



# PROGRAM RADA

## 2022.

S FINANCIJSKIM PLANOM

studeni 2021.

**FANI SLADE**

Direktorica Turističke zajednice općine Ston

## 1. UVOD

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

Naime, u skladu sa zakonskim odredbama lokalne turističke zajednice koje pripadaju istoj regionalnoj turističkoj zajednici obvezne su se 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.

Cilj nove metodologije je unificiranost i konsolidacija planiranja i izvješćivanja o provedenim aktivnostima na svim razinama sustava kako bi se postigla transparentnost, jasan i precizan pregled u aktivnosti i uloga u razvoju, implementaciji i provedbi zadaća prema razinama ustroja turističkih zajednica.

Stoga, TZO Ston izradila je program rada koji prati smjernice u skladu sa strateškim dokumentima „Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine“, kao krovnim razvojnim dokumentom hrvatskog turizma, Strategiju razvoja turizma DNŽ 2012. – 2022. kao regionalni dokument, Plan razvoja turizma Pelješca i Akcijski plan razvoja turizma Pelješca – klusterski dokument, te Strateški marketing plan Stona i Malog Stona kao turističkog odredišta za razdoblje od 2017. do 2022. godine

Smatrajući važnim uskladiti programe rada na razini Pelješca, TZO Ston, TZO Janjina, TZO Trpanj i TZO Orebić, postavile su zajednički okvir iz kojeg će razraditi pojedinačne zadatke za svaku turističku zajednicu. Također, o aktivnostima će koordinirati i sa županijskom TZ kojoj gravitiraju. Sukladno zakonskim odredbama, prije usvajanja plana, isti će se koordinirati s regionalnom TZ.

U ovom dokumentu jednakovrijedno će se koristiti termini TZ i DMO.

### **Osnovne pretpostavke planiranja**

Prilikom definiranja strategije i provedbenog plana 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), 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 turističkih zajednica** sadržane su u Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19) prema razini ustroja turističkih zajednica prema sljedećoj strukturi:

- **LTZ** – lokalne turističke zajednice – članak 32. Zakona

Zadaće lokalne turističke zajednice, kao lokalne destinacijske menadžment organizacije, su sljedeće:

**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.

Pored zadaća iz stavka 1. ovoga članka, lokalne turističke zajednice koje ostvaruju više od 1.000.000 komercijalnih noćenja godišnje mogu izvršavati i sljedeće zadaće vezane uz marketing:

1. odnosi s javnošću
2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnoj stranici i profilima društvenih mreža
3. definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala
4. uspostavljanje marketinške infrastrukture temeljene na informatičkim tehnologijama
5. provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga ( branding destinacije, *online* i *offline* aktivnosti, mrežne stranice i profili društvenih mreža, sajmovi, studijska putovanja, prezentacije, partnerstva, sponzorstva i slično)
6. koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na lokalnoj razini
7. 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 smjericama i uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice.

Lokalna turistička zajednica može na temelju posebne odluke Turističkog vijeća Hrvatske turističke zajednice biti član međunarodnih turističkih organizacija i srodnih udruženja.

Godišnji program rada i financijski plan izrađeni su na temelju:

- ✓ fizičkih rezultata turističkog prometa za 2019., 2020. i 2021. godinu,
- ✓ uputa i smjernica za rad u turizmu u odnosu na COVID-19
- ✓ iskustava i aktivnosti započelih u 2021. godini i/ili ranijih godina,
- ✓ koordinacija i konzultacija sa privatnim i javnim sektorom,
- ✓ stanja na emitivnim tržištima i procjeni za 2021. godinu,
- ✓ stanja i strukture raspoloživih smještajnih kapaciteta,
- ✓ zaključaka sa sjednica tijela TZ

Program rada Turističke zajednice općine Ston za 2022. godinu zadanim ciljevima i planiranim aktivnostima predstavlja kontinuitet i nastavak provedbe ranije preuzetih aktivnosti usmjerenih prema jačanju snage brenda pelješkog turizma, stvaranju prepoznatljivog imidža destinacije Pelješac, osobito prepoznavanje Stona kao vrhunskog gastro odredišta, podizanju marketinške vrijednosti destinacije, unapređenju i obogaćivanju turističkog proizvoda destinacije, razvoju sadržaja koji omogućavaju produljenje turističke sezone te povećanju ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, posebice u PPS (pred i sezonskom) razdoblju.

## **1.1. UPRAVLJANJE DESTINACIJOM U UVJETIMA COVID-19 PANDEMIJE**

### ***1.1.1. Pandemija COVID-19 treba racionalno vodstvo turističkih destinacija***

COVID-19 pandemija je privremeno vrijeme krize za globalni turizam. Ovo je vrijeme da i naša TZ pruži mirno, odmjereno vodstvo koje je potrebno našim posjetiteljima, mještanima i turističkoj industriji.

Nakon dvogodišnje pandemije svjesni smo značaja turizma za dobrobit svakog stanovnika.

Stoga za 2022. Covid-19 promatramo s prethodnim iskustvom:

- Utjecaj pandemije na digitalizaciju turizma
- Pandemija u turizmu - prijetnja ili nova prilika?
- Uloga digitalizacije u vremenu COVID-19
- 2020. i 2021. – godine ubrzanja digitalizacije turizma
- Pandemija i novi formati digitalnog turizma u nastajanju

**Do okončanja pandemije, značajno je da javni servis TZ i dalje podržava i preporučuje da se svi pridržavaju preporuka službe javnoga zdravstva.**

2020. godina bit će poznata kao godina u kojoj je mobilnost svijeta stavljena u pauzu. Dok je početkom cijepjenja u 2021., a tijekom turističke sezone 2021. došlo do iznimnog povećanja broja posjetitelja u odnosu na 2020., a sami turistički rezultati povremeno su dosegali predpandemijske brojke.

Globalna pandemija uzrokovana korona virusom dovela je svijet u iznimnu situaciju, transformirajući politiku, trgovinu i mnoge industrije, uključujući turizam, na načine koji se još uvijek oblikuju i dovode nas u situaciju da predviđamo gotovo nepredvidljive scenarije.

Novi odgovori turističke politike koji se odnose na COVID-19 već su provedeni u djelo. Pojavila se i digitalizacija koja je u tome odigrala temeljnu ulogu.

Trenutno postoje brojni eksperimenti koji uključuju digitalni turizam, a neki od njih donose promjene koje bi se mogle održati kao standardi nakon što pandemija prođe. Početne indikacije su da trenutna kriza ubrzava digitalnu transformaciju turizma i destinacijski sektor upravljanja.

Fokus se pomaknuo s implementacije digitalnih uređaja za turistička iskustva u odredištu na korištenje takvih uređaja za povezivanje na daljinu s potencijalnim posjetiteljima.

U ovim godinama značajno obilježenim COVID-19 došlo je do značajnog porasta eksperimenata koji transformiraju odredište u digitalno/virtualno iskustvo.

UNWTO zajedno s Instagramom priprema priručnik za oporavak turizma što je dio šire strategije UNWTO-a prema iskorištavanju moći digitalne inovacije za pokretanje turizma, službeni #restarttourism, posebno lokalnog i održivog turizma.

Nepobitna je činjenica da je pandemija ubrzala upotrebu digitalnih alata u komunikaciji svih turističkih dionika, ne samo za sastanke već za bolje prezentaciju ukupne ponude.

Međutim, 2021. donijela je obrise povratka normalnom životu, te organiziranju uobičajenih turističkih događanja, dok je značajno zadržan element edukacije putem digitalnih platformi.

Istodobno s novim digitalnim alatima, 2021. pokazala je da virtualna stvarnost nije dovoljna da bi zadovoljila ljudsku potrebu za istraživanjem i upoznavanjem novih sredina, te nam stoga predstoji razdoblje značajnog zauzimanja novih tržišnih pozicija u novonastalim uvjetima.

Iako poremećaj COVID-19 teško pogađa turizam, čini se da je i dobro vrijeme za ponovni posjet turista, promišljati o tome koji su drugi oblici upravljanja destinacijom, a koji su mogućim inovativnim formatima koji će se stvoriti povezujući destinacije s posjetiteljima. Onda pandemija također može biti uokvireno kao pozitivno vrijeme za eksperimentiranje i inovacije, gdje se mogu pojaviti poslovni modeli, posebno u području digitalnog turizma.

Što se tiče 2022. ono što ostaje nepromijenjeno:

- ✓ **Utvrđiti službene izvore informacija**  
Može se postupiti primjereno samo kad se raspolaže činjenicama. Treba utvrditi na kojim vijestima i vladinim izvorima bi informacije TZ trebale ovisiti, o činjeničnim novostima koje mogu informirati svih tijekom kriznog razdoblja. Treba se osloniti na informacije vlade o trenutnim putnim rizicima, ograničenjima i preporukama.
- ✓ **Na prvo mjesto treba staviti zdravlje i sigurnost**

Zdravlje i sigurnost ljudi u određenju uvijek su na prvom mjestu. Publika na društvenim mrežama sadrži i posjetitelje i stanovnike, pa treba imati na umu lokalne potrebe, posebno ako ovo područje dosegne fazu u kojoj je ograničeno putovanje.

- ✓ **Podržati vladine preporuke** o događajima, okupljanjima i općim kretanjima stanovništva. Neka poruke budu dosljedne unutar zajednice. Ako se mora prestati objavljivati, potrebno je razjasniti zašto je tome tako. Treba poticati smirenost i zdrav razum.

- ✓ **Biti u toku s vijestima**

Potrebno je paziti da sadržaj bude informativan o novostima i vijestima iz službenih državnih izvora. Treba plan za odgovore na određene vijesti koji bi pokrenuli promjenu u porukama.

Na primjer, treba odrediti u kojem trenutku prekinuti objave o planiranju putovanja i inspirativne objave i postavljati vijesti samo da biste putnike zaštitili. Odrediti granicu - na primjer, kada zrakoplovne tvrtke vjerojatno otkazu letove - resursi DMO-a možda će se bolje potrošiti ako se počne planirati oporavak, a ne upirati na dolaske kad isti nisu mogući.

**Oprez:** dok nadolaze ažuriranja, treba voditi računa kako će sadržaj izgledati na feedu vijesti kad se na ciljanim tržištima stavi pored vijesti COVID-19. Neka su područja pod jačim ograničenjima od drugih.

### **1.1.2. Strateško planiranje odredišta kroz krizu COVID-19**

Ovo je vrijeme prilagodljivosti. Dok se svijet pokušava usidriti usred krize COVID-19 i virusom izazvane realnosti nadolazećeg gospodarskog pada, pa rasta, destinacijske organizacije i ugostiteljska industrija morat će primijeniti novu perspektivu na destinaciju, razvoj i angažman zajednice.

Bez obzira gdje promatrate turizam u svijetu, naša ugostiteljska industrija bila je ozbiljno pogođena u prvom mjesecima reagiranja na virusnu bolest, pa sve do oporavka koji je započeo tek u ljeto 2021.

Ponovno pokretanje turističkog marketinga u svijetu, koji je zauvijek promijenjen pandemijom COVID-19, zahtijeva i od našeg odredišta da ponovno razmisli kako doći do posjetitelja – onih koji se vraćaju i potencijalnih – na nove načine.

To će također značiti velike promjene za upravljanje destinacijom s obnovljenim fokusom na pružanje sigurnog i zdravog iskustva posjetitelja na svim dodirnim točkama posjetitelja.

Ali kako taktički pripremiti svoje pozicioniranje, slanje poruka i komunikacije na usklađen, ali okretan način? Kako organizirati destinaciju, zajednicu, turistička poduzeća i vladine čelnike kako bismo novim posjetiteljima pružili normalan doživljaj koji smanjuje rizik i još uvijek pruža visokokvalitetno turističko iskustvo?

### 1.3. CILJEVI I AKTIVNOSTI U 2022.

Aktivnosti koje su planirane u godišnjem programu rada i financijskom planu Turističke zajednice općine Ston za 2022. godinu su:

- ✓ Postupanje u skladu sa nacionalnim epidemiološkim mjerama
- ✓ promoviranje turističke destinacije na emitivnim tržištima
- ✓ povezivanje destinacija Pelješac
- ✓ sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou destinacije,
- ✓ koordinacija djelovanja subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet, a radi zajedničke provedbe politike razvoja i obogaćivanja turističke ponude,
- ✓ pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji sa regionalnom turističkom zajednicom te u suradnji s HTZ- om,
- ✓ sudjelovanje u stvaranju uvjeta za efikasnu koordinaciju javnog i privatnog sektora,
- ✓ poticanje i sudjelovanje u uređenju destinacije, u cilju unaprjeđenja općih uvjeta boravaka turista,
- ✓ poticanje i organiziranje manifestacija koje pridonose obogaćivanju turističke ponude,
- ✓ nastavak akcija poticanja pred i posezone,
- ✓ poticanje novih i unaprjeđenje postojećih turističkih proizvoda,
- ✓ organiziranje i poticanje akcija u cilju očuvanja turističkog prostora, unaprjeđenja turističkog okruženja i zaštite okoliša, te prirodne i kulturne baštine,
- ✓ redovito prikupljanje i ažuriranje podataka o turističkoj ponudi, smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima, kulturnim, sportskim i drugim manifestacijama te drugih informacija potrebnih za boravak turista u destinaciji,
- ✓ obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom,
- ✓ stvaranje, održavanje i redovno kreiranje sadržaja na web stranicama destinacije i profilima društvenih mreža,
- ✓ prikupljanje i obrada podataka o turističkom prometu na području destinacije

Uvažavajući neizvjesnost 2022., kako turističke, tako i ekonomske godine, ali i razvoja i utjecaja na društvo, ovaj program rada sadržavat će elemente po kojima ćemo nastojati održati sve započete projekte i definirati njihov daljnji razvoj i profiliranje u budućnosti.

**Naglasak u 2022. će biti na povratku turizmu kakvog smo poznavali s naglascima na nove elemente i način ponude, na podizanju kvalitete, vidljivosti i dostupnosti postojećih proizvoda i sadržaja.**

Svako planiranje i predskazivanje (ne)uspješnosti turističke 2022. bilo bi i nezahvalno, a dijelom bi pokazivali i nesmotrenost i neprihvatanje realnosti današnjeg vremena.



Međutim, istodobno, kao DMO dužni smo učiniti sve da bez obzira na izvjesnost da će povećana procijepljenost na našim emitivnim tržištima omogućiti daljnji razvoj turizma u smjeru koji smo poznavali prije pandemije.

U ovome dokumentu nećemo posebno isticati probleme sa kratkom sezonom, nedostatkom radne snage, podizanju razine znanja u destinaciji, već ćemo se **fokusirati na brandiranje u skladu sa županijskom turističkom strategijom, te razvojem proizvoda. Posebno ćemo se osvrnuti na nužnost suradnje svih dionika, te povezivanje klusterskih destinacija u projekte, ali i povezivanje sa susjednim klasterima u daljnjem razvoju prepoznatljivih turističkih proizvoda.**

Bitno je prepoznati dodijeljene nam zadaće kroz zakonski okvir, te usmjeriti aktivnosti TZ u razvoj suradnje svih dionika, te tijela javne vlasti, na način da se uvažava doprinos svih u prepoznatljivosti i pozicioniranju istoga.

**Ciljevi u 2022.** će se uskladiti sa županijskom strategijom te razvojem brenda „Pelješac – vinsko carstvo“.

- ✓ povećanje turističkog prometa u razdoblju predsezone i posezone,
- ✓ stabilizacija turističkog prometa,
- ✓ jačanje gastro i eno ponude, pozicioniranje scenografije poluotoka, marketinško jačanje kulturne baštine i pomorske tradicije – klaster,
- ✓ diverzifikacija turističkih proizvoda,
- ✓ rast potrošnje po gostu,
- ✓ poboljšanje uvjeta boravka gostiju u destinaciji

U odnosu na razvoj situacije s COVID-19 sve usporedne vrijednosti bit će sa 2019. godinom, a u odnosu na iznenađujuće dobre rezultate u 2021., a očekivano je da se u 2022. ostvare uobičajeni, zakonom propisani prihodi. Ključ uspjeha u 2022. biti sinergija i suradnja svih dionika u destinaciji, kao i suradnja sa bliskim klasterima, te pozitivne aktivnosti i prijedlozi svih dionika da bismo na pravi način kompenzirali realne očekivane nedostatke u jednoj od najizazovnijih godina za turističko planiranje, godina povratka na uobičajene turističke karte i povratak predsezone kao ključnog elementa svake turističke sezone.

Positivne strane izmjena zakona su u donekle obveznoj suradnja lokalnih turističkih zajednica, zajedničke promotivne aktivnosti, povezivanje događanja u destinaciji, te na ovaj način korištenje kadrovskih resursa svih TZ u destinaciji što omogućuje delegiranje poslova unutar turističkih zajednica, ali i bolje upravljanje financijskim sredstvima radi podjele troškova za promotivne aktivnosti. Međutim, važno je projektne aktivnosti zadržati u primarnim (ključnim) atributima klastera Pelješac.

Prema Kunstu<sup>1</sup>, dok se u svijetu način upravljanja destinacijom mijenja u korist strateškog promišljanja, u Hrvatskoj još uvijek rast i razvoj turističkih destinacija, osim u slučaju nekoliko rijetkih iznimki, karakterizira posvemašnji nedostatak strateškog promišljanja. Odluke se donose stihijski i obično bez dovoljno prethodnih analiza, često u netransparentnom političkom okruženju tako pogoduje se određenim interesnim skupinama.

---

<sup>1</sup> Kunst I.: Hrvatski turizam i EU integracije, Institut za turizam, Zagreb, 2012., str. 103

## 1.4. TURISTIČKI PROMET U 2021.

Prije nego obradimo turistički promet 2021., pogledat ćemo parametre turističkog prometa u 2019., na način da vrednujemo turističke brojke koje bismo mogli postići.

Turistički promet					
Pelješac 2019.					
	Orebić	Ston	Janjina	Trpanj	Ukupno
Noćenja	878,399	<b>183,467</b>	96,933	149,772	<b>1,308,571</b>
Pelješac 2020.					
	Orebić	Ston	Janjina	Trpanj	Ukupno
Noćenja	522,422	<b>103,909</b>	59,017	70,705	<b>756,053</b>
Pelješac 2021. - siječanj - rujan 2021.					
	Orebić	Ston	Janjina	Trpanj	Ukupno
Noćenja	788,892	<b>146,520</b>	82,157	124,907	<b>1,142,476</b>

Tablica 1. Noćenja na Pelješcu 2019., 2020. i 2021. (prvih 9 mjeseci)

Prilikom evaluacije turističkog prometa, treba vrednovati činjenicu da Pelješac ostvaruje preko 1.000.000 noćenja godišnje, osim 2020. Dodatna analiza u postpandemijskim godinama pokazat će dosežu li komercijalna noćenja tu brojku.

Uvažavajući navedeno, u narednom razdoblju, koje podrazumijeva stabiliziranje svjetskog turističkog tržišta, prilikom planiranja dio se odnosi i na projektno udruživanja TZ klastera Pelješac na način da ostvare najveće moguće benefite.

Pri tome naglašavamo aktivnosti koje su temeljem zakona dopuštene TZ koje ostvaruju više od 1.000.000 komercijalnih noćenja.

- ✓ **Definiranje branding sustava i brend arhitekture**
  - Odabir ikona, simbola, mitova, glazbe i sl. za koje se smatra da su suština regije kao turističke destinacije
- ✓ **Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda:**
  - Izrada i provođenje Medija plana (izbor tržišta, proizvoda, definiranje kanala oglašavanja i zakup medijskog prostora, itd.)
  - Posebne tematske kampanje po turističkim proizvodima i prigodne kampanje
  - Offline i online oglašavanje te komunikacija na društvenim mrežama te ostalim kanalima komunikacije
- ✓ **Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR):**
  - Globalni PR (PR aktivnosti na emitivnim tržištima, posebni PR projekti, Pressclipping i medijska analiza na inozemnom i domaćem tržištu, itd.)
  - Domaći PR (Praćenje i analiza medijskih i online objava, posebni PR projekti)
  - Studijska putovanja za predstavnike medije u suradnji sa sustavom TZ
- ✓ **Marketinške i poslovne suradnje:**

- o Udruženo oglašavanje u suradnji sa sustavom turističkih zajednica i predstavnicima turističke ponude na regionalnoj razini
- o Strateški projekti i marketinške suradnje (npr. s avioprijevoznicima, turoperatorima i sl.)

U odnosu na planirana financijska sredstva u 2022., TZ s poluotoka Pelješca ni zajedno ni pojedinačno ne mogu pristupiti navedenim aktivnostima. Stoga će se ovaj program rada zadržati na aktivnostima koje financijski možemo podnijeti, tako da na najbolji mogući način napravimo pripremu sezone i ostvarimo najbolje rezultate u odnosu na nametnuta nam ograničenja.

Nedvojbeno je da će i ovogodišnja krivulja pokazati da su vršni mjeseci preopterećeni u odnosu na razdoblje izvan srpnja i kolovoza.

### **1.5. PROCJENA FIZIČKOG OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA ZA 2022. GODINU**

Za razdoblje siječanj - rujna 2020. god. u turističkom prometu ostvareni su sljedeći rezultati:

**146.697 noćenja i 24.231 dolazaka, pri čemu indeks noćenja je oko 140%, a dolazaka oko 170%.**

Navedeni podaci značajno utječu na očekivanja u narednoj godini, međutim u odnosu na prihvatne kapacitete na području općine Ston potrebno je sa zadržkom očekivati rast turističkog prometa. Međutim, uvažavajući činjenicu da se u 2022. očekuje puštanje u promet pelješkog mosta, visoka procijepljenost, te davanje booster doza, s optimizmom očekujemo sezonu 2022., te očekujemo dobru sezonu.

Smatramo da će turistička 2022. poslovati s elementima osobne zaštite turista, ali bez lockdown-a, zatvaranja granica i ostalih situacija iz prethodnih godina.

Uz ovaj optimizam, i zadržavanje opreza u smislu predviđanja turističkog prometa, očekujemo da u 2022. ostvarimo rast turističkog prometa, ali i ono što nam je iznimno važno prepoznavanje komparativnih prednosti Stona kao destinacije.

### **1.6. REZULTATI OSTVARENI U 2021. GODINI (siječanj – rujna)**

Na području općine Ston 2021. godine (siječanj – rujna) vidljiv je i očekivan pad turističkog prometa u odnosu na 2019. godine.

U 2020. godinu u razdoblju siječanj-rujan ostvareno je ukupno 103.909 noćenja i 14.136 dolazaka.

U tabeli usporedbe zadnje 3 godine vidljiv je utjecaj pandemije na turistički promet.

2021		2020		2019		2021/2020	2021/2020
dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja
24,195	146,520	14,136	103,909	35,479	183,467	171.16%	141.01%

Tablica 2. Usporedba turističkog prometa 2021., 2020. i 2019. (prvih 9 mjeseci)

U naredne dvije tablice dat ćemo pregled noćenja i dolazaka po državama, odnosno po smještajnim kapacitetima. Uvažavajući činjenicu izvanredne situacije, nećemo posebno

isticati karakteristike ovogodišnjih turističkih rezultata iz razloga što je ukupan život, pa i ekonomija u 2021. iznenađenje za sve, te nije moguće na temelju pojedinačnih podataka donositi zaključke.

država	dolasci	noćenja	udio u dolascima	udio u noćenjima
Češka	3,334	28,654	13.78%	19.56%
Poljska	3,123	22,962	12.91%	15.67%
Bosna i Hercegovina	2,729	22,287	11.28%	15.21%
Njemačka	3,621	16,998	14.97%	11.60%
Hrvatska	2,922	16,383	12.08%	11.18%
Slovenija	1,179	6,859	4.87%	4.68%
Austrija	876	4,599	3.62%	3.14%
Slovačka	446	3,615	1.84%	2.47%
Francuska	1,548	3,157	6.40%	2.15%
Mađarska	469	3,005	1.94%	2.05%
Srbija	280	2,965	1.16%	2.02%
Italija	545	2,034	2.25%	1.39%
Nizozemska	535	1,707	2.21%	1.17%
Ujedinjena Kraljevina	210	1,240	0.87%	0.85%
Rusija	187	1,095	0.77%	0.75%
Belgija	336	994	1.39%	0.68%
Švicarska	286	992	1.18%	0.68%
Ukrajina	180	982	0.74%	0.67%
Rumunjska	135	790	0.56%	0.54%
SAD	252	736	1.04%	0.50%
Ostale zemlje	1,002	4,466	4.14%	3.05%
<b>UKUPNO</b>	<b>24,195</b>	<b>146,520</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

Tablica 3. Dolasci i noćenja po zemljama 2021. TOP20

Iz tablice 3. se vidi da već u 2021. došlo je do povratka na statističke staze iz prethodnih godina. Hrvati su značajno niže na tablici nego u 2020. kad su bili na 2. mjestu.

vrsta objekta	dolasci domaći	dolasci strani	dolasci ukupno	noćenja domaći	noćenja strani	noćenja ukupno	udio u dolascima ukupno	udio u noćenjima - ukupno
Objekti u domaćinstvu	1,550	12,026	13,576	10,486	86,618	97,104	56.11%	64.01%
Nekomercijalni smještaj	157	1,669	1,826	3,430	20,233	23,663	7.55%	20.94%
Kampovi	281	6,130	6,411	954	18,898	19,852	26.50%	5.82%
Ostali ugo. objekti (skupina kampovi)	204	559	763	491	2,930	3,421	3.15%	3.00%
Hoteli	730	889	1,619	1,022	1,458	2,480	6.69%	6.24%
<b>Ukupno</b>	<b>2,922</b>	<b>21,273</b>	<b>24,195</b>	<b>16,383</b>	<b>130,137</b>	<b>146,520</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

Tablica 4. Dolasci i noćenja po vrstama smještajnih objekata

Naselje	2021		2020		2019		21/20	21/20
	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja
Boljenovići	0	0	5	44	24	43	0.00%	0.00%
Brijesta	660	4,353	336	3,000	1,181	7,064	196.43%	145.10%
Broce	864	7,832	536	5,148	1,166	9,369	161.19%	152.14%
Duba Stonska	112	1,292	74	1,122	265	2,211	151.35%	115.15%
Dubrava (Ston)	510	4,526	447	3,592	703	5,198	114.09%	126.00%
Hodilje	911	7,027	647	4,989	2,088	10,209	140.80%	140.85%
Luka (Ston)	749	3,957	507	3,319	1,035	4,833	147.73%	119.22%
Mali Ston	2,754	7,934	1,490	4,407	3,649	9,876	184.83%	180.03%
Metohija	10	195	1	20	44	105	1000.00%	975.00%
Putniković	2,382	21,103	1,719	16,473	2,966	25,391	138.57%	128.11%
Ston	8,457	28,626	3,467	14,441	14,617	44,851	243.93%	198.23%
Tomislavovac	59	431	54	519			109.26%	83.04%
Zabrđe (Ston)	50	463	44	381	35	255	113.64%	121.52%
Zamaslina	62	579	60	831	86	879	103.33%	69.68%
Zaton Doli	44	316	37	730	2	14	118.92%	43.29%
Žuljana	6,571	57,886	4,660	44,101	7,490	62,623	141.01%	131.26%
<b>UKUPNO</b>	<b>24,195</b>	<b>146,520</b>	<b>14,084</b>	<b>103,117</b>	<b>35,351</b>	<b>182,921</b>	<b>171.79%</b>	<b>142.09%</b>

Tablica 5. Dolasci i noćenja po turističkim mjestima (prvih 9 mjeseci)

Uz turistički promet, bitno je obratiti pozornost na financijske rezultate 2021.

Turističko mjesto	Zaduženja 2021.	Uplata 2021.	Razlika 2021.	Donos 2020.	Saldo 2021.
Boljenovići	350.00	0.00	350.00	0.00	350.00
Brijesta	26,898.00	25,162.00	1,736.00	1,456.00	3,192.00
Broce	27,482.00	26,101.34	1,380.66	50.00	1,430.66
Česvinica	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Duba Stonska	7,053.50	7,225.50	-172.00	-198.00	-370.00
Dubrava (Ston)	23,470.00	23,792.00	-322.00	-442.00	-764.00
Hodilje	28,826.00	26,883.70	1,942.30	1,606.74	3,549.04
Luka (Ston)	13,191.00	12,231.56	959.44	699.40	1,658.84
Mali Ston	50,949.00	49,158.89	1,790.11	338.40	2,128.51
Metohija	700.00	700.00	0.00	0.00	0.00
Putniković	82,415.00	75,957.35	6,457.65	1,877.75	8,335.40
Ston	149,486.00	146,504.37	2,981.63	-7,311.88	-4,330.25
Tomislavovac	2,065.00	2,065.00	0.00	0.00	0.00
Zabrđe (Ston)	2,100.00	2,100.00	0.00	0.00	0.00
Zamaslina	2,761.00	3,235.50	-474.50	2,189.50	1,715.00
Zaton Doli	1,225.00	1,750.00	-525.00	525.00	0.00
Žuljana	163,455.00	146,143.89	17,311.11	14,311.32	31,622.43
<b>UKUPNO</b>	<b>582,426.50 kn</b>	<b>549,011.10 kn</b>	<b>33,415.40 kn</b>	<b>15,102.23 kn</b>	<b>48,517.63 kn</b>

Tablica 6. Bruto naplata turističke pristojbe po mjestima, 01.01. – 08.11.2021.

Prilikom tumačenja gornje tablice potrebno je uzeti u obzir da raspodjela turističke pristojbe je takva da nešto više od 40% ostaje lokalnoj turističkoj zajednici.

<b>Objekt - vrsta naplate</b>	<b>Broj objekata</b>	<b>Broj smještajnih jedinica</b>	<b>Broj kreveta</b>	<b>Broj obveznika</b>
Hoteli	1	14	28	1
Kampovi	3	305	915	3
Nekomercijalni smještaj	375	376	1,552	373
Objekti u domaćinstvu	266	706	1,968	240
Ostali ugostiteljski objekti	28	62	190	21
<b>UKUPNO</b>	<b>673</b>	<b>1,463</b>	<b>4,653</b>	<b>583</b>

Tablica 7. vrste smještajnih objekata prema vrsti naplate 2021.

Značajan utjecaj na financijske rezultate 2020. imala je odluka Vlade RH, odnosno MINT(S)-a da se u 2021. umanju iznos paušalnog iznosa turističke pristojbe za 50%, te da se ne naplati pristojba za pomoćne ležajeve. Na isti način je prepolovljena i obveza za paušal za članarinu TZ.

Za planiranje u 2022. uzeti su u obzir ukupni turistički, medijski objavljeni rezultati, te ne očekujemo ovakva smanjenja obveza.

## 2. POJEDINAČNO PLANIRANI ZADACI PREMA GRUPAMA

### 2.1. PRIHODI 710.000,00 kn

#### 2.1.1. Izvorni prihodi 405.000,00 kn

##### - Turistička pristojba 345.000,00 kn

Izvorni prihodi turističkih zajednica su turistička pristojba i članarina turističkim zajednicama.

Turističku pristojbu u 2021. raščlanjujemo na:

- Turistička pristojba u smještajnim objektima 330.000 kn
- Turistička pristojba nautičari 15.000 kn

Što čini ukupno planirani prihod od turističke pristojbe od 345.000,00 kn.

##### - Članarina 60.000,00 kn

#### 2.1.2. Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog 145.000,00 kn

##### Prihodi iz Općine Ston 110.000,00 kn

Sukladno dosadašnjoj dobroj i uhodanoj praksi, Općina Ston u svom proračunu osigurava sredstva za:

- Funkcioniranje turističkog ureda 50.000 kn
- Za događanja 60.000 kn

Planiramo sufinanciranje-podršku razvoju turističkih događanja iz državnog proračuna

- županijski proračun 15.000 kn

Potpore po natječajima za Okuse Pelješca, Dane kamenica, Noći vina i Festival soli.

#### 2.1.3. Prihodi od sustava turističkih zajednica 20.000,00 kn

- Sredstva iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent koje dodjeljuje HTZ, a potom i RTZ prema LTZ u skladu s Pravilnicima i Javnim pozivima;

Sredstva iz Fonda za udružene turističke zajednice koje dodjeljuje HTZ u skladu s Pravilnikom i Javnim pozivom; Financijska potpora za projekte klastera Pelješac. Očekujemo da će u 2022. MINTS prihvatiti naše udruživanje

TZO Ston financijski sudjeluje s 1/6 u ukupnim troškovima , samim time bi i refundacija bila 1/6 ukupnog troška.

- Ostale potpore, donacije, participacije i sl. koje se provode na svim razinama sustava sukladno odlukama, sporazumima, natječajima i ostalim načinima pisano regulirane suradnje.

**2.1.4. Prihodi iz EU fondova** **0,00 kn**

Nije planirano.

**2.1.5. Prihodi od gospodarske djelatnosti** **0,00 kn**

Nisu planirani.

**2.1.6. Preneseni prihodi iz prethodne godine** **140.000,00 kn**

Iako je 2021. bila zahtjevna, pažnjom dobrog gospodara vodili smo računa da bismo u 2022. trebali i mogli prenijeti dostatna sredstva za početak pripreme sezone i osiguranje funkcioniranja administrativne strane turističke zajednice.

Navedeno je usko vezano sa potpunom naplatom obveza od naših članova.

**2.1.7. Ostali prihodi** **0,00 kn**

Sukladno teškoj gospodarskoj situaciju ne očekujemo donacije niti potpore u 2022.

**2.2. RASHODI** **710.000,00 kn**

**2.2.1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE** **17.000,00 kn**

**- Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata**

Izrada plana razvoja Pelješca s Institutom za turizam. Početne aktivnosti.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZO Ston, Janjina, Trpanj i Orebić

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti** **7.000,00 kn**

**Rokovi realizacije aktivnosti:** studeni 2022.

**- Istraživanje i analiza tržišta**

Benchmarking je sredstvo učenja od najboljih, što posebno vrijedi za destinacijski benchmarking. Treba naglasiti da turističku destinaciju određuje njezin poslovni model i ona ne konkuriira s destinacijama sličnih obilježja već s destinacijama koje imaju isti poslovni model. Zato je izuzetno važno procijeniti poslovni model određene destinacije kao i način na koji model funkcionira. Cilj je procjene određivanje smjera razvoja sustava destinacije u budućnosti, odnosno načina osiguravanja njegove održivosti na dugi rok.<sup>2</sup>

Destinacijski benchmarking podrazumijeva kontinuirano mjerenje rezultata turističke destinacije, jake i slabe strane, i to kako u odnosu na vlastite rezultate, tako i u odnosu na rezultate nekih drugih destinacija u zemlji i inozemstvu, te u odnosu na nacionalne i međunarodne sustave mjerenja kvalitete, pri čemu se koriste primarni i sekundarni podaci s

---

<sup>2</sup> Cetinski V., Juričić B.: Benchmarking i kvaliteta u turizmu, Konferencija Novi trendovi u turizmu i uslužnoj djelatnosti, Opatija, 2004., str. 9



namjerom uspostavljanja prioriteta, određivanja ciljeva djelovanja i postizanja poboljšanja djelovanja da bi se ostvarila kompetitivna prednost.<sup>3</sup> 6.000,00 kn

Drugi dio novca (2.000 kn) usmjeren je na implementaciju ruralnih proizvoda, outdoor Pelješac i eno-gastro Pelješac. 2.000,00 kn

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZO Ston, IQM destination

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :** 8.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:** prosinac 2022.

- Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

Nulto mjerenje indikatora kvalitete destinacije, mjerenje indikatora održivog razvoja, mjerenje učinkovitosti rada turističke zajednice.

Elemente ćemo definirati u skladu sa postavljenim standardima IQM destination.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZO Ston, IQM destination

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :** 2.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:** ožujak – studeni 2022.

## 2.2.2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA 145.000,00 kn

- Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda:

Klaster Pelješac u 2022. pristupit će izradi IQM pass - program dobrodošlice kojim će se objediniti ponuda cijelog Pelješa u cilju umrežavanja i vidljivosti.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZO Ston, Janjina, Trpanj, Orebić, IQM destination

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :** 5.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:** srpanj 2022.

- Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

Implementacija sustava označavanja kvalitete -postavljanje standarda u destinaciji sukladno smjernicama i konceptualnim preporukama UNWTO-a (IQM).

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZO Ston, Janjina, Trpanj, Orebić, IQM destination

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :** 10.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:** srpanj 2022.

**Podrška razvoju turističkih događanja 130.000,00 kn**

Organizacija:

- Organizacija manifestacija koje naglašavaju pelješke posebnosti eno gastro ponude
  - Dane malostonskih kamenica

<sup>3</sup> Kozak M.: Destination benchmarking: Concepts, Practices and Operations, Wallingford, CABI Publishing, 2004., str. 16-19, 87

- Noći ribe i vina
- Stonske gulozarije
- Buzarijada
- Organizacija i suorganizacija kulturno -zabavnih manifestacija koji se tradicionalno održavaju (Festa sv.Liberana , Festa sv.Ivana u Žuljani,sv.Anna u Putnikoviću)
- Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata (Dani otvorenih peljeških podruma ), organizacija eno –gastro Festivala Peljeških okusa , Festivala soli i Festivala kapetana sa tz sa poluotoka Pelješca
- Suorganizacija:
  - ✓ Festival soli
  - ✓ Ston Wall Marathon
  - ✓ Festival pelješkog okusa
  - ✓ Festival kapetana

Navedeno će se sufinancirati isključivo ukoliko epidemiološke mjere omogućće održavanje zabava ove vrste, a samim time i ukoliko se povećaju predviđena financijska ukupna sredstva. Ukoliko se sve to poklopi, događanja će se financirati iz rezerve posebnom odlukom turističkog vijeća.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZO Ston, Janjina, Trpanj, Orebić

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :** 130.000,00 kn  
**Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.**

- Turistička infrastruktura 0,00 kn

Nije planirano.

- Podrška turističkoj industriji 0,00 kn

Nije planirano.

**2.2.3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE** 262.000,00 kn

- Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice 0,00 kn

Nije planirano.

- Suradnja s organizatorima putovanja

Pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZO Ston, TZ DNŽ, HTZ

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :** 10.000,00 kn  
**Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.**

- Kreiranje promotivnog materijala:

Reprint plana Ston i Mali Ston, općine Ston, izrada biciklističke karte Pelješca u suradnji sa ostalim TZ s poluotoka Pelješca.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZO Ston u suradnji s TZ s poluotoka

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :** 34.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:** srpanj 2022.

- **Internetske stranice:**

Upravljanje sadržajem i održavanje web mjesta [www.ston.hr](http://www.ston.hr), [www.peljesac.holiday](http://www.peljesac.holiday)

U skladu s najavom HTZ da će službeni web site pojedine TZ biti podomena na vršnoj domeni [croatia.hr](http://croatia.hr), pripreme radnje za izradu poddomene [visitston.croatia.hr](http://visitston.croatia.hr), također prema zadnjim najavama iz HTZ, to će biti službeni web site svake pojedine TZ.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZO Ston

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :** 25.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:** 2022.

- **Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka:**

Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka, te priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZO Ston

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :** 10.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:** 2022.

- **Turističko-informativne aktivnosti:**

Upravljanje TIC-evima

Funkcioniranje Turističko-informativnog centra uključuje plaću turističkog informatora u Stonu. Planirano je otvaranje TIC-a Žuljana, te zaposlenje 2 zaposlenika TIC-a u Stonu.

Nužno održavanje turističke signalizacije samostalno i u suradnji s jedinicom lokalne samouprave

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZO Ston

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :** 183.000,00 kn

**Rokovi realizacije aktivnosti:** 2022.

#### 2.2.4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

20.000,00 kn

- **Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor**

Nije planirano.

- Upravljanje kvalitetom u destinaciji  
IQM, upravljanje kvalitetom u destinaciji.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZO Ston, Janjina, Trpanj i Orebić

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti** 4.000,00 kn  
**Rokovi realizacije aktivnosti:** 2022.

- poticanje na uređenje destinacije:  
aktivnosti uređenja drvoreda i cvjetnih otoka  
suradnja u čišćenju podmorja rezervata malostonskog zaljeva i mnogobrojnih uvala južne strane naše općine

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZO Ston

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti** 16.000,00 kn  
**Rokovi realizacije aktivnosti:** listopad 2022.

#### 2.2.5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

- Međunarodne strukovne i sl. organizacije 0,00 kn  
Nije planirano.
- Domaće strukovne i sl. organizacije 0,00 kn  
Nije planirano.

#### 2.2.6. ADMINISTRATIVNI RASHODI 230.000,00 kn

- Plaće  
Plaće zaposlenika lokalne turističke zajednice osim plaća informatora u turističko-informativnim centrima

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZO Ston

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti** 160.000,00 kn  
**Rokovi realizacije aktivnosti:** 2022.

- Materijalni troškovi:  
Troškovi funkcioniranja ureda turističke zajednice (režijski troškovi, zakup prostora, uredska oprema i materijal, održavanje prostora, troškovi platnog prometa, odvjetnički i javnobilježnički troškovi, troškovi poštarine, stručno usavršavanje zaposlenika i sl.)

Također u 2022. planirano je preseljenje TZ u nove prostore koji su pri kraju s uređivanjem.

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZO Ston

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti** 70.000,00 kn  
**Rokovi realizacije aktivnosti:** 2022.

- Tijela turističke zajednice  
Troškovi reprezentacije, pripreme te distribucije materijala za potrebe održavanja sjednica tijela turističke zajednice biti će prikazana kroz materijalne troškove

**Nositelji aktivnosti i partneri:** TZO Ston

**Iznos potreban za realizaciju aktivnosti**  
**Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.**

0,00 kn

### **2.2.7. REZERVA**

**36.000,00 kn**

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).

### **2.2.8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE**

Nije predviđen manjak u 2021.

### 3. PRATEĆE ODLUKE I UPUTE

- ✓ DIREKTORICA TZO STON  
Provodi poslovne aktivnosti sukladno zakonskim i provedbenim aktima.  
O svom radu izvješće podnosi turističkom vijeću najmanje jednom(1) godišnje, ili na zahtjev turisti
- ✓ TURISTIČKI URED  
Turistički ured je stručna služba TZO Ston koja, ustrojena sukladno Statutu, realizira Program rada i druge odluke tijela TZO Ston.  
Ovaj prijedlog programa rada TZO Ston dužna je dostaviti TZ DNŽ najmanje 15 dana prije održavanja sjednice Skupštine na kojoj se odlučuje o programu rada.
- ✓ TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE STON
  - SKUPŠTINA  
Skupština TZO Ston zasjeda 2 puta godišnje i raspravlja o ključnim dokumentima, programu rada s financijskim planu i o njihovom izvršenju, te vrši nadzor rada TZO Ston. Raspravlja i o drugim važnim pitanjima iz djelokruga sustava turističkih zajednica.  
Skupština posebno nadzire:
    1. Vođenje poslova TZ
    2. Materijalno i financijsko poslovanje i raspolaganje sredstvima TZ
    3. Izvršenje i provedbu programa rada TZ
  - TURISTIČKO VIJEĆE  
Turističko vijeće zasjeda po potrebi, više puta godišnje. Na sjednice Turističkog vijeća uz članove mogu biti pozvani i gosti ukoliko svojom stručnošću ili položajem mogu značajno doprinijeti rješavanju pojedinih pitanja iz predloženog dnevnog reda pojedine sjednice.  
Turističko vijeće izvješće o svom radu podnosi Skupštini jednom(1) godišnje.  
Izvješće sadrži:
    1. Informacije o održanim sjednicama
    2. Informacije o donesenim aktima
    3. Način praćenja izvršenja programa rada i financijskog plana
  - GODIŠNJE IZVJEŠĆE  
Godišnje izvješće o izvršenju zadaća, analizu i ocjenu ostvarenja programa s financijskim planom na kraju godine predložit će Turističko vijeće, te ga dati Skupštini na usvajanje.  
Godišnje izvješće se priprema u skladu s metodologijom koju je dostavimo MINTS i HTZ.

Na temelju članka 21. Statuta Turističke zajednice općine Ston Skupština Turističke zajednice općine Stona sjednici održanoj dana \_\_\_\_\_ godine donosi

## **ODLUKU O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA S FINACIJSKIM PLANOM TZO STON ZA 2022.**

### Članak 1.

Za izvršenje financijskog plana za 2022. godinu zadužuju se Turističko vijeće i direktorica TZO Ston sukladno odredbama o nositeljima pojedinih aktivnosti. Skupština ovlašćuje Turističko vijeće da može tijekom godine, u okviru ukupne svote, vršiti preraspodjelu i prenamjenu pojedinih stavki Financijskog plana u skladu s izmjenama i dopunama Programa rada za 2022. koje će biti donesene na sjednicama Turističkog vijeća.

### Članak 2.

Direktorica TZO Ston samostalno odlučuje o iznosima do 10.000 kn za neplanirane aktivnosti.

### Članak 3.

Odobrava se korištenje dopuštenog prekoračenja u iznosu od 150.000,00 u 2022. godini.

### Članak 4.

Ova odluka stupa na snagu danom donošenja.

Predsjednik TZO Ston

Vedran Antunica