

Baška, studeni 2023.



PRIJEDLOG
GODIŠNJI
PROGRAM RADA S
FINANCIJSKIM PLANOM

Turističke zajednice općine Baška za 2024. godinu

| | |
|--|----|
| UVOD | 4 |
| GLAVNE SMJERNICE ZA GODIŠNJI PROGRAM RADA TZO BAŠKA | 5 |
| CILJEVI I ZADAĆE LOKALNE TURISTIČKE ZAJEDNICE | 8 |
| OSNOVNE PRETPOSTAVKE PLANIRANJA | 8 |
| ZADAĆE TURISTIČKE ZAJEDNICE | 9 |
| TURISTIČKA KRETANJA – PREDVIĐANJA ZA 2024. GODINU | 10 |
| REZULTATI TURISTIČKOG PROMETA U 2023. GODINI – OSNOVNE PRETPOSTAVKE PLANIRANJA | 12 |
| PLAN PRIHODA U 2024. GODINI | 18 |
| 1. IZVORNI PRIHODI | 19 |
| 1.1. TURISTIČKA PRISTOJBA | 19 |
| 1.2. TURISTIČKA ČLANARINA | 24 |
| 2. PRIHODI IZ PRORAČUNA OPĆINE/GRADA/DRŽAVNOG | 25 |
| 3. PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA | 25 |
| 4. PRIHODI IZ EU FONDOVA | 25 |
| 5. PRIHODI OD GOSPODARSKE DJELATNOSTI | 26 |
| 6. PRENESENI PRIHOD IZ PRETHODNE GODINE | 26 |
| 7. OSTALI PRIHODI | 26 |
| AKTIVNOSTI TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE BAŠKA PO VRSTAMA I PROGRAMIMA | 27 |
| 1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE | 27 |
| 1.1. IZRADA STRATEŠKIH / OPERATIVNIH / KOMUNIKACIJSKIH / AKCIJSKIH DOKUMENATA | 27 |
| 1.1.1. UDRUŽENE AKTIVNOSTI PREMA STRATEGIJI BRANDA KRK OUTDOOR | 27 |
| 1.1.2. UDRUŽENE AKTIVNOSTI NA PROJEKTU EU INTERREG SI_HR 2021.-2027. | 28 |
| 1.1.3. REVIZIJA I PLAN RAZVOJA BICIKLISTIČKIH I PJEŠAČKIH – TRAIL STAZA NA PODRUČJU OPĆINE BAŠKA | 28 |
| 1.1.4. IZRADA STRATEŠKIH DOKUMENATA SUKLADNO NOVOM ZAKONU U TURIZMU | 29 |
| 1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA | 29 |
| 1.3. MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI | 30 |
| 2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA | 30 |
| 2.1. IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA | 30 |
| 2.1.1. RAZVOJ PROJEKTA CAMINO KRK | 30 |
| 2.1.2. RAZVOJ PROJEKTA NOVIH STAZA | 31 |
| 2.1.3. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKOG PROIZVODA | 31 |
| 2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA | 32 |
| 2.2.1. KVARNER FAMILY - RAZVOJ I BRENDIRANJE OBITELJSKOG SMJEŠTAJA | 32 |
| 2.3. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA | 33 |
| 2.3.1. KULTURNO ZABAVNE MANIFESTACIJE | 33 |
| 2.3.2. SPORTSKE MANIFESTACIJE | 33 |
| 2.3.3. TRADICIONALNE – BRAND MANIFESTACIJE DESTINACIJE | 34 |
| 2.4. TURISTIČKA INFRASTRUKTURA – GALERIJA ZVONIMIR | 37 |
| 2.4.1. REŽIJSKI TROŠKOVI GALERIJE | 37 |
| 2.4.2. ORGANIZACIJA IZLOŽBI | 37 |
| 2.5. PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI | 37 |
| 2.5.1. POTPORA ZA PROGRAME, DOGAĐANJA I MANIFESTACIJE U TURIZMU NA PODRUČJU OPĆINE BAŠKA | 37 |
| (PREMA JAVNOM POZIVU) | 37 |

| | |
|---|-----------|
| 2.5.2. POTPORA ZA PROGRAME VAN JAVNOG POZIVA | 38 |
| 2.5.3. DONACIJE | 38 |
| 2.5.4. SUFINANCIRANJE RADA TURISTIČKE AMBULANTE | 39 |
| 3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE | 39 |
| 3.1. DEFINIRANJE BRENDING SUSTAVA I BRENDA ARHITEKTURE | 39 |
| 3.2. OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKOG BRANDA, TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA | 40 |
| 3.2.1. POSEBNE TEMATSKE KAMPANJE PO TURISTIČKIM PROIZVODIMA I PRIGODNE KAMPANJE | 40 |
| 3.2.2. ONLINE I OFFLINE OGLAŠAVANJE TE KOMUNIKACIJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA | 40 |
| 3.2.2.1. KOMUNIKACIJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA | 40 |
| 3.2.2.2. ONLINE OGLAŠAVANJE | 41 |
| 3.2.2.3. OFFLINE OGLAŠAVANJE (OPĆE OGLAŠAVANJE TZ) | 41 |
| 3.2.3. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA - ONLINE KOMUNIKACIJE | 41 |
| 3.2.4. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA - OFFLINE KOMUNIKACIJE | 42 |
| 3.3. ODNOSI S JAVNOŠĆU: GLOBALNI I DOMAĆI PR | 43 |
| 3.3.1. ODNOSI S JAVNOŠĆU: GLOBALNI I DOMAĆI PR | 43 |
| 3.3.2. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - ODNOSI S JAVNOŠĆU I PR | 43 |
| 3.4. MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE | 43 |
| 3.4.1. PROMOTIVNE KAMPANJE SA STRATEŠKIM PARTNERIMA NA INOZEMNIM TRŽIŠTIMA | 43 |
| 3.4.2. UDRUŽENO OGLAŠAVANJE U SURADNJI SA SUSTAVOM TZ-A I PREDSTAVNICIMA TUR. PONUDE | 44 |
| 3.4.3. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE PREMA KLJUČU | 45 |
| 3.4.4. PROMOTIVNA ON LINE KAMPANJA (S.T.A.R. DIGITAL) | 45 |
| 3.5. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSEBNE RADIONICE | 46 |
| 3.5.1. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSEBNE RADIONICE | 46 |
| 3.5.2. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSEBNE RADIONICE - UDRUŽENO PREKO TZ OTOKA KRKA | 46 |
| 3.5.3. SUFINANCIRANJE U KOORDINACIJI TZ OTOKA KRKA - INFORMATORI NA SAJMOVIMA (VAN UGOVORA) | 47 |
| 3.6. SURADNJA SA ORGANIZATORIMA PUTOVANJA | 47 |
| 3.6.1. SURADNJA SA ORGANIZATORIMA PUTOVANJA | 47 |
| 3.6.2. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA | 48 |
| 3.7. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA | 48 |
| 3.7.1. PRIPREMA DESTINACIJSKIH MARKETINŠKIH MATERIJALA | 48 |
| 3.7.2. BROŠURE I TISKANI MATERIJALI | 48 |
| 3.7.3. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA | 48 |
| 3.7.4. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - KREIRANJE PROMOTIVNOG VIDEO OUTDOOR / KARTE BIKE I HIKE (VAN UGOVORA) | 49 |
| 3.8. INTERNET STRANICE | 49 |
| 3.8.1. INTERNET STRANICE I UPRAVLJANJE INTERNET STRANICAMA | 49 |
| 3.8.2. INTERNET STRANICE I UPRAVLJANJE INTERNET STRANICAMA - SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA | 50 |
| 3.9. KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA PODATAKA | 50 |
| 3.9.1. KREIRANJE BAZE MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA | 50 |
| 3.9.2. ODRŽAVANJE SUSTAVA BAZE PODATAKA | 51 |
| 3.9.3. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA - KREIRANJE BAZE PODATAKA | 51 |
| 3.10. TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI | 51 |
| 3.10.1. TURISTIČKA SIGNALIZACIJA | 51 |
| 3.10.2. ODRŽAVANJE TURISTIČKE SIGNALIZACIJE – SUFINANCIRANJE TZ OTOKA | 52 |

| | |
|---|----|
| 4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT..... | 52 |
| 4.1 TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE / EVISITOR | 52 |
| 4.1.1. INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE /EVISITOR..... | 52 |
| 4.1.2. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE | 52 |
| 4.1.3. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE (VAN UGOVORA)..... | 53 |
| 4.2. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI | 53 |
| 4.2.1. EDUKACIJE I STRUČNI SKUPOVI | 53 |
| 4.2.2. STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE U SURADNJI SA TZ OTOKA KRKA | 54 |
| 4.3. POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE DESTINACIJE | 54 |
| 5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA..... | 55 |
| 5.1. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - ČLANARINA ZA SKAL | 55 |
| 6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI..... | 55 |
| 6.1. PLAĆE | 55 |
| 6.1.1. TROŠAK UREDA TZO BAŠKA | 55 |
| 6.1.2. SUFINANCIRANJE TROŠKOVA TZ OTOKA KRKA - PLAĆE | 56 |
| 6.2. MATERIJALNI I NEMATERIJALNI TROŠKOVI..... | 57 |
| 6.2.1. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - MATERIJALNI I NEMATERIJALNI TROŠKOVI | 57 |
| 6.3. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE | 57 |
| 6.3.1. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE TZO BAŠKA..... | 57 |
| 6.3.2. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - OBVEZE ZA TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE | 57 |
| 6.3.3. REPREZENTACIJA | 58 |
| 7. REZERVA..... | 58 |
| 8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE | 58 |
| 9. INFORMACIJSKI SUSTAV - IZVJEŠĆIVANJE | 58 |

Prijedlog godišnjeg programa rada Turističke zajednice općine Baška izrađen je prema odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju turizma koji uređuje sustav turističkih zajednica, a na temelju članka 55. i 57. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20).

Hrvatska turistička zajednica je u studenom 2020. godine izradila novu metodologiju i standarde planiranja i izvješćivanja u sustavu turističkih zajednica temeljenu na novoj strukturi zadaća na svim razinama sustava. Cilj nove metodologije je unificiranost i konsolidacija planiranja i izvješćivanja o provedenim aktivnostima na svim razinama sustava kako bi se postigla transparentnost, jasan i precizan pregled u aktivnosti i uloga u razvoju, implementaciji i provedbi zadaća prema razinama ustroja turističkih zajednica.

Turističke zajednice svoje aktivnosti planiraju i iskazuju u godišnjem programu rada, koji prema odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) obvezno sadrži sve pojedinačno utvrđene planirane zadatke i potrebna financijska sredstva za njihovo izvršenje.

U skladu sa zakonskim odredbama lokalne turističke zajednice koje pripadaju istoj regionalnoj turističkoj zajednici obvezne u postupku donošenja programa rada međusobno usklađivati i koordinirati s nadležnom regionalnom turističkom zajednicom dok su se regionalne turističke zajednice u postupku donošenja godišnjeg programa rada obvezne međusobno usklađivati i koordinirati s Hrvatskom turističkom zajednicom.

Važeći zakoni temeljem kojih Turistička zajednica obavlja svoje zadatke i temeljem kojih se planiraju prihodi koje turistička zajednica ostvaruje:

[Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma \(NN 52/19\)](#)

[Zakon o članarinama u turističkim zajednicama \(NN 52/19\)](#)

[Zakon o turističkoj pristojbi \(NN 52/19\)](#)

Prijedlog godišnjeg programa rada s financijskim planom TZO Baška za 2024. godinu izrađen je temeljem fizičkih rezultata turističkog prometa ostvarenog na području Turističke zajednice općine Baška u razdoblju siječanj – studeni te temeljem rezultata poslovanja u ovogodišnjoj turističkoj sezoni. U obzir su uzeti i rezultati iz prethodnih godina te dosadašnji vlastiti projekti ili projekti u kojim Turistička zajednica općine Baška sudjeluje.

Ove godine ponovno je, drugu godinu za redom, ostvareno preko milijun komercijalnih noćenja, a sukladno odredbama članka 32. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) lokalne turističke zajednice koje ostvaruju više od 1.000.000 komercijalnih noćenja godišnje mogu izvršavati i sljedeće aktivnosti vezane uz marketing:

- odnosi s javnošću
- stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnoj stranici i profilima društvenih mreža
- definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala
- uspostavljanje marketinške infrastrukture temeljene na informatičkim tehnologijama
- provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga (branding destinacije, online i offline aktivnosti, mrežne stranice i profili društvenih mreža, sajmovi, studijska putovanja, prezentacije, partnerstva, sponzorstva i slično)
- koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na lokalnoj razini
- obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom

Godišnji program rada potrebno je izraditi na temelju strateških dokumenata donesenih za područje zajednice.

Za područje naše turističke zajednice od istih dokumenata postoje, ali je razdoblje provedbe svih navedenih strategija vremenski završilo, „Program ukupnog razvoja Općine Baška 2015. - 2020.“ iz 2015. godine, „Strategija razvoja otoka Krka do 2020. godine“ donesena 2016. godine, kao i Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016.-2020. iz 2016. godine te Operativni plan razvoja ciklo turizma Primorsko - Goranske županije sa standardima 2019. – 2020. iz siječnja 2019. godine., a s obzirom na ubrzane promjene na turističkom tržištu izazvane društveno – ekonomskom situacijom, potrebno je napraviti nove strateške dokumente odnosno odrediti daljnje strateške smjernice aktivnosti koje je nužno provoditi na svim razinama, od Ministarstva turizma i sporta, do lokalnih ustroja turističkih zajednica.

Općina Baška zasada nema u planu izradu nove strategije, budući da izrada i donošenje Strategije razvoja nisu zakonom propisani kao obveze jedinica lokalne samouprave, a kako bi prilagodila svoje aktivnosti prema novim strateškim smjernicama, TZO Baška očekuje izradu novih strateških dokumenata na višim razinama (HTZ/MINTS, TZ Kvarnera i na razini otoka Krka) kao i donošenje na snagu novog **Krovnog zakona o turizmu u Republici Hrvatskoj** koji bi na snagu trebao stupiti početkom 2024. godine, a nove zadaće lokalnih i regionalni turističkih zajednica biti će između ostalog, izrada četverogodišnjeg Plana upravljanja destinacijom.

Donošenjem Zakona o turizmu kao krovnog zakona koji uređuje upravno područje turizma, a koji će ujedno predstavljati i okvir za praćenje i razvoj turizma uspostavlja se sustav praćenja i analize podataka, sektorski specifičan sustav poticanja ulaganja u turizmu, praćenja i analize ulaganja, definiraju se uloge ključnih dionika u razvoju turizma i međuresorna suradnja te definiraju pokazatelji i standardi osiguravanja održivosti turizma (osobito zelenih i digitalnih standarda). Zakonom je definirana i uloga jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave u upravljanju destinacijom te je uređena njihova suradnja s turističkim zajednicama.

Cilj ovoga Zakona je osiguravanje pretpostavki za upravljanje razvojem turizma u smjeru održivosti - vezano uz korištenje i turističku valorizaciju prostora, prirodnih, društvenih i gospodarskih resursa, kulturne baštine te unapređenja uvjeta života lokalnog stanovništva i boravka turista u destinaciji.

Ključni strateški ciljevi razvoja odnose se na ravnomjeran cjelogodišnji i regionalno odnosno prostorno uravnoteženiji i društveno i okolišno održivi razvoj turizma, razvoj konkurentnog i inovativnog turizma uključujući jačanje ljudskih potencijala, povećanje kvalitete smještajnih i ostalih kapaciteta u okviru turističke ponude, kao i diverzifikacija cjelokupne turističke ponude te digitalna transformacija turizma te povećanje otpornosti djelatnostima u turizmu na vanjske utjecaje.

Usvojeni strateški dokumenti koji određuju smjer aktivnosti za daljnje razdoblje:

Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine akt je strateškog planiranja hrvatskog turizma za razdoblje do 2030. godine, usklađen s Nacionalnom razvojnom strategijom Republike Hrvatske do 2030. godine i temeljnim dokumentima i politikama Europske unije i Republike Hrvatske, a važna uz ostalo za provođenje ulaganja iz NPOO-a, u čemu je za turizam predviđeno 2,2 milijarde kuna. U okviru Strategije definirana je vizija Republike Hrvatske: Hrvatska je u 2030. godini konkurentna, inovativna i sigurna zemlja prepoznatljivog identiteta i kulture, zemlja očuvanih resursa, kvalitetnih životnih uvjeta i jednakih prilika za sve. U cilju ostvarenja vizije definirana su četiri ključna strateška cilja razvoja održivog turizma Hrvatske:

1. Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam,
2. Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu,
3. Konkurentan i inovativan turizam,
4. Otporan turizam

Nacionalni plan razvoja održivog turizma do 2027. godine i Akcijski plan za provedbu Nacionalnog plana razvoja održivog turizma za razdoblje do 2025. godine donijela je Vlada Republike Hrvatske u srpnju 2023. godine. Na temelju Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine izrađen je i Nacionalni plan razvoja održivog turizma koji kao srednjoročni akt strateškog planiranja sadržava operacionalizaciju prioritarnih područja kroz konkretne mjere.

Srednjoročna vizija razvoja održivog turizma RH usklađena je s vizijom iz Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i glasi: Poštujući prirodno i kulturno naslijeđe i jedinstveni identitet svih regija, razvijamo održiv cjelogodišnji turizam poželjan za investicije, rad i život, koji doprinosi skladnom gospodarskom razvoju Hrvatske.

Planom razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine koji je usvojen u lipnju 2023. na Županijskoj skupštini ističe se vizija turizma da je Kvarner raznolika, kvalitetna i inovativna destinacija održivog turizma koja cijele godine turistima pruža jedinstveno doživljajno iskustvo u primorju, gorju i otocima, a lokalnom stanovništvu osigurava kvalitetne uvjete za život i rad. Planom je definirano pet ključnih ciljeva:

1. Jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta
2. Provođenje zelene i digitalne tranzicije
3. isticanje raznolikosti i posebnosti,
4. osnaživanje inovativnosti i održivosti te
5. unaprjeđivanje kvalitete izvrsnosti

Neke od mjera uključuju održivo i odgovorno upravljanje prostorom, podupiranje poduzetništva i novih investicija, privlačenje mega događanja, jačanje lokalne oznake kvalitete i prilagodbu klimatskim promjenama. U tijeku je i izrada Akcijskog plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2027. godine.

Strateški marketinški operativni plan hrvatskog turizma od 2023. do 2027. godine, izrađen od vodećeg stručnjaka za konzalting u turizmu i ugostiteljstvu Horwath HTL Hrvatska, u koordinaciji s Hrvatskom turističkom zajednicom, ima svrhu pomoći hrvatskom turizmu da kroz turizam ostvari veći prihod, osigura održivi rast, pozicionira Hrvatsku kao jedan od vodećih turističkih brendova na svijetu te osigura zadovoljstvo i odanost turista. Posebni naglasak će biti na održivosti, digitalizaciji kao ključnoj odrednici konkurentnosti, jačanju kvalitete usluga te na novom pristupu marketinškim aktivnostima. Jedan od ciljeva je da Hrvatska bude prepoznata kao održiva destinacija visoke vrijednosti te koja pritom nudi široki spektar autentičnih kvalitetnih turističkih doživljaja različitim segmentima potrošača.

Svaka strategija (izuzev prostorno, administracijski i bio klimatski uvjetovanih područja) temelji se na:

- Načelima održivog razvoja – „zelenoj“ tranziciji, te valorizaciji prirodne i kulturne baštine
- Poticanju i jačanju lokalne i ekološke poljoprivrede i proizvodnje sa mogućnošću turističke valorizacije
- Jačanju selektivnih oblika turizma te rasterećenju sezonalnosti kroz izradu novih destinacijskih produkata
- Atmosferi „male i obiteljske“ ponude - gostoljubivosti, individualnom pristupu gostu i vjernosti 'domaćem', autentičnom izričaju
- Digitalizaciji komunikacijskog sustava i turističke ponude

„Brand i komunikacijska strategija outdoor ponude otoka Krka“, strateški dokument donesen 2021. godine, jedini je vremenski važeći i relevantni dokument za uže područje otoka Krka, izrađen u suradnji sa tvrtkom za integrirane tržišne komunikacije Studiom Conex, kako bi se što uspješnije planirali novi sadržaji i pripadajuće marketinške kampanje proizašli iz danas sve popularnijih aktivnosti na otvorenom, a vezanih, uglavnom, za period pred i posezone, što će biti jedan od glavnih prioriteta rada u nadolazećem razdoblju.

Iako lokalne vlasti, poduzetnici i turističke zajednice na otoku posljednjih godina čine značajne napore u razvoju proizvoda, osjeća se nedostatak snažnije komunikacijske kampanje, koja bi pratila aktivnosti i ubrzala pozicioniranje otoka Krka kao outdoor destinacije te pomogla u krajnjem cilju - produljenju turističke sezone. Za uspješan nastup na tržištima, u ovom segmentu ponude, nužno je osmisliti,

producirati i stručno voditi komunikacijski proces, budući da ciljana skupina potrošača spada u grupu dobro osviještenih, proaktivnih i platežno sposobnih gostiju, kojima se obraća velik broj ponuđača i destinacija. Adekvatan odgovor na konkurentске ponude lakše je kreirati zajedničkim naporima i budžetom svih zainteresiranih subjekata, nego pojedinačno. Zajedništvo i koordinacija su posebno važni u outdoor segmentu, budući da gost koji otok Krk posjeti, na primjer, s biciklom, u jednom danu obiđe nekoliko različitih mjesta i ne poznaje administrativne podjele i nadležnosti pojedinih turističkih ureda.

Izradi strategije pristupilo se iz razloga:

- Nedostatka jedinstvene komunikacijske strategije outdoor ponude na otoku Krku
- Nedovoljne digitalne prisutnosti
- Izostanaka sustavnog content marketinga
- Nedovoljnog oglašavanja (većinom se oglašavaju manifestacije)
- Nedovoljne promocija Krka kao outdoor destinacije od strane TZ Kvarnera i HTZ
- Vrlo malog broja tematskih objava na portalima i blogovima, vezanih uz outdoor ponudu i aktivnosti na otoku Krku

Poslovni ciljevi:

Ishodište za sve komunikacijske aktivnosti jest prepoznata želja za afirmacijom novog proizvoda unutar cjelovite turističke ponude otoka Krka, što uključuje sljedeće ciljeve:

- Povećanje dolazaka i prihoda od outdoor segmenta
- Rast posjeta i noćenja u pred i posezoni
- Povećanje profitabilnosti zbog veće kupovne moći outdoor publike
- Daljnji razvoj outdoor ponude na otoku
- Aktivaciju zračne luke Krk u pred i posezoni

Komunikacijski ciljevi:

- Uspostava sustava interne komunikacije među svim dionicima outdoor ponude
- Postizanje sinergijskih učinaka primjenom ujednačene komunikacije
- Kreiranje kvalitetnog korisničkog iskustva (standardi označavanja pješačkih i biciklističkih staza, postavljanje očekivanja korisnika, gdje god je to moguće, ujednačavanje naziva staza u svim kanalima komunikacije...)
- Značajno unaprjeđenje digitalne prisutnosti
- Izrada prepoznatljivog vizualnog identiteta
- Kao rezultat navedenog: pozicioniranje otoka Krka, kao razvijene outdoor destinacije

Prema strategiji razvoja turizma otoka Krka do 2020. godine, a koju je izgradio Institut za turizam, za glavni turistički proizvod Baške definiran je outdoor i pozicioniranje Baške kao najjače mjesto outdoor aktivnosti na otoku Krku, a glavne atrakcije Baške su uređena Vela plaža, raznolika ponuda uređenih biciklističkih, planinarskih i pješačkih staza te penjalista, uređene sportske zone i ronilački centri, dva paralelna gorska lanca, najviši otočki planinski vrh. Baška se ističe i bogatim ranokršćanskim povijesnim i kulturnim nasljeđem.

U narednom periodu Turistička zajednica općine Baška i dalje treba svoj potencijal i aktivnosti usmjeriti u ostvarenje sljedećih ciljeva:

- Provođenje aktivnosti kojima će Baška kao jedna od najatraktivnijih destinacija na otoku pridonijeti da otok Krk i u daljnjem razdoblju zadrži status najposjećenije subregije u Primorsko-goranskoj županiji i otoka na Jadranu.
- Stvaranje uvjeta za razvoj cjelovite i kvalitetne turističke ponude na osnovi održivog razvoja i prepoznatljivosti turističke ponude
- Usmjerenost na povećanje turističkog prometa u pred i posezoni odnosno na cjelogodišnji turizam
- Nastavak gradnje imidža Baške kao vodeće outdoor destinacije na otoku Krku i Kvarneru
- Organizaciju aktivnosti za poboljšanje, uređenje i veću valorizaciju postojećih biciklističkih, trail staza, poučnih staza i penjalista te poticanje aktivnosti na uređenju novih

- Jačanje outdoor ponude, odnosno daljnje iskorištavanje potencijala jedinstvenog prirodnog okruženja Baške, razvijanje sportsko rekreativnog turizma kao što su brdski i cestovni biciklizam, slobodno penjanje, planinarenje i trekking, kajaking, ronilaštvo
- Jačanje i razvoj ostalih selektivnih oblika turizma kao što su kulturni turizam, eno – gastro turizam, vjerski turizam, fototurizam, ekoturizam
- Unapređenje i razvoj novih turističkih proizvoda u suradnji sa svim dionicima turizma
- Potpora događanjima i manifestacijama u svrhu promocije turizma u organizaciji drugih institucija, udruga i ostalih pravnih subjekata
- Provođenje i osmišljavanje novih događanja i manifestacija koje će biti motiv dolaska u destinaciju te pridonijeti imidžu destinacije, posebice u razdoblju pred i posezone
- Osiguranje zdravstvene zaštite u destinaciji
- Podizanje kvalitete rada u Turističkom uredu kroz nova zapošljavanja, edukaciju djelatnika i primjenu suvremenih metoda rada

Pri izradi prijedloga programa rada vodilo se ovim marketinškim ciljevima:

- Razvoj turističkog proizvoda i promocija ponude koje će u ovim uvjetima polučiti veću turističku potražnju, a time i turističke dolaske te otvaranje novih tržišta
- Afirmacija Baške kao turističke destinacije s bogatom turističkom tradicijom, bogatim kulturnim nasljeđem, bogatim prirodnim resursima, i brojnim mogućnostima za outdoor aktivnosti na tuzemnom i inozemnom turističkom tržištu
- Unapređenje digitalnog marketinga, on line promocije i oglašavanja putem weba i društvenih mreža s fokusom na najbliža europska tržišta
- Poboljšanje kvalitete turističkih proizvoda s trajnom koristi za kupce
- Promocija destinacije u suradnji s HTZ-om, TZ Kvarnera, TZ otoka Krka kroz udruženo oglašavanje i strateške projekte
- Ciljanu promocija destinacije i proizvoda udruženim sredstvima sa turističkim tvrtkama destinacije
- Komuniciranje destinacije kao sigurne, osiguravanje uvjeta za siguran boravak turista kako u smještajnim objektima, tako i svim ostalim uslužnim djelatnostima destinacije,
- Tiskanje promidžbenih materijala i organizacija informativne djelatnosti.

CILJEVI I ZADAĆE LOKALNE TURISTIČKE ZAJEDNICE

OSNOVNE PRETPOSTAVKE PLANIRANJA

Prilikom definiranja godišnjeg programa rada turističke zajednice, polazište je u osnovnim ciljevima turističkih zajednica koji su definirani u članku 9. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20), pa je u skladu s navedenim rad turističkih zajednica usmjeren na tri glavna pravca djelovanja:

- A. razvoj i marketing destinacije** kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja (planiranje, razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, financiranje, donošenje i provedba odluka), u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma.
- B. osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa** kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda.
- C. poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji** te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Pored zajedničkih ciljeva, zadaće lokalne turističke zajednice, kao lokalne destinacijske menadžment organizacije, regulirane su člankom 32. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i Statutom TZ općine Baška, a one su uglavnom zastupljene kroz plan rashoda. Poslovanje i djelovanje turističkih zajednica po novim zakonima uređeno je prema modelu destinacijskog menadžmenta, u skladu s modernim trendovima funkcioniranja turističkih organizacija, čime se znatno mijenjaju zadaće zajednica na svim razinama.

1. Razvoj proizvoda

- 1.1. sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije
- 1.2. koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora u destinaciji
- 1.3. razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode – inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda
- 1.4. razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste
- 1.5. razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije
- 1.6. praćenje i apliciranje, samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave i drugim subjektima javnog ili privatnog sektora, na natječaje za razvoj javne turističke ponude i infrastrukture kroz sufinanciranje iz nacionalnih izvora, fondova Europske unije i ostalih izvora financiranja
- 1.7. upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji
- 1.8. strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini te po potrebi organizacija sustava upravljanja posjetiteljima
- 1.9. sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije
- 1.10. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom
- 1.11. sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica.

2. Informacije i istraživanja

- 2.1. izrada i distribucija informativnih materijala
- 2.2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama destinacije i profilima društvenih mreža
- 2.3. osnivanje, koordinacija i upravljanje turističkim informativnim centrima (ako postoje/ima potrebe za njima)
- 2.4. suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije
- 2.5. planiranje, izrada, postavljanje i održavanje sustava turističke signalizacije, samostalno i/ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave
- 2.6. operativno sudjelovanje u provedbi aktivnosti sustava eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija posjetitelja i svih oblika turističke ponude.

3. Distribucija

- 3.1. koordiniranje s regionalnom turističkom zajednicom u provedbi operativnih marketinških aktivnosti
- 3.2. priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu

3.3. priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenje u regionalnu turističku zajednicu

3.4. pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom te u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom

3.5. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

Lokalna turistička zajednica dužna je voditi računa da zadaće koje provodi budu usklađene sa strateškim marketinškim smjernicama i uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice.

Zajednica sudjeluje u provedbi programa i akcijama Turističke zajednice otoka Krka i Turističke zajednice županije od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu s područja otoka i županije.

TURISTIČKA KRETANJA – PREDVIĐANJA ZA 2024. GODINU

U 2023. godini uslijedilo je ranije pokretanje turističkih kretanja i povećana tržišna potražnja, pogotovo za bližim auto destinacijama, što je rezultiralo vrlo dobrim rezultatima.

Tako je u prvih jedanaest mjeseci u 2023. godini ostvaren veći promet u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju u broju noćenja tj. 1.067.394 što je na razini od 98% u odnosu na isto razdoblje 2022. godine (1.090.598), a ukupan broj ostvarenih dolazaka 184.711 odnosno 2% više u odnosu na 2022. godinu (181.065). U usporedbi sa prvih 11. mjeseci 2019. godine, bilježimo ostvarenje 98% u noćenjima (1.092.549) i 1 % više ostvarenja u dolascima (182.685).

Uspoređujući samo komercijalni smještaj u razdoblju prvih 11 mjeseci ostvareni je 1.002.197 noćenja što na 99% ostvarenja u odnosu na isto razdoblje 2022. godine i 182.150 dolazaka što je 2% više u odnosu na isto razdoblje 2022. godine. Ove je godine po treći put, nakon 2018. godine, prijeđena je brojka od 1.000.000,00 komercijalnih noćenja.

Pozitivan oporavak potražnje u turističkoj sezoni 2023. bit će popraćen s određenim izazovima u 2024. godini s kojima će se suočiti svi akteri u sektoru turizma, ali važno je da je Hrvatska i dalje sigurna zemlja. Utjecaj na dobre rezultate turizma ove su godine imali i schengen i ulazak u eurozonu, međutim ostaju problemi nedostatka radne snage, radnih dozvola s nekih tržišta i to će nam u turizmu biti dodatni uteg i u 2024. Navedeni problem pokušava se riješiti sa sve većim uvozom stranih radnika čime naš turizam gubi identitet.

Hrvatska je ove sezone uspjela dosegnuti promet iz 2019., što je uspjelo svega 50% europskih destinacija. Turističke kompanije su povećale prihode, ali zbog značajnog rasta troškova, ponovno su smanjene profitne marže. Za nužan zaokret u turizmu prema održivosti treba snažnije potaknuti ulaganje u hotele i objekte više dodane vrijednosti odnosno kvalitete.

Iako je Hrvatska i dalje najbliži i najsigurniji Mediteran za ključna emitivna tržišta, turistički sektor je u pripremi sljedeće sezone izložen izazovima poput gospodarskog usporavanja diljem EU, očekivanog agresivnijeg tržišnog nastupa mediteranske konkurencije, dodatnom inflacijskom rastu troškova koji nagriza profitabilnost, ali i pritisku nužnog povećanja ulaganja u održivost i kvalitetu kako bi održali korak s konkurencijom.

Nakon uspješnog prolaska kroz krizne godine, ulazimo u razdoblje nužne transformacije domaćeg turizma prema održivijem turizmu koji ne stremi daljnjem povećanju turističkog prometa u samoj špici sezone već privlačenju turističkog prometa čitave godine te stvaranju veće dodane vrijednosti za lokalne zajednice i za čitavo gospodarstvo, a za to je potrebno stvoriti kvalitetan regulatorni okvir i značajnije potaknuti ulaganja u tom smjeru.

Vodeći ljudi turizma u planiranje sljedeće sezone prema sadašnjim najavama i prvim impulsima s tržišta ulaze s opreznim optimizmom. Prema očekivanjima koje je podijelio HTZ naša regija južna Europa će sljedeće godine zabilježiti najniži rast turističkog prometa u Europi, projiciranih 8,4 posto, no najveći dio

tog rasta se očekuje da će se raspodijeliti na velika tržišta koja se još nisu vratila na predpandemijsku razinu, poput Italije, koja je u broju dolazaka ove godine završila u minusu od 11 posto u odnosu na 2019.

Očekujemo se će se u idućoj godini dobri rezultati nastaviti, iako u Europi još uvijek traje recesija, kao i rat u Ukrajini, a počeo je i rat na Bliskom istoku te je situacija u svijetu sve teža što se odražava kroz energetska krizu i inflaciju koja ne posustaje, a time i na slabiju platežnu moć turista. Cijene su se na tržištu stabilizirale, ali su i dalje više nego su bile prije energetskog šoka.

2024. godina donosi blagdane tjedan ranije nego što je to bilo u 2023. godini. Blagdan Uskrsa tako pada vrlo rano, 31. ožujka, te se ne očekuje jače otvaranje smještajnih objekata, iako tada traju proljetni školski praznici u našim značajnim emitivnim regijama u Njemačkoj, pokrajinama Baden-Wurttembergu (23.3. - 5.4.2024.) i Bavarskoj (25.3. - 6.4.2024.). Stoga se konkretniji turistički rezultati očekuju za vrijeme prvosvibanjskih praznika (Prvomajske počitnice 27.04. – 02.05.) u kojima tradicionalno imamo najviše Slovenaca, ali i domaćih gostiju. Idući snažniji turistički promet očekuje se s njemačkog tržišta, koje je naše najznačajnije emitivno tržište, za vrijeme blagdana Spasova 09.05., potom Duhova 19.05. i Tijelova 30.05. koji slijedeće godine svi padaju u mjesecu svibnju, a proljetni školski praznici tako će u ovim pokrajinama obuhvatiti period od 21.05. do 01.06. Očekuje se daljnji rast individualnih rezervacija kao i porast on-line rezervacija, ali i jači povratak MICE i Grupnog kanala prodaje koji su uvijek bili značajni za turističke rezultate pred i posezone. Već bi travanjski i prvosvibanjski praznici trebali pokazati koje su naznake turističkih kretanja na razini Hrvatske u predstojećoj sezoni.

Energetska kriza koja je u 2022. i 2023. godini zahvatila Europu, utjecati će ponovno na operativni rad turističkih objekata u 2024., a to će direktno utjecati i na prihode TZO Baška.

Tablica 1:
Plan otvaranja hotela / kampova na području Općine Baška u 2024. godini
i usporedba sa prethodnim godinama

| GODINE | 2019. | | 2020. | | 2021. | | 2022. | | 2023. | | 2024. | |
|------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | od | do | od | do | od | do | od | do | od | do | od | do |
| Dobrovit | 25.03. | 01.10. | 29.04. | 01.09. | 01.06. | 03.10. | 15.05. | 02.10. | 09.04. | 31.10. | 28.03. | 31.10. |
| Heritage Forza | 01.03. | 01.12. | 01.03. | 01.11. | 15.03. | 15.11. | 19.03. | 13.11. | 01.03. | 05.11. | 10.03. | 05.11. |
| Corinthia Baška | 04.04. | 20.10. | 19.06. | 29.09. | 16.04. | 17.10. | 14.04. | 16.10. | 14.04. | 15.10. | 15.04. | 13.10. |
| Zvonimir | 14.04. | 20.10. | 03.07. | 30.08. | 25.06. | 12.09. | 25.04. | 30.09. | 26.05. | 24.09. | 16.05. | 22.09. |
| Atrium Residence Baška | 26.04. | 06.10. | - | - | 20.05. | 26.09. | 27.04. | 25.09. | 18.05. | 24.09. | 29.05. | 22.09. |
| Villa Adria | 26.04. | 29.09. | 19.06. | 29.09. | 20.05. | 27.04. | 27.04. | 25.09. | 14.04. | 24.09. | 15.04. | 22.09. |
| Kamp Baška Beach | 10.04. | 06.10. | 29.05. | 18.10. | 19.05. | 17.10. | 14.04. | 30.09. | 27.04. | 01.10. | 26.04. | 06.10. |
| Kamp Bunculuka | 19.04. | 29.09. | 29.05. | 27.09. | 28.05. | 03.10. | 22.04. | 02.10. | 27.04. | 01.10. | 26.04. | 06.10. |

Ako se govori o cjelogodišnjem poslovanju destinacije i održivom razvoju, dobri rezultati u predsezoni i posezoni puno su važniji od eventualnog povećanja u kolovozu kada je opterećenje na destinaciju već ionako iznimno visoko. Smjer kojem bismo trebali stremiti je put održivog razvoja turizma što podrazumijeva da u vršnim ljetnim mjesecima ne dolazi do još većeg pritiska na destinaciju i infrastrukturu.

Cilj bi trebao biti biti „preliti“ dio dolazaka i noćenja u pred i podsezoni, odnosno produženje sezone što je naravno uvjetovano produženjem rada hotela i kampova, ali i organizacijom predsezonskih programa koji privlače posjetitelje u to doba godine.

U 2024. godini planiraju se sve aktivnosti predviđene Godišnjim programom rada u snažnijem obujmu, osobito jer u 2024. godini obilježavamo i 120 godina organiziranog turizma, kao i daljnji razvoj turističkih proizvoda poput Outdoora, Camino Krka, brendiranje destinacije kroz jačanje tradicionalnih i za Bašku prepoznatljivih manifestacija.

Kod planiranih aktivnosti važno je posebno istaknuti aktivnosti na području outdoor ponude budući da se u 2022. godini izradio dokument koja obuhvaća reviziju i plan razvoja penjališta, a u 2023. godini pješačko-trkačkih staza i značajan naglasak se stavlja na upravljanje kvalitetom u destinaciji u smjeru daljnjeg razvoja turističkog outdoor proizvoda te predstavljanje outdoor ponude kao jednog od glavnih turističkih aduta destinacije. Sve navedene aktivnosti bi trebale rezultirati i u razdoblju tijekom 2024. godine novim standardiziranim označavanjem biciklističkih i pješačko-trkačkih staza na području općine Baška, uz financijsku podršku Turističke zajednice Kvarnera.

Uzevši u obzir turističko ostvarenje u 2023. godini, u 2024. godini se planira ostvarenje turističkog prometa na razini 2023. godine odnosno oko 190.000 dolazaka i oko 1.100.000 noćenja komercijalnog i nekomercijalnog smještaja. U komercijalnom smještaju ukupna ostvarena noćenja predviđaju se u 2024. godini oko 1.015.000 noćenja, a ukupan broj ostvarenih dolazaka oko 185.000.

REZULTATI TURISTIČKOG PROMETA U 2023. GODINI – OSNOVNE PRETPOSTAVKE PLANIRANJA

Izvor: informacijski sustav eVisitor – ažurnost podataka 02.12.2023.

Metodološka napomena: kao izvor podataka korišteni su pokazatelji sustava eVisitor Hrvatske turističke zajednice kojima se na području Općine Baška u skladu s važećim zakonskim regulativama, prati putem prijave i odjava turista u komercijalnim i nekomercijalnim smještajnim kapacitetima

Kako bi se što bolje isplanirale aktivnosti i izradio program rada za 2024. godinu, bitno je analizirati ostvarene rezultate u 2023. godini, ali i u predpandemijskoj 2019. godini. Turistički promet za 2024. godinu planiran je na razini procjene ostvarenja do kraja 2023. godine.

Tako je u prvih jedanaest mjeseci u 2023. godini ostvaren promet u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju u broju od 1.067.394 noćenja što je 2,13% manje u odnosu na isto razdoblje 2022. godine (1.090.598), a ukupan broj ostvarenih dolazaka 184.711 tj. 2,01% više u odnosu na 2022. godinu (181.065). U usporedbi sa prvih 11. mjeseci 2019. godine, bilježimo ostvarenje 97,70 % u noćenjima (1.092.549) i 101,11 % ostvarenja u dolascima (182.685).

1. TURISTIČKI PROMET U KOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU ZA RAZDOBLJE 01.01. – 30.11.2023.

Ukupna ostvarena noćenja komercijalnog smještaja za 2023. godinu iznose 1.002.197 što je 99% ostvarenja u odnosu na isto razdoblje 2022. godine (1.009.788), a ukupan broj ostvarenih dolazaka 182.150 odnosno 2,19% više u odnosu na 2022. godinu (178.247). U usporedbi sa 2019 godinom, bilježimo veće ostvarenje za 0,44 % u noćenjima (997.781) i 1,19 % više ostvarenja u dolascima (180.015).

Tablica 2.
DOLASCI GOSTIJU U KOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU 01.01. – 30.11.2023.
USPOREDBA 2023 / 2022 / 2019

| | 2023 | 2022 | 2019 | Indeks | | Udio | | |
|--------|---------|---------|---------|-----------|-----------|-------|-------|-------|
| | | | | 2023/2022 | 2023/2019 | % | % | % |
| | | | | | | 2023 | 2022 | 2019 |
| DOMAĆI | 14.261 | 13.288 | 10.438 | 107,32 | 136,63 | 7,83 | 7,45 | 5,79 |
| STRANI | 167.889 | 164.959 | 169.577 | 101,78 | 99,00 | 92,17 | 92,55 | 94,21 |
| UKUPNO | 182.150 | 178.247 | 180.015 | 102,19 | 101,19 | 100 | 100 | 100 |

Izvor: eVisitor, TZO Baška

Tablica 3.
NOĆENJA GOSTU U KOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU 01.01. – 30.11.2023
USPOREDBA 2023 / 2022 / 2019

| | 2023 | 2022 | 2019 | Indeks | Indeks | Udio | Udio | Udio |
|--------|-----------|-----------|---------|-----------|-----------|-------|-------|-------|
| | | | | 2023/2022 | 2023/2019 | % | % | % |
| | | | | 2023 | 2022 | 2023 | 2022 | 2019 |
| DOMAĆI | 49.955 | 45.863 | 38.491 | 108,92 | 129,78 | 4,98 | 4,54 | 3,85 |
| STRANI | 952.242 | 963.925 | 959.290 | 98,79 | 99,27 | 95,02 | 95,46 | 96,15 |
| UKUPNO | 1.002.197 | 1.009.788 | 997.781 | 99,25 | 100,44 | 100 | 100 | 100 |

Izvor: eVisitor, TZO Baška

Bilježimo porast turističkog prometa domaćih gostiju u komercijalnom smještaju u odnosu na 2022. godinu, kao i osjetno uvećanje i dalje u odnosu na 2019. godinu. Domaći gosti su ostvarili 14.261 dolazaka, što je 7,32% više nego 2022. godine, odnosno 36,63% više nego 2019. godine i 49.955 noćenja što čini 8,92% više nego lani i 29,78% više nego 2019. godine.

2. TURISTIČKI PROMET OSTVARENIH DOLAZAKA I NOĆENJA PREMA VRSTI SMJEŠTAJA ZA RAZDOBLJE 01.01. – 30.11.2023.

Najveći broj dolazaka u razdoblju 01.01.- 30.11.2023. u odnosu na isto razdoblje prošle godine ostvaren je u objektima u domaćinstvu, 73.236 dolazaka (udio 40,21, ostvarenje na razini 2022. godine), zatim slijede kampovi 48.393 dolazaka (udio 26,57%, porast od 3,89%), slijede hoteli s 42.025 dolazaka (udio od 23,07%, porast od 4,91%), u ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj ostvareno je 18.496 dolazaka (ukupan udio od 10,15%, porast od 1,24%). U tablici je prikazan i indeks ostvarenja u odnosu na 2019. godinu.

Tablica 4.
OSTVARENI BROJ DOLAZAKA U KOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU PREMA VRSTI SMJEŠTAJA
01.01.- 30.11.2023.
USPOREDBA 2023 / 2022 / 2019

| | 2023 | 2022 | 2019 | Indeks | Indeks | Udio | Udio | Udio |
|---|---------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | | | 23/22 | 23/19 | % | % | % |
| | | | | 2023 | 2022 | 2023 | 2022 | 2019 |
| HOTELI | 42.025 | 40.057 | 46.052 | 104,91 | 91,26 | 23,07 | 22,47 | 25,58 |
| KAMPOVI | 48.393 | 46.580 | 43.633 | 103,89 | 110,91 | 26,57 | 26,13 | 24,24 |
| OBJEKTI U DOMAĆINSTVU | 73.236 | 73.340 | 72.526 | 99,86 | 100,98 | 40,21 | 41,15 | 40,29 |
| OSTALI UGOSTITELJSKI OBJEKTI ZA SMJEŠTAJ | 18.496 | 18.270 | 17.804 | 101,24 | 103,89 | 10,15 | 10,25 | 9,89 |
| UKUPNO | 182.150 | 178.247 | 180.015 | 102,19 | 101,19 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

Izvor: eVisitor, TZO Baška

Najveći broj noćenja u razdoblju od 01.01. - 30.11.2023. godine u odnosu na isto razdoblje prošle godine ostvaren je u objektima u domaćinstvu 434.448 noćenja (udio 43,35, 97% ostvarenja u odnosu na 2022. godinu), zatim slijede kampovi 291.335 noćenja (udio 29,07%, porast od 1,39%), slijede hoteli s 177.292 noćenja (udio 17,69%, porast od 2,18%), u ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj ostvareno je 99.122 noćenja (ukupan udio od 9,89%, pad od 1,48%). U tablici je prikazan i indeks ostvarenja u odnosu na 2019. godinu.

| Tablica 5 OSTVARENI BROJ NOĆENJA U KOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU PREMA VRSTI SMJEŠTAJA 01.01.-30.11.2023. USPOREDBA 2023 / 2022 / 2019 | | | | | | | | |
|---|-----------|-----------|---------|-----------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2023 | 2022 | 2019 | Indeks 23/22 | Indeks 23/19 | Udio % 2023 | Udio % 2022 | Udio % 2019 |
| HOTELI | 177.292 | 173.515 | 209.629 | 102,18 | 84,57 | 17,69 | 17,18 | 21,01 |
| KAMPOVI | 291.335 | 287.330 | 269.067 | 101,39 | 108,28 | 29,07 | 28,45 | 26,97 |
| OBJEKTI U DOMAĆINSTVU | 434.448 | 448.337 | 425.055 | 96,90 | 102,21 | 43,35 | 44,40 | 42,60 |
| OSTALI UGOSTITELJSKI OBJEKTI ZA SMJEŠTAJ | 99.122 | 100.606 | 94.030 | 98,52 | 105,42 | 9,89 | 9,96 | 9,42 |
| UKUPNO | 1.002.197 | 1.009.788 | 997.781 | 99,25 | 100,44 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

Izvor: eVisitor, TZO Baška

3. PROSJEČAN BORAVAK GOSTA

Prosječan boravak u komercijalnom smještaju kod domaćeg gosta iznosi 3,50 dana, dok strani gosti borave 5,67 dana, prosjek boravka svih gostiju je 5,50 dana.

U slijedećoj tablici i grafičkom prikazu vidljivo je u kojim mjesecima se ostvaruje glavnina noćenja i dolazaka, odnosno u prvom tromjesečju (1-3 mjesec) ostvaruje se 0,08%, drugom tromjesečju (4-6 mjesec) 25,09%, trećem tromjesečju (7-9 mjesec) ostvaruje se 73,53% ukupnih noćenja i u četvrtom tromjesečju (10-12 mjesec) 1,28%. Vidljivo je također da je zabilježen porast noćenja u svibnju i rujnu dok ostali mjeseci bilježe lagan pad u odnosu na 2022. godinu.

| Tablica 6: OSTVARENI TURISTIČKI PROMET PO MJESECIMA U KOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU 01.01.-30.11.2023. USPOREDBA 2023 / 2022 / 2019 | | | | | | | | | | |
|--|---------------|---------|---------|--------------|-----------|---------|-----------------|--------|----------------|--------|
| Vrijeme Mjesec | BROJ DOLAZAKA | | | BROJ NOĆENJA | | | INDEKS DOLAZAKA | | INDEKS NOĆENJA | |
| | 2023. | 2022. | 2019. | 2023. | 2022. | 2019. | 23/22 | 23/19 | 23/22 | 23/19 |
| SIJEČANJ | 25 | 39 | 9 | 176 | 259 | 109 | 64,10 | 277,78 | 67,95 | 161,47 |
| VELJAČA | 32 | 93 | 47 | 184 | 544 | 138 | 34,41 | 68,09 | 33,82 | 133,33 |
| OŽUJAK | 175 | 249 | 215 | 417 | 1.137 | 527 | 70,28 | 81,40 | 36,68 | 79,13 |
| TRAVANJ | 7.460 | 7.981 | 9.715 | 20.152 | 23.337 | 29.561 | 93,47 | 76,79 | 86,35 | 68,17 |
| SVIBANJ | 15.287 | 14.045 | 12.620 | 59.102 | 49.934 | 49.718 | 108,84 | 121,13 | 118,36 | 118,87 |
| LIPANJ | 32.221 | 35.128 | 33.684 | 172.276 | 184.441 | 171.335 | 91,72 | 95,66 | 93,40 | 100,55 |
| SRPANJ | 48.959 | 47.065 | 44.241 | 285.507 | 288.344 | 285.036 | 104,02 | 110,66 | 99,02 | 100,17 |
| KOLOVOZ | 46.288 | 46.492 | 51.195 | 300.813 | 306.149 | 312.470 | 99,56 | 90,42 | 98,26 | 96,27 |
| RUJAN | 27.572 | 22.914 | 22.760 | 150.693 | 141.888 | 130.642 | 120,33 | 121,14 | 106,21 | 115,35 |
| LISTOPAD | 4.061 | 4.079 | 5.487 | 12.438 | 12.740 | 18.027 | 99,56 | 74,01 | 97,63 | 69,00 |
| STUDENI | 70 | 162 | 42 | 439 | 1.015 | 218 | 43,21 | 166,67 | 43,25 | 201,38 |
| Ukupno | 182.150 | 178.247 | 180.015 | 1.002.197 | 1.009.788 | 997.781 | 102,19 | 101,19 | 99,25 | 100,44 |

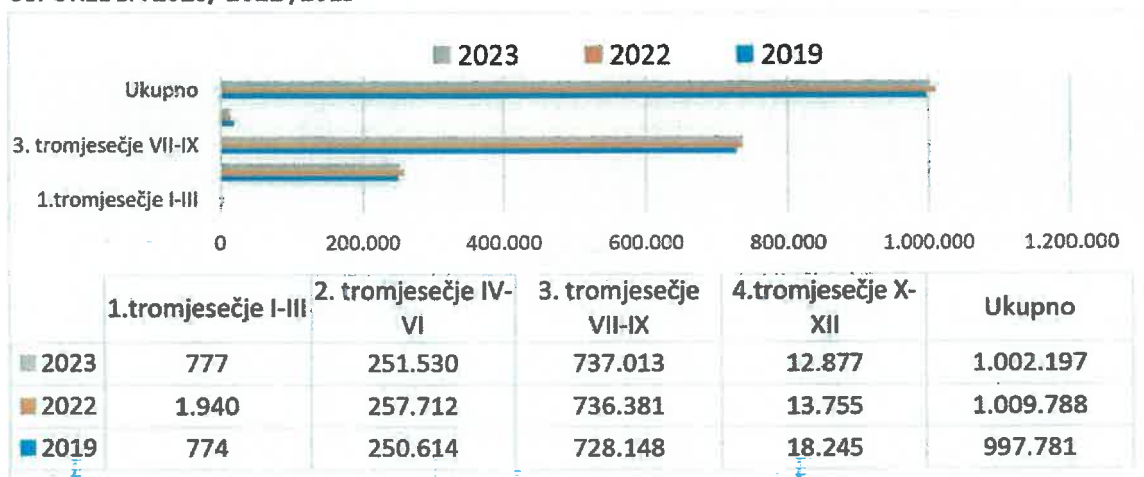
Izvor: eVisitor, TZO Baška

Tablica 7.
OSTVARENI TURISTIČKI PROMET PO MJESECIMA PREMA VRSTI SMJEŠTAJA
01.01. - 30.11.2023.

| MJESEC 2023. | HOTELI | | KAMPOVI | | NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ | | OBJEKTI U DOMAČINSTVU | | OSTALI UGOSTITELJSKI OBJEKTI ZA SMJEŠTAJ | |
|-----------------|---------|---------|---------|---------|----------------------------|---------|--------------------------|---------|---|---------|
| | DOLASCI | NOĆENJA | DOLASCI | NOĆENJA | DOLASCI | NOĆENJA | DOLASCI | NOĆENJA | DOLASCI | NOĆENJA |
| SIJEČANJ | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 | 106 | 10 | 104 | 15 | 72 |
| VELJAČA | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 | 179 | 24 | 156 | 8 | 28 |
| OŽUJAK | 63 | 117 | 6 | 7 | 15 | 260 | 53 | 192 | 53 | 101 |
| TRAVANJ | 3.921 | 9.732 | 1.333 | 3.828 | 48 | 492 | 1.816 | 5.457 | 390 | 1.135 |
| SVIBANJ | 5.329 | 16.484 | 5.036 | 22.934 | 94 | 935 | 3.525 | 14.381 | 1.397 | 5.303 |
| LIPANJ | 6.469 | 28.467 | 8.686 | 50.828 | 544 | 6.489 | 13.602 | 75.979 | 3.464 | 17.002 |
| SRPANJ | 8.380 | 42.257 | 12.177 | 74.129 | 988 | 22.229 | 23.073 | 138.183 | 5.329 | 30.938 |
| KOLOVOZ | 8.062 | 42.874 | 12.284 | 87.641 | 667 | 24.546 | 21.288 | 140.135 | 4.654 | 30.163 |
| RUJAN | 6.839 | 29.509 | 8.731 | 51.316 | 154 | 9.135 | 9.030 | 56.201 | 2.972 | 13.667 |
| LISTOPAD | 2.962 | 7.852 | 140 | 648 | 30 | 561 | 758 | 3.258 | 201 | 680 |
| STUDENI | 0 | 0 | 0 | 4 | 8 | 265 | 57 | 402 | 13 | 33 |
| UKUPNO: | 42.025 | 177.292 | 48.393 | 291.335 | 2.561 | 65.197 | 73.236 | 434.448 | 18.496 | 99.122 |

Izvor: eVisitor, TZO Baška

GRAFIČKI PRIKAZ 1.: PRIKAZ OSTVARENIH NOĆENJA U RAZDOBLJU 01.01. - 30.11.2023.
USPOREDBA 2023/ 2022 /2019



Izvor: eVisitor, TZO Baška

4. STRUKTURA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA I OSTVARENI REZULTATI

Ukupni smještajni kapaciteti na području Općine Baška u 2023. godini iznose 15.246 kreveta, što je na razini prošle godine 2,01 % više, a u odnosu na 2019. godinu 8,78% više. Porast bilježimo u tri vrste objekata. Najveći porast zabilježen je u nekomercijalnom smještaju od 2,50%. Na ovaj porast najviše je utjecala obveza prijave dolaska u sustav eVisitor i obveza upisa smještajnih objekata. Vlasnicima kuća i stanova za odmor je poslano cirkularno pismo u kojem su objašnjene zakonske obaveze vezano uz plaćanje turističke pristojbe. U skupini objekata u domaćinstvu bilježimo porast od 2,89%, a u skupini ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste – skupina kampovi) porast od 3,9%.

U slijedećoj tablici donosimo detaljnu strukturu smještajnih kapaciteta na području Općine Baška kao i ostvaren turistički promet prema kategorijama smještaja. Vidljivo je da je indeks popunjenosti jedino kod hotela i kampova u porastu.

Tablica 8:
OSTAVRENA NOĆENA PREMA KATEGORIJI SMJEŠTAJNIH KAPACITETA OPĆINE BAŠKA
01.01.-30.11.2023.
USPOREDBA SA 2023/2022/2019

| Objekt Kategorija | 2023. | 2022. | 2.019. | Popunjenost Indeks (%) godišnji 23/22 | Popunjenost Indeks (%) godišnji 23/19 |
|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| 1 zvjezdica | 17 | 17 | 17 | 55,87% | 68,66% |
| 2 zvjezdice | 186 | 190 | 163 | 84,34% | 91,96% |
| 3 zvjezdice | 5.833 | 5.714 | 5.827 | 80,52% | 83,54% |
| 4 zvjezdice | 4.402 | 4.391 | 4.202 | 66,05% | 58,33% |
| 5 zvjezdica | 117 | 113 | 54 | 74,47% | 81,66% |
| Nema kategorizacije | 4.691 | 4.520 | 3.753 | 65,78% | 76,15% |
| Ukupno | 15.246 | 14.945 | 14.016 | 72,85% | 71,46% |

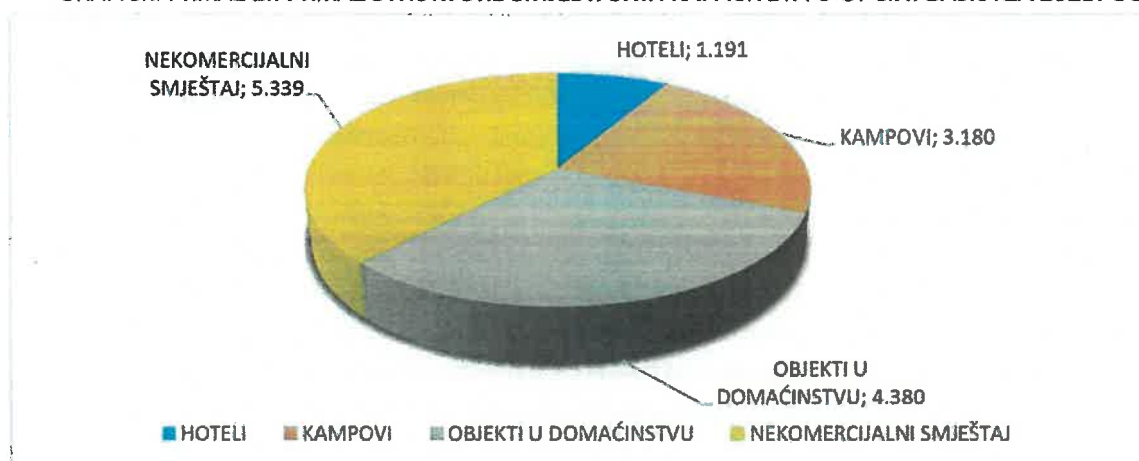
Izvor: eVisitor, TZO Baška

Tablica 9.
SMJEŠTAJNI KAPACITETI NA PODRUČJU OPĆINE BAŠKA NA DAN 30.11.2023.
USPOREDBA SA 2023 / 2022 / 2019

| Vrsta objekta | Broj noćenja | | | Indeks popunjenosti (%) godišnji | | Broj kreveta | | | Indeks Kapaciteti | |
|--------------------------------|------------------|------------------|------------------|----------------------------------|------------|---------------|---------------|---------------|-------------------|------------|
| | 2023 | 2022 | 2019 | 23/22 | 23/19 | 2023 | 2022 | 2019 | 23/22 | 23/19 |
| HOTELI | 177.292 | 173.515 | 209.629 | 103 | 97 | 1.191 | 1.191 | 1.237 | 100 | 96 |
| KAMPOVI | 291.335 | 287.330 | 269.067 | 107 | 119 | 3.180 | 3.180 | 3.180 | 100 | 100 |
| OBJEKTI U DOMAĆINSTVU | 434.448 | 448.337 | 425.055 | 96 | 82 | 4.380 | 4.273 | 3.514 | 102 | 124 |
| OSTALI UG. OBJEKTI ZA SMJEŠTAJ | 99.122 | 100.606 | 94.030 | 97 | 96 | 5.339 | 5.189 | 5.089 | 102 | 104 |
| Nekom. smještaj | 65.197 | 80.810 | 94.768 | 93 | 95 | 1.156 | 1.112 | 996 | 103 | 116 |
| UKUPNO: | 1.067.394 | 1.090.598 | 1.092.549 | 101 | 101 | 15.246 | 14.945 | 14.016 | 102 | 108 |

Izvor: eVisitor, TZO Baška

GRAFIČKI PRIKAZ 2.: PRIKAZ STRUKTURE SMJEŠTAJNIH KAPACITETA U OPĆINI BAŠKA ZA 2023. GODINU



Na otoku Krku je u komercijalnom smještaju, u razdoblju od 01.01. do 31.10.2023. godine, ostvareno ukupno 927.767 dolazaka što je povećanje od 3,48% u odnosu na prošlu godinu i 5.124.019 noćenja što čini povećanje od 0,38 % u odnosu na 2022. godinu.

U ukupnom rasporedu po mjestima Krk je na 1. mjestu s 28 % udjela, slijedi Baška s udjelom od 20 % i Omišalj sa 17 %. Rezultati na razini otoka Krka pokazuju da je u kategoriji objekata u domaćinstvu Baška je na 3. mjestu sa 20% udjela (iza Krka i Malinske), u kategoriji kampova također na 3. mjestu sa 16% udjela (iza Krka i Omišlja), a u kategoriji hoteli na 2. mjestu sa 21,52% udjela (iza Omišlja).

Na Kvarneru je u prvih deset mjeseci 2023. godine ostvareno ukupno 3.083.365 dolazaka i 18.018.295 noćenja (u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju) što je 5 % više dolazaka i 1% više noćenja u odnosu na 2022. godinu, dok je u usporedbi s 2019. godinom rezultat ostvarenih dolazaka 2% više ukupno ostvarenih dolazaka te 4% manje ostvarenih noćenja. Baška ostvaruje učešće od 6% u noćenjima na Kvarneru. TZ Kvarnera u ukupni turistički promet ubraja promet u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju, dok TZO Baška ubraja samo promet u komercijalnom odnosno razdvaja promet u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju.

Tablica 9: TOP 10 DRŽAVA PREMA OSTVARENIM NOĆENJIMA U KOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU

| TOP 10 DRŽAVA PREMA OSTVARENIM NOĆENJIMA U KOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU 01.01.-30.11.2023 | | | | | | | | |
|--|---------|---------|---------|-----------------|-----------------|-----------|-----------|-----------|
| USPOREDBA 2023 / 2022 / 2019 | | | | | | | | |
| DRŽAVA | 2023 | 2022 | 2019 | Indeks 23/22 | Indeks 23/19 | Udio | Udio | Udio |
| | | | | | | % 2023 | % 2022 | % 2019 |
| 1. Njemačka | 263.138 | 288.589 | 252.066 | 91,18 | 104,39 | 26,26 | 28,58 | 25,26 |
| 2. Austrija | 139.620 | 140.050 | 159.390 | 99,69 | 87,60 | 13,93 | 13,87 | 15,97 |
| 3. Češka | 92.160 | 100.934 | 88.341 | 91,31 | 104,32 | 9,20 | 10,00 | 8,85 |
| 4. Slovenija | 86.784 | 84.215 | 83.149 | 103,05 | 104,37 | 8,66 | 8,34 | 8,33 |
| 5. Poljska | 76.074 | 66.279 | 67.318 | 114,78 | 113,01 | 7,59 | 6,56 | 6,75 |
| 6. Italija | 66.271 | 66.997 | 88.477 | 98,92 | 74,90 | 6,61 | 6,63 | 8,87 |
| 7. Mađarska | 64.553 | 55.886 | 58.684 | 115,51 | 110,00 | 6,44 | 5,53 | 5,88 |
| 8. Slovačka | 63.508 | 66.099 | 60.961 | 96,08 | 104,18 | 6,34 | 6,55 | 6,11 |
| 9. Hrvatska | 49.955 | 45.863 | 38.491 | 108,92 | 129,78 | 4,98 | 4,54 | 3,86 |
| 10. Nizozemska | 20.688 | 17.948 | 18.640 | 115,27 | 110,99 | 2,06 | 1,78 | 1,87 |

Izvor: eVisitor, TZO Baška

Deset najjačih emitivnih tržišta po ukupnom broju ostvarenih noćenja, u komercijalnom smještaju, u razdoblju siječanj – studeni 2023. godine čine:

1. Njemačka 263.138 (udio 26,26%, ostvarenje 91,18% u usporedbi s 2022. godinom)
2. Austrija 139.620 (udio 13,93%, ostvarenje od 99,69% u usporedbi s 2022. godinom)
3. Češka 92.16 (udio 9,20%, ostvarenje 91,31% u usporedbi s 2022. godinom)
4. Slovenija 8.784 (udio 8,66%, porast od 3,05% u usporedbi s 2022. godinom)
5. Poljska 76.074 (udio 7,59%, porast od 14,78% u usporedbi s 2022. godinom)
6. Italija 66.271 (udio od 6,1%, ostvarenje od 98,92% u usporedbi s 2022. godinom)
7. Mađarska 64.553 (udio od 6,44%, porast od 15,51% u usporedbi s 2022. godinom)
8. Slovačka 63.508 (udio 6,34%, ostvarenje 96,08%) u usporedbi s 2022. godinom)
9. Hrvatska 49.955 (udio od 4,98%, porast od 8,92% u usporedbi s 2022. godinom)
10. Nizozemska 20.688 (udio od 2,06%, porast od 15,27% u usporedbi s 2022. godinom)

2. TURISTIČKI PROMET U NEKOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU ZA RAZDOBLJE 01.01. – 30.11.2023.

Tablica 9: DOLASCI I NOĆENJA U NEKOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU ZA RAZDOBLJE 01.01. – 30.11. 2023. USPOREDBA 2023 / 2022 / 2019

| PODVRSTA OBJEKTA | DOLASCI | | | INDEKS | | NOĆENJA | | | INDEKS | |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|
| | 2023 | 2022 | 2019 | 23/22 | 23/19 | 2023 | 2022 | 2019 | 23/22 | 23/19 |
| Izvorna stara obiteljska kuća (vikendica) | 0 | 0 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 172 | 0 | 0 |
| Kuća stanovnika općine/grada | 508 | 488 | 413 | 104,10 | 123,00 | 9.404 | 9.204 | 10.461 | 102,17 | 89,90 |
| Kuća za odmor (vikendica) | 884 | 978 | 964 | 90,39 | 91,70 | 26.806 | 30.184 | 41.172 | 88,81 | 65,11 |
| Stan stanovnika općine/grada | 131 | 98 | 88 | 133,67 | 148,86 | 2.688 | 1.604 | 1.814 | 167,58 | 148,18 |
| Stan za odmor (vikendica) | 1.038 | 1.254 | 1.199 | 82,78 | 86,57 | 26.299 | 39.818 | 41.149 | 66,05 | 63,91 |
| Ukupno | 2.561 | 2.818 | 2.670 | 90,88 | 95,92 | 65.197 | 80.810 | 94.768 | 80,68 | 68,80 |

Izvor: eVisitor, TZO Baška

U nekomercijalnom smještaju je u razdoblju 01.01.- 30.11.2023. ostvareno 65.197 noćenja što je 19,32% manje u odnosu na isto razdoblje prošle godine te 31,20% manje u odnosu na isto razdoblje 2019. godine, 2.561 dolazaka što je 9,12% manje u odnosu na isto razdoblje prošle godine, a 4,08% manje u usporedbi s istim razdobljem 2019. godine

PLAN PRIHODA U 2024. GODINI

Ukupni prihodi za 2024. godinu planirani su u iznosu od 571.000,00 EUR te nema prijenosa prihoda iz 2023. godine.

| | | | PLAN 2023 EUR | UDIO % | INDEKS PLAN 2023 / IZMJENE I DOPUNE FP 2022 | PRIHODI/TROŠKOV I DO KRAJA GODINE | UDIO | INDEKS | PLAN 2024 EUR | UDIO | INDEKS |
|----|--------|--|-------------------|--------------|---|---|---------------|---------------|-------------------|---------------|---------------|
| 1. | | Izvorni prihodi | 486.230,00 | 88,36 | 106,02 | 444.500,00 | 84,77 | 101,90 | 521.000,00 | 91,24 | 117,21 |
| | 1.1. | Turistička pristojba | 378.230,00 | 76,62 | 101,24 | 384.500,00 | 73,33 | 101,66 | 456.000,00 | 79,86 | 118,60 |
| | 1.1.1. | Turistička pristojba - redovni račun | 371.630,00 | | 100,72 | 380.000,00 | | 102,25 | 450.000,00 | | 118,42 |
| | 1.1.2. | Turistička pristojba u nautičkom turizmu | 6.600,00 | | 142,08 | 4.500,00 | | 68,18 | 6.000,00 | | 193,35 |
| | 1.2. | Članarina | 58.000,00 | 11,75 | 153,33 | 60.000,00 | 11,44 | 103,45 | 65.000,00 | 11,38 | 108,33 |
| 2. | | Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog | 0,00 | | 0,00 | 55.850,00 | 6,84 | 0,00 | 32.000,00 | 5,60 | 85,26 |
| 3. | | Prihodi od sustava turističkih zajednica | 15.300,00 | 3,10 | 134,99 | 20.865,44 | 3,98 | 136,38 | 15.000,00 | 2,61 | 71,89 |
| 4. | | Prihodi iz EU fondova | 0,00 | | 0,00 | 0,00 | | | 0,00 | | 0,00 |
| 5. | | Prihodi od gospodarske djelatnosti | 4.000,00 | | 0,00 | 2.106,98 | 0,40 | 52,67 | 2.000,00 | 0,35 | 94,92 |
| 6. | | Preneseni prihod iz prethodne godine | 38.000,00 | 7,70 | 39,07 | 4.591,58 | 0,88 | 12,08 | 0,00 | | 0,00 |
| 7. | | Ostali prihodi | 140,00 | 0,03 | 405,70 | 16.451,55 | 3,14 | 11.751,11 | 1.000,00 | 0,18 | 0,00 |
| | | UKUPNI PRIHODI | 493.670,00 | 99,19 | 94,92 | 524.365,55 | 100,00 | 108,22 | 571.000,00 | 100,00 | 108,89 |

Financijski plan Turističke zajednice općine Baška planiran je temelju:

- ✓ fizičkih rezultata turističkog prometa ostvarenog na području Turističke zajednice Baška u razdoblju siječanj - studeni 2023. godine
- ✓ naplaćene turističke pristojbe te ukupnog zaduženja do 01.12.2023. i naplaćene turističke članarine
- ✓ smjernica turističkim zajednicama od strane HTZ-a i TZ Kvarnera
- ✓ odrednica rada TZ otoka Krka
- ✓ zakonske regulative vezane uz glavne izvore prihoda turističke pristojbe i turističke članarine

Ukupni prihodi za 2024. godinu prema planiraju se novom paketu zakona usvojenim 10.05.2019. koji reguliraju djelovanje turističkih zajednica. Riječ je o zakonima koji imaju za cilj povećanje ukupne učinkovitosti sustava turističkih zajednica, osobito na regionalnoj i lokalnoj (destinacijskoj) razini, osiguranje svih preduvjeta za sustavnu provedbu poslova destinacijskog upravljanja, osiguranje dostatnog izvora financiranja, unapređenje turističke kvalitete i sadržaja turističkog proizvoda te razvoj turističke infrastrukture i očuvanje turističke resursne osnove.

Sustav turističkih zajednica ovim paketom zakona uspostavlja se po modelu destinacijskog menadžmenta po uzoru na suvremene sustave u svijetu. Moguće je i preustrojstvo kroz udruživanje i racionalizaciju unutar sustava na način da se potiče udruživanje turističkih zajednica kao i osnivanje za područje više jedinica lokalne, odnosno područne (regionalne) samouprave kroz dodjeljivanje financijskih sredstava

1.1. TURISTIČKA PRISTOJBA

Prihodi od redovne turističke pristojbe sastoje se od: redovne turističke pristojbe koju uplaćuju gospodarski subjekti, privatni iznajmljivači, odmarališta i vikendaši i prihoda od nautičkog turizma.

Visina turističke pristojbe određena je Zakonom o turističkoj pristojbi NN 52/19 te Pravilnikom o najnižem i najvišem iznosu turističke pristojbe (NN 71/2019).

Visina turističke pristojbe određuje se za najviše dva sezonska razdoblja, s tim da jedno sezonsko razdoblje traje od 01.04. do 30.09. tekuće godine; posebnim pravilnikom ministar turizma propisuje najniži i najviši iznos turističke pristojbe po osobi i noćenju, najniži i najviši paušalni iznos turističke pristojbe koji plaćaju osobe koje pružaju uslugu smještaja u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu i visina godišnjeg paušalnog iznosa turističke pristojbe koji plaća vlasnik kuće, apartmana ili stana za odmor za sebe i članove uže obitelji te najviši iznos turističke pristojbe koju plaćaju brodovi na kružnom putovanju u međunarodnom pomorskom prometu i međunarodnom prometu na unutarnjim vodama kada se brod nalazi na vezi u luci ili sidrištu luke najniže i najviše turističke pristojbe. Odluku o visini turističke pristojbe donosi županijska skupština, uz mišljenje lokalnih turističkih zajednica.

Odluka o visini turističke pristojbe za 2024. godinu za Općinu Baška, donesena je na 14. sjednici Županijske skupštine Primorsko-goranske županije dana održanoj dana 24. studenog i 8. prosinca 2022. godine, uz prethodno mišljenje TZO Baška.

1. Iznos turističke pristojbe za osobe koje koriste uslugu noćenja u smještajnom objektu u kojem se obavlja ugostiteljska djelatnost iznosi:

| | | |
|---|--|--|
| Noćenje u smještajnom objektu u kojem se obavlja ugostiteljska djelatnost po osobi | | |
|---|--|--|

| | | |
|---------------------------------------|-----------------|------------------|
| Razdoblje | 1. 4. do 30. 9. | Ostalo razdoblje |
| iznos turističke pristojbe (u eurima) | 1,80 EUR | 1,00 EUR |

| | | |
|---|-----------------|------------------|
| Noćenje u smještajnom objektu iz skupine Kampovi (Kampovi i Kamp odmorišta) po osobi | | |
| Razdoblje | 1. 4. do 30. 9. | Ostalo razdoblje |
| iznos turističke pristojbe (u eurima) | 1,80 EUR | 1,00 EUR |

2. Iznos turističke pristojbe za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu iznosi:

| | | |
|---|--|--|
| | Smještaj u domaćinstvu – po krevetu | Smještaj na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu – po krevetu |
| Godišnji paušalni iznos turističke pristojbe (u eurima) | 55,00 EUR | 35,00 EUR |

| | | |
|---|---|---|
| | Smještaj u domaćinstvu u kampu i u objektu vrste kamp odmorište ili kamp odmorište – robinzonski smještaj – za svaku smještajnu jedinicu | Smještaj na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u kampu i u objektu vrste kamp odmorište ili kamp odmorište – robinzonski smještaj – za svaku smještajnu jedinicu |
| Godišnji paušalni iznos turističke pristojbe (u eurima) | 80,00 EUR | 45,00 EUR |

Osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu plaćaju godišnji paušalni iznos turističke pristojbe za **svaki krevet (glavni i pomoćni)**, a paušalni iznos turističke pristojbe mogu uplatiti **jednokratno u punom iznosu do 31.7. tekuće godine ili u 3 jednaka obroka**, s tim da prvi obrok dopijeva **31.7.**, drugi **31.8.**, treći **30.9.** tekuće godine. Uplatnice za plaćanje turističke pristojbe preuzimaju se iz sustava eVisitor.

Iznos turističke pristojbe koju plaća vlasnik kuće, apartmana ili stana za odmor u godišnjem paušalnom iznosu, za sebe i članove uže obitelji iznosi:

| Općina Baška (15.06.-15.09.2023.) – rok uplate do 15.07. | Iznos turističke pristojbe |
|---|----------------------------|
| Prvi član | 16,00 EUR |
| Drugi član | 16,00 EUR |
| Za svakog slijedećeg člana | 9,00 EUR |

Visina godišnjeg paušalnog iznosa turističke pristojbe (ako ne plaća po noćenju) koju plaća vlasnik kuće, apartmana ili stana za odmor za sebe i članove uže obitelji (rok uplate do 15. srpnja):

Vlasnik kuće, apartmana ili stana za odmor za sebe i sve osobe koje noće u toj kući, apartmanu ili stanu za odmor koji turističku pristojbu plaćaju po svakom ostvarenom noćenju (1,33 EUR / 10,00 kn) za boravak od 15. lipnja do 15. rujna. Vlasnici kuća, apartmana ili stana za odmor za sebe i članove uže obitelji (državljeni RH i EU) plaćaju turističku pristojbu umanjenu za 70%. Osim na hrvatske državljane, ove odredbe primjenjuju se i na državljane druge države ugovornice Ugovora o Europskom gospodarskom prostoru i Švicarske Konfederacije.

Obračun godišnjeg paušalnog iznosa turističke pristojbe računa se za 2024. godinu prema najvećem zbroju aktivnih kreveta u godini odnosno prema najvećem zbroju aktivnih kreveta u razdoblju od 1.1.2023. do 31.12.2023. godine, a obveznik je sukladno tome zadužen za paušalni iznos turističke pristojbe bez obzira koliko je dugo posjedovao važeće rješenje o pružanju usluga u 2023. godini.

PROCJENA UKUPNIH PRIHODA OD TURISTIČKE PRISTOJBE U 2024. GODINI

Zaduženje turističke pristojbe do 14.11. iznosilo je ukupno za komercijalni i nekomercijalni smještaj 886.371,89 EUR bruto, što iznosi neto 538.692,52 EUR, a od toga iz izvora turističke pristojbe pripada Općini Baška 161.607,75 EUR i TZO Baška 377.084,76 EUR (neto). Ova procjena uključuje i otvorena dugovanja u iznosu od 4.922,77 EUR bruto. U odnosu na planirano u 2023. godini je ostvareno 2% više prihoda od TP.

Procjena prihoda 2024. godine izrađena je na temelju ostvarenja u 2023. godini u segmentu naplate turističke pristojbe u ugostiteljskim objektima, hotelima i kampovima, kao i iz izvora turističke pristojbe za vlasnike vikend kuća i stanova. Prema procjeni rasporedom turističke pristojbe na području općine Baška u 2024. godini ostvario bi se prihod u iznosu od 1.059.860,00 EUR (bruto), odnosno 664.130,00 EUR neto, a Općini Baška bi pripalo 193.240,00 EUR (neto) prihoda iz izvora turističke pristojbe, a TZO Baška 450.800,00 EUR (neto).

Za 2024. godinu planira se uvećanje prihoda od TP budući je u odnosu na 2023. povećan iznos turističke pristojbe koji će se plaćati po noćenju za 38%, a paušal koji se plaća po krevetu za 18%, tako da u prosjeku to iznosi uvećanje turističke pristojbe za 28%. Što se tiče prihoda paušala vikendaša svake godine su sve manji, računa se temeljem redovitijih prijava porast za 10% u odnosu na 2023. godinu. Kada se sve zbroji očekujemo rast prihoda sa osnove turističke pristojbe u 2023. godini u iznosu od 20%.

Međutim, prilikom izračuna očekivane naplate turističke pristojbe u smještajnim objektima u kojem se obavlja ugostiteljska djelatnost po noćenju uzeta je opreznija verzija uvećanja zbog kasnijih datuma otvaranja smještajnih objekata uz mogućnost da se možda neće ostvariti isti ili veći broj noćenja. Po ovoj osnovi planira se ostvariti prihod od turističke pristojbe u iznosu od 707.092,74 EUR bruto.

I kod izračuna godišnjeg paušalnog iznosa turističke pristojbe građana u domaćinstvu predviđena je opreznija prognoza prihoda iz ovog izvora te se kalkulacija radila s postojećim kapacitetom u kategoriziranom smještaju (6.113 kreveta ukupno za osnovne i pomoćne ležajeve x 55,00 EUR = 336.216 EUR (bruto).

Iznos prihoda od turističke pristojbe će se korigirati rebalansom ukoliko financijski rezultati budu bolji.

Pravi veći priliv financijskih sredstava očekujemo uplatom prve rate paušala koja dopijeva 31.07. Prihodi od turističke pristojbe od nautike se procjenjuju temeljem izvršenih uplata u 2023. godini. Navedena se pristojba od 04. travnja 2021. ne plaća u prostorijama lučkih kapetanija odnosno ispostava nego isključivo preko online portala <https://nautika.evisitor.hr/> koji je razvila Hrvatska turistička zajednica. Predviđa se prihod po ovoj osnovi u iznosu od 6.000,00 EUR.

| Vrijeme ažurnosti podataka: 14.11.2023. 5:28 | | | | | | | | | | |
|--|------------------|-------------------|-------------------|-----------------|------------------|---------------------------------------|--|--|---|---------------------------------------|
| Vrijeme izrade: 14.11.2023. 9:28 | | | | | | | | | | |
| Parametri izvještaja | | | | | | | | | | |
| Razdoblje: 01.01.2023. - 14.11.2023. | | | | | | | | | | |
| Retri: | | | | | | | | | | |
| Objekt - Vrsta objekta: Sve | | | | | | | | | | |
| Objekt Vrsta objekta | Donos EUR | Zaduženo EUR | Uplata EUR | Razlika EUR | Saldo EUR | Raspodjela Lokalna TZ Donos EUR | Raspodjela Lokalna TZ Zaduženo EUR | Raspodjela Lokalna TZ Uplata EUR | Raspodjela Lokalna TZ Razlika EUR | Raspodjela Lokalna TZ Saldo EUR |
| Hoteli | -290,48 | 182.318,69 | 182.317,71 | 0,98 | -289,50 | -152,11 | 77.562,93 | 77.562,51 | 0,42 | -151,69 |
| Kampovi | -973,95 | 301.769,35 | 301.398,90 | 370,45 | -603,50 | -422,41 | 128.380,23 | 128.222,63 | 157,60 | -264,81 |
| Nekomercijalni smještaj | -538,43 | 15.047,33 | 15.364,96 | -317,23 | -855,66 | -389,65 | 6.401,51 | 6.536,47 | -134,96 | -518,61 |
| Objekti u domaćinstvu | 14.154,68 | 292.780,66 | 285.648,96 | 7.131,70 | 21.286,38 | 4.940,13 | 124.556,24 | 121.522,23 | 3.034,01 | 7.974,14 |
| Ostali ugostiteljski objekti za smještaj | 9.894,39 | 94.455,86 | 96.718,99 | -2.263,13 | 7.631,26 | 4.025,27 | 40.183,88 | 41.146,68 | -962,80 | 3.062,47 |
| Ukupno | 22.246,21 | 886.371,89 | 881.449,12 | 4.922,77 | 27.168,98 | 8.007,23 | 377.884,78 | 374.950,51 | 2.094,27 | 10.101,50 |

NAMJENSKO KORIŠTENJE SREDSTAVA TURISTIČKE PRISTOJBE - JLS

Temeljem Zakona o turističkoj pristojbi (NN 52/19), od 1.1.2020. turistička zajednica više ne vrši transfer 30% turističke pristojbe gradu na području koje je osnovana buduće da se ta sredstva uplaćuju direktno na račun Općine Baška, a uplaćena sredstva iz turističke pristojbe moraju se utrošiti namjenski tj. koristiti za poboljšanje uvjeta boravka turista na temelju prethodno usvojenog zajedničkog programa Općine i turističke zajednice koji se predlaže u okviru Godišnjeg programa rada.

Prema Zakonu o turističkoj pristojbi NN 52/19 i 42/20, člankom 20. je određena raspodjela turističke pristojbe. Uplaćena sredstva turističke pristojbe iz članka 19. stavka 1. ovoga Zakona, financijska institucija kod koje je otvoren račun utvrđen propisima o prihodima za financiranje drugih javnih potreba dostavlja 3,5 % sredstava na poseban račun HTZ-a za razvojne projekte i programe kreiranja novih turističkih programa na turistički nedovoljno razvijenim područjima (Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent) i 2 % sredstava na poseban račun HTZ-a za projekte i programe udruženih turističkih zajednica (Fond za udružene turističke zajednice), a preostala sredstva raspoređuju se:

–65 % sredstava lokalnoj turističkoj zajednici, od čega se 30 % sredstava doznačuje općini ili gradu na području kojih je osnovana, za poboljšanje uvjeta boravka turista

–15 % sredstava regionalnoj turističkoj zajednici i

–20 % sredstava HTZ-u.

Prema Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19, 42/20) determinira se i suradnja lokalne turističke zajednice s jedinicom lokalne samouprave. Jedinica lokalne samouprave u okviru svog samoupravnog djelokruga posebno vodi brigu o osiguranju uvjeta za razvoj turizma, a osobito o uređenju naselja, javnoj turističkoj infrastrukturi, zaštiti okoliša, prirodnoj i kulturnoj baštini i slično.

Lokalne turističke zajednice surađuju s tijelima jedinica lokalne samouprave u sljedećim aktivnostima:

1. dogovaraju zajedničko korištenje sredstava turističke pristojbe koja se doznačuju jedinici/jedinicama lokalne samouprave za poboljšanje uvjeta boravka turista
2. surađuju u izradi planova razvoja turizma u jedinici/jedinicama lokalne samouprave, najkasnije do roka utvrđenog posebnim propisima za donošenje proračuna jedinice lokalne samouprave
3. prate turistički promet te prijavu i odjavu turista
4. surađuju pri odlučivanju o radnom vremenu ugostiteljskih objekata sukladno posebnim propisima koji uređuju ugostiteljsku djelatnost
5. surađuju u drugim pitanjima vezanim uz razvoj turizma.

Prihod od turističke pristojbe planiran je u proračunu Općine Baška za 2024. godinu u ukupnom iznosu od 185.812,00 EUR, za programe unapređenja turističke ponude i podizanja standarda boravka gostiju. Moguće ostvarenje razlike u sredstvima će se rebalansom Općine Baška rasporediti prema novim prijedlozima korištenja sredstava. Raspored financijskih sredstava, po projektima i programima, utvrđuje se kako slijedi:

| | |
|---|---------------|
| Održavanje komunalne infrastrukture | |
| Održavanje zelenih površina temeljem ugovora s TD Baška | 61.463,00 EUR |
| Razvoj i sigurnost prometa | |
| Rekonstrukcija zaobilaznice D102 | 11.523,00 EUR |
| Zaštita okoliša | |
| Električni skuteri | 19.743,00 EUR |
| Projekt sigurna turistička sezona | |
| Hitna medicinska pomoć | 3.994,00 EUR |
| Turistička ambulanta | 36.000,00 EUR |
| Manifestacije u funkciji turizma | |
| Crna ovca | 53.089,00 EUR |

1.2. TURISTIČKA ČLANARINA

Turistička članarina određena je temeljem Zakona o članarinama u turističkim zajednicama koji je stupio na snagu 01.01.2020. NN 52/2019 i Pravilnika o godišnjem paušalnom iznosu članarine za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu i o obrascima TZ za plaćanja članarine turističkoj zajednici (NN 14/20).

Pravna i fizička osoba koja ima svoje sjedište, prebivalište ili podružnicu, pogon, objekt u kojem se pruža usluga i slično (poslovna jedinica), na području lokalne turističke zajednice koja je osnovana sukladno zakonu kojim se uređuje sustav turističkih zajednica, koja trajno ili sezonski ostvaruje prihod pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavlja djelatnost koja ima korist od turizma odnosno na čije prihode turizam ima utjecaj, plaća članarinu turističkoj zajednici prema propisanoj stopi. Članarinu turističkoj zajednici dužna je plaćati prema postotku i vrsti usluge razvrstane prema Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti. Za poduzeća se stopa turističke članarine za 2021. godinu linearno smanjila za 12% kao mjera smanjenja parafiskalnih nameta gospodarstva.

Pravna osoba koja se s više od 50 % financira iz općinskog, gradskog, županijskog ili državnog proračuna ne plaća članarinu turističkoj zajednici.

Prihode od turističke članarine je teško planirati budući da nemamo jasne parametre i u sustavu eVisitor nemamo uvid u zaduženje, a i visina turističke članarine za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu se u 2020. godini po prvi odredila prema novom Pravilniku o godišnjem paušalnom iznosu članarine za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu i o obrascima TZ za plaćanja članarine turističkoj zajednici (NN 14/20).

Od 2020. godine na snazi je novi model obračuna turističke članarine za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu i na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, na temelju maksimalnog broja kreveta/smještajnih jedinica u prethodnoj godini.

Važećim Zakonom o članarinama u turističkim zajednicama uređuje se obveza plaćanja članarine, osnovice i stope po kojima se obračunava i plaća članarina turističkoj zajednici, način plaćanja članarine, evidencija, obračun i naplata članarine te druga pitanja od značenja za plaćanje i raspoređivanje članarine turističkoj zajednici.

Od ukupno prikupljenih sredstava članarine, 3% se izdvaja Poreznoj upravi za troškove evidencije, obračuna i naplate članarine te dostave podataka, 9% sredstava izdvaja se na posebni račun Hrvatske turističke zajednice u Fond za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent, 2% na posebni račun Hrvatske turističke zajednice u Fond za udružene turističke zajednice, a preostala sredstva raspoređuju se: 65 % sredstava lokalnoj turističkoj zajednici, 15 % sredstava regionalnoj turističkoj zajednici i 20 % sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici.

Turistička članarina ostvarena je u neto iznosu od 53.925,00 EUR u prvih devet mjeseci te se do kraja godine očekuje ukupan prihod od 60.000,00 EUR. Za 2024. godinu procjenjuje se ostvarenje prihoda od turističke članarine u iznosu od 65.000,00 EUR neto, budući se uplate vrše avansno temeljem ostvarenih prihoda u 2023. godini, a prema objavama Porezne uprave o boljoj fiskalizaciji za očekivati je da su ostvareni bolji prihodi u gospodarskim djelatnostima koje su obveznici plaćanja turističke članarine.

Iznosi turističke članarine po krevetu (ležaju) za 2024. godinu su:

| | Smještaj u domaćinstvu - po krevetu | Smještaj na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu - po krevetu |
|---|--|--|
| Godišnji paušalni iznos članarine (u eur) | 5,97 EUR (-50% = 2,99 EUR pomoćni ležaj) | 3,98 EUR (-50% = 1,99 EUR pomoćni ležaj) |
| | Smještaj u domaćinstvu u kampu i objektu vrste kamp. odmaralište ili kamp odmorište – robizonski smještaj – za svaku smještajni jedinicu | Smještaj na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u kampu i u objektu vrste kamp odmorište robizonski smještaj – za svaku smještajni jedinicu |
| Godišnji paušalni iznos članarine (u eur) | 10,62 EUR / (-50% = 5,31 EUR pomoćni ležaj) | 7,96 EUR (-50% = 3,98 EUR pomoćni ležaj) |

2. PRIHODI IZ PRORAČUNA OPĆINE/GRADA/DRŽAVNOG

Za 2024. godinu po ovoj stavci TZO Baška ne planira prihode iz županijskog ili državnog proračuna, no kao i u 2023. godini pratiti će se natječaj i javni pozivi te sukladno mogućnostima aplicirati sa projektima ili manifestacijama ukoliko budemo zadovoljavali zadane kriterije.

Na ovoj se stavci ponovno planiraju prihodi od JLS Općine Baška za financiranje rada Turističke ambulante iz rasporeda turističke pristojbe jedinicama lokalne samouprave, u ovogodišnjem iznosu od 32.000,00 EUR, ukoliko se ponovno dogovori suradnja s privatnom ili nekom drugom zdravstvenom ustanovom za pružanje usluga turističke ambulante. Taj isti iznos prikazan je i na rashodovnoj strani budući da je TZO Baška potpisnik ugovora sa zdravstvenom ustanovom.

3. PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA

Očekuje se raspisivanje javnih poziva za dodjelu potpore regionalnim i lokalnim događanjima te za sufinanciranje destinacijskih kampanja oglašavanja u 2024. godini, na koje će se TZO Baška aplicirati. Također se očekuje sufinanciranje aktivnosti u okviru projekta Kvarner Outdoor, kao što su aktivnosti označavanja staza standardiziranom signalizacijom, čišćenja, krčenja, uređenja, odnosno svih aktivnosti koje doprinose uređenosti i atraktivnosti staza. Na temelju dobivenih potpora u 2023. godini, očekivani prihodi od sustava turističkih zajednica u 2024. godini procjenjuju se u iznosu od 15.000,00 EUR.

4. PRIHODI IZ EU FONDOVA

Za 2024. godinu po ovoj stavci TZO Baška ne planira prihode. Za razdoblje 2023. – 2026. godine u trenutku izrade programa poznato je da je u sklopu Nacionalnog plana oporavka i otpornosti te kroz Mehanizam oporavka i otpornosti EU za turizam Republici Hrvatskoj odobreno je 2,2 milijarde kuna. Pri tome su kroz Podkomponentu 1.6 – Razvoj održivog, inovativnog i otpornog turizma, koja obuhvaća reformu turističkog sektora i pripadajuće investicije, osigurana sredstva za regionalnu diversifikaciju i specijalizaciju hrvatskog turizma kroz ulaganja u razvoj turističkih proizvoda visoke dodane vrijednosti namijenjena javnom sektoru u vrijednosti 930 milijuna kuna.

Bespovratnim sredstvima će se u razvijenim turističkim područjima podržati projekti usmjereni na prilagodbu, odnosno zelenu i digitalnu tranziciju postojeće javne turističke infrastrukture s ciljem povećanja kvalitete, smanjenja utjecaja na okoliš te održivog upravljanja destinacijom. Istovremeno, u

slabije razvijenim destinacijama poticat će se stvaranje novih kvalitetnih ponuda i razvoj postojeće turističke infrastrukture.

Za našu destinaciju bilo bi zanimljivo kandidirati projekte na području razvoja posjetiteljske infrastrukture i infrastrukture aktivnog turizma, gdje bi nositelj bila Općina Baška, a TZO Baška partner.

5. PRIHODI OD GOSPODARSKE DEJATNOSTI

Za 2024. godinu po ovoj stavci TZO Baška planira prihode u iznosu od 2.000,00 EUR, u vidu sponzorstva za manifestacije ili sufinanciranja udruženog oglašavanja.

6. PRENESENI PRIHOD IZ PRETHODNE GODINE

Ne planira se imati prenesene prihode iz prethodne 2023. godine, zbog pojačanih aktivnosti u 2023. godini i većih rashoda nad prihodima.

7. OSTALI PRIHODI

Po ovoj stavci očekuje se 1.000,00 EUR prihoda.

S obzirom da funkcioniranje sustava turističkih zajednica direktno ovisi o turističkom prometu, u planu za 2024. godinu se racionalno raspoređuju sve aktivnosti kao i djelovanje i postupanje na svim razinama.

Aktivnosti Turističke zajednice po vrstama i programima obuhvaćaju područja:

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE
2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA
3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE
4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT
5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA
6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

Što se tiče sufinanciranja rada TZ otoka Krka za 2024. godinu sukladno ključu naš udio iznosi 16,76%, a podignut je i ukupan iznos sufinanciranja zbog inflacije i rasta troškova, tako da 2024. godine korz ugovorne obveze izdvajamo 28.837,72 eura za rad otočke turističke zajednice. Ključ je izrađen na temelju prihoda koje pojedina turistička zajednica ostvari od osnovnih prihoda tj. turističke pristojbe, turističke pristojbe u nautici i turističke članarine u godini prije donošenja programa rada.

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

Strateško planiranje obuhvaća izradu strateških, operativnih, komunikacijskih i akcijskih dokumenata, istraživanje i analizu tržišta kao i mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti.

1.1. IZRADA STRATEŠKIH / OPERATIVNIH / KOMUNIKACIJSKIH / AKCIJSKIH DOKUMENATA

1.1.1. UDRUŽENE AKTIVNOSTI PREMA STRATEGIJI BRANDA KRK OUTDOOR

Polazeći od koncepta održivog i uravnoteženog razvoja turizma na otoku Krku, brendiranje i razvoj outdoora destinacije nova je inicijativa i poželjna marker atrakcija u ponudi otoka sa snagom motiva dolaska na otok posebice u pred i posezoni.

Udruženim sredstvima svih dionika lokalnih samouprava i turističkih zajednica, podržani od Ministarstva turizma i sporta, sredstvima fonda za udružene TZ, 2021. godine izrađena je "Brand i komunikacijska strategija outdoor ponude otoka Krka" koja obuhvaća niz aktivnosti koje se odvijaju u fazama do 2025. godine.

U 2024. godini planira se nastaviti raditi na zajedničkim aktivnostima u razvoju outdoor ponude otoka Krka te se predviđaju aktivnosti vezano za sustav označavanja staza, izradu nove bike i hike karte otoka, dopunjavanje web portala Krk Outdoor dodatnim sadržajem i prijevodima, strateške i kreativne usluge u području oglašavanja Krk Outdoor ponude, kao i konzultantske usluge za Outdoor.

Konzultantske usluge Martina Čotara koje uključuju koordinaciju aktivnosti u sklopu projekta Krk Outdoor: razvoj elemenata potrebnih za stvaranje outdoor ponude, unaprjeđenje infrastrukture (biciklističke, trkačko-pješačke, penjačke, kayaking...), izrada karata, izrada brošure, izrada i dorada web-stranica, definiranje sustava signalizacije i njegove primjene na terenu, izrada foto i video materijala, sustava specijaliziranih smještajnih objekata i ostalih radnji za pravilan razvoj destinacije.

TZO Baška participira udruženo s ostalim LTZ s područja otoka Krka u sufinanciranju aktivnosti, prema ključu 16,76%.

| | |
|--------------------------------|---|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZ otoka Krka, TZO Baška, ostale LTZ i JLS s područja otoka Krka, Studio Conex d.o.o., Van puta – obrt za poslovno savjetovanje |
| Rok izvršenja | kontinuirano |
| Budget | 1.393,27 EUR |

1.1.2. UDRUŽENE AKTIVNOSTI NA PROJEKTU EU INTERREG SI_HR 2021.-2027.

Sporazum za prijavu u Interreg SI-HR 2021.-2027. za projekt Glagoljica, prihvatilo je Turističko vijeće TZ otoka Krka na 16. sjednici, održanoj 14. lipnja 2023. godine. U projekt TZ otoka Krka ulazi kao jedan od Partnera u projektu, koji bi po potvrdi natječaja trebao započeti 2024. godine. Slovenski partneri su: Znanstveno raziskovalno središte Koper – vodeći partner, Mestna občina Koper, Zavod za mladino, kulturo in turizem Koper, Občina Divača i Hrvatski partneri: Grad Buzet, Pomorski i povijesni muzej hrvatskog primorja, Turistička zajednica otoka Krka, Turistička zajednica općine Vrbnik.

Ukupni proračun projekta TZ otoka Krka za razdoblje 2024.-2026. iznosi ukupno 285.739,00,00 €, od toga na programe se odnosi cca.146.000,00 €. Učešće nepovratno je 20% (cca. 80% je povrat sredstava kroz 5 razdoblja (proračunske godine 2024., 2025. i 2026. godina). Projekt se odnosi na temu glagoljice, koja je kroz povijest prisutna vrlo snažno na otoku Krku, a kroz ovaj projekt će se pokušati u dijelu prekograničnih rješenja povećati raznolikost i dostupnost prekograničnog turizma, sa razvojem aktivnog turizma, na kojem sustavno radimo na otoku Krku posljednjih godina. Projekt Glagoljica uključuje otok Krk kroz prekogranični zeleni turistički proizvod razvoja biciklizma, uvođenjem tematskih staza na temu glagoljice, njihovo trasiranje, obilježavanje, izradu mobilne aplikacije staze i prekograničnih programa osmišljavanjem kulturno turističkih itinerera i zajedničkih aktivnosti. U prvoj godini potrebno je izdvojiti 15.000,00 € za pripremu aktivnosti, te 24.210 € za administrativne troškove, s obvezom zapošljavanja jedne osobe do kraja trajanja projekta.

TZO Baška participira udruženo s ostalim LTZ s područja otoka Krka u sufinanciranju aktivnosti, prema ključu 16,76%.

| | |
|--------------------------------|--|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZ otoka Krka, TZO Baška, ostale LTZ i JLS s područja otoka Krka, Studio Conex d.o.o., Partneri projekta, suradnici za outdoor, Van puta – obrt za poslovno savjetovanje |
| Rok izvršenja | kontinuirano |
| Budget | 874,87 EUR |

1.1.3. REVIZIJA I PLAN RAZVOJA BICIKLISTIČKIH I PJEŠAČKIH – TRAIL STAZA NA PODRUČJU OPĆINE BAŠKA

U 2020. godini je u suradnji s vanjskim suradnikom Martinom Čotarom (Van puta, obrt za poslovno savjetovanje) za TZ otoka Krka odrađena revizija dijela bike i hike staza (3 bike i 3 hike staze za svaku LTZ), s ciljem unapređenja outdoor proizvoda na otoku Krku, i dobivanjem točnog uvida u trenutno stanje te je dobiven dokument Analiza bike i hike staza otoka Krka koji je koncipiran kao zbirni priručnik sa prijedlogom aktivnosti za unaprjeđenje staza. U 2023. godini odrađena je daljnja faza revizije staza koja je ujedno sve staze međusobno povezala, ali i napravila kružne tematske rute, u cilju unapređenja sustava staza te budućih aktivnosti vezanih uz outdoor.

Aktivnosti proizašle iz revizije staza trebale bi uključivati:

- reorganizaciju sustava bike i hike staza: otpis nepotrebnih, zadržavanje i poboljšanje postojećih i osmišljavanje novih staza;
- uređenje i označavanje/markacija staza (novom signalizacijom na županijskoj razini);
- održavanje staza;
- izradu i postavljanje standardiziranih info-tabli za sve značajnije staze;
- opremanje staza s potrebnom popratnom infrastrukturom

U 2024. godini na ovoj stavci ne predviđaju se novi troškovi.

| | |
|---------------------------------------|--|
| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška, TZ otoka Krka, Van puta – obrt za poslovno savjetovanje, Infinitas sport, Anima Adventures, BBK Mirakul, Općina Baška, PD Obzova</i> |
| Rok izvršenja | kontinuirano |
| Budget | 0,00 EUR |

1.1.4. IZRADA STRATEŠKIH DOKUMENATA SUKLADNO NOVOM ZAKONU U TURIZMU

Novi zakon o turizmu uređuje sustav turizma, upravljanje razvojem turizma u smjeru održivosti, sustav prikupljanja, praćenja i analize podataka, sustav upravljanja destinacijom, sektorski specifičan sustav poticanja, praćenja i analize ulaganja u turizmu.

Pomoću alata za praćenje održivosti, koji uključuju i satelitski račun održivog turizma, svaka će destinacija imati konkretnu sliku o svojem trenutačnom stanju, kao i razvojnim potrebama, temeljenu na objektivnim podacima.

Najrazvijenije destinacije morat će izračunati prihvatni kapacitet, što znači da će se izračunati vršno opterećenje koje neko područje može podnijeti, bilo u prometnoj infrastrukturi, komunalnoj ili nekom drugom segmentu. Na temelju egzaktnih brojki svaka destinacija moći će odlučiti u kojem smjeru želi dalje razvijati turizam i što je za to potrebno. Želi li veći ili manji broj turista, više ili manje smještaja, kvalitetniji smještaj, više dodatnog sadržaja koji će privući turiste tijekom cijele godine. Na temelju tog izračuna gradovi i općine mogu donijeti odluke o ograničavanju broja ugostiteljskih objekata – hotela, apartmana, kampova, barova, fast foodova, restorana i slično, u cijeloj destinaciji ili u nekom njezinom dijelu, primjerice u povijesnoj gradskoj jezgri.

Turističke zajednice izrađuju plan upravljanja destinacijom koji ima za cilj usmjeriti razvoj destinacije prema održivosti. Temeljem tog plana upravljanja gradovi i općine donose odluke u kojem smjeru ta destinacija želi dalje razvijati turizam u svojoj sredini, a turističke zajednice postaju prave organizacije za upravljanje destinacijom.

Za izradu tih planova i izračune istih angažirati će se specijalizirane tvrtke koje će se time baviti te je potrebno predvidjeti određena sredstva za tu namjenu, iako nemamo informaciju da li će se to morati provoditi u 2024. godini.

| | |
|---------------------------------------|---|
| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška, Općina Baška, dionici u turizmu, specijalizirane tvrtke za planiranje upravljanja</i> |
| Rok izvršenja | kontinuirano |
| Budget | 3.000,00 EUR |

1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA

Istraživanje i analiza tržišta obuhvaća aktivnosti redovne analize tržišta, kretanje trendova, benchmarking, a cilj aktivnosti je prikupljanje informacija temeljem kojih će biti moguće donositi kvalitetne odluke vezano za marketinške aktivnosti destinacije.

| | |
|---------------------------------------|--|
| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška, specijalizirane agencije</i> |
| Rok izvršenja | kontinuirano |
| Budget | 0,00 EUR |

1.3. MJERENJE UČINKOVITOSTI PROMOTIVNIH AKTIVNOSTI

Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti obuhvaća povratne informacije o ulaganjima turističke zajednice na svim razinama promocije, a najčešće se provodi anketama (npr. ispitivanje turista o doživljaju destinacije).

| | |
|--------------------------------|-------------------------------------|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, specijalizirane agencije |
| Rok izvršenja | kontinuirano |
| Budget | 0,00 EUR |

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

Razvoj turističkog proizvoda obuhvaća slijedeće aktivnosti: Identifikaciju i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda, sustav označavanja kvalitete turističkog proizvoda, podršku razvoju turističkih događanja te podršku turističkoj industriji.

2.1. IDENTIFIKACIJA I VREDNOVANJE RESURSA TE STRUKTURIRANJE TURISTIČKIH PROIZVODA

U okviru ove stavke dat je naglasak na selekciju ključnih atributa, poruka i identificiranje potencijalnih ciljanih ključnih skupina kojima se turistički proizvod komunicira kao i razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska za individualne i grupne goste. Također je stavljen fokus na razvoj ostalih elemenata turističke ponude s ciljem cjelogodišnje ponude destinacije.

Uvažavajući tradicijske, kulturno - povijesne, prirodne predispozicije destinacije, turističku i komunalnu infrastrukturu, Baška ima bitne predispozicije za jačanje vlastite tržišne pozicije, osobito na tržištu aktivnog odmora (cikloturizam, hodanje i trekking, slobodno penjanje, nogomet, sea-kayaking i ostali sportovi na vodi), zdravlja te kulturnog turizma (kulturna baština, manifestacije i sl.). Gastronomija je također postala ključni dio iskustva i doživljaja destinacije.

2.1.1. RAZVOJ PROJEKTA CAMINO KRK

U 2024. godini nastavlja se sa razvojem otočnog projekta Camino Krk, zajedno sa Turističkom zajednicom Grada Krka kao nositeljem projekta te svim lokalnim turističkim zajednicama otoka Krka. Camino Krk predstavlja prvu sekciju hrvatske mreže Camino putova, a radi se o kružnoj ruti dugoj oko 150 kilometara, koja obuhvaća cijeli otok Krk. Ruta polazi iz grada Krka te prolazi kroz mjesta Malinsku, Omišalj, Dobrinj, Vrbnik, Bašku, Punat i završava kod crkve sv. Jakova u Korniću, odnosno podijeljeno kroz preporučenih 7 dana hodanja:

1. dan Krk - Brzac (23 km)
2. dan Brzac - Malinska (22,9 km)
3. dan Malinska - Omišalj (19 km)
4. dan Omišalj - Čičići (21 km)
5. dan Čičići - Vrbnik (21,6 km)
6. dan Vrbnik - Baška (23,3 km)
7. dan Baška - Kornić (21,4 km)

Na ovoj stavci su predviđena sredstva za poboljšanje postojeće signalizacije, redovno održavanje staza i postojeće signalizacije, pečata i ormarića, dotisak karti, hodočasničkih putovnica kao i za izradu

kvalitetnog foto i video materijala u suradnji sa svim ostalim LTZ otoka Krka, u svrhu još jače promocije. U dogovoru s ostalim lokalnim turističkim zajednicama razmotriti će se nastavak provođenja organiziranih vođenja rutom koje smo nazvali Camino Krk Story te sufinanciranje određenog dijela u svrhu promocije turističkog proizvoda.

| | |
|--------------------------------|---|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, ostale LTZ s područja otoka Krka, Pismotisak, Anima Adventures, Samostalna sportska djelatnost Svjetlana Vrkljan Radovčić, Smartingo d.o.o., Promeritum d.o.o. i ostali partneri na projektu |
| Rok izvršenja | kontinuirano |
| Budget | 3.000,00 EUR |

2.1.2. RAZVOJ PROJEKTA NOVIH STAZA

Planira se izrada (označavanje, markacija, signalizacija) nove turističke trail staze na dionici Baška-Vrženica-Vela Luka-Diviška-Baška čime bi se dobile bi se 3 nove kružne rute: 2 x staze od 11km i jednu od 16km, čime bi se dobio novi atraktivni turistički sadržaj. Trenutno se do dvije najatraktivnije lokacije, a to su Diviška i Vela Luka, u oba slučaja mora koristiti ista staza za dolazak i povratak sa lokacije, a što je za turističke korisnike izbor koji se najčešće izbjegava. Baška nema noviteta u ovom segmentu, a sve je popularnija po outdoor turizmu. Iako kilometražno ima mnogo staza, većina njih nije prilagođena šetačko-planinarskoj populaciji, koja je najbrojnija, već je potrebna fizički visoka spremnost posjetitelja.

U 2021. dobivena je suglasnost Ministarstva gospodarstva i održivog razvoja Republike Hrvatske, Uprava za zaštitu prirode za planirane aktivnosti, budući da jednim dijelom staza prolazi unutar granica ornitološkog rezervata Kuntrep. Nakon tehničke izrade same staze slijedeći ključni korak bi bio brendiranje same staze i njezina promocija slijedeći primjere dobre prakse.

Aktivnosti trebaju biti usklađene na razini županije, u sklopu projekta Kvarner Outdoor, kroz definiran popis staza (numeraciju) po novim standardima signalizacije za bike i hike staze sukladno reviziji kompletnog sustava bike i hike staza na razini otoka. Na području Baške potrebna je najveća reorganizacija sustava staza, od svih LTZ-a otoka, budući da je većina staza do sada bila lineranog tipa. Za ovu stazu zaključeno je da će se iz postojećih staza 58, 60, 61, 62, 63 kreirati i trasirati tri nove kružne staze. Potrebno je odrediti lokacije za označavanje vertikalne signalizacije i POI točaka, obraditi tehničke podatke, izraditi visinski profil, GPX tragove, izraditi tekstualni opis staza, predložiti lokacije za fotografiranje. Daljnji razvoj ove ponude bitno pridonosi željenom pozicioniranju Baške kao najjače outdoor destinacije na Jadranu.

| | |
|--------------------------------|--|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, Općina Baška, Klub pustolovnih sportova Multisport/Šimun Cimerman d.o.o., Anima Adventures, PD Obzova |
| Rok izvršenja | kontinuirano |
| Budget | 3.000,00 EUR |

2.1.3. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKOG PROIZVODA

Ovom stavkom obuhvaćeno je sufinanciranje programa koje TZO Baška u suradnji sa ostalim lokalnim turističkim zajednicama realizira kroz budžet TZ otoka Krka, a prema određenom ključu financiranja. Radi se o slijedećim programima:

- 4 ISLANDS – iako samostalno kao domaćin sufinancira s iznosom od 20.555,00 EUR utrku 4 Islands, TZO Baška zajedno sa JLS sufinancira i udruženo iznos koji se odnosi na TZ otoka Krka, prema ključu 16,76%. Cilj utrke je promocija biciklizma i rekreacije, ali i hrvatskih otoka i njihovo uvrštavanje u biciklističke destinacije svijeta. U 2024. godini slijedi 9. izdanje utrke koje će se održati od 16. do 20. travnja 2024. godine, a ugovor o sufinanciranju također je potpisan do navedene godine.

- Podrška programu ADVENTURE RACE CROATIA, koji se u 2024. godini ponovno vraća na otok Krk, a održao bi se od 13. do 17. svibnja. Start i cilj utrke bit će Baška, a bit će obuhvaćena i druga mjesta na otoku. Iako samostalno kao domaćin sufinancira s iznosom od 2.500,00 EUR utrku, TZO Baška zajedno sa JLS sufinancira i udruženo iznos koji se odnosi na TZ otoka Krka, prema ključu 16,76%.
- SERIJAL IZLOŽBE NA OTVORENOM na sedam destinacija otoka Krka – Prijatelji mora, a ovogodišnja izložba bila bi posvećena važnijim događanjima otoka Krka, koje svakako vrijedi i uživo doživjeti.
- Sufinanciranje utrke CRO Race, koja se u 2023. godini po prvi put održala na otoku Krku i gradu Krku kao 4. kraljevska najduža etapa (191 km) od Krka do Labina. Za 2024. godinu ako se ponovi utrka kao jedna od etapa na otoku Krku, TZO Krka podržat će utrku s minimalnim iznosom od 2.000,00 EUR. Postoji inicijativa među turističkim zajednicama da otok Krk u idućim godinama preuzme cijelu jednu etapu, odnosno da na Krku bude start i cilj, međutim to financijski iziskuje puno veća sredstva koja bi se trebala udružiti na razini svih TZ-a i JLS.
- JUMP2KRK, atletski je spektakl u organizaciji Atletskog kluba Krka koji je uspješno održan u 2022. i 2023. godini, te je TZO Krka odlučila financijski podržati manifestaciju.

TZO Baška participira u sufinanciranju udruženo s ostalim LTZ s područja otoka Krka prema ključu 16,76 %.

| | |
|--------------------------------|--|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Krka, LTZ otoka Krka, TZO Baška, TZ Kvarnera, 4 Islands d.o.o., Udruga Livingstone, Top sport events d.o.o., Pokret odmora, Atletski klub Krk, ostali partneri na projektu |
| Rok izvršenja | Tijekom 2024. godine |
| Budget | 2.169,55 EUR |

2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA

Ova stavka financijskog plana stavlja fokus na turističku industriju, odnosno na označavanje kvalitete npr. obiteljskog smještaja i općenito dodjele kvalitete u koordinaciji sa regionalnom turističkom zajednicom. Stavka također obuhvaća suradnju sa predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji kao što je npr. suradnja lokalne turističke zajednice sa ugostiteljima, hotelijerima, OPG-ovima itd.

2.2.1. KVARNER FAMILY - RAZVOJ I BRENDIRANJE OBITELJSKOG SMJEŠTAJA

KVARNER FAMILY jedan je od vodećih projekata povezivanja i unapređenja kvalitete i promocije obiteljskog smještaja na području Hrvatske i primjer dobre prakse kojeg provodi TZ Kvarnera u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama s područja Kvarnera i Primorsko-goranskom županijom. Projekt danas uključuje preko 550 objekata koji nude smještaj standardizirane kvalitete. Iza oznake kvalitete Kvarner Family stoji preporuka TZ Kvarnera za provjerenu turističku kvalitetu, standard i prepoznatljivost brendiranih apartmana, kuća za odmor, kampova i soba privatnih iznajmljivača u ovoj regiji.

| | |
|--------------------------------|---|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZ Kvarnera, povjerenstva „Kvarner Family“, TZO Baška i PGŽ |
| Rok izvršenja | kontinuirano |
| Budget | 0,00 EUR |

2.3. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA

Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma kao jednu od zadaća turističke zajednice ističe organizaciju i suorganizaciju događanja, kulturno zabavnih i sportskih manifestacija u destinaciji, kao i sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata koje su od značaja za razvoj, promociju i učinkovito turističko i gospodarsko pozicioniranje destinacije koje pridonose obogaćivanju turističke ponude mjesta.

Sve manifestacije grupirane su u tematske cjeline, odnosno kulturno - zabavne, sportske te već tradicionalne i etablirane manifestacije.

2.3.1. KULTURNO ZABAVNE MANIFESTACIJE

Cilj je ponuditi niz tematskih manifestacija i programa počevši od Uskrsa pa sve do razdoblja Adventa koji se oslanjaju na autohtonost doživljaja, proizvoda i usluga te na prirodna i kulturna bogatstva naše destinacije.

U okviru svake tematske grupe, TZO Baška će organizirati ili financijski podržati one manifestacije i projekte koji mogu doprinijeti razvoju prioritarnih proizvoda, ali i ostale aktivnosti koje mogu obogatiti i diversificirati turističku ponudu destinacije.

Planira se održavanje raznovrsnih programa od zabavnih, klasičnih, akustičnih ili jazz koncerata, nastupa klapa i folklornih društava, održavanje predstava, izložbi na otvorenom, kino projekcija, Planira se nastaviti sa konceptom promenadnih nastupa te nastupa na manjim atraktivnim lokacijama koje to dopuštaju kao i na revitalizaciji i popularizaciji lokacija poput kompleksa sv. Lucije, ulica starog grada, novih riva i lukobana i slično.

S ove se stavke osim Bašćanskog kulturnog ljeta predviđa i prigodno obilježavanje Uskrsa u Baški, manifestacija Baška Rožica, obilježavanje Svjetskog dana turizma te Adventa u Baški, a planira se i proslava 120 obljetnice organiziranog turizma u Baški.

| | |
|--------------------------------|-------------------------------|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, suradnici, udruge |
| Rok izvršenja | April - Listopad 2024. godine |
| Budget | 49.500,00 EUR |

2.3.2. SPORTSKE MANIFESTACIJE

Na ovoj stavci predviđena su sredstva koja će se utrošiti na provedbu outdoor i sportskih programa kao sportsko – rekreativnih sadržaja za obogaćivanje turističke ponude destinacije, u organizaciji TZO Baška ili suradnika koji bi kao partneri u promociji outdoora provodili razne s tim povezane aktivnosti, kao i sredstva za sufinanciranje organizacije atraktivnih outdoor događanja. S ove stavke sufinancirati će se u manjem iznosu od 1.000,00 EUR i popularna međunarodna biciklistička utrka Cro Race, koja se održava u terminu od 26.9. – 1.10.2023. godine, a u sklopu kojeg će po drugi put Grad Krk biti domaćin odnosno startna pozicija jedne od etapa utrke. Baška bi kroz takav obuhvat rute ponovno jedina bila izuzeta jer je van rute i u budućnosti se može uključiti kao domaćin startne ili ciljne etape, dok u ovoj varijanti postoji uključenje jedino kroz POI Točku. Međunarodna biciklistička utrka CRO Race je u organizaciji tvrtke Top Sport Events d.o.o. CRO Race postaje sve snažnija i prepoznatljivija manifestacija na globalnoj razini u organizacijskom, sportskom i promotivnom smislu, a izdanje 2023. godine pokazalo je kako se ovaj projekt prometnuo u sportsko događanje na kojem sudjeluju najveća imena iz svijeta biciklizma, među kojima su najvažniji timovi i pojedinci koji su pobjednici velikih svjetskih natjecanja, poput Tour de Francea.

Posebno se izdvaja atraktivna međunarodna outdoor manifestacija - brdsko biciklistička utrka 4Islands u suradnji s tvrtkom 4 Islands d.o.o., TZ Kvarnera, HTZ i MINTS budući će od sljedeće godine biti licencirana od strane Epic Serious IRONMAN grupe kao LEGEND race. Ironman je jedna od najbrže rastućih sportskih licenci u svijetu, što automatski sa sobom dovodi veću medijsku vidljivost, te porast timova koji sudjeluju u utrci, a samim time i benefite destinaciji.

Projekt nosi velike PR aktivnosti te prepoznatljivost kao outdoor destinacije osobito zbog toga jer je Baška domaćin ove manifestacije i to starta prve etape pa time dobiva i veću medijsku pozornost, a najavljene su promjene u konceptu od 2025. godine sa potpisivanjem novog ugovora, te bi se otoci trebali početi rotirati da svake godine drugi otok bude starta i drugi otok ciljna etapa. Troškovi cijelog projekta se procjenjuju ukupno na 2.300.000,00 kn. Manifestacija se predstavlja kao višednevna međunarodno rekreativna brdsko biciklistička utrka, jedinstvena u svijetu brdskog biciklizma.

4 Islands MTB utrka je brdsko biciklistička utrka s jedinstvenim doživljajem vožnje u samo 4 dana na 4 različita kvarnerska otoka: Krk, Rab, Cres i Lošinj.

Ova manifestacija pokrenuta je prije 9 godina upravo u Baški i označila je početak brendiranja i pozicioniranja Baške kao značajne outdoor destinacije, koja svojim posjetiteljima nudi sve što im je potrebno za idealan aktivan odmor u jedinstvenom prirodnom okruženju te promociju vansezonskog sportskog turizma koji bilježi svoj veliki porast.

Jedinstven koncept utrke svrstao ju je među prvih pet najzanimljivijih utrka u MTB svijetu biciklizma, a sinergija top događaja i turizma Bašku i otok Krk ucrtava kao važne točke na cikloturističkoj karti Europe i svijeta. TZO Baška kao startna pozicija sudjeluje s udjelom od 20.600,00 EUR.

Pustolovna utrka Adventure Race Croatia ponovno se vraća na Krk u terminu 13. - 17. svibanj 2024. Adventure Race Croatia (ARC) 2024. godine započinje i završava u Baški, koja će ostvariti najveći ekonomski i promotivni benefit. Natjecatelji (timovi, osoblje) će biti smješteni u Hotelu Corinthia Baška (Valamar grupa) u danima 11-13 svibanj i 16 - 18 svibanj.

ARC je međunarodna pustolovna utrka, dio je svjetske pustolovne serije Adventure Race World Series, a od 2019. i kvalifikacijska utrka za Svjetsko pustolovno prvenstvo što je uz Svjetsko prvenstvo najviši rang utrke ovog tipa. Cilj ove manifestacije je da Hrvatsku promovira kao vrhunsku outdoor destinaciju, da svake godine natjecatelje provede kroz nove prirodne lokacije i omogući im pustolovinu otkrivanja ljepota Hrvatske koju će pamtili za cijeli život.

Mogućnost suradnje u budućnosti: ARC će u 2025. godini biti domaćin Svjetskog prvenstva u sklopu kojeg planira obuhvatiti i ostale dijelove otoka Krka te otvaramo mogućnost za nastavak suradnje na još višem nivou. TZO Baška kao startna i ciljna pozicija sudjeluje s udjelom od 2.500,00 EUR.

| | |
|--------------------------------|--|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, Općina Baška, TZ Kvarnera, HTZ, MINTS, 4. Islands d.o.o., Top sport events d.o.o., Pokret odmora, Valamar Riviera |
| Rok izvršenja | April - Listopad 2024. godine |
| Budget | 25.600,00 EUR |

2.3.3. TRADICIONALNE – BRAND MANIFESTACIJE DESTINACIJE

2.3.3.1. RIBARSKI DAN

Ribarski dan je tradicionalna manifestacija koja se prvi puta održala 1910. godine u Baški s natjecanjem u izvlačenju mreže na plažu. Danas je manifestacija u funkciji turizma, a održava se svake godine početkom kolovoza odnosno prvi vikend u kolovozu. Ovogodišnji program Ribarskog dana bio je programski bogat te je uključivao programe kroz 3 dana vikenda, ali budući se manifestacija zbog izrazito nestabilnog vremena morala preseliti u slijedeći vikend što je uzrokovalo dosta organizacijskih problema te nedostatak ugostiteljske ponude zbog nemogućnosti sudjelovanja udruga te će se morati naći određeno rješenje u 2024. godini budući bi Ribarski dan osim zabave i njegovanja tradicije trebao biti i gastro manifestacija.

Manifestacija koja je inače okupljala brojne mještane, ali i uključivala i animirala goste sastoji se od tradicionalnih događanja poput povlačenja mreža, potezanja konopa i hodanja po gredi, do suvremenijih događanja poput izložbi i dječjih radionica, turnira u briškull i trešeti, jedriličarske regate, projekcije filmova. Za realizaciju samog programa važno je sudjelovanje i potpora svih udruga, uz financijsku i organizacijsku podršku TZO Baška. Kroz uključivanje u manifestaciju "Ribarski dan" su se tradicionalno podržavali programi sudjelovanja KD Šoto, Društva Sinjali, JK Vihor i NK Vihor, ŠRD

Škrpina te će se udruge moći javiti na Javni poziv za dodjelu potpore iz programa Potpore manifestacijama.

| | |
|--------------------------------|--|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, udruge, suradnici na manifestaciji, ugostitelji |
| Rok izvršenja | Kolovoz 2024. godine |
| Budget | 30.000,00 EUR |

2.3.3.2. BIG FESTIVAL – INTERNACIONALNI GITARISTIČKI FESTIVAL

BIG Festival/Baška International Guitar Festival - Internacionalni festival gitare u Jurandvoru i Baški u suradnji sa Udrugom Hal tradicionalno okuplja svjetske poznate glazbenike - gitarističke virtuozne te se tradicionalno održava u razdoblju iza Vele Gospe na atraktivnim lokacijama, kompleksu sv. Lucije te na bašćanskoj Staroj Rivi.

Nastupi s dosadašnjih izdanja prepuni imena samoga vrha svjetske gitarističke scene, poput Iana Merlosa, Adama Palmae, Sebastiena Gineauxa, Woody Manna te Martina Taylora, a 2019. Vlatko Stefanovski. Uz mnoštvo koncerata, BIG Festival nudi i mogućnost sudjelovanja u radionicama kroz koje o gitari, pjevanju i glazbi, polaznici mogu učiti od onih koji to znaju najbolje te pogledati izložbe koje vas još dublje povezuju s gitarističkim svijetom. Sve ovo čini Bašku idealnim mjestom za ljubitelje gitare.

Cilj je održati visoku razinu u programskom i organizacijskom kontekstu u okvirima financijskih sredstava namijenjenih festivalu. 2022. godine uvele su se i filmske projekcije glazbenih dokumentaraca te se s takvim konceptom nastavilo u 2023. godini. Da bi se manifestacija podigla na još višu razinu i da bi se privuklo još više ciljane publike, pokušati će se dogovoriti suradnja s vinarima iz Udruge Kvarner Wines i uz samu manifestaciju organizirati i degustacija odnosno promocija vina i vinara u jedinstvenom ambijentu kompleksa sv. Lucije.

| | |
|--------------------------------|---|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, Općina Baška, Udruga Hal, AZ „agencija za kulturu i turizam“, razni suradnici na manifestaciji |
| Rok izvršenja | Kolovoz 2024. godine |
| Budget | 25.000,00 EUR |

2.3.3.3. BAŠKA OUTDOOR FESTIVAL

Baška ima sve predispozicije da postane vodeća outdoor destinacija odnosno destinacija za aktivni odmor tijekom cijele godine. Kako se nastojanja valoriziranja outdoor potencijala u Baški ne bi zaustavila samo na „pratećem materijalu“ i kartovnim prikazima raspoloživih staza, cesta i penjališta, osmišljena je postsezonska manifestacija "Baška Outdoor Festival" kojom se nastoji brdsko biciklističkim i trail natjecanjima privući više stotina poklonika takvih aktivnosti jednako kao i brojne rekreativce, u suradnji s iskusnim organizatorima takvih događanja, uz popratni sadržaj u organizaciji TZO Baška koji obuhvaća dodatne outdoor aktivnosti u destinaciji (vođene šetnje planinarskim stazama, penjališta, zipline, razna predavanja na temu outdoor, koncerti, dječje radionice). Suradnici u organizaciji sportskih aktivnosti su različite tvrtke specijalizirane za aktivan odmor kao što su Outdoor.hr/ Treking liga, HD Navigatio/Adria Bike, Promotiv Travel, Anima Adventures, ZIP LINE Edison te Valamar Riviera kao nositelj smještajne ponude, a uključuje se i Porto Club Baška kao organizator sve bitnijeg popratnog zabavno-glazbenog dijela manifestacije.

Ovom manifestacijom Baška se prezentira kao poželjna destinacija tijekom cijele godine te se nastoji potaknuti da aktivan odmor postane jedan od glavnih razloga dolaska u destinaciju, van glavne ljetne turističke sezone tijekom koje su dosegnuti maksimumi.

Posebno se izdvajaju 2 atraktivne outdoor manifestacije: Krk 'n' Trail i Krk'n'Roll MTB maraton, a ukupno se na svim programima okupi oko 2.000 sudionika.

Sa ove pozicije planirani su troškovi TZO Baška u organizaciji same manifestacije, a za organizaciju trail i mtb utrke uputiti će se Javni poziv za dodjelu potpore iz programa Potpore manifestacijama.

Manifestacija u 2024. doživljava svoje 10. izdanje te su potrebni organizacijski i marketinški iskoraci i iskorištavanje njenog punog potencijala u svrhu još jače promocije manifestacije i same destinacije. Pokušati će se aplicirati na natječaje i javne pozive kako bi se osigurala dodatna sredstva kojima bi se uložilo u kvalitetu programa manifestacije, u novi vizualni identitet te u web stranicu i popratno društvene mreže radi kvalitetnije prezentacije i privlačenja potencijalnih sponzora. TZ Baška uputila je Turističkoj zajednici Kvarnera direktan Zahtjev za sufinanciranjem ove manifestacije pod stavkom 2.2.3. Kvarner outdoor – razvoj i brendiranje aktivnog odmora budući da se sufinanciraju i druge više ili manje atraktivne manifestacije.

| | |
|---------------------------------------|---|
| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška, Općina Baška, razni suradnici u outdoor aktivnostima, Valamar Riviera, privatni smještaj, turističke agencije</i> |
| Rok izvršenja | Listopad 2024. godine |
| Budget | 18.000,00 EUR |

2.3.3.4. MANIFESTACIJA CRNA OVCA

Crna Ovca zasigurno je naša najpopularnija manifestacija i svojevrsni destinacijski brend. Festival janjetine, individualizma, kreativnosti, otočne baštine, popularne kulture i sporta, organizira tvrtka Studio Conex, uz podršku domaćina Općine Baška i Turističku zajednicu općine Baška, od 2022. godine te glavnog sponzora festivala, Valamar Riviere. Tematski festivali predstavljaju bitnu turističku atrakciju i motiv dolaska naših gostiju, a kvalitetnom i konkurentom ponudom koju manifestacija Crna ovca pruža svim posjetiteljima, želimo Bašku predstaviti kao top destinaciju na Kvarneru i van ljetnih mjeseci.

Radi se o financijski, ali i operativno vrlo zahtjevnom projektu kojeg TZO Baška nije u mogućnosti samostalno organizirati. Studio Conex d.o.o. je zaštitio brend "Crna ovca", a realizacija je moguća uz uvjet da se u organizaciju uključe Općina Baška, TZO Baška, ali i ostali dionici, Valamar Riviera i drugi hotelijeri, ugostitelji, udruge, obrtnici, a kako bi ova manifestacija postigla čim bolji uspjeh te se etablirala na tržištu kao ključna vanezonska manifestacija u Hrvatskoj s naglaskom na gastronomiju, zabavu, kulturu i aktivni odmor. Cilj je da privuče ne samo domaće nego i inozemne goste za što je ključna i promocija od strane hotelijera kroz povoljne smještajne aranžmane. Sinergijsko djelovanje će biti ključno za daljnje ostvarivanje uspjeha i realizaciju ove manifestacije.

U 2024. TZO Baška i Općina Baška ponovno su samostalno predvidjele isti budget kao u 2023. godini kako bi se manifestacija mogla održati, budući da Valamar Riviera nakon covida nije u mogućnosti financijski podržati projekte koji pridonose imidžu destinacije u omjerima partnerstva i iznosima sufinanciranja kako su to činili prije, a nisu vezani za direktan prihod od smještaja u njihovim objektima (poput outdoor manifestacija). U 2024. godini Valamar bi se kao i u 2023. godini uključio kao glavni sponzor u iznosu koji su predvidjeli svojim budgetom te će time biti uključeni i u odlučivanje o glavnim elementima programa, a Studio Conex potruditi će se osigurati dodatne sponzore, uz Turističku zajednicu općine Baška koja također može uložiti dodatne napore. Budući je Crna ovca između ostalog gastro manifestacija koja promovira bašćansku janjetinu mora se osmisliti na koji način bi se moglo bolje organizirati ugostiteljstvo te na koji način pomoći lokalnim udrugama, ugostiteljima i hotelijerima da se uključe i da odrade najzahtjevniji dio, nabavu, pripremu i prodaju lokalne janjetine u dovoljnim količinama i po realnim cijenama za sve zainteresirane posjetitelje.

| | |
|---------------------------------------|---|
| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška, Općina Baška, Studio Conex, razne udruge, obrtnici, ugostitelji</i> |
| Rok izvršenja | Svibanj 2024. godine |
| Budget | 50.400,00 EUR |

2.4. TURISTIČKA INFRASTRUKTURA – GALERIJA ZVONIMIR

2.4.1. REŽIJSKI TROŠKOVI GALERIJE

Temeljem sporazuma s Općinom Baška, Turističkoj zajednici općine Baška ustupilo se korištenje prostorije bivše mjesne zajednice u funkciji „Galerije Zvonimir“ uz uvjet da TZ podmiruje troškove struje i vode i prema tome i prostorije nasuprot galerijske prostorije koja je služila kao skladište, ali je prenamijenjena u prostoriju za sastanke i radni prostor direktorice TZO Baška. Računi za režije podmiruju se Općini Baška.

| | |
|---------------------------------------|-----------------------------|
| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška</i> |
| <i>Rok izvršenja</i> | <i>Tijekom 2024. godine</i> |
| <i>Budget</i> | 300 EUR |

2.4.2. ORGANIZACIJA IZLOŽBI

I u 2023. godini planiraju se nastaviti organizirati vrijedne izložbe u galeriji Zvonimir. U suradnji s dosadašnjim suradnikom vezano za programski sadržaj same galerije, Udrugom Livingstone isplanirati će se program izlaganja. Za svaku se izložbu zasebno priređuju plakati s pripadajućim logotipima, deplijan, pozivnice, tekst i vizuale za internet promociju, zasebno se vodi medijska najava, organizira postav te koordinira promociju i otvaranje. Turistička zajednica kao suorganizator koordinira svojim promidžbenim kanalima, organizira catering na otvaranju, šalje tiskane pozivnice, pozicionira plakate i ostale materijale. Organizacija navedenog programa podrazumijeva: koordinaciju s vrhunskim kustosima i umjetnicima, konceptualnu pripremu postave, pripremu tekstova za objavu, lekturu i prijevod, oblikovanje vizuala za web, grafičku priprema i dostavu plakata, pozivnica, banneri, medijsku komunikaciju i najavu. Izlaganje u galeriji podrazumijeva osiguranje umjetničkih djela, transport dostavnim vozilom, tehnički postav u prostoru: dovoz/odvoz, podešavanje rasvjete, suorganizaciju i nazočnost na otvaranju uz kustosa ili umjetnika.

Sa ove se stavke financira i organizacija i postav putujuće izložbe Prijatelji mora, kao i troškovi cateringa na otvaranjima izložbi kao i održavanje Galerije.

| | |
|---------------------------------------|--|
| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška , Udruga Livingstone, Astoria d.o.o., ugostitelji, udruge</i> |
| <i>Rok izvršenja</i> | <i>Svibanj – Listopad 2024. godine</i> |
| <i>Budget</i> | 4.000,00 EUR |

2.5. PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI

Podrška turističkoj industriji podrazumijeva podršku subjektima u svrhu razvoja programa povezanih neposredno s turističkim proizvodom, potpore za programe dionika u turističkoj aktivnosti na razini destinacije iz vlastitih sredstva i potpore programima destinacijskih menadžment kompanija.

2.5.1. POTPORA ZA PROGRAME, DOGAĐANJA I MANIFESTACIJE U TURIZMU NA PODRUČJU OPĆINE BAŠKA (PREMA JAVNOM POZIVU)

S ove se stavke predviđaju sredstva za potpore programa, događanja i manifestacija u turizmu na području općine Baška. Potpore će se dodjeljivati temeljem javnog poziva kojeg će na proljeće objaviti Turistička zajednica općine Baška, a provodit će Povjerenstvo za provedbu javnog poziva.

Pravilnikom su utvrđeni kriteriji, mjerila i postupci za dodjelu i korištenje bespovratnih novčanih sredstava za turističke programe, događanja i manifestacije na području općine Baška, a sukladno programu rada i financijskom planu.

Sredstva potpora TZO Baška dodjeljuje za programe, događanja i manifestacije koje doprinose sljedećim ciljevima:

- unapređenju/obogaćivanju turističkog proizvoda/ponude Općine Baška
- promociji i stvaranju prepoznatljivog imidža Općine Baška kao turističke destinacije,
- razvoju sadržaja koji omogućavaju produženje turističke sezone,
- povećanju ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, posebice u razdoblju predsezone i posezone,
- povećanju broja noćenja,
- razvoju turizma, kulturne i povijesne baštine,
- razvoju kulturnog, sportskog i ostalih selektivnih oblika turizma.
- podizanje marketinške vrijednosti destinacije.

Sredstva potpora odobravat će se za organizaciju i realizaciju:

- kulturna i zabavna događanja na području Općine Baška
- sportska događanja na području Općine Baška
- eno-gastronomska događanja na području Općine Baška
- povijesna događanja na području Općine Baška
- tradicijska/etno događanja na području Općine Baška
- ostala događanja koja mogu pridonijeti ciljevima TZO Baška

| | |
|---------------------------------------|--|
| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška, trgovačka društva, obrti, udruge, umjetničke organizacije, ustanove u kulturi i druge javne ustanove</i> |
| <i>Rok izvršenja</i> | <i>Tijekom 2024. godine</i> |
| <i>Budget</i> | <i>26.000,00 EUR</i> |

2.5.2. POTPORA ZA PROGRAME VAN JAVNOG POZIVA

Na ovoj su poziciji predviđena sredstva za rad Udruge korisnika bežično umreženih računalnih sustava "BsWireless", odnosno sredstva za nabavku opreme i održavanje sustava, web kamera i bežične Internet mreže.

| | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|
| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška, Udruga „BsWireless“</i> |
| <i>Rok izvršenja</i> | <i>Tijekom 2024. godine</i> |
| <i>Budget</i> | <i>4.000,00 EUR</i> |

2.5.3. DONACIJE

Na ovoj su poziciji predviđena sredstva za donacije manjih vrijednosti, temeljem zahtjeva, kao što je Portal Otok Krk.

| | |
|---------------------------------------|------------------------------|
| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška</i> |
| <i>Rok izvršenja</i> | <i>Tijekom 2024.. godine</i> |
| <i>Budget</i> | <i>800,00 EUR</i> |

2.5.4. SUFINANCIRANJE RADA TURISTIČKE AMBULANTE

Na ovoj se stavci ponovno planiraju troškovi ukoliko se ponovno dogovori suradnja s privatnom ili nekom drugom zdravstvenom ustanovom za pružanje usluga turističke ambulante te ukoliko od JLS Općine Baška zaprimimo sredstva za financiranje rada Turističke ambulante iz rasporeda turističke pristojbe jedinicama lokalne samouprave. Taj isti iznos prikazan je i na prihodovnoj strani budući da je TZO Baška potpisnik ugovora sa zdravstvenom ustanovom.

| | |
|---------------------------------------|--|
| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška, Općina Baška, Cromedic</i> |
| <i>Rok izvršenja</i> | <i>Svibanj – Listopad 2024. godine</i> |
| <i>Budget</i> | <i>32.000,00 EUR</i> |

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Komunikacija i oglašavanje uključuje slijedeće aktivnosti: sajmove, posebne prezentacije i radionice, suradnju s organizatorima putovanja, kreiranje promotivnog materijala, internetske stranice, kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka, turističko-informativne aktivnosti

Turističke zajednice koje ostvaruju više od 1.000.000,00 komercijalnih noćenja, sukladno odredbama članka 32. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (N.N.52/19 i 42/20) mogu izvršavati i slijedeće aktivnosti vezane uz marketing: odnosi s javnošću, stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama, provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga, koordinaciju i provođenje udruženog oglašavanja na lokalnoj razini te obavljanje i drugih poslova propisanih Zakonom.

Obzirom da je Općina Baška ostvarila više od 1.000.000,0 komercijalnih noćenja u 2023. godini u plan se uključuju slijedeće aktivnosti:

- Definiranje branding sustava i brend arhitekture
- Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda
- Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR
- Marketinške i poslovne suradnje
- Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice
- Suradnja s organizatorima putovanja
- Kreiranje promotivnog materijala
- Internetske stranice
- Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka
- Turističko-informativne aktivnosti

3.1. DEFINIRANJE BRANDING SUSTAVA I BEND ARHITEKTURE

Na ovoj stavci predviđena su sredstva za izradu novog vizualnog identiteta TZO Baška kao i postavljanje komunikacijske strategije. Kreiranje suvremenog verbalnog i vizualnog identiteta važno je za brendiranje destinacije. Vizualni identitet trebao bi biti temelj za sve radnje vezano uz razvoj proizvoda, prodaje istih te promociju destinacije. Vizualni identitet je vrijedan alat u razvoju brenda destinacije. Upravljanje vizualnim identitetom tek je dio puno šireg procesa upravljanja brendom, no u praksi – odnos prema vizualnom identitetu najčešće je ogledalo cjelokupne brige, znanja, organizacije i odnosa prema razvoju destinacije u cjelini.

Budući da će turističke zajednice sukladno novom Zakonu o turizmu morati izraditi Plan upravljanja destinacijom, brendiranje destinacije i kreiranje novog vizualnog identiteta mogle bi biti aktivnosti koje bi se nadovezale na plan upravljanja, budući da je brendiranje destinacije zahtjevan proces koji iziskuje prethodno istraživanje i plan razvoja odnosno smjer u kojem se destinacija želi i planira pozicionirati. Budući da TZO Baška ima logo iz 1993 godine koji je prepoznatljiv, ali zastario (nije usklađen sa današnjim načinima korištenja grafičkog znaka npr. internetska stranica, e-mail korespondencija i sl.

kao što nije niti uređeno pitanje prosljeđivanja loga subjektima koje TZ sponzorira) te ne posjeduje knjigu grafičkog standarda koja je nužna za današnje poslovanje pa tako i HTZ za potrebe novog portala Croatia.hr od nas traži dostavljanje iste, nužno je da TZO Baška krene u ovaj projekt. Da bi stigli do cilja projekt bi trebao obuhvatiti analizu stanja tržišta, definiranje ključnih proizvoda i usluga komunikacije, definiranje kanala komunikacije za pojedinu ciljnu skupinu, definiranje hodograma aktivnosti, definiranje pozicijskog slogana branda, zatim osmišljavanje i implementaciju osnovnog dizajna logotipa uz odabir karakterističnih boja, izradu izvedbenog rješenja u kojemu će biti razrađen logotip apliciran na dizajn primarnih i sekundarnih sredstava komunikacije, primjerice vizitke, memorandumi, kuverte, brošure i letci, zajedno s priručnikom osnovnih grafičkih standarda. Novi vizualni identitet olakšat će komunikaciju vrijednosti te potaknuti jasnu identifikaciju na ciljnim tržištima.

Na ovoj se stavci predviđaju i sredstva za izradu novog vizualnog identiteta manifestacije Baška Outdoor Festivala, budući da je ta manifestacija prerasla u jednu od naših najznačajnijih i najprepoznatljivih manifestacija koja će u 2024. godini doživjeti dvoje 10. izdanje, a realizacija će ovisiti o prikupljenim ponudama, odnosno o raspoloživom budgetu budući da je iznos potreban za ove aktivnosti procjena.

| | |
|--------------------------------|--|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, suradnici u grafičkom dizajnu i tržišnim komunikacijama |
| Rok izvršenja | Tijekom 2024. godine |
| Budget | 3.000,00 EUR |

3.2. OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKOG BRANDA, TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA

3.2.1. POSEBNE TEMATSKÉ KAMPANJE PO TURISTIČKIM PROIZVODIMA I PRIGODNE KAMPANJE

S ove se stavke predviđaju troškovi za provedbu tematskih kampanja turističkih proizvoda destinacije kao i prigodnih kampanja vezanih za manifestacije i događanja.

| | |
|--------------------------------|--|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, suradnici u tržišnim komunikacijama |
| Rok izvršenja | Tijekom 2024. godine |
| Budget | 2.000,00 EUR |

3.2.2 ONLINE I OFFLINE OGLAŠAVANJE TE KOMUNIKACIJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

3.2.2.1. KOMUNIKACIJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

Upravljanje društvenim mrežama uključuje vođenje Facebook i Instagram accounta, kreiranje i slanje newslettera, objavu sadržaja, promociju i jačanje imidža TZO Baška – osmišljavanje aktualnih objava radi privlačenja ciljane publike i dr. Današnji gosti danas ne koriste samo društvene mreže kako bi impresionirali svoje prijatelje i obitelj, nego putem društvenih mreža traže nadahnuće za odmor te biraju jedinstvena mjesta i objekte za smješta. U 2023. se planira i snažna promocija putem Instagram društvene mreže s kojom se započelo u kolovozu 2019. Instagram profil otvoren je kako bi se proširilo brendiranje destinacije te povećao angažman posjetitelja koristeći trend tagiranja i dijeljenja fotografija s destinacija. Objavljene fotografije automatski se dijele i na Facebooku, povezujući tako platforme i maksimizirajući učinak. Planira se nastaviti suradnju s Udrugom Livingstone iako je ista usluga za 2024. uvećana za 8% zbog inflacije. Ukupna ponuda od 6.480,00 EUR uključuje:

- Dizajn, uređivanje i slanje 2-3 newslettera mjesečno ili ukupno do 30 svih događanja
- objavljivanje sadržaja na Fb stranici 3 puta tjedno od 1. u mjesecu na hrvatskom i engleskom jeziku
- vođenje Instagram profila

Zadani parametri:

- objavljivanje tjedno po potrebi, prilagođavanje i uređivanje fotografija kako bi odgovarale postavljenoj temi profila, identifikacija i korištenje trenutno najpopularnijih hashtagova .
 - odgovaranje i „lajkanje“ komentara korisnika te odgovaranje na izravne poruke (direct message)
 - praćenje zadanog hashtaga profila (npr. #visitbaska) – „lajkanje“ i re-post fotografija korisnika
 - kreiranje promotivnih postova, pristup bazi fotografija te kontinuirano nadopunjavanje iste
- Sve dodatne objave na Fb/ Instagramu kao i slanje News lettera zaračunati će se po satnici od 20,00 EUR za radni sat.

| | |
|--------------------------------|--|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, Udruga Livingstone, Astoria d.o.o., Studio Conex d.o.o. |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 6.500,00 EUR |

3.2.2.2. ONLINE OGLAŠAVANJE

Online oglašavanje uključuje online komunikaciju marketinških kampanja, plaćene oglase na internetu, komunikaciju putem newslettera u suradnji s PR suradnicima radi još snažnije prisutnosti na tržištu te pravovremene komunikacije. U 2024. godini se planira uspostavljanje medijske suradnje s turističkim news portalom Turizmoteka, koja bi prije svega uključivala objave poslovnih, turističkih i destinacijskih informacija, oglašavanje na web stranici www.avtokampi.si kroz paket promocije turističke ponude TZO Baška, oglašavanje na portalu HrTurizam – Turističke priče, koje uključuju objave PR članaka te oglašavanje na portalu Bodulija.net, a sve u svrhu što boljeg pozicioniranja destinacije te promocije poslovnih aktivnosti i turističke ponude TZO Baška kao i druga online oglašavanja.

| | |
|--------------------------------|---|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, Udruga Livingstone, Astoria d.o.o., Studio Conex d.o.o., Obrt Jukić, M Plus - Turizmoteka, Obrt otok vijesti Krk, Spletne storitve Klemen Hren - Autokamp.si |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 7.000,00 EUR |

3.2.2.3. OFFLINE OGLAŠAVANJE (OPĆE OGLAŠAVANJE TZ)

TZO Baška će offline komunikacije usmjeriti na efikasnije komuniciranje s ciljanom publikom kroz tradicionalne i suvremene komunikacijske medije, a podrazumijeva opća oglašavanja u medijima, oglase u raznim tiskovinama te radio i tv oglašavanje.

| | |
|--------------------------------|---|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, KUH, radio stanice i medijske kuće, izdavačke kuće, tiskare, prevoditeljske kuće |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 6.000,00 EUR |

3.2.3. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA - ONLINE KOMUNIKACIJE

TZO Baška sudjeluje u sufinanciranju udruženo s ostalim LTZ u stavci on-line komunikacija u sklopu Godišnjeg programa rada TZ otoka Krka i to prema ključu raspodjele od 16,76%. U tom su iznosu uključene sljedeće aktivnosti koje će TZ otoka Krka provesti s ostalim lokalnim turističkim zajednicama i partnerima:

- Insula Cultura, odnosi se na oglašavanje na Facebook-u za češko tržište na kojima je TZ otoka Krka u 2021. godini pokrenula Facebook grupu na češkom jeziku za goste s tog emitivnog tržišta - naziv grupe Godišnji program rada i financijski plan Turističke zajednice općine Baška za 2024. godinu

je „Dovolena na Krku tipy a zajímavosti“, s ciljem pružanja aktualnih i zanimljivih turističkih, gastronomskih i kulturnih informacija tijekom boravka gostiju na otoku Krku.

- On-line oglašavanje s KG Media, kako se zbog pandemije sve više oglašavanje okreće na on line oglašavanje. Kampanja će se postavljati na njemačkom, austrijskom, talijanskom, slovenskom i hrvatskom tržištu. Kako smo se uspješno 2023. godini oglašavali na platformi CPC Network mrežu portala, a koji provodi KG Medija, nastavljamo i dalje u 2024. godini. Radi se o mreži portala (Premium CPC Display mreža) na kojoj se ostvaruju relevantni i kvalitetni klikovi na oglase (Cost per click- CPC) model oglašavanja, s time da korisnik bude usmjeren na web stranicu (krk.hr), pri tome se plaća samo klik na oglas. Kampanja će se provoditi od travnja do lipnja mjeseca, odnosno u periodu kada se planiraju godišnji odmori. Oglasi će biti s kombinacijom teksta i slike, native oglasi i custom display banneri, ciljana tržišta južna Njemačka i Austrija. Također će se koristiti aplikacija TIK TOK u periodu travanj -lipanj, ciljana tržišta također Njemačka i Austrija. Očekuje se da kombinacijom oglašavanja na Premium CPC Display mreži i TIK TOK platformi možemo realizirati 10.000 klikova te više od 3 mil impresija.

- Vođenje društvenih mreža uključuje vođenje Facebooka, postavljanje newslettera, objavu sadržaja, promociju, osmišljavanje aktualnih objava radi privlačenja ciljane publike. Ugovor za operativno tehničku suradnju TZ otoka Krka u 2024. godini nastavlja s agencijom Livingstone (turizam, komunikacije i kultura), koja će i ove godine voditi društvene mreže, Facebook i Instagram.

- Facebook plaćene kampanje, bit će usmjerene na promociju najjačih manifestacija na otoku Krku i programa turističkih zajednica koje će se promovirati na Facebook stranici TZO Krka.

- Ova stavka također uključuje aktivnosti online oglašavanja odnosno billboarda za projekt Outdoora predviđeno je u suradnji sa Studiom Conex d.o.o.

| | |
|--------------------------------|--|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Krka, LTZ i JLS, HTZ, Insula Cultura, KG Media, TZ Kvarnera, Udruga Livingstone, Studio Conex d.o.o. i dr. |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 3.596,69 EUR |

3.2.4. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA - OFFLINE KOMUNIKACIJE

TZO Baška sudjeluje u sufinanciranju udruženo s ostalim LTZ u stavci OFF-line komunikacija u sklopu Godišnjeg programa rada TZ otoka Krka prema ključu raspodjele od 16,76%. TZ otoka Krka planira offline oglašavanje u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama i gospodarstvom, u domaćim i stranim časopisima, magazinima, vodičima i ostalim tiskovnim materijalima. Offline komunikacija usmjerena je prema aktivnostima vezanim uz:

- Oglašavanje u katalogu mjesečniku Regio Jet, češkom prijevozniku čija je linija u 2023. godini ostvarila 62.000 putnika, koji su doputovali vlakom (Rijeka). Tijekom 2023. godine Turistička zajednica otoka Krka oglasila se u mjesečniku s PR oglasom te bannerom u e-ticketu. S obzirom na to da linija kreće i u 2024. godini, Turistička zajednica otoka Krka uključuje se u oglašavanje u mjesečniku RegioJeta i s bannerom na online ticketima za vrijeme svibnja i lipnja i tijekom 2024. godine.

- Opće oglašavanje u medijima podrazumijeva oglašavanja ovisno o trendu aktivnosti i uključivanja s aktualnostima, programima i specijalnim ponudama portala za oglašavanje.

- Priprema oglasa, koja u svrhu oglašavanja podrazumijeva planiranje sredstava za pripremu banera, oglasa, tekstova i slično.

- Oglašavanje u tipTravel Magazin, digitalnom interaktivnom on line magazinu o turizmu i putovanjima, koji izlazi krajem svibnja 2024. godine u tri izdanja na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku. Magazin će bit promoviran godinu dana od izlaska te dopunjava novim turističkim pričama. TZO Krka predstavit će turističku ponudu kao i novitete otoka Krka.

- Oglašavanje u vodiču APL Media ASTA Worldwide Guide, American Society of Travel Advisors (ASTA), sa sjedištem u Velikoj Britaniji, a radi se o vodiču za američko tržište koje izlazi na tržište u veljači 2024. i traje do ožujka 2025. godine. Vodič ima više od 55.000 pratitelja i putničkih agencija koje se bave prodajom aranžmana na području SAD-a, a TZO Krka oglasit će se jednom promotivnom stranicom.

| | |
|--------------------------------|---|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZ otoka Krka, LTZ i JLS, KG Media, TZ Kvarnera, TZG Lošinja, TZG Cresa, TZG Raba, Marketing RegioJet, Tip Travel |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 801,98 EUR |

3.3. ODNOSI S JAVNOŠĆU: GLOBALNI I DOMAĆI PR

3.3.1. ODNOSI S JAVNOŠĆU: GLOBALNI I DOMAĆI PR

Na ovoj stavci predviđena su sredstva za prihvata i ugošćavanje novinara, TV ekipa i drugih medija, u suradnji s TZ Kvarnera i HTZ-om kao i sredstva za PR aktivnosti na domaćem i emitivnom tržištu.

| | |
|--------------------------------|---|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, PR agencije i tvrtke, HTZ, TZ Kvarnera |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 500,00 EUR |

3.3.2. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - ODNOSI S JAVNOŠĆU I PR

Na ovoj stavci predviđena su sredstva za sufinanciranje aktivnosti TZ otoka za prihvata novinara, TV ekipa i drugih medija koji će tijekom godine posjećivati otok Krk, ili dolaziti povodom aktivnosti na otoku. Iz navedene stavke sufinancirat će se i studijska putovanja za predstavnike medija u suradnji sa sustavom TZ-a.

| | |
|--------------------------------|---|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZ otoka Krka, LTZ i JLS, TZ Kvarnera, TZG Lošinja, TZG Cresa, TZG Raba |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 549,23 EUR |

3.4. MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE

3.4.1. PROMOTIVNE KAMPANJE SA STRATEŠKIM PARTNERIMA NA INOZEMNIM TRŽIŠTIMA

Hrvatska turistička zajednica (HTZ) kao nacionalna turistička organizacija, svojim promidžbenim aktivnostima želi podići svijest o Hrvatskoj kao atraktivnoj turističkoj destinaciji tijekom cijele godine, te time ujedno utjecati na povećanje potražnje za hrvatskim turističkim proizvodima, povećanje turističkog prometa i opće potrošnje. U skladu s tim HTZ planira uspostaviti suradnju s partnerima iz turističke industrije te aktivno promovirati hrvatsku turističku ponudu s ciljem privlačenja većeg broja gostiju po načelu ostvarenja opće koristi za sve nositelje ponude destinacije. Promotivna kampanja provodila bi se sa strateškim partnerima na inozemnim tržištima.

TZ Kvarnera dostavila je prijedlog za udruživanje sredstava za avio oglašavanje 2023. kojim se potiče kampanja oglašavanja s onim avio prijevoznicima koji imaju letove na ZL Rijeka. Iznos koji se udružuje u 2024. godini predložen je na razini iznosa udruživanja u 2023. godini, a turističke zajednice na području pojedine subregije same unutar sebe rade raspodjelu, po turističkim zajednicama, te zajedno s gospodarskim subjektima.

Na razini naše regije, a prema prijedlogu TZ Kvarnera, udružena sredstva za provedbu promotivnih kampanja sa strateškim inozemnim partnerima iznose 71.272,00 €, a od toga na turističke zajednice otpada 49.890,51 €, a na gospodarstvo 21.381,64 € što je na nivou 2023. godine.

S obzirom da su neke od LTZ na otoku Krku, shodno zaključcima svojih vijeća odbile uključivanje u avio oglašavanje za 2024. godinu (i prema zajedničkom zaključku koordinacije direktora 13.9.2023. godine, ogradile su se i druge LTZ na Kvarneru), vidjeti će se što će dalje biti sa avio oglašavanjem na razini Kvarnera, kao i kako će se pokriti troškovi LTZ koji su odbili svoju participaciju zajedno sa gospodarstvom. JLS Općine Baška ogradila se od daljnjeg sufinanciranja u dopisu kojeg je uputila TZ Kvarneru, a turistička zajednica se također očitovala sukladno zaključcima s 13. sjednice turističkog vijeća održane 10.10.2023. gdje je Turističko vijeće jednoglasno iskazalo nezadovoljstvo rezultatima i radom zračne luke Rijeka kao i modelom dogovora i načinom suradnje. Stav je da se treba ulagati u razvoj avio turizma, čime bi se smanjilo i opterećenje cestovnog prometa, ali je tome potrebno pristupiti strateški. Iskazano je također nezadovoljstvo time da se većina avio letova pa tako i dolazaka realizira u glavnoj turističkoj sezoni. Unatoč svemu, a budući da u trenutku izrade Godišnjeg programa rada ima još dosta nepoznanica oko modela suradnje i udruživanja sredstava s TZ Kvarnera, a budući da također nisu još definirane konačne ponude avio prijevoznika za 2024., TZO Baška će u 2024. godini planirati sredstva iz 2023. godine.

| | |
|--------------------------------|--|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, TZ Kvarner, TZO Krka, LTZ-i s otoka Krka, HTZ; JLS-i s otoka Krka, Gospodarstvo |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 10.743,00 EUR |

3.4.2. UDRUŽENO OGLAŠAVANJE U SURADNJI SA SUSTAVOM TZ-A I PREDSTAVNICIMA TUR. PONUDE

Sukladno članku 9. i 38. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19) Turistička zajednica PGŽ odnosno TZ Kvarnera 21.11.2023. godine objavila je Javni poziv za udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2024. godini, predmet kojega je udruženo oglašavanje ponude destinacije, odnosno smještajne ponude i ostalih oblika turističke ponude. Udruženo oglašavanje provodi se u suradnji sa sustavom turističkih zajednica s područja Primorsko – goranske županije i s nositeljima smještajne ponude destinacije (gospodarskim subjektima koji sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti pružaju usluge smještaja u Hrvatskoj) i ostalim nositeljima ponude koja predstavlja motiv dodatnih dolazaka i noćenja u destinaciji, odnosno doprinosi poboljšanju uvjeta dolaska i boravka turista, odnosno povećanju turističke potrošnje. U 2024. godini se kampanja oglašavanja može provoditi kroz cijelu godinu, ali se posebna vrijednost ogleda kroz valoriziranje turističke ponude izvan glavne turističke sezone.

U Javnom pozivu nije definirana raspodjela, jer nije moguće procijeniti tko će sve dostaviti kandidature. Po primitku svih kandidatura, napraviti će se prijedlog raspodjele, koju potom odobrava Turističko vijeće TZ PGŽ. Po dosadašnjem iskustvu, udjel TZ PGŽ iznosi cca 25% od ukupne vrijednosti media plana, ili fiksni iznos, ukoliko je tih 25% znatno više ostalih kandidatura. Preostalih 25% snosi lokalna TZ, a partner ulaže 50%. Javni poziv TZO Baška prosljedila je svim gospodarskim subjektima s područja naše turističke zajednice te se sa prijedlogom oglašavanja javila jedino Valamar Riviera d.d. s kojom je potom usuglašen iznos sufinanciranja koji je ugrađen u proračun, kako bi mogli predati kandidaturu. Valamar je za oglašavanje destinacije Baška predložio ukupan MP od 29.000,00 EUR, kojemu bi TZO Baška sudjelovala sa 25% odnosno 7.250 EUR.

Marketinške aktivnosti u zakupu prihvatljive za udruženo oglašavanje:

- ✓ online oglašavanje (oglašavanje na portalima javnih medija, oglašavanje tekstualnim oglasima na tražilicama, platforme i dr.),
- ✓ oglašavanje na društvenim mrežama (plaćeni oglasi)
- ✓ oglašavanje u tiskanim medijima,
- ✓ oglašavanje na televiziji i radiju,
- ✓ vanjsko oglašavanje (plakati, displeji na javnim prostorima i javnom prijevozu)

| | |
|---------------------------------------|--|
| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška, TZ Kvarner, Valamar Riviera d.d.</i> |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 7.250,00 EUR |

3.4.3. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE PREMA KLJUČU

TZ otoka Krka iskoristit će mogućnosti prijave na natječaj za Udruženo oglašavanje koje provodi Hrvatska turistička zajednica po određenom modelu, a u suradnji s TZ Kvarnera. U proteklim godinama TZ otoka Krka u suradnji s TZ Kvarnera i ostalim TZ-ima iz regije, postignuta je uspješnu suradnja u oglašavanju s agencijom S.T.A.R. Digital te se nada nastavku suradnje. Navedena agencija jedna je od vodećih u regiji na području pružanja usluga marketinške automatizacije, vođenja i implementacije internacionalnih kampanja na digitalnim medijima i uslugama savjetovanja vezanim uz procese digitalne transformacije.

Turistička zajednica otoka Krka se i u ovoj godini priključuje udruživanju sredstava za avio oglašavanje u 2024. godini s TZ Kvarnera i ostalim turističkim zajednicama na otoku s udjelom od 2.600,00 EUR. U slučaju da se na razini otoka Krka neće ići u udruženo avio oglašavanje, TZ otoka Krka će usmjeriti sredstva u druge vrste oglašavanja.

| | |
|---------------------------------------|--|
| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZ otoka Krka, LTZ i JLS, TZ Kvarnera, HTZ, S.T.A.R digital, TZG Lošinja, TZG Cresa, TZG Raba</i> |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 2.196,90 EUR |

3.4.4. PROMOTIVNA ON LINE KAMPANJA (S.T.A.R. DIGITAL)

Turistička zajednica Kvarnera Godišnjim Programom rada predviđa sufinanciranje marketinških kampanja pojedine turističke zajednice u određenom iznosu kako bi se na taj način pomogla promocija destinacije, odnosno projekata koji se provode na području pojedine turističke zajednice.

Obaveza lokalne turističke zajednice je:

- uložiti svojih 50% sredstava (TZ Kvarnera može sufinancirati do maksimalno preostalih 50%)
- objaviti logotip TZ Kvarnera

U 2022. godini je po prvi put ostvarena direktna suradnja s agencijom koja je stalni suradnik TZ Kvarnera i TZ otoka Krka, i to kroz realizaciju samostalne digitalne kampanje na tržištima Njemačke i Austrije te su ostvareni dobri rezultati sukladno izvještaju agencije.

U cilju razvijanja marketinške prisutnosti na stranim tržištima, TZO Baška će u budućim godinama planirati nastavak suradnje s agencijom S.T.A.R. DIGITAL d.o.o. međutim zbog opreznijeg planiranja u prvoj projekciji proračuna nije planirano izdvajanje sredstava za samostalno oglašavanje u 2024. godini.

| | |
|---------------------------------------|---|
| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška, S.T.A.R. Digital d.o.o.</i> |
| Rok izvršenja | Ožujak – Lipanj 2024. |
| Budget | 0,00 EUR |

3.5. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSEBNE RADIONICE

Turistički sajmovi i dalje predstavljaju važan faktor u prezentaciji destinacija jer su mjesto susreta turističke ponude i potražnje. Jedan su od kanala distribucije informacija i najizravnijih načina obraćanja potencijalnim turistima - potrošačima, medijima i organizatorima putovanja.

3.5.1. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSEBNE RADIONICE

Nastupi ili sudjelovanje na turističkim sajmovima i na poslovnim radionicama dogovaraju se u suradnji sa sustavom TZ-a, samostalno i/ili uz mogućnost sudjelovanja s gospodarskim subjektima. S ove stavke se financiraju troškovi sudjelovanja, informatora, prijevoza, trošak opreme za sajmove i prezentacije, trošak zakupa i ostali troškovi nastupa. Također je moguće je organiziranje i sudjelovanje i na posebnim prezentacijama, poput promocije destinacije putem izložbe Mrgari – kameni cvjetovi Baške u suradnji sa predstavništvima HTZ-a, a sa ove stavke bi se financirali nastali troškovi.

| | |
|--------------------------------|---|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, gospodarski subjekti, Općina Baška |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 2.500,00 EUR |

3.5.2. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSEBNE RADIONICE - UDRUŽENO PREKO TZ OTOKA KRKA

Turistički sajmovi i dalje ostaju važni jer predstavljaju mjesto susreta turističke ponude i potražnje i jedan su od kanala distribucije informacija i najizravnijih načina obraćanja potencijalnim turistima-potrošačima, medijima i organizatorima putovanja. TZ otoka Krka u suradnji sa Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Kvarnera, lokalnim turističkim zajednicama, te gospodarstvom dogovara sajmove. Način i organizaciju sajмова definira Hrvatska turistička zajednica (najam, izgled opremanje štandova), a posebno definira količinu i vrstu promotivnog materijala s kojim se zajednica može pojaviti na štandu.

Vrste sajмова TZ otoka Krka dogovara u suradnji sa hotelijerima i voditeljima kampova na području otoka Krka (dok se većina turističkih agencija ne odaziva niti uključuje u dogovore), te se uglavnom radi o specijaliziranim sajmovima za kampove i općim sajmovima. U 2024. godini TZ otoka Krka planira sudjelovati na nekoliko sajмова, a u dogovoru sa gospodarstvom (zajednički dogovor na sastanku održanom 10.7.2023. godine).

Popis sajмова na kojima se ponuda otoka Krka planira predstaviti u 2024. godini:

Essen - sajam za kampove, München na F.Re.E. i to u suradnji sa HTZ-om, te na ITB- u Berlin u suradnji sa TZ Kvarnera, hotelijerima i Zračnom Lukom Rijeka d.o.o., u Poljskoj sa zainteresiranim subregijama Kvarnera i sa TZ Kvarnera, te na sajmu u Beču u suradnji s HTZ-om.

| | | | Predviđeni troškovi |
|------------------------|--------------------------------------|----------------|---------------------|
| Essen, Reise + Camping | 28.2.-03.3.2024. | u sklopu HTZ-a | 2.900,00 € |
| | Sajam za kampove | | |
| München, F.r.e.e., 5m2 | 14.-18.02.2024. | u sklopu HTZ-a | 3.110,00 € |
| | Turistički sajam za široku potrošnju | | |
| Beč, Ferien Messe | 14.3.-17.3.2024. | u sklopu HTZ-a | 3.225,00 € |
| | Sajam za široku potrošnju | | |

| | | | |
|-------------------|--|-----------------------------------|------------|
| Poljska | Ožujak 2024. Opći sajam | TZ Kvarnera i ostale subregije | 1.000,00 € |
| Berlin, 10 - 12m2 | 05.3.-7.3.2024. Turistički sajam za poslovnu publiku | TZ Kvarnera | 3.500,00 € |

Na svim predviđenim sajmovima, uvjete korištenja prostora, predstavljanja kao i promotivnih materijala diktira HTZ, odnosno TZ Kvarnera, ugovornom obvezom.

| | |
|--------------------------------|--|
| Nositelj aktivnosti i partneri | HTZ, TZ Kvarnera, TZO Baška, TZ otoka Krka, lokalne turističke zajednice, hotelijeri |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 2.346,11 EUR |

3.5.3. ŠUFINANCIRANJE U KOORDINACIJI TZ OTOKA KRKA - INFORMATORI NA SAJMOVIMA (VAN UGOVORA)

Na sajmovima potrebno je osigurati i informatore na štandovima i to u dogovoru s voditeljima kampova na području otoka Krka (Essen), te s lokalnim TZ-ima za ostale sajmove u Münchenu, Berlinu, Poljskoj te Londonu. Troškove informatora na sajmu u Münchenu, Berlinu i Londonu snose lokalne TZ prema ključu financiranja, van ugovorne aktivnosti. Na ovoj poziciji predviđena su sredstva i za ostale moguće prezentacije.

S ove stavke se financiraju troškovi informatora, prijevoza, trošak opreme za sajmove i prezentacije, trošak zakupa i ostali troškovi nastupa, a TZO Baška sudjeluje s udjelom prema ključu 16,76%.

| | |
|--------------------------------|--|
| Nositelj aktivnosti i partneri | HTZ, TZ Kvarnera, TZO Baška, TZ otoka Krka, lokalne turističke zajednice, hotelijeri |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 1.676,00 EUR |

3.6. SURADNJA SA ORGANIZATORIMA PUTOVANJA

3.6.1. SURADNJA SA ORGANIZATORIMA PUTOVANJA

Na ovoj stavci predviđena su sredstva za prihvatanje studijskih grupa i agenata, organizatora putovanja, samostalno ili u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i/ili TZ Kvarnera i angažiranje stručnih vodiča.

| | |
|--------------------------------|--|
| Nositelj aktivnosti i partneri | HTZ, TZ Kvarnera, TZO Baška, TZ otoka Krka, lokalne turističke zajednice, licencirani vodiči |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 500,00 EUR |

3.6.2. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA

Studijska putovanja za agente TZ otoka Krka provodi u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom, predstavništvima HTZ-a u inozemstvu, s TZ Kvarnera i PR agencijama te u suradnji s turističkim gospodarstvom na terenu. Prihvat grupa provodi na način da TZ otoka Krka osigurava obilazak destinacija, znamenitosti, uz gastronomsku ponudu destinacije i vinske probe, ovisno o interesu novinara i studijskih grupa. TZ otoka Krka osigurava stručno vođenje, prijevoz te pokriva troškove ručka i večere, dok je za smještaj zadužen HTZ.

| | |
|--------------------------------|--|
| Nositelj aktivnosti i partneri | HTZ, TZ Kvarnera, TZO Baška, TZ otoka Krka, lokalne turističke zajednice, licencirani vodiči |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 388,83 EUR |

3.7. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA

3.7.1. PRIPREMA DESTINACIJSKIH MARKETINŠKIH MATERIJALA

S ove stavke financira se trošak pripreme vlastitih promotivnih materijala, odnosno troškovi prijevoda, lektoriranja, ažuriranja i pisanja tekstova kao i kreiranje novih tiskanih promotivnih materijala TZO Baška. S ove stavke financiraju se i prijevodi za destinacijske marketinške materijale.

| | |
|--------------------------------|---|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, HTZ, Nivas, Adverbum i ostali obrti za usluge copywrittinga i prevođenja |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 5.000,00 EUR |

3.7.2. BROŠURE I TISKANI MATERIJALI

S ove stavke financira se trošak tiska vlastitih promotivnih materijala, kao i otkup tuđih materijala. Trošak se odnosi na tisak karti šetnica i biciklističkih staza, karte otoka Krka, planova mjesta, brošure Baške i outdoor brošure Baške. Nabavka prikladnih suvenira i poklona planira se prema tekućim potrebama. Materijali se na upit distribuiraju na sve recepcije hotela, agencija, ostalih ugostiteljskih objekata za smještaj te se dostavljaju za potrebe TZ Kvarnera, TZ otoka Krka kao i za sajmove. Također se planira nabavka tiskanih materijala na razini otoka Krka (karte pješačkih staza i biciklističkih staza kao i outdoor karte te karta otoka Krka).

| | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, TZ otoka Krka, tiskare |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 7.000,00 EUR |

3.7.3. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA

TZ Otoka Krka u 2024. godini predviđa tiskanje sljedećih promotivnih materijala:

- Katalog kampova - prema potrebi u suradnji s gospodarstvom vršit će se dotisak
- Karta bike & hike - potrebna je izrada novih karata s obzirom na promjene uređenja i označavanja na terenu, shodno novim standardima TZ Kvarnera
- Karta Krka - izrada i dotisak

- Info vodič Krka - prema potrebi vršit će se dotisak

Ujedno uz promotivne materijale, za potrebe sajмова tiskati će se i promotivni suveniri u ukupnom iznosu od 3.000,00 EUR:

- Dotisak promo vrećica
- Razni suveniri za potrebe sajмова
- Beachflag-ovi i roll up-ovi

Za navedeni tisak promotivnih materijala, osigurana su i sredstva za troškove pripreme materijala u vidu prijevoda, izdavaštva i distribucije materijala.

| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška, TZ otoka Krka, lokalne TZ, tiskare</i> |
|---------------------------------------|--|
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 2.872,03 EUR |

3.7.4. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA-KREIRANJE PROMOTIVNOG VIDEA OUTDOOR / KARTE BIKE I HIKE (VAN UGOVORA)

Za potrebe razvoja outdoor otoka Krka predviđa se i izrada promotivnog videa u trajanju od maksimalno 2 minute, kako bi bio pogodan za korištenje na društvenim mrežama, YouTube-u, web stranicama te drugim kanalima za promociju. Navedeni video nastavak je suradnje s Level 52, Digital Media 53, a za realizaciju je potrebno osigurati kompletnu logistiku u vidu smještaja, vozila i drugog. Promotivni video bike staza snimljen je tijekom 2023. godine u sustavu iste producerske kuće. Navedeni troškovi sufinancirat će se u suradnji lokalnih turističkih zajednica.

Prema ključu financiranja za 2024. godinu, TZO Baška planira sredstva za dodatne troškove, ovisno o sredstvima koje HTZ odobri za projekt Krk Outdoor.

| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška, TZ otoka Krka, lokalne TZ, tiskare</i> |
|---------------------------------------|--|
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 1.508,40 EUR |

3.8. INTERNET STRANICE

3.8.1. INTERNET STRANICE I UPRAVLJANJE INTERNET STRANICAMA

Održavanje web stranica uključuje tehničko održavanje i serversku infrastrukturu koje vodi tvrtka Nivas d.o.o. iz Zagreba. Troškovi na ovoj stavci uključuju i održavanje web stranice kroz redovito ažuriranje podataka, objavljivanje novosti - VUDU administracija (CMS) i ažuriranje foto baze koje se radi u suradnji s Udrugom Livingstone. Web stranica bi trebala biti atraktivna, sadržajna i informativna

U suradnji s tvrtkom Nivas d.o.o. planira se razviti i nova web sekcija –interaktivna web kartom plaža, biciklističkih ruta, znamenitosti, top 10 atrakcija, tekstovi bi se trebali obogatiti u stilu pisanja blogova te bi trebalo napraviti facelift naslovnice, styling linkova koji vode izvan web stranice, ali također treba vidjeti u kojem smjeru će se razvijati portal Hrvatske turističke zajednice Croatia.hr na kojem TZO Baška ima svoju poddomenu.

Na ovoj stavci planiraju se sredstva za izradu nove web stranice manifestacije Baška Outdoor Festival kao ključnog alata digitalnog marketinga koji omogućuje povezivanje s ciljanom skupinom korisnika u realnom vremenu. Kako bi privukli čim veći broj sudionika, na adekvatan način prezentirali bogat program i razloge dolaska u Bašku te omogućili jednostavnije prijave za sudjelovanje u aktivnostima, potrebno je izraditi web stranicu Baška Outdoor Festivala, za što bi zatražili ponudu specijalizirane agencije.

| | |
|--------------------------------|---|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, Nivas d.o.o., Udruga Livingstone, Astoria d.o.o., Studio Conex, druge specijalizirane agencije i potencijalni partneri |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 7.000,00 EUR |

3.8.2. INTERNET STRANICE I UPRAVLJANJE INTERNET STRANICAMA - SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA

U 2024. godini krenut će se s izradom nove web stranice za prikaz događanja na otoku Krku, u suradnji sa svim lokalnim TZ-ima na otoku Krku. Odabir suradnika proveden je u listopadu 2023. godine te je odabrana agencija Koni Design u suradnji s Udrugom Livingstone. Iz dosadašnjeg naziva Ala-šu nova web stranica promijenit će i naziv domene. Pod ovom će se stavkom financirati aktivnosti vezane uz održavanje domene.

Također u 2024. godini nastavlja se ažuriranje sadržaja na novoj web stranici www.krk-outdoor.hr koju je u 2022. godini prema narudžbi izradila tvrtka Studio Conex, u skladu s Brand i komunikacijskom strategijom Krk Outdoor. To podrazumijeva poslove oblikovanja sadržaja, programiranje web portala kao i unos sadržaja (HR i GB).

TZ otoka Krka raspolaže sa slijedećim domenama, a za potrebe predstavljanja i promocije otoka Krka.: Krk.hr; Visitkrk.hr; Visitkrk.org; Visitkrk.net; Visitkrk.eu; Holiday.krk.hr; Krk-outdoor.hr; Krk-outdoor.com. Plaćanje je na godišnjoj razini, kao i produžavanje domena.

| | |
|--------------------------------|---|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZ otoka Krka, lokalne TZ, TZO Baška, Livingstone, Algebra, Studio Conex, Multilink, TZO Baška, |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 1.715,72 EUR |

3.9. KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA PODATAKA

Kreiranje i upravljanje bazama podataka uključuje uspostavljanje detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji, otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka te pripremu, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu. U skladu sa praćenjem novih trendova trebale bi se poduzeti sve aktivnosti za unaprijeđenje promotivnih aktivnosti, a one su neophodne za uspješan marketing i prodaju.

3.9.1. KREIRANJE BAZE MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA

Kontinuitet u izradi novih multimedijalnih sadržaja od velike je važnosti za destinaciju. Osim multimedijalnih materijala, kontinuitet treba održavati i u stvaranje baze fotografija. Ova stavka predviđa sredstva za nadopunjavanje foto i video materijala na temu outdoor aktivnosti, pred i posezonskih motiva, plaža, kulture, manifestacija i događanja. Za promociju putem Instagrama nužno je izraditi atraktivnu foto bazu koja se treba raditi specijalizirano u tu svrhu i u puno većem razmjeru nego za ostale kanale promocije budući da bi minimalno tri objave tjedno trebale biti zastupljene, uključujući i razdoblje zime. Prema preporukama struke, nužno je pribavljanje svježeg foto i video sadržaja tijekom čitave godine, u cilju praćenja novonastalih trendova i u skladu s potražnjom društvenih mreža. Također je predviđen nastavak suradnje sa tvrtkom 360 Provideo, s ciljem razvijanja naprednih 360 VR video live streaming, 360 VR videa i fotografija.

| | |
|---------------------------------------|--|
| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška, UO Domino, Bar d.o.o., Studio B, ostali fotografi (obrti/tvrtke)</i> |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 8.000,00 EUR |

3.9.2. ODRŽAVANJE SUSTAVA BAZE PODATAKA

Održavanje sustava i baze podataka podrazumijeva IT platformu odnosno softver zaštite podataka u koji podržava čuvanje podataka zaštite osobnih podataka, sigurnosti način obrade podataka prema radnom mjestu, procjena učinka na zaštitu podataka (procjena rizika), mobilnu aplikaciju, izradu dokumentacije u skladu sa specifičnim zahtjevima korisnika i savjetničke usluge.

| | |
|---------------------------------------|--|
| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška, MENTOR SAVJETOVANJE d.o.o., ostali suradnici</i> |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 350,00 EUR |

3.9.3. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA - KREIRANJE BAZE PODATAKA

Troškovi obuhvaćaju održavanja baze podataka GDPR za TZ otoka Krka, prema ugovoru, koji je također potpisan sa tvrtkom MENTOR SAVJETOVANJE d.o.o.. Trošak se raspoređuje prema ključu financiranja.

| | |
|---------------------------------------|--|
| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZ otoka, lokalne TZ, TZO Baška, MENTOR SAVJETOVANJE d.o.o., ostali suradnici</i> |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 114,70 EUR |

3.10. TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI

Turističko - informativne aktivnosti obuhvaćaju upravljanje TIC-evima, upravljanje Centrima za posjetitelje, postavljanje info punktova i održavanje turističke signalizacije samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave.

3.10.1. TURISTIČKA SIGNALIZACIJA

Ovom stavkom predviđen je trošak turističke i smeđe signalizacije koji uključuje sanaciju, nadopunu i postavljanje novih tabela prema tekućim potrebama. Dosadašnji suradnici za redovno održavanje smeđe signalizacije su Pismotisak j.d.o.o. i Grafotisak Braut.

Planira se sustav označavanja i informiranja interpretacijskim pločama. Interpretacijske ploče su informativni sadržaji koji imaju cilj pobližeg opisivanja turističkog lokaliteta, očuvanje kulturne baštine, promociju te podizanje opće obrazovne i kulturne razine kako kod domaćeg tako i stranog posjetitelja. Interpretacijske ploče bi bile dvojezične. Ploče bi imale tekstualni opis znamenite građevine na koju su postavljene, na hrvatskom i engleskom jeziku, a postavile bi se uz prethodnu Općine Baška, suglasnost Konzervatorskog odjela Ministarstva kulture ukoliko je potrebno i vlasnika građevina. U ovom trenutku nemamo točan financijskog okvir za potrebnu signalizaciju, jer se radi na pripremi projekta u suradnji sa profesorom Tvrtkom Božićem iz OŠ Baška te uz pomoć Udruge Sinjali, stoga se određen dio sredstava za pripremu ipak predvidio ovom stavkom.

| | |
|---------------------------------------|---|
| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška, Pismotisak j.d.o.o., Grafotisak Braut, ostali suradnici</i> |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |

| | |
|--------|--------------|
| Budget | 2.000,00 EUR |
|--------|--------------|

3.10.2. ODRŽAVANJE TURISTIČKE SIGNALIZACIJE – SUFINANCIRANJE TZ OTOKA

S ove će se stavke sufinancirati troškovi održavanja i upravljanja turističke signalizacije po Godišnjem programu rada TZ otoka Krka, a TZO Baška sudjeluje prema ključu financiranja 16,76%.

| | |
|--------------------------------|---|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, TZ otoka Krka, Pismotisak j.d.o.o., Grafotisak Braut, ostali suradnici |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 340,23 EUR |

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

Destinacijski menadžment usmjeren je na aktivnosti namijenjene većem razumijevanju i dobivanju podrške subjekata uključene u turističke aktivnosti.

4.1 TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE / EVISITOR

4.1.1. INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE /EVISITOR

TZO Baška kontinuirano radi na permanentnoj edukaciji zaposlenih samostalno ili u suradnji sa ostalim lokalnim turističkim zajednicama. Edukacija zaposlenih mora biti permanentna, a radi se u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i TZ Kvarnera (edukativna predavanja, seminari, radionice) u cilju stjecanja novih znanja i vještina.

Ova stavka obuhvaća i troškove moguće nabave informativnih Info Display platforma koje bi prikazivale planove mjesta, najave događanja, servisne informacije i lokalne atrakcije i ponude.

S ove stavke zatražiti će se ponuda za mVisitor mobilnu aplikaciju. Aplikacija je za privatne iznajmljivače koja služi za prijavu gostiju u nacionalni sustav eVisitor. Aplikacija omogućuje evidenciju, kontrolu, unos i potvrđivanje podataka gostiju, pregled objekata iznajmljivača, historijat, primanje obavijesti i promocija od strane TZ-a, te dokumente potrebne za ispravan rad sustava u objektu.

| | |
|--------------------------------|---|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, Frisd d.o.o., ostali suradnici |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 3.000,00 EUR |

4.1.2. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE

S ove stavke financiraju se troškovi održavanja aplikacije Bike&Hike. Zbog zastarjelosti aplikacije, ali i izrade revizije staza, predviđa se izrada nove što će iziskivati dodatna sredstva. Tijekom 2024. godine stoga je potrebno prikupiti ponude za nova rješenja, dok bi se u izradu krenulo nakon završene karte bike i hike. Stoga su za sada planirana inicijalna sredstva za održavanje.

TZO Baška participira u sufinanciranju udruženo s ostalim LTZ s područja otoka Krka prema ključu 16,76 %

| | |
|--------------------------------|--|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZ otoka Krka, TZO Baška, ostale lokalne turističke zajednice, Molekula d.o.o., ostali suradnici |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |

| | |
|--------|------------|
| Budget | 388,83 EUR |
|--------|------------|

4.1.3. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE (VAN UGOVORA)

Ova stavka uključuje sredstva predviđena za sufinanciranje aktivnosti TZ otoka Krka van ugovora:

- Podrška novoj platformi za događanja (nekadašnja In Destination): s obzirom na to da će se portal Ala-šu ugasiti u prosincu 2023. godine, u 2024. godini izradit će se novi web za prikaz događanja na otoku Krku u suradnji sa svim lokalnim TZ-ima koje će ujedno biti zadužene za unos i izmjene podataka (događanja) za svoje područje. Odabir suradnika proveden je u listopadu 2023. godine, a najbolju ponudu dostavila je agencija Koši Design u suradnji s Udrugom Livingstone. Iz dosadašnjeg naziva Alašu nova web stranica promijenit će i naziv domene.
- Provideo 360 - Virtualna šetnja kroz otok Krk u 360 stupnjeva predstavlja suvremeni, inovativni i interaktivan vizualni prikaz gradova i okolica iz zraka koristeći najnovije webVR tehnologije

TZO Baška participira u sufinanciranju udruženo s ostalim LTZ s područja otoka Krka prema ključu 16,76 %

| | |
|--------------------------------|--|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZ otoka Krka, TZO Baška, ostale lokalne turističke zajednice, Multilink, Provideo 360, ostali suradnici |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 653,64 |

4.2. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI

Sustav upravljanja kvalitetom u destinaciji uključuje sustav nagrađivanja i priznanja postignućima u turizmu u svrhu razvoja izvrsnosti na svim razinama turističke ponude u destinaciji samostalno, u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om.

4.2.1. EDUKACIJE I STRUČNI SKUPOVI

Edukacija uključuje edukativna predavanja s ciljem obrazovanja djelatnika, ali i ostalih subjekata javnog i privatnog turističkog sektora kako bi se unaprijedila marketinška znanja, a time i poboljšala učinkovitost promocije na svim razinama.

TZO Baška samostalno ili u suradnji sa ostalim lokalnim turističkim zajednicama organizira edukacije za iznajmljivače i djelatnike turističkih agencija. Edukacije se već dulji niz godina održavaju u suradnji s Interligom, savjetovalištem za vlasnike obiteljskog smještaja i UHPA – Udrugom hrvatskih putničkih agencija, ali i ostalim suradnicima s područja edukacije. Teme koje edukacije obrađuju su: zakoni i propisi u poslovanju, računi i porezi, marketing, prodaja, online prezentacija smještaja i mnoge druge teme koje se odnose na poslovanje privatnih iznajmljivača. Moguća je i organizacija tečajeva stranih jezika.

TZO Baška će i u 2024. godini, kroz pretplatu, omogućiti svim iznajmljivačima s područja općine na web stranicama Turističke zajednice općine Baška besplatno preuzimanje izdanja časopisa Apartman Plus - specijaliziranog časopisa za pružatelje ugostiteljskih usluga smještaja u domaćinstvu.

| | |
|--------------------------------|---|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, ostale lokalne turističke zajednice, suradnici s područja edukacije, Interligo d.o.o, UHPA |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 2.000,00 EUR |

4.2.2. STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE U SURADNJI SA TZ OTOKA KRKA

U suradnji sa TZ otoka Krka i ostalim lokalnim turističkim zajednicama planiraju se organizirati edukativne radionice te su aktivnosti pod ovom stavkom usmjerene prema većem razumijevanju i dobivanju podrške subjekata uključenih u turističke aktivnosti. TZ otoka Krka predlaže permanentnu edukaciju zaposlenih u suradnji s HTZom, kroz besplatne edukativne programe i seminare u jesenskom i zimskom periodu. Edukativne radionice radit će se u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama po raznim temama za pripremu sezone, a TZO Baška sudjeluje u financiranju sa 16,76%.

| | |
|--------------------------------|---|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, ostale lokalne turističke zajednice, suradnici s područja edukacije, Interligo d.o.o |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 97,21 EUR |

4.3. POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE DESTINACIJE

Troškovi u ovoj stavci odnose na poboljšanje općih uvjeta boravka turista, aktivnosti uređenja mjesta i suradnju sa subjektima javnog i privatnog sektora radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije.

TZ Kvarnera je u 2022. godini pokrenula jači razvoj i reorganizaciju projekta Kvarner Outdoor, kada su izrađeni novi vizualni standardi za cijelu županiju, novi standardi za označavanje, numeriranje i markiranje bike i hike staza za područje cijele Primorsko-goranske županije. U studenom iste godine pokrenut je natječaj za potpore za uređenje bike i hike staza na područjima lokalnih turističkih zajednica. Istovremeno, turističke zajednice na otoku Krku krenule su u sveobuhvatnu reviziju sustava bike i hike staza. Revizija i reorganizacija sustava bike i hike staza otoka Krka zahtjevan je i dugotrajan proces, po okončanju kojeg je utvrđen konačan popis staza koje ulaze u službeni sustav, te realiziran veći dio uređenja i označavanja/ markiranja staza. Preostali dio staza trebao bi se urediti, trasirati i markirati u 2024. godini.

Uređenje destinacije / Photopointovi i dekoracije

TZO Baška u posljednje 3 godine sudjeluje u uređenju mjesta, kroz nabavku potrošnih materijala i izradu dekoracija te photopointova u sklopu manifestacija ili u sklopu određenih razdoblja u godini.

Uređenje šetnica i poučnih staza te biciklističkih staza

U 2024. planira se markacija pješačkih staza te nabavka i postavljanje novih tabela i stupova sukladno reviziji staza koju je proveo suradnik Anima Adventures te revizija i označavanje postojećih biciklističkih staza. Planirana je moguća nabavka klupica za pojedine lokacije u svrhu odmorišta i photo pointova.

Održavanje staza

Ovom stavkom obuhvatiti će se održavanje postojećih uređenih biciklističkih i pješačkih staza.

Ovom stavkom predviđeno je i redovito održavanje (košnja, popravak suhozida, uklanjanje niskog raslinja) i čišćenje tematskih šetnica, Poučne staze i Puta ka mjesecu u suradnji s TD Baška, Anima Adventures i mogućim novim suradnicima po tom pitanju.

Održavanje i uređenje penjališta

Penjališta se održavaju u suradnji s tvrtkom Anima Adventures iz Rijeke. Zbog velikog interesa i brojnih dolazaka penjača, potrebno je održavanje 4 penjališta koja su u 2015. godini markirani te je napravljena sigurnosna provjera prije uključivanje ovih sadržaj u outdoor kartu, brošuru te outdoor

ponudu. Radi se o penjalištama Bunculuka, Portafortuna, Belove Stene, a od 2019. se postepeno uređuje i penjalište Bag.

Provjerava se stanja opreme na stijeni i eventualna zamjena oštećene opreme (sidrišta i sl.). Radovi počinju krajem proljeća i završavaju se prije početka glavne turističke sezone, a drugi dio radova odrađuje se u jesen. U 2021 se uredilo i dodatnih 15 smjerova na penjalištu Belove stene te je napravljena kompletna revizija područja u svrhu pronalaska novih stijena za penjanje i Via ferratu. Krenulo se u izradu digitalnog vodiča za penjališta te je potrebno parkinge opremiti info pločama i urediti odmorista u podnožju penjališta. Rezerviran je samo dio iznosa za sve navedene planirane aktivnosti, a sva veća ulaganja treba razmotriti Turističko vijeće, a očekuje se i sufinanciranje od TZ Kvarnera u sklopu projekta Kvarner outdoor.

| | |
|--------------------------------|---|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, PD Obzova, TD Baška, TZ Kvarnera, TZ otoka Krka, Samostalna sportska djelatnost Svjetlana Vrkljan Radovčić, Van puta obrt za poslovno savjetovanje, Anima Adventures |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 12.000,00 EUR |

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

5.1. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - ČLANARINA ZA SKAL

Na ovoj stavci predviđeni su troškovi godišnje članarine SKAL klubu za direktoricu TZ otoka Krka prema ključu 16,76%.

| | |
|--------------------------------|--------------------------------------|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška, TZ otoka Krka, ostale LTZ |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 8,36 EUR |

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

U administrativne poslove spadaju troškovi za radnike, troškovi hladnog pogona TZ otoka Krka, materijalni i nematerijalni troškovi i troškovi za tijela turističke zajednice.

6.1. PLAĆE

6.1.1. TROŠAK UREDA TZO BAŠKA

Turistički ured TZO Baška ima 3 stalno zaposlene djelatnice: direktoricu ureda, 2 administratora – koordinatore te trenutno na određeno vrijeme zaposlenu djelatnicu na radnom mjestu stručni suradnik (planira se ponuditi produženje). S ove stavke su predviđeni rashodi za bruto plaće, troškovi doprinosa, kao i ostali dodatci na plaću prema Pravilniku o radu Turističkog ureda Turističke zajednice općine Baška (regres, božićnica, nagrade, prehrana, prijevoz na posao van mjesta rada), uz prethodnu suglasnost Predsjednika Turističke zajednice.

Zbog povećanja troškova života uslijed aktualne gospodarske situacije za 2024. godinu predlaže se povećanje osnovice za obračun plaće radnika oko 6,8% odnosno za iznos aktualne inflacije, a sukladno zaključcima s 13. sjednice TV da se razmotri povećanje plaća za zaposlene u TZ. Koeficijente složenosti za određene poslove određuje poslodavac. Početkom 2024. stupa na snagu novi Zakon o turizmu koji će donijeti nove zadaće turističkim zajednicama, a donošenje plana upravljanja destinacijom biti će zakonska obveza

| | |
|--------------------------------|----------------|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 102.400,00 EUR |

6.1.2. SUFINANCIRANJE TROŠKOVA TZ OTOKA KRKA - PLAĆE

Turistička zajednica otoka Krka osnovana je skladu sa Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (N.N. 152/08) iako financiranje TZ otoka Krka nije definirano zakonom već je dogovoreno na dobrovoljnoj osnovi svih zainteresiranih lokalnih samouprava na otoku Krku kao i grada Krka, te svih turističkih zajednica (7).

Financiranje TZ otoka Krka definira Statut (članak 63 statuta TZ otoka Krka), a obuhvaća slijedeće prihode:

- Prihode turističkih zajednica (turističku pristojbu i članarinu u određenom postotku prema ostvarenjima u prethodnoj godini)
- Priloga općina i Grada Krka u skladu s propisanim sporazumom i ugovorom
- Priloga Hrvatske turističke zajednice
- Priloga TZ Kvarnera

TZ općine Baška tako iz svojih redovnih prihoda izdvaja sredstva za financiranje TZ otoka Krka i to posebno za financiranje ureda te za financiranje programa. Ključ financiranja programa i pogona TZ otoka Krka za 2024. godinu određen je prema raspodjeli koja je definirana prema dostavljenim podacima neto turističke pristojbe (uključujući i nautiku) i članarine po TZ-ima u 2022. godini.

U 2024. godini troškovi TZO Baška za funkcioniranje hladnog pogona TZ otoka određeni su prema postotku 16,76 % što iznosi 8.983,21 EUR.

Ured TZ otoka Krka ima jednu djelatnicu zaposlenu u stalnom radnom odnosu te direktoricu ureda koja je na funkciji od rujna 2014. godine. U drugoj polovici 2024. godine direktorica najavila je svoj odlazak u mirovinu te će shodno Statutu TZ otoka Krka, Pravilniku o radu kao i Sistematizaciji radnih mjesta biti otvoren natječaj za novog direktora/icu.

Ako TZ otoka Krka prođe na natječaju EU fondova Interreg SI – HR 2021. – 2027. s projektom Glagoljice, shodno uvjetima natječaja zaposlila bi se i dodatna osoba za vrijeme trajanja projekta. Izdaci plaće za navedenu osobu financirali bi se 80% iz sredstava EU fonda sukladno natječaju.

U travnju 2023. godine svi lokalni TZ-i na otoku kao i TZ otoka Krka potpisale su sporazum o obavljanju stručne prakse u suradnji s Fakultetom za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji, te je time osigurala dodatnog djelatnika koji će tijekom 2024. godine obavljati stručnu praksu u uredu, a radi se o studentima završnih godina preddiplomskih studija koji pohađaju program Menadžment u turizmu.

| | |
|--------------------------------|--------------|
| Nositelj aktivnosti i partneri | TZO Baška |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 6.467,91 EUR |

6.2. MATERIJALNI I NEMATERIJALNI TROŠKOVI

Pod ovu kategoriju troškova spadaju materijalni i nematerijalni troškovi funkcioniranja ureda turističke zajednice te troškovi amortizacije. U materijalne troškove spadaju troškovi doprinosa za zdravstvo, zdravstvene usluge, putne troškove (naknada za vlastiti auto u službene svrhe), materijal za čišćenje, uredski potrošni materijal, izdaci za energiju, izdaci za uređenje prostora, troškovi reprezentacije, prijevozne usluge za promo materijale. U nematerijalne rashode spadaju usluge čišćenja i održavanja, usluge najma opreme, knjigovodstvene i informatičke usluge, pravne usluge, usluge revizije, komunalne usluge, usluge HT i pošte, nabavku uređaja za rad, održavanje zelenih površina ispred ureda, nabavku sitnog inventara, bankovne usluge, premija osiguranja te ostali nespomenuti izdaci.

| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška</i> |
|---------------------------------------|------------------|
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 48.866,98 EUR |

6.2.1. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - MATERIJALNI I NEMATERIJALNI TROŠKOVI

Prema dostavljenom Programu rada TZ Otoka Krka za 2024. godinu pod ovom se stavkom TZO Baška financira materijalne i nematerijalne troškove ureda TZO Krka u iznosu od 2.385,74 EUR.

| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška</i> |
|---------------------------------------|------------------|
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 2.385,74 EUR |

6.3. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE

6.3.1. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE TZO BAŠKA

U ove rashode spadaju troškovi koji proizlaze iz rada tijela zajednice – turističkog vijeća i skupštine, kao što su naknade za vijećnike, troškovi reprezentacije te tisak materijala za potrebe održavanja sjednica tijela turističke zajednice. Članovi Vijeća primaju simboličnu naknadu od 26,54 EUR po sjednici te se zbog povećanja troškova života uslijed inflacije i gospodarske krize predlaže uvećanje na 35,00 EUR koje se obračunava po prisutnosti na sjednici. U ovu stavku uključen je i trošak reprezentacije i trošak tiskanja materijala za sjednice.

| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška</i> |
|---------------------------------------|------------------|
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 1.500,00 EUR |

6.3.2. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - OBVEZE ZA TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE

Pod ovom se stavkom financiraju troškovi za tijela turističke zajednice TZO Krka.

| | |
|---------------------------------------|--------------------------------------|
| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška, TZ otoka Krka, LTZ</i> |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 129,56 EUR |

6.3.3. REPREZENTACIJA

Planira se simbolični trošak za hranu i piće nakon održanih sjednica.

| | |
|---------------------------------------|------------------|
| <i>Nositelj aktivnosti i partneri</i> | <i>TZO Baška</i> |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 1.000,00 EUR |

7. REZERVA

Na ovoj se poziciji predviđa rezerva 5 % za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti (Odlukom Turističkog vijeća moguća je alokacija sredstava rezerve na ostale pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivnosti). Za financiranje neplaniranih aktivnosti na ovoj poziciji predviđen je minimalan iznos.

| | |
|----------------------------|------------------|
| <i>Nositelj aktivnosti</i> | <i>TZO Baška</i> |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 4.000,00 EUR |

8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

Ovisno o procjeni financijskog rezultata poslovanja u tekućoj godini, ukoliko se ostvari manjak prihoda nad rashodima, potrebno je od planiranih redovnih prihoda za narednu godinu određeni dio sredstava rezervirati za pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine.

| | |
|----------------------------|------------------|
| <i>Nositelj aktivnosti</i> | <i>TZO Baška</i> |
| Rok izvršenja | Kontinuirano |
| Budget | 16.000,00 EUR |

Ukupni rashodi TZO Baška u 2024. godini procjenjuju se na 571.000,00 EUR.

9. INFORMACIJSKI SUSTAV - IZVJEŠĆIVANJE

Dužnosti direktora na izvršenje programa rada:

Direktor Turističkog ureda TZO Baška obavlja sve poslove koji se odnose na organizaciju, rukovođenje i poslovanje Turističkog ureda, opisane i navedene u Statutu TZO Baška i u granicama određenim Zakonom, drugim propisima, te Aktom Ministarstva turizma. Također, direktor usklađuje materijalne i druge uvjete rada Turističkog ureda i brine se da poslovi i zadaci budu na vrijeme i kvalitetno obavljani, u skladu s odlukama, zaključcima i programom rada Zajednice i njezinih tijela.

Rad povremenih tijela Zajednice Za izvršenje stalnih i povremenih zadaća Zajednice, Turističko vijeće može osnovati odbore, sekcije, komisije i druga tijela, te koristiti usluge znanstvenih i stručnih, pravnih

i fizičkih osoba. Ta tijela nemaju pravo odlučivanja, a odlukom o osnivanju određuje se njihov stav, djelokrug i druga pitanja u vezi njihova rada.

Izmjena financijskog plana

Turističko vijeće može bez sazivanja Skupštine mijenjati financijski plan i program najviše 5% više ili manje od planiranih sredstava koja su predviđena i prihvaćena na redovnoj Skupštine TZO Baška. Izmjena financijskog plana na Skupštini vršiti će se kada se uvidi da će financijski plan i program odstupati od predviđenog više od dozvoljenih 5%.

Izveščivanje

Direktor je dužan jednom godišnje izvijestiti Turističko Vijeće o radu i poslovanju Zajednice. Direktor također izrađuje godišnje izvješće o izvršenju zadaća, analizu i ocjenu ostvarenja programa i financijskog plana. Prijedlog godišnjeg izvješća utvrđuje Turističko vijeće, a usvaja Skupština TZO Baška.

Ivana Topić, mag. oec.

FINANCIJSKI PLAN TZO BAŠKA ZA 2024. GODINU

| | | PRIHODI | PLAN 2023 EUR | UDIO % | INDEKS PLAN 2023 / IZMJERE I DOPUNE FP 2022 | PRIHODI/TROŠKOVI DO KRAJA GODINE | UDIO | INDEKS | PLAN 2024 EUR | UDIO | INDEKS |
|----|--------|--|-------------------|--------------|---|-------------------------------------|---------------|---------------|-------------------|---------------|---------------|
| 1. | | Izvorni prihodi | 436.230,00 | 88,36 | 106,02 | 444.500,00 | 84,77 | 101,90 | 521.000,00 | 91,24 | 117,21 |
| | 1.1. | Turistička pristojba | 378.230,00 | 76,62 | 101,24 | 384.500,00 | 73,33 | 101,65 | 456.000,00 | 79,86 | 118,60 |
| | 1.1.1. | Turistička pristojba - redovni račun | 371.630,00 | | 100,72 | 380.000,00 | | 102,25 | 460.000,00 | | 118,42 |
| | 1.1.2. | Turistička pristojba u nautičkom turizmu | 6.600,00 | | 142,08 | 4.500,00 | | 68,18 | 6.000,00 | | 133,33 |
| | 1.2. | Članarina | 58.000,00 | 11,75 | 153,33 | 60.000,00 | 11,44 | 103,45 | 65.000,00 | 11,38 | 108,33 |
| 2. | | Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog | 0,00 | | 0,00 | 35.850,00 | 6,84 | 0,00 | 32.000,00 | 5,60 | 89,26 |
| 3. | | Prihodi od sustava turističkih zajednica | 15.900,00 | 3,10 | 134,89 | 20.865,44 | 3,98 | 136,38 | 15.000,00 | 2,63 | 71,88 |
| 4. | | Prihodi iz EU fondova | 0,00 | | 0,00 | 0,00 | | | 0,00 | | 0,00 |
| 5. | | Prihodi od gospodarstva djeletnosti | 4.000,00 | | 0,00 | 2.106,98 | 0,40 | 52,67 | 2.000,00 | 0,35 | 94,92 |
| 6. | | Preneseni prihod iz prethodne godine | 38.000,00 | 7,70 | 39,87 | 4.591,58 | 0,88 | 12,08 | 0,00 | | 0,00 |
| 7. | | Ostali prihodi | 140,00 | 0,03 | 405,70 | 16.453,55 | 3,14 | 11.753,13 | 1.000,00 | 0,18 | 0,00 |
| | | UKUPNI PRIHODI | 493.670,00 | 99,19 | 94,92 | 524.365,55 | 100,00 | 106,22 | 571.000,00 | 100,00 | 108,89 |

| | | AKTIVNOSTI | PLAN 2023 EUR | UDIO | INDEKS | PRIHODI/TROŠKOVI DO KRAJA GODINE | UDIO | INDEKS | PLAN 2024 EUR | UDIO | INDEKS |
|---------|---------|---|------------------|-------|--------|-------------------------------------|-------|--------|------------------|-------|--------|
| 1. | | ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE | 4.142,71 | 0,83 | 156,89 | 2.642,71 | 0,50 | 63,79 | 5.268,14 | 0,92 | 199,35 |
| | 1.1. | Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata | 3.942,71 | | 149,32 | 2.642,71 | | 67,03 | 5.268,14 | | 199,35 |
| TZ OTOK | 1.1.1. | Udružene aktivnosti prema Strategiji brenda Krk Outdoor (prema ključu 16,76%) | 1.642,71 | | 438,95 | 1.642,71 | | 100,00 | 1.393,27 | | 84,82 |
| TZ OTOK | 1.1.2. | Udružene aktivnosti na projektu EU Interreg SI_HR 2021.-2027. (prema ključu 16,76%) | | | | | | | 874,87 | | 0,00 |
| | 1.1.3. | Ravnanje i plan razvoja biclističkih i pješačkih - trail staza na području Općine Baška | 2.000,00 | | 0,00 | 1.000,00 | | 50,00 | 0,00 | | 0,00 |
| | 1.1.4. | Izrade strateških dokumenata sukladno novom Zakonu u turizmu | | | | | | | 3.000,00 | | 0,00 |
| | 1.2. | Istraživanje i analiza tržišta | 100,00 | | 0,00 | 0,00 | | 0,00 | 0,00 | | 0,00 |
| | 1.3. | Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti | 100,00 | | 0,00 | 0,00 | | 0,00 | 0,00 | | 0,00 |
| 2. | | RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA | 210.902,87 | 42,42 | 94,06 | 266.713,27 | 50,86 | 126,46 | 273.769,55 | 47,95 | 102,85 |
| | 2.1. | Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda | 7.692,67 | | 146,95 | 8.485,04 | | 110,30 | 8.169,55 | | 96,28 |
| | 2.1.1. | Razvoj projekta Camino Krk | 2.000,00 | | 66,38 | 4.500,00 | | 225,00 | 3.000,00 | | 66,67 |
| | 2.1.2. | Razvoj projekta novih trail staza | 4.000,00 | | 0,00 | 1.000,00 | | 25,00 | 3.000,00 | | 300,00 |
| TZ OTOK | 2.1.3. | Sufinanciranje TZ otoka Krka - podrška razvoju turističkog proizvoda prema ključu 16,29% | 1.692,67 | | 76,18 | 2.985,04 | | 176,33 | 2.169,55 | | 72,68 |
| | 2.2. | Sustavi osnažavanja kvalitete turističkog proizvoda | 140,00 | | 0,00 | 0,00 | | 0,00 | 0,00 | | 0,00 |
| | 2.2.1. | Kvarner Family | 140,00 | | 0,00 | 0,00 | | 0,00 | 0,00 | | 0,00 |
| | 2.3. | Podrška razvoju turističkih događanja | 105.800,00 | | 89,88 | 192.209,61 | | 115,93 | 198.500,00 | | 103,27 |
| | | Kulturno - zabavne manifestacije | 40.300,00 | | 67,99 | 57.083,43 | | 141,65 | 49.500,00 | | 86,72 |
| | 2.3.1. | Ljetne manifestacije (Bažentsko kulturno ljetno) | 28.000,00 | | 69,45 | 48.212,55 | | 172,19 | 32.000,00 | | 66,37 |
| | 2.3.2. | Advent u Baški | 5.400,00 | | 82,59 | 2.000,00 | | 37,04 | 8.000,00 | | 400,00 |
| | 2.3.3. | Uokrs u Baški | 2.100,00 | | 51,66 | 2.114,69 | | 100,70 | 2.000,00 | | 94,58 |
| | 2.3.4. | Svjetski dan turizma | 1.300,00 | | 297,94 | 0,00 | | 0,00 | 3.000,00 | | 0,00 |
| | 2.3.5. | Edukativno - ekološka manifestacija - "Baška Rožica" | 3.500,00 | | 60,04 | 4.756,19 | | 135,89 | 4.500,00 | | 94,61 |
| | | Sportske manifestacije | 23.100,00 | | 89,95 | 23.141,94 | | 100,18 | 25.600,00 | | 110,52 |
| | 2.3.6. | 4 Islands | 20.600,00 | | 100,35 | 20.555,00 | | 99,78 | 20.600,00 | | 100,22 |
| | 2.3.7. | Outdoor programi | 2.500,00 | | 81,83 | 2.586,94 | | 103,48 | 2.500,00 | | 96,64 |
| | 2.3.8. | Adventure race | 0,00 | | 0,00 | 0,00 | | 0,00 | 2.500,00 | | 0,00 |
| | | Tradicionalne - Brand manifestacije | 102.400,00 | | 0,00 | 111.984,24 | | 109,36 | 123.400,00 | | 110,19 |
| | 2.3.9. | Ribaraki dan | 22.000,00 | | 65,56 | 27.111,77 | | 123,24 | 30.000,00 | | 110,65 |
| | 2.3.10. | Baška International Guitar Festival | 18.000,00 | | 90,70 | 20.822,47 | | 115,68 | 25.000,00 | | 120,06 |
| | 2.3.11. | Baška Outdoor Festival (organizacija TZO Baška) | 12.000,00 | | 182,39 | 13.650,00 | | 113,75 | 18.000,00 | | 131,87 |
| | 2.3.12. | Crna ovca | 50.400,00 | | 139,84 | 50.400,00 | | 100,00 | 50.400,00 | | 100,00 |
| | 2.4. | Turistička infrastruktura - Galerija Zvonimir | 5.300,00 | | 86,40 | 5.868,62 | | 99,47 | 4.300,00 | | 73,27 |
| | 2.4.1. | Religijski troškovi galerije | 700,00 | | 107,64 | 260,00 | | 37,14 | 300,00 | | 115,38 |
| | 2.4.2. | Organizacija izložbi | 5.200,00 | | 84,17 | 5.608,62 | | 107,86 | 4.000,00 | | 71,32 |
| | 2.5. | Podrška turističkoj industriji | 31.370,00 | | 129,52 | 60.150,00 | | 191,74 | 62.800,00 | | 104,41 |
| | 2.5.1. | Potpore za programe, događanja i manifestacije u turizmu na području Općine Baška (prema javnom pozivu) | 26.570,00 | | 125,43 | 23.850,00 | | 89,76 | 26.000,00 | | 109,01 |
| | 2.5.2. | Potpore za programe - van javnog poziva - BSWireless | 4.000,00 | | 100,46 | 2.900,00 | | 72,50 | 4.000,00 | | 137,93 |
| | 2.5.3. | Donacije | 800,00 | | 92,73 | 800,00 | | 100,00 | 800,00 | | 100,00 |

| | | | | | | | | | | | |
|---------|----------|---|------------------|--------------|-----------------|------------------|--------------|---------------|------------------|--------------|---------------|
| | 2.5.4. | Potpora gospodarstvu - Sufinanciranje rada Tur. Ambulante (SREDSTVA U PRIHODIMA OD OPĆINE BAŠKA) | 0,00 | | | 32.600,00 | | 0,00 | 32.000,00 | | 96,16 |
| 3. | | KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE | 95.379,91 | 19,18 | 105,55 | 78.297,77 | 14,93 | 82,09 | 93.449,82 | 18,37 | 119,35 |
| | 4.1. | Definiranje branding sustava i brand arhitekture | 3.400,00 | | 0,00 | 0,00 | | 0,00 | 3.000,00 | | 0,00 |
| | | Knjiga grafičkog standarda - vizualni identitet | 3.400,00 | | 0,00 | 0,00 | | 0,00 | 3.000,00 | | 0,00 |
| | 3.2. | Ogllašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda | 23.649,45 | | 118,55 | 25.663,93 | | 188,52 | 25.898,67 | | 100,91 |
| | 3.2.1. | Posebne tematske kampanje po turističkim proizvodima i prigodne kampanje | 1.000,00 | | 0,00 | 1.500,00 | | 150,00 | 2.000,00 | | 133,33 |
| | 3.2.2. | Online i offline oglašavanje te komunikacija na društvenim mrežama | 18.900,00 | | 104,02 | 19.600,00 | | 103,70 | 19.500,00 | | 99,49 |
| | 3.2.2.1. | Komunikacija na društvenim mrežama | 6.000,00 | | 107,64 | 6.000,00 | | 180,00 | 6.500,00 | | 108,33 |
| | 3.2.2.2. | Online oglašavanje | 9.400,00 | | 119,66 | 7.400,00 | | 78,72 | 7.000,00 | | 94,59 |
| | 3.2.2.3. | Offline oglašavanje | 3.500,00 | | 73,84 | 6.200,00 | | 177,14 | 6.000,00 | | 96,77 |
| TZ OTOK | 3.2.3. | Sufinanciranje TZ otoka Krka - On-line komunikacija (prema ključu 16,76%) | 2.382,59 | | 161,79 | 3.197,00 | | 134,19 | 3.596,60 | | 112,50 |
| TZ OTOK | 3.2.4. | Sufinanciranje TZ otoka Krka - Off-line komunikacija (prema ključu 16,76%) | 1.366,86 | | 446,62 | 1.366,85 | | 100,00 | 801,98 | | 58,67 |
| | 3.3. | Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR | 1.591,29 | | 1.917,00 | 1.416,94 | | 89,04 | 1.049,23 | | 74,05 |
| | 3.3.1. | Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR | 400,00 | | 0,00 | 225,65 | | 56,41 | 500,00 | | 221,58 |
| TZ OTOK | 3.3.2. | Sufinanciranje TZ otoka Krka - Odnosi s javnošću i PR (prema ključu 16,76%) | 1.191,29 | | 391,53 | 1.191,29 | | 100,00 | 549,23 | | 46,10 |
| | 3.4. | Marketinške i poslovne suradnje | 25.529,07 | | 98,65 | 18.040,10 | | 70,56 | 20.189,90 | | 111,92 |
| | 3.4.1. | Promotivne kampanje sa strateškim partnerima na inozemnim tržištima | 10.728,04 | | 95,79 | 10.743,00 | | 100,14 | 10.743,00 | | 100,00 |
| | 3.4.2. | Udručeno oglašavanje u suradnji sa sustavom TZ-a i predstavnicima tur. ponude | 6.573,21 | | 110,07 | 6.569,78 | | 99,94 | 7.250,00 | | 110,35 |
| TZ OTOK | 3.4.3. | Sufinanciranje TZ otoka Krka - marketinške i poslovne suradnje prema ključu (16,76%) | 727,32 | | 64,26 | 727,32 | | 100,00 | 2.196,90 | | 302,05 |
| | 3.4.4. | Promotivna on line kampanja S.T.A.R. Digital | 7.500,00 | | 99,03 | 0,00 | | 0,00 | 0,00 | | 0,00 |
| | 3.5. | Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice | 3.201,78 | | 176,63 | 4.475,45 | | 199,78 | 6.522,11 | | 145,73 |
| | 3.5.1. | Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice | 1.100,00 | | 115,03 | 2.500,00 | | 227,27 | 2.500,00 | | 100,00 |
| TZ OTOK | 3.5.2. | Sufinanciranje TZ otoka Krka - Sajmovi i prezentacije (16,76%) | 1.020,75 | | 190,61 | 1.020,75 | | 100,00 | 2.346,11 | | 229,84 |
| | 3.5.3. | Sufinanciranje u koordinaciji TZ otoka Krka - Informatori na sajmovima München, London i Berlin (van ugovora) | 1.081,03 | | 336,83 | 954,70 | | 88,31 | 1.676,00 | | 175,55 |
| | 3.6. | Suradnja s organizatorima putovanja | 976,20 | | 89,59 | 376,20 | | 38,54 | 888,83 | | 236,27 |
| | 3.6.1. | Suradnja s organizatorima putovanja | 600,00 | | 90,41 | 0,00 | | 0,00 | 500,00 | | 0,00 |
| TZ OTOK | 3.6.2. | Sufinanciranje TZ otoka Krka - Suradnja s organizatorima putovanja (16,76%) | 376,20 | | 88,32 | 376,20 | | 100,00 | 388,83 | | 103,36 |
| | 3.7. | Kreiranje promotivnog materijala | 16.261,59 | | 78,03 | 14.258,56 | | 87,66 | 16.300,43 | | 114,88 |
| | 3.7.1. | Priprema destinacijskih marketinških materijala | 3.000,00 | | 225,89 | 4.400,00 | | 146,67 | 5.000,00 | | 113,64 |
| | 3.7.2. | Brošure i tiskani materijali | 11.200,00 | | 60,61 | 7.000,00 | | 62,50 | 7.000,00 | | 100,00 |
| | 3.7.3. | Sufinanciranje TZ otoka Krka-Kreiranje promotivnog materijala (16,76%) | 1.661,59 | | 160,62 | 2.418,56 | | 145,56 | 2.872,03 | | 118,75 |
| TZ OTOK | 3.7.4. | Sufinanciranje TZ otoka Krka-Kreiranje promotivnog videa Outdoor / Karte bike & hike | 400,00 | | 0,00 | 440,00 | | 110,00 | 1.508,40 | | 342,82 |
| | 3.8. | Internetske stranice | 10.912,91 | | 117,23 | 1.828,97 | | 16,76 | 8.715,72 | | 476,54 |
| | 3.8.1. | Internetske stranice i upravljanja | 10.000,00 | | 129,91 | 916,07 | | 9,16 | 7.000,00 | | 764,13 |
| TZ OTOK | 3.8.2. | Sufinanciranje TZ otoka Krka-Internetske stranice (16,76%) | 912,91 | | 56,67 | 912,90 | | 100,00 | 1.715,72 | | 187,94 |
| | 3.9. | Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka | 7.857,62 | | 74,73 | 10.237,62 | | 130,29 | 8.464,70 | | 82,68 |
| | 3.9.1. | Kreiranje baze multimedijalnih materijala | 7.500,00 | | 71,53 | 10.200,00 | | 136,00 | 8.000,00 | | 78,43 |
| | 3.9.2. | Održavanje sustava baze podataka (GDPR) | 320,00 | | 0,00 | 0,00 | | 0,00 | 350,00 | | 0,00 |
| TZ OTOK | 3.9.3. | Sufinanciranje TZ otoka Krka-Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka (16,76%) | 37,62 | | 128,80 | 37,62 | | 100,00 | 114,70 | | 304,89 |
| | 3.10. | Turističko-informativne aktivnosti | 2.000,00 | | 301,38 | 2.000,00 | | 100,00 | 2.340,23 | | 117,01 |
| | 3.10.1. | Turistička signalizacija | 2.000,00 | | | 2.000,00 | | | 2.000,00 | | 100,00 |
| | 3.10.2. | Sufinanciranje TZ otoka - Održavanje turističke signalizacije (16,76%) | 0,00 | | | 0,00 | | | 340,23 | | 0,00 |
| 4. | | DESTINACIJSKI MENADŽMENT | 35.725,51 | 7,19 | 106,44 | 30.841,19 | 5,88 | 86,33 | 18.139,68 | 3,18 | 58,82 |
| | 4.1. | Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor | 2.562,65 | | 292,50 | 1.008,08 | | 39,34 | 4.042,47 | | 401,01 |
| | 4.1.1. | Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor /toterni | 1.500,00 | | 0,00 | 0,00 | | 0,00 | 3.000,00 | | 0,00 |
| TZ OTOK | 4.1.2. | Sufinanciranje TZ otoka Krka - Informacijski sustavi i aplikacije (prema ključu 16,76%) | 376,20 | | 93,67 | 0,00 | | 0,00 | 388,83 | | 0,00 |

| | | | | | |
|--------|--|-----------------------------|--|------------|--|
| | | SVL GRUPPO 2 | | | |
| TOTALE | | SVL GRUPPO 1 + SVL GRUPPO 2 | | 497.370,00 | |