stanje na svjetskom tržištu, kao i opće stanje ukupne hrvatske turističke ponude, a temeljem *GP razvoja turizma Splitsko - dalmatinske županije sa strateškim i operativnim planom marketinga turizma definirana su četiri strateška cilja*:

- *Održivi turistički razvoj uz maksimalno povećanje kvalitete života lokalne zajednice,*
- *Povećanje prihoda od turizma unapređenjem i razvojem turističkih proizvoda te učinkovitim marketingom,*
- *Unapređenje uvjeta za razvoj turizma*
- *Unapređenje upravljanja turizmom sukladno kapacitetima županije i jedinica lokalne uprave.*

Može se konstatirati da su gore postavljeni ciljevi turističke politike za 2019. godinu ostvareni. Ostvareni rezultati turističkog prometa su sukladni očekivanjima, te je i dalje zabilježena pozitivna tendencija kretanja ukupnog turističkog prometa. Regija Srednja Dalmacija ostvarila je i tijekom sezone 2019. godine turističke rekorde, te je po broju gostiju i ostvarenim noćenjima, učvrstila svoju poziciju odmah iza Istre, sa udjelom od 19 posto u ukupnom turističkom prometu na razini Hrvatske. Sumirajući rezultate cijele godine, prema podacima eVisitor-a u svim vrstama smještajnih kapaciteta ostvareno je preko 3,9 milijuna dolazaka domaćih i stranih turista te 20,4 milijuna registriranih noćenja, što je porast od 6% u dolascima i 3% u noćenjima.

Ukupne aktivnosti TZ Splitsko – dalmatinske županije realizirane su u značajnom opsegu, te su imale značajnog utjecaja na adekvatno pozicioniranje regije u mediteranskom okruženju, što će biti cilj djelovanja i rada i u narednim razdobljima. Regija Srednja Dalmacija afirmirala se na turističkom tržištu kao kvalitetna i sigurna turistička destinacija. Prvu polovicu godine obilježio je značajan intezitet promotivnih aktivnosti u inozemstvu, posebice na onim tržištima bitnima za ukupni turistički promet. Provodile su se promotivne aktivnosti sukladno programu rada, a prilagođene obilježjima ciljnih tržišnih segmenata te se nastojalo maksimalno iskoristiti tržišne prednosti koje pruža položaj Srednje Dalmacije. U provođenju promotivnih aktivnosti, stavljen je akcent na maksimalno suradnji lokalnih i regionalnih turističkih zajednica. Ne zaboravljajući da turizam u najvećoj mjeri ovisi o inozemnim tržištima, nastojalo se u provođenju promotivnih aktivnosti, poticati i domaći turistički promet.