



IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA
TURISTIČKE ZAJEDNICE ŠIBENSKO-KNINSKE ŽUPANIJE

-2021.-

UVOD

TURISTIČKA 2021. GODINA

Turistička 2021. godina u Šibensko- kninskoj županiji obilježena je sljedećim činjenicama:

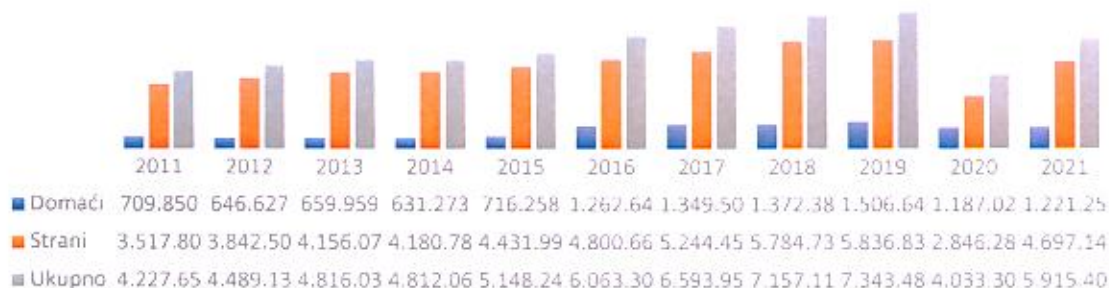
- turistička 2021. godina u dvanaest mjeseci unatoč pandemiji COVID-19, izazvane corona virusom i opće ugroze kako cijelog stanovništva naše domovine tako i naše županije polučila jako dobre rezultate
- u razdoblju siječanj – prosinac zabilježeno je 839.756 dolazaka i 5915.402 noćenja, što je 172,91% više u dolascima odnosu na isto razdoblje 2020. godine, i u noćenjima 146,62 % više u odnosu na isto razdoblje prošle godine pri čemu su najviše noćenja ostvarili Njemačka 17,56%, Poljska 12,04%, Slovenija 9,45%, Češka 8,43%, Austrija 5,61%, Slovačka 5,27%, Mađarska 3,85%.

Trend kretanja broja dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista za razdoblje siječanj – prosinac od 2011. do 2021. 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 2021.

	01.01.2021.- 31.12.2021.		01.01.2020.- 31.12.2020.		Godišnji indeks	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Betina, TZM	29.099	262.088	15.529	169.647	187,38%	154,49%
Bilice, TZO	6.248	51.128	4.538	41.650	137,68%	122,76%
Drniš, TZG	4.896	24.876	2.537	15.150	192,98%	164,20%
Grebaštica, TZM	15.475	144.383	11.601	112.649	133,39%	128,17%
Jezera, TZM	26.760	234.441	16.007	149.139	167,18%	157,20%
Knin, TZG	1.885	4.156	1.227	4.432	153,63%	93,77%
Krapanj-Brodarica, TZM	20.171	163.249	12.527	109.613	161,02%	148,93%
Murter-Kornati, TZO	53.483	418.614	35.784	314.126	149,46%	133,26%
Pirovac, TZO	42.083	414.099	27.736	344.858	151,73%	120,08%
Primošten, TZO	92.915	660.585	55.201	431.526	168,32%	153,08%
Rogoznica, TZO	84.660	728.225	57.384	558.687	147,53%	130,35%
Skradin, TZG	18.387	57.619	9.066	26.979	202,81%	213,57%
Šibenik, TZG	218.961	1.148.459	103.546	629.936	211,46%	182,31%
Šibensko-kninska županija, TZŽ	2.163	14.730	1.169	8.454	185,03%	174,24%
Tisno, TZO	31.982	235.186	15.794	147.905	202,49%	159,01%
Tribunj, TZO	22.814	231.437	16.089	187.714	141,80%	123,29%
Vodice, TZG	162.595	1.078.466	96.559	738.938	168,39%	145,95%
Zlarin, TZM	5.179	43.661	3.356	43.027	154,32%	101,47%
Ukupno:	839.756	5.915.402	485.650	4.034.430	172,91%	146,62%

Turistički promet po vrsti smještajnih objekata za razdoblje siječanj – prosinac 2021.

	01.01.2021.-31.12.2021.		01.01.2020.-31.12.2020.		Godišnji indeks	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Hoteli	176.348	720.147	71.426	289.660	246,90%	248,62%
Kampovi	124.061	811.541	60.641	429.137	204,58%	189,11%
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	1.591	5.924	788	4.503	201,90%	131,56%
Objekti u domaćinstvu	362.969	2.642.432	245.611	1.884.783	147,78%	140,20%
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	41.651	224.662	24.414	148.664	170,60%	151,12%
Ostalo	156	2.179	132	1.847	118,18%	117,98%
Restorani	71	191	69	196	102,90%	97,45%
Ukupno komercijalni smještaj:	706.847	4.407.076	403.081	2.758.790	175,36%	159,75%
Nekomercijalni smještaj	33.372	838.861	28.494	901.734	117,12%	93,03%
Nautika	99.537	669.465	54.075	373.906	184,07%	179,05%
Ukupno:	839.756	5.915.402	485.650	4.034.430	172,91%	146,62%

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 turističkih zajednica županija (TZ Zadarske županije, TZ Splitsko dalmatinske županije, TZ Dubrovačko-neretvanske županije i TZ Ličko senjske županije), zatim Ministarstvom turizma, Šibensko – kninskom županijom, HGK, Obrtničkom komorom, Kamping udrugom Hrvatske, ostalim županijskim turističkim zajednicama, hotelskim kućama, turističkim agencijama, jedinicama lokalne samouprave, medijima i drugima. 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:

1. Direktor Zajednice
2. Pomoćnik direktora za razvoj i sustav TZ
3. Pomoćnik direktora za operativni marketing
4. Pomoćnik direktora za financije i računovodstvo
5. Stručni suradnik/ica za promociju i studijska putovanja

Direktorica Turističke zajednice Željana Šikić.

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 Nikolina Staničić.

Zaključno, Turistička zajednica Šibensko– kninske županije trenutno zapošljava direktoricu i 4 djelatnice.

Turistička zajednica administrativno vrši pripremne radnje za održavanje sjednica Tijela zajednice.

U razdoblju siječanj – prosinac 2021. godine održano je:

- 2. sjednice Skupštine (30. ožujka), (20. prosinca).

- 4. sjednice Turističkog vijeća (30. ožujka), (29. lipnja), (29. studenog), (20. prosinca).

II. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

PROJEKT QL 'DALMATIA ŠIBENIK GOURMET & DALMATIA ŠIBENIK FOOD'

QL „Dalmatia Šibenik Gourmet & Dalmatia Šibenik Food“ projekt je labelinga restorana i ugostiteljskih objekata koji je pokrenula Turistička zajednica Šibensko-kninske županije. 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. U tom kontekstu, podciljevi projekta su:

- analizirati i evaluirati stanje eno i gastronomske ponude u Šibensko-kninskoj županiji,
- analizirati potencijale i mogućnosti jačanja eno i gastronomske ponude kao turističkog proizvoda županije,
- predložiti turističke proizvode eno i gastronomske ponude u Šibensko kninskoj županiji,
- razraditi plan komunikacijskih aktivnosti vezanih uz promoviranje eno i gastronomske ponude, te predložiti aktivnosti i projekte potrebne za jačanje eno i gastronomske ponude županije.

Oznake kvalitete dodjeljivat će se samo objektima koji će odgovarati propisanim kriterijima. Za potrebe projekta analizirana je i evaluirana eno i gastronomska ponuda u Šibensko-kninskoj županiji, analizirani su potencijali i mogućnosti jačanja ovog turističkog proizvoda te su predložene su aktivnosti vezane uz razvoj proizvoda i jačanje komunikacije. Donesen je dokument Razvoj gastronomskog turizma u Šibensko-kninskoj županiji koji predstavlja konceptijski okvir i operativni program za djelovanje dionika u razvoju eno i gastronomskog turizma, te tako čini podlogu za sustavnu provedbu aktivnosti čija bi provedba trebala rezultirati ostvarenjem željene vizije.

Druga faza projekta je započela u jesen 2020. i to brendiranjem enogastro turističke ponude u županiji, te su održane razne radionice, edukacije i radni sastanci sa svim relevantnim dionicima turističke djelatnosti u županiji. Planirane aktivnosti labelinga, odnosno obilaska ugostiteljskih objekata su zbog epidemioloških mjera odgođene dok situacija to ne dozvoli, no nakon konzultacija planirali smo manifestaciju koja se trebala održati u svibnju, na području cijele županije. Planirani su tematski tjedni (tjedan tradicije, tjedan ribe, tjedan prukljanskih delicija i sl.), te u sklopu njih i dani otvorenih kušaonica, manifestacija Pidoća i Debit se vole, te finalna večer tvrđava hedonizma Barone.

Obzirom na činjenicu da su u tom periodu mjere bile poprilično stroge i situacija je bila neizvjesna, odlučili smo se na odgodu manifestacije do jeseni, kada bude povoljnija. Kako u tom vremenu vinari ne bi bili u mogućnosti sudjelovati, obzirom da traje berba, te nemaju vremena, u dogovoru s njima donijeli smo odluku da se dio manifestacije ipak održi, te smo organizirali 1. Dane otvorenih kušaonica 03. i 04. lipnja u kojima su sudjelovali vinari (njih 17), uljari (3), i Craft pivovare (3). Odaziv je bio dobar, a reakcije i komentari nakon održanih dana su bili izvršni - od samih vinara, uljara i pivara, preko gostiju koji su sudjelovali do influencera i novinara koji su pohvalili ovaj event, te ga zasigurno treba ponoviti, odnosno ponavljati, jer se pokazao kao pravi put u promociji lokalnih vina, ulja i piva.

Nadalje, 05. lipnja smo nastavno na priču o lokalnim sortama vina, u ovom slučaju Debita, te promociju školjke pidoće, koja se uzgaja u specifičnim uvjetima Šibenskog kanala, organizirali manifestaciju Pidoća i Debit se vole. Manifestacija se pokazala kao jako

uspješna, te je tako i bila popraćena od strane medija, ali i među lokalnim stanovništvom i turistima.

PROJEKT RAZVOJA CIKLOTURIZMA U ŠIBENSKO - KNINSKOJ ŽUPANIJI

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 2450 km, te je označeno preko 60 % staza u cijeloj županiji. Nažalost, zbog novonastale situacije nisu se označavale nove staze.

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 ŽUPANIJI

Turistička zajednica Šibensko kninske županije je u suradnji s sustavom lokalnih turističkih zajednica pokrenula projekt razvoja hike segmenta turističke ponude, te je krajem prosinca s lokalnim turističkim zajednicama potpisan sporazum o zajedničkoj suradnji na ovom projektu. Dogovorena je i suradnja s radnom skupinom koja će raditi na projektu, odnosno definiranju i trasiranju pješačkih ruta. Radna skupina je sastavljena od članova planinarskog kluba, članova HGSS, te dviju agencija koje su specijalizirane za aktivni turizam, osobito hike segment. Realizirana je prva faza projekta koja je obuhvatila kompletan prijedlog ruta s svim potrebnim materijalima i gpx zapisima. Redizajnirana je web stranica bikeandhike.hr koja je uključila i ovaj projekt po principu bike segmenta, te ima sve relevantne podatke o rutama i ostale korisne informacije. Krajem godine je započeo proces obilježavanja ruta planinarskim oznakama, a plan je u 2022. godini upotpuniti iste s info tablama na početku staze, te eventualno fizičkim znakovima gdje se za to pokaže potreba.

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 jačanje te produženje glavne sezone, Turistička zajednica 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, a nadopuni postojećeg sustava kategorizacije s ciljem povećanja konkurentnosti i razine kvalitete apartmana, soba i kuća koje se privatno iznajmljuju, te su definirani su posebni kriteriji za svaki podbrend, sukladno potrebama koje bi mogli imati korisnici traženog podbrenda.

Početak ožujka smo objavili javni poziv za uključenje u klub kvalitete, a koji će biti otvoren do kraja godine, obzirom na trenutnu nepredvidivu situaciju, te će se zainteresirani moći prijavljivati kada im odgovara. U ovoj godini smo odlučili uvesti novi podbrend Eco friendly, za koji se sve više javlja potražnja. Dakle uz osnovni brend Like Home, postoji mogućnost uključanja u sljedeće podbrendove:

1. Like HOME City
2. Like HOME Rural
3. Like HOME Bike
4. Like HOME Luxury - (luksuzni apartmani) / Luxury Premium – (kuće za odmor)
5. Like HOME Eco

PROJEKT LABELLING – STANDARDIZACIJA I CERTIFIKACIJA U RURALNOM TURIZMU NERAZVIJENIH PODRUČJA ŠIBENSKO KNINSKE ŽUPANIJE

Turistička zajednica Šibensko kninske županije je 2017. godine pokrenula projekt Labellinga – standardizacije i certifikacije u ruralnom turizmu nerazvijenih područja Šibensko – kninske županije u suradnji s Šibensko kninskom županijom. Projekt je vodila udruga Klub selo, pod mentorstvom gđe Dijane Katice, koja iza sebe ima niz uspješno odrađenih projekata u ruralnom turizmu, te su svojevrsni sinonim za razvoj ruralnog turizma. Početak projekta je obilježila radionica s direktorima LTZ, UO za poljoprivredu ŠKŽ, UO za gospodarstvo ŠKŽ, RRA ŠKŽ, te ostalim dionicima koji imaju poveznice direktno ili indirektno u razvoju ruralnih krajeva. Nastavilo se s prikupljanjem baze podataka agroturizama, OPG-a, proizvođača, vinara, pršutara, sirara i sl., a kroz listopad i studeni su se provjerili i obišli svi registrirani iz prikupljene baze podataka, ukupno njih 53. Provela se anketa među njima, prema kojoj su se izradili kriteriji za labelling i standardizaciju objekata, te je konačno ažurirana baza podataka svih registriranih objekata u županiji. Održan je i trodnevni seminar koji je obuhvatio sve bitne teme od zakonskih akata i propisa do značaja razvoja ruralnog turizma u županiji.

Definirana je Branding strategija razvoja ruralnog turizma Šibensko kninske županije, a slijedi je definiranje tematskih puteva (vina, ulja, sira, pršuta i sl.), koje su trenutno u svojoj finalnoj fazi. Cilj organiziranja tematskih i kulturnih ruta Šibensko kninske županije je tematski uvezati ponudu tradicijskih proizvoda na razini županije kao prepoznatljivog regionalnog turističkog proizvoda u smislu stvaranja turističkih atrakcija.

Polovicom listopada su na prigodnoj svečanosti dodjeljeni certifikati svima koji su zadovoljili uvjete ulaska i kriterije projekta.

PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKIH DOGAĐANJA

	ORGANIZATOR	NAZIV MANIFESTACIJE	ODOBRENI IZNOS
1.	TZ Grada Šibenika	Light is Life 2021	20.000,00 kn
2.	Šibenik koncert	24. Večeri dalmatinske šansone 2021.	25.000,00 kn
3.	HNK Šibenik	61. Međunarodni dječji festival Šibenik - Hrvatska	30.000,00 kn
4.	Konoba Pelegrini	Priča o toverni - gastro manifestacija	2.000,00 kn
5.	Udruga PARK	Kulturaljka	2.000,00 kn
6.	Udruga PARK	Regius	2.000,00 kn
7.	Plesni teatar Sjene	Šibenik Dance festival	10.000,00 kn
8.	VUŠ	5. međunarodna konferencija "Izazovi današnjice"	5.000,00 kn
9.	TZ Grada Vodica	Vodice Street festival 2021.	10.000,00 kn
10.	TZ Grada Vodica	Jazz&blues festival Vodice 2021	10.000,00 kn
11.	Udruga hrvatskih trombonista i tubista - Busina	Ljetna glazbena akademija	5.000,00 kn
12.	KUD Zora Betina	Tjedan folkloru i narodnih običaja	5.000,00 kn
13.	Udruga betinska gajeta 1740	Festival betinske gajete	20.000,00 kn
14.	Biciklistički klub Krka Skradin	MTB maraton	3.000,00 kn
15.	TZ Grada Drniša	11. susret klapa, Drniš	3.000,00 kn
16.	TZ Grada Drniša	Good Fest	15.000,00 kn
17.	PD Promina	7. Promina trail	7.000,00 kn
18.	Fra Nikola Žulj, OFM	Mlada misa	2.000,00 kn
19.	TZ mjesta Zlarin	Zlarinsko lito	10.000,00 kn

20.	TZ općine Murter Kornati	Dani rimskog Colentuma	3.000,00 kn
21.	TZ općine Murter Kornati	Dani Latinskog idra	20.000,00 kn
22.	TZ općine Primošten	Ljetni karneval	10.000,00 kn
23.	TZ općine Primošten	Proslava Oluje 07. i 08. kolovoza	10.000,00 kn
24.	TZ općine Primošten	Smotra folkloru 18. rujna	5.000,00 kn
25.	TZ općine Primošten	Fažolijada	7.000,00 kn
26.	TZ općine Primošten	Triatlon	8.000,00 kn
27.	TZ općine Primošten	KRČ	10.000,00 kn
28.	HPK sv. Mihovil	Zamolba za donaciju za rad HPK Mihovil	3.000,00 kn
29.	Udruga RatCat	Soundtrack Croatia	18.000,00 kn

PODRŠKA TURISTIČKOJ INDUSTRIJI

Destinacijske menadžment kompanije su iznimno važan čimbenik u dugoročnom planiranju razvoja turizma, te im je primarni cilj usmjeriti receptivne turističke agencije da na sebe preuzmu odgovornost za stvaranje novih turističkih proizvoda u destinaciji, te počnu primjenjivati specifične načine rada i visoke standarde kvalitete svojstvene destinacijskim menadžment kompanijama koje danas posluju u svijetu. Proces potpore razvoju DMK-a uključuje visoku involviranost i suradnju sa privatnim i lokalnim poslovnim subjektima te lokalnih i regionalnih TZ-ova. Turističko tržište postaje izrazito konkurentno i sve je veća potreba razvoja nove destinacijske ponude i proizvoda jedinstvenih doživljaja i turističkih paket aranžmana turizma posebnih interesa, a za što je ključna kvalitetna suradnja privatnog i javnog sektora, inovativni proizvodi koji prate sve relevantne trendove te kvalitetni i obrazovani zaposlenici.

Cilj edukativnih radionica na temu „Kordinacija sustava DMK i DMO“ je identifikacija stanja i glavnih izazova u komercijalizaciji složenih turističkih proizvoda za tržište posebnih interesa, stanja i glavnih izazova u suradnji i komunikaciji sustava turističkih zajednica s postojećim DMK i/ili potencijalnim DMK, dugoročnih obrazovnih potreba i odabira prioriteta u nastavku edukativnih aktivnosti u okviru razvoja DMK.

Rezultat radionica s agencijama i sustavom TZ je objedinjavanje svih programa i ideja u konačni proizvod, brošuru TIPS FOR TRIPS, koja na 112 stranica predstavlja paket aranžmana lokalnih agencija koji se provode. Brošura je podijeljena na 4 dijela – kulturni, eno-gastro, aktivni, jednodnevne izlete, te je obuhvatila sve destinacije, atrakcije i doživljaje u županiji.

III. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

BRANDBOOK – VIZUALNI IDENTITET SUSTAVA TZ

Turistička zajednica je inicirala kreiranje zajedničkog vizualnog identiteta sustava TZ koji će biti usklađen, odnosno izveden iz glavnog logotipa TZŽ. Svaka lokalna TZ će imati svoj logotip, koji je zamišljen prema inputima TZ, odnosno prema već postojećim vizualima, kako se ne bi izgubio identitet svake TZ. Ideja ovog projekta unificiranja je bolja prepoznatljivost i marketinška vidljivost na tržištu, koja za cilj ima jačanje brenda Dalmatija-Šibenik.

Pored vizuala lokalnih TZ, brandbook će obuhvatiti standarde za brošure LTZ, oznake za TIC, info ploče s planom mjesta, vizuale za projekte (Rural experience, Like Home, Taste like Dalmatija Šibenik, i sl.), te promo materijale.

Brandbook je u svojoj finalnoj fazi, te bi trebao biti otisnut najkasnije do polovice srpnja.

OPĆE OGLAŠAVANJE

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

Tim aktivnostima želi se motivirati potencijalne potrošače da realiziraju odmor u Dalmaciji odnosno u našoj Županiji koji želi promovirati raznolikost i zanimljivost naše Županije.

Top Camping magazine koji se tiska u 50.000 primjeraka na svom portalu ima mjesečno od 300.000 posjeta i oko 3.000 klikova a isto vrijedi i za Island camping Croatia magazine koji je jedini hrvatski tiskani medij s temom otočnog kamping turizma i turizma općenito koji izlazi u 3 jezične verzije te je distribuiran na svim važnijim turističkim i kamping sajmovima koje su ove godine održani virtualno.

Objemi Hrvatsko

FB kampanja Cilj kampanje bio je upozoriti potencijalne stranke sa slovenskog tržišta na zanimljiv gastronomski događaj pod nazivom „Dani kušaonica“ u Šibensko kninskoj županiji kao i događaj „Pedoč i Debit se ljube“ na šibenskoj rivi, koji su planirani početkom lipnja. To smo ostvarili sa ciljanom kampanjom i usmjeravanjem na web stranicu županijske turističke zajednice. Kao što se vidi iz izvješća realizirali smo doseg od 50.349 korisnika FB u Sloveniji što je za 10.000 korisnika više od preuzete obaveze. U nastavku dostavljamo izvode iz kampanje kao dokaznice i kao putokaz za daljnje aktivnosti.

www.dnevnik.si

-150.000 primjeraka – mjesečni tiraž BANNER NA WEB STRANICI www.dnevnik.si (10-25.05.15 dana baner)

Tv emisija na poljskom tržištu – Turistyčna jazda

Nakon inicijalnog dogovora na virtualnom sajmu ITB BERLIN NOW -

TZŽ Šibensko kninske je prihvatila organizaciju i potporu u produkciji TV EKIPJE iz Poljske u razdoblju od 19 – 24.05. , zajedno sa TZG Vodice i Šibenik.

Emisija **Turistyčna jazda** je snimala na terenu za dvije epizode – jedna je o Šibeniku a druga o Vodicama, svaka po 10 minuta , te je prikazivana u udarnim terminima 03.06. te 10.06. za poljsko tržište na poljskoj TV Krakow, TV Polonia te na društvenim mrežama. Promovirali smo osim kulture , gastro i outdoor aktivnosti , wellness , cikloturizam i posebne proizvode Šibenika i Vodicu.

Outdoor werten – časopis za njemačko tržište u tiražu od 35 000 primjeraka gdje se Šibensko kninska županija predstavila sa svojom ponudom

Zajednička marketinška kampanja TZ Šibensko-kninske županije

Kampanja „Take a walk with us“ za TZ Šibensko-kninske županije, bila je aktivna tijekom lipnja, srpnja i kolovoza na 5 tržišta: Njemačka, Austrija, Poljska, Češka i Slovenija. Kampanja je predstavljena kao nastavak uspješne prošlogodišnje kampanje.

Fokus kampanje je bio na „storytelling“ formatu, odnosno na pričanju priče kroz advertorijale. Oni su bili objavljeni na vrhunskim medijskim portalima kako bi promovirali TZ Šibensko-kninske županije te na taj način pozvali posjetitelje određene stranice da istraže Šibensko – kninsku županiju tijekom svog sljedećeg putovanja ili godišnjeg odmora. Kampanja je dodatno pojačana velikim display banerima i native oglasima na medijima i društvenim mrežama koji su vodili na članke.

Cilj kampanje je bio predstaviti Šibensko-kninsku županiju na ciljanim tržištima kao poželjno odredište za dolazak te izgraditi imidž destinacije kao pozitivno i relaksirajuće mjesto na kojem se može zaboraviti na sav stres i brige ove pandemijske svakodnevice, ali i kao mjesto koje potiče putnike na avanturu i akciju. U konačnici je cilj bio povećati broj posjeta u 2021. godini.

Kanali usmjereni na promet postavljeni za promociju kampanje generirali su sveukupno 24.212.804 prikazivanja oglasa na različitim medijskim portalima na ciljanim tržištima, a što je dovelo do 145.319 klikova na određene stranice.

Advertorijali su ostvarili sveukupno 23.646 čitanja s prosječnim vremenom čitanja od 2 minute i 53 sekundi. Visoka čitanost članaka, a i samo zadržavanje na stranici, pokazatelji su velike zainteresiranosti korisnika za sadržaj o Šibensko-kninskoj županiji.

Medijski plan je djelomično izmijenjen, kao i kreativni koncept, no sva inicijalno planirana tržišta su ostala ista. Kampanja je postigla na svim kanalima rezultate iznad ili unutar očekivnog benchmarka te optimalan doseg u odnosu na budžet na odabranim tržištima. Svi uključeni subjekti imali su vizuale koji su vodili na predviđene određene stranice ili content /advertorijale te u svakom advertorialu dedicerani odlomak s vizualima.

U Njemačkoj, na portalu Focus.de je objavljen advertorial naziva Machen Sie einen Spaziergang im Herzen Dalmatiens, a pročitano je 4.491 puta. Teaseri za advertorial prikazani su 2.155.896 puta, a ostvarili su 6.077 klikova.

Na austrijskim portalima Krone.at i OE24.at, advertorial Machen Sie einen Spaziergang im Herzen Dalmatiens je pročitano ukupno 10.506 puta, a baneri su ostvarili ukupno 1.205.197 prikazivanja i 3.730 klikova.

Na portalima Onet.pl & WP.pl u Poljskoj, baneri su prikazani 2.000.924 puta te su ostvarili 2.995 klikova.

Advertorial Šibenik Knin: Udělejte si procházku do srdce Dalmácie na češkom portalu Super.cz je pročitano 4.882 puta, a teaseri koji su vodili na članak i bili postavljeni na portalu Seznam.cz, ostvarili su 1.336.365 impresija i 4.882 klika. Native oglasi na portalu Seznam.cz prikazani su 646.684 puta.

U Sloveniji je objavljen advertorial Šibenik: Sprehodite se po Srcu Dalmacije na portalu Metropoloitan.si te je ostvario 3.767 čitanja. Native oglasi postavljeni kroz Linker mrežu za nativno oglašavanje, a koji su vodili na određenu stranicu, su ostvarili 12.997.190 impresija i 3.000 klikova.

Što se društvenih mreža tiče (Facebook), oglasi su bili postavljeni na četiri tržišta – Austrija, Njemačka, Poljska i Slovenija. Sveukupno su generirali 1.347.411 impresija i 62.215 klikova.

SAJMOVI

Promotivne aktivnosti na najvažnijim emitivnim turističkim tržištima prekinute su zbog pandemije te bile organizirane u virtualnom obliku, tako da su planirane aktivnosti otkazane, te je virtualni ITB BERLIN NOW odrađen u suradnji sa JU ZAŠTIĆENA PRIRODA TZŽ ŠIBENSKO KNINSKE

1. **ITB BERLIN NOW 2021**
2. **WTM London**

PREZENTACIJE

1. **ADRIATIC LUXURY 2021 – TIVAT** Radionica ADRIATIC LUXURY 2021 održala se u Crnoj Gori od 25. do 28. svibnja 2021. godine. Mjesto održavanja: Regent Porto Montenegro
2. **ASTA DESTINATION EXPO 2021 od 10. do 13. lipnja 2021.** Konferencija američkih stručnjaka u turizmu ASTA

VIRTUALNE PREZENTACIJE

3. **Croatia Get2Gether-** Poljska, Češka, Slovačka, Austrija (ožujak, travanj, svibanj 2021), te njemačka platforma putničkih agencija FWV TRAVEL.

STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA I AGENATA

Unatoč pandemiji COVID-19, izazvane corona virusom i 2021. godine organizirala su se u suradnji s HTZ-om i lokalnim ustrojem turističkih zajednica studijska putovanja novinara i agenata s ciljem bolje promocije turističke ponude na određenim tržištima i pružanja novinarima i agentima potpunu informaciju o određenoj turističkoj destinaciji i novostima u njenoj 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.

Cilj aktivnosti koje su ostvarene :

- 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, Dok Glavni ured pokriva troškove dolaska, transfera i smještaja, županijske turističke zajednice pokrivaju troškove vođenja, extra obroka i u određenim slučajevima usluga smještaja. Studijska putovanja predstavnika medija u 2021. godini vršila su se po dosadašnjem principu:

- odabir modela od strane predstavništva HTZ-a, te iscrbna analiza medija s ciljem da se odaberu najutjecajniji kanali.

- usuglašavanje programa boravka s Glavnim uredom i 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 ove aktivnosti. Sezona studijskih putovanja započinje u mjesecu ožujku i traje do mjeseca listopada. Ovisno o programu izvanredno se odobravaju i putovanja u glavnoj sezoni. Studijska putovanja novinara razlikuju se ovisno tko je inicijator navedenog putovanja; predstavništva HTZ-a, Glavni ured HTZ-a, turističke zajednice županija i domaći gospodarski subjekti ili 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 kao 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 turoperatori, putničke agencije, agencije specijalizirane za proizvode od posebnog interesa, udruženja, klubovi, itd., a usmjereni na proizvode sunce i more, kultura i touring, sastanci .

INTERNET STRANICE

Turistička zajednica Šibensko-kninske županije je 2018. godine pokrenula novu web platformu www.dalmatiasibenik.hr koja predstavlja izvrstan temelj kao landing page promocija čiji je cilj primarno inspirirati i potaknuti ljude na dolazak u destinaciju, te povećati svijest o samoj destinaciji i njenim proizvodima. Novu web stranicu karakteriziraju čist, svjež i jednostavan responzivni dizajn- prilagođen uređajima svih veličina (kako uporabivost web stranica ne bi bila kompromitirana ni na kojoj platformi) brzo i jednostavno pretraživanje, te relevantan i točan sadržaj koji odgovara na potrebe potencijalnih posjetitelja- turista. Nova web stranica ističe jedinstvenost, atraktivnost i posebnost destinacije i njenih područja, a prevedena je na engleski i njemački jezik.

Također, na novoj web stranici posebna je pozornost posvećena prezentiranju selektivnih oblika turizma, kroz osmišljene članke, prikupljene atraktivne fotografije visoke kvalitete, korisne informacije i linkove i to:

- Kulturnog turizma,
- Gastronomskog i vinskog turizma,
- Jedrenja i nautike,
- Sportskog i avanturističkog turizma,
- Sunca i mora,
- Zdravstvenog turizma
- MICE (poslovnog turizma) i
- Turizma događaja.

Iz područja gastronomije, uz osmišljavanje, prijevod i objavu članaka koji najbolje opisuju gastronomiju županije, prikupljeni su, prevedeni i objavljeni tradicionalni recepti specijaliteta lokalne kuhinje. Pripremljen je popis autohtonih sorti vinskog grožđa i autohtonih vina županije, s prigodnim tekstovima, a u tijeku je prikupljanje fotografija.

Iz segmenta jedrenja i nautike, aktivni odmor, te sunce i more, prikupljeni su i objavljeni podaci sa vanjskim poveznicama i na web stranice pružatelja usluga u zdravstvenom i poslovnom turizmu.

Što se tiče turistički atraktivnih događanja u županiji, važna događanja su popisana, prezentirana kratkim tekstom i fotogalerijom (ukoliko postoji), te povezana sa web sjedištem same manifestacije. Na stranici se manifestacije mogu pretraživati po mjesecu održavanja, vrsti događanja, kao i destinaciji. Filtriranjem događanja korisniku je olakšano pretraživanje i omogućen fokus na informacije koje ga zanimaju.

Na web stranici korisniku su dostupne i prikupljene korisne informacije potrebne prilikom planiranja putovanja, što uključuje opće informacije (valuta, napon, vrijeme, potrebne putne isprave i broj za hitne pozive), upute kako doći do destinacije, informacije o turističkim agencijama, ronilačkim klubovima, turističkim zajednicama, ali i informacije o smještajnim objektima na području županije.

Smještajne objekte smo vanjskim poveznicama povezali sa web sjedištima samih objekata. Prilikom pretraživanja smještaja, korisniku je omogućeno filtrirati smještajne jedinice prema vrsti i lokaciji.

Turistička zajednica Šibensko-kninske županije je 2019. godine doradila web platformu novostima na web stranici koje uključuju: slider na naslovnici koji vodi na web stranice lokalnih turističkih zajednica, ažurirane baze podataka događanja i smještaja, unesenu potpunu bazu podataka ugostiteljskih objekata na području županije, kao i kompletno novi izgled B2B "Business to business" segmenta za poslovne korisnike, kojem su dodane stavke menija.

Na web-platformu Turističke zajednice Šibensko-kninske županije nadograđene su web stranice lokalnih turističkih zajednica. Time su se standardi jedinstvenog, responzivnog dizajna, kao i layout županijskog weba preslikali na lokalne turističke zajednice.

Zbog novonastale situacije s koronavirusom koja je posebno utjecala na sektor turizma, web stranicu Turističke zajednice Šibensko-kninske županije od 2020. godine prilagodili smo trenutnim potrebama potencijalnih turista, a sve u svrhu njihovog informiranja i sigurnosti za vrijeme boravka u županiji.

Novosti na web stranici tako uključuju:

- pop up na naslovnici s direktnom poveznicom na web stranicu www.entercroatia.mup.hr koja je kreirana s ciljem olakšavanja prelaska granice Republike Hrvatske te kako bi gosti bili upoznati s epidemiološkim mjerama koje su na snazi u Hrvatskoj. Na navedenoj stranici se nalazi online obrazac u koji se upisuju svi podaci koji su traženi u procesu prelaska granice te uz jednostavno predočenje putovnice ili osobne isprave policajcu na granici, broj ili kod s osobne iskaznice ili putovnice se automatski povezuje sa svim unaprijed upisanim podacima online,
- kutak za informiranje iznajmljivača i gostiju s COVID-19 protokolom koji je preveden na engleski i njemački jezik,
- popis punktova za testiranje na području Šibensko-kninske županije.

U skladu sa Odlukom Hrvatskog sabora kojom su donesene izmjene dvaju zakona, Zakona o strancima i Zakona o porezu na dohodak, kojima će se ubuduće regulirati pitanje tzv. digitalnih nomada u Republici Hrvatskoj, čime je Hrvatska postala jedna od prvih zemalja u svijetu koje su odlučile "legalizirati" ovaj sve popularniji oblik života i rada

ljudi koji posao obavljaju preko Interneta, od kuće, a svejedno im je u kojoj se državi fizički nalaze, na web stranici Turističke zajednice Šibensko-kninske županije, a u koordinaciji sa Hrvatskom turističkom zajednicom, osiguran je prostor za informiranje digitalnih nomada.

Trenutno je ukupno devet lokalnih turističkih zajednica koje sudjeluju na zajedničkoj web platformi:

- TZ Šibenik, • TZ Bilice, • TZ Drniš, • TZ Vodice, • TZ Murter-Kornati, • TZ Knin, • TZ Skradin,
- TZ Tisno i • TZ Pirovac.

Prikupljanje materijala, kreiranje sadržaja i pokretanje web platformi TZ Jezera, TZ Betina, TZ Zlarin i TZ Rogoznica je u tijeku.

Budući da su sve web stranice na jedinstvenoj aplikaciji putem jednog CMS sustava, upravljanje sadržajem je jednostavno, a dijeljenjem sadržaja postignuto je smanjenje troškova. Uz spomenuto, potaknut je timski rad između županijske i lokalnih TZ-ova, omogućeno je brzo i jednostavno održavanje svih webova kroz jedan sustav, te brzo i lako dodavanje novog TZ-a u aplikaciju. Dorada pokrenutih web platformi, a koja uključuje: kreiranje članaka, prikupljanje fotografija, ažuriranje baza podataka, te višejezične verzije svake od platformi je u tijeku.

IV. DESTINACIJSKI MANAGEMENT

KOORDINACIJA SUSTAVA

Turistička zajednica županije ima obvezu koordinirati djelovanje i nadzirati izvršavanje zadaća i ciljeva lokalnih turističkih zajednica. U 2021., zbog pandemije izazvane virusom COVID-19, te nemogućnosti održavanja uobičajenih termina sjednica zbog epidemioloških mjera, održane su tri koordinacije s direktorima, u sljedećim terminima

1. koordinacija je održana 12. 05. 2021. u 10,00 putem Zoom platforme, uz sljedeći dnevni red:

1. Puntkovi za testiranje turista
2. Cijepljenje turističkih djelatnika
3. Pripremne aktivnosti za nadolazeću turističku sezonu

2. koordinacija je uz sudjelovanje direktora Kristijana Staničića i kolege iz HTZ-a i Ministarstva bila održana 28. srpnja u Heritage hotelu Armerun u Šibeniku uz sljedeći dnevni red:

1. Promotivne aktivnosti na emitivnim tržištima
2. Tijek turističke sezone u destinacijama

3. koordinacija je održana 09. 12. u konobi Campanelo, Mirlović Zagora uz sljedeći dnevni red:

1. Prijedlog godišnjeg programa rada za 2022. godinu
2. Aktualna problematika

Komunikacija s direktorima LTZ je bila na dnevnoj bazi putem društvenih grupa, mailom, te elektronskim putem, te smo zajedničkim snagama pristupali tekućoj problematiki i rješavanju iste.

FINANCIJSKO IZVJEŠĆE ZA RAZDOBLJE SIJEČANJ-PROSINAC 2021. GODINE

PRIHODI

		PRIHODI	Plan 2021.	Rebalans 2021.	Realizacija 2021.	udio % u realizaciji	indeks
							realizacija /rebalans
1.		Izvorni prihodi	3.500.000,00	5.350.000,00	5.387.125,12	64,04	100,69
	1.1.	Turistička pristojba	3.000.000,00	4.700.000,00	4.694.764,14	55,81	99,89
	1.2.	Članarina	500.000,00	650.000,00	692.360,98	8,23	106,52
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	65.000,00	65.000,00	65.000,00	0,77	100,00
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	200.000,00	330.000,00	330.215,90	3,93	100,07
4.		Prihodi iz EU fondova	40.000,00	40.000,00	17.711,78	0,21	44,28
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	0	0	28,65	0,00	0,00
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	400.000,00	2.600.000,00	2.612.388,72	31,05	100,48
7.		Ostali prihodi	10.000,00	10.000,00	0,00	0,00	0,00
SVEUKUPNO			4.215.000,00	8.395.000,00	8.412.470,17	100,00	100,21

RASHODI

		AKTIVNOSTI	Plan 2021.	Rebalans 2021.	Realizacija 2021.	udio % u realizaciji	indeks
							realizacija /rebalans
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	585.000,00	645.000,00	665.796,36	16,52	103,22
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	210.000,00	285.000,00	313.313,36	7,77	109,93
	2.1.1.	Razvoj enogastro proizvoda "Dalmatia Šibenik Gourmet & Food"	100.000,00	250.000,00	275.187,51	6,83	110,08
	2.1.2.	Dalmatia Šibenik "Bike & Hike"	100.000,00	35.000,00	34.125,85	0,85	97,50
	2.1.3.	Razvoj kulturnog turizma	10.000,00	0,00	4.000,00	0,10	0,00
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	50.000,00	60.000,00	52.483,00	1,30	87,47
	2.2.1.	Projekt QL privatnog smještaja "Like HOME"	25.000,00	10.000,00	9.148,00	0,23	91,48
	2.2.2.	Projekt QL agroturizama "Rural experience Dalmatia Šibenik"	25.000,00	50.000,00	43.335,00	1,08	86,67
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	300.000,00	300.000,00	300.000,00	7,44	100,00
	2.4.	Turistička infrastruktura	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	25.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	1.750.000,00	1.518.000,00	1.736.709,74	43,09	114,41
	3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitekture	10.000,00	35.000,00	34.655,47	0,86	99,02
	3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	200.000,00	270.000,00	247.866,25	6,15	91,80
	3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	160.000,00	200.000,00	199.538,23	4,95	99,77
	3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	500.000,00	700.000,00	811.634,95	20,14	115,95
	3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	400.000,00	100.000,00	147.811,08	3,67	147,81
	3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	50.000,00	2.000,00	1.348,24	0,03	67,41
	3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	250.000,00	9.000,00	80.697,96	2,00	896,64
	3.8.	Internetske stranice	100.000,00	150.000,00	161.212,00	4,00	107,47
	3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	50.000,00	16.000,00	15.945,56	0,40	99,66
	3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	30.000,00	36.000,00	36.000,00	0,89	100,00
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	230.000,00	160.000,00	185.249,94	4,60	115,78
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	10.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00

4.2.	Stručni skupovi i edukacije	100.000,00	90.000,00	65.702,07	1,63	73,00
4.3.	Koordinacija i nadzor	30.000,00	40.000,00	57.319,74	1,42	143,30
4.4.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	40.000,00	0,00	32.750,00	0,81	0,00
4.5.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	50.000,00	30.000,00	29.478,13	0,73	98,26
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	0,00	0,00	16.393,75	0,00	0,00
5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	0,00	0,00	12.000,00	0,00	0,00
5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	0,00	0,00	4.393,75	0,00	0,00
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	1.450.000,00	1.400.000,00	1.390.367,12	34,50	99,31
6.1.	Plaće	1.100.000,00	1.100.000,00	1.111.371,90	27,57	101,03
6.2.	Materijalni troškovi	300.000,00	250.000,00	263.926,73	6,55	105,57
6.3.	Tijela turističke zajednice	50.000,00	50.000,00	15.068,49	0,37	30,14
6.4.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7.	REZERVA	200.000,00	30.000,00	36.042,52	0,89	120,14
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	0	0	0,00		0,00
	SVEUKUPNO 1	4.215.000,00	3.753.000,00	4.030.559,43	100,00	107,40

IZVJEŠĆE ZA RAZDOBLJE 2021. GODINE – PREMA KONTNOM PLANU

račun iz računovodstvenog plana	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2021.	REBALANS 2021.	REALIZACIJA 2021.	INDEKS
32	PRIHOD OD ČLANARINA	500.000,00	650.000,00	692.360,98	106,52
33	PRIHODI PO POSEBNIM PROPISIMA	3.000.000,00	4.700.000,00	4.694.764,14	99,89
34	PRIHODI OD IMOVINE	0,00	0,00	28,65	#DIV/0!
35	PRIHODI OD DONACIJA	105.000,00	105.000,00	82.711,78	78,77
36	OSTALI PRIHODI	210.000,00	340.000,00	330.215,90	97,12
37	PRIHOD OD OSTALIH NEPROFITNIH ORGANIZACIJA	0	0	0	0
	PRIHODI (32+33+34+35+36+37)	3.815.000,00	5.795.000,00	5.800.081,45	100,09
	PRIJENOS	400.000,00	2.600.000,00	2.612.388,72	100,48
	SVEUKUPNO PRIHODI (32+33+34+35+36+37+PRIJENOS)	4.215.000,00	8.395.000,00	8.412.470,17	100,21

račun iz računovodstvenog plana	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2021.	REBALANS 2021.	REALIZACIJA 2021.	INDEKS
41	RASHODI ZA RADNIKE - osobni bruto dohodak za djelatnike ureda na godišnjoj razini (osnovni bruto dohodak sa pripadajućim porezima i doprinosima); TZ Šibensko-kninske zapošljava 5 djelatnica	1.100.000,00	1.100.000,00	1.069.802,00	97,25
42	MATERIJALNI RASHODI sastoje se od:				
analitika materijalnih rashoda	administrativni rashodi ureda; poslovni prostor, održavanje opreme rashodi za rad tijela TZ Šibensko-kninske	321.000,00	271.000,00	298.721,47	110,23
	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	285.000,00	345.000,00	328.996,36	95,36
	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	1.190.000,00	1.218.000,00	1.521.391,71	124,91
	rashodi za nastupe na sajmovima, prezentacije i organizaciju, te prihvata studijskih putovanja novinara i agenata	560.000,00	300.000,00	347.349,31	115,78
	rashodi za edukaciju, za aktivnosti koordinacije i nadzora sustava turističkih zajednica, te poticanje i ocjenjivanje izvršnosti destinacija	230.000,00	160.000,00	127.699,79	79,81
	RASHODI AMORTIZACIJE	16.000,00	16.000,00	27.518,58	171,99
43	RASHODI AMORTIZACIJE	16.000,00	16.000,00	27.518,58	171,99
44	FINANCIJSKI RASHODI odnosi se na bankarske naknade i ostale usluge	13.000,00	13.000,00	10.511,73	80,86
45	DONACIJE	300.000,00	300.000,00	292.500,00	97,50
46	OSTALI RASHODI-REZERVA	200.000,00	30.000,00	6.068,05	20,23
47	RASHODI VEZANI UZ FINANCIRANJE POVEZANIH NEPROFITNIH ORGANIZACIJA	0	0	0	0
	SVEUKUPNO RASHODI (41+42+43+44+45+46+47)	4.215.000,00	3.753.000,00	4.030.559,00	107,40

**Bilješke uz financijske izvještaje neprofitne organizacije za razdoblje
01.01.2021. do 31.12.2021. 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: ŽELJANA ŠIKIĆ

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 kontroli, 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.

str. 1 / 18

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 isporučениh dobara i usluga) priznaju u izvještajnom razdoblju na koje se odnose pod uvjetom da se mogu izmjeriti neovisno a 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

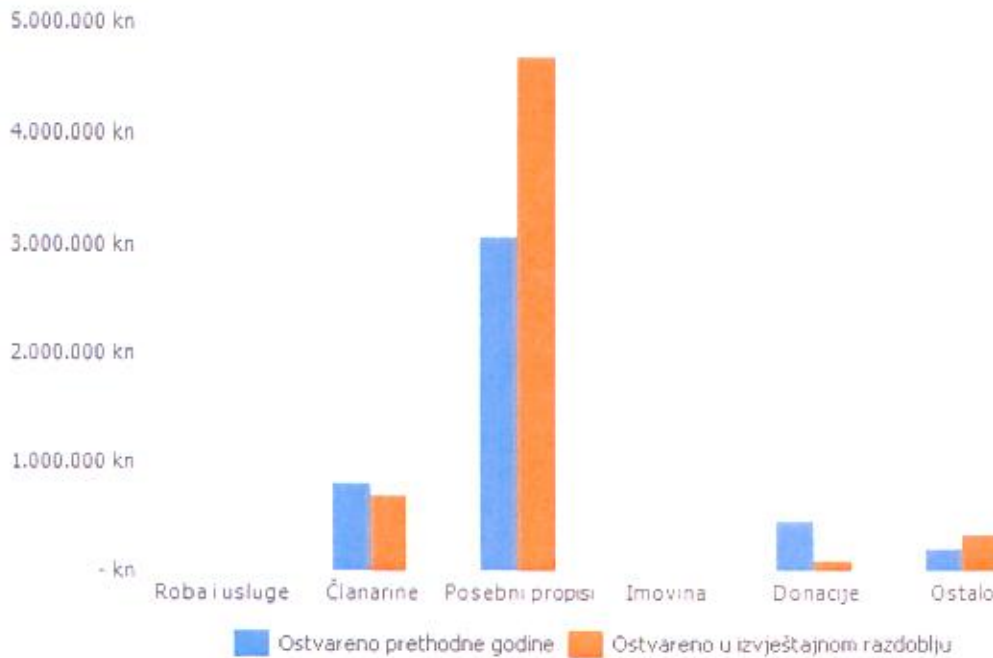
(PR-RAS-NPF AOP 001)

Prihode Nefitne 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.

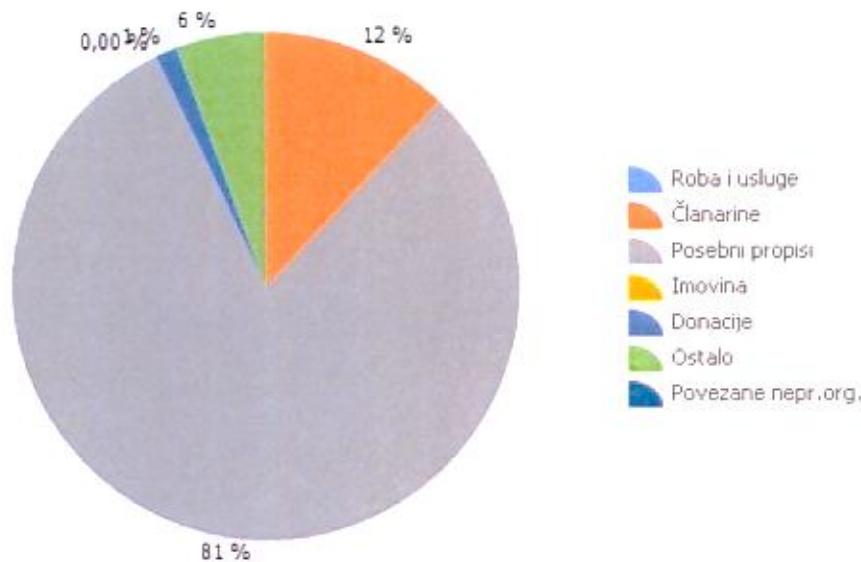
Ukupni prihodi su u izvještajnom razdoblju iznosili 5.800.082 kn.

Opis	Ostvareno prethodne godine	Ostvareno u izvještajnom razdoblju	Indeks 2020/2019
Prihodi od prodaje roba i pružanja usluga	- kn	- kn	
Prihodi od članarina i članskih doprinosa	797.967 kn	692.361 kn	86,77
Prihodi po posebnim propisima	3.071.548 kn	4.694.764 kn	152,85
Prihodi od imovine	3.096 kn	29 kn	0,94
Prihodi od donacija	450.162 kn	82.712 kn	18,37
Ostali prihodi	201.662 kn	330.216 kn	163,75
Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija	- kn	- kn	
UKUPNO	4.524.435 kn	5.800.082 kn	

Usporedba prihoda s prethodnom godinom



Struktura prihoda



Prihodi od donacija (PR-RAS-NPF AOP 024)

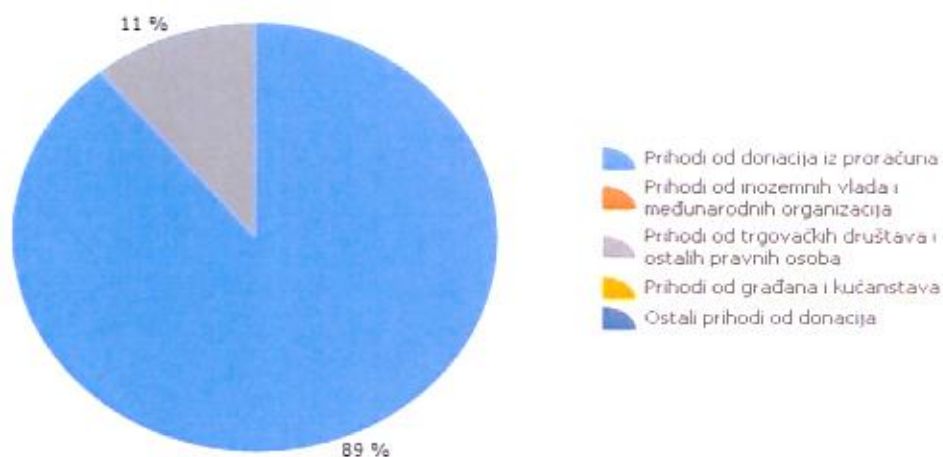
Prihode od donacija sačinjavaju prihodi od donacija iz proračuna, prihodi od inozemnih vlada i međunarodnih organizacija, prihodi od trgovačkih društava i ostalih pravnih osoba, prihodi od građana i kućanstava i ostali prihodi od donacija.

Ukupni prihodi od donacija su u izvještajnom razdoblju iznosili 82.712 kn.

Opis	Ostvareno prethodne godine	Ostvareno u izvještajnom razdoblju	Indeks 2020/2019

Prihodi od donacija iz proračuna	95.997 kn	73.552 kn	76,62
Prihodi od inozemnih vlada i međunarodnih organizacija	- kn	- kn	
Prihodi od trgovačkih društava i ostalih pravnih osoba	332.921 kn	9.160 kn	2,75
Prihodi od građana i kućanstava	- kn	- kn	
Ostali prihodi od donacija	21.244 kn	- kn	0,00
UKUPNO	450.162 kn	82.712 kn	

Struktura prihoda od donacija



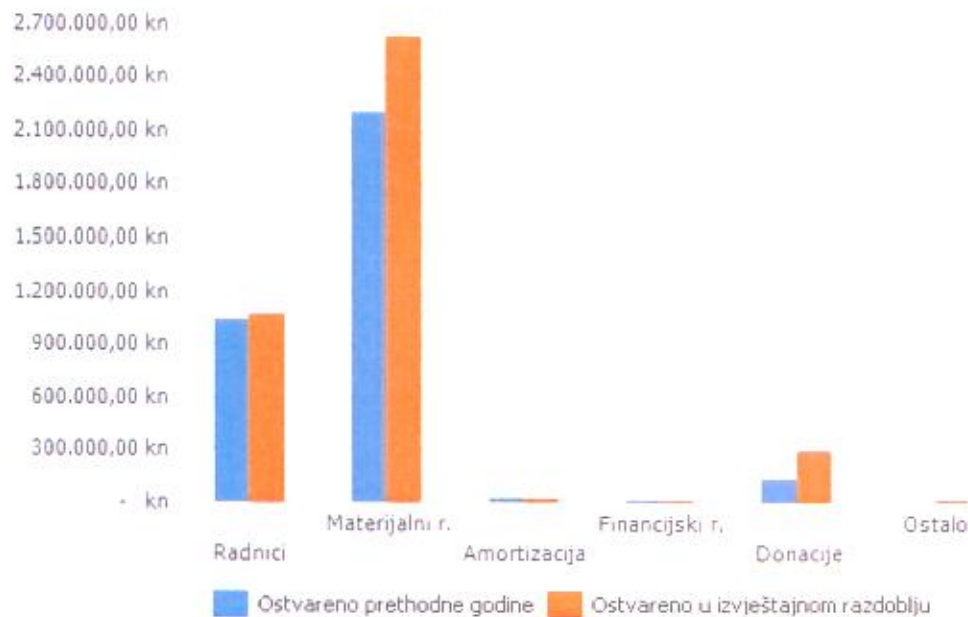
RASHODI (PR-RAS-NPF AOP 054)

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

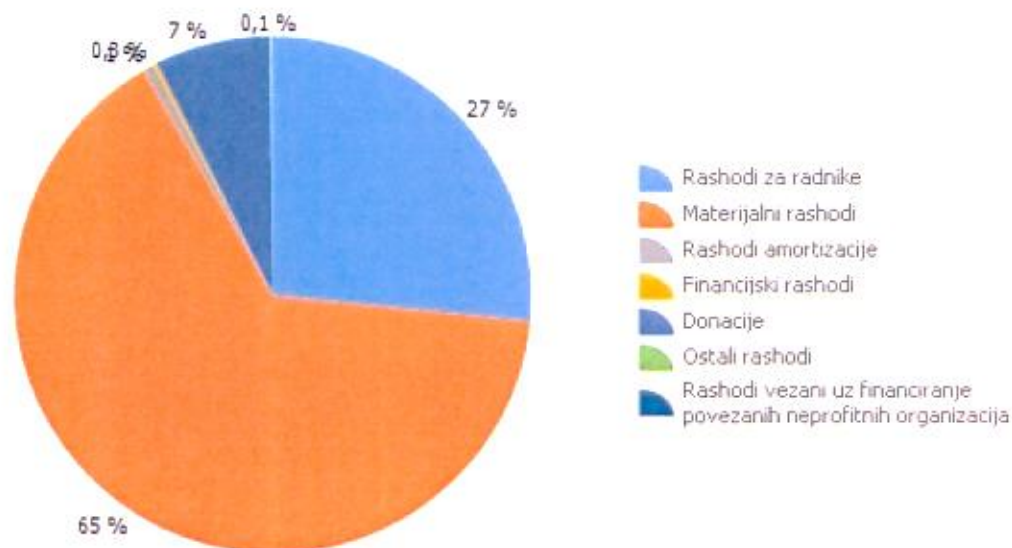
Ukupni rashodi su u izvještajnom razdoblju iznosili 4.030.559 kn.

Opis	Ostvareno prethodne godine	Ostvareno u izvještajnom razdoblju	Indeks 2020/2019
Rashodi za radnike	1.039.246 kn	1.069.802 kn	102,94
Materijalni rashodi	2.202.887 kn	2.624.200 kn	119,13
Rashodi amortizacije	21.859 kn	27.518 kn	125,89
Financijski rashodi	10.586 kn	10.511 kn	99,29
Donacije	131.844 kn	292.500 kn	221,85
Ostali rashodi	- kn	6.028 kn	
Rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija	- kn	- kn	
UKUPNO	3.406.422 kn	4.030.559 kn	

Usporedba rashoda s prethodnom godinom



Struktura rashoda



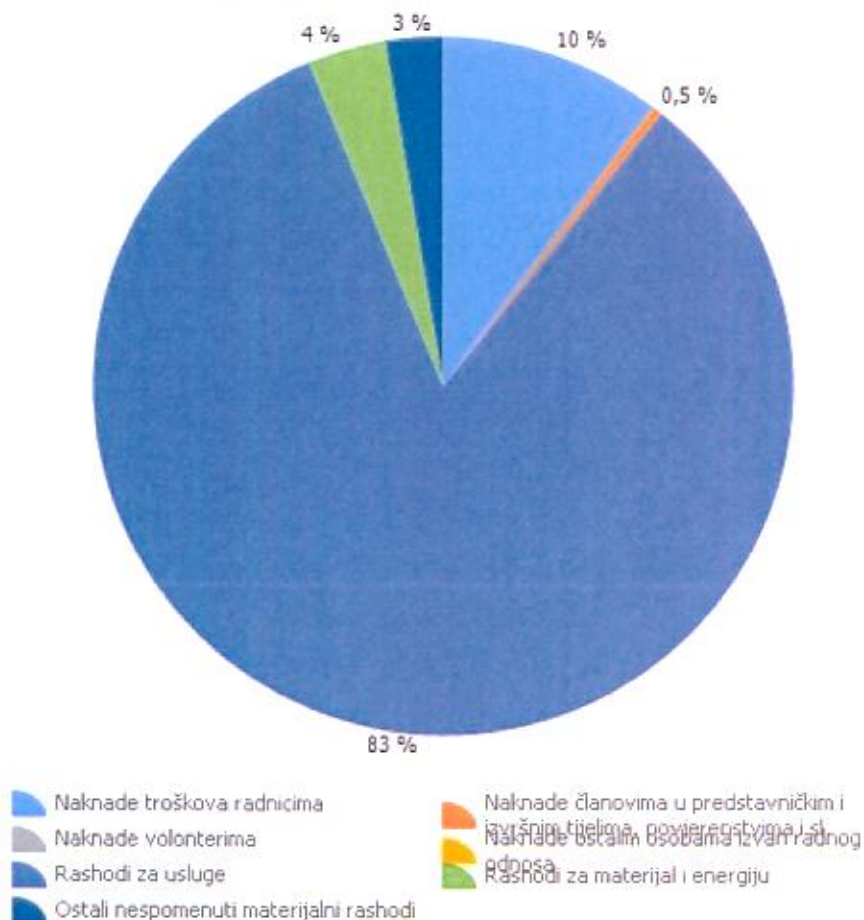
Materijalni rashodi (PR-RAS-NPF AOP 067)

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 2.624.200 kn.

Opis	Ostvareno prethodne godine	Ostvareno u izvještajnom razdoblju	Indeks 2020/2019
Naknade troškova radnicima	313.645 kn	269.286 kn	85,86
Naknade članovima u predstavničkim i izvršnim tijelima, povjerenstvima i sl.	7.200 kn	12.120 kn	168,33
Naknade volonterima	- kn	- kn	
Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa	24.056 kn	- kn	0,00
Rashodi za usluge	1.728.389 kn	2.177.881 kn	126,01
Rashodi za materijal i energiju	69.578 kn	94.788 kn	136,23
Ostali nespomenuti materijalni rashodi	60.019 kn	70.125 kn	116,84
UKUPNO	2.202.887 kn	2.624.200 kn	

Struktura materijalnih rashoda



V. BILJEŠKE UZ POJEDINE POZICIJE BILANCE

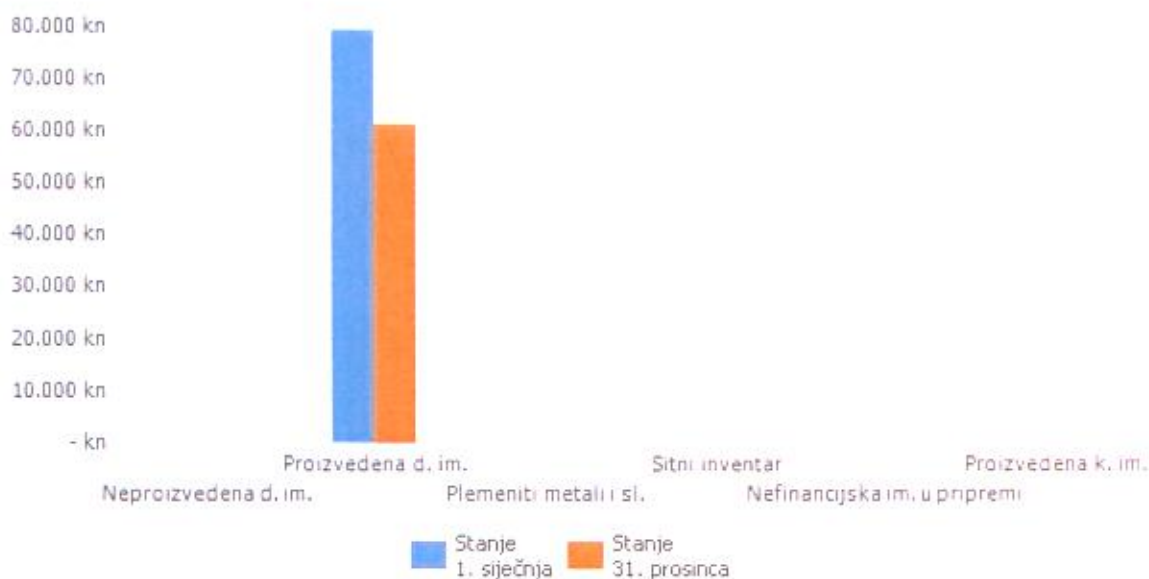
IMOVINA NEFINANCIJSKA IMOVINA (BIL- NPF AOP 002)

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.

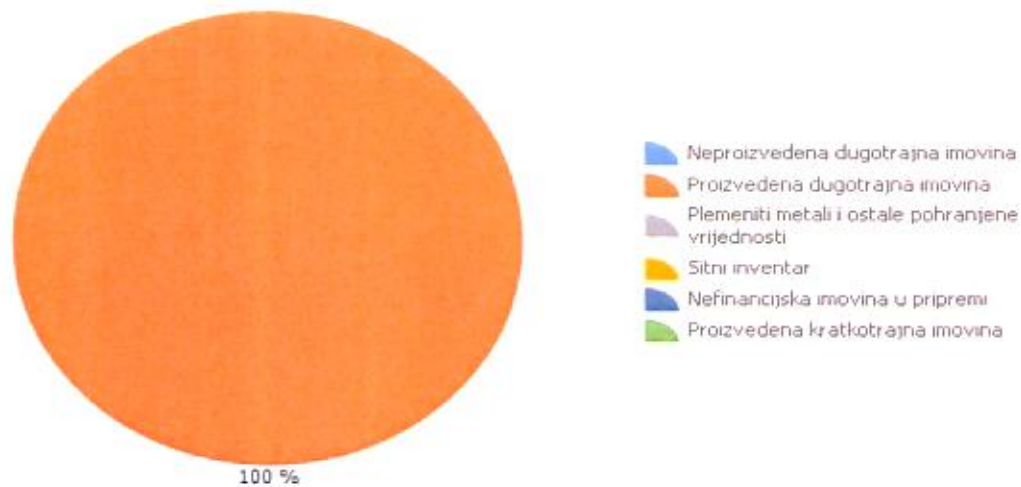
Ukupno stanje nefinancijske imovine na dan 31.12.2021, iznosilo je 61.201 kn.

Opis	Stanje 1. siječnja	Stanje 31. prosinca	Indeks
Neproizvedena dugotrajna imovina	- kn	- kn	
Proizvedena dugotrajna imovina	79.192 kn	61.201 kn	77,28
Plemeniti metali i ostale pohranjene vrijednosti	- kn	- kn	
Sitni inventar	- kn	- kn	
Nefinancijska imovina u pripremi	- kn	- kn	
Proizvedena kratkotrajna imovina	- kn	- kn	
UKUPNO	79.192 kn	61.201 kn	

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.

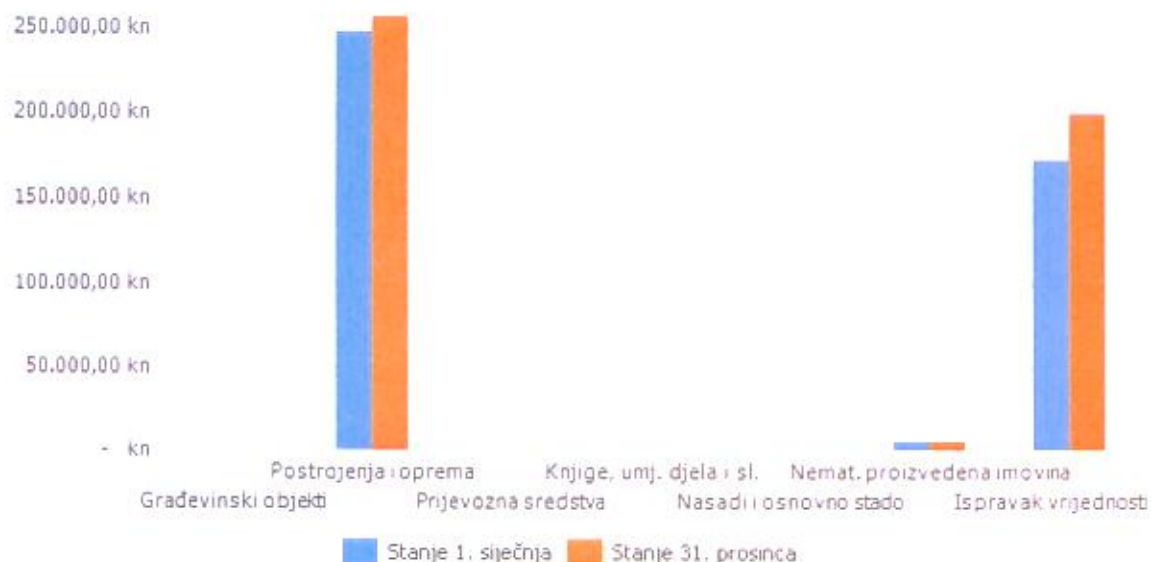
Proizvedena dugotrajna imovina (BIL-NPF AOP 018)

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.

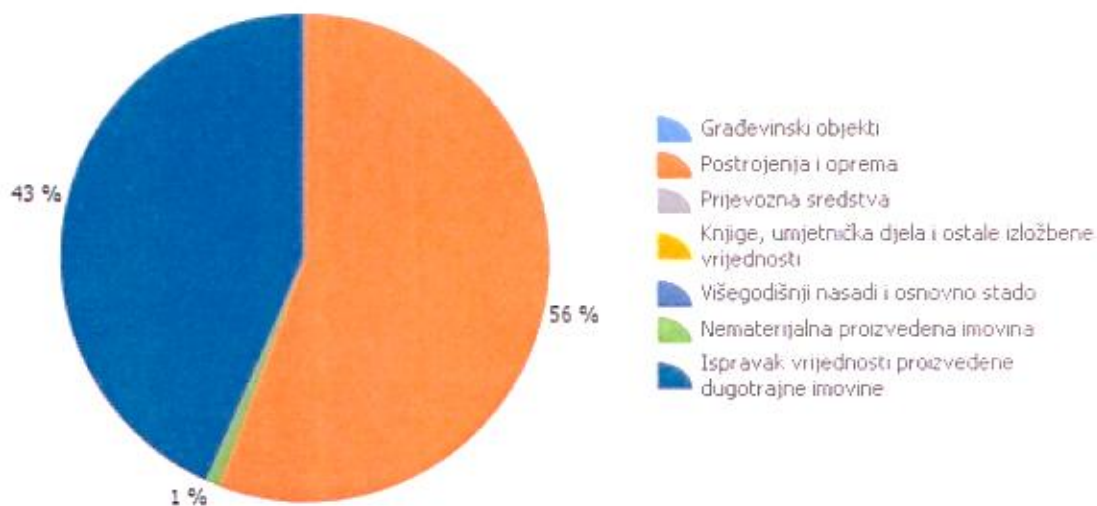
Ukupno stanje proizvedene dugotrajne imovine 31.12.2021. iznosilo je 61.201 kn:

Opis	Stanje 1. siječnja	Stanje 31. prosinca	Indeks
Građevinski objekti	- kn	- kn	
Postrojenja i oprema	247.645 kn	257.172 kn	103,85
Prijevozna sredstva	- kn	- kn	
Knjige, umjetnička djela i ostale izložbene vrijednosti	- kn	- kn	
Višegodišnji nasadi i osnovno stado	- kn	- kn	
Nematerijalna proizvedena imovina	4.200 kn	4.200 kn	100,00
Ispravak vrijednosti proizvedene dugotrajne imovine	172.653 kn	200.171 kn	115,94
UKUPNO	79.192 kn	61.201 kn	

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 3.500 kuna prati izdvojeno od dugotrajne imovine. Sitni inventar otpisuje se jednokratno stavljanjem u uporabu. Sitni inventar u upotrebi popisao je u zasebnoj evidenciji.

Knjigovodstvena vrijednost sitnog inventara na dan izvještavanja iznosi 0 kn.

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.

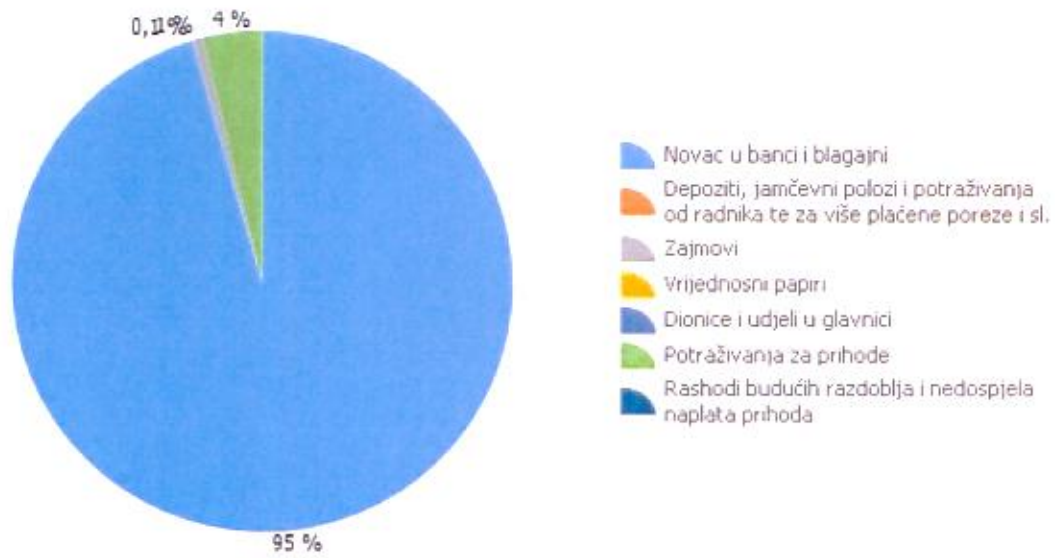
FINANCIJSKA IMOVINA (BIL-
NPF AOP 074)

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.

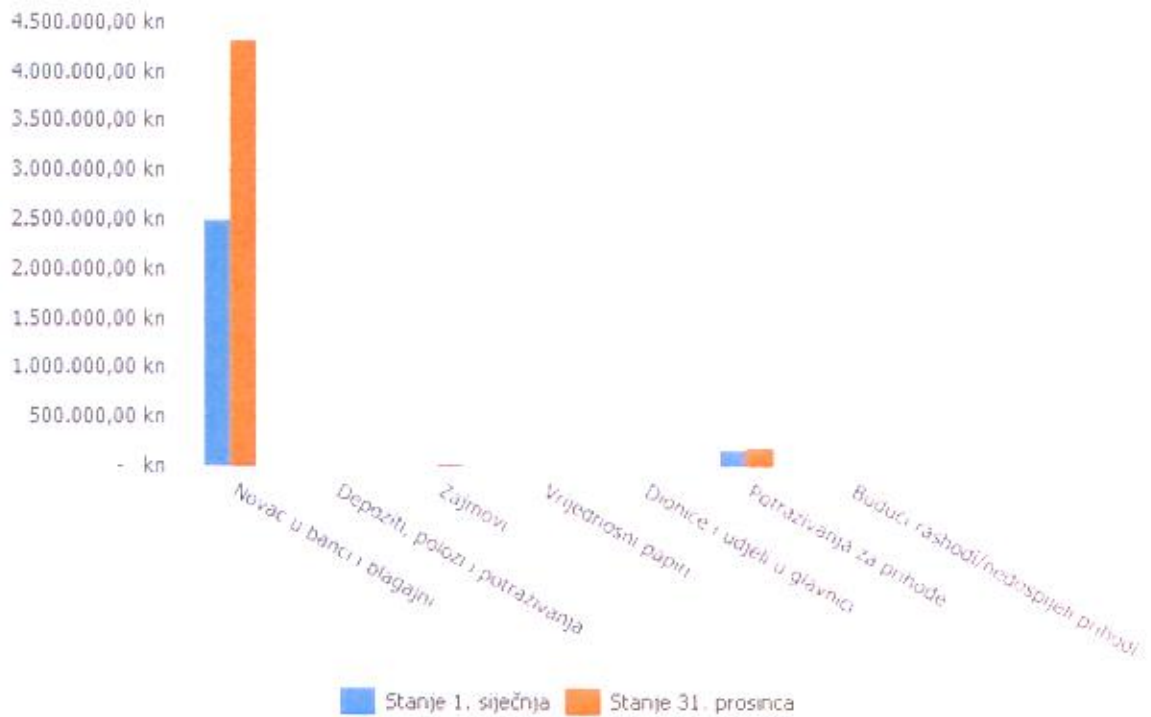
Ukupno stanje financijske imovine na dan 31.12.2021. iznosilo je 4.511.786 kn.

Opis	Stanje 1. siječnja	Stanje 31. prosinca	Indeks
Novac u banci i blagajni	2.487.279 kn	4.306.445 kn	173,14
Depoziti, jamčevni polozi i potraživanja od radnika te za više plaćene poreze i sl.	8.224 kn	2.987 kn	36,32
Zajmovi	- kn	30.000 kn	
Vrijednosni papiri	- kn	- kn	
Dionice i udjeli u glavnici	- kn	- kn	
Potraživanja za prihode	167.717 kn	172.354 kn	102,76
Rashodi budućih razdoblja i nedospjela naplata prihoda	- kn	- kn	
UKUPNO	2.663.220 kn	4.511.786 kn	

Struktura na kraju godine



Usporedba stanja na početku i na kraju godine



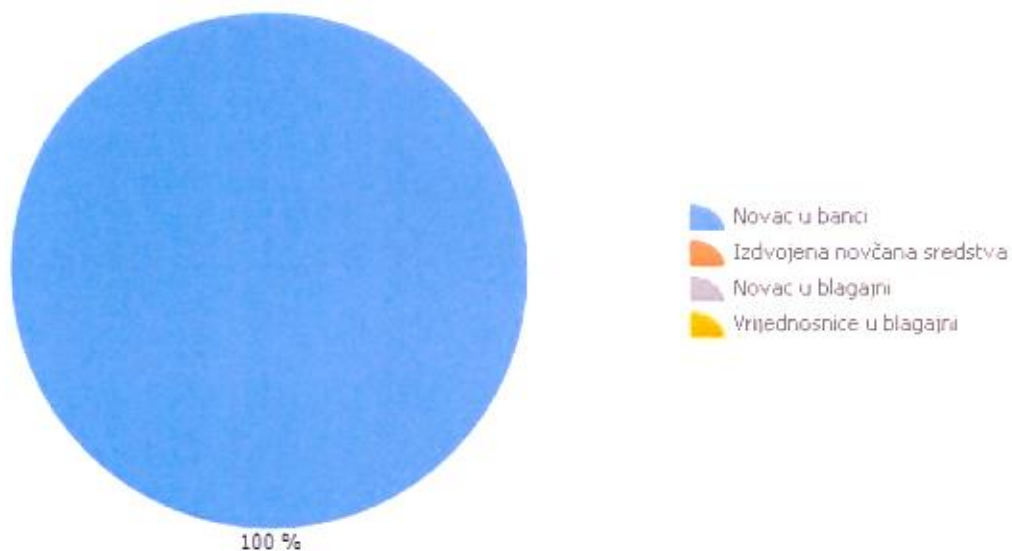
**Novac u banci i blagajni (BIL-
NPF AOP 075)**

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 31.12.2021. iznosilo je 4.306.445 kn.

Opis	Stanje 1. siječnja	Stanje 31. prosinca	Indeks
Novac u banci	2.408.051 kn	4.306.445 kn	178,84
Izdvojena novčana sredstva	- kn	- kn	
Novac u blagajni	79.228 kn	- kn	0,00
Vrijednosnice u blagajni	- kn	- kn	
UKUPNO	2.487.279 kn	4.306.445 kn	

Struktura na kraju godine



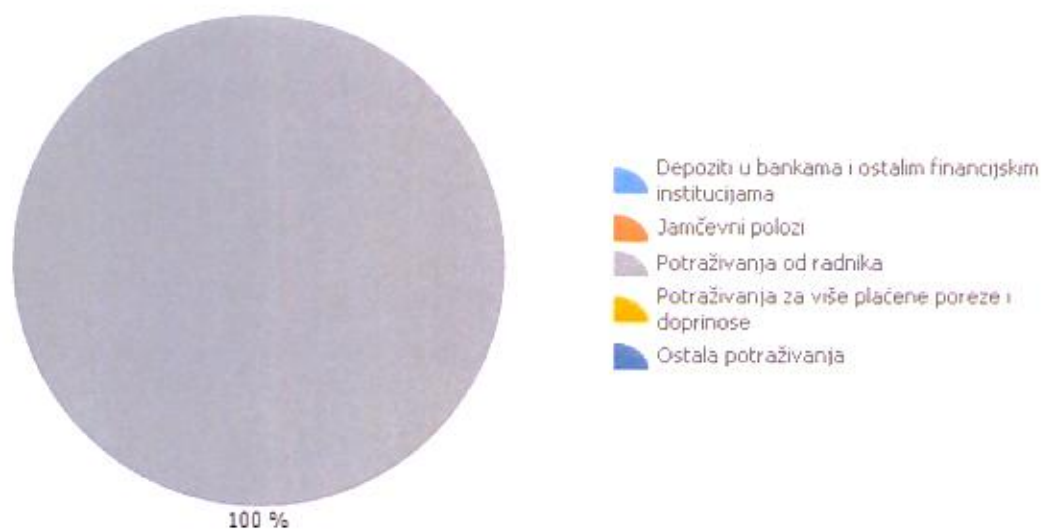
**Depoziti, jamčevni polozi i potraživanja od radnika te za više plaćene poreze (BIL-
NPF AOP 083)**

Depoziti, jamčevni polozi i potraživanja od radnika ili za više uplaćene poreze te ostala potraživanja 31.12.2021. iznosila su 2.987 kn.

Opis	Stanje 1. siječnja	Stanje 31. prosinca	Indeks
Depoziti u bankama i ostalim financijskim institucijama	- kn	- kn	
Jamčevni polozi	- kn	- kn	
Potraživanja od radnika	- kn	2.987 kn	
Potraživanja za više plaćene poreze i doprinose	193 kn	- kn	0,00

Ostala potraživanja	8.031 kn	- kn	0,00
UKUPNO	8.224 kn	2.987 kn	

Struktura na kraju godine



Zajmovi **(BIL-NPF AOP 100)**

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

Na dan izvještavanja potraživanja po osnovi zajmova iznosila su 30.000 kn.

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.

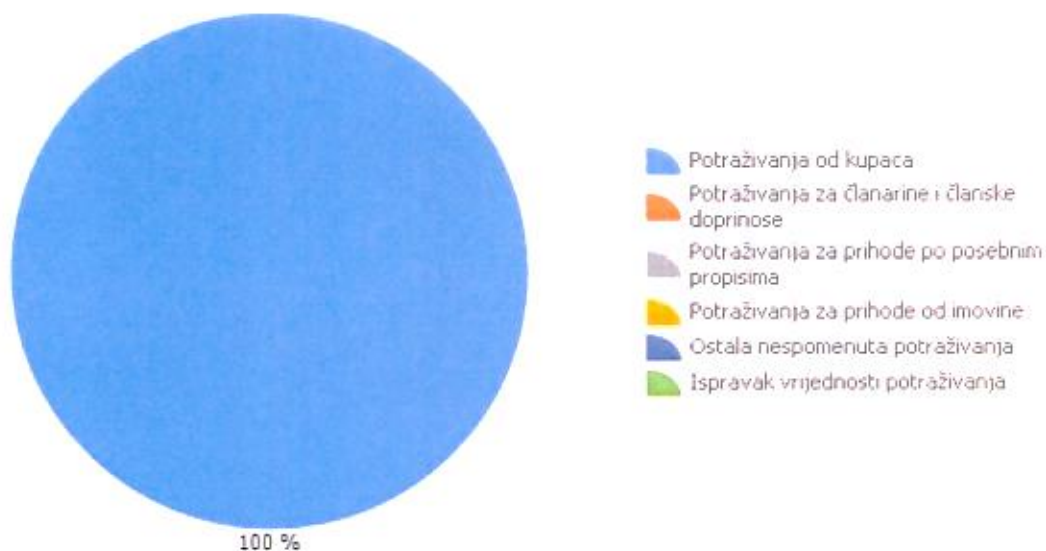
Potraživanja za prihode (BIL-NPF AOP 133)

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 31.12.2021. iznosila su 172.354 kn.

Opis	Stanje 1. siječnja	Stanje 31. prosinca	Indeks
Potraživanja od kupaca	167.717 kn	172.354 kn	102,76
Potraživanja za članarine i članske doprinose	- kn	- kn	
Potraživanja za prihode po posebnim propisima	- kn	- kn	
Potraživanja za prihode od imovine	- kn	- kn	
Ostala nespomenuta potraživanja	- kn	- kn	
Ispravak vrijednosti potraživanja	- kn	- kn	
UKUPNO	167.717 kn	172.354 kn	

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

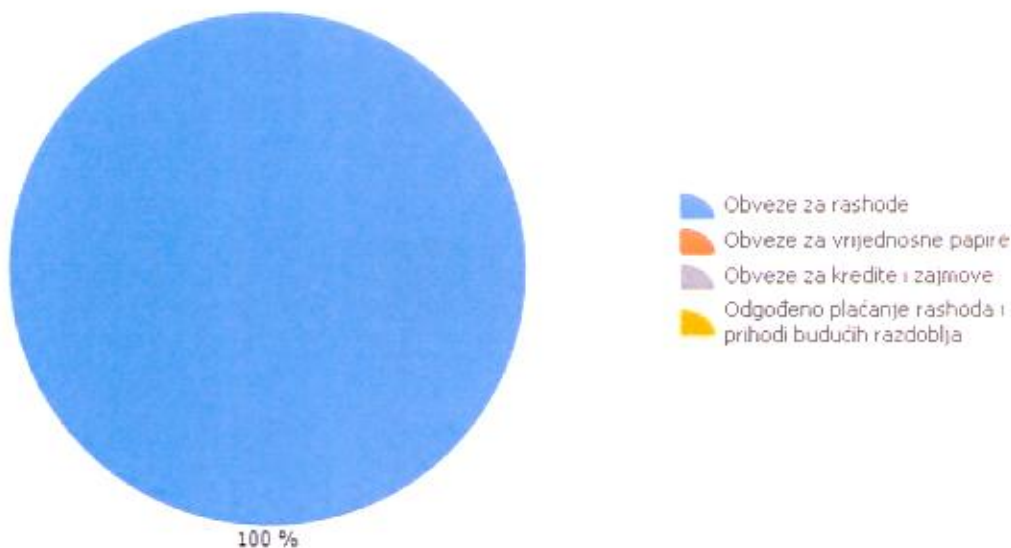
(BIL-NPF AOP 146)

Stanje obveza su obveze nastale tijekom izvještajne godine s rokom dospijanja 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 191.076 kn ukupnih obveza.

Opis	Stanje 1. siječnja	Stanje 31. prosinca	Indeks
Obveze za rashode	130.022 kn	191.076 kn	146,96
Obveze za vrijednosne papire	- kn	- kn	
Obveze za kredite i zajmove	- kn	- kn	
Odgođeno plaćanje rashoda i prihodi budućih razdoblja	- kn	- kn	
UKUPNO	130.022 kn	191.076 kn	

Struktura na kraju godine



Obveze se knjiže prema načelu vremena nastanka obveze.

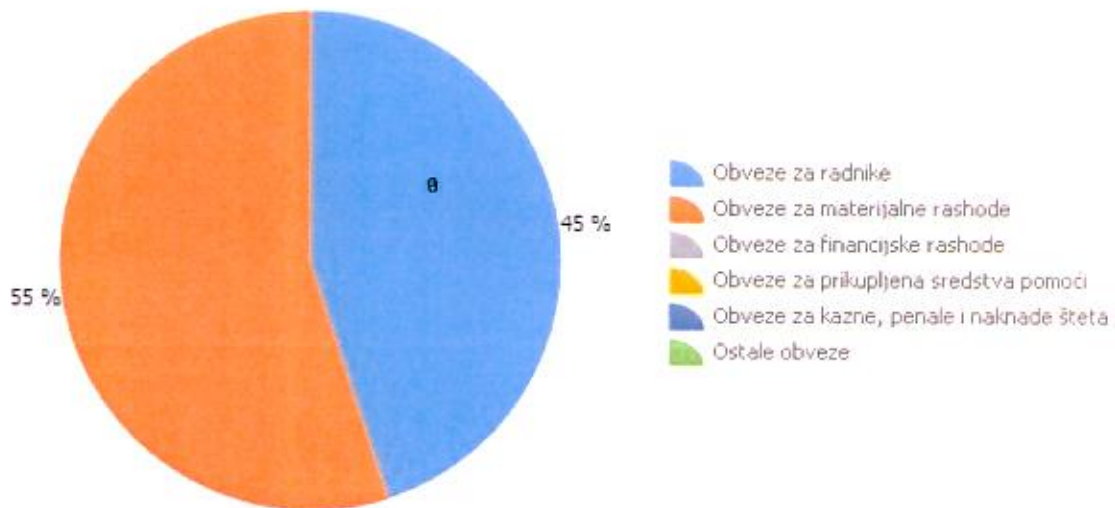
Obveze za rashode (BIL- NPF AOP 147)

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 31.12.2021. iznosilo je 191.076 kn.

Opis	Stanje 1. siječnja	Stanje 31. prosinca	Indeks
Obveze za radnike	81.645 kn	85.805 kn	105,10
Obveze za materijalne rashode	48.377 kn	105.271 kn	217,61
Obveze za financijske rashode	- kn	- kn	
Obveze za prikupljena sredstva pomoći	- kn	- kn	
Obveze za kazne, penale i naknade šteta	- kn	- kn	
Ostale obveze	- kn	- kn	
UKUPNO	130.022 kn	191.076 kn	

Struktura na kraju godine



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 ferete tekuće razdoblje te prihode koji su naplaćeni ili obračunani u tekućem razdoblju, a odnose se na iduće obračunsko razdoblje.

Neprofitna organizacija na dan izvještavanja nije imala odgođenih plaćanja rashoda i prihoda budućeg razdoblja.

VLASTITI IZVORI
(BIL-NPF AOP 195)

Vlastiti izvori podrazumijevaju i revalorizacijske rezerve.

Vlastiti izvori ukupno su na dan 31.12.2021. iznosili 4.381.911 kn.

Neprofitna organizacija je do dana izvještavanja ostvarila višak prihoda u iznosu od 4.381.911 kn koji se prenosi u naredno razdoblje.

Ugovorne obveze

Na dan 31.12.2021. 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 radnika i 0 volontera.

Događaji nakon bilance

Nakon datuma bilance nije bilo značajnijih poslovnih događaja.

VII. PRIHVATANJE I OBJAVA FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA

Objava financijskih izvještaja

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

Šibenik, veljača 2022. godine.

Direktorica:

