

PRILOG TRGOVAMA KADA IZ PRIMOŠTEN ZA 2017. GODINU IZ FINANCIJSKI PLAN PRIMOŠTEN IZ 2017. GODINE

UVOD

TURIZAM GLOBALNA VACINA - KRIZA

PROGRAM RADA

TURISTIČKE ZAJEDNICE

OPĆINE PRIMOŠTEN

S FINANCIJSKIM PLANOM

ZA 2017. GODINU

PROJEKCIJA TURISTIČKIH TRENDOVA

Informacijska tehnologija bila je ključnik određivanja putovanja i zadržavanja
postoji sve brže i putnici imaju potpuno kontrolu od polaska na put pa do
određivanja.
Putnici interneta većina brzo se može doći u svakoj destinaciji.
Sve se više mijenja trendovi u turizmu. Na prvom mjestu je sigurnost. Putnici
u sadržaj.
Više nije važno samo cijena i more. Traže se različitosti: boravak u miru,
letnja, rekreacija, ljetna, nacionalni parkovi i parkovi prirode. Dobro

PRIJEDLOG PROGRAMA RADA TZ PRIMOŠTEN ZA 2017. GODINU UZ FINANCIJSKI PLAN PRIHODA I RASHODA

UVOD

TURIZAM-GLOBALIZACIJA- KRIZA

Još osjećamo posljedice globalne ekonomske krize. Kad smo mislili da tome dolazi kraj, na vrata nam je pokucala IZBJEGLIČKA KRIZA. Neminovno da se sve to reflektira na depresiju država, koja se manifestira nesigurnošću građana i bojazan za sutrašnjicu. Bez obzira na financije i strah, ljudima je ostala navika i potreba za putovanjima. Mnoge države u našem okruženju davale su svojim građanima savjete- ako baš morate putovati, putujte blizu- brzo i sigurno. U takvom ozračju dogodile su se uspješne sezone 2014., 2015., te ova 2016. godina.

Hrvatska ima dobru turističku šansu, jer je sad vrijeme stvaranja navika putovanja za Hrvatsku iz našeg okruženja

Primošten što se tiče smještajnih kapaciteta u hotelima, kampovima u vrlo je nepovoljnoj situaciji (nije izgrađeno ništa novo). Jedino u privatnom smještaju imamo sve više i više ležaja. Ali u toj masi ima mnogo kapaciteta u koje nije uloženo ništa od izgradnje. Tako da je za neke iznajmljivače ovo bila najbolja, a za neke najgora godina. Bez obzira koliko lokalna zajednica ulaže u infrastrukturu, i poboljšanje kvalitete življena za svoje stanovnike i njihove goste, moramo svi ulagati u kvalitetu objekata, obrazovanje, jer trendovi i zahtjevi gostiju konstantno se mijenjaju.

PROCJENA TURISTIČKIH TRENDOVA

Informacijska tehnologija bitan je čimbenik određivanja putovanja. Putovanja postaju sve brža i putnici imaju potpunu kontrolu od polaska na put, pa do odredišta.

Putem interneta veoma brzo se može doznati o svakoj destinaciji.

Sve se više mijenjaju trendovi u turizmu. Na prvom mjestu je sigurnost, blizina te sadržaji.

Više nije važno samo sunce i more. Traže se različitosti : boravak u prirodi, šetnja, rekreacija, blizina nacionalnih parkova i parkova prirode. Dobre

biciklističke staze, putevi, avanturizam, uz sve sofisticiraniju opremu uz maksimalnu sigurnost, blizina pećina, jama, planina. Zdravstveni turizam vrlo je važan populaciji treće životne dobi. Posjet kulturnim dobrima važan je za destinaciju.

Primošten je dosad važio kao mirna obiteljska destinacija, ali novi trendovi zahtijevaju da budemo poželjni širem krugu posjetitelja. Osim mora, sunca i prekrasnih plaža imamo Primoštensko zaleđe koje bi našim gostima moglo pružiti razne doživljaje (šetnja, penjanje, biciklizam, avanturizam, spomenička baština) samo trebamo svi zajedno poraditi na tim sadržajima.

PROGRAM RADA TE FINANCIRANJE PLANA POLAZI OD

1. Daljnje promicanje i afirmacija turizma kao naše osnovne gospodarske grane
2. Analiza ostvarenih rezultata u 2016. godini.
3. Stanje na emitivnim tržištima i procjena za 2017
4. Stanje i struktura raspoloživih smještajnih kapaciteta.

TEMELJNA STRATEGIJA PRIMOŠTENSKOG TURIZMA

- Obnova, zaštita i bolje vrednovanje naših turističkih potencijala.
- Iznalaženje mogućnosti te pozicioniranje Primoštena na turističkoj karti Hrvatske i Svijeta
- Zadržati stečenu poziciju, te napredovati.
- Turistička kvaliteta mora biti u suglasju sa održivim razvojem po kriterijama današnjih potreba.
- Podizanje kvalitete proizvoda „Vrijednost za novac“
- Jačanje aktivnosti u borbi za svakog gosta.
- Od svakog gosta učiniti promotora destinacije (zadovoljan gost).

CILJEVI TURISTIČKE POLITIKE TZ PRIMOŠTEN U 2017 GODINI

Zadržati turistički promet na razini 2016. godine, te nastojati podizati za barem 2% u dolascima i 2% u noćenjima.
Želimo povećati turistički promet u pred i posezoni.
Poticati E- marketing u turističkoj promociji.

Potporna i nastavak svih akcija i aktivnosti oko stvaranja Primoštena kao jedinstvenog turističkog proizvoda Evropskih vrijednosti.

PROCJENA FIZIČKOG OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA ZA 2017. GODINU NA BAZI PODATAKA IZ 2016. GODINE

Fizički promet u 2016. godini zadržao se na razini 2015. godine. Svi tipovi smještaja zadržali su razinu od predhodne godine uz blagi porast, osim privatnog smještaja koji ima pad od 8%. To nije bilo zbog manjka gostiju. Gostiju je bilo više, kapaciteti su se povećali, ali domaćini (iznajmljivači) nisu uredno prijavljivali svoje goste. I to vjerojatno zbog novog načina prijave e-visitor.

TABLICA PO OBJEKTIMA I USPOREDBA SA 2015. GODINOM
(Rezultati za razdoblje I-XI mjeseca 2016. godine)

TIP SMJEŠTAJA	2015	2016	INDEX	PROCJENA ZA 2017
HOTEL	115338	119816	103,9	116000
AUTO KAMP	112055	113484	101,3	114000
PRIVATNI SMJEŠTAJ	420661	387654	92,1	450000
NAUTIKA	58020	79012	136,9	90000
SVEUKUPNO	706074	699666	99,13	770000

U tablici su ove godine prikazana i noćenja od vikendaša- paušalaca. Paušalci- vikendaši ostvare znatan broj noćenja, precizno se ne može definirati. Imamo uvu godinu u e-visitor različiti unos paušalaca. Do 15.7.2016., imali su mogućnost plaćanja godišnjeg paušala po osobi godišnje, a zatim po ostvarenom noćenju. Paušalci su ostajali duži period, a plaćali manje dana.

Stanovnici Općine Primošten imali su mogućnost prijave do 15 gostiju. Nemaju riješenje i ne plaćaju ništa.

SMJEŠTAJNI KAPACITETI PO VIDOVIMA NA PROSTORU OPĆINE PRIMOŠTEN

HOTEL	824 LEŽAJA
CAMP	1500 JEDINICA
MARINA	500 VEZOVA
PRIVATNI SMJEŠTAJ	6100 LEŽAJA
UKUPNO	8424

Na našu veliku žalost još je uvijek izvan funkcije 1000 hotelskih ležaja .

PRIHODI

1. BORAVIŠNA PRISTOJBA 2.100,000,00

2. ČLANARINA 250.000,00

3. PRIHODI OD REFUNDACIJA 27.000,00

4. PRIHODI OD KAMATA 5.000,00

5. OSTALO 6.500,00

UKUPNI PRIHODI 2.388.500,00

ADMINISTRATIVNI RASHODI- SVEUKUPNO

650.000,00

Kroz administrativne rashode protežu se svi izdaci za stalno zaposlene, kao i za sezonske djelatnike u turističkom info. centru, kao i troškovi za vođenje evidencije za potrebe statistike, policije, za potrebe analiza i obrade podataka koji služe za komparativne potrebe i planiranje destinacije po vidovima smještaja. U rashode po navedenoj osnovi ulaze i izdaci za energiju, čišćenje, materijali (papir, tinta za pisalice), pošta i dr.

Troškovi su znatno povećani jer smo u jednom periodu imali dva direktora i dvije direktorske plaće.

Tu je iskazana i otpremnina za direktora koji je otišao u mirovinu.

DIZAJN VRIJEDNOSTI

820.000,00

Turistička zajednica općine Primošten radi će na dizajniranju i unaprijeđenju proizvoda kroz sljedeće aktivnosti.

1. Kroz projekte Županijske turističke zajednice (biciklističke staze, označavanje istih, brošure, Web stranicu).
2. LIKE HOME- dodjelu tablica, brošura, WEB-a.
3. Kroz kulturno ljeto zabavne programe. Nastojat će mo udovoljiti gostima na način da u Primošten dožive bogatstvo kulture, baštine i načina života, kroz pjesmu, ples i zabavu.
4. Zajednica će poticati i pomagati organizacije i pojedince, koji pridonose obogaćenju kulturne i sportske ponude.
 - zimski i ljetni karneval
 - biciklijada
 - fažolijada
 - klencavica

Ostavljamo prostor i za sve ostale manifestacije i ideje na izgradnji i davanju dizajnirane slike Primoštena.

Turistička zajednica Primošten aktivno će sudjelovati u ekološko edukativnim akcijama čiji su ciljevi očuvanju zdrave životne sredine. Čistoća-uklanjanje divljih deponija kako na kopnu tako i u moru.

Stvarati klimu dobrodošlice- ljubavnosti i informiranosti. Podizati kvalitetu usluge i svijest o značaju ljudskog faktora u turizmu.

KOMUNIKACIJSKE VRIJEDNOSTI

120.000,00

U tu svrhu planira se pojačano internet oglašavanje. Poticat će se promotivne kampanje javnog i privatnog sektora. I najvažnija stvar, Primošten je na bolje promjenio svoju vizuru. Napravljen je novi krak Primoštena, pa stoga trebamo napraviti novi prospekt. A nadamo se da će se finalizirati monografija Primoštena.

DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

30.000,00

Osim naših kataloga (prospekta) na turističkim sajmovima, neophodno je da se na nekoliko sajmova pojave i turistički djelatnici, jer osim interneta, kataloga važna je i živa riječ i osobni kontakt sa potencijalnim gostom. Katalogi se ne daju ako nismo prisutni, priča se samo o mjestima tko ima predstavnika na sajmu.

INTERNET MARKETING

10.000,00

Budući da smo redizajnirali našu WEB stranicu, uputili smo javni poziv svim našim iznajmljivačima da dostave slike svojih kuća i objekata radi što boljeg informiranja naših sadašnjih i budućih gostiju. Želimo ponuditi sve podatke, radi cjelokupnog dojma naše destinacije.

MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

20.000,00

Kroz ovu stavku planiramo proizvodnju i poticanje multimedijalnih materijala, koji su danas neophodni za promicanje destinacije. Potrebno je afirmirati sve relevantne snage (turističke subjekte) da se udruže na promociji Primoštena. Zajedno smo jači. Trebamo svi zasjedno učestvovati u manifestacijama, događanjima radi zadovoljenja većine gostiju, a ne pojedinca

OSTALO	500,00
TRANSVER OPĆINI PRIMOŠTEN	630.000,00
PRIJENOS VIŠKA- REZERVE	108.000,00
UKUPNI RASHODI	2.280.500,00

Primošten, 14.11.2016

Predsjednik TZ
PRIMOŠTEN

Stipe Petrina