



PLAN I PROGRAM RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE BARANJE
ZA 2016. GODINU

U Belom Manastiru, listopad 2015.

Uvod

Baranja, hrvatski trokut obrubljen dvjema rijekama, Dravom i Dunavom te hrvatsko – mađarskom državnom granicom. Prošarana močvarom, riječnim rukavcima, vinskim cestama i surducima, Baranja je danas i dalje vrlo zatvorena, gotovo izolirana i mističnija nego ikada prije. Unatoč obnovi starih mostova i izgradnji potpuno novih, bez obzira što je prošarana s nekoliko međunarodno važnih prometnih pravaca i što je sve zanimljivija turistička destinacija - Baranja danas uspijeva biti posebnom jer ljudi ondje ljubomorno čuvaju vlastite egzistencijalne tajne. Zahvaljujući toj još uvijek postojećoj etnografskoj čaroliji, koju je moguće iščitavati s lica mještana u naseljima izvan glavnih cesta, Baranja uspijeva privlačiti, ali nikada se ne otkriva do kraja.

Turistička zajednica grada Belog Manastira osnovana je 1996. godine, a 2008. godine nastaje Turistička zajednica Baranje i djeluje na području grada Belog Manastira i šest općina: Čeminac, Darda, Jagodnjak, Popovac, Petlovac, Kneževi Vinogradi.

Turistička zajednica Baranje sukladno planovima i smjernicama, te zakonski utvrđenim zadaćama provodi promidžbu baranjskog turizma, te sustavno potiče i koordinira aktivnosti za poboljšanje općih uvjeta boravka turista u Baranji.

Program rada i Financijski plan Turističke zajednice Baranje za 2016. godinu sačinjeni su na temelju:

- smjernica razvoja turizma Osječko-Baranjske županije
- ostvarenih rezultata i aktivnosti u prvih devet (9) mjeseci 2015. godine,
- stanju na emitivnim tržištima i procjeni za 2016. godinu,
- stanju, strukturi i ocjeni raspoloživih smještajnih kapaciteta,
- aktivnostima i projektima započetih u 2014. i 2015. godini.

Glavni ciljevi TZ Baranje su pozicioniranje Baranje kao atraktivne turističke destinacije na kontinentalnom dijelu Hrvatske jačanjem turističkih potencijala, proizvoda i usluga te jačanje suradnje s turističkim dionicima s područja Baranje, kao i susjednim TZ-ovima. Učestalim održavanjem radnih sastanaka, na kojima bi se iznosile ideje, nove informacije te postojeći problemi i prijedlozi za njihovo rješenje, nastojalo bi se što efikasnije doći našeg cilja.

Na sastancima bi sudjelovali predstavnici jedinica lokalnih samouprava, turistički dionici, članovi udruga u kulturi te predstavnici susjednih TZ-ova. Jedan od ključnih planova je usmjeriti se na jačanje promocije destinacije pomoću što jeftinijih pa čak i besplatnih marketinških alata poput guerilla marketinga, social media marketinga i dr., također u svrhu ostvarivanja cilja.

Procjena fizičkog obujma turističkog prometa na području TZ Baranje za 2016. godinu

Na području TZ Baranje je u protekloj godini registrirano 7 novih smještajnih kapaciteta. Prema tome, na području TZ Baranje postoji 39 registriranih smještajnih kapaciteta s ukupno 471 ležajem. Statistički podaci turističkih dolazaka i noćenja bilježe kontinuirani rast u razdoblju od siječnja do rujna 2015. godine, usporedno s istim razdobljem u 2014. godini. Uspoređujući 2015. i 2014. godinu prema indeksu turističkih dolazaka on iznosi 118, dok indeks turističkih noćenja iznosi 120. Broj noćenja stranih turista je gotovo izjednačen s brojem noćenja domaćih turista koji bilježe najveći broj noćenja, ali je broj dolazaka stranih turista veći od broja dolazaka domaćih turista. U 2016. godini očekujemo nastavak tendencije rasta turističkih dolazaka i noćenja s obzirom da je na Danima hrvatskog turizma 2015. godine etno selo Karanac proglašeno najuspješnijom destinacijom ruralnom destinacijom, a jedan od turističkih dionika TZ Baranje je osvojio 1. mjesto u kategoriji seoskih domaćinstava, što će uvelike utjecati i na promociju Baranje kao destinacije.

Lokalna turistička zajednica: Baranje (Osječko-baranjska) / Vremenski period Siječanj - Rujan 2015								
zemlja	Siječanj - Rujan 2015			Siječanj - Rujan 2014			indeks 2015 / 2014	
	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
Ukupno	6.331	11.350	100	5.375	9.437	100	118	120
Domaći turisti	2.894	5.818	51.3	2.998	5.515	58.4	97	105
Strani turisti	3.437	5.532	48.7	2.377	3.922	41.6	145	141

Izvor: HTZ intranet

Zadaci turističke zajednice općine i grada, sukladno članku 46. Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma („ Narodne novine“ broj 152/08) su slijedeće:

- promoviranje turističke destinacije na razini općine ili grada samostalno i putem udruženog oglašavanja,
- upravljanje javnom turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane općine ili grada,
- sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou općine ili grada,
- sudjelovanje u stvaranju uvjeta za efikasnu koordinaciju javnog i privatnog sektora,
- poticanje optimalizacije i uravnoteženje ekonomskih i društvenih koristi i koristi za okoliš,
- izrada strateških i razvojnih planova turizma na nivou općine ili grada,
- poticanje i sudjelovanje u uređenju općine ili grada u cilju unapređenja uvjeta boravka turista, osim izgradnje komunalne infrastrukture,
- redovito, a najmanje svaka 4 mjeseca, prikupljanje i ažuriranje podataka o turističkoj ponudi, smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima (kulturnim, sportskim i drugim manifestacijama) radnom vremenu zdravstvenih ustanova, banaka, pošte, trgovina i sl. i drugih informacija potrebnih za boravak i putovanje turista,
- izdavanje turističkih promotivnih materijala
- obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom,
- poticanje i organiziranje kulturnih, zabavnih, umjetničkih, sportskih i drugih manifestacija koje pridonose obogaćivanju turističke ponude,
- koordinacija djelovanja svih subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi zajedničkog dogovaranja, utvrđivanja i provedbe politike razvoja turizma i obogaćivanja turističke ponude,
- poticanje, organiziranje i provođenje akcija u cilju očuvanja turističkog prostora, unapređivanja turističkog okružja i zaštite čovjekova okoliša, te prirodne i kulturne baštine,
- poticanje, unapređivanje i promicanje specifičnih prirodnih i društvenih vrijednosti koje općinu ili grad čine turistički prepoznatljivom i stvaranje uvjeta za njihovo gospodarsko korištenje,
- vođenje jedinstvenog popisa turista za područje općine ili grada, poglavito radi kontrole naplate boravišne pristojbe i stručne obrade podataka,

- dnevno prikupljanje, tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu na području općine ili grada,
- provjera i prikupljanje podataka o prijavi i odjavi boravka turista u cilju suradnje s nadležnim inspekcijskim tijelima u nadzoru nad obračunom, naplatom i uplatom boravišne pristojbe, te prijavom i odjavom turista.
- poticanje i sudjelovanje u aktivnostima obrazovanja stanovništva o zaštiti okoliša, očuvanju i unapređenju prirodnih i društvenih vrijednosti prostora u cilju razvijanja svijesti stanovništva o važnosti i učincima turizma, te svojih članova, odnosno njihovih zaposlenika u cilju podizanja kvalitete usluga,
- organizacija provođenja i nadzor svih radnji promocije turističkog proizvoda općine ili grada sukladno smjernicama skupštine turističke zajednice, godišnjem programu rada i financijskom planu turističke zajednice općine ili grada,
- ustrojavanje jedinstvenoga turističkoga informacijskog sustava, sustava prijave i odjave turista i statističke obrade,
- obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.
- (2) Turističke zajednice općine ili grada sudjeluju u provedbi programa i akcijama turističke zajednice županije od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu s područja županije.
- (3) Turistička zajednica općine ili grada može na temelju posebne odluke Turističkog vijeća Hrvatske turističke zajednice, biti član međunarodnih turističkih organizacija.

PLAN PRIHODA TZ BARANJE ZA 2016. GODINU.....824.000,00kn

Na temelju ostvarenih prihoda u prvih 9 mjeseci, a koji se odnose na uplate iz proračuna općina i uplate turističke članarine te boravišne pristojbe, može se zaključiti da se prihodi trebaju planirati u 10 % većim iznosima nego u 2015. godini.

Jedinice lokalne samouprave u svojim proračunima za 2016. godinu planiraju povećati financiranje rada turističkog ureda TZ Baranje. Povećanje prihoda TZ Baranje je evidentno i zbog provođenja projekta Etnološkog centra baranjske baštine koji se s 97% sufinancira iz operativnog programa Regionalna konkurentnost 2007. – 2013., Shema dodjele bespovratnih sredstava za poslovnu infrastrukturu. Projekt traje do 31. svibnja 2016. godine, čime se osigurava 50% plaće za tri zaposlena u TZ Baranje, do navedenog razdoblja.

Povećanjem smještajnih kapaciteta na području TZ Baranje povećava se i prihod od boravišnih pristojbi. Naplata turističke članarine temelji se na dosadašnjim prihodima, imajući u vidu da postoji mogućnost zatvaranja pojedinih tvrtki ili promjene mjesta obavljanja djelatnosti, ali isto tako i otvaranja novih tvrtki koje bi bile obveznici plaćanja turističke članarine.

TZ Baranje redovno prati raspisane natječaje HTZ, Ministarstva turizma, Ministarstva poljoprivrede, Ministarstva kulture, Ministarstva gospodarstva i drugih javnih institucija, te prijavljuje projekte koji se financiraju ili sufinanciraju iz navedenih fondova.

Ova sredstva unaprijed ne možemo predvidjeti, no svakako će se nastojati kvalitetnim projektima osigurati što više sredstava za sadržajnije provođenje svih planiranih događanja, kao i realizaciju novih proizvoda.

Prihodi od boravišne pristojbe.....	50.000,00
Prihodi od turističke članarine.....	230.000,00
Prihodi iz proračuna općine/ grada/ državnog.....	220.000,00
Prihodi od drugih aktivnosti	314.000,00
Prijenos prihoda prethodne godine.....	5.000,00
Ostali nespomenuti prihod	5.000,00

PLAN RASHODA PO AKTIVNOSTIMA TZ BARANJE ZA 2016. GODINU

..... **824.000,00**

I. ADMINISTRATIVNI RASHODI	430.00,00
1. Rashodi za radnike.....	350.000,00

Prema usvojenoj sistematizaciji radnih mjesta u planu je da u uredu TZ Baranje budu zaposlena dva stručna suradnika i direktor. U troškove pored plaća za svih 12 mjeseci ulaze i ostala davanja za radnike (dnevnice, putni troškovi), kao i plaćanja vanjskih suradnika po Ugovoru o djelu.

2. Rashodi ureda.....	80.000,00
-----------------------	-----------

Rashodi ureda se odnose na troškove telefona, pošte, komunalne usluge, el. energiju, potrošni materijal, te bankarske i druge usluge vezane za poslovanje ureda. Za dva od tri mobilna uređaja su dogovorene povoljnije tarife, a za treći će biti ugovorena pri isteku Ugovora čime će se smanjiti i ovi rashodi. S obzirom na navedeni projekt Etnološki centar baranjske baštine, prema kojemu se TU TZ Baranje seli u Centar, neće se planirati obnova tj. zamjena postojećeg inventara (uredskih stolica, izložbenih polica za suvenire i slično...)

3. Rashodi za rad tijela TZ.....	10.000,00
----------------------------------	-----------

Planirani rashodi se odnose na organizaciju sjednica Skupštine, reprezentaciju TV-a i NO-a.

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI.....	159.100,00
-----------------------------	------------

1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta.....	0,00
---	------

2. Manifestacije.....	159.100,00
-----------------------	------------

Nastavno na iskustva iz prijašnjih godina planira se realizacija manifestacija i događanja koja su postala jako važna za naše područje, a prema mogućnostima osigurat će se sredstva za potporu manifestacijama koje su u organizaciji resornih udruga.

Sve manifestacije će se adekvatno promovirati kako bi se ostvarila što veća posjećenost i postiglo obostrano zadovoljstvo, kako posjetitelja, tako i organizatora. U nekim manifestacijama TZ Baranje je nositelj i organizator, dok se kod drugih manifestacija pojavljuje kao suorganizator.

U troškove održavanja manifestacija ulaze: tisak letaka i plakata, najam šatora, bine, razglasa, rasvjete, glazbenika, najam eko WC kabina, troškovi rasvjete, troškovi cateringa, troškovi prijevoza štandova i dr.

U 2016. godini u planu je održavanje slijedećih manifestacija:

Vinceška, 22 siječanj: - na padinama Banske kose gdje su prve nasade vinograda podigle rimske legije, običaj je da se na trs objesi najveća kobasica i tako počinje ritual Vinceške star stoljećima. Kobasica na trsu se zalije vinom, kako bi i slijedeća godina bila rodna, a grozdovi veliki kao kobasica. Ipak najbolja je atmosfera u brojnim gatorima i vinskim podrumima gdje se pored vina mogu probati i drugi baranjski specijaliteti.

Buše u Petardi, sredina veljače, Baranjsko Petrovo Selo - oblačenje članova KUD-a i ostalih mještana sela u "male", „lipe“ i „strašne“ buše, očuvanje tradicije sela uz gastronomsku ponudu i zabavni program.

Uskrs u Baranji, ožujak - travanj - manifestacija koja obuhvaća cijeli niz uskršnjih sajmova, radionica, koncerata, prigodnih gastronomskih događaja i očuvanja tradicionalnih običaja. Nastoje se uključiti sve općine i unijeti radost u svako mjesto u Baranji. Tjedan dana prije Uskrsa, na Cvijetnicu održava se tradicionalni Proljetni vašar u Karancu, gdje se bira najveća slanina i prezentira bogata ponuda domaćih proizvoda.

Štruklijada u Popovcu, svibanj - imajući u vidu da dosta baranjskih stanovnika potječe iz Zagorja štrukli su i danas nezaobilazni na mnogim trpezama u našem kraju. Kako bi se umijeće spravljanja prenijelo i na mladi naraštaj, u općini Popovac se organizira Štruklijada, a pobjedniku se omogućuje odlazak na natjecanje u Mariju Bistricu.

Dani vina i turizma odvija se u organizaciji Osječko baranjske županije tijekom svibnja i lipnja u svim gradovima županije pa tako i u Belom Manastiru. Turistička zajednica Baranje organizira prigodni sajam vina i domaćih proizvoda uz zanimljiv kulturno umjetnički program.

Kulinijada u Jagodnjaku, svibanj - manifestacija koja svake godine privlači veliki broj natjecatelja - proizvođača kulena, i posjetitelja koji mogu uživati u mnoštvu različitih domaćih kulena. Događaj je praćen bogatim kulturno – zabavnim programom.

Različitost je bogatstvo, svibanj u Belom Manastiru. Na gradskom trgu se održava sajam svih nacionalnih manjina koji obitavaju na području grada. TZ Baranje sudjeluje ustupanjem štandova i promotivnim aktivnostima.

Otvorenje Etnološkog centra baranjske baštine – svibanj, Beli Manastir. U sklopu projekta Etnološkog centra planirana je aktivnost svečanog otvorenja na kojemu će se upriličiti prigodan program koji će trajati tijekom cijelog svibnja. Na otvorenju će se uprizoriti rad Etnološkog centra s njegovom fiksnom i varijabilnom postavom te kratak sažetak događanja planiranih za tekuću godinu.

Gator Fest, lipanj, općina Kneževi Vinogradi- manifestacija tj. festival dobrog vina sa naglaskom kulture, umjetnosti, štihom gastronomije, običaja, povijesti i dobre zabave. TZ Baranje idejno, logističkim i promotivnim aktivnostima pomaže u organizaciji ove manifestacije.

Na putu vina i starina, lipanj: manifestacija koju organizira udruga voćara, vinogradara i vinara „Svetog Križa“ Branjin Vrh, a koja njeguje tradiciju proizvodnje vina i kroz domaće proizvode, te kulturno naslijeđe prezentira bogatu turističku ponudu kontinentalnog turizma.

Tidabudibudab festival, srpanj, festival dub i reggae glazbe koji okuplja DJ-eve iz cijele Hrvatske iz susjednih država (BiH, Mađarska, Srbija).

Grahijada, srpanj – MNK Beli Manastir je domaćin tradicionalne kulinarske manifestacije Grahijada. Na natjecanju u kuhanju najboljeg graha okupljaju se kuhari koji grah spravljaju u kotlićima, ali i u zemljanim posudama, tj čupovima. Događaj je praćen bogatim zabavnim programom.

Akademija blata, srpanj- manifestacija koja se održava u Karancu, u organizaciji vlasnika Baranjske kuće, a koja je pored zabavnog također i edukativnog karaktera. Sudionici i posjetitelji imaju priliku naučiti kako se izrađuju cigle- čerpići koje su osnova za zidanje kuća, kao i razni uporabni predmeti od blata i gline. Cijeli događaj je praćen bogatom gastronomskom ponudom.

KišDarda – Baranjska ljetna rapsodija – srpanj, Darda. KišTardaFest je festival glazbe, ruha i hrane koji se tematski veže na razdoblje 16 stoljeća te na prijelaz iz 18 u 19 stoljeće. Riječ je o stoljećima koja se odnose na vladavinu sultana Osmanlijskog carstva - Sulejmana Veličanstvenog, odnosno na vladavinu obitelji Esterhazy.

Slama fest, kolovoz, Šećeransko jezero: Slama je umjetnički koncept koji objedinjuje istodobno manifestaciju i prostor umjetničkog djelovanja. Osim toga, spaja kulturnu baštinu, koristeći prirodne resurse i promovirajući načela održivog razvitka. Slama okuplja umjetnike koji u umjetničkoj koloniji tjedan dana stvaraju skulpture od Slame. Vrhunac događaja je festival otvoren za javnost i spaljivanje centralne skulpture te prigodni popratni program.

Proslava Velike Gospe u Popovcu - dana 15. kolovoza u marijanskom svetištu Marija Lurd u Popovcu tradicionalno se održava proslava svetkovine Velike Gospe uz prigodni program

Surduk trek, kolovoz - članovi Orijentacijskog kluba “Sova” iz na području Banske kose, tzv. Baranjske planine organiziraju tradicionalnu međunarodnu treking i utrku brdskim biciklima kojom se želi promovirati Baranja kao novi i neiskorišteni prostor i prirodni resurs za bavljenje tim sportom i rekreacijom.

Jesen u Baranji, rujan, grad Beli Manastir -kulturno gospodarstvena i turistička manifestacija koja se sastoji od brojnih izložbi slika i narodnih rukotvorina, koncerata, kazališnih predstava, gastronomske ponude, smotre folklor.

Sajam obrtnika rujan, Beli Manastir. U sklopu manifestacije Jesen u Baranji održat će se Sajam obrtnika koji se tradicionalno održavao na gradskom trgu. Na sajmu će biti prikazana bogata ponuda baranjski obrtnika, a sajam će biti organiziranu suradnji s Udruženjem obrtnika Baranje.

Večer šansone i chardonnaya, listopad, Suza – manifestacija koja prezentira drugačiji pogled na segment vinarstva. U ugodnom okruženju koncert na otvorenom uz prezentaciju najboljih chardonnaya s područja Baranje, a potencijalno i Slavonije.

Vinski maraton, listopad, Zmajevac – „manifestacija koja predstavlja najbolji vinski događaj u cijeloj kontinentalnoj Hrvatskoj. Uključuje cjelodnevni program s gastro ponudom, sajmovima, izložbama, nastupima folklornih skupina, natjecanjem podrumara i njihovih vina koje ocjenjuju maratonci -posjetitelji, a na kraju večeri se održavaju koncerti u vinskim surducima, koji su jedan od najatraktivnijih primjera kulturne baštine u Baranji“.

Martinje, studeni, Bansko brdo. Promocija baranjskih vinara u medijima i na web stranicama. Obilježavanje proslave zaštitnika grada Belog Manastira.

Advent u Baranji, prosinac - prigodan program slavljenja nadolazećeg blagdana Božića. Naime, svakog se vikenda tijekom prosinca diljem Baranje održavaju brojne prigodne manifestacije. Prvog vikenda će se održati Zimski vašar u Karancu – Čvarakfest, drugi vikend Božićni sajam u Dardi, treći vikend se održava Božićni sajam u Kneževim Vinogradima i Božićni sajam u Belom Manastiru posljednjeg, adventskog vikenda. U jednoj od baranjskih crkvi se organizira koncert božićnih skladbi koje se izvode na orguljama Josefa Angstera. Sajmovi su spoj tradicije, baranjske gastro, eno i etno ponude te prigodnih proizvoda koji obilježavaju nadolazeći blagdan.

Aktivnosti Etnološkog centra baranjske baštine lipanj – prosinac 2016. godine. Nakon svečanog otvorenja Etnološkog centra baranjske baštine koje će se održati u svibnju, planiramo provoditi razne aktivnosti na tjednoj ili mjesečnoj osnovi. Osim stalnog postava koji će se nalaziti u Centru, u galerijskim prostorima planiramo održavanje kreativnih, edukativnih i sl. radionica u svrhu očuvanja starih zanata, tehnika pletenja, vezenja, šivanja i sl.. Osim toga, organizirat ćemo tematske izložbe fotografija, slika, tradicijskih predmeta te razne druge izložbe. S obzirom na ljetnu pozornicu u dvorištu, planira se održavanje kazališnih predstava, kina, koncerata i drugih aktivnosti na otvorenom, poput sajмова i oživljavanja starih zanata vezanih za vanjske, dvorišne poslove. U prostoriji u kojoj će se nalaziti cca 80 sjedećih mjesta održavat će se seminari, edukacije i konferencije. Zatvoreni prostori te dvorište koje se pruža u nastavku kuće, omogućuje prikaz svih aktivnosti nekadašnjeg života u Baranji kroz sva godišnja doba.

2.1. Kulturno zabavne manifestacije.....	131.600,00
2.2. Sportske manifestacije.....	0,00
2.3. Ekološke manifestacije	0,00
2.4. Ostale manifestacija.....	15.000,00
2.5. Potpora manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima, te donacije drugima za manifestacije).....	27.500,00

Postoji mogućnost nadopunjavanja ovog popisa ovisno o potrebama i novim manifestacijama. Svakako će se i ove godine nastojati koordinirati kalendar događanja kako ne bi došlo do preklapanja datuma održavanja manifestacija koje se održavaju u okolini.

3. Novi proizvodi.....0,00

4. Potpora razvoju DMO –PPS „Hrvatska 365“5.000,00

Za razvoj DMO i DMK će se pratiti daljnje smjernice Hrvatske turističke zajednice i Ministarstva turizma . Sukladno potpisanom Sporazumu o suradnji na konceptu PPS kluba „Hrvatska 365“ razvoj destinacije će se pratiti kroz projekt Wine tour Slavonije i Baranje. TZ Baranje je dužna doznačiti 10% od ukupnih troškova voditelju PPS kluba tj. 5.000,00 kuna.

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI..... 145.100,00

1. Online komunikacija.....36.300,00

S obzirom na sve veću popularnost društvenih mreža i Internet oglašavanja (putem portala i sl.), povećat ćemo aktivnosti na istima. Osim promocije događanja i drugih aktivnosti na istima, u sklopu projekta Etnološkog centra baranjske baštine provest će web kampanja, ali i izraditi interaktivna web stranica na kojoj je će posjetitelji moći dobiti sve korisne informacije o centru i Baranji, ali rezervirati svoj termin posjete istog. Također, obavljat će se redovna ažuriranja postojeće web stranice TZ Baranje zbog lakšeg snalaženja i boljeg informiranja posjetitelja.

1.1. Internet oglašavanje12.800,00

U sklopu projekta Etnološki centar baranjske baštine provest će se aktivnosti oglašavanja putem Google, Facebooka i drugim društvenim mrežama o etno kući baranjske baštine.

1.2. Internet stranice i upravljanje Internet stranicama 23.500,00

Kreiranje internetske stranice Etnološkog centra baranjske baštine kao jedne od aktivnosti projekta.

2. Offline komunikacija.....108.800,00

2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora0,00

2.2. Opće oglašavanje (oglašavanje u tisku, TV oglašavanje)4.000,00

Izuzetno je bitno pojačati promidžbu za važne manifestacije na radiju, televiziji, dnevnom i tjednom tisku, ali isto tako povremenim člancima o Baranji podsjetiti čitatelje na postojanje prirodnih i kulturnih potencijala i na bogatu gastronomsku ponudu.

2.3. Brošure i ostali tiskani materijali60.000,00

Projektom Etnološki centar baranjske baštine predviđeno je tiskanje višejezičnih brošura koje će služiti promociji Baranje. Osim brošura planira se tisak plakata, letaka i city lightova u svrhu promocije turističkih manifestacija.

2.4. Suveniri i promo materijali37.800,00

Nabava pribora koji su potrebni za označavanje izložbi stalnih i privremenih postavki koji će na najefektivniji način promovirati običaje i tradiciju Baranje. Izrada suvenira kao sastavnog djela promidžbene ponude koji će biti poveznica sa kulturnim identitetom destinacije se može organizirati kroz razne radionice. Cilj je organiziranje takvih radionica osiguravanjem sredstva iz pristupnih fondova čime bi se mogao zaposliti određen broj ljudi. Također se treba poraditi na distribuciji istih i postavljanju suvenira na najfrekventnijim mjestima, tj. smještajnim objektima i bitnim događanjima.

2.5. Info table2.000,00

Izdvojiti će se određena sredstva za ishođenje suglasnosti za postavljanje info tabli, kao i za obnovu dotrajalih i uništenih postojećih tabli.

3. Smeđa signalizacija.....5.000,00

Apliciranje projekata na natječaje HTZ-a i Ministarstva turizma za potrebe postavljanja nove i zamjenu postojeće, dotrajale smeđe signalizacije.

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI.....24.000,00

1. Sajmovi.....15.000,00

TZ Baranje će sudjelovati ili podržati sudjelovanje svojih dionika na sajmovima u tuzemstvu i inozemstvu sukladno svojim mogućnostima i procjeni važnosti istih.

2. Studijska putovanja.....5.000,00

Odlazak na studijska putovanja u tuzemstvu i inozemstvu sukladno financijskim mogućnostima, u svrhu promocije destinacije te prikupljanja ideja i primjera dobre prakse.

3. Posebne prezentacije.....4.000,00

Posebne prezentacije se odnose na promociju TZ u samostalnoj organizaciji u sklopu raznih događanja.

V. INTERNI MARKETING27.800,00

1. Edukacija zaposlenih i subjekata javnog i privatnog sektora.....24.800,00

Kontinuirano obrazovanje u dinamičnom turističkom okruženju je od izuzetne važnosti. U suradnji sa županijskom turističkom zajednicom odazivati ćemo se kontinuiranim edukacijama organiziranim od strane HTZ-a, Ministarstva turizma i drugih institucija koje su orijentirane ka razvoju turizma, te u seminare koji su bitni za razvoj turističke djelatnosti uključivati subjekte kako javnog tako i privatnog sektora. U sklopu aktivnosti projekta etnološkog centra baranjske baštine, nastavit će se s provođenjem radionica 1. i 2. modula, započetih u protekloj godini.

2. Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet.....3.000,00

Uvođenjem kvartalnih održavanja radnih sjednica na kojima bi prisustvovali najvažniji subjekti koji su posredno ili neposredno uključeni u turistički promet, kao i predstavnici općina, nastojat će se stvoriti bolja komunikacija i razmjena informacija. Na ovim radnim sastancima bi se iznijeli i najvažniji problemi sa kojima se dionici u turizmu susreću, te bi se poduzele akcije kojima bi riješili iste.

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA15.000,00

1. Proizvodnja multimedijalnih materijala6.000,00

U svojoj bazi TZ Baranje ima nekoliko kvalitetnih prezentacija kako na temu turističkih potencijala, tako i na temu o samoj turističkoj zajednici i aktivnostima koje su obilježile njezin rad. Imajući u vidu da je većina radionica prezastupljena predavanjima u vidu prezentacija u planu nam je izraditi jedan kvalitetni film o bogatoj ponudi Baranje, i time bolje animirati i zainteresirati sve sudionike radionica, prezentacija i predavanja. U sklopu projekta Etnološki centar baranjske baštine biti će izrađena 4 kratka dokumentarna filma o Baranji, njezinoj tradiciji, gastronomiji i običajima.

2. Istraživanje tržišta.....0,00

3. Formiranje baze podataka1.000,00

Nastavit će se sa kontinuiranim ažuriranjem baze podataka kako bi u svakom trenutku imali točne podatke o našim turističkim dionicima.

4. Suradnja s međunarodnim institucijama.....2.000,00

S obzirom da se u neposrednoj blizini Baranje nalazi Mađarska i Srbija, te da su neki projekti šireg regionalnog karaktera nastojat ćemo započetu suradnju, pogotovo kada se radi o suradnji s organizacijama i udrugama koje su uključene u projekte iz fondova EU.

5. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu0,00

6. Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.).....6.000,00

Zbog uvođenja novog softwera za prijavu i odjavu gostiju od strane HTZ-a provodit ćemo dodatne edukacije u svrhu upoznavanja i lakšeg korištenja softwera od strane iznajmljivača.

VII. POSEBNI PROGRAMI2.000,00

Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena. Mnogi turistički potencijali nisu iskorišteni, a često ni lokalno stanovništvo nije upoznato s vrijednostima turističkih resursa koje posjeduje. Radit će se na iznalaženju mogućnosti stavljanja u funkciju neiskorištenih turističkih potencijala.

VIII. OSTALO5.000,00

Neplanirani programi kroz tekuću godinu se odnose na planove razvoja turizma, strateške marketinške planove i ostalo.

IX. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU-OPĆINI (30%)16.000.00

Turistička zajednica doznačuje općini ili gradu na području kojih je osnovana 30 % sredstava od uplate boravišne pristojbe. Ova sredstva koriste se isključivo za poboljšanje uvjeta boravka turista na temelju prethodno usvojenoga zajedničkog programa općine ili grada i turističke zajednice općine ili grada

ZAKLJUČAK

Dosadašnji rezultati koji su postignuti aktivnim zalaganjem svih dionika koji se posredno ili neposredno bave turizmom rezultirali su da je etno selo Karanac proglašeno najboljom ruralnom destinacijom kontinentalnog turizma, a seosko gospodarstvo s istog područja dobilo je priznanje za osvojeno 1. mjesto u kategoriji klupa proizvoda seoskih domaćinstava. Navedenim priznanjima Baranja postaje konkurentna destinacija kontinentalnog turizma kako u Hrvatskoj, tako i šire. Realizacija cijelog niza projekata je doprinijela pozitivnim turističkim pokazateljima, te bi se u narednom razdoblju nastojalo podizati razinu organiziranosti i kvalitete rada kako bi se zadržao pozitivan trend i omogućili još bolji gospodarski efekti.

Turistička zajednica Baranje je partner gradu Belom Manastiru na EU projektu "Etnološki centar baranjske baštine" čije su aktivnosti započele u listopadu 2014. godine, a traju do svibnja 2016. godine. Projektom Baranja dobiva novi turistički sadržaj koji postati novo kulturno centralno središte Baranje. Projektom je zaposlenicima TZ-a osigurano 50% plaće što olakšava proračun, a time i funkcioniranje samog ureda i provođenje planiranih aktivnosti. Prestankom projekta jedinice lokalne samouprave koji su osnivači TZ Baranje, trebale bi prepoznati značaj zajedničkog djelovanja na tržištu kao turističke zajednice područja, koje je jedno od rijetkih u Hrvatskoj, što nam daje veliku prednost.

Turistička zajednica Baranje planira nastaviti sa što jeftinijim ili besplatnim promotivnim aktivnostima kako bismo privukli što veći broj turista, a time povećali broj turističkih dolazaka i noćenja. Osim promocije, planiramo sudjelovati u organizaciji ili suorganizaciji već tradicionalnih manifestacija, ali isto tako i osmišljavati nove.

Zajedno s TZ Osječko baranjske županije i Hrvatskom turističkom zajednicom sudjelovat ćemo na značajnim sajmovima u zemlji i inozemstvu i time promovirati destinaciju.

Intenzivno će se raditi na osmišljavanju i apliciranju novih projekata na natječaje, koje kontinuirano pratimo, s ciljem stvaranja novih i proširenja postojećih turističkih sadržaja.

Nastojat će se ostvariti još bolja suradnja sa jedinicama lokalnih samouprava, koji su ujedno suosnivači TZ Baranje u svrhu provođenja kvalitetnijih programa na područjima svih Općina, kao i poboljšanje promocije cijele destinacije.

Intenzivnije ćemo nastaviti suradnju s ostalim TZ-ovima na području OBŽ kako bismo kreirali jedinstveni Kalendar događanja, te izbjegli preklapanje datuma održavanja manifestacija. Navedeni Kalendar događanja proslijediti ćemo našim dionicima zbog boljeg i lakšeg informiranja turista.

Ured TZ Baranje, listopad 2015.

Plan i program rada Turističke zajednice Baranje za 2016. godinu

Financijski plan Turističke zajednice Baranje za 2016. godinu

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2015	PLAN 2016	indeks PLAN 2015/ PLAN 2016	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	48.000,00	50.000,00	1,04166667	6,0313631
2.	Prihodi od turističke članarine	220.000,00	230.000,00	1,04545455	27,74427
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog	170.000,00	225.000,00	1,32352941	27,141134
3.1.	za programske aktivnosti	100.000,00	120.000,00	1,2	14,475271
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	70.000,00	105.000,00	1,5	12,665862
4.	Prihodi od drugih aktivnosti	163.000,00	314.000,00	1,92638037	37,87696
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	2.500,00	5.000,00	2	0,6031363
6.	Ostali nespomenuti prihodi	5.000,00	5.000,00	1	0,6031363
	SVEUKUPNO PRIHODI	608.500,00	829.000,00	1,36236647	100
RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2015	PLAN 2016	indeks PLAN 2015/ PLAN 2016	STRUKTURA %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	410.000,00	430.000,00	1,04878049	51,869723
1.	Rashodi za radnike	340.000,00	350.000,00	1,02941176	42,219542
2.	Rashodi ureda	60.000,00	80.000,00	1,33333333	9,6501809
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	10.000,00	10.000,00	1	1,2062726
II.	DIZAJN VRUJEDNOSTI	117.000,00	164.100,00	1,4025641	19,794934
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	1.000,00	0	0	0
2.	Manifestacije	101.000,00	159.100,00	1,57524752	19,191797
2.1.	Kulturno-zabavne	76.000,00	131.600,00	1,73157895	15,874548
2.2.	Sportske manifestacije	1.000,00	0	0	0
2.3.	Ekološke manifestacije	0,00	0	0	0
2.4.	Ostale manifestacije	7.000,00	15.000,00	2,14285714	1,8094089
2.5.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)	17.000,00	27.500,00	1,61764706	3,3172497
3.	Novi proizvodi	5.000,00	0	0	0
4.	Potpora razvoju DMK-a	10.000,00	5.000,00	0	0
III.	KOMUNIKACIJA VRUJEDNOSTI	35.600,00	145.100,00	4,0758427	17,503016
1.	Online komunikacije	14.000,00	36.300,00	2,59285714	4,3787696
1.1.	Internet oglašavanje	4.000,00	12.800,00	3,2	1,544029
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	10.000,00	23.500,00	2,35	2,8347407
2.	Offline komunikacije	18.600,00	108.800,00	5,84946237	13,124246
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	2.000,00	0	0	0
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	7.000,00	4.000,00	0,57142857	0,482509
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	7.000,00	60.000,00	8,57142857	7,2376357
2.4.	Suvenir i promo materijali	1.600,00	37.800,00	23,625	4,5597105
2.5.	Info table	1.000,00	2.000,00	2	0,2412545
3.	Smeđa signalizacija	3.000,00	5.000,00	1,66666667	0,6031363
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRUJEDNOSTI	10.000,00	24.000,00	2,4	2,8950543
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	5.000,00	15.000,00	3	1,8094089
2.	Studijska putovanja	3.000,00	5.000,00	1,66666667	0,6031363
3.	Posebne prezentacije	2.000,00	4.000,00	2	0,482509
V.	INTERNI MARKETING	8.000,00	27.800,00	3,475	3,3534379
1.	Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	4.000,00	24.800,00	6,2	2,9915561
2.	Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet	4.000,00	3.000,00	0,75	0,3618818
3.	Nagrade i priznanja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo)	0,00	0	0	0
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	10.000,00	15.000,00	1,5	1,8094089
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	4.500,00	6.000,00	1,33333333	0,7237636
2.	Istraživanje tržišta	0,00	0	0	0
3.	Formiranje baze podataka	0,00	1.000,00	2	0,1206273
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama	1.500,00	2.000,00	1,33333333	0,2412545
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	0,00	0	0	0
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)	4.000,00	6.000,00	1,5	0,7237636
VII.	POSEBNI PROGRAMI	1.000,00	2.000,00	2	0,2412545
1.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	1.000,00	2.000,00	2	0,2412545
VIII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)	2.500,00	5.000,00	2	0,6031363
IX.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)	14.400,00	16.000,00	1,11111111	1,9300362
X.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)	0,00	0	0	0
	SVEUKUPNO RASHODI	608.500,00	829.000,00	1,36236647	100
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆOJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)				