

Baška, studeni 2024.



PRIJEDLOG

GODIŠNJI PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM

Turističke zajednice općine Baška za 2025. godinu

000-01/24-25

UVOD.....	4
GLAVNE SMJERNICE ZA GODIŠNJI PROGRAM RADA TZO BAŠKA.....	4
CILJEVI I ZADAĆE LOKALNE TURISTIČKE ZAJEDNICE.....	9
OSNOVNE PRETPOSTAVKE PLANIRANJA.....	9
ZADAĆE TURISTIČKE ZAJEDNICE.....	9
TURISTIČKA KRETANJA – PREDVIĐANJA ZA 2025. GODINU.....	10
REZULTATI TURISTIČKOG PROMETA U 2024. GODINI – OSNOVNE PRETPOSTAVKE PLANIRANJA ZA 2025. GODINU 13	
PLAN PRIHODA U 2025. GODINI.....	21
1. IZVORNI PRIHODI.....	21
1.1. TURISTIČKA PRISTOJBA.....	22
1.2. TURISTIČKA ČLANARINA.....	25
2. PRIHODI IZ PRORAČUNA OPĆINE/GRADA/DRŽAVNOG.....	27
3. PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA.....	27
4. PRIHODI IZ EU FONDOVA.....	27
5. PRIHODI OD GOSPODARSKE DJELATNOSTI.....	27
6. PRENESENI PRIHOD IZ PRETHODNE GODINE.....	27
7. OSTALI PRIHODI.....	27
AKTIVNOSTI TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE BAŠKA PO VRSTAMA I PROGRAMIMA.....	28
1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE.....	28
1.1. IZRADA STRATEŠKIH / OPERATIVNIH / KOMUNIKACIJSKIH / AKCIJSKIH DOKUMENATA.....	28
1.1.1. UDRUŽENE AKTIVNOSTI PREMA STRATEGIJI BRANDA KRK OUTDOOR.....	28
1.1.2. UDRUŽENE AKTIVNOSTI U IZRADI PLANA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM OTOKA KRKA.....	29
1.1.3. UDRUŽENE AKTIVNOSTI SA TZ OTOKA KRKA - KONZULTANTSKE USLUGE.....	29
1.1.4. IZRADA STRATEŠKIH DOKUMENATA SUKLADNO ZAKONU U TURIZMU.....	29
1.2. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA TRŽIŠTA.....	30
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.....	32
2.1.4. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKOG PROIZVODA - VAN UGOVORA.....	32
2.2. SUSTAVI OZNAČAVANJA KVALITETE TURISTIČKOG PROIZVODA.....	33
2.2.1. KVARNER FAMILY - RAZVOJ I BRENDIRANJE OBITELJSKOG SMJEŠTAJA.....	33
2.3. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA.....	33
2.3.1. KULTURNO ZABAVNE MANIFESTACIJE.....	33
2.3.2. SPORTSKE MANIFESTACIJE.....	34
2.3.3. TRADICIONALNE – BRAND MANIFESTACIJE DESTINACIJE.....	35
2.4. TURISTIČKA INFRASTRUKTURA – GALERIJA ZVONIMIR.....	38
2.4.1. REŽIJSKI TROŠKOVI GALERIJE.....	38
2.4.2. ORGANIZACIJA IZLOŽBI.....	38

2.5. PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI.....	39
2.5.1. POTPORA ZA PROGRAME, DOGAĐANJA I MANIFESTACIJE U TURIZMU NA PODRUČJU OPĆINE BAŠKA (PREMA JAVNOM POZIVU).....	39
2.5.2. POTPORA ZA PROGRAME VAN JAVNOG POZIVA.....	39
2.5.3. DONACIJE.....	40
2.5.4. POTPORA GOSPODARSTVU - SUFINANCIRANJE RADA TURISTIČKE AMBULANTE.....	40
3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE.....	40
3.1. DEFINIRANJE BRENDING SUSTAVA I BEND ARHITEKTURE.....	41
3.2. OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKOG BRANDA, TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA.....	42
3.2.1. POSEBNE TEMATSKJE KAMPANJE PO TURISTIČKIM PROIZVODIMA I PRIGODNE KAMPANJE.....	42
3.2.2 ONLINE I OFFLINE OGLAŠAVANJE TE KOMUNIKACIJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA.....	42
3.2.2.1. KOMUNIKACIJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA.....	42
3.2.2.2. ONLINE OGLAŠAVANJE.....	42
3.2.2.3. OFFLINE OGLAŠAVANJE (OPĆE OGLAŠAVANJE TZ).....	43
3.2.3. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA - ONLINE KOMUNIKACIJE.....	43
3.2.4. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA - OFFLINE KOMUNIKACIJE.....	44
3.2.4. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA - OFFLINE KOMUNIKACIJE – VAN UGOVORA.....	44
3.3. ODNOSI S JAVNOŠĆU: GLOBALNI I DOMAĆI PR.....	44
3.3.1. ODNOSI S JAVNOŠĆU: GLOBALNI I DOMAĆI PR.....	44
3.3.2. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - ODNOSI S JAVNOŠĆU I PR.....	45
3.4. MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE.....	45
3.4.1. PROMOTIVNE KAMPANJE SA STRATEŠKIM PARTNERIMA NA INOZEMNIM TRŽIŠTIMA.....	45
3.4.2. UDRUŽENO OGLAŠAVANJE U SURADNJI SA SUSTAVOM TZ-A I PREDSTAVNICIMA TUR. PONUDE.....	46
3.4.3. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - MARKETINŠKE I POSLOVNE SURADNJE PREMA KLJUČU.....	46
3.5. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSEBNE RADIONICE.....	47
3.5.1. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSEBNE RADIONICE.....	47
3.5.2. SAJMOVI, POSEBNE PREZENTACIJE I POSEBNE RADIONICE - UDRUŽENO PREKO TZ OTOKA KRKA.....	48
3.5.3. SUFINANCIRANJE U KOORDINACIJI TZ OTOKA KRKA - INFORMATORI NA SAJMOVIMA (VAN UGOVORA).....	48
3.6. SURADNJA SA ORGANIZATORIMA PUTOVANJA.....	49
3.6.1. SURADNJA SA ORGANIZATORIMA PUTOVANJA.....	49
3.6.2. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - SURADNJA S ORGANIZATORIMA PUTOVANJA.....	49
3.7. KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA.....	49
3.7.1. PRIPREMA DESTINACIJSKIH MARKETINŠKIH MATERIJALA.....	49
3.7.2. BROŠURE I TISKANI MATERIJALI.....	49
3.7.3. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA.....	50
3.7.4. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA-KREIRANJE PROMOTIVNOG VIDEA.....	50
3.7.5. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA-KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA / KARTE BIKE I HIKE (VAN UGOVORA).....	50
3.8. INTERNET STRANICE.....	51
3.8.1. INTERNET STRANICE I UPRAVLJANJE INTERNET STRANICAMA.....	51
3.8.2. INTERNET STRANICE I UPRAVLJANJE INTERNET STRANICAMA - SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA.....	51
3.9. KREIRANJE I UPRAVLJANJE BAZAMA PODATAKA.....	51
3.9.1. KREIRANJE BAZE MULTIMEDIJALNIH MATERIJALA.....	52
3.9.2. ODRŽAVANJE SUSTAVA BAZE PODATAKA.....	52

3.9.3. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA - KREIRANJE BAZE PODATAKA	52
3.10. TURISTIČKO-INFORMATIVNE AKTIVNOSTI	53
3.10.1. TURISTIČKA SIGNALIZACIJA	53
4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT	53
4.1 TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE / EVISITOR	53
4.1.1. INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE /EVISITOR	53
4.1.2. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE	53
4.1.3. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE (VAN UGOVORA)	54
4.2. UPRAVLJANJE KVALITETOM U DESTINACIJI	54
4.2.1. EDUKACIJE I STRUČNI SKUPOVI	54
4.2.2. STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE U SURADNJI SA TZ OTOKA KRKA	55
4.2.3. STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE U SURADNJI SA TZ OTOKA KRKA - VAN UGOVORA	55
4.2.4. MULTIMEDIJALNA KARTA KULTURNIH SPOMENIKA U SURADNJI SA TZ OTOKA KRKA	55
4.3. POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE DESTINACIJE	55
5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	57
5.1. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - ČLANARINA ZA SKAL	57
5.2. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA – TZO BAŠKA	57
6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI	57
6.1. PLAĆE	57
6.1.1. TROŠAK UREDA TZO BAŠKA	57
6.1.2. SUFINANCIRANJE TROŠKOVA TZ OTOKA KRKA - PLAĆE	58
6.2. MATERIJALNI I NEMATERIJALNI TROŠKOVI	58
6.2.1. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - MATERIJALNI I NEMATERIJALNI TROŠKOVI	59
6.3. TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE	59
6.3.1. TIJELA TURISITČKE ZAJEDNICE TZO BAŠKA	59
6.3.2. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - OBVEZE ZA TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE	59
6.3.3. REPREZENTACIJA	59
7. REZERVA	60
8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	60
5. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	60
9. INFORMACIJSKI SUSTAV - IZVJEŠĆIVANJE	60

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).

Prijedlog godišnjeg programa rada Turističke zajednice općine Baška za 2025. godinu izrađen je u skladu s Metodologijom i obvezatnim uputama za izradu godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju godišnjeg programa rada za sve razine sustava turističkih zajednica iz 2020. godine. Cilj ove 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. Godišnjem program rada stoga 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 2025. godinu izrađen je temeljem fizičkih rezultata turističkog prometa ostvarenog na području Turističke zajednice općine Baška u razdoblju siječanj – listopad te temeljem financijskog rezultata poslovanja u ovogodišnjoj turističkoj sezoni kao i iskustva prethodnih razdoblja.

GLAVNE SMJERNICE ZA GODIŠNJI PROGRAM RADA TZO BAŠKA

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, 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.

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 vodi se strateškim dokumentima na višim razinama (HTZ/MINTS, TZ Kvarnera i na razini otoka Krka) kao i odredbama novog krovnog **Zakona o turizmu u Republici Hrvatskoj** koji je na snagu stupio početkom 2024. godine, a nove zadaće lokalnih i regionalnih 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 predstavlja 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.

Podzakonski akti Zakona o turizmu (NN 156/23), stupili su na snagu u listopadu 2024.: **Pravilnik o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta, Pravilnik o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom te Pravilnik o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma.** Pravilnikom o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta definira se prihvatni kapacitet destinacije kao broj turista koji mogu posjetiti turističku destinaciju u isto vrijeme, ne uzrokujući pritom neprihvatljive poremećaje fizičke, gospodarske i sociokulturne okoline te smanjenje zadovoljstva lokalnog stanovništva i turista. Pravilnik o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom uređuje područje izrade plana upravljanja destinacijom kao planskog dokumenta za razvoj održive destinacije. Svrha izrade plana upravljanja je odrediti smjer razvoja destinacije u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrima i drugim važećim planovima i propisima s ciljem postizanja konkurentnosti, otpornosti i održivosti destinacije. Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma propisuju se pokazatelji za izračun indeksa turističke razvijenosti i popis obveznih i specifičnih pokazatelja za praćenje održivosti.

U 2025. godini će jedna od glavnih aktivnosti turističkih zajednica biti će donošenje **Plana upravljanja destinacijom** kao planskog dokumenta za razvoj održive destinacije. Svrha izrade plana upravljanja je odrediti smjer razvoja destinacije u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrima i drugim važećim planovima i propisima s ciljem postizanja konkurentnosti, otpornosti i održivosti destinacije.

U izradu plana upravljanja destinacijom turistička zajednica je dužna uključiti jedinicu lokalne i područne (regionalne) samouprave, kao i ostale dionike (javne ustanove i trgovačka društva u vlasništvu jedinice lokalne samouprave i Republike Hrvatske, udruge koje izravno sudjeluju u kreiranju destinacijskog lanca vrijednosti u turizmu, nadležna tijela za prostorno planiranje, zdravstvo i kulturu, kao i druge dionike važne za planiranje razvoja turizma u destinaciji).

Donošenje Zakona o turizmu i pravilnika o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta, pravilnika o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom te pravilnika o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma započela je sveobuhvatna reforma upravljanja turizmom u smjeru održivosti. Strategijom razvoja održivog turizma do 2030. Ministarstvo turizma i sporta odredilo je da će se razvoj turizma usmjeriti prema cjelogodišnjem i održivom turizmu. Zakonom o turizmu lokalne zajednice dobile su alate za upravljanje turizmom u smjeru održivosti, a pravilnici konkretnije preciziraju kako turističke zajednice uz grad ili općinu mogu odlučiti kakvu destinaciju žele, na koji način će koristiti prostor, resurse i kako će usmjeriti svoj daljnji razvoj i održivim upravljanjem destinacijom.

Strateški dokumenti koji određuju smjer aktivnosti za 2025. godinu i 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.

Plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine koji je usvojen u lipnju 2023. na Županijskoj skupštini i **Akcijski plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2027. godine** ističu se vizijom 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

Akcijski plan definira aktivnosti za realizaciju mjera koje su usvojene s težnjom dostizanja posebnih ciljeva razvoja turizma Primorsko – goranske županije definiranih Planom razvoja turizma Primorsko – goranske županije do 2030. godine. 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 okviru izrade Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine, 2023. godine donijet je i **Akcijski plan razvoja gastronomije Kvarnera**, u okviru kojeg je provedeno istraživanje stavova lokalnog stanovništva i ostalih dionika upravo o tome kako bi dalje trebao izgledati put razvoja kvarnerske gastronomije. Turistička zajednica Kvarnera zajedno sa partnerima Primorsko-goranskom županijom, Fakultetom za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu i Zadrugom proizvođača – udruženjem vinara Kvarner Wines potpisala je ugovor o pristupanju poslovnoj platformi Europska regija gastronomije i osvajanju titule **Europske regije gastronomije 2026. 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

Turistički proizvodi destinacije Baška

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 penjališta, uređene sportske zone i ronilački centri, dva paralelna gorska lanca, najviši otočki planinski vrh i dr. Baška se ističe i bogatim ranokršćanskim povijesnim i kulturnim nasljeđem te motivaciju za dolazak turist može pronaći, osim u bogatom nasljeđu

i bogatoj prirodnoj baštini, i u brojnim programskim sadržajima koji se priređuju tijekom čitave godine, a koji podrazumijevaju koncerte, predstave, izložbe, filmske projekcije, radionice, rekreacijske aktivnosti te prezentiranje lokalne tradicije. Iz spektra posebnih oblika turizma najviše se razvijaju aktivni, biciklistički, ruralni, gastronomski, održivi i kulturni turizam, razvijajući brojne aktivnosti vezane za period pred i posezone.

U narednom periodu Turistička zajednica općine Baška i dalje treba svoje aktivnosti usmjeriti u ostvarenje slijedećih ciljeva i potencijala:

- 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 penjališta 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 Turističkoj zajednici općine Baška 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
- Ciljana 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.

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.

ZADAĆE TURISTIČKE ZAJEDNICE

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 2025. GODINU

Ukupna ostvarena noćenja komercijalnog i nekomercijalnog smještaja za razdoblje siječanj - listopad iznosi 1.031.116 noćenja što je 3,33% manje u odnosu na isto razdoblje 2023. godine (1.066.690), a ukupno ostvarenje dolazaka iznosi 176.613 odnosno 4,34% manje u odnosu na 2023. godinu (184.633). Uspoređujući samo komercijalni smještaju kojeg uzimamo kao relevantnu brojku ukupna ostvarena noćenja razdoblju od 10 mjeseci iznose 969.756 noćenja što je 3,29% ostvarenja u odnosu na isto razdoblje 2023. godine (1.001.758), a ukupan broj ostvarenih dolazaka 174.169 odnosno 4,34% manje u odnosu na 2023. godinu (182.080).

Ove godine, Europsko prvenstvo u nogometu i Olimpijske igre imali su značajan **utjecaj na turističku potražnju**. Srpanj i kolovoz tradicionalno su najjači mjeseci, no popunjenost smještaja tijekom tih razdoblja bila je slabija nego obično. Gosti su se radije odlučili za **putovanja u predsezoni i posezoni** što je potpuno promijenilo krvnu sliku turizma i sve ono što smo do sada znali.

Iako su još uvijek **Nijemci** naše prvo tržište, jako se osjetio njihov **pad u broju dolazaka** od čak 8,46%, kao i pad sa nama tradicionalno drugog po redu tržišta, Austrijanaca od **-4,63%**. S druge strane, bilježimo **rast gostiju iz Mađarske (+9,09%), Poljske (+5,20) i Slovačke (+2,00%)**, a posebice domaćih gostiju i gostiju iz susjednih zemalja ExYu što naglašava važnost diversifikacije tržišta.

Analizirajući dolaske po mjesecima, 2025. bi mogla donijeti stabilizaciju nakon turbulentne 2024. godine. Gledajući trendove, predsezona i posezona mogle bi postati sve popularnije, dok će srpanj i kolovoz vjerojatno postati sve izazovniji mjeseci.

Ove sezone bilo jako puno last minute rezervacija te će se taj trend nastaviti i u 2025. godini što će i dalje zahtijevati fleksibilnost oko cijena i termina.

Ranije rezervacije kreću kod smještaja koji se nalazi na atraktivnim lokacijama kao što su smještaji uz more, a pravilo je da se bira dobro opremljen smještaj, novije uređen i s kvalitetnijim prezentacijom na digitalnim kanalima.

Osjetno je da je konkurencija velika i s njom zahtjevi gostiju postaju veći. No, svakako, potrebno je razmisliti koliko smo konkurentni, od same naše ponude do cijene. Podizanje cijena, u godinama inflacije „tjera“ turiste da dobro razmislile oko odabira destinacije za svoj odmor, čime se preporučuje održavati kvalitetu i konkurentne cijene na tržištu u odnosu na druge popularne destinacije u Europi uključujući smještaj, ugostiteljske usluge i usluge svih turističkih ponuda.

Mnogi turisti koji su Hrvatsku već posjetili, neće je posjetiti druge godine. Razlog zašto je tome tako možda se krije u podatku o planiranom proračunu putovanja. Iako je Hrvatska kroz svoju povijest poznata kao jedna od najsigurnijih zemalja na svijetu, inflacija i rast cijena zasigurno su jedan od problema koji najviše pogađa turiste kada biraju gdje će provesti godišnji odmor. Prelazak na višu razinu cijena kratkoročno rezultira većim prihodima i profitom, ali ako to ne prati razinu kvalitete i ulaganja i ukoliko se nastavi negativan publicitet, posebno u stranom tisku poput onih u Njemačkoj, kako Hrvatska nije tako pristupačna kao što se prije činilo, i postoje druge mogućnosti s konkurentnijim cijenama na Mediteranu, dugoročno gledano, ova vrsta strategije u turističkoj industriji mogla bi na kraju naštetiti cjelokupnom gospodarstvu.

Velik je problem što sve analize pokazuju da Hrvatska ima najviši stupanj turističke sezonalnosti na Mediteranu, a to se, nažalost, nije ublažilo u proteklih deset godina. Točnije, udio broja noćenja ostvarenih u četiri ljetna mjeseca, od lipnja do rujna, identičan je u posljednjih desetak godina. Nepovoljna struktura smještaja za posljedicu ima i relativno nisku prosječnu dnevnu potrošnju turista. Ulaskom u schengen i eurozonu, ostaju problemi nedostatka radne snage, radnih dozvola s nekih tržišta i to će nam u turizmu biti dodatni uteg i u 2025. Navedeni problem pokušava se riješiti sa sve većim uvozom stranih radnika čime naš turizam gubi identitet.

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 nagrizava 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 značajnije potaknuti ulaganja u tom smjeru. Očekujemo da će se u idućoj godini dobri rezultati nastaviti, iako je u Europi sve dublja recesija, kao i rat u Ukrajini, rat na Bliskom istoku te je situacija u svijetu sve teža što se odražava kroz energetske 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 energetske šoka.

Već bi travanjski i prvosvibanjski praznici trebali pokazati koje su naznake turističkih kretanja na razini Hrvatske u predstojećoj sezoni. 2025. godina donosi blagdane nekoliko tjedana kasnije nego što je to bilo u 2024. godini. Blagdan Uskrsa tako pada 20. travnja, uoči kojeg se očekuje konkretnije otvaranje smještajnih objekata, a tada traju i Uskrsni praznici u našim značajnim emitivnim regijama u Njemačkoj, pokrajinama Baden-Württembergu (14.04. – 26.04.2025.) i Bavarskoj (03.03. - 07.03.2025. i 14.04. - 25.04.2025.). Dobri turistički rezultati očekuju se tradicionalno i za vrijeme prvosvibanjskih praznika (Prvomajske počitnice 27.04. – 02.05.) u kojima tradicionalno imamo najviše Slovenaca, ali i domaćih gostiju. Svibanj će zbog izostanka blagdana biti vrlo izazovan te se idući snažniji turistički promet očekuje se s njemačkog tržišta, koje je naše najznačajnije emitivno tržište, za vrijeme blagdana Spasova 29.05., potom Duhova 08.06. i Tijelova 19.06. koji slijedeće godine svi padaju u mjesecu lipnju. Školski praznici (Pfungstferien) u pokrajini Bavarske i Baden-Württemberga biti će u periodu 9.6.-20.6.2025.. Očekujemo daljnji rast individualnih rezervacija kao i porast on-line rezervacija, jači povratak MICE, ali je za našu destinaciju i velike kapacitete u hotelima nužan jači povratak grupnih putovanja koja su uvijek bili značajni za turističke rezultate pred i posezone.

Cijena usluge u 2025. godini, osobito za vrijeme ljetnog razdoblja glavne turističke sezone, bit će izuzetno važna, moguće i presudan motiv dolaska. Svako povećanje cijena bi trebalo biti opravdano

povećanjem razine kvalitete usluga odnosno adekvatnom vrijednošću za novac. Tijekom pred i posezone planira se nastavak razvoja outdoor programa i promocije te održavanje manifestacija kako bi se stvorio dodatni motiv dolaska u destinaciju.

Operativni rad turističkih objekata u 2025. direktno će utjecati i na prihode TZO Baška.

Tablica 1: Plan otvaranja hotela / kampova na području Općine Baška u 2025. godini i usporedba sa prethodnim godinama										
GODINE	2021.		2022.		2023.		2024.		2025.	
OBJEKTI	od	do	od	do	od	do	od	do	od	do
Hotel Dobrovit	01.06.	03.10.	15.05.	02.10.	09.04	31.10.	08.04.	13.10.	15.03.	09.11.
Heritage Hotel Forza	15.03.	15.11.	19.03.	13.11.	01.03.	05.11.	15.03.	10.11.	15.03.	10.11.
Sunny Baška Hotel ex. Corinthia	16.04.	17.10.	14.04.	16.10.	14.04.	15.10.	15.04.	13.10.	17.04.	12.10.
Sunny Baška Residence ex. Zvonimir	25.06.	12.09.	25.04.	30.09.	26.05.	24.09.	16.05.	22.09.	28.05.	21.09.
Atrium Residence Baška	20.05.	26.09.	27.04.	25.09.	18.05.	24.09.	29.05.	22.09.	17.04.	21.09.
Valamar Villa Adria	20.05.	27.04.	27.04.	25.09.	14.04.	24.09.	15.04.	22.09.	17.04.	21.09.
Kamp Baška Beach	19.05.	17.10.	14.04.	30.09.	27.04.	01.10.	26.04.	06.10.	25.04.	05.10.
Kamp Bunculuka	28.05.	03.10.	22.04.	02.10.	27.04.	01.10.	26.04.	06.10.	25.04.	05.10.
Kamp Mali							20.03.	10.11.	21.03.	09.11.

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

Personalizacija umjesto masovnosti: Budućnost našeg turizma leži u personaliziranom pristupu, gdje se turistima nudi autentično iskustvo i domaći proizvodi, čime se osigurava zadovoljstvo gostiju i dugoročna lojalnost.

Nažalost, naša turistička ponuda nije se puno promijenila. Osim što je broj postelja (u privatnom smještaju) nastavio rasti, i dalje ovisimo o špici sezone i vremenskim prilikama i neprilikama, infrastruktura ne prati rast broja turista, a nedostatak radne snage još je izraženiji nego prije.

Nakon najave porezne reforme i prilično velikog povećanja paušalnog poreza iznajmljivačima tek će se vidjeti što će biti sa kapacitetima u privatnom smještaju i da li će i dalje rasti kao i prošlih godina ili će se dio odjaviti i nastaviti raditi u sivoj zoni.

U 2025. godini planiraju se sve aktivnosti predviđene Godišnjim programom rada u snažnijem obujmu 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 2025. 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 2024. godini, u 2025. 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 2025. godini na oko 1.000.000 noćenja, a ukupan broj ostvarenih dolazaka oko 185.000 odnosno planira se ostvarenje rezultata iz 2023. godine.

REZULTATI TURISTIČKOG PROMETA U 2024. GODINI – OSNOVNE PRETPOSTAVKE PLANIRANJA ZA 2025. GODINU

Izvor: Informacijski sustav eVisitor – ažurnost podataka 04.10.2024.

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 prijava i odjava turista u komercijalnim i nekomercijalnim smještajnim kapacitetima

Kako bi se što bolje isplanirale aktivnosti i izradio program rada za 2025. godinu, bitno je analizirati ostvarene rezultate u 2024. godini. Turistički promet za 2025. godinu planiran je na razini procjene ostvarenja do kraja 2024. godine kao i na rezultatima ostvarenim u 2023. godini budući da smo ove godine ipak zabilježili blagi pad turističkog prometa,

Tako je u prvih 10 mjeseci u 2024. godini ostvaren promet u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju u broju od 1.031.116 noćenja što je 3,33% manje u odnosu na isto razdoblje 2023. godine (1.066.690), a ukupno ostvarenje dolazaka iznosi 176.613 odnosno 4,34% manje u odnosu na 2023. godinu (184.633).

1. TURISTIČKI PROMET U KOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU ZA RAZDOBLJE 01.01. – 31.10.2024.

Ukupna ostvarena noćenja komercijalnog smještaja za 2024. godinu iznose 968.756 što je 96,71% ostvarenja u odnosu (-3,26%) na isto razdoblje 2023. godine (1.001.758), odnosno razlika od 33.302 noćenja, a ukupan broj ostvarenih dolazaka 174.169 odnosno ostvarenje 95,66% (-4,34%) u odnosu na 2023. godinu (182.080).

	2024	2023	Indeks 2024/2023	Udio % 2024	Udio % 2023
DOMAĆI	14.718	14.234	103,40	8,45	7,82
STRANI	159.451	167.846	95,00	91,55	92,18
UKUPNO	174.169	182.080	95,66	100	100

Izvor: eVisitor, TZO Baška

	2024	2023	Indeks 2024/2023	Udio % 2024	Udio % 2023
DOMAĆI	57.719	49.827	115,84	5,96	4,97
STRANI	911.037	951.931	95,70	94,04	95,03
UKUPNO	968.756	1.001.758	96,71	100	100

Izvor: eVisitor, TZO Baška

Bilježimo porast turističkog prometa domaćih gostiju u komercijalnom smještaju u odnosu na 2023. godinu. Domaći gosti su ostvarili 14.718 dolazaka, što je 3,40% više nego 2023. godine te 57.719 noćenja što čini 15,84% više nego lani.

TURISTIČKI PROMET OSTVARENIH DOLAZAKA I NOĆENJA PREMA VRSTI SMJEŠTAJA ZA RAZDOBLJE 01.01. – 31.10.2024.

Najveći broj dolazaka u razdoblju 01.01.- 31.10.2024. u odnosu na isto razdoblje prošle godine ostvaren je u objektima u domaćinstvu, 71.340 dolazaka (udio 40,96%, pad od 2,51%), zatim slijede kampovi 45.869 dolazaka (udio 26,34%, pod od 5,22%), slijede hoteli s 38.936 dolazaka (udio od 22,36%, pod od 7,35%), u ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj ostvareno je 18.024 dolazaka (ukupan udio od 10,35%, pod od 2,48%).

Tablica 4. OSTVARENI BROJ DOLAZAKA U KOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU PREMA VRSTI SMJEŠTAJA 01. 01. - 31. 10. 2024. USPOREDBA 2024 / 2023					
	2024	2023	Indeks 24/23	Udio % 2024	Udio % 2023
HOTELI	38.936	42.025	92,65	22,36	23,08
KAMPOVI	45.869	48.393	94,78	26,34	26,58
OBJEKTI U DOMAĆINSTVU	71.340	73.179	97,49	40,96	40,19
OSTALI UGOSTITELJSKI OBJEKTI ZA SMJEŠTAJ	18.024	18.483	97,52	10,34	10,15
UKUPNO	174.169	182.080	95,66	100	100

Izvor: eVisitor, TZO Baška

Najveći broj noćenja u razdoblju od 01. 01. – 31. 10. 2024. godine u odnosu na isto razdoblje prošle godine ostvaren je u objektima u domaćinstvu 418.951 noćenja (udio 43,25%, pad od 3,48%), zatim slijede kampovi 282.192 noćenja (udio 26,13%, pod od 3,14%), slijede hoteli s 171.761 noćenja (udio 17,73%, pod od 3,12%), u ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj ostvareno je 95.852 noćenja (ukupan udio od 9,89).

Tablica 5. OSTVARENI BROJ NOĆENJA U KOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU PREMA VRSTI SMJEŠTAJA 01.01.-31.10.2024. USPOREDBA 2024 / 2023					
	2024	2023	Indeks 24/23	Udio % 2024	Udio % 2023
HOTELI	171.761	177.292	96,88	17,73	17,69
KAMPOVI	282.192	291.331	96,86	29,13	29,08
OBJEKTI U DOMAĆINSTVU	418.951	434.046	96,52	43,25	43,33
OSTALI UGOSTITELJSKI OBJEKTI ZA SMJEŠTAJ	95.852	99.089	96,73	9,89	9,90
UKUPNO	968.756	1.001.758	96,71	100	100

Izvor: eVisitor, TZO Baška

PROSJEČAN BORAVAK GOSTA

Prosječan boravak u komercijalnom smještaju kod domaćeg gosta iznosi 3,92 dana, dok strani gosti borave 5,71 dana, prosjek boravka svih gostiju je 5,56 dana.

U slijedećoj tablici i grafičkom prikazu vidljivo je u kojim mjesecima se ostvaruje glavina noćenja i dolazaka, odnosno u prvom tromjesečju (1-3 mjesec) ostvaruje se 0,24%, drugom tromjesečju (4-6 mjesec) 24,54%, trećem tromjesečju (7-9 mjesec) ostvaruje se 74,09% ukupnih noćenja i u četvrtom tromjesečju (10-12 mjesec) nešto više od 1,00%. Vidljivo je također da gotovo svi mjeseci bilježe izuzev svibnja i kolovoza u noćenjima bilježe pad u odnosu na 2023. godinu, a manji porast noćenja odnosno pozitivan trend vidljiv je u prva tri mjeseca, što se odnosi samo na smještaj u domaćinstvu, budući da su svi ostali smještajni objekti zatvoreni u tom razdoblju te u Baški tu nije moguće ostvariti pozitivne turističke rezultate.

PRIKAZ UKUPNO OSTVARENIH NOĆENJA PO MJESECIMA I PO VRSTAMA SMJEŠTAJA - U RAZDOBLJU 01.01. – 31.10.2024. I USPOREDBA 2024/ 2023

Tablica 6.
OSTVARENI TURISTIČKI PROMET PO MJESECIMA U KOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU
01. 01. - 31. 10. 2024.
USPOREDBA 2024 / 2023

Vrijeme	DOLASCI		NOĆENJA		INDEKS DOLAZAKA	INDEKS NOĆENJA
	2024.	2023.	2024.	2023.	24/23	24/23
SIJEČANJ	27	25	196	176	108,00	111,36
VELJAČA	88	32	293	184	275,00	159,24
OŽUJAK	634	175	1.882	417	362,29	451,32
TRAVANJ	4.949	7.460	14.110	20.152	66,34	70,02
SVIBANJ	17.166	15.287	68.679	59.102	112,29	116,20
LIPANJ	30.937	32.221	155.025	172.276	96,02	89,99
SRPANJ	46.187	48.959	282.611	285.507	94,34	98,99
KOLOVOZ	48.865	46.288	305.082	300.813	105,57	101,42
RUJAN	22.337	27.572	130.124	150.693	81,01	86,35
LISTOPAD	2.983	4.061	10.784	12.438	73,45	86,70
UKUPNO:	174.173	182.080	968.786	1.001.758	95,66	96,71

Tablica 7.
OSTVARENA NOĆENJA PO MJESECIMA PREMA VRSTI SMJEŠTAJA
01.01. - 31. 10. 2024.

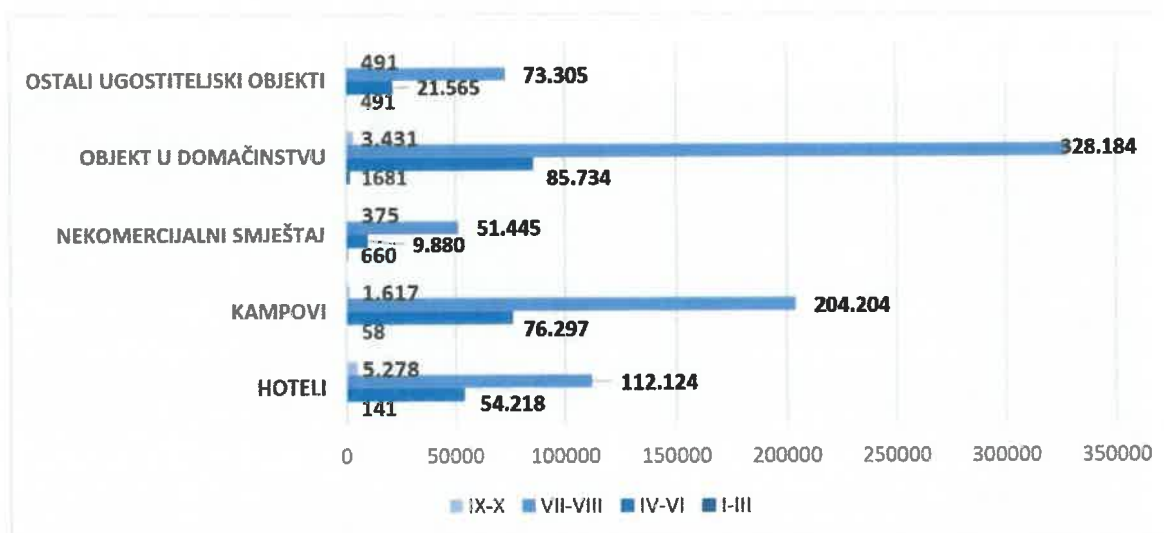
Vrijeme	HOTELI	KAMPOVI	NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ	OBJEKT U DOMAČINSTVU	OSTALI UGOSTITELJSKI OBJEKTI
SIJEČANJ	0	0	171	153	43
VELJAČA	0	0	212	212	81
OŽUJAK	141	58	277	1.316	367
TRAVANJ	6.832	2.992	664	3.594	692
SVIBANJ	18.464	27.914	2.152	17.065	5.236
LIPANJ	28.922	45.391	7.064	65.075	15.637
SRPANJ	43.285	73.785	20.677	134.112	31.429

KOLOVOZ	43.971	88.958	22.367	141.286	30.867
RUJAN	24.868	41.461	8.401	52.786	11.009
LISTOPAD	5.278	1.617	375	3.431	491
UKUPNO:	171.761	282.176	62.360	419.030	95.852

Izvor: eVisitor, TZO Baška

Grafički prikaz 1.: PRIKAZ OSTVARENIH NOĆENJA PO VRSTAMA SMJEŠTAJA PO TROMJESEČIMA U RAZDOBLJU 01.01. – 31.10.2024. I USPOREDBA 2024/ 2023

MJESECI	HOTELI	KAMPOVI	NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ	OBJEKT U DOMAČINSTVU	OSTALI UGOSTITELJSKI OBJEKTI
I-III	141	58	660	1681	491
IV-VI	54.218	76.297	9.880	85.734	21.565
VII-IX	112.124	204.204	51.445	328.184	73.305
X-XII	5.278	1.617	375	3.431	491



Izvor: eVisitor, TZO Baška

STRUKTURA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA I OSTVARENI REZULTATI

U ovom trenutku bilježimo kapacitet od 15.461 kreveta u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju uz porast od 1,53% u odnosu na 2023. godinu. Najveći porast broja kreveta u komercijalnom smještaju bilježimo kod ostalih ugostiteljskih objekata za smještaj (1.254 kreveta, +8,48%), kod objekata u domaćinstvu nema porasta jer je sve veći red odjavljivanja kreveta smještaja u domaćinstvu (5.292 kreveta, +0,40%), kod hotelskih smještaja nema promjene u odnosu na 2023. (1.191), kao niti kod kampova (3.180). Nekomercijalni smještaj trenutno raspolaže sa kapacitetom od 4.544 kreveta i bilježi porast od 2,57% u odnosu na 2023. godinu no kod ove vrste smještaja bilježimo osjetno lošije rezultate.

Tablica 8: OSTAVRENI TURISTIČKI PROMET PREMA KATEGORIJI SMJEŠTAJNIH KAPACITETA OPĆINE BAŠKA 01.01. - 31. 10. 2024. USPOREDBA SA 2024 / 2023							
Objekt Kategorija	2024. godina		2023. godina		Popunjenost (%) godišnji 2024	Indeks dolasci 24/23	Indeks noćenja 24/23
	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA			
1 zvjezdica	45	269	57	352	9,80%	78,95	76,42
2 zvjezdice	2.057	11.562	2.142	13.032	23,40%	96,03	88,72
3 zvjezdice	94.716	508.605	100.400	534.170	28,63%	94,34	95,21
4 zvjezdice	70.325	411.948	72.825	420.337	30,31%	96,57	98,00
5 zvjezdica	1.654	9.229	1.750	9.460	24,21%	94,51	97,56
Nema kategorizacije	7.831	89.566	7.459	89.339	6,01%	104,99	100,25
UKUPNO:	176.628	1.031.179	184.633	1.066.690	21,87%	95,66	96,67

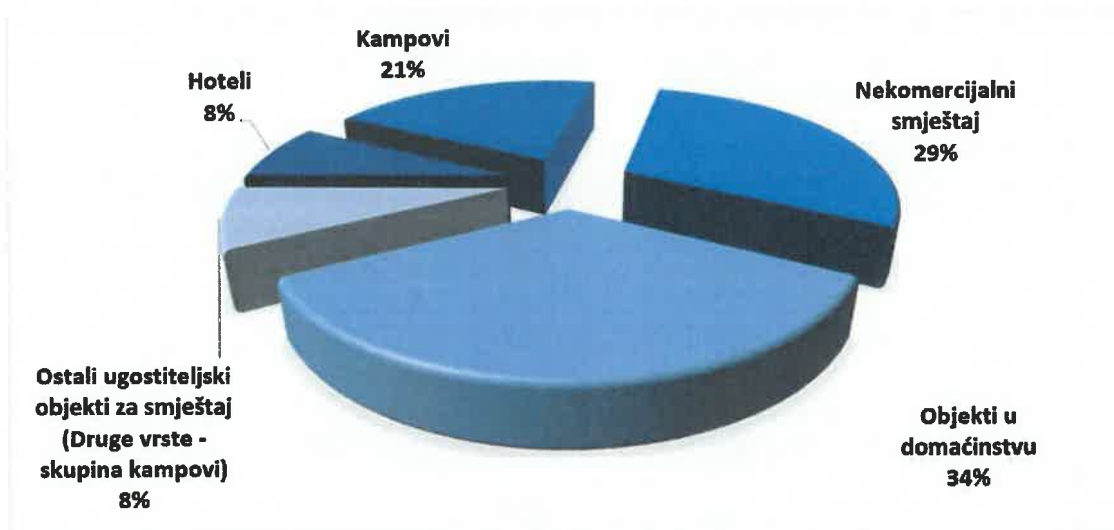
Izvor: eVisitor, TZO Baška

U tablici br. 8 donosimo detaljnu strukturu smještajnih kapaciteta na području Općine Baška kao i ostvaren turistički promet prema kategorijama smještaja. Povećanje dolazaka i noćenja vidljiv je samo u nekategoriziranom smještaju, a to je i posljedica povećanja upisa nekategoriziranog kapaciteta u sustav eVisitor.

Tablica 9. SMJEŠTAJNI KAPACITETI NA PODRUČJU OPĆINE BAŠKA NA DAN 31.10.2024. USPOREDBA SA 2024 / 2023						
Vrsta objekta	Broj noćenja		Indeks popunjenosti (%) godišnji 24/23	Broj kreveta		Indeks Kapaciteti 24/23
	2024	2023		2024	2023	
HOTELI	171.761	177.292	96,55	1.191	1.191	100,00
KAMPOVI	282.176	291.331	96,52	3.180	3.180	100,00
OBJEKTI U DOMAĆINSTVU	62.360	64.932	93,36	4.544	4.430	102,57
OSTALI UG. OBJEKTI ZA SMJEŠTAJ	419.030	434.046	95,83	5.292	5.271	100,40
NEKOM. SMJEŠTAJ	95.852	99.089	88,87	1.254	1.156	108,48
UKUPNO:	1.031.179	1.066.690	94,92	15.461	15.228	101,53

Izvor: eVisitor, TZO Baška

Grafički prikaz 2.: PRIKAZ STRUKTURE SMJEŠTAINIH KAPACITETA U OPĆINI BAŠKA ZA 2024. GODINU



Izvor: eVisitor, TZO Baška

Tablica 10: TOP 10 DRŽAVA PREMA OSTVARENIM NOĆENJIMA U KOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU Usporedba 2024 / 2023					
DRŽAVA	2024	2023	Indeks 24/23	Udio % 2024	Udio % 2023
1. Njemačka	240.834	263.103	91,54	24,86	26,26
2. Austrija	133.069	139.532	95,37	13,73	13,93
3. Slovenija	85.473	86.739	98,54	8,82	8,66
4. Češka	83.528	92.156	90,64	8,62	9,20
5. Poljska	80.031	76.072	105,20	8,26	7,59
6. Mađarska	70.394	64.530	109,09	7,27	6,44
7. Slovačka	64.916	63.508	102,22	6,70	6,34
8. Hrvatska	57.759	49.827	115,92	5,96	4,97
9. Italija	55.212	66.261	83,33	5,70	6,61
10. Nizozemska	16.887	20.688	81,63	1,74	2,07
Ukupno	968.835	1.001.758	96,71	100,00	100,00

Izvor: eVisitor, TZO Baška

Deset najjačih emitivnih tržišta po ukupnom broju ostvarenih noćenja, u komercijalnom smještaju, u razdoblju siječanj - listopad 2024. godine čine:

1. Njemačka 240.834 (udio 24,86%, ostvarenje 91,54%, odnosno pad -8,46%) u usporedbi s 2023. godinom
2. Austrija 133.069 (udio 13,73%, ostvarenje od 95,37%, odnosno pad -4,63%) u usporedbi s 2023. godinom
3. Slovenija 85.473 (udio 8,82%, ostvarenje od 98,54%, odnosno pad -1,46%) u usporedbi s 2023. godinom
4. Češka 83.528 (udio 8,62%, ostvarenje 90,64%, odnosno pad -9,36%) u usporedbi s 2023. godinom
5. Poljska 80.031 (udio 8,26%, porast od 5,20%) u usporedbi s 2023. godinom
6. Mađarska 70.394 (udio od 7,27%, porast od 9,09%) u usporedbi s 2023. godinom
7. Slovačka 64.916 (udio 6,70%, porast 2,22%) u usporedbi s 2023. godinom
8. Hrvatska 57.759 (udio od 5,96%, porast od 15,92%) u usporedbi s 2023. godinom
9. Italija 55.212 (udio od 5,70%, ostvarenje od 83,33%, odnosno pad -16,67%) u usporedbi s 2023. godinom
10. Nizozemska 16.887 (udio od 1,74%, ostvarenje od 81,63%, odnosno pad -18,37%) u usporedbi s 2023. godinom

2. TURISTIČKI PROMET U NEKOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU ZA RAZDOBLJE 01.01. – 31.10.2024.

U nekomercijalnom smještaju je u razdoblju 01.01. - 30.11.2024. ostvareno 63.114 noćenja što je 4,82% manje u odnosu na isto razdoblje prošle godine. U istom razdoblju evidentirano je 2.564 dolazaka što je 6,70% manje u odnosu na 2023.godinu.

Tablica 11: DOLASCI I NOĆENJA U NEKOMERCIJALNOM SMJEŠTAJU ZA RAZDOBLJE 01. 01. - 31. 10. 2024. USPOREDBA 2024 / 2023

PODVRSTA OBJEKTA	DOLASCI		INDEKS	NOĆENJA		INDEKS
	2024	2023	24/23	2024	2023	24/23
Kuća stanovnika općine/grada	466	507	91,91	9.649	9.367	103,01
Kuća za odmor	120	195	61,54	754	1.376	54,80
Kuća za odmor (vikendica)	839	883	95,02	25.728	26.738	96,22
Stan stanovnika općine/grada	103	131	78,63	1.697	2.576	65,88
Stan za odmor (vikendica)	1.036	1.032	100,39	25.286	26.251	96,32
Ukupno	2.564	2.748	93,30	63.114	66.308	95,18

3. REZULTATI TURISTIČKOG PROMETA OSTVARENOG NA RAZINI OTOKA KRKA U 2024. GODINI

Na otoku Krku je u komercijalnom smještaju, u razdoblju od 01.01. do 31.10.2024. godine, ostvareno ukupno 905.635 dolazaka što je ostvarenje od 97,61% u odnosu na prošlu godinu i 4.975.897 noćenja što čini ostvarenje od 97,11 % u odnosu na 2023. godinu.

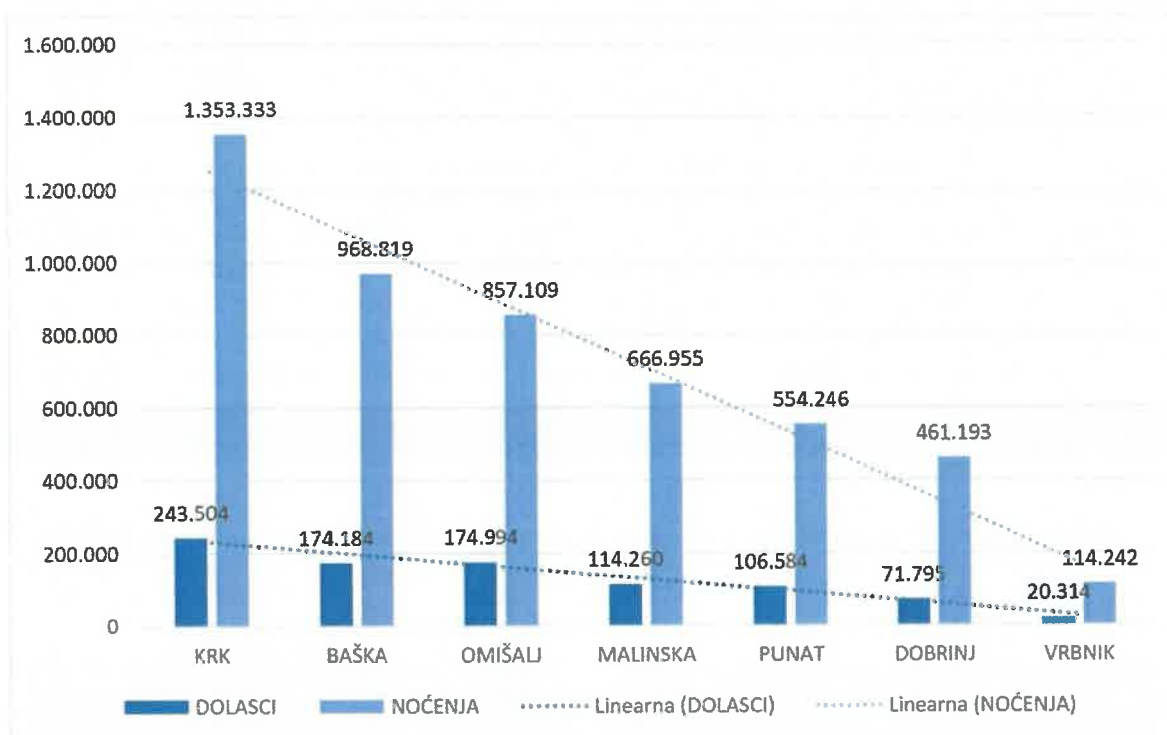
Najviše noćenja ostvarili su turisti iz Njemačke (32%), slijede turisti iz Slovenije (12%), Austrije (12%), Mađarske (7%), Italije (6%), Poljske (5%), Češke (5%) te ostali u postocima manjim od 5%.

Tablica 12: DOLASCI I NOĆENJA PREMA VRSTI SMJEŠTAJA NA RAZINI OTOKA KRKA 01. 01. - 31. 10. 2024. USPOREDBA 2024 / 2023

VRSTA OBJEKTA	01.01.-31.10.2024.		01.01.2024.- 31.10.2024.		INDEKS		UDJEL %
	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA	DOLASCI	NOĆENJA	
SMJEŠTAJ U DOMAĆINSTVU	417.165	2.559.187	413.881	2.573.000	100,79	99,46	51,43
KAMPOVI	292.599	1.578.323	309.561	1.683.771	94,52	93,74	31,72
HOTELI	189.116	797.273	196.858	823.914	96,07	96,77	16,02
ODMARALIŠTE*	6.755	41.114	7.493	43.364	90,15	94,81	0,83
UKUPNO:	905.635	4.975.897	927.793	5.124.049	97,61	97,11	100,00
INDEKS 2022.	101,01	97,47					

Izvor: eVisitor- TZ otoka Krka

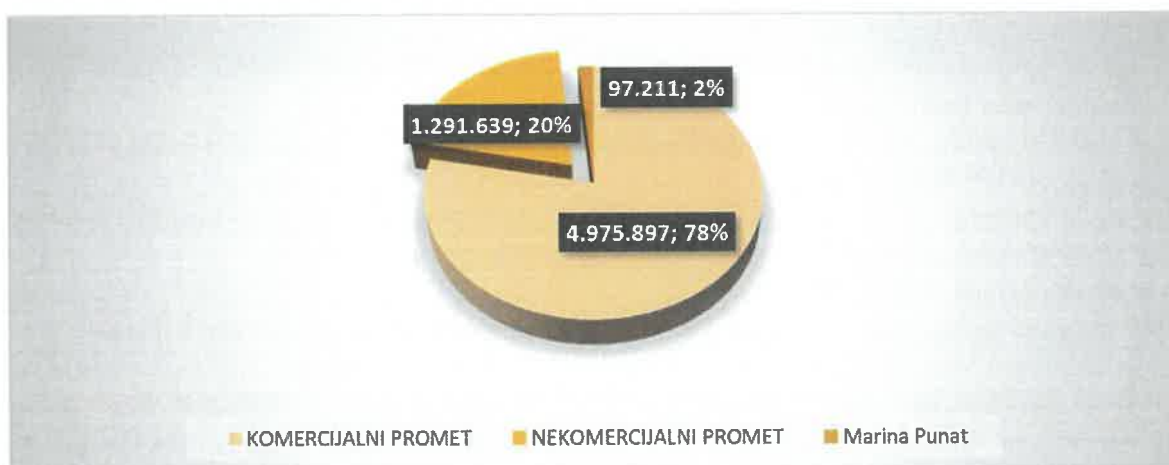
Grafički prikaz 3.: PRIKAZ OSTVARENOG TURISTIČKOG PROMETA PO MJESTIMA NA OTOKU KRKU U 2024. GODINI



Izvor: eVisitor- TZ otoka Krka

U ukupnom rasporedu po mjestima Krk je na 1. mjestu s 27,20% udjela, slijedi Baška s udjelom od 19,47 % i Omišalj sa udjelom 17,23%. Rezultati na razini otoka Krka pokazuju da je u kategoriji objekata u domaćinstvu Baška na 3. mjestu sa 19,32% udjela (iza Krka i Malinske), u kategoriji kampova također na 3. mjestu sa 17,88% udjela (iza Krka i Omišlja), a u kategoriji hoteli na 2. mjestu sa 21,54% udjela (iza Omišlja).

Grafički prikaz 4.: UDIO OSTVARENIH NOĆENJA KOMERCIJALNOG I NEKOMERCIJALNOG SMJEŠTAJA NA OTOKU KRKU ZA RAZDOBLJE 01.01.2024. - 31.10.2024.



Izvor: eVisitor- TZ otoka Krka

Na grafu je prikazan udjel nekomercijalnog smještaja u ukupnim noćenjima na otoku Krku (1.291.639 noćenja, udjel 20%). Komercijalni promet iznosi 1.291.639 noćenja što iznosi udjel od 78%. U ukupna noćenja ulaze i ostvarenja Marine Punat koja ostvaruje 2% udjela sa ostvarenih 97.211 noćenja.

4. REZULTATI TURISTIČKOG PROMETA OSTVARENOG NA RAZINI KVARNERA U 2024. GODINI

Na Kvarneru je u prvih deset mjeseci 2024. godine ostvareno ukupno 3.077.746 dolazaka i 17.683.071 noćenja (u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju) što je na nivou 2023. godine, a 2% manje noćenja u odnosu na 2023. godinu, dok je u usporedbi s 2019. godinom rezultat ostvarenih dolazaka 2% više ukupno ostvarenih dolazaka te 6% manje ostvarenih noćenja.

Najviše noćenja ostvarili su turisti iz Njemačke (25%), slijede turisti iz Slovenije (15%), Hrvatske (14%), Austrije (10%), Mađarske (6%), Italije (5%), te ostali u postocima manjim od 5%.

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.

PLAN PRIHODA U 2025. GODINI

Ukupni prihodi za 2025. godinu planirani su u iznosu od 671.000,00 EUR, s uključenih 10.000 EUR prijenosa prihoda iz 2024. godine te su viši za 16,28% u odnosu na Izmjene i dopune financijskog plana za 2024. godinu.

		PRIHODI	PLAN 2024 EUR	UDIO	INDEKS PLAN 2024 / IZMJENE I DOPUNE FP 2023	IZMJENE I DOPUNE FINANCIJSKOG PLANA EUR	UDIO	INDEKS IZMJENE I DOPUNE / PLAN 2024	PLAN 2025 EUR	UDIO	INDEKS
1.		Izvorni prihodi	521.000,00	91,24	117,21	530.500,00	91,93	101,82	621.000,00	92,14	117,06
	1.1.	Turistička pristojba	456.000,00	79,86	118,60	470.500,00	81,53	103,18	555.000,00	82,34	117,96
	1.1.1.	Turistička pristojba - redovni račun	450.000,00		118,42	466.000,00		103,56	550.000,00		118,03
	1.1.2.	Turistička pristojba u nautičkom turizmu	6.000,00		133,33	4.500,00		75,00	5.000,00		111,11
	1.2.	Članarina	65.000,00	11,38	108,33	60.000,00	10,40	92,31	66.000,00	9,79	110,00
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog	32.000,00	5,60	89,26	27.400,00	4,75	85,63	25.500,00	3,78	93,07
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	15.000,00	2,63	71,88	16.000,00	2,77	106,67	15.000,00	2,23	93,75
4.		Prihodi iz EU fondova	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	2.000,00	0,35	94,92	2.590,00	0,45	129,50	2.500,00	0,37	96,53
6.		Preneseni prihodi iz prethodne godine	0,00		0,00	275,70	0,05	0,00	10.000,00	1,48	3.614,02
7.		Ostali prihodi	1.000,00	0,18	0,00	300,00	0,05	30,00	0,00		0,00
		UKUPNI PRIHODI	571.000,00	100,00	108,89	577.066,70	100,00	101,06	674.000,00	100,00	116,80

1. IZVORNI PRIHODI

Financijski plan Turističke zajednice općine Baška planiran je temelju:

- ✓ fizičkih rezultata turističkog prometa ostvarenog na području Turističke zajednice Baška u razdoblju siječanj - studeni 2024. godine
- ✓ naplaćene turističke pristojbe te ukupnog zaduženja do 31.10.2024. 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 2025. godinu planiraju prema 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 vezu 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 2025. godinu za Općinu Baška, donesena je na sjednici Županijske skupštine Primorsko-goranske županije održanoj dana 14. prosinca 2023. godine, uz prethodno mišljenje TZO Baška.

1. Iznos turističke pristojbe za osobe koje koriste usluge noćenja u smještajnom objektu u kojem se obavlja ugostiteljska djelatnost iznosi		
Razdoblje	GLAVNA SEZONA 01.04.2025. – 30.09.2025.	OSTALO RAZDOBLJE
Iznos turističke pristojbe po osobi i po noćenju	2,20 €	1,30 €
2. Iznos turističke pristojbe za osobe koje koriste noćenje u smještajnim objektima iz skupine Kampovi (Kampovi i kamp odmarališta)		
Razdoblje	GLAVNA SEZONA 01.04.2025.– 30.09.2025.	OSTALO RAZDOBLJE
Iznos turističke pristojbe po osobi i po noćenju	1,99 €	1,30 €
3. Iznos turističke pristojbe za osobe koje pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu iznosi:		
2025. godina	Smještaj u domaćinstvu (osnovni kreveti i pomoćni kreveti)	Smještaj na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu (osnovni kreveti i pomoćni kreveti)
Paušal po krevetu	63,00€	40,00€
Godišnji paušal– za svaku smještajnu jedinicu	Smještaj u domaćinstvu u kampu i u objektu vrste kamp odmorište ili kamp odmorište - robinzonski smještaj	Smještaj na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu u kampu i u objektu vrste kamp odmorište ili kamp odmorište - robinzonski smještaj
	85,00€	50,00€

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 dospijeva **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.-15.09.2025.) – rok uplate do 15.07.	Iznos turističke pristojbe
Prvi član	18,00 EUR
Drugi član	18,00 EUR
Za svakog slijedećeg člana	10,00 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 (2,20€) 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 2025. godinu prema najvećem zbroju aktivnih kreveta u godini odnosno prema najvećem zbroju aktivnih kreveta u razdoblju od 1.1.2025. do 31.12.2025. godine, a obveznik je sukladno tome zadužen za paušalni iznos turističke pristojbe bez obzira koliko je dugo posjedovao važeće rješenje o pružanju usluga u 2025. godini.

PROCJENA UKUPNIH PRIHODA OD TURISTIČKE PRISTOJBE U 2025. GODINI

Zaduženje turističke pristojbe do 20.11.2024. iznosilo je ukupno za komercijalni i nekomercijalni smještaj 1.116.460,41€ bruto, što iznosi 474.970,20€ neto, a od toga iz izvora turističke pristojbe pripada Općini Baška 203.558,68€. U odnosu na planirano u 2024. godini do 20.11.2024. ostvareno je 4,16% više prihoda od TP dok se do kraja godine planira završiti sa 470.500€ neto odnosno 3,18% više od planiranog.

ZADUŽENO (€) 01.01.2024. - 20.11.2024.	1.116.460,41
Nerazvijena RN (3,5%)	39.076,11
Udružene TZ (2%)	22.329,21
Crveni križ (1%)	11.164,60
	1.043.890,48
HTZ (20%)	208.778,10
TZ Kvarner (15%)	156.583,57
	678.528,81
Općina Baška (30%)	203.558,64
TZO Baška (65%)	474.970,17

Procjena prihoda 2025. godine izrađena je na temelju ostvarenja u 2024. godini u segmentu naplate turističke pristojbe u ugostiteljskim objektima, hotelima i kampovima, kao i iz izvora turističke pristojbe za vlasnike vikend kuća i stanova.

Za 2025. godinu planira se uvećanje prihoda od TP budući je u odnosu na 2024. povećan iznos turističke pristojbe koji će se plaćati po noćenju za 22%, a paušal koji se plaća po krevetu za 14,50%. Što se tiče prihoda paušala vikendša svake godine su sve manji.

Prema procjeni rasporeda turističke pristojbe na području općine Baška u 2025. godini ostvario bi se prihod u iznosu od 1.312.551,52 EUR (bruto), odnosno 797.703,19 EUR (neto), a Općini Baška bi pripalo 239.310,96,00 EUR (neto) prihoda iz izvora turističke pristojbe, a TZO Baška 558.392,23,00 EUR (neto) odnosno 92.392,23 EUR (19,82 % više u odnosu na planirano ostvarenje rebalansom u 2024).

RASPORED TURISTIČKE PRISTOJBE (€)	
PROCJENA 01.01.2025. – 31.12.2025.	
	1.312.551,52
Nerazvijena RN (3,5%)	45.939,30
Udružene TZ (2%)	26.251,03
Crveni križ (1%)	13.125,52
	1.227.235,67
HTZ (20%)	245.447,13
TZ Kvarner (15%)	184.085,35
	797.703,19
Općina Baška (30%)	239.310,96
TZO Baška (65%)	558.392,23

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 već manji noćenja. Po ovoj osnovi planira se ostvariti prihod od turističke pristojbe u iznosu od 917.096,81 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 (6.009 kreveta ukupno za osnovne i pomoćne ležajeve x 63,00 EUR = 378.567,00 EUR (bruto).

Kada se sve zbroji očekujemo rast prihoda sa osnove turističke pristojbe u 2025. godini u iznosu od 18% (prihodi veći za 84.000 EUR = 550.000, dok ovu godinu planiramo završiti s 466.000 EUR).

Pravi veći priliv financijskih sredstava očekujemo uplatom prve rate paušala koja dospijeva 31.07. Iznos prihoda od turističke pristojbe će se korigirati rebalansom ukoliko financijski rezultati budu bolji.

Prihodi od turističke pristojbe od nautike se procjenjuju temeljem izvršenih uplata u 2024. 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 5.000,00 EUR.

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 doznaju 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 2025. godinu u ukupnom iznosu od 239.310,96 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.

Prema prijedlogu proračuna Općine Baška za 2025. godinu planirano je rasporediti 191.395,00 EUR te se predlaže da se razlika prihoda prema planu TZ općine Baška za 2025., a sukladno prihodima od turističke pristojbe koji se uvećavaju za 18%, preraspodijeli za manifestacije u funkciji turizma, prije svega Crnu ovcu te za održavanje i uređenje biciklističkih i planinarskih staza.

Održavanje komunalne infrastrukture	102.744,00 EUR
Održavanje zelenih površina temeljem ugovora s TD Baška	100.000,00 EUR
Održavanje javnih površina (Najam WC kabina)	2.744,00 EUR
Poticanje razvoja turizma	88.651,00 EUR
<i>Razvoj turističke destinacije (TZ otoka Krka)</i>	693,00 EUR
<i>Projekt sigurna turistička sezona</i>	34.958,00 EUR
Ispitivanje kakvoće mora	700,00 EUR
Hitna medicinska pomoć	6.158,00 EUR
Turistička ambulanta	28.100,00 EUR
Manifestacije u funkciji turizma	53.000,00 EUR
Crna ovca	53.000,00 EUR
TOTAL	191.395,00 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 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).

Točan iznos zaduženja za članarinu u turističkim zajednicama obveznik može provjeriti u Poreznoj upravi tj. na svojoj poreznoj kartici. Podaci o članarini prikazuju se samo informativno u eVisitoru, a za točnu evidenciju, obračun i naplatu članarine od pravnih i fizičkih osoba odgovorna je Porezna uprava.

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, osnove 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 55.702,93EUR u periodu do 31.10. te se do kraja godine očekuje ukupan prihod od 60.000,00 EUR. **Za 2025. godinu procjenjuje se ostvarenje prihoda od turističke članarine u iznosu od 66.000,00 EUR neto**, budući se uplate vrše avansno temeljem ostvarenih prihoda u 2024. godini.

Iznosi turističke članarine po krevetu (ležaju) za 2025. 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 PRORACUNA OPCINE/GRADA/DRZAVNOG

Za 2025. godinu po ovoj stavci TZO Baška ne planira prihode iz županijskog ili državnog proračuna, no kao i u 2024. godini pratiti će se natječaji 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 25.500,00 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. Na ovoj stavci planiraju se i eventualni dodatni prihodi od PGŽ, a sukladno raspisanim Javnim pozivima za sustav TZ-a.

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 2025. godini, na koje će se TZO Baška aplicirati. Također se očekuje daljnje raspisivanje Javnog poziva za sufinanciranje aktivnosti postavljanja standardizirane signalizacije i drugih aktivnosti na pješačkim i biciklističkim stazama u okviru projekta Kvarner Outdoor. TZ Kvarnera dodjeljuje potpore manifestacijama i projektima u cilju unapređenja i obogaćivanja kvalitete turističkog proizvoda i ponude pojedine destinacije i regije u cjelini, stvaranju prepoznatljivog imidža destinacije, razvoju sadržaja koji omogućavaju produženje turističke sezone. Točni iznosi po pojedinim aktivnostima i manifestacijama bit će definirani po donošenju financijskog plana TZ Kvarnera. Na temelju dobivenih potpora u 2024. godini, očekivani prihodi od sustava turističkih zajednica u 2025. godini procjenjuju se u iznosu od 15.000,00 EUR.

4. PRIHODI IZ EU FONDOVA

Za 2025. 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 DJELATNOSTI

Za 2025. godinu po ovoj stavci TZO Baška planira prihode u iznosu od 2.000,00 EUR, u vidu sponzorstva za manifestacije.

6. PRENESENI PRIHOD IZ PRETHODNE GODINE

Prenešeni prihodi iz prethodne godine prema Izmjenama i dopunama Godišnjeg programa rada i financijskog plana TZO Baška za 2024. godinu procjenjuju se na 10.000,00 EUR. Točan iznos će se utvrditi završnim računom s obzirom na ostvarene prihode do kraja 2024. godine te realizirane aktivnosti predviđene Izmjenama i dopunama Godišnjeg programa rada i financijskog plana TZO Baška za 2025. godinu.

7. OSTALI PRIHODI

Po ovoj stavci ne očekuju se prihodi.

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 16,88% tako da 2025. godine kroz ugovorne obveze izdvajamo 32.677,99 € 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 2025. godini planira se nastaviti raditi na zajedničkim aktivnostima u razvoju outdoor ponude otoka Krka kao i na aktivnostima koje uključuju kreativne usluge oglašavanja ponude i samog brenda, održavanje web portala u vidu punjenja sadržaja te programiranje weba i svih konzultantskih usluga vezanih uz Outdoor ponudu.

TZO Baška participira udruženo s ostalim LTZ s područja otoka Krka u sufinanciranju aktivnosti, prema ključu 16,88%.

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	447,42 EUR

1.1.2. UDRUŽENE AKTIVNOSTI U IZRADI PLANA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM OTOKA KRKA

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

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.

Nositelj obveze izrade strateških dokumenata; izračuna prihvatnog kapaciteta destinacija te plana upravljanja destinacijom biti će Turistička zajednica otoka Krka za razinu cijelog otoka i svih destinacija. Oba dokumenta izraditi će za cijeli otok i to kao izuzetno važan strateški dokument koji će dati smjernice razvoja otoka Krka. Navedeni će se dokumenti izrađivati u suradnji s JLS i lokalnim TZ-ima u skladu s prostornim planovima i ostalim planovima i propisima, a prema zajedničkom dogovoru na razini svih lokalnih samouprava i turističkih zajednica. Turističkoj zajednici otoka Krka sporazumom je omogućeno da udruži sve lokalne TZ-e i tako postane nositelj izrade Plana na razini otoka. Navedeni plan upravljanja destinacijom usvajati će zasebno predstavnička tijela svih JLS i TZ-a. Za izradu strateških dokumenata angažirati će se specijalizirane tvrtke koje će se time baviti, odnosno suradnik u projektu će biti naknadno odabran.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZ otoka Krka, TZ Kvarnera, ostale LTZ i JLS s područja otoka Krka, specijalizirane tvrtke za planiranje upravljanja</i>
Rok izvršenja	kontinuirano
Budget	1.468,56 EUR

1.1.3. UDRUŽENE AKTIVNOSTI SA TZ OTOKA KRKA - KONZULTANTSKE USLUGE

Zbog uvođenja novih zakona i propisanih zadaća, u tu svrhu izdvojiti će se određena sredstva za potrebe konzultantskih usluga.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZ otoka Krka, TZ Kvarnera, ostale LTZ i JLS s područja otoka Krka, vanjski suradnici</i>
Rok izvršenja	kontinuirano
Budget	146,86 EUR

1.1.4. IZRADA STRATEŠKIH DOKUMENATA SUKLADNO ZAKONU U TURIZMU

Na ovoj poziciji planiraju se dodatna vlastita sredstva za izračuna prihvatnog kapaciteta destinacija te plana upravljanja destinacijom.

Turistička zajednica imati će obvezu izrade izračuna prihvatnog kapaciteta destinacije (Zakon, čl.18), te plan upravljanja destinacijom na lokalnoj razini (Zakon, čl.25) , a iz plana ujedno i proizlaze njene zadaće:

- integrirano upravljanje destinacijom
- upravljanje turističkim tokovima
- suradnja s jedinicama lokalne i područne samouprave u unapređenju razvoja destinacije
- suradnja s tijelom državne uprave nadležnim za turizam u razvoju turističke politike i dr.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZ otoka Krka, TZ Kvarnera, ostale LTZ i JLS s područja otoka Krka, vanjski suradnici</i>
Rok izvršenja	kontinuirano
Budget	7.000 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 odluke vezano za marketinške aktivnosti i upravljanje kvalitetom u destinaciji.

Analize će se izrađivati prema potrebi turističke zajednice za obavljanje raznih zadaća i aktivnosti, a Analiza stanja destinacije biti će sastavni dio Plana upravljanja destinacijom. Analiza stanja destinacije odnosi se na istraživanje i opis trenutnog stanja destinacije u svrhu identifikacije prednosti i nedostataka radi planiranja mjera i aktivnosti za unaprjeđenje turističke ponude i ostvarenje razvojnog smjera temeljenih na dostupnim podacima.

Nositelj aktivnosti i partneri	TZO Baška, specijalizirane agencije
Rok izvršenja	kontinuirano
Budget	3.000,00 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 2025. 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 puteva, 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 preporučene 7 dana hodanja.

Na ovoj stavci predviđena su 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-ima otoka Krka, u svrhu još jače promocije.

Na ovoj stavci predviđena su sredstva za vođenje društvenih mreža, oglašavanje na FB i Instagram profilu Camino Krk story u suradnji sa svim ostalim LTZ-ovima.

Predviđena su određena sredstva za sufinanciranje i promociju grupnih obilaska rute uz pratnju profesionalnih vodiča u okviru Camino Krk Story projekta.

Nositelj aktivnosti i partneri	TZO Baška, ostale LTZ s područja otoka Krka, Pismotisak, Anima Adventures, Infinity Sport, Smartingo d.o.o., Promeritum d.o.o. i ostali partneri na projektu, Udruga Livingstone
Rok izvršenja	kontinuirano
Budget	3.000,00 EUR

2.1.2. RAZVOJ PROJEKTA NOVIH STAZA

Na području Baške krenulo se u najveću reorganizaciju sustava staza, od svih LTZ-a otoka, budući da je većina staza do sada bila lineranog tipa.

Sve popularniji segment u outdoor turizmu su kružne staze, koje se mogu koristiti tijekom cijele godine, a osobito su zahvalne za korištenje kod trail utraka, poput utrke Krk'n'Trail u sklopu Baška Outdoor Festivala koja se održava već 14 godina u Baški koja iz godine u godinu privlači sve veći broj posjetitelja i pridonosi popularnosti destinacije. Planira se projektiranje, izrada, čišćenje i obilježavanje planinarske staze od uvale Bracol do uvale Surbova koje spadaju pod Općinu Baška i povezivanje općine Baška i općine Punat (Stara Baška) planinarskom stazom uz more.

Projekt planinarske staze Baška-Stara Baška (Uvala Bracol - Uvala Surbova, 4km) spojio bi planinarsku stazu iz uvale Bracol od strane Baške (udaljene 5km hoda postojećom označenom stazom od Baške) i uvale Surbova (1km od Stare Baške) područje Baške i Punta na otoku Krku čime bi se dobila staza uz samu obalu u dužini od ukupno 10km koja bi povezala Bašku i Staru Bašku. Povezivanjem ove dvije lokacije područje Baške i Stare Baške, ali i otok Krk, dobili bi jednu od najljepših staza na Jadranu. Takva staza ima mogućnost biti kružna, a gdje se u Staroj Baški može spojiti na nekoliko postojećih označenih staza koje vode preko brda Bag nazad u Bašku, a čime se dobiva mogućnost kružne trase u dužini od 13-18km (ovisno koju se povratnu stazu odabere).

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. 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.

Sa uređenjem staze krenulo bi se u 12 mj 2024 godine jer je projekt kandidiran i Primorskoj goranskoj županiji za dobivanje potpore za razvoj selektivnih oblika turizma, je je trošak izrade staze podijeljen u dvije poslovne godine.

Na ovoj stavci predviđena su i sredstva za označavanje postojeće 3 bike staze prema standardima "Kvarner Outdoor", uklanjanje stare vertikalne signalizacije na cijeloj dužini staze i postavljanje nove vertikalne signalizacije standardima Kvarner Outdoor.

Nositelj aktivnosti i partneri	TZO Baška, Općina Baška, Klub pustolovnih sportova Multisport/Šimun Cimerman d.o.o., Anima Adventures, Infinity Sport
Rok izvršenja	kontinuirano
Budget	5.000,00 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 18.900,00 EUR (u 2025. godini 1 noćenje) utrku 4 Islands, TZO Baška zajedno sa JLS sufinancira i udruženo iznos koji se odnosi na TZ otoka Krka, prema ključu 16,88%. Uključuje cca 500 natjecatelja, iz 30-tak zemalja svijeta, a koji u 5 dana prođu kroz 4 otoka 289 km i 6.000 m visinskog uspona. Cilj utrke je promocija biciklizma i rekreacije, ali i hrvatskih otoka i njihovo uvrštavanje u biciklističke destinacije svijeta. U 2025. godini slijedi 10. izdanje utrke koje će se održati od 15. do 19. travnja 2025. godine, a novi ugovor o sufinanciranju potpisan je za period od 2025. – 2028. godine. Od 2022. godine se osim Baške, kao podrška u financiranju uključuje TZ otoka Krka sa svim ostalim pripadajućim turističkim zajednicama. Novi ugovor o sufinanciranju, a koji potvrđuje potporu organizatorima je potpisan ponovo 2024. godine do 2028.godine.
- SERIJAL IZLOŽBE NA OTVORENOM na sedam destinacija otoka Krka – Prijatelji mora, a ovogodišnja izložba bila bi posvećena Atraktivnostima otoka Krka.
- Sufinanciranje utrke CRO Race, koja se u 2023. godini i 2024. godini održala na otoku Krku sa startom u gradu Krku, kao 4. kraljevska najduža etapa (191 km) od Krka do Labina. Za 2025. 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, atletske je spektakl u organizaciji Atletskog kluba Krka koji je uspješno održan u 2022., 2023. i 2024. godini, te je TZO Krka odlučila financijski podržati manifestaciju.
- Podrška DuBoak programima - TZ otoka Krka odlučila je financijski podržati programe interpretacijskog centra u Malinskoj. TZ otoka Krka pokriva iz vlastitih sredstava.

TZO Baška participira u sufinanciranju udruženo s ostalim LTZ s područja otoka Krka prema ključu 16,88 %.

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 2025. godine
Budget	1.507,72

2.1.4. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKOG PROIZVODA - VAN UGOVORA

Granfondo utrka je međunarodna biciklistička utrka koju organiziraju Hoteli Punat d.d. (Falkensteiner Punat), Hrvatski biciklistički savez i Granfondo World Tour, a održati će se 26.4.2025. godine. Utrku podržavaju sve LTZ na otoku Krku koje će zajednički i samostalno sufinancirati i tako podržati ovaj projekt u cilju promocije outdoora i biciklizma na otoku Krku. TZ otoka Krka dio sredstava pokriva iz vlastitih sredstava.

TZO Baška participira u sufinanciranju udruženo s ostalim LTZ s područja otoka Krka prema ključu 16,88 %.

Nositelj aktivnosti i partneri	TZO Krka, LTZ otoka Krka, TZO Baška, TZ Kvarnera, Falkensteiner Hoteli Punat, ostali partneri na projektu
Rok izvršenja	Tijekom 2025. godine
Budget	472,64

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 prioritetnih proizvoda, ali i ostale aktivnosti i programe 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 na otvorenom. 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 lukobrana i slično.

Broj nastupa i same lokacije gdje će se programi održavati ovisiti će i o tome da li će se morati plaćati naknade za koncesiju za korištenje javne površine na lučkom području Županijske lučke uprave Krk u svrhu organizacije i provedbe manifestacije, a budući da alternativnih lokacija u Baški nemamo te se za postavljanje glavne pozornice koja se za cijelo ljeto uzima u najam koristi Stara riva.

U sklopu ove stavke planira se i nastavak održavanja manifestacije Dobro est Fest, osmišljene u 2024. godini u cilju promocije i snažnije valorizacije lokaliteta kompleksa sv. Lucije kao jedinstvene kulturno – turističke lokacije koja oživi samo za vrijeme trajanja BIG Festivala. Planira se da ova ljetna manifestacija postane tradicionalna te je već u prvoj godini održavanja pobudila velik interes javnosti i posjetitelja. DOBRO EST FEST! naziv festivala dolazi od drevne glagoljske azbuke čija prva slova nose važnu, univerzalnu poruku koja ne poznaje granice vremena i jezika: az, buki vède, glagoli, dobro, êst, živêti – ili posve jednostavno, život je dobar! Htjeli smo da to bude snažna poruka koja sažima ljepotu života i ljeta u Baški. Festival uključuje nastupe renomiranih glazbenika, predstave, radionice, prožet je glagoljicom te se planira nastaviti suradnja sa vinarima i proizvođačima pića sa otoka Krka kako bi se ponudila dodatna vrijednost i ugođaj.

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.

Nositelj aktivnosti i partneri	TZO Baška, suradnici, udruge
Rok izvršenja	April - Listopad 2025. godine
Budget	81.500,00 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 30.09. – 05.10.2025. godine, a u sklopu kojeg će po treći 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.

Posebno se izdvaja atraktivna međunarodna outdoor manifestacija - brdsko biciklistička utrka **4Islands** koja će se održati u terminu 15.04. – 19.04. u suradnji s tvrtkom 4 Islands d.o.o., TZ Kvarnera, HTZ i MINTS, a licencirana je 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, a slijedeće godine po prvi put neće biti domaćin prve etape već će sudionici startati sa trajekta sa Valbiske i u Baški imati start jedne od etapa i jedno noćenje budući da su nastupile promjene u konceptu od 2025. godine sa potpisivanjem novog ugovora koji obuhvaća vremenski period 2025-2028, te bi se otoci trebali početi rotirati po etapama, a u novi ugovor nije ušla destinacija Rab već će se utrka voziti i na Unijama. Manifestacija se predstavlja kao višednevna međunarodno rekreativna brdsko biciklistička utrka, jedinstvena u svijetu brdskog biciklizma.

Ova manifestacija pokrenuta je na inicijativu organizatora 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 u 2025. godini sudjeluje s udjelom od 18.900,00 EUR, ali je planiran trošak od 20.000 EUR. Sa ove stavke sufinanciraju i troškovi tima „Visit Baška“, koji su uz team „Visit Krkr Island“ predstavnici naših destinacija u samoj utrci.

S ove stavke sufinancira se i održavanje ljetnih besplatnih satova yoge na zelenim površinama pored Hotela Zvonimir za sve goste te je u planu sklopiti ponovno ugovor o djelu sa licenciranom yoga učiteljicom Sabrinom Blašković

Sufinanciranje međunarodne biciklističke utrke Granfondo World Tour provest će se kroz aktivnosti TZ otoka Krka, ali i samostalno kroz podršku projektu TZ općini Punat i Falkensteiner hotelima. Utrka će održati 26. travnja 2025. godine, a samostalno planiramo podržati sa 1.000 EUR.

U 2025. godini dogovoren je na inicijativu TZ Baška i Valamara, a i prema zaključcima Turističkog vijeća TZO Baška, povratak utrke B2B trail u organizaciji Trekking lige i začetnika Šimuna Cimermana. Trail se posljednji put održao 2019. godine te je u u covidu zaustavljen. B2B TRAIL je sportsko-turističko-zabavni event koji se planira održati u terminu 09. – 11.5. Namijenjen je tvrtkama i njihovim zaposlenicima te svim ostalim pravnim osobama (osim sportskih klubova). B2B je svojevrsan team building koji će sudionike kroz nekolicinu sportskih, rekreativnih, turističkih i zabavnih sadržaja obogatiti novim iskustvima, poslovnim poznanstvima i prilikama. B2B trail trase u dužinama/kategorijama od 6km i 15km prolaze nekim od najimpresivnijih planinarskih staza i prirodnih lokacija te je cilj promovirati destinaciju. B2B Trail uključuje ostala popratna događanja i sadržaji kao što su koncerti i party-i te smještaj u Valamar hotelima po posebnoj cijeni.

Nositelj aktivnosti i partneri	TZO Baška, Općina Baška, TZ Kvarnera, HTZ, MINTS, TZ Punat, 4. Islands d.o.o., Top sport events d.o.o., Šimun Cimerman d.o.o, Valamar Riviera, Falkensteiner hoteli Punat, Sabrina Blašković
Rok izvršenja	April - Listopad 2024. godine
Budget	27.500,00 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. U 2025. godini održati će se 01.08 – 03.08. Posljednjih godina manifestacija je programski vrlo bogata, ali postaje i sve veći organizacijski problem turističkoj zajednici budući da bi i udruge sa područja Općine trebale biti uključene. Na raspolaganju stoji Udruga Škrpina za organizaciju i provođenje tradicionalne povorke ribara i mještana te defile barki i brodica, ali kako manifestacija obuhvaća puno različitih aktivnosti nema dovoljno volontera te je velik problem postala organizacija ugostiteljske ponude zbog nemogućnosti sudjelovanja udruga te će se morati razmatrati druga rješenja kroz Javne pozive za pružanje ugostiteljske ponude, kroz uključivanje ugostitelja sa područja Baške (što se pokušalo i 2024. godine, ali bez odaziva ugostitelja) ili vanjskih ponuđača. Razmotriti će se angažiranje vanjskih suradnika kako bi se cijeli koncept manifestacije preispitao i drugačije koncipirao, a da bi se dobila vrijednost za novac koji se ulaže na brojne programe. Manifestacija je inače okupljala brojne mještane, ali i uključivala i animirala brojne goste, a sastoji se od tradicionalnih događanja poput povlačenja mreža, potezanja konopa i hodanja po gredi, do suvremenijih događanja poput izložbi i dječjih radionica, turnira u briškuli i trešeti, jedriličarske regate, projekcije filmova. Za realizaciju samog programa važno je sudjelovanje i potpora udruga, uz financijsku i organizacijsku podršku TZO Baška. Kroz uključivanje u manifestaciju "Ribarski dan" su se uvijek 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 2025. godine
Budget	42.000,00 EUR

2.3.3.2. BIG FESTIVAL – BAŠKA INTERNATIONAL GUITAR FESTIVAL

BIG / Baška International Guitar Festival - Internacionalni festival gitare u Jurandvoru i Baški u suradnji sa Udrugom Hal tradicionalno okuplja svjetske poznate glazbenike - gitarističke virtuoze te se tradicionalno održava u razdoblju iza Vele Gospe na atraktivnim lokacijama, kompleksu sv. Lucije te na baščanskoj 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. i 2024. godini kada se još više aktivirao donji plato kompleksa sa atraktivnim after programom te dodatnom ugostiteljskom ponudom krčkih proizvođača vina i pića. Da bi se manifestacija podigla na još višu razinu i da bi se privuklo još više ciljane publike, može se pokušati dogovoriti suradnja s vinarima iz Udruge Kvarner Wines i uz samu manifestaciju organizirati i degustaciju odnosno promociju 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 2025. godine
Budget	24.000,00 EUR

2.3.3.3. BAŠKA OUTDOOR FESTIVAL

Baška ima sve predispozicije da postane vodeća outdoor destinacija odnosno destinacija za aktivni odmor. 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 je u 2024. doživjela svoje 10. izdanje, osmišljen je novi logotip i vizualni identitet manifestacije na kojem će se graditi daljnja marketinška vrijednost. Kako bi zadržala atraktivnost potrebni su 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, daljnju promociju novog vizualnog identiteta te izrada web stranice i popratno društvenih mreže same manifestacije, radi kvalitetnije prezentacije i privlačenja potencijalnih sponzora. TZ Baška uputila je 2024. godine 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.

Nositelj aktivnosti i partneri	TZO Baška, Općina Baška, razni suradnici u outdoor aktivnostima, Valamar Riviera, privatni smještaj, turističke agencije
Rok izvršenja	Listopad 2025. godine
Budget	24.000,00 EUR

2.3.3.4. MANIFESTACIJA CRNA OVCA

Crna ovca jedinstven je turistički proizvod koji pruža sve što moderan gost traži: sveobuhvatan doživljaj destinacije, uživanje u prirodnim ljepotama, priliku za kušanje autohtonih jela kao i mogućnost upoznavanja bogate kulturne i povijesne baštine. I ono što je najvažnije, održava se izvan glavne turističke sezone. 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 konkurentnom 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 vansezonska 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 2025. godini TZO Baška i Općina Baška ponovno su samostalno predvidjele budget no budući da se on nije promijenio od 2019 godine, a svi troškovi organizacije su išli gore, potrebno je predvidjeti veća sredstva ili osigurati dodatna sredstva prijavom na javne pozive i natječaje kako bi manifestacija zadržala željenu kvalitetu. 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 koji nisu vezani za direktan prihod od smještaja u njihovim objektima (poput outdoor manifestacija), u 2025. godini Valamar bi se kao i u 2024. 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.

Budući da će Kvarner biti Europska prijestolnica gastronomije svakako se treba iskoristiti ta marketinška vrijednost te je potrebno osmisliti dodatne programe koji bi značaj stavili na gastronomski dio manifestacije, a bitno je voditi računa da svaki element programa manifestacije Crna ovca bude usredotočen na očuvanje prirodnih i kulturnih resursa koji su ključni za održivi pristup turizmu koji je zasnovan na baštini i prirodnom naslijeđu, turizmu koji donosi koristi lokalnoj zajednici i uključuje lokalnu zajednicu što je ključno je za ostvarivanje održivog i odgovarajućeg razvoja, koji može zadovoljiti potrebe lokalnog stanovništva te zaštititi njihova prirodna i kulturološka okruženja. S obzirom na vrijednost ove manifestacije planira se zatražiti TZ Kvarnera direktno sufinanciranje ove manifestacije.

U 2024. godini TZ Baška se aplicirala Ministarstvu regionalnog razvoja i fondova Europske unije za dodjelu oznake Hrvatski otočni proizvod (HOP) u kategoriji nematerijalno dobro te je oznaka dodijeljena na razdoblje od 5 godina,

Općina i TZO Baška aktivno rade na promociji Baške kao atraktivne turističke destinacije. Tematski festivali predstavljaju bitnu turističku atrakciju i motiv su dolaska gostiju te ukoliko se održavaju van

ljetnih mjeseci pridonose produljenju turističke sezone. Kvalitetnom i konkurentnom ponudom koju manifestacija Crna ovca pruža svim posjetiteljima, Baška se predstavlja kao top destinacija na Kvarneru. Danas za turizam nije dovoljno imati samo sunce, more i odgovarajući smještaj, jer turisti traže zabavu, gastronomiju i doživljaje kroz aktivan odmor. Crna ovca takvim gostima nudi idealan paket: događaj s neiscrpnom ponudom sadržaja za sve uzraste, koji se oslanja na lokalnu tradiciju i povijesno naslijeđe. Predviđen je nešto veći budget, ukoliko i Općina Baška (sufinanciranje 50:50) bude mogla osigurati povećanje s obzirom na raspodjelu sredstava od turističke pristojbe koja se povisuje za 18% u 2025. godini.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška, Općina Baška, Studio Conex, Valamar Riviera, razne udruge, obrtnici, ugostitelji</i>
<i>Rok izvršenja</i>	<i>Svibanj 2025. godine</i>
<i>Budget</i>	60.500,00 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 2025. godine</i>
<i>Budget</i>	300 EUR

2.4.2. ORGANIZACIJA IZLOŽBI

I u 2025. 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 (ukoliko se dogovori realizacija u 2025. godini), kao i troškovi cateringa na otvaranjima izložbi kao i održavanje prostora Galerije, pokloni za umjetnice.

<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 2025. godine</i>
<i>Budget</i>	5.000,00 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 2025. godine</i>
<i>Budget</i>	28.000,00 EUR

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. Budući da udruga radi na volonterskoj bazi, dane su naznake udruge da više neće nastaviti sa radom, međutim sredstva ostavljamo planirana. Udruga sa TZ općine Baška potpisuje se ugovor o obavljanju usluge održavanja besplatne bežične mreže na području općine Baška, za nabavku opreme koja se konstantno mora održavati, kao i za ugovorne obveze sa teleoperaterima,

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška, Udruga „BsWireless“</i>
<i>Rok izvršenja</i>	<i>Tijekom 2025. 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, manji programi udruga koje primaju donaciju za udrugu umjesto honorara.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška</i>
<i>Rok izvršenja</i>	<i>Tijekom 2025. godine</i>
<i>Budget</i>	<i>1.000,00 EUR</i>

2.5.4. POTPORA GOSPODARSTVU - 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 te provodi ograničeno prikupljanje ponuda.

Iako TZO Baška nije obveznik javne nabave, preporuka revizije je da se sakupi više ponuda te je u skladu s time prošle godine usvojen Pravilnik o nabavi roba, radova i usluga. Ovim se Pravilnikom uređuju postupci, pravila i uvjeti za nabavu roba, radova i usluga u TZO Baška u svrhu poštivanja zakonitog, namjenskog i svrhovitog trošenja financijskih sredstava kojima ista raspolaže.

Izravno ugovaranje u pravilu se provodi za nabavu robe, usluga i radova čija je procijenjena vrijednost bez PDV-a manja od 10.000,00 EUR.

Za nabavu robe i usluga čija je procijenjena vrijednost bez PDV-a jednaka ili veća od 10.000,00 EUR, a manja od 26.000,00 EUR te za nabavu radova čija je procijenjena vrijednost bez PDV-a jednaka ili veća od 10.000,00 EUR, a manja od 66.000,00 EUR, provodi se ograničeno prikupljanje ponuda. Ograničeno prikupljanje ponuda je postupak nabave u kojem TZO Baška poziva najmanje tri gospodarska subjekta po vlastitom odabiru (može i manje ukoliko se tri ne mogu osigurati).

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška, Općina Baška, Cromedic</i>
<i>Rok izvršenja</i>	<i>Svibanj – Rujan 2025. godine</i>
<i>Budget</i>	<i>24.500,00 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 TZO Baška u 2023. godini nije ostvarila više od 1.000.000,0 komercijalnih noćenja, u plan se uključuju slijedeće aktivnosti:

- Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice
- Suradnja s organizatorima putovanja
- Kreiranje promotivnog materijala
- Internetske stranice
- Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka
- Turističko-informativne aktivnosti

A isključuju aktivnosti koje je TZO Baška do sada (2023. i 2024.) mogla samostalno provoditi:

- Definiranje branding sustava i brend arhitekture
- Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda
- Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR
- Marketinške i poslovne suradnje

3.1. DEFINIRANJE BRANDING SUSTAVA I BREND 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 do kraja 2025. godine 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, memorandum, 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 Realizacija će ovisiti o dinamici donošenja Plana upravljanja kao strateškog dokumenta te o prikupljenim ponudama, odnosno o raspoloživom budžetu budući da je iznos potreban za ove aktivnosti procjena.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška, suradnici u grafičkom dizajnu i tržišnim komunikacijama</i>
<i>Rok izvršenja</i>	<i>Tijekom 2025. godine</i>
<i>Budget</i>	5.000,00 EUR

3.2. OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKOG BRANDA, TURISTIČKE PONUDE I PROIZVODA

3.2.1. POSEBNE TEMATSKJE 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.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška, suradnici u tržišnim komunikacijama</i>
<i>Rok izvršenja</i>	<i>Tijekom 2025. godine</i>
<i>Budget</i>	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 ciljne 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 2025. 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 2025. 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.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška, Udruga Livingstone, Astoria d.o.o., Studio Conex d.o.o.</i>
<i>Rok izvršenja</i>	Kontinuirano
<i>Budget</i>	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 2025. godini se planira nastavak 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, web stranici www.avtokampi.si, 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	8.000,00 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	7.000,00 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 16,88%. U tom su iznosu uključene sljedeće aktivnosti koje će TZ otoka Krka provesti s ostalim lokalnim turističkim zajednicama i partnerima:

U navedenu stavku su navedene aktivnosti koje će se odraditi s TZ otoka Krka, lokalnim turističkim zajednicama i partnerima, a uključuju sljedeće:

- Insula Cultura, odnosi se na oglašavanje na Facebook-u za češko tržište na kojemu je TZ otoka Krka još u 2021. godini pokrenula Facebook grupu za goste s tog emitivnog tržišta - naziv grupe je „Dovolena na Krku tipy a zajimovosti“. Kampanje će se i dalje razvijati tijekom 2025. godine.
- Online oglašavanje s KG Media, kampanja će se i ove godine provoditi na njemačkom, austrijskom, talijanskom, slovenskom i hrvatskom tržištu. S obzirom na to da se tijekom 2024. godine provelo uspješno oglašavanje na CPC Network mreži portala, isto tako nastavlja se i tijekom 2025. godine.
- 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 2025. 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 manifestacija na otoku Krku i programa turističkih zajednica koje će se promovirati na Facebook stranici TZO Krka.
- Ova stavka također uključuje aktivnosti online oglašavanja u magazinu Abendzeitung Munchen on line Advertorial (naslovna traka u magazinu).
- Oglašavanje WEB stranice www.krk.hr i www.krkevents.com.

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	5.806,46 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 predstaviti 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	964,35 EUR

3.2.4. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA - OFFLINE KOMUNIKACIJE – VAN UGOVORA

Na ovoj stavci nalaze se sredstva za ostalo oglašavanje, naknadno dogovoreno na razini svih turističkih zajednica.

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	118,16 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 prihvataj novinarima, 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 Cres, TZG Raba
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	558,05 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.

U trenutku izrade Godišnjeg programa rada nije dostavljen prijedlog za promotivne kampanje sa strateškim partnerima za 2025. godinu kao i model suradnje i udruživanja sredstava s TZ Kvarnera, a do sada se radilo o avio oglašavanju.

Prijedlog udruživanja sredstava za suradnju sa strateškim partnerima za marketinške kampanje za 2025. godinu bit će dostavljen od strane TZ Kvarnera.

S obzirom da su neke od LTZ na otoku Krku, shodno zaključcima svojih vijeća odbile uključivanje u avio oglašavanje za 2025. godinu pa tako i TZ Baška (i prema zajedničkom zaključku koordinacije direktora 09.10.2024. 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 daljnijeg 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. te 16. sjednice turističkog vijeća održane 18.09.2024. gdje je donesen zaključak: Članovi turističkog vijeća općine Baška donijeli su jednoglasno zaključak da je postojeći model sufinanciranja neadekvatan i neprihvatljiv, a upravljanje zračnom lukom neučinkovito te Turistička zajednica općine Baška ne treba prihvaćati potpisivanje ugovora na razini TZ Kvarnera za Udruživanje sredstava za kampanje oglašavanja sa strateškim partnerima 2024 - avio oglašavanje niti buduće ugovore, dok se uvjeti ne promijene.

Stav je da se treba ulagati u razvoj avio turizma, čime bi se smanjilo i opterećenje cestovnog prometa te poboljšala kvaliteta gostiju, ali je tome potrebno pristupiti strateški i u dogovoru sa svim dionicima.

Turistička zajednica općine Baška na ovoj stavci osigurati će određeni iznos u 2025. godini, za udruživanje.

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	8.000,00 EUR

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

Na ovoj se poziciji planiraju sredstva za provedbu udruženog oglašavanja ponude destinacije, odnosno smještajne ponude i ostalih oblika turističke ponude. Udruženo oglašavanje provodi se u suradnji sa sustavom lokalnih 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, te povećanju turističke potrošnje. Kampanja oglašavanja može provoditi kroz cijelu godinu, ali se posebna vrijednost ogleda kroz valoriziranje turističke ponude izvan glavne turističke sezone. Na ovoj se poziciji planira iznos od 7.500,00 EUR, odnosno 25 % udjela ukupno kandidiranog oglašavanja nositelja smještajne ponude. 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%. Točni udjeli sudjelovanja svih sudionika oglašavanja utvrdit će TZ Kvarnera nakon zaprimljenih kandidatura, s time da udjel gospodarskog subjekta mora iznositi minimalno 50% od ukupne vrijednosti media plana. Iznos koji se raspoređuje ovisiti će o ukupno pristiglim kandidaturama. TZ PGŽ zadržava pravo odabira partnera i kandidirani program, ocjenjujući marketinški efekt kampanje i promociju Primorsko – goranske županije.

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)

Nositelj aktivnosti i partneri	TZO Baška, TZ Kvarner, Valamar Riviera d.d.
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	7.500,00 EUR

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

TZO Krka i ove će godine iskoristiti mogućnost prijave u udružena oglašavanja u suradnji s TZ Kvarnerom i ostalim TZ-ima iz regije jer je proteklih godina postignuta vrlo uspješna suradnja u oglašavanju s agencijom S.T.A.R. Digital d.o.o. Stoga se TZO Krka predlaže suradnju i tijekom 2025. godine. TZ otoka Krka se i u ovoj godini priključuje udruživanju sredstava za avio oglašavanje s TZ Kvarnera iako većina lokalnih TZ-a na području Kvarnera ne podržava izdvajanje sredstava za avio oglašavanje. U 2025. godini TZO Krka za ovu namjenu izdvaja iznos od 2.000,00 EUR. Ukoliko se udruženo avio oglašavanje ne realizira, TZO Krka navedena sredstva preusmjeriti će u druge vrste oglašavanja. TZO Baška participira u sufinanciranju udruženo s ostalim LTZ s područja otoka Krka prema ključu 16,88%.

Nositelj aktivnosti i partneri	TZ otoka Krka, LTZ i JLS, TZ Kvarnera, HTZ, S.T.A.R digital, TZG Lošinja, TZG Cresa, TZG Raba
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	2.153,89 EUR

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

TZ otoka Krka iskoristiti će mogućnosti i prijaviti se za udruženo oglašavanje kao jedna od subregija u suradnji sa TZ Kvarnera, kao što je to činila i prethodnih godina. Na koordinaciji direktora TZ Kvarnera je po prijedlogu svih predstavnika subregija predložila povećanje iznosa po subregiji na iznos od 30.000,00 Eura uz veće učešće i same TZ Kvarnera. Lokalne turističke zajednice sa područja otoka Krka podržale su prijedlog, te će zajednički sufinancirati sa iznosom od 10.000,00 Eura, dok će TZ otoka Krka u proračunu izdvojiti još dodatnih 20.000,00 Eura.

TZO Baška participira u sufinanciranju udruženo s ostalim LTZ s područja otoka Krka prema ključu 16,88%.

Nositelj aktivnosti i partneri	TZ otoka Krka, LTZ i JLS, TZ Kvarnera, HTZ, S.T.A.R digital, TZG Lošinja, TZG Cresa, TZG Raba
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	1.688,00 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 ili slične direktno ugovorene prezentacije, a sa ove stavke bi se financirali nastali troškovi.

Nositelj aktivnosti i partneri	TZO Baška, gospodarski subjekti, Općina Baška
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	4.000,00 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 sudjelovanje TZ otoka Krka na sajmovima. 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.

Za 2025. godinu dogovoreni su sljedeći sajmovi:

1. Sajam u Essenu 2. Sajam u Münchenu 3. Sajam u Berlinu 4. Sajam u Poljskoj 5. Sajam u Beču 6. Outdoor sajam u Bologni
- 2.

Na sajmovima potrebno je osigurati i informatore na štandovima i to u dogovoru s voditeljima kampova (Essen), te s lokalnim TZ-ima za ostale sajmove u Beču, Münchenu, Berlinu, Poljskoj i Bologni. Troškovi koje je TZO Krka ugradila u Godišnji program rada za 2025. godinu za sajmove i posebne prezentacije iznosi 29.118,00 EUR, a u sufinanciranju nastupa na sajmovima sudjeluju lokalne turističke zajednice te TZO Baška participira u sufinanciranju udruženo s ostalim LTZ s područja otoka Krka prema ključu 16,88% odnosno u iznosu od 1.368,50 EUR.

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

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>HTZ, TZ Kvarnera, TZO Baška, TZ otoka Krka, lokalne turističke zajednice, hotelijeri</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	1.368,50 EUR

3.5.3. SUFINANCIRANJE 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 Beču, Münchenu, Berlinu, Poljskoj i Bologni. Troškove informatora 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 16,88%.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>HTZ, TZ Kvarnera, TZO Baška, TZ otoka Krka, lokalne turističke zajednice, hotelijeri</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	1.688,00 EUR

3.6. SURADNJA SA ORGANIZATORIMA PUTOVANJA

3.6.1. SURADNJA SA ORGANIZATORIMA PUTOVANJA

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

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>HTZ, TZ Kvarnera, TZO Baška, TZ otoka Krka, lokalne turističke zajednice, licencirani vodiči</i>
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. Prihvata 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.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>HTZ, TZ Kvarnera, TZO Baška, TZ otoka Krka, lokalne turističke zajednice, licencirani vodiči</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	342,66 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 promidžbenih materijala TZO Baška. S ove stavke financiraju se i prijevodi za destinacijske marketinške materijale.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška, HTZ, Nivas, Adverbium i ostali obrti za usluge copywrittinga i prevođenja</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	8.000,00 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).

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška, TZ otoka Krka, tiskare</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	8.500,00 EUR

3.7.3. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA

Na ovoj se stavci planira sufinanciranje kreiranja promotivnih materijala TZO Krka, odnosno tiskanje promotivnih materijala prema potrebama i dostavljenom Godišnjem programu rada TZO Krka za 2025. godinu. Troškovi uključuju dotisak kataloga kampova, Image brošure otoka Krka, vrećica i suvenira za potrebe sajмова, pripremu i tisak nove karte hike i bike, Info vodič, priprema i tisak Outdoor brošure te izradu promotivnog filma o otoku Krku. Za navedeni tisak promotivnih materijala, osigurana su i sredstva za troškove pripreme materijala u vidu prijevoda, izdavaštva i distribucije materijala. Svi navedeni troškovi financirat će se u suradnji lokalnih turističkih zajednica.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška, TZ otoka Krka, lokalne TZ, tiskare</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	3.916,16 EUR

3.7.4. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA-KREIRANJE PROMOTIVNOG VIDEA

Za potrebe promocije 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 Grupom. 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. Navedeni troškovi sufinancirat će se u suradnji lokalnih turističkih zajednica.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška, TZ otoka Krka, lokalne TZ, tiskare</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	1.958,08 EUR

3.7.5. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA-KREIRANJE PROMOTIVNOG MATERIJALA / KARTE BIKE I HIKE (VAN UGOVORA)

Prema ključu financiranja za 2024. godinu, TZO Baška planira sredstva za dodatne troškove za kreiranje promotivnih materijala, prvenstveno karti bike i hike, na razini otoka a prema novom sustavu staza i standardima TZ Kvarnera.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška, TZ otoka Krka, lokalne TZ, tiskare</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	2.363,20 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 ulagati u sadržaj radi čim bolje prezentacije destinacije na portalu 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. Sredstva na ovoj stavci su projekcija sukladno trenutnim mogućnostima proračuna, a po zaprimanju konkretnih ponuda moći će se odrediti obujam navedenih aktivnosti.

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

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

Na ovoj stavci nastavlja se sufinanciranje održavanja web stranica TZO Krka i ažuriranja 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.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZ otoka Krka, lokalne TZ, TZO Baška, Livingstone, Algebra, Studio Conex, Multilink, TZO Baška,</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	1.184,64 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.

Potrebna je izrada novih foto i video materijala na temu različitih proizvoda vezanih uz ponudu na području TZO Baška, poput kulturno-povijesne baštine, outdoor aktivnosti, pred i posezonskih motiva, plaža, bike i hke staza, budući da se većinom koriste fotografije koje nastanu na manifestacijama.

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	15.000,00 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	0,00 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, lokaine TZ, TZO Baška, MENTOR SAVJETOVANJE d.o.o., ostali suradnici</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	115,53 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 suradnik za redovno održavanje smeđe signalizacije je Pismotisak j.d.o.o.

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 pripremnu fazu projekta (sadržaja, tekstova, lokaliteta koji bi se označavali) većinom 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	3.000,00 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

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.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška, Frisd d.o.o., ostali suradnici</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	0,00

4.1.2. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - INFORMACIJSKI SUSTAVI I APLIKACIJE

S ove stavke sufinancira se održavanje platforme Krk Events koja je instalirana 2024. g. te podržava objavu svih manifestacija na otoku Krku.

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 2025. 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.

Planirano je i održavanje 4D razglednice, a koja se dijeli na sajmovima i novinarima.

TZO Baška participira u sufinanciranju udruženo s ostalim LTZ s područja otoka Krka prema ključu 16,88%

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZ otoka Krka, TZO Baška, ostale lokalne turističke zajednice, Molekula d.o.o., ostali suradnici</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	636,38 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:

- 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 16,88%

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZ otoka Krka, TZO Baška, ostale lokalne turističke zajednice, Multilink, Provideo 360, ostali suradnici</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	253,20

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. S namjerom još boljeg razumijevanja te praćenja trendova kao i dobivanje podrške subjekata uključene u turističke aktivnosti redovno se planiraju edukacije za turističke dionike. 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 2025. 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. TZO Baška pratiti će aktualne trendove te predložiti i određene nove edukacije u skladu s aktualnim okolnostima poslovanja i mogućim novim stručnim suradnicima iz ovog područja.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška, ostale lokalne turističke zajednice, suradnici s područja edukacije, Interligo d.o.o, UHPA</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	1.500,00 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 16,88%.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška, ostale lokalne turističke zajednice, suradnici s područja edukacije, Interligo d.o.o</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	48,95 EUR

4.2.3. STRUČNI SKUPOVI I EDUKACIJE U SURADNJI SA TZ OTOKA KRKA - VAN UGOVORA

Na ovoj stavci predviđena su sredstva za eventualne naknadno dogovorene edukacije, a sukladno najavljenim novim poreznim opterećenjima.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška, ostale lokalne turističke zajednice, suradnici s područja edukacije, Interligo d.o.o</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	168,80 EUR

4.2.4. MULTIMEDIJALNA KARTA KULTURNIH SPOMENIKA U SURADNJI SA TZ OTOKA KRKA

Projekt je započeo 2017. i nastavljen 2019. godine, a radi se o sustavnom istraživanju kulturne baštine otoka Krka, te nadogradnji Internet baze podataka kulturne baštine s novim kataloškim jedinicama.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška, ostale lokalne turističke zajednice, suradnici s područja edukacije, Interligo d.o.o</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	391.61 EUR

4.3. POTICANJE NA OČUVANJE I UREĐENJE DESTINACIJE

Troškovi na 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 te su turističke zajednice na

otoku Krku krenule su u sveobuhvatnu reviziju sustava bike i hike staza nakon čega je utvrđen konačan popis staza koje ulaze u službeni sustav TZ Kvarnera te su krenule u realizaciju reorganizacije staza, uređenja i označavanja/ markiranja staza. Preostali dio staza trebao bi se u 2025. godini do kraja označiti novom vertikalnom signalizacijom prema standardima TZ Kvarnera te info tablama.

Uređenje destinacije / Photopointovi i dekoracije

TZO Baška u posljednje 4 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 2025. planira se nastavak postavljanja novih tabela i stupova sukladno reviziji staza koju je proveo suradnik Anima Adventures te se mora provesti revizija i označavanje postojećih biciklističkih staza.

Potrebno je planirati sredstva za mogući razvoj i osmišljavanje novih staza kao i održavanje postojećih. Mogući su i troškovi vezani uz dopunu standarda signalizacije, postavljanje dodatne signalizacije za znamenitosti, a razmotrit će se i nabavka klupica za pojedine lokacije u svrhu uređenja 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 markirana 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 odmorišta 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.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška, PD Obzova, TD Baška, TZ Kvarnera, TZ otoka Krka, Infinity Sport, Van puta obrt za poslovno savjetovanje, Anima Adventures</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	15.000,00 EUR

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

5.1. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - ČLANARINA ZA SKAL

Na ovoj stavci predviđeni su troškovi godišnje članarine SKÅL klubu za direktoricu TZ otoka Krka prema ključu 16,88%.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška, TZ otoka Krka, ostale LTZ</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	8,52 EUR

5.2. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA – TZO BAŠKA

Planira se učlanjenje TZO Baška u SKÅL Kub Kvarner koji djeluje unutar međunarodnog turističkog udruženja SKÅL International i za koji se plaća godišnja članarina. SKÅL International objedinjuje sve grane turističke industrije u cilju poticanja i stvaranja profesionalnog udruženja diljem svijeta, a koji djeluje kroz više od 340 klubova s gotovo 14.000 članova u više od 100 zemalja svijeta u duhu krilatice "Doing business among friends!" Članstvo u klubu donosi jedinstvene mogućnosti za umrežavanje s turističkim djelatnicima iz cijelog svijeta, razmjenu znanja i iskustva te sudjelovanje u raznim projektima. Klub Kvarner okuplja 40 članova s područja Kvarnera, predstavnika turističkog gospodarstva: turističkih agencija, hotelskih kuća i ugostitelja, turističkih zajednica, profesora s Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu te iz event industrije.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška, TZ Kvarner,</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	90,00 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 4 stalno zaposlene djelatnice: direktoricu ureda, 2 administratora – koordinatora te stručnog suradnika. 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), koji se isplaćuju uz prethodnu suglasnost Predsjednika Turističke zajednice.

Zbog povećanja troškova života uslijed aktualne gospodarske situacije za 2025. godinu napravila se projekcija plaća u ukupnom iznosu od 130.600,00 EUR, sa uključenim višim koeficijentima za pojedina radna mjesta te je kalkulirano povećanje osnovice za obračun plaće radnika za minimalnih 5%, koliko se planira povećati u Općini Baška, odnosno ovisno o postotku povećanja plaće u Općini Baška. Ukoliko bude određen drugi postotak ova pozicija bi se korigirala sukladno mogućnostima rebalansom proračuna, a povećanje plaća i korekcija koeficijentata za složenost rada za pojedina radna mjesta provodi se sukladno zaključcima sa nekoliko posljednjih sjednica TV TZ općine Baška da se razmotri povećanje plaća za zaposlene u TZ. Koeficijente složenosti za određene poslove i pojedina radna mjesta određuje poslodavac.

Početakom 2024. stupio je na snagu novi Zakon o turizmu koji donosi nove zadaće turističkim zajednicama. Stupanjem na snagu pravilnika temeljem odredbi Zakona o turizmu; pravilnika o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta, pravilnika o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom, pravilnika o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma, u 2025. godini donose se za zaposlene djelatnike u sustavu turističkih zajednica i nove zadaće, a turističkim zajednicama zakonska obveza donošenje plana upravljanja destinacijom.

Počevši sa plaćom od srpnja 2024. uvećane su plaće državnim dužnosnicima te se visina osnovice za obračun plaća državnih dužnosnika, povećala za 83,45 posto, odnosno na 947,18 eura bruto, Na sjednici Vlade Republike Hrvatske, održanoj 24. listopada 2024., prihvaćen je Prijedlog uredbe o visini minimalne plaće za 2025. godinu. Minimalna bruto plaća u RH u 2025. godini iznosit će 970 eura što je uvećanje iznosa minimalne plaće od 130 eura u odnosu na prethodnu godinu, odnosno za 15,48 posto. Rast minimalne plaće automatski podignut će i studentsku satnicu s 5,25 na 6,06 eura.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	130.600,00 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 2025. godinu određen je prema raspodjeli koja je definirana prema dostavljenim podacima realizirane neto turističke pristojbe (uključujući i nautiku) i članarine po TZ-ima u 2023. godini. Za TZO Baška ključ financiranja u 2025. godini iznosi 16,88 %, dok je u 2024. godini iznosio 16,76%.

U 2025. godini troškovi TZO Baška za funkcioniranje hladnog pogona TZ otoka prema navedenom ključu iznose 7.175,58 EUR.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	7.175,58 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, nabavka uređaja za rad, održavanje zelenih površina ispred ureda, nabavka sitnog inventara, bankovne usluge, premija osiguranja te ostali nespomenuti izdatci.

<i>Nositelj aktivnosti i partneri</i>	<i>TZO Baška</i>
Rok izvršenja	Kontinuirano
Budget	54.349,51 EUR

6.2.1. SUFINANCIRANJE TZ OTOKA KRKA - MATERIJALNI I NEMATERIJALNI TROŠKOVI

Prema dostavljenom Programu rada TZ Otoka Krka za 2025. 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	2.321,12 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 35,00 EUR po sjednici te se zbog (uvećano sa 26,54 zbog povećanja troškova života uslijed inflacije i gospodarske krize), a naknada se obračunava po prisutnosti na sjednici.

<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	156,65 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	0,00

Ukupni rashodi TZO Baška u 2025. godini procjenjuju se na 674.000,00 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 Skupštini 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

Tijekom izvršenja Godišnjeg programa rada prati se ostvarenje zadaća, aktivnosti i ciljeva, kroz analitiku podataka o turističkom prometu na području destinacije (dnevno, tjedno i mjesečno), analitička izvješća s podacima o uspješnosti online marketinških kampanja vezanih uz promociju destinacije, manifestacija i ostalih turističkih proizvoda, izvještaje izvođača radova, korisnika potpora za organizaciju različitih događanja itd. Periodično se izrađuju izvješća o izvršavanju zadaća, analizira se stanje i ocjenjuje ostvarenje prihvaćenog Godišnjeg programa rada i financijskog plana kroz redoviti rad Turističkog vijeća.

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 ZA 2025. GODINU

		PRIHODI	PLAN 2024 EUR	UDIO	INDEKS PLAN 2024 / IZMJENE I DOPUNE FP 2023	PRIHODI DO 30.09.	IZMJENE I DOPUNE FINANCIJSKOG PLANA EUR	UDIO	INDEKS IZMJENE I DOPUNE / PLAN 2024	PLAN 2025 EUR	UDIO	INDEKS
1.		Izvorni prihodi	521.000,00	91,24	117,21	483.756,19	530.500,00	91,93	101,82	621.000,00	92,14	117,06
	1.1.	Turistička pristojba	456.000,00	79,86	118,60	429.218,58	470.900,00	81,59	103,18	555.000,00	82,34	117,36
	1.1.1.	Turistička pristojba - redovni račun	450.000,00		118,42	425.095,93	466.000,00		103,56	550.000,00		118,03
	1.1.2.	Turistička pristojba u nautičkom turizmu	6.000,00		133,33	4.162,65	4.500,00		75,00	5.000,00		111,11
	1.2.	Članarina	65.000,00	11,38	108,33	54.537,61	60.000,00	10,40	92,81	66.000,00	9,79	110,00
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog	32.000,00	5,60	89,26	23.400,00	27.400,00	4,73	85,69	25.500,00	3,78	93,07
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	15.000,00	2,63	71,89	3.500,00	16.000,00	2,77	106,67	15.000,00	2,23	93,75
4.		Prihodi iz EU fondova	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	2.000,00	0,35	94,92	2.590,00	2.590,00	0,45	129,90	2.500,00	0,37	96,53
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	0,00		0,00	276,70	276,70	0,05	0,00	10.000,00	1,48	3.614,02
7.		Ostali prihodi	1.000,00	0,18	0,00	300,00	800,00	0,05	30,00	0,00		0,00
		UKUPNI PRIHODI	571.000,00	100,00	108,89	518.822,89	577.066,70	100,00	101,06	674.000,00	100,00	116,80
		AKTIVNOSTI	PLAN 2024 EUR	UDIO	INDEKS	TROŠKOVI DO 30.09.	IZMJENE I DOPUNE FINANCIJSKOG PLANA EUR	UDIO	INDEKS	PLAN 2025 EUR	UDIO	INDEKS
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	5.268,14	0,92	526,81	2.268,13	2.268,13	0,40	43,05	12.062,84	1,79	531,84
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	5.268,14		526,81	2.268,13	2.268,13		43,05	9.062,84		499,57
	TZ OTOK	1.1.1. Udružene aktivnosti prema Strategiji branda Krk Outdoor - (prema ključu 16,88%)	1.393,27		84,82	1.393,26	1.393,26		100,00	447,42		32,11
	TZ OTOK	1.1.2. Udružene aktivnosti u izradi plana upravljanja destinacijom Otoka Krka (prema ključu 16,88%)								1.468,56		0,00
	TZ OTOK	1.1.3. Udružene aktivnosti sa TZ otoka Krka - Konzultantske usluge (prema ključu 16,88%)								146,86		0,00
	TZ OTOK	1.1.4. Izrada strateških dokumenata sukladno Zakonu u turizmu	3.000,00		0,00	0,00	0,00		0,00	7.000,00		0,00
		Udružene aktivnosti na projektu EU Interreg SI_HR 2021.-2027. (prema ključu 16,88%)	874,87		0,00	874,87	874,87		100,00	0,00		0,00
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	0,00		0,00	0,00	0,00		0,00	3.000,00		0,00
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	0,00		0,00	0,00	0,00		0,00	0,00		0,00
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	273.769,55	47,95	102,65	233.184,47	302.696,63	53,38	110,57	332.280,36	49,30	109,77
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	8.169,55		96,28	6.234,15	11.319,55		138,56	9.980,36		86,17
	2.1.1.	Razvoj projekta Camino Krk	3.000,00		66,67	914,60	2.000,00		66,67	3.000,00		150,00
	2.1.2.	Razvoj projekta novih trail i bike staza	3.000,00		300,00	3.150,00	7.150,00		238,33	5.000,00		69,93
	TZ OTOK	2.1.3. Sufinanciranje TZ otoka Krka - podrška razvoju turističkog proizvoda (prema ključu 16,88%)	2.169,55		72,68	2.169,55	2.169,55		100,00	1.507,72		69,49
	TZ OTOK	2.1.4. Sufinanciranje TZ otoka Krka - podrška razvoju turističkog proizvoda (prema ključu 16,88%) - VAN UGOVORA								472,64		0,00
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	0,00		0,00	0,00	0,00		0,00	0,00		0,00
	2.2.1.	Kvarner Family	0,00		0,00							0,00
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	198.500,00		103,27	192.016,48	230.395,00		116,02	259.500,00		112,68
	2.3.1.	Kulturno - zabavne manifestacije	49.500,00		86,72	49.385,03	65.825,91		132,98	81.500,00		123,81
	2.3.1.1.	Ljetne manifestacije (Bašćansko kulturno ljeto)	32.000,00		66,37	41.559,12	45.000,00		140,63	55.000,00		122,22
	2.3.1.2.	Advent u Baški	8.000,00		400,00	0,00	13.000,00		162,50	13.000,00		100,00
	2.3.1.3.	Uskrs u Baški	2.000,00		94,58	3.057,08	3.057,08		152,85	3.500,00		114,49
	2.3.1.4.	Svjetski dan turizma	3.000,00		0,00	0,00	0,00		0,00	5.000,00		0,00
	2.3.1.5.	Edukativno - ekološka manifestacija - "Baška Rožica"	4.500,00		94,61	4.768,83	4.768,83		105,97	5.000,00		104,85
	2.3.2.	Sportske manifestacije	75.800,00		110,62	26.152,52	26.652,52		104,11	27.500,00		103,18
	2.3.2.1.	4 Islands	20.600,00		100,22	20.845,52	20.845,52		101,19	20.000,00		95,94
	2.3.2.2.	Outdoor programi	2.500,00		96,64	2.807,00	3.307,00		132,28	4.000,00		120,96
	2.3.2.3.	Adventure race	2.500,00		0,00	2.500,00	2.500,00		100,00	0,00		0,00
	NOVO	2.3.2.4. B2B Trail								3.500,00		0,00
	2.3.3.	Tradicionalne - brand manifestacije	123.400,00		110,19	116.478,93	137.826,57		111,69	150.500,00		109,20
	2.3.3.1.	Ribarski dan	30.000,00		110,65	41.550,58	42.000,00		140,00	42.000,00		100,00
	2.3.3.2.	Baška International Guitar Festival	25.000,00		120,06	24.528,35	24.528,35		98,11	24.000,00		97,85
	2.3.3.3.	Baška Outdoor Festival (organizacija TZO Baška)	18.000,00		131,87	0,00	20.898,22		116,10	24.000,00		114,84

2.3.3.4.	Crna ovca	50.400,00		100,00	50.400,00	50.400,00		100,00	60.500,00		120,04
2.4.	Turistička infrastruktura - Galerija Zvonimir	4.300,00		73,27	5.783,84	5.872,08		136,56	5.300,00		90,26
2.4.1.	Režijski troškovi galerije	300,00		115,38	181,76	270,00		90,00	300,00		111,11
2.4.2.	Organizacija izložbi	4.000,00		71,32	5.602,08	5.602,08		140,05	5.000,00		89,25
2.5.	Podrška turističkoj industriji	62.800,00		104,41	29.150,00	55.200,00		87,90	57.500,00		104,17
2.5.1.	Potpora za programe, događanja i manifestacije u turizmu na području Općine Baška (prema javnom pozivu)	26.000,00		109,01	5.250,00	26.000,00		100,00	28.000,00		107,69
2.5.2.	Potpora za programe - van javnog poziva - BstWrelles	4.000,00		137,93	0,00	4.000,00		100,00	4.000,00		100,00
2.5.3.	Donacije	800,00		100,00	500,00	900,00		112,50	1.000,00		111,11
2.5.4.	Potpora gospodarstvu - Sufinanciranje rada Tur. Ambulante (SREDSTVA U PRIHODIMA OD OPĆINE BAŠKA)	32.000,00		98,16	23.400,00	24.300,00		75,94	24.500,00		100,82
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	93.448,82	16,37	119,35	54.916,71	86.237,18	15,21	92,28	112.767,60	16,73	130,76
3.1.	Definiranje branding sustava i brand arhitekture	3.000,00		0,00	0,00	3.550,00		118,33	5.000,00		140,85
	Knjiga grafičkog standarda - vizualni identitet	3.000,00		0,00	0,00	3.550,00			5.000,00		
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	25.898,67		100,91	21.852,45	25.271,43		97,58	30.388,97		120,25
3.2.1.	Posebne tematske kampanje po turističkim proizvodima i prigodne kampanje	2.000,00		133,33	0,00	0,00		0,00	2.000,00		#DIV/0!
3.2.2.	Online i offline oglašavanje te komunikacija na društvenim mrežama	19.500,00		99,49	17.453,76	20.680,00		106,05	21.500,00		103,97
3.2.2.1.	Komunikacija na društvenim mrežama	6.500,00		108,33	4.860,00	6.480,00		99,69	6.500,00		100,31
3.2.2.2.	Online oglašavanje	7.000,00		94,59	6.846,75	8.200,00		117,14	8.000,00		97,56
3.2.2.3.	Offline oglašavanje	6.000,00		96,77	5.747,01	6.000,00		100,00	7.000,00		116,67
TZ OTOK	3.2.3. Sufinanciranje TZ otoka Krka - On-line komunikacija (prema ključu 16,76%)	3.596,69		112,50	3.596,71	3.596,71		100,00	5.806,46		161,44
TZ OTOK	3.2.4. Sufinanciranje TZ otoka Krka - Off-line komunikacija (prema ključu 16,76%)	801,98		58,67	801,98	994,72		124,03	964,35		96,95
TZ OTOK	3.2.4. Sufinanciranje TZ otoka Krka - Off-line komunikacija (prema ključu 16,76%) - VAN UGOVORA								118,16		0,00
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	1.049,23		74,05	1.060,75	1.060,75		101,10	1.058,05		99,75
3.3.1.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	500,00		221,58	448,63	448,63		89,73	500,00		111,45
TZ OTOK	3.3.2. Sufinanciranje TZ otoka Krka - Odnosi s javnošću i PR (prema ključu 16,76%)	549,23		46,10	612,12	612,12		111,45	558,05		91,17
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	20.189,90		111,92	2.196,90	9.446,90		46,79	19.341,89		204,74
3.4.1.	Promotivne kampanje sa strateškim partnerima na inozemnim tržištima	10.743,00		100,00	0,00	0,00		0,00	8.000,00		0,00
3.4.2.	Udruženo oglašavanje u suradnji sa sustavom TZ-a i predstavnicima tur. ponude	7.250,00		110,35		7.250,00		100,00	7.500,00		103,45
TZ OTOK	3.4.3. Sufinanciranje TZ otoka Krka - marketinške i poslovne suradnje prema ključu (16,76%)	2.196,90		302,05	2.196,90	2.196,90		100,00	2.153,89		98,04
TZ OTOK	3.4.4. Sufinanciranje TZ otoka Krka - marketinške i poslovne suradnje prema ključu (16,76%) - VAN UGOVORA								1.688,00		0,00
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	6.522,11		145,73	5.476,61	5.476,61		83,97	7.056,50		128,85
3.5.1.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	2.500,00		100,00	1.595,33	1.595,33		63,81	4.000,00		250,73
TZ OTOK	3.5.2. Sufinanciranje TZ otoka Krka - Sajmovi i prezentacije (16,76%)	2.346,11		229,84	2.346,12	2.346,12		100,00	1.368,50		58,33
3.5.3.	Sufinanciranje u koordinaciji TZ otoka Krka - Informatori na sajmovima Muenchen, Berlin, Bologna, Beč (van ugovora)	1.676,00		175,55	1.535,16	1.535,16		91,60	1.688,00		102,96
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	888,83		236,27	388,84	388,84		43,75	842,66		216,71
3.6.1.	Suradnja s organizatorima putovanja	500,00		0,00	0,00	0,00		0,00	500,00		0,00
TZ OTOK	3.6.2. Sufinanciranje TZ otoka Krka - Suradnja s organizatorima putovanja (16,76%)	388,83		103,36	388,84	388,84		100,00	342,66		88,12
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	16.380,43		114,88	12.966,55	17.271,99		105,44	22.776,36		131,89
3.7.1.	Priprema destinacijskih marketinških materijala	5.000,00		113,64	4.247,00	4.800,00		96,00	8.000,00		166,67
3.7.2.	Brošure i tiskani materijali	7.000,00		100,00	5.847,56	8.100,00		115,71	8.500,00		104,94
TZ OTOK	3.7.3. Sufinanciranje TZ otoka Krka-Kreiranje promotivnog materijala (16,76%)	2.872,03		118,75	2.871,99	2.871,99		100,00	3.916,16		136,36
TZ OTOK	3.7.4. Sufinanciranje TZ otoka Krka-Kreiranje promotivnog videa TZ otoka (16,88%)								1.958,08		0,00
TZ OTOK	3.7.5. Sufinanciranje TZ otoka Krka-Karte BIKE i HIKE TZ otoka (16,88%) - VAN UGOVORA	1.508,40		342,82	0,00	1.500,00		99,44	2.363,20		157,55

	3.8.	Internetske stranice	8.715,72		476,54	1.799,47	3.215,72		36,90	8.184,64		254,52
	3.8.1.	Internetske stranice i upravljanja	7.000,00		764,13	83,75	1.500,00		21,43	7.000,00		466,67
TZ OTOK	3.8.2.	Sufinanciranje TZ otoka Krka-internetske stranice (16,76%)	1.715,72		187,94	1.715,72	1.715,72		100,00	1.184,64		69,05
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	8.464,70		82,68	8.834,91	13.714,71		162,02	15.115,53		110,21
	3.9.1.	Kreiranje baze multimedijalnih materijala	8.000,00		78,43	8.720,20	13.600,00		170,00	15.000,00		110,29
	3.9.2.	Održavanje sustava baze podataka (GDPR)	350,00		0,00	0,00	0,00		0,00	0,00		0,00
TZ OTOK	3.9.3.	Sufinanciranje TZ otoka Krka-Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka (16,76%)	114,70		304,89	114,71	114,71		100,01	115,53		100,71
	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	2.340,23		117,01	340,23	6.840,23		292,29	3.000,00		43,86
	3.10.1.	Turistička signalizacija	2.000,00		100,00	0,00	6.500,00		325,00	3.000,00		46,15
TZ OTOK	3.10.2.	Sufinanciranje TZ otoka - Održavanje turističke signalizacije (16,76%)	340,23		0,00	340,23	340,23		100,00	0,00		0,00
	4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	18.139,68	3,18	58,82	5.858,80	14.026,67	2,47	77,33	17.998,94	2,67	128,32
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	4.042,47		401,01	740,38	740,38		18,32	889,58		120,15
	4.1.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor /otoml	3.000,00		0,00	0,00	0,00		0,00	0,00		0,00
TZ OTOK	4.1.2.	Sufinanciranje TZ otoka Krka - Informacijski sustavi i aplikacije (prema ključu 16,88%)	388,83		0,00	486,05	486,05		125,00	636,38		130,93
TZ OTOK	4.1.3.	Sufinanciranje TZ otoka Krka - Informacijski sustavi i aplikacije (van ugovora prema ključu 16,88%)	653,64		64,84	254,33	254,33		38,91	253,20		99,56
	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	2.097,21		98,50	1.194,67	1.623,79		77,43	2.109,36		129,90
	4.2.1.	Edukacije i stručni skupovi (za subjekte privatnog sektora i zaposlene u TZ)	2.000,00		99,19	967,36	1.093,33		54,67	1.500,00		137,20
TZ OTOK	4.2.2.	Stručni skupovi i edukacije u suradnji sa TZ otoka Krka (16,88%)	97,21		86,13	227,31	530,46		545,68	48,95		9,23
TZ OTOK	4.2.3.	Stručni skupovi i edukacije u suradnji sa TZ otoka Krka (16,88%) - VAN UGOVORA								168,80		0,00
TZ OTOK	4.2.4.	Multimedijalna karta kulturnih spomenika u suradnji sa TZ otoka Krka (16,88%)								391,61		0,00
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje destinacije	12.000,00		43,32	3.923,75	11.662,50		97,19	15.000,00		128,62
	4.3.1.	Uređenje destinacije / Photopointovi i dekoracije	2.000,00		76,43	1.267,50	2.300,00		115,00	3.000,00		130,43
	4.3.2.	Uređenje staza - projekt Xvamer Outdoor	5.000,00		100,00	2.000,00	5.000,00		100,00	7.000,00		140,00
	4.3.3.	Održavanje staza	2.000,00		11,50	656,25	1.362,50		68,13	2.000,00		146,79
	4.3.4.	Uređenje penjašišta	3.000,00		111,11	0,00	3.000,00		100,00	3.000,00		100,00
	5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	8,36	0,00	111,17	8,36	8,36	0,00	100,00	108,52	0,02	1.298,09
TZ OTOK	5.1.	Sufinanciranje TZ otoka Krka - članarina za SKAL (16,76%)	8,36		111,17		8,36		100,00	8,52		101,91
	5.2.	Članstvo u strukovnim organizacijama TZO Baška	0,00		0,00					100,00		0,00
	6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	160.364,45	28,08	111,97	107.285,09	161.829,71	28,54	100,91	194.781,74	28,90	120,36
	6.1.	Plaće	108.867,91		104,93	75.645,55	109.116,22		100,23	137.775,58		126,26
	6.1.1.	Plaća - osnov	102.800,00	17,89	100,81	88.117,34	103.998,33		100,24	136.898,33		127,23
	6.1.1.1.	Plaće i doprinosi	95.000,00		105,79	66.668,59	94.197,11		99,15	120.400,00		127,82
	6.1.1.2.	Ostali izdaci za zaposlene - nagrade, regres, božićnica, prehrana (pauzalni trošak topli obrok)	6.500,00		106,56	1.852,05	7.400,00		113,85	9.100,00		122,97
	6.1.1.3.	Prijevoz na posao	900,00		102,74	657,00	1.051,20		116,86	1.100,00		104,64
	6.1.2.	Sufinanciranje TZ otoka Krka - gosti (prema ključu 16,76%)	6.867,91		61,08	6.447,00	6.447,00		100,00	6.147,00		106,08
	6.2.	Materijalni (i nematerijalni troškovi)	48.866,98		128,39	30.810,08	50.984,93		104,33	54.349,51		106,60
TZ OTOK	6.2.1.	Sufinanciranje TZ otoka Krka - materijalni i nematerijalni troškovi (prema ključu 16,76%)	2.385,74		109,28	2.385,74	2.385,74		100,00	2.321,12		97,29
		MATERIJALNI RASHODI	9.550,00		180,87	5.137,53	10.250,00		107,33	11.850,00		113,86
	6.2.1.	Doprinosi za zdravstvo-dopunsko	450,00		100,00	375,06	450,00		100,00	450,00		100,00
	6.2.2.	Zdravstvene usluge	0,00		0,00	0,00	0,00		0,00	0,00		0,00
	6.2.3.	Putni troškovi - naknada za vlastiti auto u službene svrhe	3.000,00		120,00	253,33	3.500,00		116,67	3.500,00		100,00
	6.2.4.	Materijal za čišćenje	100,00		333,33	52,45	100,00		100,00	200,00		200,00
	6.2.5.	Uredski potrošni materijal	1.000,00		142,86	1.415,42	2.500,00		250,00	2.500,00		100,00
	6.2.6.	Izdaci za energiju	2.500,00		156,25	1.129,38	1.700,00		68,00	2.000,00		117,65
	6.2.7.	Uređenje prostora arhive/TIC	500,00		0,00	0,00	0,00		0,00	500,00		0,00
	6.2.8.	Reprezentacija/URED	2.000,00		253,85	1.911,89	2.000,00		100,00	2.500,00		125,00
	6.2.9.	Radne uniforme TIC	0,00		0,00	0,00	0,00		0,00	0,00		0,00
	6.2.10.	Prijevozne usluge za promo materijale	0,00		0,00	0,00	0,00		0,00	0,00		0,00
		IZDACI ZA USLUGE - NEMATERIJALNI RASHODI	25.611,24		117,71	19.483,36	26.679,19		104,09	27.349,00		102,50
	6.2.11.	Usluge čišćenja i održavanja	1.500,00		138,63	466,25	466,25		31,08	1.000,00		214,48
	6.2.12.	Usluge najma opreme-fotokopirni aparat	2.800,00		107,69	2.052,65	2.800,00		100,00	2.800,00		100,00

6.2.13.	Intelektualne i osobne usluge (knjigovodstvene i informatičke usluge)	7.500,00		102,74	5.395,20	7.300,00		97,33	8.765,00		120,07
6.2.14.	Pravne usluge	4.500,00			3.553,00	4.678,00		103,95	4.700,00		100,47
6.2.15.	Usluge revizije	1.687,50		113,02	1.687,50	1.687,50		100,00	1.750,00		103,70
6.2.16.	RTV pristojba	120,00		102,72	95,58	127,44		106,20	130,00		102,01
6.2.17.	Komunalne usluge	2.500,00		100,00	1.980,32	2.600,00		104,00	2.700,00		103,85
6.2.18.	Usluge HT i pošte	2.500,00		108,70	1.735,20	2.200,00		88,00	2.300,00		104,55
6.2.19.	Uređaj (mobilni)	0,00		0,00	0,00	0,00		0,00	0,00		0,00
6.2.20.	Zelene površine	1.000,00		108,11	781,14	810,00		81,00	1.000,00		123,46
6.2.21.	Sređivanje arhivskog gradiva	1.000,00		0,00	1.200,00	1.200,00		120,00	200,00		16,67
6.2.22.	Sitni inventar	523,74		0,00	536,52	2.810,00		536,53	2.000,00		71,17
6.2.23.	IZDANCI ZA AMORTIZACIJU	7.000,00		100,00		6.374,00		91,06	7.000,00		109,82
	FINANCIJSKI IZDACI	2.500,00		490,20	2.483,16	3.000,00		120,00	3.000,00		100,00
6.2.24.	Bankovne usluge	1.500,00		111,38	1.207,65	1.500,00		100,00	1.500,00		100,00
6.2.25.	Tečajna razlike	0,00		0,00				81,00	0,00		0,00
6.2.26.	Kamate, biljezi	1.000,00		196,08	1.275,51	1.500,00		81,00	1.500,00		100,00
	OSTALI IZDACI	1.800,00		136,92	1.329,29	2.295,00		127,50	1.000,00		132,17
6.2.27.	Premija osiguranja	450,00		311,05	0,00	450,00		100,00	1.000,00		222,22
6.2.28.	Ostali nespomenuti izdaci	1.000,00		100,00	1.154,29	1.500,00		150,00	1.533,39		102,23
6.2.29.	Kotizacije	350,00		205,88	175,00	345,00		98,57	500,00		144,93
6.3.	Tijelo turističke zajednice	2.629,56		187,03	920,46	1.729,56		65,77	2.656,65		153,60
6.3.2.	Naknada za rad članovima Zajednice	1.500,00		150,00	0,00	1.100,00		73,33	1.500,00		136,36
TZ	Sufinanciranje TZ otoka Krka - obveze za tijela turističke zajednice (prema Izjuci 16,76%)	129,56		0,00	129,56	129,56		100,00	156,65		120,91
OTDK	6.3.3. Trošak reprezentacije (hrana, piće, pokloni)	1.000,00		250,00	690,90	500,00		50,00	1.000,00		200,00
	6.3.4. Tisak radnih materijala (sjednice Vijeća i Skupštine)	0,00		0,00					0,00		0,00
J.	REZERVA	4.000,00	0,70	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4.000,00		0,00
B.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	16.000,00	2,80	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
	SVUKUPNO :	571.000,00	100,00	109,79	403.521,56	567.066,68	100,00	99,31	674.000,00	100,00	118,86