



PROGRAMA RADA TZG OMIŠ ZA 2016. GODINU

Pripremila:

Petra Bartulović, direktorica Ureda TZG Omiš

LISTOPAD 2015.

Sadržaj

UVOD	4
STANJE NA TRŽIŠTIMA I TRENDOVI	4
PRIHODI	8
PRIHODI OD BORAVIŠNE PRISTOJBE	9
PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE	9
OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI	9
PRIHODI OD KAMATA	9
RASHODI	10
ADMINISTRATIVNI RASHODI	10
Rashodi za radnike	11
Rashodi ureda	11
Rashodi za tijela TZ	11
TIC-evi	12
DIZAJN VRIJEDNOSTI	12
Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada	12
Manifestacije	13
Novi proizvodi	14
Potpora razvoju DMK-a	14
KOMUNIKACIJSKA VRIJEDNOST	14
Online komunikacije	14
Offline komunikacije	15
Smeđa signalizacija	16
DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	16
Sajmovi	16
Studijska putovanja	17
Posebne prezentacije	17
INTERNI MARKETING	17
Edukacija	17
Kordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet	18
Nagrade i priznanja	18

MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA.....	18
Proizvodnja multimedijalnih materijala	18
Istraživanje tržišta.....	19
Formiranje baze podataka.....	19
Banka fotografija i priprema u izdavaštvu.....	19
Jedinstveni turistički informacijski sustav	19
POSEBNI PROGRAMI.....	19
OSTALO	20
TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU.....	20
POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE	20
REZERVIRANA SREDSTVA.....	20
ZAKLJUČAK.....	20

UVOD

Turistička zajednica Grada Omiša izradila je prijedlog financijskog plana i programa rada za 2016. sukladno metodologiji, standardima, uputama s pojašnjenjima i smjernicama za izradu dobivenim od HTZ-a. Financijski plan i program rada za 2016. 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, stanja na emitivnim tržištima i općom gospodarskom situacijom i stanjem u okruženju.

Obrazac za izradu financijskog plana i programa rada, spomenute upute i operativni marketing plan turizma Hrvatske za 2016. godinu dostupni su na slijedećem linku: <http://business.croatia.hr/hr-HR/Hrvatska-turisticka-zajednica>.

Na temelju glavnih ciljeva definiranih Strateškim marketing planom turizma Omiša planirane su aktivnosti i projekti za 2016. Većina aktivnosti i projekata pokrenutih u 2015. nastavit će se i kroz 2016.

Marketinški ciljevi turizma Omiša

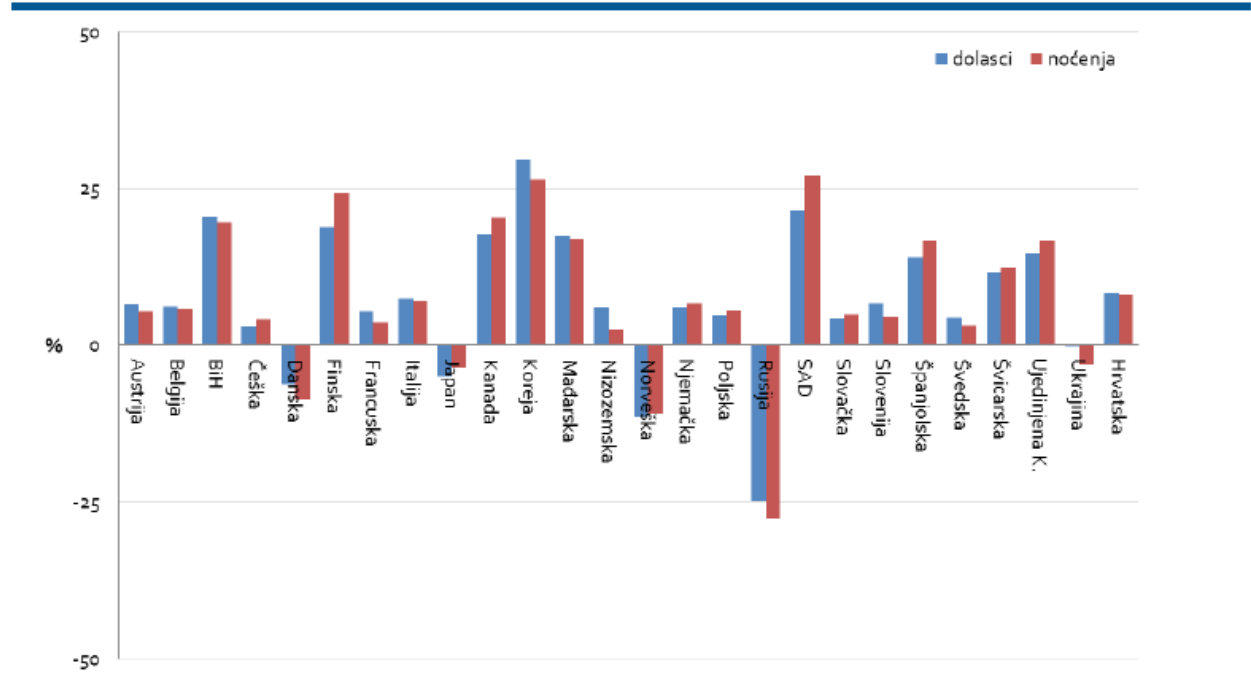
Produljenje sezone	<ul style="list-style-type: none">• promjena strukture smještaja• razvoj novih proizvoda (ruralno, kultura, gastro, sport)• jačanje postojećih proizvoda (avanturizam)• jačanje tržišnih segmenata: 60+, parovi, posebni interesi
Definiranje branda	<ul style="list-style-type: none">• kreiranje•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

STANJE NA TRŽIŠTIMA I TRENDOVI

Prema podacima iz Informacija o tijeku sezone i aktualnom stanju na tržištima (HTZ, rujan 2015.) na području Republike Hrvatske, u prvih osam mjeseci 2015. godine, ostvaren je značajan porast obujma turističkog prometa. U tom razdoblju zabilježen je porast turističkih dolazaka za 8,02% te noćenja za 6,63% u odnosu na prethodnu godinu.

Pozitivni rezultati ostvareni su na većini glavnih emitivnih tržišta, a najveće stope rasta bilježe Južna Koreja, SAD, Kanada, Finska, BiH i Mađarska. Tržišta koja bilježe pad su Rusija, Norveška, Danska, Japan i Ukrajina. Ti trendovi su vidljivi na sljedećem grafičkom prikazu.

Pregled rasta/pada broja dolazaka i noćenja po tržištima (u %) u razdoblju siječanj – kolovoz 2015. (kumulativ)



Druga najснаžnija receptivna regija u RH je Splitsko-dalmatinska županija u kojoj se nalazi i sam Grad Omiš. Ta regija je ostvarila porast noćenja za 8,78% u odnosu na 2014. godinu i čini 18,25% ukupnog turističkog prometa.

Na području Grada Omiša su u prvih osam mjeseci zabilježeni isti trendovi te su se turistički dolasci u tom razdoblju povećali za 10%, a noćenja za 9% u odnosu na prethodnu godinu. Sličan trend zabilježen je i u mjesecu rujnu te možemo govoriti o ukupnom porastu od +10% dolazaka i +9% noćenja u prvih devet mjeseci 2015. godine.

Posebno veseli činjenica da je u predsezoni (01.01. – 31.05.) područje Grada Omiša posjetio 9.931 turist (+23%) te je ostvareno 29,247 noćenja (+21%).

Dolasci i noćenja po tržištima

Od primarnih tržišta, definiranih u Strateškom marketing planu turizma Grada Omiša, najveći porast bilježi Njemačka (+6% dolazaka; +9% noćenja), dok Češka ima blag porast od 1% dolazaka i 2% noćenja, a Poljska pad dolazaka za 3% i noćenja za 2%.

Gotovo sva sekundarna tržišta ostvarila su porast kako dolazaka, tako i noćenja, a najimpresivniji je porast tržišta Slovenije (+45% dolazaka; +53% noćenja). Ostala tržišta imaju također značajne poraste: Austrija (+4% dolazaka; +6% noćenja), Mađarska (+15% dolazaka; +13% noćenja), i Slovačka (+9% dolazaka; +10% noćenja).

Kod tercijarnih tržišta najviše se ističe porast tržišta Finske (+67% dolazaka; +91% noćenja) te Velike Britanije (+64% dolazaka; +83% noćenja). Danska (+30% dolazaka; +13% noćenja) i Švedska (+13% dolazaka; +12% dolazaka) bilježe nešto umjereniji rast, dok ostala tržišta bilježe negativne trendove (Francuska: -2% dolazaka, +13% dolazaka; Italija: -4% dolazaka, -1% noćenja). Iako ova dva tržišta bilježe negativne promjene u dolascima, noćenja ne slijede taj trend.

PREGLED KOMERCIJALNOG TURISTIČKOG PROMETA ZA RAZDOBLJE SIEČANJ - RUJAN 2015. – PO ZEMLJAMA													
	IX / 2014		IX / 2015		INDEKS (IX) 2015/2014		I – IX/2014		I – IX/ 2015		INDEKS (I – IX) 2015/2014		UDIO U UKUPNOM BR. NOĆENJA (2015.) %
	1		2		3=2/1		4		5		6=5/4		
	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA	
NIEMAČKA	2,625	21,930	2,693	22,412	103	102	15,009	111,088	15,927	121,052	106	109	28
POLJSKA	1,509	10,850	1,787	12,402	118	114	19,924	136,938	19,244	133,687	97	98	16
ČEŠKA	1,620	14,283	1,380	13,362	85	94	20,967	143,437	21,118	146,433	101	102	17
VELIKA BRITANIJA I SJEVERNA IRSKA	958	3,783	1,364	5,685	142	150	3,564	14,299	5,847	26,117	164	183	7
AUSTRIJA	612	3,487	592	4,260	97	122	4,163	26,351	4,322	27,864	104	106	5
MAĐARSKA	494	4,047	421	3,397	85	84	6,180	39,533	7,078	44,510	115	113	4
SLOVENIJA	324	1,845	418	2,736	129	148	3,526	21,317	5,127	32,524	145	153	3
HRVATSKA	176	668	396	1,716	225	257	3,568	17,118	4,208	19,337	118	113	2
FRANCUSKA	329	826	287	1,044	87	126	3,035	11,005	2,961	12,432	98	113	1
SLOVAČKA	145	1,695	214	2,477	148	146	6,375	44,946	6,959	49,326	109	110	3
OSTALE ZEMLJE	1,574	8,295	1,742	9,684	111	117	16,350	82,092	19,944	94,753	122	115	12
TOTAL	10,366	71,709	11,294	79,175	109	110	102,661	648,124	112,735	708,035	110	109	100

Dolasci i noćenja po vrstama kapaciteta

Iz priložene tablice je vidljivo je da su sve vrste kapaciteta ostvarile povećanje kako dolazaka, tako i noćenja. Najveći porast ostvaren je u hotelskom smještaju gdje je ostvareno povećanje dolazaka za 14% te noćenja za 10%. Kampovi bilježe porast i dolazaka i noćenja za 10%, a privatni smještaj 8% dolazaka te 9% noćenja.

PREGLED KOMERCIJALNOG TURISTIČKOG PROMETA ZA RAZDOBLJE SIEČANJ - RUJAN 2015. – KAPACITETI													
	IX / 2014		IX / 2015		INDEKS (IX) 2015/2014		I – IX/2014		I – IX/ 2015		INDEKS (I – IX) 2015/2014		
	1		2		3=2/1		4		5		6=5/4		
	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA	
PRIVATNI SMJEŠTAJ	3,692	37,010	4,043	42,324	110	114	59,465	435,168	64,218	473,684	108	109	109
HOTELI	3,415	19,307	4,004	20,171	117	104	21,478	103,502	24,550	114,037	114	110	110
KAMPOVI	3,259	15,392	3,247	16,680	100	108	21,718	109,454	23,967	120,314	110	110	110
OSTALO													
TOTAL	10,366	71,709	11,294	79,175	109	110	102,661	648,124	112,735	708,035	110	109	109

Dolasci i noćenja po mjestima

Pregled dolazaka i noćenja po mjestima dan je u sljedećoj tablici:

PREGLED KOMERCIJALNOG TURISTIČKOG PROMETA ZA RAZDOBLJE SJEČANJ - RUJAN 2015. – MJESTA												
	IX / 2014		IX/2015		INDEKS (IX) 2015/2014		I – IX/2014		I – IX /2015		INDEKS (I – IX) 2015/2014	
	1		2		3=2/1		4		5		6=5/4	
	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA
BLATO NA CETINI	-	48	5	96		200	21	217	34	446	162	206
BORAK	32	300	49	421	153	140	313	2,335	457	3,414	146	146
ČELINA	155	1,675	128	1,656	83	99	2,615	20,513	2,825	22,702	108	111
ČIŠLA	2	76	9	155	450	204	47	459	88	1,038	187	226
GATA	48	603	80	1,081	167	179	454	4,036	723	6,841	159	169
KOSTANJE	-	-	14	86			-	-	43	257		
KUČIĆE	17	182	8	142	47	78	129	1,098	147	1,421	114	129
LOKVA ROGOZNICA	1,560	12,673	1,852	13,491	119	106	15,446	103,528	16,980	109,569	110	106
MARUŠIĆI	186	1,972	267	3,094	144	157	3,877	31,200	4,595	36,202	119	116
MIMICE	557	5,553	605	7,089	109	128	7,981	60,132	8,584	65,931	108	110
NAKLICE	5	200	10	178	200	89	107	1,120	175	1,555	164	139
NEMIRA	570	5,932	696	6,660	122	112	9,124	65,286	10,053	72,294	110	111
OMIŠ	6,109	30,658	6,534	33,765	107	110	45,312	230,035	50,776	258,487	112	112
OSTRIVICA	10	195	11	192	110	98	124	1,197	111	1,176	90	98
PISAK	441	4,155	390	4,427	88	107	6,050	45,037	5,892	44,159	97	98
PODAŠPIIJE	24	127	34	225	142	177	290	1,677	316	1,989	109	119
SEOCA	-	-	-	275			6	77	51	756	850	982
SLIME	-	60	30	184		307	111	1,033	249	1,312	224	127
SMOLONJE	10	44	4	64	40	145	54	539	67	621	124	115
SRIJANE	-	-	4	44			8	52	32	342	400	658
STANIĆI	626	7,049	539	5,471	86	78	10,345	76,786	10,110	74,227	98	97
SVINIŠĆE	2	51	2	48	100	94	31	227	50	413	161	182
TRNBUSI	-	-	-	-			46	557	56	504	122	90
TUGARE	6	90	3	116	50	129	38	304	62	582	163	191
ZAGORA OMIŠKA	-	-	-	-			10	82	-	0	0	0
ZAKUČAC	6	66	16	139	267	211	122	597	209	1,302	171	218
ZVEČANJE	-	-	4	76			-	-	50	495		
TOTAL	10,366	71,709	11,294	79,175	109	110	102,661	648,124	112,735	708,035	110	109

Najveći broj noćenja, odnosno 50 % ukupnog broja noćenja, se ostvaruje na području Rivijere te je na tom području zabilježen porast dolazaka za 6% te noćenja za 5% u odnosu na 2014. godinu.

Na području samog Omiša (Omiš, Nemira, Zakučac i Borak) ostvaruje se oko 47% ukupnih dolazaka, a u odnosu na prethodnu godinu na tom području je ostvareno 12% više i dolazaka i noćenja.

Najveći rast turističkog prometa zabilježen je u Omiškom zaobalju (+53% dolazaka, +56% noćenja).

	I - IX/2014		I - IX/ 2015		INDEKS (I - IX) 2015/2014		udio u ukupnom br.noćenja u %
	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA	
OMIŠKA ZAGORA I POLJICA	1,476	12,675	2,254	19,748	153	156	3
RIVIJERA	46,314	337,196	48,986	352,790	106	105	50
OMIŠ	54,871	298,253	61,495	335,497	112	112	47

PRIHODI

Prihodi Turističke zajednice Grada Omiša iskazani su kroz slijedeće kategorije:

Prihodi po vrstama	Iznos
1. Prihodi od boravišne pristojbe	2.454.000,00 kn
2. Prihodi od turističke članarine	400.000,00 kn
3. Prihodi iz proračuna grada	
4. Prihodi od drugih aktivnosti	
5. Prijenos prihoda prethodne godine	50.000,00 kn
6. Ostali nespomenuti prihodi	90.000,00 kn
7. Prihodi od kamata	1.000,00 kn
Ukupno	2.995.000,00 kn

PRIHODI OD BORAVIŠNE PRISTOJBE

Prijedlog Financijskog plana za 2016. predviđa povećanje prihoda od boravišne pristojbe u visini od 4% u odnosu na prijedlog rebalansa 2015. Povećanje je planirano na temelju realizacije 2015., nastavka brojnih aktivnosti Ureda vezano za smanjenje duga, angažman na promociji destinacije i na temelju podataka i analiza vezano za registraciju novih pružatelja usluge smještaja u domaćinstvu u odnosu na br. onih koji gase svoja rješenja.

Projekcija prihoda dobivena je na temelju predviđanja stvarnog porasta boravišne pristojbe u visini +2.2% u odnosu na Rebalans 2015. za one subjekte koji BP plaćaju po noćenju, a za sve one koji plaćaju paušal u visini + 50 000,00 kn koliko iznosi procjena neto razlike novih zaduženja i ukidanja starih zaduženja.

PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE

S obzirom na previđanja i ukupni porast turističkog prometa ove godine, ovim Prijedlogom programa rada previđa se i porast prihoda od turističke članarine od 5% u odnosu na 2015.

OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI

Pod stavkom „Ostali nespomenuti prihodi“ ovaj plan predviđa sredstva koja će TZG Omiš na temelju kandidatura svojih manifestacija i ukupnog medija plana ostvariti u suradnji sa Splitsko-dalmatinskom županijom, HTZ-om i TZ Splitsko-dalmatinske županije po modelu udruženog oglašavanja.

Iznos od 50 000,00 kn predstavlja procjenu razlike prihoda i rashoda na kraju godine.

PRIHODI OD KAMATA

Ovim Prijedlogom programa rada predviđa se i prihod od kamata u iznosu od 1 000 kn.

RASHODI

Ovim prijedlogom Programa rada i Financijskog plana za 2016. planirana struktura rashoda po grupama definirana je na slijedeći način:

Rashodi po vrstama	Iznos
I. Administrativni rashodi	942.000,00 kn
II. Dizajn vrijednosti	502.000,00 kn
III. Komunikacija vrijednosti	431.000,00 kn
IV. Distribucija i prodaja vrijednosti	168.000,00 kn
V. Interni marketing	70.000,00 kn
VI. Marketinška infrastruktura	69.000,00 kn
VII. Posebni programi	20.000,00 kn
VIII. Ostalo	25.000,00 kn
IX. Transfer boravišne pristojbe Gradu Omišu(30%)	736.200,00 kn
X. Manjak prethodnog razdoblja	
XI. Rezervirana sredstva	30.000,00 kn
Ukupno	2.993.200,00 kn

ADMINISTRATIVNI RASHODI

U ovu grupu rashoda svrstavaju se svi rashodi vezani za poslove Ureda TZ i ostali poslovi koji su nužni za ostvarenje programa rada i drugih Zakonom i Statutom definiranih zadaća. Ovim prijedlogom Financijskog plana administrativni troškovi su ukupno, u odnosu na 2015., porasli su za 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). Ne bilježi se odstupanje vezano za iznos ove stavke rashoda u odnosu na plan prethodne godine.

PLANIRANI RASHOD: 628.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda

Rok izvršenja: cijela godina

Rashodi ureda

Stavka Rashodi Ureda planirana je na razini planskih vrijednosti 2015. i obuhvaća režijske troškove, literaturu, opremu, informatičke i financijske usluge. Nastavlja se rad na racionalizaciji poslovanja i optimalnom korištenju energije i prostora.

PLANIRANI RASHOD: 86.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda i zaposlenici Ureda

Rok izvršenja: cijela godina

Rashodi za tijela TZ

Rashodi za rad tijela TZ-a planirani su na razini ostvarenja 2015. Ova stavka uključuje sve rashode vezane za organizaciju i realizaciju Sjednica Turističkog vijeća, Skupštine TZG Omiš i Nadzornog odbora. Ovom stavkom previđa se nabava i distribucija dijela promotivnih materijala TZG Omiš za potrebe članova Vijeća i Skupštine (rokovnik, kalendar i sl.)

PLANIRANI RASHOD: 20.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda, Turističko vijeće

Rok izvršenja: cijela godina

TIC-evi

S obzirom na uspješno odrađenu 2015. i pozitivno iskustvo vezano za realizaciju projekta TIC-evi uz Jadransku magistralu, ovim Prijedlogom Financijskog plana predviđa se nastavak projekta. Pored postojeća tri TIC-a (Ravnički most, Obriž i Mimice) planira se postavljanje još jedne TIC kućice na području od Piska do Marušića ovisno o suglasnosti Hrvatskih cesta. Također je u planu uređenje okoliša oko samih kućica, cvijeće, dodatni plakati i sl.

Ovaj plan predviđa zapošljavanje 10 sezonskih radnika (studenata) u TIC-evima koji bi radili u dvije smjene 2,5 mjeseca kao i po jednog studenta u Pisku i Stanićima na pola radnog vremena.

Prijedlogom plana također se predviđa nastavak aktivnosti vezano za upis vlasništva TZG Omiš na prostorije Ureda i premještanje (zamjenu) prostora.

PLANIRANI RASHOD: 208.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda

Rok izvršenja: cijela godina

DIZAJN VRIJEDNOSTI

Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

TZG Omiš nastavit će intenzivno inicirati, voditi i biti partner kako Gradu Omišu tako i mjesnim odborima, lokalnim udrugama i ostalim mogućim subjektima, na projektima koji će se aktivno baviti poboljšanjem kvalitete uređenja plaža i svih turističkih mjesta kroz aktivnosti nabave sadnog materijala i sadnje, suradnju na projektima akcija čišćenja i uređenja mjesta, kanjona Cetine, pješačkih staza, uređenja vidikovaca, realizacija projekta Plava zastava i druge slične projekte.

PLANIRANI RASHOD: 65.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda, MO, Turističko vijeće

Rok izvršenja: veljača - listopad

Manifestacije

Prijedlog Programa rada za 2016. razlikuje dvije vrste manifestacija, one koje su u direktnoj organizaciji ili se pokreću na inicijativu TZG Omiš ili je TZG Omiš partner na projektu, a realiziraju se u suradnji s drugim subjektima kao i one manifestacije koje TZG Omiš samo financijski podupire. I za jednu i za drugu kategoriju manifestacija predviđeno je u odnosu na 2015. povećanje sredstava zbog važne uloge koju manifestacije imaju u povećanju turističkog prometa i potrošnje, ali i obogaćenja same ponude destinacije i njene promocije.

U 2016. Gusarska bitka će se odigrati 10. put pa s obzirom na ovu značajnu obljetnicu planiraju se brojne dodatne aktivnosti kako bi se cijela priča oko same manifestacije produljila na više od jednog dana. TZG Omiš će organizirati kao i dosadašnjih godina folklorne i klapske nastupe u Gradu, ribarske večeri na Rivijeri u suradnji sa zainteresiranim subjektima na temelju javnog poziva kao u 2015.

U 2016. planira se nastavak suradnje i organizacija gastro manifestacije s Cehom obrtnika i ugostitelja van glavne sezone kao i organizacija jesensku sportske manifestacije na temu trčanja u suradnji s udrugom Plivački maraton – utrka na 5/10 km ili polumaraton ovisno o mogućnostima i uvjetima Hrvatskog atletskog saveza. TZG Omiš će također biti partner i suorganizator utrki radnog naziva „100 milja Dalmacije“, najvećoj trail utrci u Dalmaciji koja će biti međunarodnog karaktera i okupit svjetske trail timove 20. – 23. listopada 2016. Start i cilj trke bi bio u Omišu, a trka bi se trčala na području od Kaštela do Brela.

Plan predviđa i nekoliko manjih kreativnih manifestacija na temu plaže i uređenja okoliša kao što je natjecanje u gradnji kula od pijeska za djecu, oslikavanje zapuštenih prostora u mjestima na rivijeri i sl. U 2016. nastavile bi se eko manifestacije čišćenja podmorja u suradnji s Calypso klubom i drugim udrugama, kako je u 2015. očišćen dio gradske luke i lukobrana manifestacije bi se usmjerile na druga područja na Rivijeri.

Stavka Potpore manifestacijama je ovim prijedlogom Programa rada povećana je gotovo dva puta u odnosu na 2015. jer je na temelju Javnog poziva za potpore manifestacijama pristiglo čak 30 programa/manifestacija od kojih se više od 2/3 manifestacija (22) odnosi na razdoblje izvan glavne sezone (srpanj/kolovoz) što svakako ima utjecaj na razinu zadovoljstva turista koji u tom razdoblju posjete našu destinaciju.

Za raspodjelu sredstava potpore manifestacijama u obzir će se uzeti četiri parametra: sadržaj manifestacije, povećanje broja dolazaka isključivo zbog manifestacije (manifestacija kao primarni motiv dolaska), utjecaj na potrošnju i razdoblje odvijanja manifestacije. Ovom raspodjelom predvidio bi se utrošak 70% sredstava na manifestacije izvan glavne sezone (srpanj i kolovoz).

PLANIRANI RASHOD: 400.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda u suradnji sa radnim skupinama, Turističkim vijećem, organizacijskim odborima

Rok izvršenja: cijela godina

Novi proizvodi

U 2016. TZG Omiš će nastaviti poticati i financirati aktivnosti i mjere za kreiranje razvoja ruralnog turističkog proizvoda, postavljanje info ploča i interpretativnih ploča u zaleđu, suradnja s Muzejom u Gatima u izradi promotivnog materijala na stranom jeziku i druge slične aktivnosti.

PLANIRANI RASHOD: 12.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda u suradnji sa konzervatori, MO, radne skupine

Rok izvršenja: cijela godina

Potporna razvoju DMK-a

Nastavak provođenja edukacija za lokalne turističke agencije vezano za kreiranje složenih turističkih proizvoda, marketingu i prodaji kao i specifičnostima avanturističko – sportskog turizma. U planu je i pružanje financijske potpore za oglašavanje specifičnih programa/paket aranžmana pred i post sezone putem kandidature na temelju javnog poziva TZG Omiš. Odabrani programi trebaju biti usklađeni sa Strateškim marketinškim planom TZG Omiš.

PLANIRANI RASHOD: 25.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda, turističko vijeće

Rok izvršenja: cijela godina

KOMUNIKACIJSKA VRIJEDNOST

Ovu kategoriju rashoda dijelimo na online komunikacije, offline komunikacije i smeđu signalizaciju. Ovim prijedlogom Financijskog plana i programa rada predviđeni su 14% manji rashodi u odnosu na 2015. u najvećoj mjeri zbog smanjenih rashoda offline komunikacije.

Online komunikacije

Sve pokrenute aktivnosti vezano za oglašavanje i prisutnost na društvenim mrežama tijekom 2015. nastaviti će se i u 2016. Aktivno će se voditi i promovirati sve tri stranice na Facebooku-u: VisitOmiš, Turistička zajednica Grada Omiša i Omiš Adventure kao i profil VisitOmiš na Instagramu. Plan za 2016.god predviđa i nastavak oglašavanja web stranice putem Adwords kampanja tijekom cijele godine.

U 2016.godini web stranica TZG Omiš bi se prevela na još tri jezika: mađarski, talijanski i francuski. Također bi se ispitala mogućnost nadogradnje postojeće virtualne šetnje sa autentičnim zvukom snimljenim na stvarnim lokacijama i drugi slični projekti.

Na web stranici će se kroz poseban kutak predstaviti gastronomska ponuda kao i sve plaže naše rivijere, a u planu je i formiranje kategorije Povijest turizma gdje bi se objavljivali različiti promotivni materijali na temu turizma u Omišu kroz povijest. Također će se izraditi tematski itinerer obilaska starog grada.

PLANIRANI RASHOD: 120.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda

Rok izvršenja: cijela godina

Offline komunikacije

TZG Omiš će poduprijeti kandidature zainteresiranih subjekata iz privatnog sektora, čiji medija planovi zadovoljavaju uvjete projekta udruženog oglašavanja.

Također ćemo se oglašavati putem tiska u specijaliziranim časopisima i stranim tiskanim izdanjima putem advertorijala, kao i u lokanim turističkim projektima kao što su Vodiči Visit Omiš i projekt Omiš pass.

U skladu s potrebama Ureda i turističkih subjekata na području destinacije planiran je tisak i kreiranje slijedećih materijala: dotisak brošure Omiš, izrada drugog djela planinarske karte u suradnji s GSS-om, dotisak i korektura plana grada, kalendar događanja i plakati i razglednice.

U planu je izrada dječjeg turističkog vodiča Omiš4kids na engleskom i njemačkom jeziku (6 – 13 god.) kojim bi se jednostavnim izrazima pričalo o povijesti, gradu i znamenitostima uz igru.

Kampanja i oglašavanje uz prometnice putem megaboarda i jumbo plakata (Dugopolje, Klis, Stobreč) koje je TZG Omiš provela u 2015. nastavit će se i u 2016. na odabranim lokacijama. Ideja je da u 2016. na različitim plakatima promoviramo sva tri proizvoda Omiša, dakle da se fokus prebaci na samu ponudu destinacije.

Stavka suveniri odnosi se na promotivni materijal koji se dijele novinarima, agentima, mladencima iz drugih država koji se vjenčaju u Omišu, gostima koji duži niz godina dolaze u Omiš i sl.

U 2016. nastavlja se projekt uređenja stare gradske jezgre - obilježavanje atrakcija, postavljanja standarda vezano za oglašavanje unutar stare gradske jezgre.

PLANIRANI RASHOD: 231.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda

Rok izvršenja: cijela godina

Smeđa signalizacija

U planu pokretanje projekta postavljanja ploča s prikazom centra mjesta i cijelog područja Grada Omiša u turistička mjesta na Rivijeri. U 2016. bi se započelo s ovim projektom u nekoliko mjesta na Rivijeri, a realizacija bi se nastavila i tijekom 2017. U planu je također i ispitivanje mogućnosti i postavljanje ploče dobrodošlice na području Dubaca.

PLANIRANI RASHOD: 80.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda

Rok izvršenja: cijela godina

DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

Grupa rashoda Distribucija i prodaja vrijednosti je 60% veća od vrijednosti planiranih za 2015.god. i ukupno iznosi 168 000 kn.

Sajmovi

Nastupi na sajmovima u 2016. temelje se na pravilima suizlaganja definiranim od strane HTZ-a, koji podrazumijevaju koordinaciju sajamskih nastupa unutar sustava turističkih zajednica po kojima lokalne turističke zajednice sudjeluju na sajmovima u suradnji sa županijskim turističkim zajednicama. Sukladno ovim pravilima TZGO će nastupiti na sajmovima i na road show prezentacijama u suradnji s TZSDŽ na odabranim tržištima ovisno o pruženim mogućnostima.

TZG Omiš će u studenom 2015. raspisati Javni poziv za subvencioniranje sajamskih nastupa u 2016. god. Mogući prijavitelji su poslovni subjekti registrirani na području destinacije (hoteli, kampovi i turističke agencije), a prihvatljiva tržišta su: Njemačka, Poljska, Češka, Slovenija, Velika Britanija, Mađarska, Austrija, Skandinavija, Francuska i Italija. Poslovni subjekt u kandidaturi prilaže troškovnik nastupa na sajmu koji uključuje slijedeće prihvatljive troškove: trošak najma štanda i trošak uređenja štanda. Ukupni iznos subvencija za sajmove definiran Financijskim planom TZG Omiš raspoređuje se ovisno o broju pristiglih kandidatura. Maksimalni iznos potpore po sajmu je 25 000 kn. U slučaju da se više poslovnih subjekata javi za sudjelovanje i zakup štanda na istom sajmu, TZG Omiš će subvencionirati nastup onog subjekta koji ostvaruje veći broj noćenja s tržišta u kojoj se sajam odvija. Za sve poslovne subjekte obavezna je distribucija kataloga TZG Omiš i aplikacija loga TZG Omiš na samom štandu.

PLANIRANI RASHOD: 100.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda i Turističko vijeće

Rok izvršenja: siječanj

Studijska putovanja

Nastavak suradnje s odjelom za studijska putovanja unutar TZSDŽ i Glavnim uredom vezano za promociju destinacije kroz direktni PR novinarima, agentima, blogerima, vlogerima i sl.

PLANIRANI RASHOD: 13.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda

Rok izvršenja: pred i post sezona

Posebne prezentacije

U sklopu Festivala dalmatinskih klapa organizirat će se prezentacija Omiša, turističke ponude grada, kulturne i povijesne baštine u Zagrebu (studen 2016.), a ispitat će se i mogućnost organizacije sličnih prezentacija u drugim gradovima. U suradnji s cehom obrtnika i udruženjem ugostitelja u siječnju će se organizirati trodnevna prezentacija Omiša u Grazu kroz prezentaciju turističke i gastronomske ponude destinacije, prezentaciju kulture i baštine, glazbe i sl.

PLANIRANI RASHOD: 55.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda

Rok izvršenja: siječanj; studeni

INTERNI MARKETING

Grupa rashoda Interni marketing je 7% manja u odnosu na 2015. i ukupno iznosi 70 000,00 kn.

Edukacija

Organiziranje edukacija za obiteljske iznajmljivače u cilju podizanja kvalitete kako uređenja smještajnih objekata tako i komunikacije, bolje popunjenosti i svih onih tema koje su vezane za probleme obiteljskih iznajmljivača. TZG Omiš će i u 2016. poticati male obiteljske iznajmljivače na udruživanje i važnost formiranja ovakvih strukovnih udruga.

U planu je krajem godine nastavak subvencije tečaja stranih jezika za iznajmljivače, dvije početne grupe njemački i engleski i dvije naprednije grupe.

PLANIRANI RASHOD: 35.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda

Rok izvršenja: cijela godina

Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet

Aktivna suradnja sa svim institucijama kako bi se stvorili što bolji uvjeti za boravak turista na području naše destinacije (Grad, mjesnim odborima, udruge i sl.). Ova grupa obuhvaća i pripremu i slanje materijala iznajmljivačima vezano za njihova prava i obveze (upute, priručnici, obrasci, mišljenja i sl.).

U 2016. nastavit će se s projektom standardizacije kvalitete privatnog smještaja kojim se želi potaknut iznajmljivače na podizanje kvalitete privatnog smještaja The best of Omiš. Na web stranici TZG Omiš će se u posebnoj kategoriji istaknuti ovi subjekti.

PLANIRANI RASHOD: 30.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda, radna skupina

Rok izvršenja: cijela godina

Nagrade i priznanja

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

PLANIRANI RASHOD: 5.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda

Rok izvršenja: prosinac

MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Prijedlog Financijskog plana za 2016. za ovu grupu predviđa rashode na razini ostvarenja 2015.

Proizvodnja multimedijalnih materijala

U planu je izrada novih video materijala na temu Omiša kojim bi se pokrile sve specifičnosti destinacije: zaleđe, avanturistički segment ponude, kultura i povijesti i općenito stil života. Jedan video bi se snimao kao svjedočanstvo, ali iz neke druge perspektive npr. zaposlenih u turizmu.

Plan predviđa i izradu mobilne aplikacije za Omiš kojom bi se predstavila ponuda destinacije prilagođena za sve korisnike pametnih telefona. Ispitat će se mogućnost kreiranja posebne aplikacije ili korištenja nekih postojećih sustava mobilnih aplikacija i oglašavanja unutar istih.

PLANIRANI RASHOD: 40.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda

Rok izvršenja: rujan

Istraživanje tržišta

Nastavak projekta anketiranja gostiju i analize zadovoljstva i usporedba s prethodnim razdobljem.

PLANIRANI RASHOD: 9.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda

Rok izvršenja: pred i post sezona

Formiranje baze podataka

Ažuriranje elektronske baze podataka svih turističkih subjekata destinacije i aktivna komunikacija putem newslettera sa svim zainteresiranima.

PLANIRANI RASHOD: 0,00 KN

Nositelj: Direktor ureda

Rok izvršenja: cijela godina

Banka fotografija i priprema u izdavaštvu

Nabavka novih fotografija, suradnja s lokalnim zaljubljenicima u fotografiju i s foto klubom Rišpet, nastavak snimanja rivijere i kulturnih znamenitosti grada.

PLANIRANI RASHOD: 10.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda

Rok izvršenja: rujan

Jedinstveni turistički informacijski sustav

S obzirom na uvođenje novog centralnog sustava HTZ-a Evisitor koji će u početnoj fazi zahtijevati dodatne napore za registraciju svih subjekata Financijskim planom se predviđaju određena sredstva za realizaciju ovog projekta.

PLANIRANI RASHOD: 10.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda

Rok izvršenja: cijela godina

POSEBNI PROGRAMI

U suradnji s Gradom i drugim institucijama raditi na svim projektima koji za cilj imaju poticanje turizma, a posebno na nerazvijenim područjima. I dalje će se raditi na uređenju i čišćenju novih tematskih staza, uređenju fortifikacija, revitalizacije kulturno-povijesne baštine i sl.

PLANIRANI RASHOD: 20.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda

Rok izvršenja: cijela godina

OSTALO

Nastavak projekta iniciranog u 2015., dakle 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. na temelju modela korištenog 2015. (javni poziv, promocija na hrv. i eng. i sl.)

PLANIRANI RASHOD: 25.000,00 KN

Nositelj: Direktor ureda, Turističko vijeće

Rok izvršenja: cijela godina

TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU

Sukladno zakonskim odredbama Zakona o boravišnoj pristojbi (NN 152/08, 59/09), Turistička zajednica grada Omiša dužna je 30% 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.

POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE

REZERVIRANA SREDSTVA

S obzirom na činjenicu da je priliv sredstava boravišne pristojbe izrazito sezonski, ovaj plan predviđa rezervaciju sredstava u visini od 30 000,00 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, ukoliko bude potrebno izradit će se rebalans ovog plana. Ovim Programom rada i Financijskim planom nastavlja se realizacija brojnih projekata započetih u 2015., kao i uvođenje novih kreativnih projekata, a sve u cilju bolje promocije destinacije, bogatije ponude, snažnije podrške privatnom sektoru, češće i korisnije komunikacije sa svim dionicima, podizanju kvalitete itd.