

# **TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA OMIŠA**

## **PROGRAM RADA ZA 2015. GODINU**

**LISTOPAD 2014.**

## UVOD

Financijski plan i program rada za 2015. prati smjernice, ciljeve i aktivnosti definirane kroz radionice za izradu Strateškog marketinškog planu TZG Omiš 2015. – 2020., a koje polaze od postavki: Strategije razvoja Hrvatskog turizma do 2020., Strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma 2014. – 2020., Glavnog plana razvoja turizma Splitsko dalmatinske županije, Plana ukupnog razvoja Grada Omiša , ostvarenih rezultata u 2014. , stanja na emitivnim tržištima i općom gospodarskom situacijom i stanjem u okruženju te na smjernicama Turističkog vijeća i Nadzornog odbora. Glavni ciljevi, na koje su vezane sve ostale aktivnosti definirani su na slijedeći način:

## Marketinški ciljevi turizma Omiša

<b>Produljenje sezone</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• promjena strukture smještaja</li><li>• razvoj novih proizvoda (ruralno, kultura, gastro, sport)</li><li>• jačanje postojećih proizvoda (avanturizam)</li><li>• jačanje tržišnih segmenata: 60+, parovi, posebni interesi</li></ul>
<b>Definiranje branda</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• kreiranje</li><li>• komuniciranje kroz mix kanala</li><li>• redefiniranje atrakcija u svrhu turizma</li></ul>
<b>Povećanje potrošnje</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• cjenovno repozicioniranje</li><li>• dizanje kvalitete smještaja</li><li>• jačanje kvalitete dodatne ponude</li><li>• jačanje sekundarnih tržišta</li></ul>
<b>Ljudski resursi i komunikacija</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• edukacija privatnih iznajmljivača i drugih dionika</li><li>• inovacije u marketingu i marketinškoj infrastrukturi</li><li>• razvoj e-marketinga</li></ul>

Za sve predložene aktivnosti i upravljanje proizvodima ovaj plan predviđa formiranje stručnih radnih grupa po temama: sport/avanturizam, kulturni, ruralni i gastro i eno turizam koji su detaljnije definirani strategijom po kojoj će se detaljno razraditi daljnje marketinške aktivnosti.

Turistička zajednica Grada Omiša izradila je prijedlog financijskog plana i programa rada za 2015. sukladno metodologiji, standardima, uputama s pojašnjenjima i smjernicama za izradu dobivenim od HTZ-a.

Obrazac za izradu financijskog plana i programa rada, spomenute upute i operativni marketing plan turizma Hrvatske za 2015. godinu dostupni su na slijedećem linku: <http://business.croatia.hr/hr-HR/Hrvatska-turisticka-zajednica>.

## STANJE NA TRŽIŠTIMA I TRENDOVI

Prema statističkim podacima sustava TZ, ove godine je u Hrvatskoj u razdoblju siječanj - kolovoz ostvaren značajan porast obujma fizičkog prometa, ukupan broj dolazaka bio je +4,86% veći u odnosu na 2013., a broj noćenja +2,30%. Pozitivan rast ostvaren je na većini ključnih tržišta (Češka, Njemačka, Italija, Finska, Norveška, Slovenija, Švicarska, Slovačka, Austrija) , a značajan rast bilježe tržišta Austrija, Koreja, Mađarska, Španjolska (<http://business.croatia.hr/Documents/3379/Informacija-o-tijeku-sezone-rujan-2014-.pdf>).







	<b>UPLATA</b>	<b>15/14</b>
HOTELI	530,000.00	108
KAMPOVI	600,000.00	105
PS	2,215.000.00	100
Nova rješenja	145,000.00	50
Razdoblje 01.10. – 31.12.	220,000.00	
<b>UKUPNO</b>	<b>3,710,000.00</b>	
Smanjenje zbog ukidanje rješenja	- 46,000.00	
<b>GRAND TOTAL</b>	<b>3,664,000.10</b>	

tzg omiš	<b>2,298,427.20</b>
Grad	<b>689,528.00</b>

Slika 6. Razrada projekcije prihoda od boravišne pristojbe za 2015.

### Prihodi od turističke članarine

Na prihod od turističke članarine, unatoč i do sada poduzetim mjerama jako je teško, gotovo nemoguće utjecati osim kroz aktivnosti snažnije edukacije i obavijesti privatni iznajmljivačima (slanje uputa na početku sezone, online obrazac članarine, na kraju sezone slanje podsjetnika na obaveze i sl.).

### Ostalo

Pod stavkom „Ostali nespomenuti prihodi“ ovaj plan predviđa sredstva koja Splitsko dalmatinska županija, HTZ i TZ Splitsko dalmatinske županije dodjeljuju, temeljem natječaja za organizaciju manifestacije „Gusarska bitka“. U 2015. Turistička zajednica Grada Omiša planira pripremu kandidature projekta za model II udruženog oglašavanja HTZ-a namijenjenog promociji destinacije koji bi se realizirao u 2016.

Iznos od 110 000,00 kn predstavlja razliku od ukupno procijenjenih prihoda („stanje na računu“) na dan 31.12. 2014. i rashoda (obveza koje će biti plaćene do 31.12.2014.)

### RASHODI

Rashodi po vrstama	Iznos
--------------------	-------

I. Administrativni rashodi	910.700,00 kn
II. Dizajn vrijednosti	362.000,00 kn
III. Komunikacija vrijednosti	451.000,00 kn
IV. Distribucija i prodaja vrijednosti	68.000,00 kn
V. Interni marketing	56.000,00 kn
VI. Marketinška infrastruktura	43.000,00 kn
VII. Posebni programi	20.000,00 kn
VIII. Ostalo	20.000,00 kn
IX. Transfer boravišne pristojbe Gradu Omišu(30%)	689.528,10 kn
X. Manjak prethodnog razdoblja	
XI. Rezervirana sredstva	140.000,00 kn
<b>Ukupno</b>	<b>2.760.228,10 kn</b>

## I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

U administrativne troškove svrstavaju se svi poslovi Ureda TZ i ostali poslovi koji su nužni za ostvarenje programa rada i drugih Zakonom i Statutom definiranih zadaća. Administrativni troškovi čine oko 33% ukupnih rashoda turističke zajednice.

### 1. Rashodi za radnike

Rashodi za radnike predviđeni su u skladu sa važećim zakonskim propisima i općim aktima Turističke zajednice Grada Omiša (o unutarnjem ustrojstvu Turističkog ureda, radnim odnosima, odgovornosti i plaćama zaposlenika Ureda).

**PLANIRANI RASHOD:** 625.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda

**Rok izvršenja:** cijela godina

### 2. Rashodi ureda

Rashodi Ureda obuhvaćaju sve režijske troškove, literaturu, opremu, informatičke i financijske usluge. I dalje će se kontinuirano raditi na racionalizaciji poslovanja i smanjenje bespotrebnih rashoda ureda. U planu je nabava manje opreme (skener i sl.) kao i nabava programa za računovodstvo.

**PLANIRANI RASHOD:** 85.700,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda

**Rok izvršenja:** cijela godina

### 3. Rashodi za rad tijela TZ

Rashodi za rad tijela TZ-a planirani su na razini ostvarenja 2014. Ova stavka uključuje troškove pripreme i slanja materijala, organizacije Sjednica Turističkog vijeća, Skupštine i Nadzornog odbora kao i troškova povezanih s realizacijom istih.

**PLANIRANI RASHOD:** 15.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda, Turističko vijeće

**Rok izvršenja:** cijela godina

#### 4. TIC -evi

U 2014. godini TZG Omiš planira projekt TIC-eva u montažnim objektima uz cestu/odmorišta na tri lokacije – npr. Ravnički most, Mimice-Lokva Rogoznica i Pisak. Za sve ove TIC-eve planira se nabavka objekta, uređenje okoliša i oprema (računalo, mobilni internet i program za prijavu i odjavu) kako bi se na licu mjesta prijave unosile on line u sustav u cilju poštivanja zakonskih rokova za prijavu i odjavu turista, ali u prvom redu kako bi TIC-evi uistinu bili dostupni turistima za sve potrebne informacije o destinaciji. Plan predviđa zapošljavanje 8 sezonskih radnika (studenata) u TIC-evima koji bi radili u dvije smjene 2,5 mjeseca.

Detaljnou analizom je utvrđeno da većina iznajmljivača goste prijavljuje u TIC-u Omiš ili elektronski (60+%, osim za Mimice 50%) što je dodatni argument za realizaciju projekta TIC-eva na magistrali.

TIC	Registrirani iznajmljivači	Broj iznajmljivača koji prijavljuju	Postotak iznajmljivača koji prijavljuju
<b>Stanići</b> (Stanići, Čelina)	371	147	39.62%
<b>Lokva Rogoznica</b> (Ivašnjak, Ruskamen)	214	85	39.71%
<b>Mimice</b> (Mimice, Medići, Marušići)	335	166	49.55%
<b>Pisak</b>	261	104	39.84%

Slika 7. Pregled prijava po TIC-evima

U planu je, u suradnji s Gradom pokretanje postupka i svih potrebnih aktivnosti vezano za mogućnost premještanja Ureda TZG Omiš na neku centralnu lokaciju u gradu kako bi i sam ured što bolje funkcionirao kao cjelogodišnji TIC.

**PLANIRANI RASHOD:** 185.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda

**Rok izvršenja:** cijela godina

## II. DIZAJN VRIJEDNOST

### 1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

TZG Omiš će inicirati i bit partner Gradu Omišu na projektima koji će se aktivno baviti poboljšanjem kvalitete i uređenja plaža od Nemire do Vruje (klupe, kante, tuševi, svlačionica), a lista potreba definirat će se također u suradnji s TZ na temelju prijedloga mjesnih odbora.

TZ će sufinancirati projekt Plave zastave, nadogradnje wi fi-ja i ostale manje projekte vezane za uređenje grada (sadnja, uređenje vidikovaca, penjalista i sl.).

**PLANIRANI RASHOD:** 50.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda, MO, Turističko vijeće

**Rok izvršenja:** lipanj



## 2. Manifestacije

Pod ovom stavkom razlikujemo dvije vrste manifestacija, one koje su u direktnoj organizaciji ili se pokreću na inicijativu TZG Omiš i one manifestacije koje TZG Omiš financijski podupire. Za prvu kategoriju manifestacija predviđeno je u 2015. 48% više, a za drugu 30% manje sredstava. Osim Gusarske bitke, TZG bi inicirala i u suradnji s drugim subjektima organizirala: folklorne i klapske nastupe u Gradu, ribarske večeri na Rivijeri (10-tak večeri), gastro manifestacije – dani soparnika i festival brujeta ili sl., jesensku sportsku manifestaciju – utrka na 10 km ili sl. (natjecanje u slobodnom penjanju? Ili sl.), natjecanje u gradnji kula od pijeska za djecu, eko manifestaciju čišćenja podmorja – suradnja s Calypso klubom.

Prijedlog je da ove godine sredstva potpore manifestacijama budu snažnije usmjerena na manji broj manifestacija koji najbolje doprinose ciljevima TZG Omiš prema odluci Turističkog vijeća, kako bi učinak tih manifestacija što snažnije pridonio promociji destinacije.

**PLANIRANI RASHOD:** 280.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda, radne skupine

**Rok izvršenja:** cijela godina

## 3. Novi proizvodi

Mjere za kreiranje i poticanje razvoja ruralnog turističkog proizvoda, postavljanje info ploča i signalizacije s temom kulturne baštine Zagore i Poljica.

**PLANIRANI RASHOD:** 12.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda, konzervatori

**Rok izvršenja:** rujan

## 4. Potpora razvoju DMK-a

Organizacija edukacije o važnosti razvoja složenih turističkih proizvoda i poziv lokalnim agencijama da kreiraju i kandidiraju programe za tržište posebnih interesa koji pridonose sljedećim ciljevima:

- kreiranju novih motiva dolazaka,
- obogaćivanju turističke ponude destinacije Omiš,
- razvoju inovativnih proizvoda koji omogućavaju produženje turističke sezone i smanjenje sezonalnosti
- stvaranju prepoznatljivog imidža Omiša kao destinacije turizma posebnih interesa

Složeni turistički proizvodi za tržište posebnih interesa = paket aranžman koji se sastoji od usluge prijevoza, smještaja i drugih turističkih usluga namijenjenih tržišnim segmentima posebnih interesa (za ljubitelje kulture, povijesti, prirode, aktivnog odmora, gastronomije, enologije i drugo).

Najbolji kandidirani programi, prema odluci Turističkog vijeća, dobili bi određeni iznos bespovratnih sredstava za dodatnu razradu i oglašavanje programa, a TZG Omiš bi im osigurala i dodatan prostor za promociju na novoj web stranici, u PR objavama i sl.

**PLANIRANI RASHOD:** 20.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda

**Rok izvršenja:** cijela godina

## III. KOMUNIKACIJSKA VRIJEDNOST

Ovu kategoriju rashoda dijelimo na online komunikacije, offline komunikacije i smeđu signalizaciju.

### **Online komunikacije**

Online komunikacija obuhvaća oglašavanje i prisutnost na društvenim mrežama kroz profil koji promovira cjelokupnu ponudu destinacije, ali i profil koji bi posebno prezentirao proizvode mekog avanturizma i sporta, odnosno avanturističku ponudu Omiša na jednom mjestu. Ova stavka obuhvaća i Adwords oglašavanje oba koncepta i web stranice, kao i tekuće održavanje iste. U planu je korištenje postojećeg hot spot sustava na način da bi svi korisnici hot spota automatski spajanjem na hot spot imali otvarali na svojim sučeljima novu web stranicu TZG Omiš po kojoj bi mogli surfat bez izlaska na Internet i na taj način bi na licu mjesta imali pristup svim relevantnim informacijama.

**PLANIRANI RASHOD:** 140.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda

**Rok izvršenja:** cijela godina

### **Offline komunikacije**

TZG Omiš će poduprijeti candidature zainteresiranih subjekata iz privatnog sektora, čiji media planovi zadovoljavaju tražene uvjete, vezano za projekt udruženog oglašavanja i različite modele istog.

U skladu s potrebama Ureda i turističkih subjekata na području destinacije planiran je tisak i kreiranje slijedećih materijala: nove brošure Omiša, karte: planinarske i Omiš s kulturom, Kalendar događanja, plakati i razglednice.

Stavka suveniri odnosi se na promo materijale koji se dijele novinarima, agentima, parovima koji se vjenčaju u Omišu, gostima koji duži niz godina dolaze u Omiš i sl.

U suradnji s Gradom do kraja 2014. definirat će se projekt uređenja i zaštite stare gradske jezgre Omiša kao visoko vrijednog obilježja identiteta destinacije i idejno rješenje izgleda ploča za obilježavanje turističkih atrakcija. U 2015. kreće druga faza projekta stare gradske jezgre - obilježavanje atrakcija, ulaza u ulice i sl.

**PLANIRANI RASHOD:** 281.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda

**Rok izvršenja:** lipanj

### **Smeđa signalizacija**

Nastavak aktivnosti uvođenja reda vezano za smeđu signalizaciju. Postavljanje većih info ploča smeđe signalizacije na nekoliko izdvojenih lokacija – Staro groblje, Priko i sl.

**PLANIRANI RASHOD:** 30 000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda

**Rok izvršenja:** cijela godina

## **IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI**

Distribucija i prodaja vrijednosti obuhvaća troškove sajmovi, studijskih grupa i posebnih prezentacija.

### **Sajmovi**

Nastupi na sajmovima u 2015. temelje se na pravilima suizlaganja definiranim od strane HTZ-a, koji podrazumijeva koordinaciju sajamskih nastupa u sustavu turističkih zajednica.

Sukladno ovim pravilima TZGO će nastupiti na sajmovima u suradnji s TZSDŽ i na road show prezentacijama na odabranim tržištima. Kako u ovom trenutku TZSDŽ još uvijek nema od HTZ potvrđen program sajмова, nakon detaljno definiranih prezentacija moguće je i sudjelovanje predstavnika TZG Omiš na nekom od sajмова.

**PLANIRANI RASHOD:** 45.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda

**Rok izvršenja:** svibanj

### **Studijska putovanja**

Odlična suradnja s odjelom za studijska putovanja unutar TZSDŽ nastaviti će se i u 2015. Omiš će i dalje biti nezaobilazna stanica svim novinarima i agentima koji „istražuju“ područje srednje Dalmacije.

**PLANIRANI RASHOD:** 8.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda

**Rok izvršenja:** pred i post sezona

### **Posebne prezentacije**

Ispitati mogućnost organizacije „Omiškog dana“ u Zagrebu za vrijeme gostovanja Festivala dalmatinskih klapa u Lisinskom i ostalih sličnih prezentacija u zemlji i inozemstvu.

**PLANIRANI RASHOD:** 15.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda

**Rok izvršenja:** studeni

## **V. INTERNI MARKETING**

### **Edukacija**

Organiziranje edukacija za privatne iznajmljivače vezano za podizanje kvalitete: uređenje apartmana i okućnice, mogućnosti financiranja investicija, digitalno oglašavanje, društvene mreže, ali i zakonska regulativa, kao i nastavak projekta škole stranih jezika za iznajmljivače. Iniciranje osnivanja Udruge malih iznajmljivača kroz razmjenu iskustava i bolju edukaciju o mogućnostima i važnosti ovakve strukovne udruge (pokušati dovesti na predavanje predstavnika nacionalne udruge privatnih iznajmljivača, predstavnika nekog kluba iznajmljivača npr. Split itd.).

**PLANIRANI RASHOD:** 24.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda, radna skupina

**Rok izvršenja:** cijela godina

### **Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet**

U suradnji s Gradom, mjesnim odborima, udrugama i sl., aktivno sudjelovanje i koordinacija u cilju poboljšanja uvjeta boravka turista. Priprema i slanje materijala iznajmljivačima vezano za njihova prava i obveze (upute, priručnici, obrasci, mišljenja i sl.).

Omiš family (radni naziv) projekt - program standardizacije kvalitete privatnog smještaja kojim se želi potaknuti iznajmljivače na podizanje kvalitete privatnog smještaja (koraci: oformit povjerenstvo TZ, definirat kriteriji kvalitete, izgled markica, prezentacija na webu, ugovor itd.)

**PLANIRANI RASHOD:** 25.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda, radna skupina

**Rok izvršenja:** cijela godina

### **Nagrade i priznanja**

Dodjela nagrade „Zlatni oblutak“ za najbolje uređene apartmane, pansionere i kuće za odmor.

**PLANIRANI RASHOD:** 7.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda, radna skupina

**Rok izvršenja:** listopad

## **VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA**

### **Proizvodnja multimedijalnih materijala**

U planu je izrada video materijala kojim bi se posebno pokrila tema Adventure i sport Omiš, kao i nastavak svjedočanstva stvarnih turista s odgovorom na pitanje „Zašto volim Omiš?“ i koji bi imao viralni karakter (zabavan, drugačiji, „dijeljiv“). Postojeća virtualna šetnja bi se također nadogradila s nekoliko novih scena (pogled s tematske staze i sl.).

**PLANIRANI RASHOD:** 15.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda

**Rok izvršenja:** rujan

### **Istraživanje tržišta**

Nastavak anketiranja iz 2014., u dva ciklusa kako bi se dobili podaci koji bi se mogli uspoređivati iz godine u godinu.

**PLANIRANI RASHOD:** 6.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda

**Rok izvršenja:** pred i post sezona

### **Formiranje baze podataka**

Nastavak rada na kreiranju elektronske baze podataka svih turističkih subjekata destinacije i aktivna komunikacija putem newslettera sa svim zainteresiranim javnostima.

**PLANIRANI RASHOD:** 1.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda

**Rok izvršenja:** cijela godina

### **Banka fotografija i priprema u izdavaštvu**

Nabavka novih fotografija (profesionalni fotografi, ali i fotografi – zaljubljenici, gosti i sl. posebno za viralnu promociju) destinacije s posebnim naglaskom na aktivnostima iz domene adventure i sport.

**PLANIRANI RASHOD:** 15.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda

**Rok izvršenja:** rujan

## **Jedinstveni turistički informacijski sustav**

Nastavak aktivne promocije programa za online prijave gostiju kao i povezivanje istog s bazom web stranice. Ovaj rashod uključuje i trošak tekućeg održavanja programa.

**PLANIRANI RASHOD:** 6.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda

**Rok izvršenja:** cijela godina

## **VII. POSEBNI PROGRAMI**

U suradnji s Gradom započeti projekt definiranja i uređenja novih tematskih (npr. Omiš – Fortica) i biciklističkih staza na području Omiša. Inicirati sve pripreme radnje kako bi se ovi projekti financirali iz EU fonda za ruralni razvoj gdje su projekti ovog tipa upravo definirani kao prihvatljivi i gdje se spominje mogućnost povlačenja 100% iznosa sredstava za iste.

**PLANIRANI RASHOD:** 20.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda

**Rok izvršenja:** cijela godina

## **VIII. OSTALO**

Prema odluci Turističkog vijeća odabrati i sufinancirati organizaciju određenog broja i vrste jednodnevnih izleta iz Omiša u pred i post sezoni kako bi se pružio dodatan sadržaj gostima Omiša u periodu od 15.04. i poslije 15.09.

**PLANIRANI RASHOD:** 20.000,00 KN

**Nositelj:** Direktor ureda, radna skupina

**Rok izvršenja:** cijela godina

## **IX. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)**

Sukladno zakonskim odredbama Zakona o boravišnoj pristojbi (NN 152/08, 59/09), Turistička zajednica grada Omiša dužna je 30% uprihodovanog iznosa boravišne pristojbe u tekućoj godini doznačiti na račun proračuna Grada Omiša. Ova će se sredstva koristiti namjenski za poboljšanje uvjeta boravka turista prema dogovoru Grada Omiša i Turističke zajednice Grada Omiša.

## **X. POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE**

## **XI. REZERVIRANA SREDSTVA**

S obzirom na činjenicu da je priliv sredstava boravišne pristojbe izrazito sezonski, ovaj plan predviđa rezervaciju sredstava u visini od 140 000,00 kn za neometano funkcioniranje Ureda i realizaciju projekata za prvih šest mjeseci godine.

## **ZAKLJUČAK**

Program rada i financijski plan izrađeni su na temelju trenutno dostupnih podataka. Kako je TZG Omiš u 2014. određene projekte kandidirala za sredstava HTZ-a, a još nema povratnu informaciju o visini potpore nakon završetka natječaja (Fond za razvoj turizma i UO model II) ukoliko bude potrebno izradit će se rebalans ovog plana.