

Program rada Turističke zajednice Grada Crikvenice za 2015. godinu

Crikvenica, 17.11.2014.

1. UVOD

Turistička zajednica Grada Crikvenice će u 2015. godini obavljati poslove utvrđene Zakonom o turističkim zajednicama u koordinaciji turističkih zajednica Primorsko-goranske županije, odnosno u sastavu turističkih zajednica Republike Hrvatske. Sukladno čl. 32 Zakona o Turističkim zajednicama I promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08), zadaće TZG Crikvenice su sljedeće:

1. promoviranje turističke destinacije na razini općine ili grada samostalno i putem udruženog oglašavanja,
2. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane općine ili grada,
3. sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou općine ili grada,
4. sudjelovanje u stvaranju uvjeta za efikasnu koordinaciju javnog i privatnog sektora,
5. poticanje optimalizacije i uravnoteženje ekonomskih i društvenih koristi i koristi za okoliš,
6. izrada strateških i razvojnih planova turizma na nivou općine ili grada,
7. poticanje i sudjelovanje u uređenju općine ili grada u cilju unapređenja uvjeta boravka turista, osim izgradnje komunalne infrastrukture,
8. redovito, a najmanje svaka 4 mjeseca, prikupljanje i ažuriranje podataka o turističkoj ponudi, smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima (kulturnim, sportskim i drugim manifestacijama) radnom vremenu zdravstvenih ustanova, banaka, pošte, trgovina i sl. i drugih informacija potrebnih za boravak i putovanje turista,
9. izdavanje turističkih promotivnih materijala
10. obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom,
11. poticanje i organiziranje kulturnih, zabavnih, umjetničkih, sportskih i drugih manifestacija koje pridonose obogaćivanju turističke ponude,
12. koordinacija djelovanja svih subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi zajedničkog dogovaranja, utvrđivanja i provedbe politike razvoja turizma i obogaćivanja turističke ponude,
13. poticanje, organiziranje i provođenje akcija u cilju očuvanja turističkog prostora, unapređivanja turističkog okruženja i zaštite čovjekova okoliša, te prirodne i kulturne baštine,
14. poticanje, unapređivanje i promicanje specifičnih prirodnih i društvenih vrijednosti koje općinu ili grad čine turistički prepoznatljivom i stvaranje uvjeta za njihovo gospodarsko korištenje,
15. vođenje jedinstvenog popisa turista za područje općine ili grada, poglavito radi kontrole naplate boravišne pristojbe i stručne obrade podataka,
16. dnevno prikupljanje, tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu na području općine ili grada,
17. provjera i prikupljanje podataka o prijavi i odjavi boravka turista u cilju suradnje s nadležnim inspekcijskim tijelima u nadzoru nad obračunom, naplatom i uplatom boravišne pristojbe, te prijavom i odjavom turista.
18. poticanje i sudjelovanje u aktivnostima obrazovanja stanovništva o zaštiti okoliša, očuvanju i unapređenju prirodnih i društvenih vrijednosti prostora u cilju razvijanja svijesti stanovništva o važnosti i učincima turizma, te svojih članova, odnosno njihovih zaposlenika u cilju podizanja kvalitete usluga,
19. organizacija provođenja i nadzor svih radnji promocije turističkog proizvoda općine ili grada sukladno smjernicama skupštine turističke zajednice, godišnjem programu rada i financijskom planu turističke zajednice općine ili grada,
20. ustrojavanje jedinstvenoga turističkoga informacijskog sustava, sustava prijave i odjave turista i statističke obrade,
21. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

U izradi prijedloga Programa rada za 2015. godinu polazi se od:

1. ostvarenih rezultata i aktivnosti u 2014. godini,
2. stanja na emitivnim tržištima i procjeni tog stanja u 2015. godini,
3. stanja, strukture i ocjene raspoloživih smještajnih kapaciteta.

Prijedlog Programa rada sadrži:

1. ciljeve marketinške politike u turizmu u 2015. godini,
2. procjenu registriranog fizičkog obujma prometa u 2014. godini i prognozu za 2015. godinu (dolasci i noćenja),
3. prijedlog marketinških aktivnosti po vrstama i projektima,

4. procjenu plana prihoda TZG Crikvenice za 2015. godinu,
5. procjenu plana rashoda TZG Crikvenice za 2015. godinu.

Turistička zajednica Grada Crikvenice za 2015. godinu planira sljedeće aktivnosti: dopunjavanje turističke ponude novim sadržajima, promociju, poticanje, koordiniranje i organizaciju kulturnih, sportskih i drugih manifestacija, poticanje zaštite, održavanja i obnavljanja kulturno-povijesnih spomenika te njihovo uključivanje u turističku ponudu, organiziranje akcija u cilju očuvanja turističkog prostora, unapređivanja turističkog okruženja i zaštite čovjekova okoliša.

2. CILJEVI MARKETINŠKE POLITIKE TZG CRIKVENICE U 2015. GODINI

Vizija hrvatskoga turizma 2020. - Hrvatska je u 2020. godini globalno prepoznatljiva destinacija, konkurentna i atraktivna za investicije, koja stvara radna mjesta i na održiv način upravlja razvojem na svome cjelokupnome prostoru, njeguje kulturu kvalitete, a svojim gostima tijekom cijele godine pruža gostoljubivost, sigurnost i jedinstvenu raznovrsnost autentičnih sadržaja i doživljaja.

Temeljni strateški ciljevi hrvatskoga turizma su:

- povećanje atraktivnosti i konkurentnosti hrvatskoga turizma
- poboljšanje strukture i kvalitete smještaja
- novo zapošljavanje
- investicije
- povećanje turističke potrošnje.

Ove godine Grad Crikvenica donio je Strategiju gospodarskog razvitka Grada Crikvenice 2012. - 2022. U njoj je definirana vizija te strateški ciljevi razvoja Crikvenice u narednome razdoblju.

Razvojna vizija Grada Crikvenice predstavlja buduće, željeno stanje i postignuća u razvoju Grada, a rezultat je promišljanja svih sudionika izrade Strategije. Vizija Grada je sljedeća:

Grad Crikvenica je turistički i gospodarski razvijen grad s velikom zaposlenošću, u kojem mladi i obrazovani stanovnici imaju priliku ostvariti svoje potencijale, a zrelo stanovništvo ugodno i zdravo živjeti. Grad poželjan za život.

Prirodne, kulturne, demografske i gospodarske osobitosti, kao i percepcija lokalnog stanovništva, uvjetuju turizam kao okosnicu gospodarskog razvoja Grada.

U tom pogledu je opravdano posebno naglasiti viziju razvoja turizma u Gradu Crikvenici: Grad Crikvenica je razvijena i visokokategorizirana turistička destinacija autohtone gastronomske ponude, zdravstvenog, sportsko-rekreativnog, nautičkog i kulturnog turizma, u kojemu turistička sezona traje čitavu godinu. Trgovina, proizvodnja hrane te razni servisi, važne su potporne djelatnosti koje obogaćuju turističku ponudu Grada.

Iz tako prihvaćene vizije moguće je prepoznati dva osnovna strateška opredjeljenja Grada Crikvenice:

1. Osigurati održivi razvoj gospodarstva
2. Osigurati uvjete za kvalitetan život stanovništva.

Polazeći od vizije i temeljnih strateških ciljeva hrvatskoga turizma, vizije i strateških opredjeljenja Grada Crikvenice definiranih Strategijom gospodarskog razvitka Grada Crikvenice i ostvarenih rezultata u TZG Crikvenice te iskustava vezanih uz to, kao i trenutnoga stanja hrvatskoga i europskoga gospodarstva i uvažavajući stanje u "Jadranu" d.d., najvećoj hotelskoj kući u Crikvenici, ciljevi marketinške politike TZG Crikvenice u 2015. godini su:

1. ostvarenje fizičkog obujma turističkog prometa za 1% većeg u odnosu na 2014. godinu
2. povećanje stupnja korištenja smještajnih i drugih kapaciteta, s naglaskom na produženje turističke sezone
3. kreiranje turističkih brendova Grada Crikvenice i njihova afirmacija
4. razvoj novih turističkih proizvoda, odnosno sadržaja na području djelovanja TZG Crikvenice
5. pozicioniranje područja TZG Crikvenice kao poželjnog turističkog odredišta.

Grad Crikvenica obuhvaća relativno malo područje, s velikim brojem smještajnih kapaciteta i izrazito ljetno orijentiranim turizmom sunca i mora, koji prekratko traje. Kako bismo promijenili tu činjenicu, treba pažljivo planirati turistički razvoj i voditi računa o tome da se pomoću nove ponude kroz osmišljavanje prepoznatljivih brendova Grada Crikvenice postigne produženje sezone, dolazak kvalitetnijih gostiju koji ostvaruju veću potrošnju te obnavljanje postojećih hotelskih kapaciteta i dizanje kvalitete ponude na višu razinu.

Brendovi Grada Crikvenice koje treba razvijati u budućnosti:

1. GRAD ANTIČKE KERAMIKE
2. AKTIVNI I SPORTSKI TURIZAM - GRAD MARATONA
3. CARSKA OAZA ZDRAVLJA
4. SAVRŠENSTVO OKUSA NAŠIH NONA
5. TRADICIJA RIBARSTVA NA CIJELOME PODRUČJU GRADA
6. FRANKOPANI I KLOVIĆ (u suradnji s Vinodolom).

Turistički brendovi imaju posebnu moć ujedinjavanja različitih poruka usmjerenih na različita tržišta i kupce, koje treba razvijati i mijenjati kroz vrijeme.

S obzirom na navedene pogodnosti, turizam treba razvijati u dva osnovna smjera: stacionarni i izletnički turizam.

Na crikveničkome području prevladava odmor na "suncu i moru", dok su druge vrste turizma vrlo malo prisutne, a posljedica toga je skraćena sezona. Svakako trebamo raditi na sustavnom razvijanju novih proizvoda i paket aranžmana koje ćemo ponuditi na tržištu:

I. STACIONARNI TURIZAM

1. odmor na "suncu i moru" za obitelj
2. zdravstveni turizam - koristiti postojeće zdravstvene institucije ("Thalassoterapia", Poliklinika "Katunar" i Terme Selce), umrežiti ih i ponuditi uobičajen proizvod na tržištu.
3. sportsko-rekreativni turizam (za ljubitelje sportova na vodi i uz vodu - ronjenje, plivanje, jedrenje...; za ljubitelje šetnji, planinarenja i biciklizma; za strastvene lovce)
4. pripreme sportaša i ugošćavanje sportskih natjecanja
5. kulturni turizam - ciljani dolazak zbog upoznavanja bogate povijesti i kulture Crikvenice i okolice, ciljani dolazak na manifestacije koje se organiziraju (Maškare, Dani Ad Turresa i sl.), tečajevi sitnoslikarstva vezani uz ime Jurja Klovića (slikanje motiva iz Vinodola i Crikvenice),
6. tjedni gastro aranžmani - angažiranje poznatog kuhara koji će držati tečaj kuhanja.

II. IZLETNIČKI TURIZAM

1. Gastro vikend turizam - ponuditi aranžmane koji uključuju kušanje autohtone crikveničke kuhinje uz kratki tečaj kuhanja.
2. Pred i posezonske gastro manifestacije - dolazak izletnika iz Rijeke i okolice
3. Učeničke/studentске ekskurzije - u okviru školskog programa (obilazak gradskog muzeja, akvarija i sl.) - razraditi proizvod namijenjen ovom tržišnom segmentu.
4. I dalje nuditi kratki obilazak Crikvenice te poticati slične proizvode.
5. Poticati brodare iz susjednih destinacija da uvedu izlete brodom do Rivijere Crikvenica.
6. Ribarenje s gostima - dalje komercijalizirati postojeću ponudu na način da organizaciju preuzmu agencije te proširiti ponudu na vikend aranžman, koji će uključivati i upoznavanje s ribolovnim alatima.
7. Izlet - doživljaj - osmišljavanje izleta koji će sadržavati posebne doživljaje (srednji vijek, antika, vino i tradicija) na nivou subregije, uz uključivanje prezentacije tematskih manifestacija u malom (Dani Frankopana, Dani Ad Turresa, Ružica Vinodola, (Sr)etno Selce). Nakon što se izlet u potpunosti osmisli, napraviti prezentaciju za turističke agencije i medije, kako bi se projekt komercijalizirao.
8. Povezivanje s ponudom u Vinodolu - nuditi vikend aranžman, koji uključuje izlet u Vinodol, vinsku probu, samoniklo bilje u "Vagabundu" ili autohtoni ručak u "Balaturi".

Svi navedeni programi trebaju biti osmišljeni i ponuđeni od strane turističkih agencija. Za sada na području crikveničke rivijere djeluje jedna agencija koja se bavi osmišljavanjem paket aranžmana i organizacijom događanja. U 2011. godini je TZG Crikvenice potaknula tu agenciju da gostima ponudi dva programa, i to razgledavanje Crikvenice pod nazivom "Upoznajte Crikvenicu" i "Ribarenje s gostima". U međuvremenu je navedena agencija odustala od ponude tih programa.

Nove komercijalne sadržaje u ovom smislu turistička zajednica ne može ponuditi na tržištu, budući da funkcionira kao neprofitna organizacija. Tu se treba uključiti komercijalni sektor, i to ponajprije turističke agencije i hotelijeri.

Trenutna situacija prema kojoj se turističke agencije na našem području ne bave kreiranjem i prodajom paket aranžmana ne idu u prilog produženju turističke sezone i boljem iskorištavanju smještajnih kapaciteta.



3. PROCJENA FIZIČKOG OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA

Planiranje fizičkog obujma turističkog prometa vršimo na temelju ostvarenog prometa u prvih devet mjeseci 2014. godine te prethodnih godina. U 2015. godini će, prema najavama, raditi svi objekti u sastavu hotelske kuće "Jadran" d.d., a nadamo se da će poslovati i svi postojeći hotelski objekti na rivijeri. Za sada imamo neslužbenu najavu da će za iduću godinu biti u funkciji hotel "Crikvenica". Privatni smještaj na Rivijeri Crikvenica je u 2014. godini povećao kapacitete pa možemo pretpostaviti da rezultati neće biti lošiji.

Važno je naglasiti da je ove godine bilo problema s novom organizacijom nekadašnjega Državnog inspektorata, odnosno posebno s Carinskom upravom, koja je preuzela dio posla Državnog inspektorata.

Nakon što je s 1.1.2014. ukinut Državni inspektorat, došlo je do podjele njihovih nadležnosti između Ministarstva turizma (Turističke inspekcije) i Ministarstva financija (Carinske uprave). Turistička zajednica Grada Crikvenice je s Državnim inspektoratom surađivala izvrsno po svim pitanjima njihove nadležnosti, a posebice kod naplate boravišne pristojbe. Potrebno je istaknuti da je, s ukidanjem inspektorata i preraspodjelom poslova, došlo do kaosa u sistemu. Naime, za područje Grada Crikvenice je u Turističkoj inspekciji ostala nadležna inspektorica kao i proteklih godina te po tom pitanju nemamo primjedbi. Turistička inspekcija od 2014. obavlja inspeksijski nadzor nad primjenom zakona i drugih propisa kojima se uređuju način i uvjeti pod kojima pravne i fizičke osobe obavljaju ugostiteljsku djelatnost ili pružaju ugostiteljske usluge i/ili pružaju usluge u turizmu, uključujući obavljanje ugostiteljske djelatnosti, odnosno pružanje ugostiteljskih i/ili usluga u turizmu suprotno izdanom rješenju nadležnog tijela, osim u slučaju neregistriranog obavljanja ugostiteljske djelatnosti ili neregistriranog pružanja ugostiteljskih usluga i/ili usluga u turizmu. Turistička inspekcija, također, obavlja i inspeksijski nadzor provedbe drugih propisa kada je to propisano posebnim zakonom.

Međutim, kontrola nad neregistriranim obavljanjem ugostiteljske djelatnosti/ili pružanjem ugostiteljskih usluga i/ili pružanjem usluga u turizmu, (tj. ako se obavljaju, odnosno pružaju bez rješenja o upisu u propisani registar, odnosno upisnik, bez odobrenja ili bez rješenja o ispunjavanju propisanih uvjeta) te obračunom, naplatom i uplatom boravišne pristojbe, pripala je Ministarstvu financija - Carinskoj upravi. Cijelo područje Grada Crikvenice u nadležnosti je Carinskoga ureda Rijeka, čime je automatski otežana direktna komunikacija s carinicima. Carinska uprava je dobila ogroman posao, u kojemu se teško snalaze, što jako utječe i na poslovanje TZ, posebice na naplatu boravišne pristojbe. Problem je i u tome što Carinska uprava planira obračunavati zatezne kamate na boravišnu pristojbu, a koliko nam je poznato, još nisu pronašli model po kojem će obračunavati. Što se tiče kontrole nad neregistriranim smještajem, upoznati smo da je Carinska uprava u 2014. godini bila jedanput na terenu na području Grada Crikvenice. Moramo konstatirati da smo u vrijeme rada Državnog inspektorata s njihovim službenicima kontaktirali gotovo svakodnevno ili barem jedanput tjedno, dok je komunikacija s Carinskom upravom, koja nam je jako potrebna, vrlo rijetka, gotovo i nikakva. U nekoliko navrata smo preko TZ Kvarnera Carinskoj upravi slali tablice dužnika, u kojima osim razdoblja na koji se dug odnosi, traže i datum dospeljeća (treba razgraničiti dug po dospeljećima, koji im je potreban radi obračuna kamata, a iskazuje se u rješenju o naplati boravišne pristojbe), što je nama nemoguće ustanoviti kod većih poslovnih subjekata (radi agencijskih i individualnih gostiju). Dana 23. travnja 2014. smo sudjelovali na edukativnoj radionici HTZ-a u Zagrebu - "Napлата boravišne pristojbe u 2014. godini - ovlasti i organizacija Carinske uprave", gdje im se ukazalo na taj problem, međutim Carinska uprava i dalje smatra da im moramo dati taj podatak (što je nemoguće). U tom smislu, Carinskoj upravi definitivno nedostaje podataka s terena, kako bi znali kako postupati. Što se tiče poslanih tablica s popisom dužnika, nemamo povratnih informacija, odnosno po njima se još nije počelo raditi.

4. OSNOVNI PARAMETRI ZA PLANIRANJE PRIHODA PREMA IZVORIMA

Program rada za 2015. godinu ne uključuje prihode po osnovi uplate boravišne pristojbe i turističke članarine od poduzeća "Jadran" d.d. iz ranijih razdoblja, kao ni prihode dužnika iz ranijih razdoblja koji su u stečaju ili predstečajnoj nagodbi.

Godine 2010. smo prijavili tražbinu nakon otvaranja stečajnog postupka nad poduzećem "Jadran" d.d. Tražbina nam je nakon priznavanja i triju sudskih sporova koja je TZG imala s "Jadranom" priznata u ukupnome iznosu od 3.287.816,27 kn. Program rada, odnosno Financijski plan za 2013. godinu, nije uključio planiranje prihoda po osnovi



uplate od boravišne pristojbe i turističke članarine od Hotelskoga poduzeća "Jadran" iz prethodnih godina. Temeljem Sporazuma o nagodbi, priznata nam je tražbina u iznosu od 3.737.816,27 kn, koja uključuje boravišnu pristojbu, turističku članarinu, zateznu kamatu i dio troškova triju sudskih postupaka.

Hrvatska država je donijela odluku da svoja potraživanja pretvori u vlasničke udjele, kao i jedan dio vjerovnika. Budući da je predloženi stečajni plan sadržavao namjeru da se potraživanja vjerovnika riješe na način da se sva potraživanja pretvore u udjele, zatražili smo mišljenje Ministarstva turizma možemo li iznimno od odredbi Zakona svoja potraživanja pretvoriti u udjele te smo dobili pozitivno mišljenje. Skupština TZG Crikvenice je na svojoj 5. sjednici donijela odluku o pretvaranju potraživanja u udjele. Nakon završetka stečaja, TZG Crikvenice ima obvezu prodati udjele čim se za to steknu uvjeti.

80 % potraživanja TZG Crikvenice pretvoreno je u dionice "Jadrana", a 20 % tražbine je otpisano temeljem stečajnog plana koji je prihvaćen. Trenutno je TZG Crikvenice upisana kao vlasnik 299.025 dionica "Jadrana" d.d. Crikvenica. Međutim, prema Zakonu o boravišnoj pristojbi, dionice treba podijeliti na 4 institucije. Naime, radi se o bruto iznosu bor. pristojbe koja se dijeli na TZG Crikvenice, HTZ, TZ Kvarnera i Hrvatski crveni križ. Hrvatskoj turističkoj zajednici predložili smo da se napravi sporazum kojim ćemo definirati pojedinačne udjele, kako bismo dionice mogli i knjigovodstveno voditi u bilanci. HTZ je preuzela na sebe obvezu da napravi prijedlog sporazuma.

U 2011. godini je otvoren i stečajni postupak nad Hotelom "Marina" te smo u zakonskome roku prijavili tražbinu u iznosu od 446.988,45 kn, od čega 330.253,39 kn po osnovi boravišne pristojbe, 55.481,16 kn po osnovi zateznih kamata na boravišnu pristojbu i 61.253,90 kn po osnovi turističke članarine. Ta tražbina nam je također priznata, no nema naznaka da bi se uskoro mogla i naplatiti te nije niti uključena u plan. Angažirali smo odvjetničku kuću da provjeri status predmeta te smo im dali punomoć da izvrše uvid u spis. Od njih očekujemo informacije.

Ove godine u kolovozu otvorena je predstečajna nagodba Hotela "Selce". Prijavili smo tražbinu u iznosu od ukupno 422.154,42 kn, od čega se 357.998,25 odnosi na glavnice, a 62.962,67 kn na kamate.

Najavljeno je otvaranje stečajne nagodbe tvrtke "Club Adriatic", pod koju spada kamp "Uvala Slana", a koji su nam do 30.9.2014. dužni 221.955,52 kn boravišne pristojbe, na što treba obračunati kamatu. Dana 10. listopada 2014. otvorena je i predstečajna nagodba "Cluba Adriatic" te pripremamo prijavu tražbine.

Od boravišne pristojbe TZG Crikvenice u 2015. očekuje prihode u iznosu od ukupno 4.800.000,00 kn netto (4.630.000,00 iz tekuće godine i 170.000,00 iz prethodnih godina), nešto više u odnosu na procijenjeno ostvarenje do kraja 2014. godine.

U 2014. se uz Hotel "Selce", koji duguje boravišnu pristojbu za 2012. i 2013. i dio 2014. godine, pojavio i problem dugovanja kampa "Slana". I za jedan i drugi gospodarski subjekt je, nažalost, otvorena predstečajna nagodba. Ostali subjekti uglavnom u potpunosti podmiruju svoje obveze. U planirane prihode od prethodnih godina uključen je i prihod od iznajmljivača i dijela duga ostalih objekata.

Po osnovi turističke članarine je planiran prihod od 450.000,00 kn, što će biti otprilike na razini procijenjenog ostvarenja do kraja 2014. godine.

Prema članku 20. stavku 3., točki 1. Zakona o boravišnoj pristojbi (NN br. 152/08), Turističkoj zajednici Grada Crikvenice od ukupno naplaćene boravišne pristojbe pripada 62,725% sredstava, od čega 30% sredstava Turistička zajednica Grada Crikvenice doznajuje Gradu Crikvenici i koriste se isključivo za poboljšanje uvjeta boravka turista na temelju prethodno usvojenoga zajedničkog programa Grada Crikvenice i Turističke zajednice Grada Crikvenice, U 2014. godini Turistička zajednica Grada Crikvenice planira uprihodovati 4.848.000,00 kn, od čega će 30% uplatiti Gradu Crikvenici, i to 1.454.400,00 kn.

Prema sporazumu o podmiranju duga boravišne pristojbe, predviđeno je vraćanje duga boravišne pristojbe koji TZG Crikvenica ima prema Gradu Crikvenici, i to u ukupnome iznosu od 2.242.626,46 kuna u 5 godišnjih rata.



Dug čine preuzeti dugovi, i to:	
Dug TZG Crikvenice u iznosu od	981.762,12 kn
Dug TZM Selce u iznosu od	946.282,32 kn
Dug TZM Dramalj u iznosu od	188.084,33 kn
Dug TZM Jadranovo u iznosu od	126.497,69 kn.

5. rata duga BP koja će se platiti Gradu Crikvenici u 2015. godini iznosi 448.500,00 kn.

U 2015. godini će Turistička zajednica Grada Crikvenice uplatiti ukupno 1.902.900,00 kn Gradu Crikvenici na ime 30% boravišne pristojbe, a Grad će prema Zajedničkom programu korištenja sredstava boravišne pristojbe vratiti TZG Crikvenice 1.252.900,00 kn za korištenje za programske aktivnosti koje su zajednički dogovorene. Ostatak od 650.000,00 kn će Grad Crikvenica samostalno utrošiti za poboljšanje uvjeta boravka turista.

Planirani su i prihodi od drugih aktivnosti - sufinanciranja iz raznih izvora (PGŽ, TZ PGŽ, HTZ, MINT) te od sponzorstva i donacija za manifestacije i ostale aktivnosti u ukupnome iznosu od 100.000,00 kn.

U ostalim nespomenutim prihodima su planirani prihodi s osnova najma poslovnog prostora, prodaje sadnica, oglašavanja, refundacija i sl. Tu je planiran i prihod od sufinanciranja aktivnosti PPS-a. Ukupno je planirano 350.000,00 kn.

Planiran je i prijenos viška prihoda prethodne godine u iznosu od 900.000,00 kn.

Ukupni prihodi planirani u 2015. godini iznose 7.900.900,00 kn.

5. OSNOVNE SMJERNICE ZA PRIPREMU TURISTIČKE SEZONE 2014. GODINE

5.1. USPOSTAVA KVALITETNOG DESTINACIJSKOG MENADŽMENTA

5.1.1. Odbor za destinacijski menadžment

Razvoj turizma u okviru destinacije je zadaća čitave mreže subjekata te svi moraju sinhronizirano djelovati, kako bi postigli sinergijski učinak i učinili destinaciju privlačnom i ugodnom za boravak turista. Uz turističku zajednicu, važnu ulogu mora imati lokalna uprava i privredni subjekti u destinaciji, od hotela, kampova, agencija, privatnog smještaja, poduzetnika i obrtnika do javnih i komunalnih poduzeća te kulturnih institucija i udruga građana.

Koordinacija interesa privatnog i javnog sektora treba biti zadatak destinacijskih menadžment organizacija. Taj dio posla bi, prema sadašnjemu zakonskome rješenju, trebale obavljati turističke zajednice. Međutim, način na koji su upravljačka tijela TZ strukturirana nosi određena ograničenja te se u Gradu Crikvenici pojavila potreba da se osnuje Odbor za destinacijski menadžment, koji uključuje ne samo predstavnike privrednih subjekata u turizmu i djelatnosti naslonjenih na turizam, nego i predstavnike Grada, kulturnih institucija, komunalnih poduzeća i udruga.

Odbor za destinacijski menadžment je tijelo koje će dati odgovore na pitanja kako danas izgleda Rivijera Crikvenica, koje su njezine komparativne prednosti, što stanovnici žele od destinacije, koju strategiju trebamo da bismo postigli željene ciljeve, koje aktivnosti moramo poduzeti te na koji način osigurati njihovo provođenje.

Funkcije Odbora za destinacijski menadžment su planiranje, organizacija i kontrola u destinaciji, iz kojih proizlaze sljedeći zadaci: sudjelovanje u donošenju strateških odluka, analiza destinacije, koordinacija ponude destinacije, poticanje razvoja novih kvalitetnih proizvoda (posebno u pred i posezoni), kontrola kvalitete, senzibiliziranje stanovništva za aktivnije sudjelovanje u turističkoj ponudi, razvoj brenda i rad na jačanju imidža destinacije te mnogi drugi zadaci.

No, osim DMO-a, u destinaciji su nužno potrebne i DMC, odnosno turističke agencije, koje će raditi na osmišljavanju složenih turističkih proizvoda (izleti, paketi, ture, kongresi, edukativni programi) i njihovom provođenju, kako bi se kroz njihove programe mobilizirala turistička ponuda u destinaciji, posebno u pred i posezoni. Turističke agencije na razini destinacije treba poticati da se transformiraju u DMC.

Do sada Odbor za destinacijski menadžment nije bio dovoljno aktivan te Grad Crikvenica krajem 2014. godine planira osnovati novi saziv Odbora, kako bi se što prije detektirali problemi u destinaciji i pronašla adekvatna rješenja.

Kako bismo u destinaciji mogli kvalitetno planirati i realizirati planirano, neophodno je izraditi određene dokumente. TZG Crikvenice u 2015. godini planira izraditi Strateški i operativni marketinški plan Rivijere Crikvenica (taj projekt kandidirali smo na Javni poziv Fond za razvoj turizma koji je raspisan pri Ministarstvu turizma). Neophodno je također da Grad Crikvenica zajedno s partnerima u destinaciji pristupi izradi operativnih planova, poput Plana upravljanja plažama destinacije, Plana razvoja prometne infrastrukture destinacije, Plana razvoja komunalne infrastrukture destinacije, Plana zaštite okoliša itd.

5.1.2. PPS destinacija Krk - Crikvenica - Vinodol - Rab: "Gdje odmor znači više"

U cilju povećanja stupnja korištenja smještajnih i drugih kapaciteta te produženja turističke sezone, TZG Crikvenice se prijavila na Javni poziv za izbor destinacija u pilot projektu PPS za razvoj atraktivne i konkurentne destinacijske ponude s dodanom vrijednošću u razdoblju pred i posezone, koji je Hrvatska turistička zajednica objavila u lipnju 2014. godine. Turistička zajednica Grada Crikvenica samostalno je aplicirala na taj javni poziv. Nakon što nas je Hrvatska turistička zajednica potaknula da udružimo kandidaturu s otokom Krkom, koordinacijom direktora turističkih zajednica i Hrvatske turističke zajednice dogovoreno je da će se objединiti kandidature TZG Crikvenice i TZ otoka Krka. Na inicijativu TZG Crikvenice pozvane su i TZG Novi Vinodolski i TZO Vinodolske općine upravo zbog naše dugogodišnje suradnje. Nakon desetak dana priključile su se i TZG Raba i TZO Lopar. Definirali smo naziv PPS destinacije Krk - Crikvenica - Vinodol - Rab: "Gdje odmor znači više". Tako je ovaj projekt ujedinio Grad Crikvenicu, Grad Novi Vinodolski, Grad Krk, Grad Rab, Vinodolsku općinu, Općinu Baška, Općinu Punat, Općinu Malinska - Dubašnica, Općinu Omišalj, Općinu Dobrinj, Općinu Vrbnik i Općinu Lopar. PPS destinacija s 12 turističkih zajednica lanjske je godine ostvarila gotovo 8 milijuna noćenja. Definirali smo nositelja kandidature, Turističku zajednicu Grada Crikvenice i koordinatora projekta u destinaciji, odnosno voditelja PPS kluba Marijanu Biondić, direktoricu TZG Crikvenice. Kandidatura obuhvaća razdoblje od 1. rujna do 15. listopada 2014. i pet temeljnih proizvoda u PPS destinaciji, a to su: kultura, zdravstveni turizam, gastro, aktivni odmor i biciklizam.

Naša PPS destinacija će tako, u posezoni posjetiteljima ponuditi medicinske i thalasso usluge u "Thalassoterapiji" Crikvenica i Termama Selce. Raznovrsni wellness i spa tretmani i usluge mogu se koristiti u mnogima od ukupno 24 hotelske tvrtke. Kulturno-povijesna baština predstavljena je u Muzeju Grada Crikvenice, Narodnom muzeju i galeriji Novog Vinodolskog, muzejskoj zbirci Sv. Kvirin u gradu Krku, Zavičajnom muzeju u Baški, muzeju na Košljunu, zavičajnome muzeju i etno zbirci franjevačkoga samostana sv. Eufemije na Rabu te drugim muzejima i galerijama. Na ovome području s bogatom tradicijom glagoljaštva nalaze se i neki od najvrjednijih spomenika, poput Bašćanske ploče i Vinodolskog zakona, najstarijeg cjelovito sačuvanog spomenika običajnoga prava na hrvatskome jeziku i glagoljici. Ovdje su rođeni i mnogi znameniti Hrvati, poput bana Ivana Mažuranića ili svjetski poznatoga minijaturista Julija Klovića. Domaće maslinovo ulje, sir i pršut te svježja riba tek su dio tradicionalne gastronomije, što se može kušati u nekome od 300-njak ugostiteljskih objekata otvorenih u posezoni ili na jednoj od gastro manifestacija, poput Dana liganj na Rivijeri Crikvenica, na Danima maslina u Puntu ili Eko Šetimani na Rabu. Naravno, tu je i domaće vino, posebice nezaobilazna žlahtina. Za sve željne odmora u pokretu postoji niz aktivnosti, od šetnje, planinarenja i jogginga na uređenim stazama i šetnicama, biciklizma, paraglajdinga i jahanja pa do ribolova na moru i jezeru, ronjenja i jedrenja. Ljubitelji morske faune mogu uživati u akvarijima u Crikvenici i Baški, a za okrepju duha tu su mnoge lokacije, od geoparka na Rabu, vidikovaca "Oči Vinodola" pa do Nebeskih labirinata u zaleđu Novog Vinodolskog, Mediteranskog labirinta ljubavi u Crikvenici te mjesečeve staze u Baški.

PPS destinacija imat će i brojne pogodnosti, od zastupljenosti na posebnoj web podstranici HTZ-a i posjeta grupe novinara i agenata koncem rujna 2014. pa do besplatnih prezentacija u Ljubljani i Münchenu. Jedna od zadaća PPS destinacije je osnivanje i djelovanje destinacijskog PPS kluba, o čemu su odluku donijela turistička vijeća svake turističke zajednice koja je dio PPS destinacije.

Osim osnivanja destinacijskog PPS kluba donesena su i pravila djelovanja PPS kluba. Prema tim pravilima definiran je koordinacijski odbor koji se sastoji od direktora svih turističkih zajednica uključenih u pojedinu PPS destinaciju. Tako koordinacijski odbor u našoj PPS destinaciji uključuje 12 lokalnih turističkih zajednica i otočku TZ otoka Krka.

Za pet temeljnih turističkih proizvoda u destinaciji osnovano je 5 proizvodnih timova koji će osmišljavati nove turističke proizvode vezano za pojedini ključni proizvod.

PPS projekt je za sada pilot projekt koji bi se trebao nastaviti i u idućim godinama. Za ovu godinu ne očekujemo neke rezultate, jer je za ovogodišnju sezonu bilo kasno, no nadamo se da će se za 2015. godinu krenuti s aktivnostima već sada kako bismo na vrijeme odradili promotivne aktivnosti.

5.2. POBOLJŠANJE UKUPNE TURISTIČKE PONUDE

5.2.1. NOVI TURISTIČKI PROIZVOD

1. Potaknuti turističke agencije na kreiranje paket aranžmana (posebno u pred- i sezoni).
2. Potaknuti turističke agencije da gostima počnu nuditi proizvode koji već postoje u destinaciji: planinarske staze i šetnice, biciklističke staze, ribarenje s gostima, tečajeve ronjenja, jedrenje.
3. Objediniti ponudu zdravstvenih usluga te putem promo materijala koji ćemo završiti do kraja 2014. godine promovirati tu ponudu, ali i blagodatni klime te smještajne usluge i druge komplementarne usluge.
4. Potaknuti agencije na korištenje potencijala koje imamo u zdravstvenim institucijama.
5. Izlet - doživljaj - osmišljavanje izleta koji će sadržavati posebne doživljaje (srednji vijek, antika, vino i tradicija) na nivou subregije uz uključivanje prezentacije tematskih manifestacija u malom (Dani Frankopana, Dani Ad Turresa, Ružica Vinodola, Sretno Selce). Nakon što se izlet u potpunosti osmisli, treba napraviti prezentaciju za turističke agencije i medije, kako bi se projekt komercijalizirao.

5.2.2. MANIFESTACIJE

1. Već tijekom, a najkasnije krajem tekuće godine, treba imati formiran program događanja za 2015. godinu s većinom manifestacija (već smo tijekom rujna 2014. poslali termine najvažnijih manifestacija tijekom 2015. godine svim turističkim subjektima).
2. TZG Crikvenice treba nastaviti s organizacijom određenog broja manifestacija koje su motiv dolaska u destinaciju. To su manifestacije s "pričom" koja se lako plasira u medije i dobiva medijsku pažnju. Manifestacije organiziramo na način da Rivijera Crikvenica tijekom godine bude konstantno prisutna u medijima.
3. Pokušati pronaći kvalitetne vanjske organizatore koji će u Crikvenicu dovesti atraktivne manifestacije.
4. Za potrebe organizacije raznorodnih manifestacija tijekom cijele godine treba nabaviti ugostiteljske šankove, suncobrane i drugu opremu te ih urediti sukladno vizualnom identitetu destinacije.
5. Potaknuti poduzetnike da organiziraju programe na svojim terasama (DJ ili živa muzika) ili razne rekreativne programe, poput aqua aerobika, joge i sl.
6. Potaknuti poduzetnike na organizaciju sadržaja u zatvorenim prostorima za potrebe boravka gostiju u slučaju lošeg vremena. Općenito se osjeća nedostatak sadržaja za goste u vrijeme kada nije moguće kupanje u moru.

5.2.3. CJELOVITI INFORMATIVNO-INTERPRETACIJSKI SUSTAV

1. Izraditi projekt aplikacije vizualnog identiteta TZG Crikvenice (destinacije) na urbanu opremu u Gradu (terase, tende, suncobrani, klupe, kante za smeće, oglasni panoji itd.).
2. Dovršiti projektiranje i postavljanje sustava signalizacije u cijelom gradu. U 2014. se završilo s postavljanjem urbane signalizacije u sva četiri mjesta, u 2015. i 2016. postaviti pješačku signalizaciju za sva četiri mjesta uz izradu projekta za označavanje kulturno-povijesne baštine. Maknuti "šumu" nelegalno postavljenih znakova i postaviti zakonom propisanu signalizaciju.
3. Još jednom "pogurati" donošenje pravilnika o komercijalnoj signalizaciji koji treba donijeti Grad, kako bismo u 2015. godini maknuli nered u signalizaciji. Dati svim subjektima mogućnost da se oglašavaju na standardiziran način, a prema Pravilniku koji ćemo predložiti Gradu da ga donese.
4. Potaknuti Grad da odredi lokacije za postavljanje velikih oglasnih panoa za plakate i dati ih u koncesiju. Zabraniti plakatiranje na svim ostalim mjestima. Za dodatno oglašavanje postaviti male ograde uz prometnice, koje osim u prometu mogu služiti i za oglašavanje. Predložiti Gradu strogo kažnjavanje organizatora manifestacija koji plakate lijepe po stablima duž šetnica, a također i one koji nakon manifestacija ne skidaju svoje plakate.

5. Ponovno predložiti Gradu da kroz ugovor o najmu terasa uvjetuje ugostiteljima uređenje terasa, panoa s cjenicima, reklama i ostaloga u skladu s vizualnim identitetom destinacije. Osim toga, kroz ugovor o najmu terase je moguće uvjetovati i njihovo sudjelovanje u programima TZG Crikvenice (posebna gastro ponuda, kostimi, muzika...). Kroz politiku najma terasa i drugim sredstvima se trebaju odrediti prioriteti (previše pekarnica, nekvalitetne robe, premalo izvornih suvenirna i trgovina kvalitetne robe).

5.2.4. PROMOCIJA I INFORMIRANJE U DESTINACIJI

1. Potrebno je razmotriti mogućnost angažiranja PR agencije za potrebe promocije važnijih događanja, ali i generalno prisutnosti Grada Crikvenice u medijima. Potrebno je koordinirati programe, predlagati nove projekte, voditi brigu u mogućnostima sufinanciranja i sponzoriranja manifestacija i sl. Osobito je važno koordinirati programe gradskih institucija: Muzeja Grada Crikvenice, Gradske knjižnice, Centra za kulturu, osnovnih i srednje škole, dječjeg vrtića, udruga i klubova te svih ostalih organizatora manjih i većih događanja.
2. U 2015. pripremiti kandidaturu za financiranje projekta obnove "Stare škole" u Selcu. U 2012. godini započeli smo s uređenjem prostora TIC-a Dramalj, a u 2013. smo završili s adaptacijom i svečano ga otvorili 15. svibnja 2013. U 2012. smo također malo ušminkali TIC Selce i TIC Jadranovo, a u 2013. ulaz u TIC Crikvenica te u 2014. sam TIC Crikvenica. Još uvijek je u tijeku izrada projektne dokumentacije za TIC Selce. Nadamo se da ćemo dobiti sve potrebne dozvole do kraja 2014. godine, kako bismo projekt mogli kandidirati na europske strukturne fondove.
3. Info kioske treba dodatno opremiti novim sadržajima.
4. Potrebno je i dalje kontinuirano provoditi anketiranje gostiju te pratiti analize anketa, kako bi se iz godine u godinu podizala kvaliteta ponude u destinaciji i korigirali nedostaci.
5. Nastavit ćemo s ocjenjivanjem kvalitete ponude putem projekta "Tajni gost".

5.3. ZAŠTITA OKOLIŠA I TURISTIČKOG PROSTORA

Neki od osnovnih motiva dolaska u Hrvatsku, a time i u Crikvenicu, su ljepota prirode, čist okoliš i more. U tim elementima hrvatski turizam ima najveće prednosti u odnosu na konkurenciju. Očuvanje navedenih elemenata turističke ponude je osnovni preduvjet za daljnji rast turističkog prometa na crikveničkoj rivijeri. Stalni rast turističkog prometa ima za posljedicu povećanje pomorskog i cestovnog prometa, povećani pritisak na cestovnu infrastrukturu (otpadne vode, otpad) i opterećenost plaža. Ta činjenica ukazuje na važnost u promišljanju vizije razvoja turističke destinacije, koja se temelji isključivo na načelima održivog razvoja.

Kao i u 2013., i u 2014. godini smo imali mnogo primjedbi, posebno vezano uz čistoću grada i hortikulturno uređenje. Popisali smo sve primjedbe gostiju te ih nadopunili s našim primjedbama te ih prosljedili Gradu i "Eko-Murvici" na postupanje. Nadamo se da će se poduzeti potrebni koraci da više ne dobivamo primjedbe, već pohvale za izvrstan standard čistoće i hortikulture. Budući da je Grad potaknut dokumentom koji smo mi sastavili sazvaio sastanak s "Eko-Murvicom", ali i svim nadležnim službama u Gradu, nadamo se da će se nedostaci na terenu popraviti.

5.4. MARKETING

Marketing turističke destinacije je složen proces, koji uključuje formiranje odgovarajuće kombinacije marketinškog miksa (proizvod, cijena, promocija i kanali prodaje), odnosno takve kombinacije instrumenata tržišnog nastupa koji će osigurati sposobnost destinacije da bude konkurentna u izabranom tržišnom segmentu.

Kad se radi o gospodarskim subjektima turističkog gospodarstva u destinaciji, marketinške aktivnosti podrazumijevaju koordinaciju i usuglašavanje tih aktivnosti kod svih ponuditelja u destinaciji, s ciljem maksimiziranja potencijala s kojima raspolaže turistička destinacija. To se odnosi i na suradnju i partnerske odnose javnog i privatnog sektora.

U 2015. godini treba pojačati aktivnosti u nastupima na sajmovima te zajedno s turističkim subjektima definirati ciljna tržišta. Treba nastaviti s udruženim oglašavanjem.

Pripremili smo novi izgled i sadržaje web stranice TZG Crikvenice koja bi trebala svjetlo dana ugledati u prvome kvartalu 2015. godine te je dodatno osnažiti kvalitetnim SEO-om. Za 2015. godinu pripremamo novu image brošuru, i to u suradnji s turističkim zajednicama Grada Novi Vinodolski i Općine Vinodolske. U 2015. ćemo izdati novo izdanje informatora na potrebnim jezicima.

Kandidirali smo se za model II udruženog oglašavanja za samostalno oglašavanje turističke zajednice te ćemo odraditi određene aktivnosti i na tom planu.

6. PROGRAM RADA TURISTIČKOG UREDA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA CRIKVENICE

UVOD

Na 5. sjednici Turističkog vijeća Hrvatske turističke zajednice donesen je **Operativni marketing plan turizma Hrvatske za 2013. godinu** (<http://business.croatia.hr/hr-HR/Hrvatska-turisticka-zajednica>), koji je podloga za izradu Godišnjeg programa rada Hrvatske turističke zajednice za 2013. godinu te predstavlja tranzicijski dokument kojim su definirane određene promjene u obujmu i strukturi ukupnih aktivnosti. Iz predloženih promjena proizlazi i nužnost usklađivanja standarda planiranja za niže razine sustava, kako bi se osigurala usporedivost i, po potrebi, konsolidacija godišnjih planskih dokumenata. S obzirom na zakonske odredbe koordiniranja i nadzora djelovanja cjelokupnog sustava turističkih zajednica te u cilju izrade i konsolidiranja potrebnih dokumenata cjelokupnog sustava, turističke zajednice nižeg ustroja dobile su nalog da programe rada izrade temeljem novih obrazaca koje nam je dostavila Hrvatska turistička zajednica. Turistička zajednica postupila je prema uputama HTZ-a i izradila Program rada i Financijski plan za 2013. prema novim obrascima te je i plan za 2014. i za 2015. izrađen prema istim obrascima.

Turističko vijeće je prihvatilo prijedlog Zajedničkog programa korištenja 30% boravišne pristojbe prema članku 20. Zakona o boravišnoj pristojbi, prema kojemu je 264.400,00 kn osigurano za signalizaciju, za manifestacije je osigurano ukupno 968.500,00 kn, od čega 520.000,00 kn za Maškare, 90.000,00 kn za Dane Frankopana, 68.500,00 kn za (Sr)Etno Selce, 60.000,00 za Dane Ad Turrea, 50.000,00 za Melodije s okusom mora, 40.000,00 za Dan turizma u Selcu, 60.000,00 za Crikvart - festival uličnih zabavljača, 80.000,00 za Plivački maraton. Za aktivnosti na razvoju zdravstvenog turizma utrošit će se 20.000,00 kn. Ostatak sredstava u iznosu od 650.000,00 kn utrošit će sam Grad sukladno namjeni poboljšanja boravka turista.

Planiranje je rađeno na temelju ostvarenog prometa u prvih devet mjeseci 2014. godine. U 2015. godini oprezno planiramo te se predviđa porast prihoda i turističkog prometa od 1% u odnosu na 2014. godinu.

Program rada, odnosno Financijski plan za 2015. godinu, ne uključuje prihod po osnovi uplate od boravišne pristojbe i turističke članarine od Hotelskoga poduzeća "Jadran" iz prethodnih godina, što je obrazloženo u uvodnome dijelu Programa rada. U 2011. godini je otvoren i stečajni postupak nad Hotelom "Marina" te smo u zakonskome roku prijavili tražbinu u iznosu od 446.988,45 kn, od čega 330.253,39 kn po osnovi boravišne pristojbe, 55.481,16 kn po osnovi zatezних kamata na boravišnu pristojbu i 61.253,90 kn po osnovi turističke članarine koja nam je priznata. Također ne očekujemo ni prihode iz ranijih godina od hotela "Selce" i "Cluba Adriatic", jer su otvorene predstečajne nagodbe.

U 2013. i 2014. se u potpunosti stabiliziralo poslovanje Turističke zajednice Grada Crikvenice. U 2011. godini je otplaćen veliki dio duga prema dobavljačima te se za dugovanje boravišne pristojbe prema Gradu potpisao Sporazum o obročnoj otplati duga na 5 godina, a u 2012. i 2013. se vrlo racionalno raspolagalo sa sredstvima, kako bi se moglo napraviti maksimalno od ograničene količine sredstava. U 2015. dopijeva nam zadnja rata duga boravišne pristojbe. Aktivnosti Turističkoga ureda bit će vrlo intenzivne, posebno u dijelu dizajna vrijednosti, komunikacije vrijednosti, distribucije i prodaje vrijednosti te marketinške infrastrukture. U 2015. godini se planira nastavak s promotivnim aktivnostima putem kanala web stranice, dotisak i izrada novih tiskanih promotivnih materijala, izrada newslettera te angažman na društvenim mrežama, kao i nadogradnja aplikacije - turističkog vodiča za mobilne telefone. Osim toga, predstoji jačanje promocije na sajmovima, prezentacijama, road showovima, putem studijskih putovanja novinara i sl. Također ćemo biti vrlo aktivni vezano uz organizaciju manifestacija, kako postojećih, tako i novih.

PRIHODI - ukupno 7.900.900,00 kn:

1. PRIHODI OD BORAVIŠNE PRISTOJBE - 4.848.000,00 kn

1.1. Boravišna pristojba - tekuća godina - 4.678.000,00 kn

Plan je temeljen na podatcima o ostvarenim noćenjima svih mjesta na Rivijeri Crikvenica u prvih devet mjeseci 2014. godine te procjeni ostvarenja do kraja godine, a **planirano je netto 4.678.000,00 kn.**

1.2. Boravišna pristojba - prethodne godine - 170.000,00 kn

Na ovoj poziciji su planirani prihodi od dužnika iz prethodnih godina. Riječ je uglavnom o dugovanjima iznajmljivača, te nekoliko manjih objekata. Još je neizvjesno hoće li svi subjekti uplatiti obvezu iz 2014. godine do kraja godine. Jedan dio dugovanja će se zasigurno prebaciti u 2015. godinu. Prihodi od subjekata nad kojima je proglašen stečaj ili otvorena predstečajna nagodba nisu planirani u prihode u 2015. godini.

2. PRIHODI OD TURISTIČKE ČLANARINE

Prihod od turističke članarine je teško planirati, s obzirom na to da je njena naplata u domeni Porezne uprave. Osnovica za plaćanje je ukupni приход obveznika i trebala bi se plaćati u obliku predujma, dok se konačni obračun obavlja u rokovima i na način propisan za obračun i naplatu poreza. Novim Zakonom o turističkoj članarini u rasporedu članarine se daje 7,5 % za nerazvijene turističke krajeve, a stopa je smanjena s 0,25% na 0,20%.

U 2014. godini planiramo prihod na razini 2014. godine. **Planirani prihod netto: 450.000,00 kn.**

3. PRIHODI IZ PRORAČUNA GRADA - 1.252.900,00 kn

U 2015. godini će Turistička zajednica Grada Crikvenice uplatiti ukupno 1.902.900,00 kn Gradu Crikvenici na ime 30% boravišne pristojbe, od čega će Grad vratiti Turističkoj zajednici Grada 264.400,00 kn za signalizaciju, info table, info panele i opremu. Za manifestacije je osigurano ukupno 968.500,00 kn, od čega 520.000,00 kn za Maškare, 90.000,00 kn za Dane Frankopana, 68.500,00 kn za (Sr)Etno Selce, 60.000,00 za Dane Ad Turresa, 50.000,00 za Melodije s okusom mora, 40.000,00 za Dan turizma u Selcu, 60.000,00 za Crikvart - festival uličnih zabavljača, 80.000,00 za Plivački maraton. Za aktivnosti za razvoj zdravstvenog turizma utrošit će se 20.000,00 kn. Ostatak sredstava u iznosu od 650.000,00 kn utrošit će sam Grad sukladno namjeni poboljšanja boravka turista.

Planirani prihod: 1.252.900,00 kn.

4. PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI - 100.000,00 kn

Očekuje se sufinanciranje od Ministarstva turizma, HTZ-a, TZ PGŽ (Kvarner) i Primorsko-goranske županije za razne akcije i projekte (turistička signalizacija, "Volim Hrvatsku", "Dani Ad turresa", "Maškare", eko akcije i dr.). Točni iznosi po pojedinim akcijama i projektima će se znati po donošenju financijskih planova navedenih institucija. Također se očekuje određeni iznos sponzorstva i donacija za projekte i manifestacije.

Planirani prihod: 100.000,00 kn.

5. PRIJENOS PRIHODA PRETHODNE GODINE (VIŠAK PRIHODA UKOLIKO JE ISTI OSTVAREN)

Planirano: 900.000,00 kn.

6. OSTALI PRIHODI - 350.000,00 kn

TZG Crikvenice će u 2015. godini tiskati informativni materijal, u kojemu će se moći oglašavati privredni subjekti te se očekuju prihodi iz tih izvora. Također se očekuju prihodi od refundacija za projekt e-nautika, HZZ-a, zakupnine i sl. Na ovoj stavci očekuju se prihodi od sufinanciranja aktivnosti u PPS destinaciji od ostalih TZ uključenih u projekt.

Planirani prihod: 350.000,00 kn.

RASHODI - ukupno 7.795.800,00 kn:

I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

Planirano je ukupno utrošiti **2.245.000,00 kn.**

1. Rashodi za radnike - planirano je ukupno 1.500.000,00 kn.

Osim brutto plaća zaposlenih i doprinosa na plaće, tu spadaju i ostali rashodi - nagrade, darovi, pomoći, otpremnine i sl. U ovu stavku spadaju svi radnici zaposleni u uredu i TIC-evima, kao i sezanci.

2. Rashodi ureda - planirano je ukupno 265.000,00 kn.

2.1. Materijalni izdaci - planirano je **64.000,00 kn.**

U ove troškove uključen je materijal (za čišćenje, uredski, tekuće i investicijsko održavanje, ostali); energija (električna, razna goriva, plin, ostalo); stručna literatura; službena putovanja i naknade troškova zaposlenima te ostali nespomenuti materijal.

2.2. Izdaci za usluge - planirano je **155.000,00 kn.**

Na ovome mjestu troška planiraju se troškovi telefona i telefaksa i poštanski troškovi; usluge održavanja (tekuće, investicijsko, pranje, čišćenje...); usluge najma (prostora, opreme, ostalo); usluge studenata i učenika; intelektualne i osobne usluge (rad po ugovoru o djelu, odvjetničke usluge, usluge vještaka); komunalne usluge (smeće, čišćenje površina, dimnjačarske, čuvanje imovine, ostale); ostali vanjski izdaci (servisi, javna skladišta, cestarina...).

2.3. Nematerijalni izdaci - planirano je **16.500,00 kn.**



Tu se prikazuju kamate, platni promet i bankovne nagrade te ostali financijski rashodi, negativne tečajne razlike. Planirana je i kamata za kredit za premošćenje razdoblja bez prihoda u proljetnim mjesecima. Kredit će se realizirati ukoliko bude potrebno, a prema odluci Turističkoga vijeća.

2.4. Ostali izdaci - planirano je 29.000,00 kn.

Premije osiguranja, reprezentacija i ostali nespomenuti izdaci (objave natječaja, osmrtnice i sl.).

3. Troškovi rada tijela TZ

S obzirom na to da članovi tijela TZG Crikvenice ne primaju nikakvu naknadu, tu se planiraju sredstva za konzumacije tijekom sjednica tijela Zajednice, troškove puta te prigodan domjenak krajem godina za članove za zahvalu na aktivnosti u tijelima Zajednice. **Planirana sredstva: 10.000,00 kn.**

Rok za provedbu: cijele godine.

4. Rashodi TIC-eva - ukupno 220.000,00 kn

2.1. Materijalni izdaci - planirano 52.000,00 kn.

U ove troškove uključen je materijal (za čišćenje, uredski, tekuće i investicijsko održavanje, ostali); energija (električna, razna goriva, plin, ostalo); stručna literatura; službena putovanja i naknade troškova zaposlenima te ostali nespomenuti materijal.

2.2. Izdaci za usluge - planirano je 141.000,00 kn.

Na ovome mjestu troška planiraju se troškovi telefona i telefaksa i poštanski troškovi; usluge održavanja (tekuće, investicijsko, pranje, čišćenje...); usluge najma (prostora, opreme, ostalo); usluge studenata i učenika; intelektualne i osobne usluge (rad po ugovoru o djelu, odvjetničke usluge, usluge vještaka); komunalne usluge (smeće, čišćenje površina, dimnjačarske, čuvanje imovine, ostale); ostali vanjski izdaci (servisi, javna skladišta, cestarina...).

2.3. Nematerijalni izdaci - planirano je 7.000,00 kn.

Tu se prikazuju kamate, platni promet i bankovne nagrade te ostali financijski rashodi, negativne tečajne razlike. Planirana je i kamata za kredit za premošćenje razdoblja bez prihoda u proljetnim mjesecima. Kredit će se realizirati ukoliko bude potrebno, a prema odluci Turističkoga vijeća.

2.4. Ostali izdaci - planirano je 20.000,00 kn.

Premije osiguranja, amortizacija, reprezentacija i ostali nespomenuti izdaci (objave natječaja, osmrtnice i sl.).

5. Ulaganja u opremu i adaptaciju poslovnog prostora – 250.000,00 kn

Planirana su sredstva za opremanje TIC-eva i Turističkoga ureda namještajem i kompjuterskom opremom te softwareom. Na ovoj stavci planirana su i sredstva za eventualno prolongiranje izrade projektne dokumentacije za KIC Selce te sredstva za pripreme radnje za izradu projektne dokumentacije za adaptaciju TIC-a Crikvenica. Tu su planirana i sredstva za nabavku opreme potrebne za organizaciju manifestacija. Planirana sredstva: 250.000,00 kn.

Rok za provedbu: cijele godine.

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI - planirano je ukupno 1.972.000,00 kn.

1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju Grada (osim izgradnje komunalne infrastrukture)

1.1. Uređenje destinacije

Od 2013. godine ne postoje više akcije "Plavi" i "Zeleni cvijet" već samo "Čovjek - ključ uspjeha u turizmu".

Bez obzira na to i dalje ćemo u suradnji s gradskim službama, "Ekomurvicom", udrugama i mjesnim odborima provoditi akcije čišćenja, a osobito je značajno održavati staze i šetnice, koje predstavljaju dodatni sadržaj u pred- i posezoni. Svakako će se organizirati proljetni i jesenski Festival cvijeća. TZG Crikvenice i dalje se zajedno s TZG Novi Vinodolski i TZ Vinodolske općine sufinancirati održavanje biclističkih staza te planinarskih staza i šetnica. U planu je ukupno **30.000,00 kn.**

Rok za provedbu: cjelogodišnje.

2. Manifestacije - planirano je ukupno 1.912.000,00 kn.

2.1. Manifestacije - kulturno-zabavne - planirano je ukupno 1.222.000,00 kn.

"Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma" kao jednu od zadaća turističkih zajednica ističe poticanje, koordinaciju i organizaciju kulturnih, umjetničkih, gospodarskih, sportskih i drugih priredbi koje pridonose obogaćivanju turističke ponude mjesta. Aktivnosti su usmjerene prema samostalnom organiziranju, ali i sudjelovanju u raznim dijelovima organizacije, kao što su promocija manifestacije, izrada i distribucija plakata i ostalog promotivnog materijala, uključivanje volontera, udruga i klubova, savjetovanje te pomoć svake druge vrste.

CRIKVENICA

"Maškare 2015."

Tijekom listopada 2012. je, temeljem odluke Turističkoga vijeća, raspisan "Javni poziv za iskazivanje interesa za zakup lokacije i postavljanje pokretnog ugostiteljskog objekta za vrijeme trajanja manifestacije "Maškare 2013." u Crikvenici", koji je definirao koncept manifestacije, i to za razdoblje od tri godine. Cjelokupna organizacija je temeljem odluke TV-a data najpovoljnijem ponuditelju, tvrtki "Krasnica" d.o.o., koja ima obvezu manifestaciju organizirati po principu "ključ u ruke" što se tiče događanja u šatoru. Turistička zajednica organizirat će vanjske, tradicionalne manifestacije. Naglasak je stavljen na očuvanje tradicije maškara i primorski glazbeni izričaj. Temeljem ove odluke Vijeća, isti partner organizirat će i "Maškare 2015."

Budući da u 2015. godini Maškare traju ukupno 6 tjedana, ukupan budžet za ovu manifestaciju nešto je manji u odnosu na 2014. godinu te je planiran u iznosu od **520.000,00 kn**.

Rok za provedbu: siječanj, veljača, ožujak.

Dani Ad Turresa

Po uzoru na organizaciju manifestacije u 2012., 2013. i 2014. godini, Dani Ad Turresa organizirat će se na novome trgu i na arheološkome nalazištu u suradnji s Muzejom Grada Crikvenice. U svrhu već navedenoga cilja produženja turističke sezone te organizacije povećanog broja aktivnosti u pred i posezoni, ovu ćemo manifestaciju iz termina u srpnju pomaknuti u predsezonu, točnije u svibanj 2015.

Planira se utrošiti **70.000,00 kn**.

49. Ribarski tjedan

Predlaže se da se program postavi na temeljima prošlogodišnjega, budući da je pohvaljen od strane gostiju, posjetitelja i domaćih stanovnika. I dalje treba inzistirati na domaćem kulturnom izričaju, prezentaciji ribljih gastro delacija kroz "show cooking" na trgu te animaciji gostiju.

Glazbeni program treba temeljiti na klapskoj i drugoj prigodnoj primorskoj pjesmi te objedinjavanju zahtjeva gostiju i domaćega stanovništva. Najvažnije je objediniti ponudu u ugostiteljskim objektima te poraditi na scenografiji (uređenje pozornice, ugostiteljskih objekata, mornarski motivi na odjeći turističkih djelatnika, suveniri). I u 2015. godini treba nastaviti s projektom "Cesta plave ribe". Za 49. ribarski tjedan je planirano **150.000,00 kn**.

4. Dani Frankopana

Dani Frankopana su prvi put organizirani 2012. godine kao centralna manifestacija povodom 600. obljetnice prvoga spomena imena Crikvenice. Budući da su izazvali izuzetno dobre reakcije i gostiju i domaćeg stanovništva, nastavili smo s organizacijom i u narednim godinama. Manifestacija je temeljena na elementima oživljene povijesti i daje prikaz Crikvenice u vrijeme njenog nastanka, 1412. godine i kasnije. U 2015. zadržat ćemo lokacije koje smo uveli u 2013., i to Trg Stjepana Radića i dva parka. U okviru Dana Frankopana bit će organiziran srednjovjekovni sajam, mimohod srednjovjekovnih družina, scenski prikazi, glazba iz onog vremena, prezentacija starih jela Frankopana i dr. Planirana sredstva: **110.000,00 kn**.

2. Crikvart

Festival uličnih zabavljača Crikvart je projekt koji uključuje plesne, glazbene i performerske nastupe. Odvijat će se u večernjim satima na nekoliko lokacija u Crikvenici. Predviđeni su razni umjetnički oblici izražavanja, poput glazbeno-scenskih nastupa, uličnih akrobacija, performansa, likovnih instalacija i sl., koji će zabavljati publiku pod zvjezdanim nebom dok šeću Crikvenicom. U 2014. organizirali smo manifestaciju prvi put i dobili izvrsne komentare. U 2015. pokušat ćemo prikazati neke nove sadržaje, kako bismo dodatno unaprijedili manifestaciju.

Planirana sredstva: 65.000,00 kn.

105. Plivački maraton

Organizacija najdulgovječnije crikveničke manifestacije i u 2015. godini bit će u nadležnosti Turističke zajednice Grada Crikvenice.

Planirana sredstva: 80.000,00 kn.

DRAMALJ



Proslava Sv. Jelene

Za proslavu Sv. Jelene je planirano **7.000,00 kn.**

Melodije s okusom mora

I u 2015. godini Dramalj će, uz Jadranovo, biti domaćin glazbene manifestacije pod nazivom "Melodije s okusom mora", koja će se održavati u lučici Pazdehova.

"Melodije s okusom mora" su pomno slagani glazbeni mozaik, sastavljen od poznatih glazbenih melodija, šansona, ulomaka iz opera i opereta, klasika koji očaravaju desetljećima te glazbenih uspješnica koje se s pravom nazivaju vječnima i neponovljivima, kao i pjesama čakavskoga glazbenoga izričaja.

Planirana sredstva: 47.000,00 kn.

JADRANOVO

Proslava Sv. Jakova

Jakovlja, proslava Sv. Jakova, zaštitnika mjesta (25. srpnja), je središnja i najveća manifestacija u Jadranovu, a sastoji se od bogatog sportskog (turniri u boćanju i stolnom tenisu), kulturnog (izložbe, koncerti, predstave), vjerskog (mise s visokim uzvanicima) i zabavnog programa (velika zabava uz poznatijeg izvođača).

Za proslavu Sv. Jakova je planirano **18.000,00 kn.**

Melodije s okusom mora

U 2015. godini će uz Dramalj ponovno i Jadranovo biti domaćin glazbene manifestacije pod nazivom "Melodije s okusom mora", koja će se održavati na rivi Mulina.

Planirana sredstva: 23.000,00 kn.

SELCE

Proslava Sv. Katarine

Za proslavu Sv. Katarine je planirano **7.000,00 kn.**

3. (Sr)Etno Selce

Cilj manifestacije je obogaćivanje turističke ponude, prezentacija kulturne baštine, očuvanje tradicije i zabava za goste. Program je zamišljen kao spoj edukacije (radionice, učenje raznih vještina, npr. pletenje ribarske mreže, pranje rublja na tradicionalan način, predstavljanje starih zanata i sl.), zabave, sajma tradicijskih i ekoloških proizvoda te prezentacije autohtonih jela, tradicionalnih selačkih i primorskih pjesama i plesova, narodne nošnje, starih narodnih i karnevalskih običaja (npr. mlaćenje slame).

Planirano je ukupno **80.000,00 kn.**

Dan turizma - 4. kolovoza 2015.

Za Dan turizma se u jutarnjim satima organizira podjela sardelica i vina gostima, a navečer velika fešta na rivi, noćna vožnja osvijetljenim barkama i vatromet. Planirano je ukupno **45.000,00 kn.**

2.2. Ostale manifestacije

Planiramo organizirati i gastro manifestacije, poput Uskršnje pogače u Crikvenici i Selcu, 4. Festival jagoda u Selcu, 4. Feštu od črešanjan u Dramlju, 2. Festival kolača i sladoleda u svim mjestima Rivijere, 2. Dane liganj, Primorske noći, Tjedan plave ribe i ostale manje manifestacije. Osim toga, i ove godine su u planu proljetni i jesenski Festival cvijeća.

Planirano je ukupno 230.000,00 kn.

2.3. Potpore manifestacijama

Turistička zajednica Grada Crikvenice je raspisala Javni poziv za prijavu projekata za financijsku potporu te će se u okviru ovih sredstava rasporediti sredstva prema Javnom pozivu i po programima manifestacija društava. Jedan manji dio sredstava ostavit će se u rezervi za kvalitetne programe koji će se možda pojaviti naknadno. Tijekom 2015. će se putem Javnog poziva sufinancirati i projekti drugih organizatora (udruge, klubovi i dr.), poput Primorskih noći,

ribarskih fešti u svim mjestima, koncerata limene glazbe, KUD-ova i klapa, Jakovarskih vesala, Fešte od tune, Ljetnog karnevala, jedriličarskih regata, maratona i drugih sportskih događanja i slično, a sve prema odluci Turističkoga vijeća.
Planirano je ukupno 460.000,00 kn.

3. Novi proizvodi - 30.000,00 kn.

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI - 964.400,00 kn

1. Online komunikacije - ukupno je planirano 130.000,00 kn.

1.1. Internet oglašavanje

Oglašavanje na internetskim stranicama samostalno ili u okviru udruženog oglašavanja.

Planirana sredstva **50.000,00 kn.**

Rok za provedbu: cijele godine.

1.2. Internet stranice i upravljanje internet stranicama

U 2015. se planira dizanje novog dizajna i sadržaja web stranice i pozicioniranje weba TZGC na tražilicama.

Planirana sredstva: **80.000,00 kn.**

Rok za provedbu: cijele godine.

2. Offline komunikacije - ukupno je planirano 570.000,00 kn.

2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

Ovdje su prikazani troškovi udruženog i ostalog oglašavanja.

Planiraju se određena sredstva za udruženo oglašavanje te sredstva za oglašavanje pojedinih turističkih proizvoda Grada Crikvenice. **Planirana sredstva: 150.000,00 kn.**

Rok za provedbu: cijele godine.

2.2. Opće oglašavanje (oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)

Planirana sredstva: **120.000,00 kn.**

Rok za provedbu: cijele godine.

2.3. Brošure i ostali tiskani materijali

U 2015. godini se planira ponovno izdanje materijala pod nazivom Rivijera Crikvenica info s redizajniranim sadržajem na svim već postojećim jezicima, a sadržavat će sve informacije koje trebaju gostu kada dođe u destinaciju. Dotisnut će se karta Rivijere u 40.000 primjeraka, također će se dotisnuti letak za "Cestu plave ribe" u nakladi od 5.000 primjeraka, letak za Mediteranski labirint ljubavi u nakladi od 5.000 primjeraka. Dotisnut će se Image brošura Rivijere U skladu s vizualnim identitetom će se tiskati vrećice, kuverte, privjesci, trakice, vizitke, majice, kape, roll up-ovi, banneri i slično. Osim toga, u ovu stavku spada i program događanja te plakati za manja događanja.

Planirana sredstva su **270.000,00 kn.**

Rok za provedbu: cijele godine.

2.4. Suveniri i promo materijali

Planira se nabavka određene količine suvenira, koji će se koristiti za poklone raznim poslovnim partnerima, sudionicima raznih događanja i natjecanja te za prezentaciju samoga mjesta.

Planirana sredstva: **30.000,00 kn.**

Rok za provedbu: cijele godine.

3. Smeđa signalizacija

Na ovoj stavci planirano je postavljanje pješačke turističke signalizacije na području Grada Crikvenice prema izrađenim projektima za mjesta Crikvenica, Dramalj, Jadranovo i Selce. Na ovoj stavci planirana su i sredstva za info table, info panele i opremu. Planiranim sredstvima neće biti moguće postaviti kompletnu signalizaciju predviđenu projektima već jedan dio.

Planirana sredstva: 264.400,00 kn.

Rok provedbe: cijele godine

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI - 220.000,00 kn

1. Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)

Materijali TZG Crikvenice će biti prisutni na svim europskim sajmovima. U suradnji s turističkim subjektima u Gradu Crikvenici i Turističkom zajednicom Grada Novi Vinodolski i Turističkom zajednicom Općine Vinodolske planiramo prezentaciju Rivijere Crikvenica na nekoliko europskih sajmova.

Planirana sredstva: 150.000,00 kn.

Rok za provedbu: cijele godine.

2. Studijska putovanja

U ovoj stavci planirana su studijska putovanja novinara i turističkih djelatnika.

Planirana sredstva: 30.000,00 kn.

Rok za provedbu: cijele godine.

3. Posebne prezentacije

Planiramo nekoliko prezentacija zajedno s turističkom zajednicom Općine Vinodolske i TZ Kvarnera. Planiramo korištenje kapaciteta HTZ-ovih predstavništava u inozemstvu, u sklopu kojih ćemo organizirati prezentacije ponude Grada Crikvenice.

Planirana sredstva: 40.000,00 kn.

Rok za provedbu: cijele godine.

V. INTERNI MARKETING - 115.000,00 kn

1. Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)

Razvoj ljudskih resursa - edukacija s ciljem uspješnog konkuriranja na domaćem i inozemnom tržištu: marketinški klubovi, klubovi konkurentnosti, ostali stručni seminari i sl. Seminari za edukaciju turističkih radnika, iznajmljivača, agencija, hotelijera.

Planirana sredstva: 30.000,00 kn.

Rok za provedbu: cijele godine.

2. Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet

U ovoj stavci planirana je koordinacija Crikveničko-vinodolske rivijere, humanitarne akcije, meteo-služba te pomoći, potpore i sponzorstva.

Planirana sredstva: 70.000,00 kn.

Rok za provedbu: cijele godine.

3. Nagrade i priznanja

Na ovoj poziciji planirana su sredstva vezana za natječaje HTZ-a "Čovjek - ključ uspjeha u turizmu" te razne druge natječaje. Na ovoj poziciji su također planirani troškovi Dana Hrvatskog turizma.

Planirana sredstva: 10.000,00 kn.

Rok za provedbu: cijele godine.

4. Izvještaji

Ovdje se planiraju troškovi izrade i umnožavanja godišnjih izvještaja Turističke zajednice (Turističkom vijeću, Nadzornom odboru, Skupštini, Gradu Crikvenici, TZ PGŽ, HTZ-u).

Planirana sredstva: 5.000,00 kn.

Rok za provedbu: cijele godine.

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA - 146.500,00 kn

1. Proizvodnja multimedijalnih materijala

Tu je predviđena proizvodnja raznih digitalnih materijala poput sadržaja za ino kioske, nadogradnja mobilne aplikacije, dovršetak filma i sl.

Planirana sredstva: 50.000,00 kn.

Rok za provedbu: cijele godine

2. Istraživanje tržišta

U 2010. godini je započeta provedba anketiranja gostiju Grada Crikvenice, koja se nastavila provoditi. Tijekom 2014., ali i narednih godina, i dalje će se provoditi anketiranje gostiju. Rezultati analize će zasigurno biti vrlo važni za planiranje dugoročne strategije aktivnosti TZG Crikvenice i davanje prijedloga gradskim i ostalim strukturama pri donošenju odluka. U 2014. godini planiramo započeti s projektom "Tajni gost". Tu su planirana i izvješća o prisutnosti TZG Crikvenice u medijima.

Planirana sredstva: 50.000,00 kn.

Rok za provedbu: cijele godine.

4. Suradnja s međunarodnim institucijama

Tu je planiran trošak Plave zastave na bazenima Hotela "Varaždin" u Selcu u iznosu od **6.500,00 kn.**

5. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu

Za potrebe promocije je potrebno kontinuirano raditi na proširenju i osvježivanju fototeke, koja će se koristiti za izradu tiskanih i digitalnih promotivnih materijala. Bit će ugovoreni fotografi, koji će na poziv fotografirati manifestacije, razne koncerte i nastupe izvođača te druge motive potrebne za izradu promotivnih materijala.

Planirana sredstva: 20.000,00 kn.

Rok za provedbu: cijele godine.

6. Jedinствени turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)

I dalje ćemo provoditi animiranje iznajmljivača za korištenje prijavu gostiju putem interneta. Prijava putem web stranice za iznajmljivače ne iziskuje downloadanje softvera, već je vrlo jednostavna za korištenje. Na taj način bi se više iznajmljivača trebalo odlučiti za prijavu putem web-a, što će rasteretiti šaltere turističkih društava. Tu je planiran i trošak održavanja programa za urudžbiranje i arhiviranje.

Planirana sredstva: 20.000,00 kn.

Rok za provedbu: tijekom cijele godine.

VII. OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)

Previđaju se aktivnosti vezane uz brendiranje destinacije. Tu su planirane aktivnosti PPS kluba Krk - Crikvenica - Vinodol - Rab u iznosu od 100.000,00 kn

Planirana sredstva 180.000,00 kn

VIII. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%) - 1.902.900,00 kn

Transfer Gradu za tekuću godinu - 1.454.400,00 kn

Transfer Gradu za prethodne godine - 448.500,00 kn

IX. RASHODI ZA PRETHODNE GODINE - to je pozicija koja se pojavila uslijed obveze drukčijeg izvješćivanja tijela TZ na nivou RH - prema načelu novčanog tijeka. Tu su prikazani rashodi - obveze, za koje predviđamo da će TZGC platiti u 2014. godini, stvorene su u prethodnoj godini.



Planirana sredstva 50.000,00 kn.

SVEUKUPNO RASHODI - 7.795.800,00 kn

PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE) -
predviđen je prijenos u 2015. godinu u iznosu od 105.100,00 kn.

Direktorica TU TZG Crikvenice:

Marijana Biondić, dipl.oec.



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA CRIKVENICE FINANCIJSKI PLAN 2015.

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2014.	PLAN 2015.	Indeks PLAN 2015/ PLAN 2014	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	4.800.000,00	4.848.000,00	101,00	61,36
2.	Prihodi od turističke članarine	450.000,00	450.000,00	100,00	5,70
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog	1.510.000,00	1.252.900,00	82,97	15,86
3.1.	za programske aktivnosti	1.510.000,00	1.252.900,00	82,97	15,86
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda				
4.	Prihodi od drugih aktivnosti	170.000,00	100.000,00	58,82	1,27
5.	Prijenos prihoda preth. godine (Višak preth. godine)	909.950,11	900.000,00	98,91	11,39
6.	Ostali nespomenuti prihodi	300.000,00	350.000,00	116,67	4,43
7.	Prihodi za prethodnu godinu naplaćeni u 2014.				
	SVEUKUPNO PRIHODI	8.139.950,11	7.900.900,00	97,06	100,00
RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2014.	PLAN 2015.	Indeks PLAN 2015/ PLAN 2014	STRUKTURA %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	2.286.650,00	2.245.000,00	98,18	28,80
1.	Rashodi za radnike	1.500.000,00	1.500.000,00	100,00	19,24
2.	Rashodi ureda	211.150,00	265.000,00	125,50	3,40
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	10.000,00	10.000,00	100,00	0,13
4.	Rashodi TIC-eva	215.500,00	220.000,00	102,09	2,82
5.	Ulaganja u opremu i adaptaciju posl. prostora	350.000,00	250.000,00	71,43	3,21
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	2.085.000,00	1.972.000,00	94,58	25,30
1.	Poticanje i sudjel. u uređenju grada (osim izgradnje komun. infrastr.)	30.000,00	30.000,00	100,00	0,38
1.1.	Uređenje destinacije	30.000,00	30.000,00	100,00	0,38
2.	Manifestacije	2.015.000,00	1.912.000,00	94,89	24,53
2.1.	Kulturno-zabavne	1.342.000,00	1.222.000,00	91,06	15,68
2.2.	Ostale manifestacije	250.000,00	230.000,00	92,00	2,95
2.3.	Potpore manifest. (suorg. a s drugim subj., donacije za manifest.)	423.000,00	460.000,00	108,75	5,90
3.	Novi proizvodi	40.000,00	30.000,00	75,00	0,38
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	1.000.000,00	964.400,00	96,44	12,37
1.	Online komunikacije	160.000,00	130.000,00	81,25	1,67
1.1.	Internet oglašavanje	80.000,00	50.000,00	62,50	0,64
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	80.000,00	80.000,00	100,00	1,03
2.	Offline komunikacije	520.000,00	570.000,00	109,62	7,31
2.1.	Oglašavanje u promo kampanjama javnog i privatnog sektora	180.000,00	150.000,00	83,33	1,92
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	60.000,00	120.000,00	200,00	1,54
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	250.000,00	270.000,00	108,00	3,46
2.4.	Suveniri i promo materijali	30.000,00	30.000,00	100,00	0,38
3.	Smeđa signalizacija	320.000,00	264.400,00	82,63	3,39
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	170.000,00	220.000,00	129,41	2,82
1.	Sajmovi (u skladu sa zak. prop. i prop. pravilima za sustav TZ)	100.000,00	150.000,00	150,00	1,92
2.	Studijska putovanja	30.000,00	30.000,00	100,00	0,38
3.	Posebne prezentacije	40.000,00	40.000,00	100,00	0,51
V.	INTERNI MARKETING	108.000,00	115.000,00	106,48	1,48
1.	Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	20.000,00	30.000,00	150,00	0,38
2.	Koordin. subjekata neposr. ili posr. uključenih u turistički promet	60.000,00	70.000,00	116,67	0,90
3.	Nagrade i priznanja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo)	25.000,00	10.000,00	40,00	0,13
4.	Izveštaji	3.000,00	5.000,00	166,67	0,06
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	101.500,00	146.500,00	144,33	1,88
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	35.000,00	50.000,00	142,86	0,64
2.	Istraživanje tržišta	20.000,00	50.000,00	250,00	0,64
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama	6.500,00	6.500,00	100,00	0,08
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	30.000,00	20.000,00	66,67	0,26
6.	Jedinstv. turist. inform. sustav (prij. i odj. gostiju, statistika i dr.)	10.000,00	20.000,00	200,00	0,26
VII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški mark. planovi i ostalo)	10.000,00	180.000,00	1.800,00	2,31
VIII.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)	1.888.500,00	1.902.900,00	100,76	24,41
1.	Transfer Gradu - za tekuću godinu	1.440.000,00	1.454.400,00	101,00	18,66
2.	Transfer Gradu - za prethodne godine	448.500,00	448.500,00	100,00	5,75
IX.	RASHODI ZA PRETHODNE GODINE PLAĆENI U 2014.	120.000,00	50.000,00	41,67	0,64
	SVEUKUPNO RASHODI	7.769.650,00	7.795.800,00	100,34	100,00
	PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆOJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)	370.300,11	105.100,00	28,38	1,35

