



**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA  
TURISTIČKE ZAJEDNICE ŠIBENSKO–KNINSKE ŽUPANIJE**

**-2023.-**

## UVOD

### TURISTIČKA 2023. GODINA

Turistička 2023. godina u Šibensko-kninskoj županiji obilježena je sljedećim činjenicama:

- 2023. godina je u dvanaest mjeseci polučila dobre rezultate
- u razdoblju od siječanja do prosinca zabilježeno je 1.052.247 dolazaka i 6.568.711 noćenja, što je 2,97% više u dolascima i 2,76 % manje u noćenjima u odnosu na isto razdoblje prošle godine pri čemu su najviše udio noćenja ostvarili gosti iz Njemačke (16,28%), Poljske (9,87%), Slovenije (9,22%), Češke (7,72%), Slovačke (6,55%), Austrije (5,61%) i Mađarske (4,37%).

**Trend kretanja broja dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista za razdoblje siječanj – prosinac od 2011. do 2023. godine**

#### Trend kretanja dolazaka za dvanaest mjeseci, po godinama



#### Trend kretanja broja noćenja za dvanaest mjeseci, po godinama



*Turistički promet po turističkim zajednicama na području Šibensko – kninske županije za razdoblje siječanj – prosinac 2023.*

	01.01.2023.-31.12.2023.		01.01.2022.-31.12.2022.		Godišnji indeks	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Betina, TZM	30.041	267.355	31.984	275.501	93,93%	97,04%
Bilice, TZO	8.080	58.492	7.629	57.341	105,91%	102,01%
Drniš, TZG	5.619	29.954	5.204	32.275	107,97%	92,81%
Grebaštica, TZM	16.806	148.891	17.424	154.686	96,45%	96,25%
Jezera, TZM	35.155	273.027	30.235	254.184	116,27%	107,41%
Knin, TZG	3.973	7.562	2.503	5.755	158,73%	131,40%
Krapanj-Brodarica, TZM	23.448	178.485	24.424	189.364	96,00%	94,25%
Murter-Kornati, TZO	60.318	447.476	61.254	467.603	98,47%	95,70%
Pirovac, TZO	40.689	382.256	41.399	380.419	98,28%	100,48%
Primošten, TZO	99.347	670.059	109.007	742.848	91,14%	90,20%
Rogoznica, TZO	97.449	784.869	98.374	820.209	99,06%	95,69%
Skradin, TZG	25.658	81.875	23.031	72.738	111,41%	112,56%
Šibenik, TZG	283.588	1.303.994	268.557	1.342.059	105,60%	97,16%
Šibensko-kninska županija, TZŽ	2.825	18.508	2.765	19.064	102,17%	97,08%
Tisno, TZO	40.053	271.772	38.434	284.187	104,21%	95,63%
Tribunj, TZO	26.095	239.616	25.181	246.148	103,63%	97,35%
Vodice, TZG	245.415	1.349.892	225.831	1.353.044	108,67%	99,77%
Zlarin, TZM	7.688	54.628	8.661	57.669	88,77%	94,73%
<b>Ukupno:</b>	<b>1.052.247</b>	<b>6.568.711</b>	<b>1.021.897</b>	<b>6.755.094</b>	<b>102,97%</b>	<b>97,24%</b>



*Turistički promet po vrsti smještajnih objekata za razdoblje siječanj - prosinac 2023.*

	01.01.2023.- 31.12.2023.		01.01.2022.- 31.12.2022.		Godišnji indeks	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Hoteli	279.313	930.954	253.722	955.492	110,09%	97,43%
Kampovi	134.845	846.663	133.701	876.535	100,86%	96,59%
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	2.138	9.666	2.471	11.176	86,52%	86,49%
Objekti u domaćinstvu	430.887	2.999.951	436.956	3.125.039	98,61%	96,00%
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	65.017	314.702	53.323	279.156	121,93%	112,73%
Ostalo	170	2.445	156	2.333	108,97%	104,80%
Restorani	33	116	8	40	412,50%	290,00%
<b>Ukupno komercijalni smještaj:</b>	<b>912.403</b>	<b>5.104.497</b>	<b>880.337</b>	<b>5.249.771</b>	<b>103,64%</b>	<b>97,23%</b>
Nekomercijalni smještaj	32.948	774.873	33.684	797.959	97,81%	97,11%
Nautika	106.896	689.341	107.876	707.364	99,09%	97,45%
<b>Ukupno:</b>	<b>1.052.247</b>	<b>6.568.711</b>	<b>1.021.897</b>	<b>6.755.094</b>	<b>102,97%</b>	<b>97,24%</b>

## I. ADMINISTRATIVNI MARKETING

### TURISTIČKA ZAJEDNICA ŠIBENSKO-KNINSKE ŽUPANIJE

U svom djelovanju Turistička zajednica Šibensko-kninske županije surađuje s Hrvatskom turističkom zajednicom, 17 turističkih zajednica gradova, općina i mjesta, te koordinacijom regionalnih turističkih zajednica (TZ Zadarske županije, TZ Splitsko-dalmatinske županije, TZ Dubrovačko-neretvanske županije i TZ Ličko senjske županije), Ministarstvom turizma i sporta, Šibensko–kninskom županijom, Hrvatskom gospodarskom komorom, Obrtničkom komorom, Kamping udrugom Hrvatske, ostalim županijskim turističkim zajednicama, hotelskim kućama, turističkim agencijama, jedinicama lokalne samouprave, medijima i dr.

Turistička zajednica Šibensko-kninske županije obavlja stručne i administrativne poslove. Sukladno Pravilniku o djelokrugu, organizaciji, sistematizaciji i unutarnjem ustrojstvu Turističke zajednice Šibensko-kninske županije, u cilju stručnog, kvalitetnog, pravovremenog i odgovornog izvršavanja poslova Zajednice, utvrđenih člankom 59. Pravilnika, u Turističkoj zajednici ustrojena su sljedeća radna mjesta:

- Direktor Zajednice
- Pomoćnik direktora za razvoj i sustav TZ
- Pomoćnik direktora za operativni marketing
- Pomoćnik direktora za financije i računovodstvo
- Stručni suradnik za promociju i studijska putovanja.

Direktor Turističke zajednice Krešimir Šakić. Na radnom mjestu pomoćnika za razvoj i sustav TZ poslove obavlja Ivana Lušić. Pomoćnik direktora za operativni marketing je Ines Ljubić. Pomoćnik direktora za financije i računovodstvo Katarina Aleksić. Stručni suradnik za promociju je Nikolina Staničić Petković. Zaključno, Turistička zajednica Šibensko-kninske županije trenutno zapošljava direktora i 4 djelatnice.

Turistička zajednica administrativno vrši pripremne radnje za održavanje sjednica Tijela zajednice. U razdoblju siječanj –prosinac 2023. godine održane su:

- 2. sjednice Skupštine (29. ožujka i 15. prosinca).
- 4. sjednice Turističkog vijeća (29. ožujka, 23. svibnja, 13. listopada i 15. prosinca).

## **II. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA**

### **IZRADA STRATEGIJE TURIZMA ŠIBENSKO-KNINSKE ŽUPANIJE**

U 2023. godini pokrenuta je izrada Strategije turizma Šibensko-kninske županije. Kako je trenutno važeći Master plan turizma donesen izrađen 2017. godine s perspektivom do 2020., stvorili su se uvjeti i potreba za izradom novog strateškog dokumenta koji bi sagledao realizirano i definirao nove pravce razvoja. Također, kod osmišljavanja projektnog zadatka



anticipirala se buduća obaveza koja će proizaći iz novog Zakona o turizmu, a koja se odnosi na potrebu izrade plana upravljanja destinacijom te je ugovoreno da se kao završni dio strategije izradi Plan upravljanja destinacijom sukladno metodologiji koja će biti propisana pravilnikom koji će se donijeti temeljem Zakona. Suradnja na ovom projektu ugovorena je s Institutom za turizam, a u 2023. je odrađen terenski obilazak te prvi krug radionica s dionicima. Dovršetak izrade ovog strateškog dokumenta planiran je kroz 2024. godinu.

## **PROJEKT UVOĐENJA QL (QUALITY LABEL) PRIVATNOG SMJEŠTAJA**

Zbog značaja i specifičnosti privatnog smještaja Šibensko kninske županije, te činjenice kako se povećanjem kvalitete smještaja u postojećim kapacitetima i podizanjem razine usluga mogu stvoriti preduvjeti za produženje glavne sezone, TZ Šibensko-kninske županije je u suradnji sa sustavom lokalnih turističkih zajednica pokrenula projekt Označavanja kvalitete (labelling) u obiteljskom smještaju pod marketinškim imenom „Like HOME“. Riječ je o skupini standarda i mjerila kojima se želi stvoriti nova osnova za povezivanje nositelja obiteljskog smještaja te o nadopuni postojećeg sustava kategorizacije s ciljem povećanja konkurentnosti i razine kvalitete apartmana, soba i kuća koje se iznajmljuju. Kroz projekt su definirani posebni kriteriji za svaki podbrend, sukladno potrebama koje bi mogli imati korisnici traženog podbrenda.

U 2023. godini su u sklopu projekta održane edukacijske radionice s iznajmljivačima koje su obuhvaćale razne teme vezane za poslovanje u obiteljskom smještaju. Edukacije su se provodile u suradnji s Interligom – savjetovalištem za male iznajmljivače, a ukupno ih je održano sedam i to na sljedećim lokacijama:

- Knin (15.02.)
- Drniš (16.02.)
- Skradin (17.02.)
- Rogoznica (27.02.)
- Otok Murter - Tisno (07.03.)
- Primoštena (17.03.)
- Šibenik (04.04.)

## **PROJEKT RAZVOJA CIKLOTURIZMA U ŠIBENSKO-KNINSKOJ ŽUPANIJU**

Turistička zajednica Šibensko kninske županije je u suradnji s sustavom lokalnih turističkih zajednica pokrenula projekt razvoja cikloturizma. Nakon potpisivanja sporazuma o projektu krenulo se u realizaciju istoga. Sukladno uputama Hrvatskih i županijskih cesta. Broj staza u županiji je trenutno 85, ukupne dužine 2.450 km, te je označeno preko 60% staza u cijeloj županiji.

Web stranica je osvježena i ažurirana s novim podacima, brošura i karte nisu dodatno tiskane obzirom da su količine na skladištu bile dovoljne za planirane sajmove i aktivnosti.

## **RAZVOJ HIKE SEGMENTA TURISTIČKE PONUDE U ŠIBENSKO-KNINSKOJ ŽUPANIJU**

TZ Šibensko-kninske županije od 2019. godine provodi projekt razvoja hike segmenta turističke ponude koja je zamišljena po istom modelu kao i projekt razvoja cikloturizma koji se pokazao kao uspješan i funkcionalan.

U sporazumu s lokalnim turističkim zajednicama definirana je i trasirana 41 rute u županiji. Radna skupina koja je snimala rute se vodila načelom da ruta bude zanimljiva, da obuhvaća atrakcije (ugostiteljske objekte, OPG-ova, arheoloških nalazišta, vidikovaca i sl.) te atraktivna i u turističkom smislu. Za članove radne skupine angažirani su agencije koje se bave hike turama, planinarske klubove i te pojedince koji su članovi HGSS-a. Staze trasirane u tri kategorije (lagana, srednja i teška) te su podijeljene po zonama (ukupno 5 zona). Sve rute prikazane su na stranici [www.bikeandhike.hr](http://www.bikeandhike.hr).

TZ Šibensko-kninske županije je na početku projekta definirala standarde za označavanje hike ruta, ali kako se većina ruta nalazi u ili prolazi zaštićenim područjima, zaključeno je da bi ekološki prihvatljivije bilo postavljati što manjeg broja fizičkih oznaka, te su se staze označile (markirale) oznakama planinarskih staza, a čije su boje prilagođene zoni u kojoj se staza nalazi. Table s oznakama će se tako postavljati samo na raskrižjima i mjestima koja to nužno zahtijevaju. Ukupno je u županiji markirano 15 staza, a u tijeku je markiranje i ostalih. Do kraja 2024. godine planiraju se obilježiti sve rute. Ovim projektom je realizirano postavljanje 16 info tabli za 20 ruta na području cijele županije. Dio lokalnih turističkih zajednica će samostalno postaviti preostale table na svom području, pa će tako TZG Šibenika imati označene sve



pješačke rute na području djelovanja TZG Šibenika jedinstvenom signalizacijom prema Hike standardima TZ Šibensko-kninske županije.

## **PROJEKT RURAL EXPERIENCE – TEMATSKE RUTE ŠIBENSKO-KNINSKE ŽUPANIJE**

Projekt označavanja kvalitete u ruralnom turizmu Šibensko-kninske županije pokrenut je 2017. godine od strane Turistička zajednica Šibensko-kninske županije u suradnji sa Šibensko-kninskom županijom i sustavom lokalnih turističkih zajednica. U projektu se posebna pozornost posvećena inventarizaciji turističke atrakcijske osnove ruralnog turizma, ponudi i njegovim posebnim oblicima te suradnji s njegovim nositeljima. Standardizacija i certifikacija ruralnog turizma Šibensko-kninske županije dobrovoljna je dopunska kategorizacija koja se provodi s ciljem unapređenja marketinške atraktivnosti ponude usluga seoskog turizma, služi kao poticaj i nalog pružateljima usluga u njihovom nastojanju unapređenja svoje ponude te osigurava potencijalnom gostu potpuniju i vjerodostojnu informaciju o ponuđenim uslugama. U okviru projekta provodi se više aktivnosti poput: klasifikacija, standardizacija, certifikacija, dodjela oznaka kvalitete, edukacija, marketinškog oblikovanja, promocije i sl. Glavni ciljevi projekta su:

- detaljna i proizvodu prilagođena standardizacija i klasifikacija koja prvenstveno ima za cilj još jače kvalitetno integrirati usluge na domaćinstvima, ali i detaljno informirati gosta što može očekivati,
- kvalitativni odmak ka uvažavanju i prepoznavanju osobitosti i specifičnosti ovog turističkog proizvoda od ostalih turističkih proizvoda,
- povećanje kvalitete turističke ponude u ruralnom turizmu,
- jačanje vidljivosti i prepoznatljivosti ruralnog turizma,
- poticanje specijalizacije prema različitim ciljnim skupinama i tržištima, te
- povećanje prometa u predsezoni i posezoni.

Pravilnikom o standardima kvalitete u ruralnom turizmu Šibensko-kninske županije (labelling) utvrđuje se postupak standardizacije i certificiranja ruralnog turizma, ureduju se standardi ruralno-turističke kvalitete, procesi klasifikacije i certifikacije, postupak označavanja te procedura standardizacije i dodjela oznaka kvalitete. Definirana je Branding strategija razvoja ruralnog turizma Šibensko-kninske županije, a za finalnu fazu je slijedilo definiranje tematskih puteva (vina, ulja, sira, pršuta i meda).



Cilj organiziranja tematskih ruta Šibensko-kninske županije je tematski uvezati ponudu tradicijskih proizvoda na razini županije kao prepoznatljivog regionalnog turističkog proizvoda u smislu stvaranja turističkih atrakcija. Stoga se pokazalo kao nužno i iznimno važno definirati tematske rute, koje će u budućem periodu omogućiti svim dionicima bolju vidljivost, promociju i u konačnici poboljšanje dostupnosti krajnjem potrošaču. Za destinaciju je ovaj vid turističke ponude jako važan, obzirom na sve veći interes za ovaj tip ponude gostiju koji provode svoj odmor na području Šibensko-kninske županije. Autohtono, lokalno i ekološko je ono što traži sve veći broj gostiju. Ovo predstavlja dobar put razvoja ruralnog turizma i turističke ponude u županiji kojim se unaprjeđuje imidž destinacije.

Nakon obilaska terena definirane su sljedeće tematske rute:

- Vinska ruta,
- Ruta sira,
- Ruta maslinovog ulja,
- Ruta drniškog pršuta,
- Medna ruta.

Kako se, zbog obaveza koje pojedini sudionici na ruti imaju, prikupljanje dokumentacije od dionika odvijalo sporije od planiranog, označavanje ruta je odgođeno za 2024. godinu.

## **PROJEKT TASTE LIKE DALMATIA ŠIBENIK**

Projekt Taste like Dalmatia Šibenik je projekt brendiranja eno i gastro ponude u Šibensko-kninskoj županiji. Cilj projekta je stvaranje prepoznatljivog brenda kuhinje i isticanje komparativnih prednosti područja, kao i dodatnu afirmaciju vrhunskih regionalnih namirnica i delicija (poput janjetine, ekstra djevičanskog maslinovog ulja, sireva, vina autohtonih sorti i slično), odnosno jačanje eno i gastronomske ponude županije i stvaranje njene prepoznatljivosti kao destinacije bogate gastronomske ponude na globalnom turističkom tržištu.

Obzirom da Šibensko-kninska županija obiluje brojnim lokalnim autohtonim sortama vina (debit, babiće, maraština, lasin i druge te da je ponuda vinarija koje nude vrhunska vina isključivo lokalnih sorti jako dobra, odlučili smo nastaviti se s realizacijom projekta Dani otvorenih kušaonica Šibensko-kninske Županije. U ovogodišnjem izdanju je sudjelovalo 15

vinarija od Primoštena, Šibenika, Vodica, Murtera, Pirovca i Skradina do Drniša, Oklaja i Knina. Manifestacija je prepoznata od gostiju s područja Dalmacije i Grada Zagreba te ocijenjena kao izvrstan događaj koji je promovirao eno i gastro ponudu i upoznaje se s pričama lokalnih vinarija. Manifestacija je pokazala da je uspjeh među lokalnim stanovništvom, odnosno domaćim gostima, najvažniji kanal prijenosa informacija i vlastitog doživljaja stranim gostima. U organizaciji su, uz vinare, kreiranjem programa sudjelovale i lokalne turističke agencije te turistički vodiči. Organiziran je i prijevoz kako bi sudionici mogli bezbrižno uživati u vinima. U okviru manifestacije su kreirane su dvije rute kako bi se bolje organizirala posjet svim vinarijama: „zelena ruta“ koja je uključivala većinom vinarije u kontinentalnom dijelu Županije i „plava ruta“ koja je pratila vinarije u morskim destinacijama. Posjetitelji su s obje rute bili izuzetno zadovoljni, a atmosfera je bila odlična što su prenijele i brojne fotografije i izvještaji. Osim posjetitelja, zadovoljstvo nisu krili ni vinari koji su dobili priliku prezentirati svoju ponudu znatno široj publici. Među publikom je bio i određeni broj ugostitelja s kojima su neki vinari uspostavili uspješnu suradnju. Uz navedeno, ostvarena je i zadovoljavajuća prodaja buteljiranih vina. TZ Šibensko-kninske županije je ovom manifestacijom postigla efekt prepoznatljivosti i vidljivosti na eno karti regije. Također, regionalne autohtone sorte lokalnih vinara prepoznate od strane ugostitelja u Šibensko-kninskoj i susjednim županijama, a većina restorana, prije ostalih, nudi lokalna vina čemu je, vjerujemo, dijelom pridonijela i ova manifestacija.

Turistička zajednica Šibensko-kninske županije, u suradnji s turističkom zajednicom grada Šibenika, u sklopu projekta Taste like organizirala je i pravo gastro uživanje na manifestaciji „Pidoća i Debit se vole“ u sklopu koje su posjetitelji uživali u specijalitetima od pidoća (dagnji) i lokalnom vinu sorte debit specifičnom isključivo za područje Šibensko-kninske županije. Drugo izdanje manifestacije okupilo je lokalne uzgajivače pidoća, ugostitelje i chefove koji su na šibenskoj rivi školjke pripremali po raznim receptima, dok su vinari posjetiteljima nudili vino debit koje se izvrsno slaže s delicijama pripremljenim od pidoće. Svaki vinar je imao partnera koji je pripremao školjke, a kako se vina u nijansama razlikuju, posebno se pazilo da jelo odgovara vinu. Uz zalazak sunca, ugodnu glazbenu podlogu, dobro društvo i skladne okuse Šibenčani i njihovi gosti ponovno su otkrili da se pidoća i debit vole, ali i da oni vole ovu dobitnu kombinaciju. Manifestaciju su prepoznali i neki od influencera i ljubitelja vinske kapljice iz susjednih regija koji su došli zbog ovog događaja, a među lokalnim stanovništvom i stranim gostima kojih je u to vrijeme u Šibeniku bilo poprilično, ocijenjena je kao izvrstan gastro



dogadaj koji promovira lokalnu namirnicu uzgojenu u obližnjim uzgajalištima, pripremljenu na razne maštovite načine i sljubljenu s vinom debit kojeg su nudili vinari iz cijele županije. Ovakav koncept povezivanja lokalnih gastro namirnica s lokalnim sortama vina planira se nastaviti i dalje uz širenje na druge destinacije u cilju promocije njihovih jela i namirnica (skradinski rižot, kninska pastrva, drniška peka, kornatska janjetina i sl.) te drugih autohtonih sorti vina.

Dio lokalnih turističkih zajednica (Drniš, Skradin i Bilice) također je pokrenuo slične manifestacije u sklopu projekta Taste like kojima su promovirale gastro i eno poruku svog kraja.

U sklopu projekta Taste like snimljene su i četiri reportaže u specijaliziranoj emisiji HRT-a Fino i vino. Reportaže se mogu pogledati na You tube kanalu:

- Zlarin – konoba Prslika: <https://www.youtube.com/watch?v=aiM3Dweowts>
- Zlarin – koralji: [https://www.youtube.com/watch?v=1HPnf\\_Wc--Y](https://www.youtube.com/watch?v=1HPnf_Wc--Y)
- Prvić - <https://www.youtube.com/watch?v=bSV3cUZ-aIM>
- Šibenski maslinari: <https://www.youtube.com/watch?v=3BLPFQsk8VQ>.

U cilju razvoja i prezentacije eno i gastro ponude Šibensko-kninske županije pokrenuta je i priprema Gastro peljara Šibensko-kninske županije koji bi trebao prezentirati bogatu gastro ponudu našeg kraja kroz priče i fotografije o namirnicama, jelima i običajima vezanim uz hranu. Zbog potrebe praćenja i prezentacije naše gastronomije kroz različite sezonske periode realizacija ovog projekta iziskuje vremensko razdoblje duže od jedne godine.

## **DALMATIA ŠIBENIK OUTDOOR FESTIVAL – RAZVOJ AKTIVNOG TURIZMA I OUTDOOR PROIZVODA**

Na ovogodišnjem Dalmatia Šibenik Outdoor festivalu našlo se za svakoga ponešto. Oni željni sportskog natjecanja mogli sudjelovati na trailovima dužine 5, 12.5 i 24 kilometra koji su se protezali prekrasnim stazama skradinskoga kraja, natjecanju u sportskom penjanju održanom u kanjonu Čikole, natjecanju u SUP-u i kajakingu na rijeci Krki ispred skradinske plaže Krečana te novoj natjecateljskoj disciplini vožnje brdskog bicikla 15 i 34 kilometra, kao i e-bike utrci na 34 km. Dalmatia Šibenik Outdoor opet je opravdao svoj naziv „family friendly festival“ jer je privukao i brojne obitelji s djecom koje su sudjelovale na brojnim edukativnim radionicama.

Trail je disciplina koja privlači najveći broj sudionika, a kako rezultat mnogima nije prioritet te na njima natjecatelji ne moraju nužno trčati, mnogi ljudi se prijave i sa svojim obiteljima ili prijateljima u šetnji uživaju u prekrasnim prirodnim krajolicima.

U subotu 7. listopada, prvog dana festivala, održana je i edukativna radionica za djecu „Odgoj s glazbom“, sportski poligoni za djecu te radionica joge za odrasle. Nakon trail utrke na skradinskoj plaži je bio organiziran ručak koji je posjetiteljima ponudio poznatu lokalnu deliciju – skradinski rižot. Poslije ručka, prisutni su se imali priliku okušati u tradicionalnim dalmatinskim igrama za obitelji i prijatelje te se sudjelovati na SUP na radionici. Istoga dana na rasporedu je bila i radionica sportskog penjanja u kanjonu Čikole te natjecanje u penjanju.

Drugi dan festivala započeo je MTB utkom na 15 i 34 km te e-bike utkom na 34 km. Nakon biciklističkih utrka su uslijedile dvije popularne natjecateljske discipline na vodi – SUP i kajak.

Od radionica su drugog dana na rasporedu su bile radionica joge i sportski poligoni za djecu.

Drugi Dalmatia Šibenik Outdoor festival je zatvoren demonstracijom koju su izveli članovi karate kluba osoba s invaliditetom Krka Šibenik, a svi prisutni uživali su u ukusnim delicijama koje je pripremio lokalni ugostitelj.

Nezaboravnoj atmosferi u Skradinu i ove godine su doprinijeli voditelji Sanja Raičković i Marko Slamić te DJ MengRen. Rezultati svih natjecateljskih disciplina možete pogledati na linkovima: [https://stotinka.hr/hrv/utrka/5880/ukupni\\_poredak](https://stotinka.hr/hrv/utrka/5880/ukupni_poredak) i <https://www.stoperica.live/races/290>.

Dalmatia Šibenik Outdoor Festival organizirali su TZ Šibensko-kninske županije i agencija Break a leg, uz suorganizaciju s TZG Skradin.

## PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA

R.br.	ORGANIZATOR	NAZIV MANIFESTACIJE	ODOBRENI IZNOS POTPORE
1.	TZO ROGOZNICA	BUĐENJE ZMAJA -TURISTIČKA MANIFESTACIJA	4.500,00 €
2.	TZO PRIMOŠTEN	PROSLAVA OLUJE	1.000,00 €
3.	TZO PRIMOŠTEN	ŽEŽIN GOSPE OD LORETA	1.000,00 €
4.	BK PRIMOŠTEN	BIKE WEEKEND 2022	1.000,00 €
5.	UDRUGA GRAĐANA OPĆINE PRIMOŠTEN KRC	SMOTRA FOLKLORA "PRIMOŠTENU MOJ DIVNI UZORE"	1.000,00 €
6.	UDRUGA GRAĐANA OPĆINE PRIMOŠTEN KRC	LJETNI KARNEVAL 2023	1.000,00 €



7.	TZO PRIMOŠTEN	EKO FESTIVAL	1.000,00 €
8.	UDRUGA PRIMOŠTENSKIH ČIPKARICA PELKICA PRIMOŠTEN	TRADICIONALNA 9. IZLOŽBA ČIPKE U CRKVI SV. ROKA U PRIMOŠTENU RADIONICA ŠIVANJA PRIMOŠTENSKE ČIPKE	1.000,00 €
9.	TZO PRIMOŠTEN	LIETNO KINO NA OTVORENOME	1.000,00 €
10.	TZO PRIMOŠTEN	ROMANTIČNO KLASIČNE VEČERI POD ZVIJEZDAMA	1.000,00 €
11.	UDRUGA GRAĐANA OPĆINE PRIMOŠTEN KRČ	SUSRET KLAPA IN MEMORIAM PROF IVO FURČIĆ GLAZBENO POETSKA VEČER	1.000,00 €
12.	SRK BIG GAME CROATIA I TZ PRIMOŠTEN	TUNA FEVER ROGOZNICA 2023. - TURISTIČKO RIBOLOVNA MANIFESTACIJA	4.000,00 €
13.	TZG SKRADINA	43. SUSRET DALMATINSKIH KLAPA SKRADIN 2022.	1.300,00 €
14.	BICIKLISTIČKI KLUB KRKA- SKRADIN	OUTDOOR FESTIVAL "SKRADIN "	800,00 €
15.	TZG SKRADINA	STARI I MLADI	800,00 €
16.	KUU KRKA SKRADIN	OKO MURVE KOLO IGRALO	500,00 €
17.	AKU SKRADINKE	KONCERT AKU SKRADINKE I GOSTI	800,00 €
18.	TZG SKRADINA	16. KAZALIŠNI FESTIVAL GLUMIŠTE POD MURVOM 2023.	1.300,00 €
19.	TZG SKRADINA	ADVENT POD MURVOM 2023. I DOČEK U PODNE	900,00 €
20.	KU ŠIBENSKE BOVULE	FESTIVAL ZAVIČAJNE POEZIJE	500,00 €
21.	PLANINARSKO DRUŠTVO PROMINA I TZG DRNIŠA	PROMINA TRAIL	3.000,00 €
22.	TZG DRNIŠA	SUSRET KLAPA	500,00 €
23.	TZG DRNIŠA	GOOD FEST	2.500,00 €
24.	TZG DRNIŠA	FESTIVAL DRNIŠKOG MERLOTA	2.000,00 €
25.	SPORTSKI KLUB UNTAMED	DINARIC RALLY 2023	1.300,00 €
26.	UDRUGA "ČAROBNI SVIJET"	2. MARUNOVI DANI	800,00 €
27.	UDRUGA KREATIVNOG ALTERNATIVNOG RAZVOJA KULTURE "ATRIBUT"	15. GRR FEST I MINI GRR FEST	1.300,00 €
28.	ATLETSKI KLUB KNIN	KRČIĆ TRAIL 2023.	500,00 €
29.	POVIJESNA POSTROJBA KRALJA DMITRA ZVONIMIRA	ZVONIMIROVI DANI 2023.	500,00 €
30.	UDRUGA DINARIDI TRAILS	ULTRA TRAIL DINARIDES	2.900,00 €
31.	TZM ZLARIN	ZLARIN OUTDOOR FEST	500,00 €
32.	TZM ZLARIN	ZLARIN STREET MUSIC FESTIVAL	500,00 €
33.	TZM ZLARIN	TRADICIJSKA NOĆ FOLKLORA NA VRULJI	500,00 €
34.	TZM ZLARIN	BRUDETIJADA	500,00 €
35.	ORGANOLOŠKO DRUŠTVO ORGANUM ŠIBENIK	30. ORGULJAŠKA LIETNA ŠKOLA	1.300,00 €



36.	TZ GRADA ŠIBENIKA	LIGHT IS LIFE	2.900,00 €
37.	UDRUGA PARK	REGIUS FESTIVAL 2023	1.300,00 €
38.	UDRUGA LIJEŠNJACI	KANAL FEST	500,00 €
39.	UDRUGA PARK	KULTURALJKA 2023	1.300,00 €
40.	GLAZBENA UDRUGA ŠIBENIK KONCERT	26. VEČERI DALMATINSKE ŠANSONE ŠIBENIK 2022.	4.000,00 €
41.	PLESNI TEATAR SJENE	ŠIBENIK DANCE FESTIVAL	3.000,00 €
42.	DRUŠTVO SPORTSKE REKREACIJE "SPORT ZA SVE" 08 FORCA ŠIBENIK	ADVENTURE SPORT LIGA- IZABERI SPORT	1.000,00 €
43.	GLAZBENA UDRUGA ECHO	PROJECT VOJARNA OPEN AIR 2023.	500,00 €
44.	KVIZ UDRUGA ŠIBENIK	LJETNI PROGRAM KVIZ UDRUGE ŠIBENIK	500,00 €
45.	TVRĐAVA KULTURE ŠIBENIK	ADVENTURA ŠIBENIK I DOČEK NOVE GODINE	3.000,00 €
46.	AMATERSKA KULTURNA UDRUGA ŽIRJE	KULTURNO LJETO JEDRA RIJEČI ŽIRJE 2023.	500,00 €
47.	GLAZBENA ŠKOLA IVANA LUKAČIĆA	ŠIBENSKE GLAZBENE VEČERI 2022/23 i 2023/24	1.300,00 €
48.	UDRUGA FALIŠ	11. FESTIVAL ALTERNATIVE I LJEVICE ŠIBENIK	1.300,00 €
49.	TZ GRADA ŠIBENIKA	DANI ŠIBENSKE BAŠTINE-ŠIBENSKE KLAPSKE VEČERI	1.300,00 €
50.	HRVATSKI KLUB PUTNIK d.o.o.	12. CROATIAN TRAVEL FESTIVAL	1.300,00 €
51.	PLESNA UDRUGA URBANIH STILOVA FUNKADELIK	STREETFORMA-FESTIVAL ULIČNOG PLESA I EKSPERIMENTALNOG KAZALIŠTA	500,00 €
52.	POZITIVAN RITAM D.O.O.	MARTINSKA KANAL PUNK FESTIVAL	500,00 €
53.	POZITIVAN RITAM D.O.O.	21. SEASPLASH FESTIVAL	1.000,00 €
54.	UDRUGA RATCAT	MARTINSKA 2023.	500,00 €
56.	KU KOLAJNICA	PROMENADA NA POLJANI	700,00 €
57.	KU KOLAJNICA ŠIBENIK	5.FESTIVAL DJEČJEG FOLKLORNOG STVARALAŠTVA ŠIBENIK 2023.	500,00 €
58.	HNK ŠIBENIK	63. MEĐUNARODNI DJEČJI FESTIVAL ŠIBENIK-HRVATSKA	4.600,00 €
59.	U.O. COCKTAIL EVENT	JAZZ, BLUES&COCKTAILS	500,00 €
60.	UDRUGA BARMENA BELI	ZAČINI PO ŠIBENSKI	500,00 €
61.	UDRUGA HRVATSKIH TROMBONISTA I TUBISTA	LJETNA GLAZBENA AKADEMIJA VODICE- SUMMER MUSIC ACADEMY VODICE	1.300,00 €
62.	TZG VODICA	VODIČKA FEŠTA	3.500,00 €
63.	TZG VODICA	VODICE STREET FESTIVAL	1.000,00 €
64.	TZG VODICA	21. VODICE JAZZ&BLUES FESTIVAL	2.900,00 €
65.	TZG VODICA	BAKANALIJE	1.000,00 €
66.	TZG VODICA	USKRSNI DORUČAK	500,00 €
67.	TZG VODICA	ĐARDIN JE IN	1.300,00 €
68.	JK TIJAT	20. REGATA JABUKA 2023.	1.300,00 €



69.	UDRUGA ZA PROMICANJE KREATIVNOG I ZDRAVOG ŽIVOTA OTOK	1. MEĐUNARODNA RADIONICA OS-OTOČNI SIGNAL	500,00 €
70.	ODBOJKAŠKI KLUB VODICE	SUMMER CUP VODICE 2023	500,00 €
71.	BRDSKO BICIKLISTIČKI KLUB ORLOV KRUG VODICE	MTB XCO CROATIA CUP VODICE	1.300,00 €
72.	UDRUGA PAPANOPULIJANA TRIBUNJ I TZO TRIBUNJ	PAPANOPULIJANA TRIBUNJ - FESTIVAL 2022.	1.100,00 €
73.	TZO TRIBUNJ	56. TRADICIONALNE MAGAREĆE TRKE	2.900,00 €
74.	TZO TRIBUNJ	TRADICIONALNA RIBARSKA NOĆ	2.500,00 €
75.	TZO TRIBUNJ	OKUSI TRIBUNJ	500,00 €
76.	KOŠARKAŠKI KLUB VUČIĆI	3BF	1.300,00 €
78.	TZM KRAPANJ-BRODARICA	PROSLAVA GOSPE OD ANĐELA 2.8. OTOČNE IGRE	1.000,00 €
79.	TZM KRAPANJ-BRODARICA	PROMENADE KLAPE KRAPANJ - BRODARICA	1.000,00 €
81.	TZO MURTER-KORNATI	DANI O' BAK 2022.	1.300,00 €
82.	TZO MURTER-KORNATI	DANI LATINSKOG IDRA	4.400,00 €
83.	TZO MURTER-KORNATI	GASTRO EVENT "PO MURTERSKI"	1.000,00 €
84.	TZO MURTER-KORNATI	FEŠTE U STAROM MURTERU - MURTERSKI PIR/ VEDRI MURTERSKI PONEDILJAK	1.000,00 €
85.	UDRUGA DRAMSKI AMATERI MURTER	DANI KAZALIŠTA-MURTER 2023	500,00 €
86.	TZM JEZERA	DANI TRADICIJSKE KULTURE NA MORU I KAMENU	1.300,00 €
87.	SRD PUNTA RATA	BIG GAME FISHING	1.300,00 €
88.	TZM JEZERA	DANI LANTINE JEZERA 2023.	700,00 €
89.	TZM JEZERA	BICIKLIJADA OD VALE DO VALE 2023.	500,00 €
90.	TZM JEZERA	JEZERSKI WOODSTOCK - ROCK FESTIVAL	500,00 €
91.	TZM JEZERA	JEZERSKI POKLADI	800,00 €
92.	JK ŽAL	48. BETINSKA REGATA	1.100,00 €
93.	TZM BETINA	SUFINANCIRANJE I SUORGANIZACIJA PROVEDBE PROGRAMA 21. JUBILARNE REGATE ZA DUŠU I TILO	1.100,00 €
94.	UDRUGA "BETINSKA GAJETA 1740."	DANI 21. JUBILARNE REGATE ZA DUŠU I TILO	1.100,00 €
95.	TZM BETINA	DAN BRGANJE	1.100,00 €
96.	KUD ZORA	TJEDAN FOLKLORA I NARODNIH OBIČAJA	1.100,00 €
97.	VK BRODOGRADITELJ	OBILJEŽAVANJE OBLJETNICE KLUBA BRODOGRADITELJEVIH 70.	400,00 €
99.	KUD HARTIĆ TISNO	2. HARTIĆ WIND & BRASS FESTIVAL 2023	2.000,00 €
100.	UDRUGA SV. ANDRIJA -TISNO	TRADICIJSKE REGATE GAJETA NA LATINSKO IDRO	1.000,00 €
101.	TZO TISNO	IZLOŽBA 100. GODINA ORGANIZIRANOG TURIZMA U TISNOM	500,00 €
103.	TZO BILICE	RIBARSKA FEŠTA	910,00 €



104.	TZO BILICE	ART BILICE	575,00 €
105.	TZO BILICE U SURADNJI S POINT EVENT	ADVENTURE MOTO RIDE (AMR)-CRO	990,00 €
106.	TZ PIROVAC	SAJAM DOMAĆIH PROIZVODA PIROVAC 2023.	1.300,00 €
107.	TZ PIROVAC	PIKNIK U MASLINIKU 2023.	700,00 €
108.	TZ PIROVAC	TRKA TOVARA PIROVAC 2023.	1.000,00 €
109.	TZO PIROVAC	DALMATIA FILM FESTIVAL	1.000,00 €
110.	TZO PIROVAC	PIROVAC BLUES FESTIVAL 2023.	700,00 €
111.	UDRUGA KAMPANEL 1861	16. UŽANCE ZAGORE POD GESLOM KUŠAJ I SLUŠAJ IZVORNO	1.500,00 €
<b>Ukupno:</b>			<b>133.775,00 €</b>

## INTERNET STRANICE

U 2023. godini Turistička zajednica Šibensko-kninske županije je, kao i prijašnjih godina, unaprjeđivala i dorađivala web platformu [www.dalmatiasibenik.hr](http://www.dalmatiasibenik.hr).

Web stranica je temelj internet oglašavanja i promocija na ciljanim emitivnim tržištima čiji je cilj primarno inspirirati i potaknuti ljude na dolazak u destinaciju, povećati svijest o destinaciji i proizvodima, te u konačnici pružiti sve relevantne informacije o destinaciji.

Osim već prepoznatljivog jednostavnog i svježeg responzivnog dizajna prilagođenog uređajima svih veličina, te brzog i jednostavnog pretraživanje, stranicu karakterizira relevantan sadržaj koji odgovara na potrebe potencijalnih posjetitelja, a koji se mijenja tijekom godine, ovisno o projektima, proizvodima i nadolazećim manifestacijama.

Web stranica ističe najvažnije kulturne i prirodne posebnosti destinacije, te najvažnije turističke proizvode, od gastro ponude, preko aktivnog odmora i nautike, pa sve do ponude MICE i zdravstvenog turizma. U 2023. godini je cjelokupni sadržaj web stranice uz engleski i njemački preveden na pet dodatnih jezika: nizozemski, talijanski, slovenski, poljski i češki jezik.

Budući da je projekt destinacijskog weba zamišljen kao jedinstvena platforma na kojoj svoje poddomene imaju i lokalne turističke zajednice, upravljanje sadržajem omogućeno je putem jedinstvenog CMS sustava, što podrazumijeva jednostavna ažuriranja te smanjenje troškova dijeljenjem sadržaja.



## IZRADA E-GUIDE APLIKACIJE

U 2023. godini ugovorena je i pokrenuta izrade eGuide aplikacije. Riječ je o kartografskom prikazu koji će biti integriran u postojeću web stranicu, a koji će korisnicima nuditi kartografski prikaz najzanimljivijih točaka interesa (POI-ja) u županiji, nuditi navigacijski sustav koji će ih do njih voditi te osnovne informacije o njima. Također, tako strukturirane točke interesa bit će povezane u različite tematske rute za korisnike različitih interesa, a korisnici će imati i mogućnost povezivanja različitih točaka interesa u rute sukladno vlastitim željama.

## PRODUKCIJA FOTO I VIDEO MATERIJALA

- *Kreativni studio Brotherside*

U suradnji sa kreativnim studiom Brotherside koji se bavi produkcijom social-first video sadržaja dio županije dokumentiran je hyperlapse i timelapse snimkama. Izrađeno je 10 snimki koje će se tijekom 2024. godine koristiti za internu upotrebu, web stranicu, organsku upotrebu na vlastitim društvenim mrežama, kao i za vlastite produkcije.

- *Agencija za promidžbu Stratus*

Tijekom 2023. godine Turistička zajednica Šibensko-kninske županije je u suradnji sa agencijom Stratus generirala 12 SEO web tekstova za bike proizvode za lokalne turističke zajednice, 6 SEO tekstova bike proizvoda za destinacijski web, te fotografije namijenjene promociji biciklističkih ruta na području županije. Sadržaj je kreiran na način da odgovara na long-tail upite odnosno koristi fraze od 4 i više riječi koje u pravilu imaju mali volumen pretrage, ali se odnose na vrlo konkretne upite i primarno je fokusiran na dovođenje ljudi s Google searcha na našu web stranicu. Kvalitetnim tekstovima zanimljivih clickbait ili dobro promišljenih SEO naslova cilj je povećati online vidljivost, kako samog proizvoda, tako i cjelokupne web stranice.

- *Izrada promotivnih filmova „More Than Beauty“ – K&K promocija d.o.o.*

U suradnji s tvrtkom K&K promocija d.o.o. snimljena je serija promotivnih filmova „More than Beauty“ čija je namjena prezentacija kulturnih i prirodnih vrijednosti Šibensko-kninske županije. Pored osnovnog filma u trajanju od 4 minute i 30 sekundi, napravljena su i tri kraća tematska filma u trajanju od minute koji obrađuje različite teme: More than sea, sailing and

sun, More than heritage, delicious food and fine wine i More than sports, adrenaline and fun. Autor koncepta i scenarija je Igor Šišara, snimatelj i režiser filma Branko Drakulić, a u snimanju su sudjelovali glumci HNK u Šibeniku: Franka Klarić i Bojan Brajčić. Filmovi se mogu pogledati na You Tube kanalu TZ Šibensko-kninske županije.

- *Izrada fotografija za monografiju Šibensko-kninske županije – Igor Tomljenović*

Tijekom 2023. godine obavljeno je fotografiranje oko 300 motiva za potrebe izrade Monografije Šibensko-kninske županije. Fotografiranje je vršio fotograf Igor Tomljenović. Trenutno se vrši se obrada fotografija nakon čega će se definirati koncept, napisati tekstove i završiti dizajn. Sve izrađene fotografije će se, osim za potrebe Monografije, koristiti i za ostale promotivne aktivnosti TZ Šibensko-kninske županije.

### **III. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE**

#### **ONLINE KOMUNIKACIJE**

#### **OGLAŠAVANJE – DIGITALNI MEDIJI - PUTNI KOFER**

U 2023. godini Turistička zajednica Šibensko–kninske županije surađivala je sa Putnim koferom, najčitanijim nezavisnim portalom za teme o putovanjima, gastronomiji i ekologiji te vodećom platformom o putovanjima na čak tri društvene mreže u Hrvatskoj, na Instagramu, Viberu i Tik Toku. Njihove objave na portalu i društvenim mrežama svakog mjeseca čita više od tri milijuna korisnika.

U 2023. godini Putni kofer je promovirao Šibensko–kninsku županiju putem svojim kanala sa:

- 12 redakcijskih članaka na portalu
- 6 PR članaka na portalu
- 12 feed objava, 60 story objava i 12 objava u grupi na facebooku
- 60 feed objava i story objava na Instagramu
- 10 - dnevnim bannerom i
- Tik Tok videom.



## ONLINE KOMUNIKACIJE

Vodeći se za smjernicama iz Strateškog marketing plana hrvatskog turizma na razini klastera DALMACIJA ŠIBENIK marketinške aktivnosti su usmjerene na povećanje vidljivosti i jakosti turističkog brenda klastera Dalmatia Šibenik te prepoznatljivosti slogana soUNIQUEsoBEAUTIFUL s naglaskom na prirodne, kulturne i gastronomske vrijednosti našeg kraja.

Ključni atributi koji se koriste prilikom provođenja marketinških aktivnosti su:

- More i sunce – razvedena obala , prekrasne plaže
- prirodne ljepote- dva nacionalna parka, dijelovi 3 parka prirode
- Kulturna baština – dva UNESCO spomenika, brojnosti srednjovjekovnih utvrda, arheoloških nalazišta i kulturno povijesnih spomenika
- nautika - raj za nautičare
- aktivni turizam (bike and hike – više od 2.500 km uređenih biciklističkih staza, avanturizam, pješaćenje)
- eno i gastro ponuda
- Like home - privatni smještaj sa oznakom kvalitete.

Aktivnosti su se odvijale na društvenim mrežama Facebook (stranica CROATIA/DALMATIA/ŠIBENIK - @croatia.sibenik) i Instagram (visit\_dalmatiasibenik) kako bi se aktivirao, odnosno zadržao interes za destinaciju.

Na društvenoj mreži Facebook stranica CROATIA/DALMATIA/ŠIBENIK trenutačno broji nešto više od 150.000 pratitelja koje je potrebno pratiti i obavještavati kako bi se zadržao interes za destinaciju.

Glavni cilj provođenja aktivnosti internet oglašavanja je integracija svih elemenata i oblika online oglašavanja kako bi se maksimizirao učinak promocije predsezona, posezone, određenog turističkog događanja ili ciljane turističke akcije. U praksi to znači da se određeno događanje promovira preko vijesti postavljene na internet stranici, koja se zatim prenosi na društvene mreže, a link događanja se reklamira putem Google AdWords kampanja i ostalih oblika Display oglašavanja. Ovim aktivnostima se u relativno kratkom vremenu postiže značajna medijska eksponiranost.

## INTERNET OGLAŠAVANJE

Polazeći od Internet oglašavanja kao jednog od najvažnijih marketinških alata za kreiranje interesa i potražnje za pojedinim turističkim destinacijama, a sukladno dosadašnjim iskustvima i globalnim trendovima u oglašavanju, u 2023. godini Internet oglašavanje zadržava najznačajniju ulogu u ukupnom oglašavanju TZ Šibensko-kninske županije. Globalno internet oglašavanje u 2023. godini provedeno je po sljedećim segmentima:

- oglašavanje za pretragu – Ad Words kampanje
- oglašavanje na društvenim mrežama – Facebook, Google, Twitter, You Tube, Instagram
- oglašavanje po tržištima.

Glavne aktivnosti bile su usmjerene na:

- povećanje clickthrough pokazatelja,
- povećanje broja jedinstvenih posjeta na Internet stranicama [www.dalmatiasibenik.hr](http://www.dalmatiasibenik.hr),
- poboljšano pozicioniranje Internet stranice na pretraživačima,
- povećanu aktivnost na društvenim mrežama (like-ovi, komentari, postovi) te prisutnost na društvenim mrežama koje su idealne za plasiranje poruka o predsezoni i post sezoni,
- povećanje vidljivosti i jakosti turističkog brenda klastera Dalmatia – Šibenik te prepoznatljivosti slogana soUNIQUEsoBEAUTIFUL s naglaskom na prirodne, kulturne i gastronomske vrijednosti našeg kraja.

- *S.T.A.R digital – on line oglašavanje 2023*

Zajedničkim snagama Turističke zajednice Šibensko-kninske županije i partnera u sedam europskih zemalja predstavljeni su turistički proizvodi i lokaliteti županije.

Tijekom svibnja i lipnja 2023 godine, Turistička zajednica Šibensko-kninske županije pokrenula je jedinstvenu digitalnu kampanju s fokusom na informiranje turista o turističkoj ponudi regije i njezinim sub-destinacijama. Na sedam europskih emitivnih tržišta županija je sa svojim lokalitetima bila predstavljena kao idealna ljetna destinacija.

Kampanja je bila popraćena na brojnim uglednim medijima, uključujući njemački Focus, austrijski Kronen Zeitung, nizozemski Telegraaf i britanski Independent. Glavni naglasak kampanje stavljen je na prezentaciju raznolikih turističkih proizvoda i jedinstvenih



karakteristika županije, uključujući UNESCO-ovu svjetsku baštinu, prirodne ljepote, bogatu eno i gastro ponudu te kulturnu baštinu ovog prekrasnog podneblja.

Uz turističku zajednicu Šibensko-kninske županije u kampanji su sudjelovale i turističke zajednice gradova Šibenika i Vodica, općina Bilice, Tribunj, Rogoznica i Murter te mjesta Brodarica-Krapanj. U suradnju su se uključili i partneri kao što su Kninski muzej, Nacionalni park Krka, Javna ustanova Priroda Šibensko-kninske županije i Tvrđava kulture Šibenik koji su imali važnu ulogu dijeleći svoje priče i fotografije s inozemnim medijima.

Suradnja s medijskim kućama realizirana je uz pomoć različitih storytelling formata, uključujući advertorijalne i PR članke. Isto tako, bili su prikazani dinamični i atraktivni banneri koji su obuhvaćali uzbudljive turističke proizvode, lokacije i aktivnosti te su vodili na službene stranice Turističke zajednice Šibensko-kninske županije i njezine sub-stranice. Kampanja je bila aktivna i na društvenim mrežama gdje su korišteni formati većih dimenzija s ciljem izgradnje prepoznatljivog branda i motiviranja potencijalnih posjetitelja.

- *National Geographic – Traveler (baneri, display-i, novinarske reportaže)*

Kampanja u časopisu National Geographic uključivala je cjelogodišnje oglašavanje u paket ponudi koja je obuhvaćala novinske članke, baner-e i display-e. Kroz kampanju je naglasak stavljen na najjače adute koje u turizmu ima Šibensko-kninska županija: prirodne i kulturne vrijednosti te gastro i eno ponudu.

- *Tip travel magazine*

Šibensko-kninska županija u suradnji s gradovima Šibenikom i Vodicama je svoju turističku ponudu u 2023. promovirala u magazinu Tip Trave. Riječ je o digitalnom interaktivnom online magazinu o turizmu i putovanjima koji izlazi u izdanjima na engleskom, njemačkom i hrvatskom jeziku, a može mu se pristupiti i putem aplikacije u AppStore-u i Issuu.com platforme (vodeće platforma za digitalna izdanja u svijetu). Magazin je čitan u više od 130 zemalja svijeta. Tip Travel magazine je dostupan svim čitateljima bez naknade, što mu omogućava širinu i dostupnost. Nalazi se na aplikaciji za IOS uređaje, te je dosad preuzet iz više od 100 zemalja svijeta. Prosječna čitanost jednog broja je 2,8 milijuna.

Promocija destinacije je vršena kroz cijelu godinu kroz reportaža na 6 stranice u sklopu koje je i oglasni prostor.

- *In YourPocket i Lust auf Kroatien*

Ova kampanja se odnosi na zajedničko on-line oglašavanje TZG Šibenik i TZŽ Šibensko kninske putem web-stranice koja je prepoznatljiva u svjetskim razmjerima, a podržana je i putem objava na Facebooku i na Instagramu. Kampanja je uključivala pozicioniranje fiksnog bannera dimenzija 300 x 250 piksela na poziciji "homepage Šibenik" od siječnja do prosinca 2023. godine. U istom razdoblju banneri istih dimenzija bili su postavljeni i na pozicijama:

- <http://www.inyourpocket.com/croatia/sibenik/Around-Sibenik>,
- <http://www.inyourpocket.com/croatia/sibenik/Dalmatian-Zagora>.

Cilj kampanje- povećanje broja pregleda na [www.dalmatiasibenik.hr](http://www.dalmatiasibenik.hr)/[www.sibenik-tourism.hr](http://www.sibenik-tourism.hr) te upoznavanje šire publike sa turističkom ponudom destinacije preko prepoznatljivog kanala [inyourpocket.com](http://inyourpocket.com).

- *JET2COM*

Ova kampanja predstavlja destinacijsko oglašavanje Šibensko-kninske županije, Vodica i Šibenika u internim kanalima strateškog partnera. Vrijednost oglašavanja je 42.000 EUR od čega polovicu dijele TZ Šibensko-kninske županije, TZG Šibenik i TZG Vodice. Jet2com Holiday, uz avio prijevoz, od svibnja do rujna nudi i paket aranžmane s tendencijom produljenja sezone na britanskom tržištu.

- *Petit Fute*

Petit Fute je jedan od najvećih vodiča na francuskom tržištu. Uz tiraža 25.000 primjeraka ima i digitalno izdanje s preko 2.5 miliona korisnika aplikacije dostupna u tri jezične varijante.

## OPĆE OGLAŠAVANJE

Opće oglašavanje je još uvijek jedan od glavnih oblika komunikacije u turizmu. Upravo s ciljem informiranja potencijalnih potrošača o regiji kao turističkoj destinaciji i stvaranja pozitivnog stava javnosti, inozemna tržišta se obrađuju putem oglašavanja.

Ovim aktivnostima se potencijalne potrošače želi motivirati da realiziraju odmor u našoj županiji čija raznolikost i zanimljivost se želi promovirati.

- *Outdoor Welten – Wander Magazin*

Riječ je o časopisu za njemačko tržište u tiražu od 35.000 primjeraka u kojem se Šibensko-kninska županija u proljetnom i jesenskom izdanju predstavila sa svojom hike i bike ponudom. Časopis se distribuira po svim važnijim njemačkim turističkim sajmovima.



- *Lust auf Kroatien*

TZ Šibensko-kninske županije realizirala je kampanju u proljetnom i jesenskom izdanje sa zanimljivim temama o destinaciji namijenjene njemačkom tržištu.

- *Top camping*

Top Camping magazine se tiska u 50.000 primjeraka, a na svom portal ima mjesečno 300.000 posjeta i oko 3.000 klikova. Isto vrijedi i za Island camping Croatia magazine, koji je jedini hrvatski tiskani medij s temom otočnog kamping turizma, a koji izlazi u 3 jezične verzije te je distribuiran na svim važnijim turističkim i kamping sajmovima.

- *Nautički časopis Vela*

Vela je časopis koji se distribuira na talijanskom tržištu na svim značajnim nautičkim sajmovima promovirajući nautičku ponudu destinacije.

- *Turistična Jazda – TV emisija na poljskom tržištu*

Nakon uspješno započete suradnje na virtualnom izdanju sajma ITB Berlin 2021. godine, kada su u 2021. i 2022. godini realizirane po dvije epizode koje su predstavile gradove Šibenik i Vodice, treća sezona je bila posvećena Šibeniku, Primoštenu i Rogoznici. Emisiju kreira privatna producerska tvrtka Media Net iz Poljske (g. Grzegorz Skrzypak), a prikazuje se u udarnim terminima na TVP Krakow, TVP 3 i TVP Polonia Adventure koje prate i brojni Poljaci u i izvan Poljske. Emisija je prikazana između 12.05. i 19.06.2023. sa prosječnom gledanosti od 2.560.670 gledatelja.

- *Hrvaška*

U posebnom prilogu o Hrvatskoj namijenjenom slovenskom tržištu u travnju 2023. objavljen je oglas destinacije uz PR članak o novostima u destinaciji.

## **UDRUŽENO OGLAŠAVANJE JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA U 2023. GODINI**

Oglašavanje hrvatskog turizma u promotivnim kampanjama i kanalima javnog i privatnog sektora u proteklim se godinama pokazalo kao vrlo učinkovit način promocije hrvatskog turizma. Postignuti rezultati u prethodnim godinama dokaz su da takva suradnja omogućuje učinkovitiju promociju hrvatskog turizma, temeljenu na konkretnom interesu i programima koji omogućavaju realizaciju postavljenih ciljeva. Inicijativa Ministarstva turizma i sporta i Hrvatske turističke zajednice zajedno sa sustavom turističkih zajednica oko provođenja mjera udruženog oglašavanja pokazala se uspješnom, te je sukladno čl. 9. i 38. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma TZ Šibensko-kninske županije objavila Javni poziv za provedbu udruženog oglašavanja sa subjektima javnog i privatnog sektora. Sukladno

strateškom marketinškom cilju Hrvatske turističke zajednice o povećanju dolazaka u predsezoni i posezoni, udruženo oglašavanje obuhvaća opću destinacijsku promociju, promociju smještajne i ostalih oblika turističke ponude destinacije.

Oglašavanje ponude destinacije (smještajne i ostalih oblika turističke ponude te događanja) odnosi se na ponudu u predsezoni i posezoni, odnosno na cjelogodišnju ponudu u destinacijama koje nemaju izlaz na more ili na turistički nerazvijenim područjima. Glavna sezona obuhvaća minimalno period od 01.06. do 30.09.

### **Modeli udruženog oglašavanja**

Udruženo oglašavanje provodilo se prema dva modela.

- *I.A. Nositelji smještajne ponude – smještajni objekti*

Propisani udjeli sudjelovanja za ovaj model oglašavanja su:

- sustav turističkih zajednica (TZ županije, općina i gradova) maksimalno do 50%,
- nositelj oglašavanja/ponude minimalno 50%.

Raspodjela sredstava vršila se prema udjelu u ostvarenim noćenjima u 2021. godini i 2022. do dana zaključenja Javnog poziva.

- *I.B. turističke agencije i nositelji ostalih oblika turističke ponude destinacije (mali partneri)*

Malim partnerima se smatraju:

- smještajni objekti do 50 soba ili kampovi do 66 smještajnih jedinica,
  - Prednost će imati nositelji smještajne ponude koji imaju oznaku kvalitete „Like Home“.
- Status malog partnera dokazuju se vjerodostojnim potvrdama i izjavama koje se prilažu uz prijavu.

Propisani udjeli sudjelovanja za ovaj model oglašavanja su:

- sustav turističkih zajednica (TZ županije, općina i gradova) maksimalno do 50%,
- nositelj oglašavanja/ponude minimalno 50%.

Propisani udjeli sudjelovanja za projekte na turistički nerazvijenim područjima za ovaj model oglašavanja su:

- sustav turističkih zajednica (TZ županije, općina i gradova) maksimalno do 80%,
- nositelj oglašavanja/ponude minimalno 20%.



Media plan se morao odnositi na oglašavanje na ciljanim inozemnim tržištima, a oglašavanje destinacija koje nemaju izlaz na more ili na turistički nerazvijenim područjima mogao se odnositi dodatno i na oglašavanje na domaćem tržištu (nacionalni mediji, mediji u drugim županijama koje su ciljana tržišta).

Uvidom u prijave su razmotreni svi dostavljeni prijedlozi i donesene odluku o prihvaćanju i odabiru predloženih aktivnosti. U prijavi/media planu bilo je potrebno specificirati aktivnosti i iznos sredstava koji se odnosi na promociju turistički nerazvijenih područja. Media plan destinacijskog oglašavanja nije mogao uključivati tekstualne oglase na tražilicama.

Turističke zajednice županije kao koordinatori propisuju i primjenjuju ostale kriterije za odabir partnera/kampanji u ovom modelu. Svi podnositelji prijave, po mogućnosti prije slanja konačne prijave, trebali su usuglasiti moguće udjele sa sustavom turističkih zajednica i shodno tome dostaviti media plan i ostalu propisanu dokumentaciju.

Prilikom odabira sredstva za svakog nositelja oglašavanja trebalo je uzeti u obzir njihov doprinos povećanju turističke potrošnje, dolazaka i noćenja, a prednost je dana oglašavanju ponude bitne za brendiranje destinacije i produženje sezone.

Kriteriji TZ Šibensko-kninske kojim se vodila pri odabiru kandidata su bili usklađenost sa Master planom i Marketing planom ŠKŽ, vrijednosti ulaganja partnera u brendiranje destinacije, udio u ostvarenim noćenjima u prethodnoj godini, cjelogodišnje poslovanje, naglasak na predsezonu i posezonu, viša kategorizacija, specifična ponuda bitna za brendiranje destinacije (cikloturizam, eno-gastronomija, kulturni turizam, touring, tradicija i sl.), program ili ponuda koji se odvijaju isključivo na području Šibensko-kninske županije, te marketinški učinci kampanje.

U modelu IA – nositelji smještajne ponude – smještajni objekti sukladno kriterijima TZ Šibensko-kninske županije za udruženo oglašavanje posebne ponude obalnih županija – nositelja smještajne ponude prioritet su imali gospodarski subjekti hotelijeri i kampovi s većim udjelom u ukupnim ostvarenim noćenjima u Šibensko-kninskoj županiji, te veći partneri po važnosti i vrijednosti ulaganja u turistički razvoj i brendiranje destinacije.

Grupacija Solaris d.d. iz Šibenika dio je novog branda Amadria Park koji čine visoko kategorizirani hoteli s četiri i pet zvjezdica u Opatiji, Šibeniku i Zagrebu. Svi hoteli tvrtke Solaris d.d. smješteni su u Solarisu u neposrednoj blizini grada Šibenika te su iznimno bogati programima i događanjima.

U kampanjama najveći naglasak tijekom 2023. stavljen je na promociju prioritetnih proizvoda koji doprinose produljenom poslovanju hotela i cijele destinacije. U prvom redu tu je veliki naglasak na kongresni i gastro turizam.

## **DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI**

Promotivne aktivnosti na najvažnijim emitivnim turističkim tržištima naglo su prekinute zbog pandemije 2020. i 2021. godine. Aktivnosti planirane u 2022. godini ostvarene su dinamikom otvaranja tržišta i praćenjem situacije na terenu, au 2023. godini je TZ Šibensko-kninske županije u potpunosti normalizirala intenzitet sajamskih nastupa i predstavila se na 9 općih i specijaliziranih turističkih sajmovu u sklopu štanda HTZ –a:

- CMT (Stuttgart),
- VAKANTIEBEURS (Utrecht),
- NEW YORK TRAVEL SHOW (New York),
- F.R.E.E (München – Hrvatska zemlja partner),
- ITB (Berlin),
- FERIENMESSE (Beč – Hrvatska zemlja partner),-
- FITUR (Madrid),
- BOOT (Dusseldorf),
- WTM (London).

Pored nastupa na sajmovima u sklopu štanda HTZ-a, TZ Šibensko-kninske županije nastupila je i na 6 općih turističkih sajmovu samostalno, u organizaciji regionalnih TZ ili Predstavništva HTZ :

- MATKA (Helsinki),
- DESTINATIONS (London),
- SALON DES VACANSES (Bruxelles),
- BIT (Milano),
- B-TRAVEL (Barcelona),
- BMT (Napoli).

Ponuda Šibensko-kninske županije predstavljena je i na 6 specijalizirana turistička sajma:

- CARAVANING (Düsseldorf) – kamping,
- CAMPING (Parma) – kamping,
- FIETSEN WANDELBEURRS (Utrecht) – aktivni,



- FIERA DEL CICLOTURISMO (Bologna) – aktivni,
- MAP (Paris) – aktivni,
- IL SALONE NAUTICO (Genova) – nautika.

Kod suizlaganja u sklopu štanda HTZ-a koncepcija se temelji na mogućnosti zakupa dijela štanda sa vlastitim poslovnim prostorom sa informativnim pultom i ostalim pratećim sadržajima. Ovaj način predstavljanja pokazao se uspješnim, obzirom na direktan kontakt s poslovnim partnerima i prezentaciju svog turističkog proizvoda. Turističke zajednice ne mogu samostalno nastupati na sajamskim nastupima gdje nastupa HTZ, već isključivo kao suizlagači na štandu HTZ-a. Turističke zajednice nižeg ranga ustroja ne mogu samostalno suizlagati u sklopu štanda HTZ-a, već nastupati mogu isključivo regionalne turističke zajednice. Lokalne turističke zajednice mogu nastupiti u suradnji s turističkom zajednicom županije s kojom samostalno dogovaraju svoje odnose. Također, lokalne TZ mogu stupiti u partnerski odnos s privrednim subjektima iz područja lokalne TZ (hotel, kamp ili putnička agencija), na način da nositelj nastupa bude privredni subjekt, a TZ sufinancira dio troškova nastupa. Vezano na gore navedeno, TZ Šibensko-kninske županije koordinirala je interes turističkih zajednica nižeg ranga ustroja te je po navedenom konceptu zakupila prostor na štandu HTZ-a / predstavništva odnosno dogovorila samostalne zajedničke promotivne nastupe sa regionalnim turističkim zajednicama Like i Dalmacije.

TŽ Šibensko-kninske se u suradnji sa TZG Šibenika i Vodica, predstavila u sklopu štanda Hrvatske turističke zajednice na turističkim sajmovima za poslovnu i široku publiku u Madridu, Stuttgartu, Utrechtu te Dusseldorfu.

## **STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA I AGENATA**

U 2023. godine u suradnji s HTZ-om i sustavom lokalnim turističkih zajednica organizirala su se studijska putovanja novinara i agenata s ciljem bolje promocije turističke ponude na određenim tržištima i pružanja novinarima i agentima potpune informaciju o određenoj turističkoj destinaciji i novostima u njevoj turističkoj ponudi. Uz već postojeće modele, velika pažnja bila je usmjerena i na bloggere tj. organizaciju blog studijskih putovanja. Ovakvim pristupom omogućava se predstavnicima medija i agentima da se upoznaju i familijariziraju s turističkom ponudom, teritorijem, mogućnostima turističkih aktivnosti te za susret s turističkom operativom i proizvodima koje nude.

Ciljevi aktivnosti koje su ostvarene su:

- informiranje o turističkim proizvodima i atrakcijama te motiviranje turističke industrije na veću prodaju aranžmana za turističku destinaciju,
- stvaranje „efekt širenja“ sa više medijske prisutnosti i stanje potpune informiranosti medija o turističkoj destinaciji.

Organizacija samog putovanja tj. programi putovanja rade se u suradnji s HTZ-om, koji financijski sudjeluje u samim putovanjima i u suradnji s lokalnim turističkim zajednicama koje u pojedinim slučajevima manjim dijelom financijski sudjeluju u samom putovanju. Glavni ured HTZ-a pokriva troškove dolaska, transfera i smještaja, a županijske turističke zajednice pokrivaju troškove vođenja, dodatnih obroka i u određenim slučajevima usluga smještaja.

Studijska putovanja predstavnika medija u 2023. godini vršila su se po dosadašnjem principu:

- odabir modela od strane predstavništva HTZ-a, te iscrpna analiza medija s ciljem odabira najutjecajnijih kanala,
- usuglašavanje programa boravka s Glavnim uredom, županijskim i lokalnim turističkim zajednicama (operativno i financijski), fokus na posjete mjestima ili programima koja se želi dodatno ili pojačano promovirati,
- monitoring, sakupljanje press clippinga i objavljenih članaka,
- potenciranje putovanja na određenu temu (proizvod ili posebnost) u odnosu na opća destinacijska putovanja.

Predlaganje tema te organiziranje itinerara i boravka stranih novinara, glavne su aktivnosti TZ Šibensko-kninske županije u svrhu realizacije studijskih putovanja. Većina studijskih putovanja realizira se između mjeseca ožujka i lipnja te rujna i listopada. Ovisno o programu, izvanredno se odobravaju i putovanja u glavnoj sezoni. Studijska putovanja novinara razlikuju se ovisno o tome tko je inicijator navedenog putovanja: predstavništva HTZ-a, Glavni ured HTZ-a, turističke zajednice županija ili domaći gospodarski subjekti i organizatori događanja.

Edukacijska putovanja agenata organiziraju se u suradnji sa stranim turoperatorom i njihovim domaćim partnerom ili turističkom zajednicom županije. Predstavništva Hrvatske turističke zajednice imaju aktivnu ulogu i služe kao posrednik i savjetnik kod organizacije studijskih putovanja djelatnika putničkih agencija i posrednika u prodaji putovanja. Operativni cilj putovanja je informirati o hrvatskim turističkim proizvodima i motivirati da se proda što više paket aranžmana za Hrvatsku. Ciljne skupine su turooperatori, putničke agencije, agencije specijalizirane za proizvode od posebnog interesa, udruženja, klubovi, itd., a usmjereni na različite turističke proizvode.



## IV. DESTINACIJSKI MANAGEMENT

### KOORDINACIJA SUSTAVA

Turistička zajednica županije ima obvezu koordinirati djelovanje i nadzirati izvršavanje zadaća i ciljeva lokalnih turističkih zajednica. U 2023. godini održane su tri koordinacije s direktorima lokalnih TZ.

Prva koordinacija je održana četvrtak 30.03.2023. u 12,30 sati u Vinariji MI, Podglavica, Rogoznica, uz sljedeći dnevni red:

- Pripremne aktivnosti za nadolazeću turističku sezonu
- Zajednički projekti
- Tekuća problematika

Druga koordinacija je održana 27. 09. 2023. u Kninskom muzeju, uz dnevni red:

- Radionica „Koordinacija rada sustava TZ na području Šibensko-kninske županije“, dr. Hrvoje Kenfelj
- Realizacija zajedničkih projekata
- Tematske staze
- izrada Strategije turizma Šibensko-kninske županije do 2030. godine
- Predstavljanje projekta Voda malih divova (Natalija Krešić/Tina Vickov)
- Razno

Treća Koordinacija je održana 27.10.2023. u Prezentacijskom centru Betina, uz sljedeći dnevni red:

- Radionica „Turističke zajednice na društvenim mrežama“, Ana Penović (Jasno i glasno d.o.o.)
- Zajedničke aktivnosti TZ-a s područja ŠKŽ
- Tematske staze
- Izrada Strategije turizma Šibensko-kninske županije do 2030. godine - radionice
- Prezentacija novog promotivnog filma TZ ŠKŽ
- Razno

## FINANCIJSKO IZVJEŠĆE ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ-PROSINAC 2023. GODINE

### PRIHODI

	PRIHODI	Plan 2023.	Plan 2023. (nakon 1. izmjena i dopuna)	Realizacija 2023.	udio% u realizaciji	indeks	
						realizacija	rebalans
<b>1.</b>	<b>Izvorni prihodi</b>	<b>1.027.959</b>	<b>1.190.000</b>	<b>1.178.889,49</b>	<b>52,47</b>	<b>99,07</b>	<b>99,07</b>
1.1.	Turistička pristojba	940.362	1.025.000	1.010.227,76	44,96	98,56	98,56
1.2.	Članarina	87.597	165.000	168.661,73	7,51	102,22	102,22
<b>2.</b>	<b>Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>3.</b>	<b>Prihodi od sustava turističkih zajednica</b>	<b>145.995</b>	<b>185.000</b>	<b>193.024,56</b>	<b>8,59</b>	<b>104,34</b>	<b>104,34</b>
<b>4.</b>	<b>Prihodi iz EU fondova</b>	<b>33.181</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>5.</b>	<b>Prihodi od gospodarske djelatnosti</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>19.908,00</b>	<b>0,89</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>6.</b>	<b>Preneseni prihod iz prethodne godine</b>	<b>816.245</b>	<b>853.645</b>	<b>853.645,49</b>	<b>37,99</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>
<b>7.</b>	<b>Ostali prihodi</b>	<b>13.936</b>	<b>14.000</b>	<b>1.340,19</b>	<b>0,06</b>	<b>9,57</b>	<b>9,57</b>
	<b>SVEUKUPNO</b>	<b>2.037.316</b>	<b>2.242.645</b>	<b>2.246.807,73</b>	<b>100,00</b>	<b>100,19</b>	<b>100,19</b>

### AKTIVNOSTI

	AKTIVNOSTI	Plan 2023.	Rebalans 2023.	Realizacija 2023.	udio% u realizaciji	indeks	
						realizacija	rebalans
<b>1.</b>	<b>ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE</b>	<b>79.634</b>	<b>15.000</b>	<b>14.580,51</b>	<b>1,04</b>	<b>97,20</b>	<b>97,20</b>
1.1.	Izrada strateških/ operativnih/ komunikacijskih/ akcijskih dokumenata	39.817	15.000	14.580,51	1,04	97,20	97,20
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	26.545	0	0,00	0,00	0,00	0,00
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	13.272	0	0,00	0,00		
<b>2.</b>	<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>	<b>720.685</b>	<b>339.000</b>	<b>356.146,20</b>	<b>25,43</b>	<b>105,06</b>	<b>105,06</b>
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	428.695	122.000	132.883,02	9,49	108,92	108,92
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	39.817	12.000	11.665,72	0,83	97,21	97,21



2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	159.267	160.000	162.426,88	11,60	101,52
2.4.	Turistička infrastruktura	66.361	45.000	49.170,58	3,51	109,27
2.5.	Podrška turističkoj industriji	26.545	0	0,00	0,00	0,00
<b>3.</b>	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>	<b>674.232</b>	<b>634.000</b>	<b>693.053,36</b>	<b>49,48</b>	<b>109,31</b>
3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitekture	0	0	0,00	0,00	0,00
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	86.270	70.000	109.312,27	7,80	156,16
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	46.453	75.000	80.222,19	5,73	106,96
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	200.411	184.000	183.891,59	21,54	99,94
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	179.176	170.000	183.693,31	8,15	108,05
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	6.636	0	0,00	0,00	0,00
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	72.998	25.000	28.744,05	2,05	114,98
3.8.	Internetske stranice	23.890	50.000	48.064,87	5,63	96,13
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	45.126	60.000	59.125,08	2,62	98,54
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	13.272	0	0,00	0,00	0,00
<b>4.</b>	<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>	<b>46.452</b>	<b>106.000</b>	<b>95.200,91</b>	<b>6,80</b>	<b>89,81</b>
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	1.327	0	0,00	0,00	0,00
4.2.	Stručni skupovi i edukacije	19.908	70.000	69.431,78	4,96	99,19
4.3.	Koordinacija i nadzor	9.291	13.000	10.863,28	1,27	83,56
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	2.654	9.000	631,29	0,03	7,01
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	13.272	14.000	14.274,56	1,67	101,96
<b>5.</b>	<b>ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	0	0	0,00	0,00	0,00
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	0	0	0,00	0,00	0,00
<b>6.</b>	<b>ADMINISTRATIVNI POSLOVI</b>	<b>422.080</b>	<b>227.000</b>	<b>240.413,75</b>	<b>17,16</b>	<b>105,91</b>
6.1.	Plaće	172.540	185.000	186.043,17	13,28	100,56
6.2.	Materijalni troškovi	238.922	35.000	46.496,69	3,32	132,85
6.3.	Tijela turističke zajednice	10.618	7.000	7.873,89	0,56	112,48
<b>7.</b>	<b>Pomoć HTZ za manje razvijene TZ</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1.290,07</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>8.</b>	<b>REZERVA</b>	<b>94.233</b>	<b>94.000</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>9.</b>	<b>POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>SVEUKUPNO AKTIVNOSTI:</b>		<b>2.037.316</b>	<b>1.415.000</b>	<b>1.400.684,80</b>	<b>100,00</b>	<b>98,99</b>

## IZVJEŠĆE ZA RAZDOBLJE 2023. GODINE – PREMA KONTNOM PLANU

račun iz računovodstvenog plana	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2023.	REBALANS 2023.	REALIZACIJA 2023.	INDEKS
32	PRIHOD OD ČLANARINA	87.597,00	165.000,00	168.661,73	102,22
33	PRIHODI PO POSEBNIM PROPISIMA	940.362,00	1.025.000,00	1.010.227,16	98,56
34	PRIHODI OD IMOVINE	0,00	0,00	0,00	0,00
35	PRIHODI OD DONACIJA			19.908,00	0,00
36	OSTALI PRIHODI	47.116,00	14.000,00	1.340,19	9,57
37	PRIHOD OD OSTALIH NEPROFITNIH ORGANIZACIJA	145.995,00	185.000,00	193024,56	0,00
	<b>PRIHODI (32+33+34+35+36+37)</b>	<b>1.221.070,00</b>	<b>1.389.000,00</b>	<b>1.393.161,64</b>	<b>100,30</b>
	<b>PRIJENOS</b>	<b>796.337,00</b>	<b>853.645,00</b>	<b>853.645,49</b>	<b>100,00</b>
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI (32+33+34+35+36+37+PRIJENOS)</b>	<b>2.017.407,00</b>	<b>2.242.645,00</b>	<b>2.246.807,13</b>	<b>100,19</b>

račun iz računovodstvenog plana	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2023.	REBALANS 2023.	REALIZACIJA 2023.	INDEKS
41	<b>RASHODI ZA RADNIKE</b> - osobni bruto dohodak za djelatnike ureda na godišnjoj razini (osnovni bruto dohodak sa pripadajućim porezima i doprinosima); TZ Šibensko-kninske zapošljava 5 djelatnica	172.540,00	185.000,00	186.043,17	100,56
42	<b>MATERIJALNI RASHODI</b> sastojte se od:				
analitika materijalnih rashoda	ADMINISTRATIVNI POSLOVI - administrativni rashodi ureda; poslovni prostor, održavanje opreme rashodi za rad tijela TZ Šibensko-kninske	240.229,00	38.000,00	50.049,06	131,71
	Istraživanje i strateško planiranje	79.634,00	15.000,00	14.580,51	0,00
	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA - rashodi za potpore projektima, razvijanje brandova TZ Šibensko-kninske županije sa pripadajućim troškovima- razvoj eno gastro-proizvoda „Dalmatia Šibenik Gourmet&Food, Dalmatia Šibenik“Bike&Hike”, razvoj kulturnog turizma, projekt QL privatnog smještaja „LIKE HOME”, projekt QL agroturizama „Rural experience Dalmatia Šibenik”, experience Dalmatia Šibenik	561.418,00	179.000,00	193.719,32	108,22
	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE -rashodi za oglašavanje - online, offline, potpore strateškim projektima, održavanje i prilagodba web portala, podrška nositeljima smještajne ponude i posebnim programima destinacije, odnosi s javnošću sa stranim PR agencijama, dotisak i distribucija info promo materijala rashodi za nastupe na sajmovima, prezentaciju i organizaciju, te prihvata studijskih putovanja novinara i agenata	674.232,00	634.000,00	693.053,36	109,31
	DESTINACIJSKI MENADŽMENT - rashodi za edukaciju, za aktivnosti koordinacije i nadzora sustava turističkih zajednica, te poticanje i ocijenjivanje izvrsnosti destinacija	26.545,00	106.000,00	95.200,91	89,81
43	<b>RASHODI AMORTIZACIJE</b>	2.000,00	2.000,00	2.434,87	121,74
44	<b>FINANCIJSKI RASHODI</b> odnosi se na bankarske naknade i ostale usluge	2.000,00	2.000,00	1.886,65	94,33
45	<b>DONACIJE</b>	159.267,00	160.000,00	162.426,88	101,52
46	<b>OSTALI RASHODI-REZERVA</b>	99.542,00	94.000,00	0,00	0,00
47	<b>RASHODI VEZANI UZ FINANCIRANJE POVEZANIH NEPROFITNIH ORGANIZACIJA</b>	0,00	0,00	1.290,07	0
	<b>SVEUKUPNO RASHODI (41+42+43+44+45+46+47)</b>	<b>2.017.407,00</b>	<b>1.415.000,00</b>	<b>1.400.684,80</b>	<b>98,99</b>



**Bilješke uz financijske izvještaje neprofitne organizacije  
za razdoblje 01.01.2023. do 31.12.2023. godine**

***I. INFORMACIJE O NEPROFITNOJ ORGANIZACIJI***

TURISTIČKA ZAJEDNICA ŠIBENSKO-KNINSKE ŽUPANIJE, ŠIBENIK (u nastavku: Neprofitna organizacija), OIB 84890928370, RNO broj 0021504 osnovana je u skladu sa Zakonom o udrugama te je upisana u Registar kod nadležnog tijela državne uprave.

Adresa: ŠIBENIK, FRA NIKOLE RUŽIĆA BB

Zakonski zastupnik: KREŠIMIR ŠAKIĆ

Osnovna djelatnost Neprofitne organizacije je: Djelatnosti poslovnih organizacija i organizacija poslodavaca

***II. OSNOVE SASTAVLJANJA FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA***

Financijski izvještaji Neprofitne organizacije sastavljeni sukladno:

- Zakonu o financijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih
- Pravilniku o neprofitnom računovodstvu i računskom planu
- Pravilniku o izvještavanju u neprofitnom računovodstvu i Registru neprofitnih organizacija
- Pravilniku o sustavu financijskog upravljanja i kontrola, izradi i izvršavanju financijskih planova neprofitnih organizacija

Iznosi u financijskim izvještajima iskazani su temeljem vjerodostojne poslovne dokumentacije.

***III. SAŽETAK ZNAČAJNIJIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA***

Računovodstvene politike primjenjuju se na pretpostavci vremenske neograničenosti poslovanja neprofitne organizacije.

**Okvir za knjiženje poslovnih događaja**

Okvir za knjiženje poslovnih događaja jest kontni plan definiran Pravilnikom o neprofitnom računovodstvu i računskom planu.

Dugotrajna materijalna i nematerijalna imovina i sitni inventar nabavljeni su kupnjom od dobavljača sredstvima koje je Neprofitna organizacija ostvarila na način utvrđen statutom organizacije. Dugotrajna imovina vodi se po nabavnoj vrijednosti koju sačinjava prodajna cijena dobavljača i zavisni troškovi nabave (trošak transporta, špedicije i sl.).

Amortizacija se obavlja temeljem amortizacijskih stopa utvrđenih Pravilnikom o neprofitnom računovodstvu i računskom planu.

## **Iskazivanje imovine i obveza**

Imovina, obveze i vlastiti izvori određuju financijski položaj neprofitne organizacije.

Imovinom se smatraju resursi koje neprofitna organizacija kontrolira kao rezultat prošlih događaja i od kojih se očekuju buduće koristi u obavljanju djelatnosti. Imovina se klasificira po svojoj vrsti, trajnosti i funkciji u obavljanju djelatnosti dok se obveze klasificiraju prema namjeni i ročnosti. Imovina i obveze iskazuju se po računovodstvenom načelu nastanka događaja.

Dugotrajna imovina je financijska i nefinancijska imovina čiji je vijek upotrebe duži od jedne godine i koja duže od jedne godine zadržava isti pojavni oblik. Dugotrajna nefinancijska materijalna imovina čiji je pojedinačni trošak nabave (nabavna vrijednost) niži od 3.500 kn otpisuje se jednokratno, stavljanjem u upotrebu, uz obvezu pojedinačnog ili skupnog praćenja u korisnom vijeku upotrebe. Vrijednost pojedinog predmeta dugotrajne nefinancijske imovine se amortizira, odnosno ispravlja linearnom metodom u korisnom vijeku upotrebe počevši od prvog dana mjeseca iza mjeseca u kojem je imovina stavljena u upotrebu. Iznimno, vrijednosti zemljišta, obnovljivih prirodnih bogatstava, knjiga, umjetničkih djela i ostalih izložbenih vrijednosti te plemenitih metala i ostalih pohranjenih vrijednosti ne amortiziraju se, odnosno ne ispravljaju se. Osnovica za ispravak vrijednosti dugotrajne imovine jest njezin početni ili revalorizirani trošak nabave (nabavna vrijednost), odnosno procijenjena vrijednost.

Kratkotrajna nefinancijska imovina je imovina namijenjena obavljanju djelatnosti ili daljnjoj prodaji u roku kraćem od godinu dana. Trošak nabave (nabavna vrijednost) nefinancijske imovine čini kupovna cijena uvećana za carine, nepovratne poreze, troškove prijevoza i sve druge troškove koji se mogu izravno dodati troškovima nabave i osposobljavanja za početak upotrebe.

Obveze su neizmirena dugovanja proizašla iz prošlih događaja za čiju namiru se očekuje odljev resursa.

Vlastitim izvorima se smatra ostatak vrijednosti imovine nakon odbitka svih obveza. Tuđa imovina se prati u izvanbilančnoj evidenciji. Imovina se početno iskazuje po trošku nabave (nabavnoj vrijednosti), odnosno po procijenjenoj vrijednosti.

## **Prihodi i rashodi**

Prihod je povećanje ekonomskih koristi ili uslužnog potencijala tijekom izvještajnog razdoblja u obliku pritjecanja imovine bez istodobnog povećanja obveza ili smanjenja obveza bez istodobnog odljeva imovine.

Rashod je umanjeње ekonomskih koristi ili uslužnog potencijala u obliku smanjenja imovine ili povećanja obveza bez istodobnog povećanja financijske imovine.

Prihodi i rashodi priznaju se uz primjenu računovodstvenog načela nastanka događaja. Računovodstveno načelo nastanka događaja znači da se:



- recipročni prihodi (prihodi na temelju isporučenih dobara i usluga) priznaju u izvještajnom razdoblju na koje se odnose pod uvjetom da se mogu izmjeriti neovisno o naplati
- nerecipročni prihodi (prihodi po posebnim propisima, donacije, članarine, pomoći, doprinosi i ostali slični prihodi) priznaju u izvještajnom razdoblju na koje se odnose pod uvjetom da su raspoloživi (naplaćeni) u izvještajnom razdoblju, a mogu se priznati u izvještajnom razdoblju ako su naplaćeni najkasnije do trenutka predočavanja financijskih izvještaja za isto razdoblje
- donacije povezane s izvršenjem ugovorenih programa (projekata i aktivnosti) priznaju u bilanci kao odgođeni prihod uz priznavanje u prihode izvještajnog razdoblja razmjerno troškovima provedbe ugovorenih programa (projekata i aktivnosti)
- donacije povezane s nefinancijskom imovinom koja se amortizira priznaju u bilanci kao odgođeni prihod uz priznavanje u prihode izvještajnog razdoblja na sustavnoj osnovi razmjerno troškovima upotrebe nefinancijske imovine u razdoblju korištenja
- rashodi priznaju u izvještajnom razdoblju na koje se odnose neovisno o plaćanju
- rashodi za utrošak kratkotrajne nefinancijske imovine priznaju u trenutku stvarnog utroška, odnosno prodaje
- troškovi nabave dugotrajne imovine kapitaliziraju, a u rashodi priznaju tijekom korisnog vijeka upotrebe

#### IV. **BILJEŠKE UZ POJEDINE POZICIJE PRIHODA I RASHODA**

##### **PRIHODI**

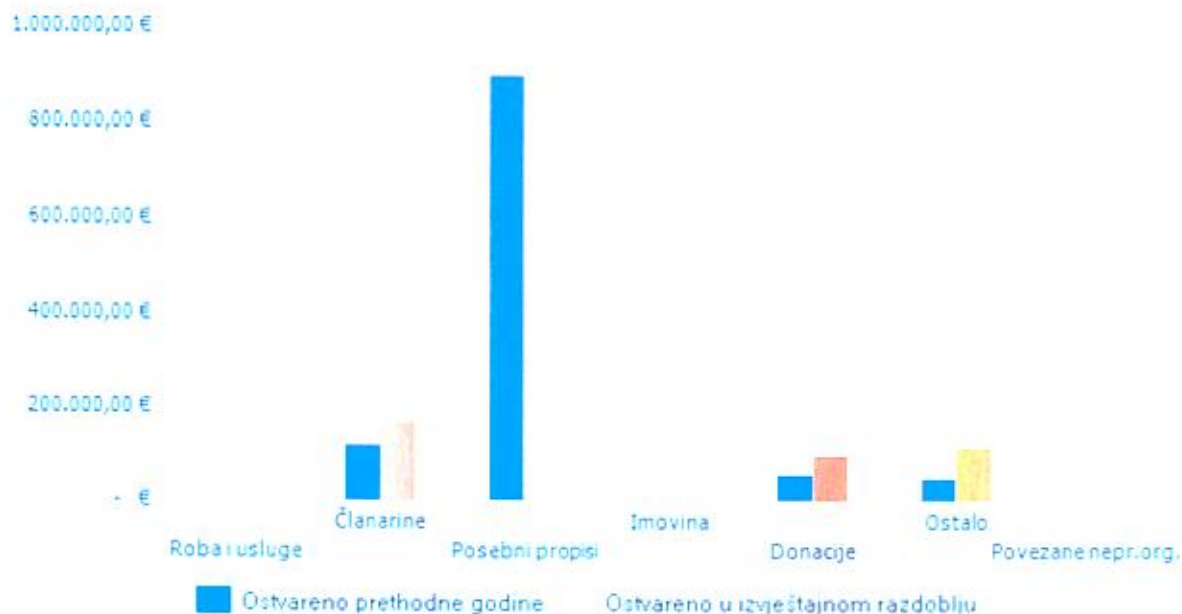
(PR-RAS-NPF AOP 001)

Prihode Neprofitne organizacije sačinjavaju prihodi od prodaje roba i pružanja usluga, prihodi od članarina i članskih doprinosa, prihodi po posebnim propisima, prihodi od imovine, prihodi od donacija, ostali prihodi i prihodi od povezanih neprofitnih organizacija.

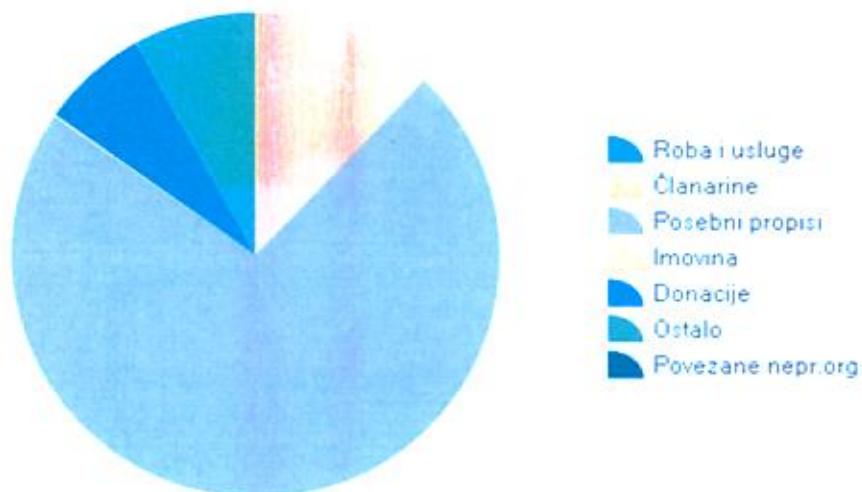
Ukupni prihodi su u izvještajnom razdoblju iznosili 1.393.162,24 EUR.

Opis	Ostvareno prethodne godine	Ostvareno u izvještajnom razdoblju	Indeks
Prihodi od prodaje roba i pružanja usluga	- €	- €	
Prihodi od članarina i članskih doprinosa	116.921,49 €	168.661,73 €	144,25
Prihodi po posebnim propisima	897.850,02 €	1.010.227,76 €	112,52
Prihodi od imovine	6,77 €	1.340,19 €	19.796,01
Prihodi od donacija	55.882,80 €	99.276,24 €	177,65
Ostali prihodi	47.767,60 €	113.656,32 €	237,94
Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija	- €	- €	
UKUPNO	1.118.428,68 €	1.393.162,24 €	

## Usporedba prihoda s prethodnom godinom



## Struktura prihoda



### Prihodi od donacija

(PR-RAS-NPF AOP 024)

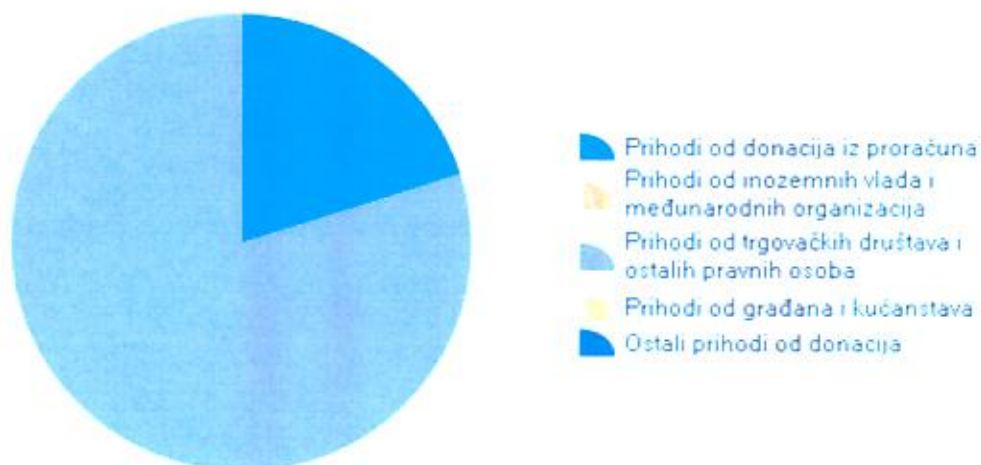
Prihode od donacija sačinjavaju prihodi od donacija iz proračuna, prihodi od inozemnih vlada i međunarodnih organizacija, prihodi od trgovačkih društava i ostalih pravnih osoba, prihodi od građana i kućanstava i ostali prihodi od donacija.

Ukupni prihodi od donacija su u izvještajnom razdoblju iznosili 99.276,24 EUR.



Opis	Ostvareno prethodne godine	Ostvareno u izvještajnom razdoblju	Indeks
Prihodi od donacija iz proračuna	- €	19.908,00 €	
Prihodi od inozemnih vlada i međunarodnih organizacija	- €	- €	
Prihodi od trgovačkih društava i ostalih pravnih osoba	55.882,80 €	79.368,24 €	142,03
Prihodi od građana i kućanstava	- €	- €	
Ostali prihodi od donacija	- €	- €	
UKUPNO	55.882,80 €	99.276,24 €	

### Struktura prihoda od donacija



### **RASHODI**

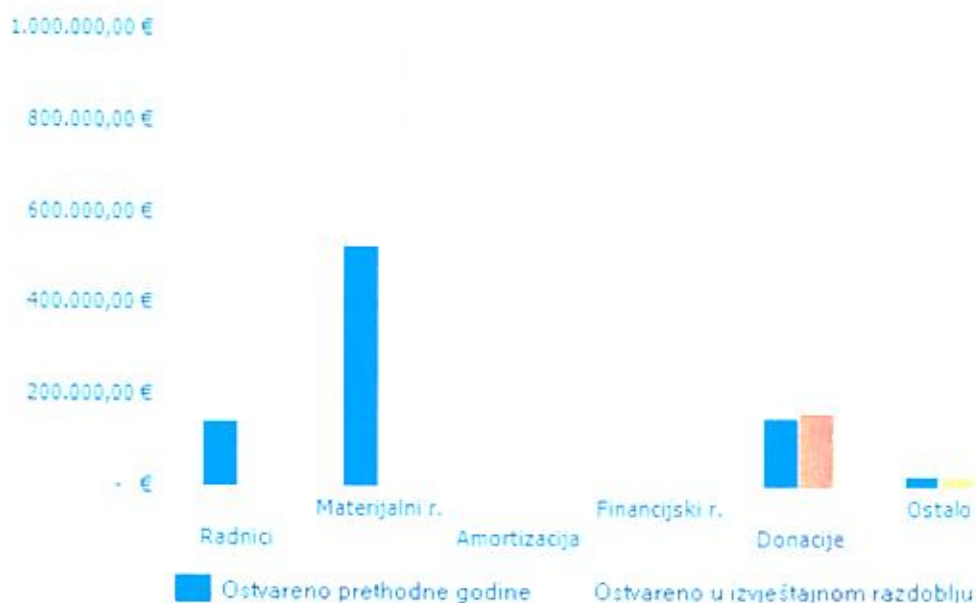
(PR-RAS-NPF AOP 054)

Rashode Nefitne organizacije sačinjavaju rashodi za radnike, materijalni rashodi, rashodi amortizacije, finansijski rashodi, donacije, ostali rashodi i rashodi vezani uz financiranje povezanih nefitnih organizacija.

Ukupni rashodi su u izvještajnom razdoblju iznosili 1.400.684,70 EUR.

Opis	Ostvareno prethodne godine	Ostvareno u izvještajnom razdoblju	Indeks
Rashodi za radnike	142.985,84 €	192.544,09 €	134,66
Materijalni rashodi	527.931,47 €	1.016.603,42 €	192,56
Rashodi amortizacije	1.776,49 €	2.434,87 €	137,06
Financijski rashodi	1.582,58 €	1.886,65 €	119,21
Donacije	149.675,23 €	162.509,53 €	108,57
Ostali rashodi	22.410,90 €	24.706,14 €	110,24
Rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija	- €	- €	
UKUPNO	846.362,51 €	1.400.684,70 €	

### Usporedba rashoda s prethodnom godinom





## Struktura rashoda



### Materijalni rashodi

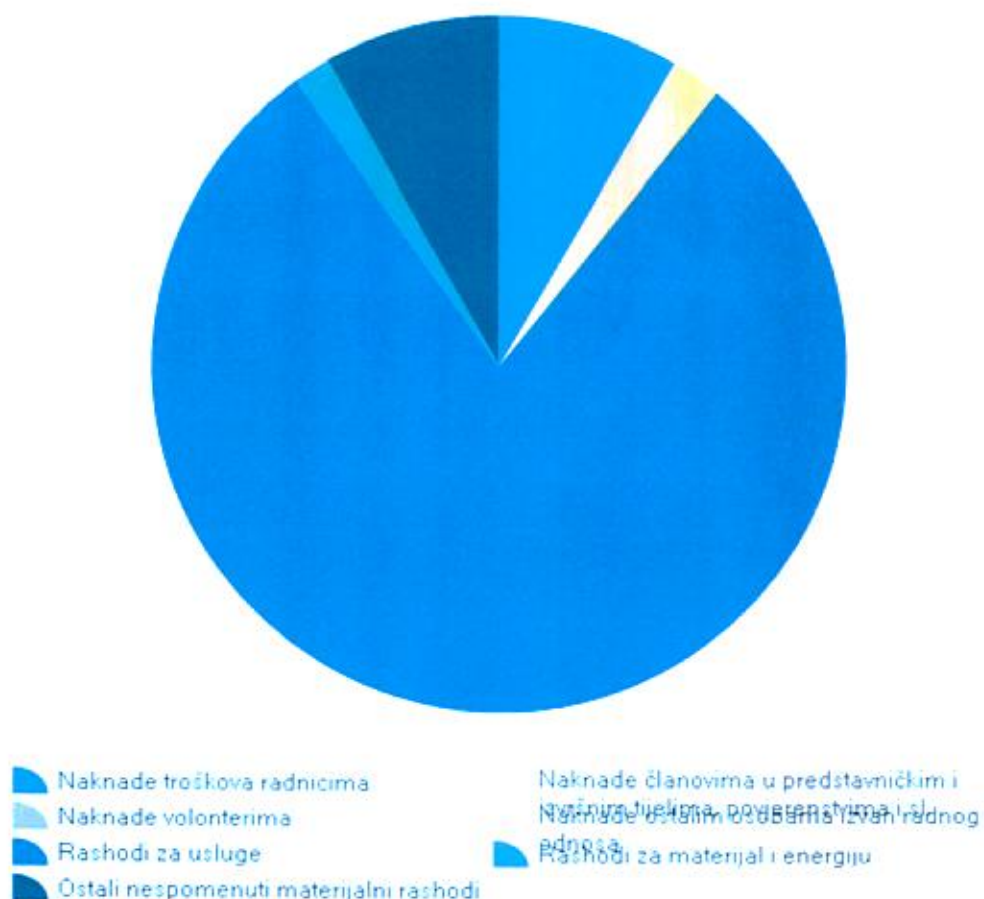
*(PR-RAS-NPF AOP 067)*

Materijalne rashode sačinjavaju naknade troškova radnicima, naknade članovima u predstavničkim i izvršnim tijelima, povjerenstvima i slično, naknade volonterima, naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa, rashodi za usluge, rashodi za materijal i energiju te ostali nespomenuti materijalni rashodi.

Ukupni materijalni rashodi su u izvještajnom razdoblju iznosili 1.016.603,42 EUR.

Opis	Ostvareno prethodne godine	Ostvareno u izvještajnom razdoblju	Indeks
Naknade troškova radnicima	33.552,31 €	85.482,05 €	254,77
Naknade članovima u predstavničkim i izvršnim tijelima, povjerenstvima i sl.	4.308,04 €	2.206,49 €	51,22
Naknade volonterima	- €	- €	
Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa	3.159,20 €	21.503,37 €	680,66
Rashodi za usluge	446.857,77 €	806.061,45 €	180,38
Rashodi za materijal i energiju	28.682,33 €	17.362,17 €	60,53
Ostali nespomenuti materijalni rashodi	11.371,82 €	83.987,89 €	738,56
UKUPNO	527.931,47 €	1.016.603,42 €	

## Struktura materijalnih rashoda



## V. BILJEŠKE UZ POJEDINE POZICIJE BILANCE

### IMOVINA

#### NEFINANCIJSKA IMOVINA

*(BIL-NPF AOP 002)*

Nefinancijsku imovinu sačinjavaju neproizvedena dugotrajna imovina, proizvedena dugotrajna imovina, plemeniti metali i ostale nepohranjene vrijednosti, sitni inventar, nefinancijska imovina u pripremi i proizvedena kratkotrajna imovina.

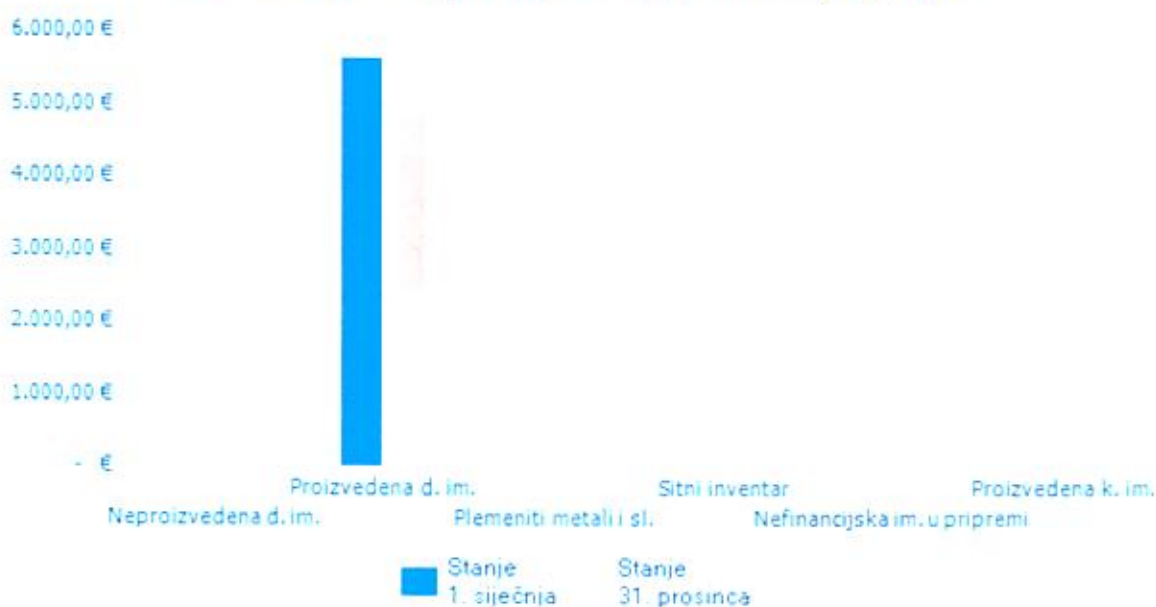
Ukupno stanje nefinancijske imovine na dan 31.12.2023. iznosilo je 4.811,30 EUR.

Opis	Stanje 1. siječnja	Stanje 31. prosinca	Indeks
Neproizvedena dugotrajna imovina	- €	- €	
Proizvedena dugotrajna imovina	5.632,11 €	4.811,30 €	85,43
Plemeniti metali i ostale pohranjene vrijednosti	- €	- €	



Sitni inventar	- €	- €
Nefinancijska imovina u pripremi	- €	- €
Proizvedena kratkotrajna imovina	- €	- €
UKUPNO	5.632,11 €	4.811,30 €

### Usporedba stanja na početku i na kraju godine



### Struktura na kraju godine



### **Neproizvedena dugotrajna imovina**

*(BIL-NPF AOP 003)*

Neproizvedena dugotrajna imovina sastoji se materijalne imovine (prirodna bogatstva), nematerijalne i ispravke vrijednosti neproizvedene dugotrajne imovine.

Neprofitna organizacija na dan izvještavanja nije posjedovala neproizvedenu dugotrajnu imovinu.

### **Proizvedena dugotrajna imovina**

*(BIL-NPF AOP 018)*

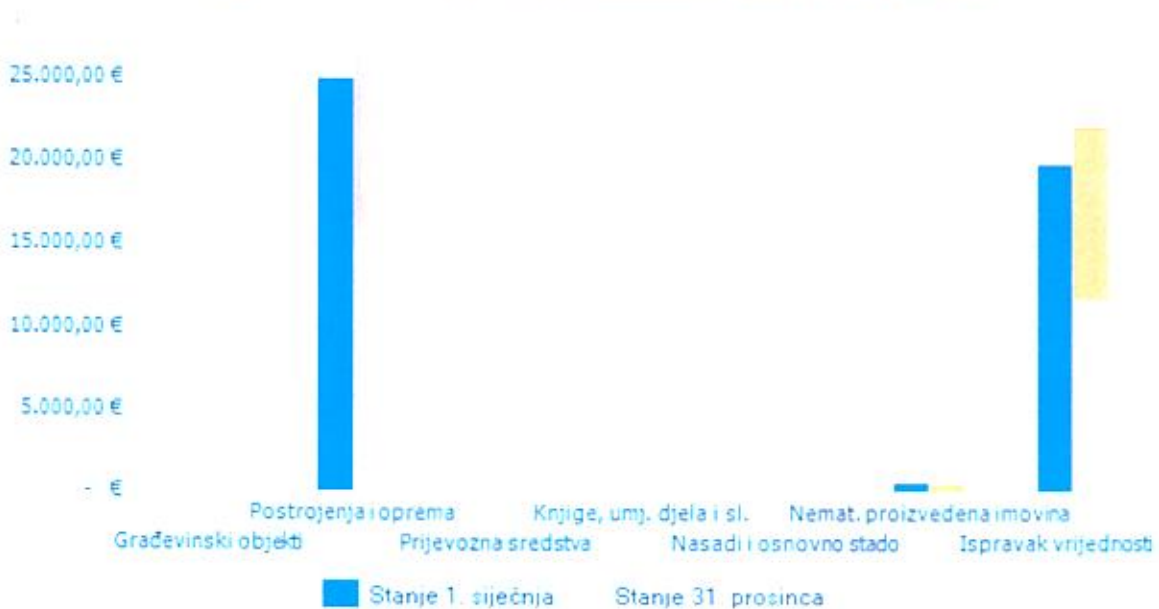
Proizvedena dugotrajna imovina promatra se po nabavnoj vrijednosti i sastoji se od građevinskih objekata, postrojenja i opreme, prijevoznih sredstava, knjiga, umjetničkih djela i ostalih izložbenih vrijednosti, višegodišnjih nasada i osnovnog stada, nematerijalne proizvedene imovine i ispravke vrijednosti proizvedene dugotrajne imovine.

Ukupno stanje proizvedene dugotrajne imovine 31.12.2023. iznosilo je 4.811,30 EUR.

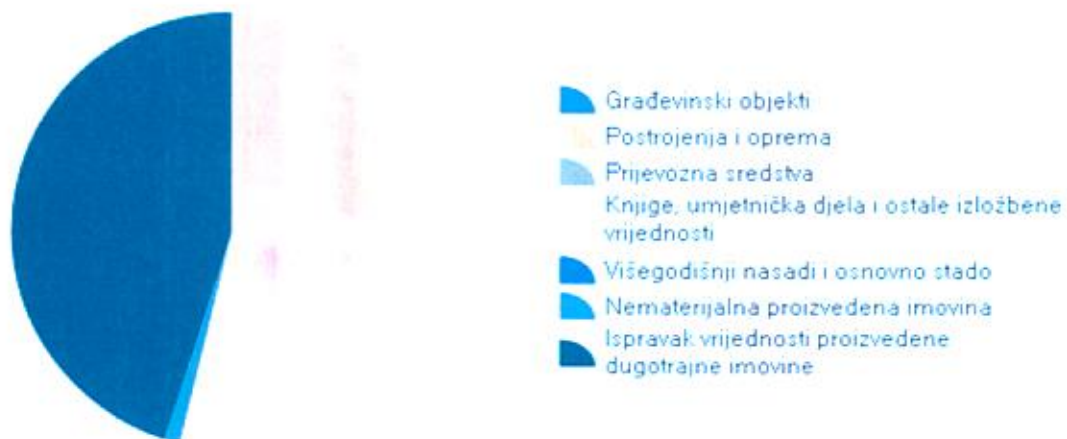
<b>Opis</b>	<b>Stanje 1. siječnja</b>	<b>Stanje 31. prosinca</b>	<b>Indeks</b>
Građevinski objekti	- €	- €	
Postrojenja i oprema	24.889,32 €	26.370,20 €	105,95
Prijevozna sredstva	- €	- €	
Knjige, umjetnička djela i ostale izložbene vrijednosti	- €	- €	
Višegodišnji nasadi i osnovno stado	- €	- €	
Nematerijalna proizvedena imovina	557,44 €	557,44 €	100,00
Ispravak vrijednosti proizvedene dugotrajne imovine	19.814,65 €	22.116,34 €	111,62
UKUPNO	5.632,11 €	4.811,30 €	



## Usporedba stanja na početku i na kraju godine



## Struktura na kraju godine



### Plemeniti metali i ostale nepohranjene vrijednosti

(BIL-NPF AOP 047)

Plemeniti metali i ostale nepohranjene vrijednosti sačinjavaju plemeniti metali i drago kamenje te pohranjene knjige, umjetnička djela i slične vrijednosti.

Neprofitna organizacija na dan izvještavanja nije posjedovala plemenite metale i ostale nepohranjene vrijednosti.

### Sitan inventar

(BIL-NPF AOP 051)

Sitni inventar se sastoji se od zaliha sitnog inventara i sitnog inventara u upotrebi. Sitni inventar je dugotrajna materijalna imovina koja se zbog pojedinačne nabavne vrijednosti manje od 464,53 EUR prati izdvojeno od dugotrajne imovine. Sitni inventar otpisuje se jednokratno stavljanjem u uporabu. Sitni inventar u upotrebi popisan je u zasebnoj evidenciji.

Knjigovodstvena vrijednost sitnog inventara na dan izvještavanja iznosi 0 EUR.

**Nefinancijska imovina u pripremi**

(BIL-NPF AOP 055)

Neprofitna organizacija na dan izvještavanja nije imala nefinancijske imovine u pripremi.

**Proizvedena kratkotrajna imovina**

(BIL-NPF AOP 064)

Proizvedena kratkotrajna imovina sastoji se od zaliha za obavljanje djelatnosti i proizvodnje i proizvoda te robe za daljnju prodaju.

Neprofitna organizacija na dan izvještavanja nije imala proizvedenu kratkotrajnu imovinu.

**FINANCIJSKA IMOVINA**

(BIL-NPF AOP 074)

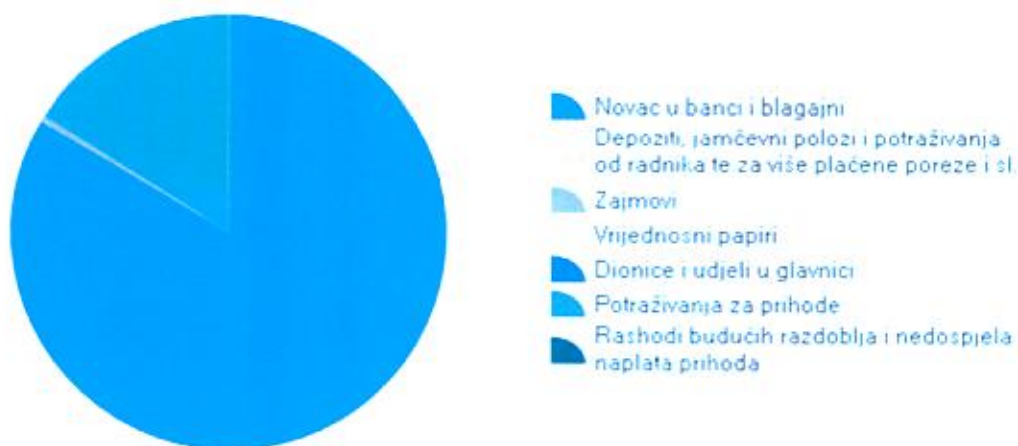
Financijsku imovinu sačinjavaju novac u banci i blagajni, depoziti, jamčevni polozi i potraživanja od radnika ili više plaćenih poreza i sličnog, zajmovi, vrijednosni papiri, dionice i udjeli u glavnici, potraživanja za prihode te rashodi budućih razdoblja i nedospjela naplata prihoda.

Ukupno stanje financijske imovine na dan 31.12.2023. iznosilo je 1.001.812,88 EUR.

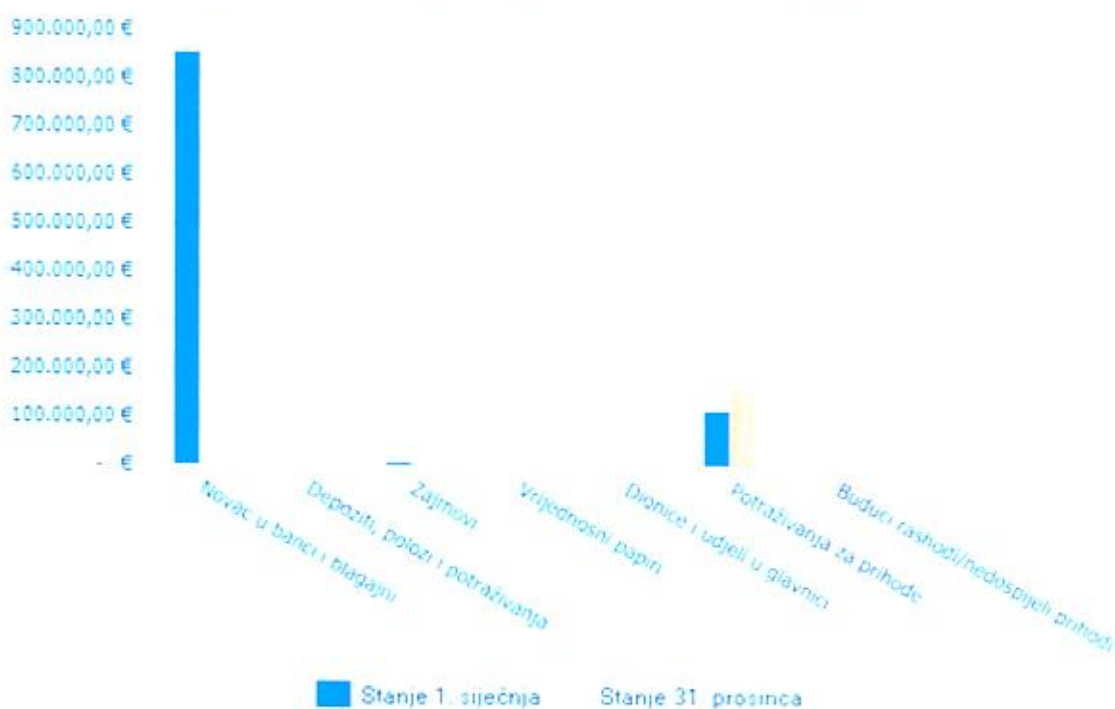
Opis	Stanje 1. siječnja	Stanje 31. prosinca	Indeks
Novac u banci i blagajni	854.640,69 €	836.712,93 €	97,90
Depoziti, jamčevni polozi i potraživanja od radnika te za više plaćene poreze i sl.	- €	260,55 €	
Zajmovi	3.981,68 €	3.981,68 €	100,00
Vrijednosni papiri	- €	- €	
Dionice i udjeli u glavnici	- €	- €	
Potraživanja za prihode	114.053,68 €	160.857,72 €	141,04
Rashodi budućih razdoblja i nedospjela naplata prihoda	- €	- €	
UKUPNO	972.676,05 €	1.001.812,88 €	



## Struktura na kraju godine



## Usporedba stanja na početku i na kraju godine



### Novac u banci i blagajni

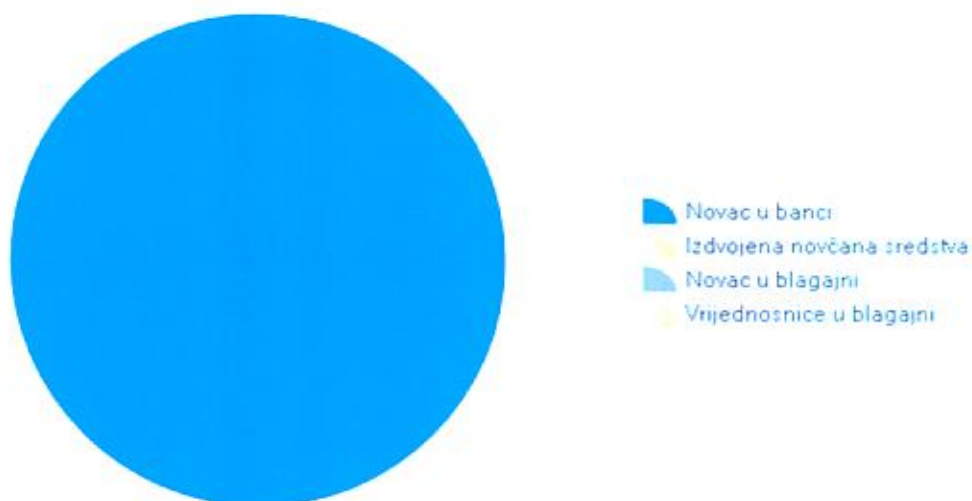
(BIL-NPF AOP 075)

Novac u banci i blagajni sačinjavaju novac u banci, izdvojena novčana sredstva, novac u blagajni i vrijednosnice u blagajni.

Ukupno stanje novca u banci i blagajni na dan 31.12.2023. iznosilo je 836.712,93 EUR.

Opis	Stanje 1. siječnja	Stanje 31. prosinca	Indeks
Novac u banci	854.640,69 €	836.712,93 €	97,90
Izdvojena novčana sredstva	- €	- €	
Novac u blagajni	- €	- €	
Vrijednosnice u blagajni	- €	- €	
UKUPNO	854.640,69 €	836.712,93 €	

### Struktura na kraju godine



### Depoziti, jamčevni polozi i potraživanja od radnika te za više plaćene poreze

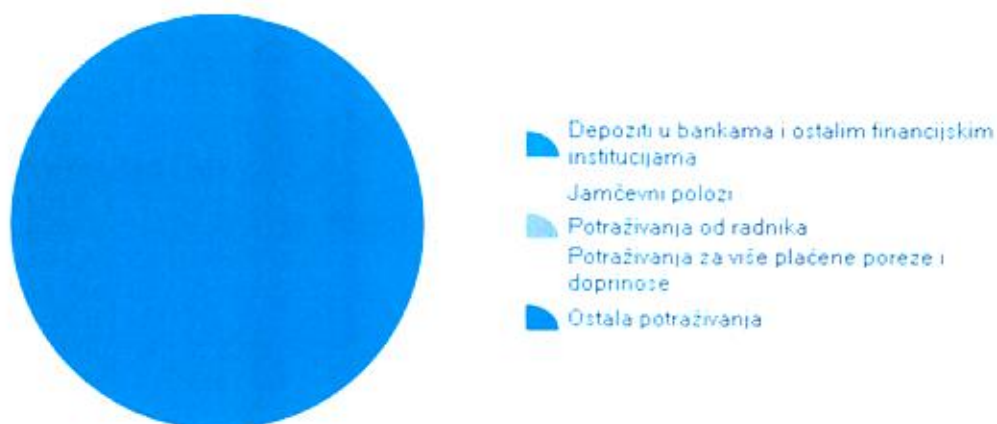
*(BIL-NPF AOP 083)*

Depoziti, jamčevni polozi i potraživanja od radnika ili za više uplaćene poreze te ostala potraživanja 31.12.2023. iznosila su 260,55 EUR.

Opis	Stanje 1. siječnja	Stanje 31. prosinca	Indeks
Depoziti u bankama i ostalim financijskim institucijama	- €	- €	
Jamčevni polozi	- €	- €	
Potraživanja od radnika	- €	- €	
Potraživanja za više plaćene poreze i doprinose	- €	- €	
Ostala potraživanja	- €	260,55 €	
UKUPNO	- €	260,55 €	



## Struktura na kraju godine



### Zajmovi

(BIL-NPF AOP 100)

Zajmovi se odnose na zajmove građanima i kućanstvima, zajmove pravnim osobama koje obavljaju poduzetničku djelatnost, zajmove ostalim subjektima i ispravku vrijednosti danih zajmova.

Na dan izvještavanja potraživanja po osnovi zajmova iznosila su 3.981,68 EUR.

### Vrijednosni papiri

(BIL-NPF AOP 105)

Vrijednosne papire sačinjavaju čekovi, komercijalni i blagajnički zapisi, mjenice, obveznice, opcije i drugi financijski derivati, ostali vrijednosni papiri i ispravak vrijednosti vrijednosnih papira.

Neprofitna organizacija na kraju izvještajnog razdoblja nije imala vlasništva na vrijednosnim papirima.

### Dionice i udjeli u glavnici

(BIL-NPF AOP 125)

Dionice i udjeli u glavnici odnose se na dionice i udjele u glavnici banaka i ostalih financijskih institucija, dionice i udjele u glavnici trgovačkih društava te na ispravke vrijednosti dionica i udjela u glavnici.

Neprofitna organizacija na kraju izvještajnog razdoblja nije imala vlasništva na dionicama i udjelima u glavnici.

## Potraživanja za prihode

*(BIL-NPF AOP 133)*

Potraživanja za prihode odnose se na potraživanja od kupaca, potraživanja za članarine i članske doprinose, potraživanja za prihode po posebnim propisima, potraživanja za prihode od imovine, ostala nespomenuta potraživanja i ispravak vrijednosti potraživanja.

Potraživanja za prihode na dan 31.12.2023. iznosila su 160.857,72 EUR.

Opis	Stanje 1. siječnja	Stanje 31. prosinca	Indeks
Potraživanja od kupaca	10.789,63 €	33.136,81 €	307,12
Potraživanja za članarine i članske doprinose	- €	- €	
Potraživanja za prihode po posebnim propisima	103.264,05 €	127.720,91 €	123,68
Potraživanja za prihode od imovine	- €	- €	
Ostala nespomenuta potraživanja	- €	- €	
Ispravak vrijednosti potraživanja	- €	- €	
UKUPNO	114.053,68 €	160.857,72 €	

### Struktura na kraju godine



## Rashodi budućih razdoblja i nedospjela naplata prihoda

*(BIL-NPF AOP 142)*

Rashode budućih razdoblja predstavljaju nastali troškovi obračunati i plaćeni u tekućoj godini za koje se očekuju prihodi u sljedećoj izvještajnoj godini.

Neprofitna organizacija na kraju izvještajnog razdoblja nije imala rashoda budućih razdoblja i nedospjele naplate prihoda.



## OBVEZE I VLASTITI IZVORI

### OBVEZE

*(BIL-NPF AOP 146)*

Stanje obveza su obveze nastale tijekom izvještajne godine s rokom dospijeca narednoj izvještajnoj godini i stanje ostalih nepodmirenih obaveza. Obveze se odnose na obveze za rashode, obveze za vrijednosne papire, obveze za kredite i zajmove te na odgođeno plaćanje rashoda i prihodi budućih razdoblja.

Neprofitna organizacija je na dan izvještavanja imala 160.501,15 EUR ukupnih obveza.

Opis	Stanje 1. siječnja	Stanje 31. prosinca	Indeks
Obveze za rashode	21.398,63 €	32.780,24 €	153,19
Obveze za vrijednosne papire	- €	- €	
Obveze za kredite i zajmove	- €	- €	
Odgođeno plaćanje rashoda i prihodi budućih razdoblja	103.264,05 €	127.720,91 €	123,68
UKUPNO	124.662,68 €	160.501,15 €	

### Struktura na kraju godine



- Obveze za rashode
- Obveze za vrijednosne papire
- Obveze za kredite i zajmove
- Odgođeno plaćanje rashoda i prihodi budućih razdoblja

Obveze se knjiže prema načelu vremena nastanka obveze.

### Obveze za rashode

*(BIL-NPF AOP 147)*

Obveze za rashode se sastoje od obveza za radnike, obveza za materijalne rashode, obveza za financijske rashode, obveza za prikupljena sredstva pomoći, obveza za kazne, penale i naknade šteta i ostalih obveza.

Ukupno stanje obveza za rashode na dan 31.12.2023. iznosilo je 32.780,24 EUR.

Opis	Stanje 1. siječnja	Stanje 31. prosinca	Indeks
Obveze za radnike	12.601,36 €	14.242,18 €	113,02
Obveze za materijalne rashode	8.797,27 €	18.538,06 €	210,73
Obveze za financijske rashode	- €	- €	
Obveze za prikupljena sredstva pomoći	- €	- €	
Obveze za kazne, penale i naknade šteta	- €	- €	
Ostale obveze	- €	- €	
UKUPNO	21.398,63 €	32.780,24 €	

### Struktura na kraju godine



- Obveze za radnike
- Obveze za materijalne rashode
- Obveze za financijske rashode
- Obveze za prikupljena sredstva pomoći
- Obveze za kazne, penale i naknade šteta
- Ostale obveze

### Obveze za vrijednosne papire

(BIL-NPF AOP 174)

Obveze za vrijednosne papire sastoje se od obveza za čekove, obveza za mjenice i ispravke vrijednosti obveza za vrijednosne papire.

Neprofitna organizacija na dan izvještavanja nije imala obveza za vrijednosne papire.

### Obveze za kredite i zajmove

(BIL-NPF AOP 182)

Obveze za kredite i zajmove sačinjavaju obveze za kredite banaka i ostalih kreditora, obveze za robne i ostale zajmove te ispravke vrijednosti obveza za kredite i zajmove.

Neprofitna organizacija na dan izvještavanja nije imala obveza za kredite i zajmove.

### Odgođeno plaćanje rashoda i prihodi budućih razdoblja

(BIL-NPF AOP 190)



Odgođeno plaćanje rashoda i prihodi budućih razdoblja sadrže rashode koji nisu fakturirani, a terete tekuće razdoblje te prihode koji su naplaćeni ili obračunani u tekućem razdoblju, a odnose se na iduće obračunsko razdoblje.

Odgođena plaćanja rashoda i prihodi budućih razdoblja na dan izvještavanja iznosila su 127.720,91 EUR.

#### **VLASTITI IZVORI**

(BIL-NPF AOP 195)

Vlastiti izvori podrazumijevaju i revalorizacijske rezerve.

Vlastiti izvori ukupno su na dan 31.12.2023. iznosili 846.123,03 EUR.

Neprofitna organizacija je do dana izvještavanja ostvarila višak prihoda u iznosu od 846.123,03 EUR koji se prenosi u naredno razdoblje.

#### **Ugovorne obveze**

Na dan 31.12.2023. nije bilo ugovornih odnosa koji bi rezultirali imovinom ili obvezama u narednom razdoblju (hipoteke, vrijednosni papiri sporovi i sl.).

#### **VI. DODATNI PODACI**

##### **Radnici i volonteri**

(PR-RAS-NPF AOP 160 i AOP 162)

Na kraju izvještajnog razdoblja, Neprofitna organizacija je imala prosječno 5,00 radnika i 0,00 volontera.

##### **Događaji nakon bilance**

Nakon datuma bilance nije bilo značajnijih poslovnih događaja.

#### **VII. PRIHVAĆANJE I OBJAVA FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA**

##### **Objava financijskih izvještaja**

Zakonski zastupnik je svojom odlukom i ovjerom odobrio objavu financijskih izvještaja.

Direktor:

mr.sc. Krešimir Šakić

