

**GODIŠNJE FINANCIJSKO IZVJEŠĆE
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA
RABA
ZA 2015. GODINU**

USVOJENO NA V SJEDNICI SKUPŠTINE TZG RABA, 31.03.2016.

01. STATISTIKA

Područje naše zajednice u periodu od 01.01. do 31.12. posjetilo je ukupno 166 045 posjetitelja i ostvarilo 1.231.235 noćenja ili 5% više u odnosu na prošlogodišnji rezultat. Hoteli bilježe rast i broja noćenja i dolazaka od 4% bili su prosječno popunjeni 106 dana. TN Suha Punta ima 5% manje dolazaka i 4% manje noćenja a popunjeni su bili u prosjeku 78 dan. Autokamp Padova 3 ima najveći skok i dolazaka i noćenja 7 % odnosno 10% te su bili popunjeni 81 dan. Ostala dva kampa imaju u prosjeku povećanje dolazaka za 20% te povećanje noćenja za 22% sa prosječnim popunjenjem kampa od 67 odnosno 95 dana. Obiteljski smještaj koji participira gotovo sa 70 % smještajnih kapaciteta bilježi 8% više dolazaka i 5% više noćenja te se prosječna popunjenost svela na 51dan. Odmaralište/prenočište ostvarilo 14 % manje dolazaka te 20% manje noćenja. U nekomercijalnom dijelu /vikendaši i prijatelji/ ostvaren je osjetan pad od 6% u dolascima i identično ostvarenje noćenja u odnosu na 2014 godinu.

IZVJEŠĆE O TURISTIČKOM PROMETU U TZG RABA ZA RAZDOBLJE OD 01.01.2015. DO 31.12.2015.

PREGLED BROJA TURISTA I OSTVARENIH NOĆENJA PO KAPACITETIMA

OPIS	KAPACITET	BR.TURISTA	Index 15/14.	BR.NOĆENJA	Index 15/14.	DANI POPUNJENJA 2015/2014
HOTELI	2 031	41 855	104	215 574	104	106
TURISTIČKO NASELJE S.P.	228	2182	95	17752	96	78
AUTOKAMP	1 500	17 041	107	121 813	110	81
LANDO RESORT /Kamp/	108	1469	121	10207	124	95
KAMP PLANKA	25	349	110	1679	122	67
ODMARALIŠTA	40	169	86	1 621	80	
OBITELJSKI SMJEŠTAJ	15 272	97498	108	778 283	105	51
VIKENDAŠI Vlasnici kuća i stanova za odmor domaći i strani		5 482	94	84 306	100	
UKUPNO	19 204	166 045	106	1 231 235	105	

PREGLED BROJA OSTVARENIH NOĆENJA NA OTOKU RABU

TURISTIČKA ZAJEDNICA	OSTVARENA NOĆENJA
TZG RABA	1 231 235
TZ OPĆINE LOPAR	679 355
UKUPNO	1 910 590

Ove je godine, ukupno na otoku Rabu ostvareno 5% više noćenja u odnosu na 2014. godinu.

NOĆENJA OSTVARENA PO MJESTIMA 01.01.2015.- 31.12.2015.

MJESTO	OBITELJSKI SMJEŠTAJ	HOTELI+ NASELJE	ODMARALIŠTA	KAMP	VIKENDAŠI	UKUPNO
BANJOL	203 322	50 782		111 138	22 915	388 157
KAMPOR	128 423	88 447		11 886	7 565	236 321
BARBAT	169 080				30 682	199 762
PALIT	111 281	43 353			11 508	166 142
RAB	26 000	48 327			2 242	76 569
SUP.DRAGA	143 301				8 195	151 496
MUNDANIJE	11 589				1 199	12 788
UKUPNO	792 996	230 909		123 024	84 306	1231 235

NOĆENJA OSTVARENA U HOTELIMA, TURISTIČKOM NASELJU I KAMPU

HOTELI	NOĆENJA	Index 15/14
PADOVA	53 199	105
EVA	33 255	99
IMPERIAL	39 673	111
CAROLINA	37 440	104
HOTEL INTERNATIONAL	29 096	99
ISTRA	13 535	96
ARBIANA	5 696	154
HOTEL PANSION TAMARIS	3 680	100
UKUPNO HOTELI	215 574	108
TUR. NASELJE SUHA PUNTA	17 752	96
AUTOKAMP PADOVA III	121 813	110
LANDO RESORT KAMP	10 207	124
KAMP PLANKA	1 679	122
SVEUKUPNO	367 025	113

KUĆE I STANOVI ZA ODMOR 2015.

Vlasnici kuća i stanova za odmor dužni su temeljem zakona o boravišnoj pristojbi prijaviti svoj boravak kao i boravak uže obitelji koji borave u tim kućama i stanovima za odmor u periodu od 15. lipnja do 15. rujna.

Za iste su dužni uredno platiti boravišnu pristojbu bilo po noćenju ili paušalu. Vlasnici kuća i stanova za odmor plaćaju boravišnu pristojbu paušalno u periodu od 15. lipnja do 15. rujna ili po smanjenom iznosu koji je odobren samo za njih. Sva ova pravila primjenjuju se i na vlasnike kuća i stanova za odmor – strance.

PREGLED BROJA TURISTA I OSTVARENIH NOĆENJA U NEKOMERCIJALNIM KAPACITETIMA

MJESTO	BROJ VIKENDICA	UKUPNO OSOBA	BROJ OSOBA PO NOĆENJU	BROJ OSOBA PO PAUŠALU	UKUPNO OSTVARENA NOĆENJA
BARBAT	278	1 976	1 462	487	30 682
BANJOL	165	1 419	1 091	328	22 915
PALIT	137	776	546	257	11 508
SUP. DRAGA	76	612	535	77	8 195

KAMPOR	73	500	380	120	7 565
RAB	32	122	96	26	2 242
MUNDANIJE	14	77	32	45	1 199
UKUPNO :	775	5 482	4 142	1 340	84 306
2014 g.	1 365	5 842	4 412	1 430	84 194
2013 g.	1 247	6 830	5 614	1 216	93 977
2012 g.	848	5 852	4 433	1 419	82 872
2011 g.	856	5 431	3 918	1 503	72 389
2010 g.	1 026	4 568	2 114	2 454	69 820
2009 g.	910	3 838	1 999	1 839	62 660
2008 g.	715	2 481	1 418	1 070	33 270
2007 g.	628	1 598	916	682	35 606
2006 g.	558	2 447	1 499	948	37 073
2005 g.	507	2 161	1 279	885	27 238
2004 g.	457	2 253	1 549	704	23 942
2003 g.	407	1 784	1 156	628	21 451

U nekomercijalnom dijelu /vikendaši/ ostvaren je pad od 6% u dolascima te broj noćenja na razini protekle godine, u kategoriji Prijatelj evidentiran je porast od 11 % u dolascima te 12 % porast u noćenjima.

Broj vikendica na ovogodišnjem izvješću je evidentno manji iz slijedećih razloga:

- u broj vikendica lani ubrojene su sve vikendice koje su evidentirane na području naše TZ, dok su u ovogodišnji broj vikendica ubrojene samo one vikendice u kojima su se ostvarila noćenja / po novom zahtjevu DZS/
- lani je u nekim vikenticama bila prijavljena samo po jedna osoba, a ove godine niti jedna
- neki su vikendaši do lani imali prijavljeno samo kao vikend prostor , a ove godine su za isti ishodovali Rješenje za iznajmljivanje

DOLASCI I NOĆENJA PRIJATELJA U NEKOMERCIJALNIM KAPACITETIMA DOMICILNOG STANOVNIŠTVA

VRST SMJEŠTAJA	UKUPNO TURISTI 2015	DOMAĆI TURISTI 2015	STRANI TURISTI 2015	UKUPNO TURISTI 2014	DOMAĆI TURISTI 2014	STRANI TURISTI 2014	INDEX
PRIJATELJI	1 124	74	1 050	1 144	92	1 052	111

VRST SMJEŠTAJA	UKUPNO NOĆENJA 2015	DOMAĆI NOĆENJA 2015	STRANI NOĆENJA 2015	UKUPNO NOĆENJA 2014	DOMAĆI NOĆENJA 2014	STRANI NOĆENJA 2014	INDEX
PRIJATELJI	15 187	910	14 277	13 721	957	12 764	112

BROJ IZNAJMLJIVAČA I BROJ POSTELJA U PRIVATNOM SMJEŠTAJU

1 474 IZNAJMLJIVAČA PO PAUŠALU

496 IZNAJMLJIVAČA PO NOĆENJU

1 970 UKUPNO

12 811 BROJ POSTELJA PO PAUŠALU

2 461 BROJ POSTELJA PO NOĆENJU

15 272 UKUPNO

PODACI ZA KORISNIKE KOJI SU PRIJAVLJIVALI PUTEM WEBA

GODINA	2012	2013	2014	2015
BROJ AKTIVNIH KORISNIKA	1 194	1 553	1 570	1960
BROJ PRIJAVA	66 745	81 078	80 279	86 486

Gotovo 100% iznajmljivača prijavljuje svoje goste putem interneta što je rezultiralo bržem i točnijem prijenosu podataka kako u Turističku zajednicu tako i u MUP.

PREGLED BROJA TURISTA ZA RAZDOBLJE 01.01.2015. – 31.12.2015.

VRSTA SMJEŠTAJA	UKUPNO TURISTI 2015.	DOMAĆI TURISTI 2015.	STRANI TURISTI 2015.	UKUPNO TURISTI 2014.	DOMAĆI TURISTI 2014.	STRANI TURISTI 2014.
HOTELI	44 037	5 339	38 698	42 398	5 609	36 789
OBITELJSKI SM.	97 498	4 955	92 543	90 061	4 122	85 939
KAMPOVI	18 859	302	18 557	17 523	401	17 122
ODMARALIŠTA	169	165	4	196	192	4
GOSTI UKUPNO	160 563	10 761	149 802	150 178	10 324	139 854
OSTALO (VIKENDAŠI)	5 482	2 123	3 359	5 857	2 360	3 497
UKUPNO	166 045	12 884	153 161	156 035	12 684	143 351

PREGLED BROJA NOĆENJA ZA RAZDOBLJE 01.01.2015. – 31.12.2015.

VRSTA SMJEŠTAJA	UKUPNO NOĆENJE 2015.	DOMAĆI NOĆENJE 2015.	STRANI NOĆENJE 2015.	UKUPNO NOĆENJE 2014.	DOMAĆI NOĆENJE 2014.	STRANI NOĆENJE 2014.
HOTELI	233 326	23 507	209 819	225 481	23 308	202 173
OBITELJSKI SM.	778 283	33 686	744 597	738 478	27 551	710 927
KAMPOVI	133 699	2 513	131 186	120 721	3 437	117 284
ODMARALIŠTA	1 621	1 595	26	2 026	1 998	28
GOSTI UKUPNO	1 146 929	61 301	1 085 628	1 086 706	56 294	1 030 412
OSTALO (VIKENDAŠI)	84 306	35 173	49 133	84 431	39 993	44 438
UKUPNO	1 231 235	96 474	1 134 761	1 171 137	96 287	1 074 850

TURISTIČKI PROMET ZA PRVIH 10 ZEMALJA U RAZDOBLJU OD 01.01.2015 DO 31.12.2015.

Zemlja dolaska	Dolasci	Noćenja	Udjel noćenja	Indeks dolasci	Indeks noćenja
NJEMAČKA	50 979	467 494	37,97	101	102
AUSTRIJA	24 763	154 454	12,54	107	105
ITALIJA	17 487	118 281	9,61	115	110
SLOVENIJA	14 620	103 616	8,42	109	111
HRVATSKA	12 884	96 474	7,84	102	100

ČEŠKA	10 389	75 254	6,11	104	105
MAĐARSKA	10 787	60 338	4,90	120	117
SLOVAČKA	5 393	37 812	3,07	110	112
POLJSKA	5 006	35 926	2,92	109	107
ŠVICARSKA	1 953	9 027	0,73	107	98

DOLASCI I NOĆENJA PO ZEMLJAMA ZA RAZDOBLJE OD 01.01.2015. DO 31.12.2015.

Zemlja	Dolasci 2015	Noćenja 2015	Dolasci 2014	Noćenja 2014
Ujedinjeni Arapski Emirati	5	17	2	6
Albanija	17	187	26	134
Argentina	26	59	5	15
Austrija	24763	154454	23103	146757
Australija	163	690	164	669
Bosna i Hercegovina	801	7567	665	5043
Belgija	1010	7841	1109	8257
Bugarska	43	210	35	171
Brazil	45	244	33	140
Bjelorusija	29	275	23	243
Kanada	195	549	185	693
Švicarska	1953	9027	1822	9181
Čile	7	7	13	48
Kina	49	184	51	428
Češka	10389	75254	9986	71706
Njemačka	50979	467494	50454	458850
Danska	317	1932	420	2563
Estonija	60	215	29	106
Španjolska	226	602	221	624
Finska	72	318	48	176
Francuska	1698	6608	1396	6073
Ujedinjena Kraljevina	1250	6197	946	4976
Grčka	19	114	17	98
Hrvatska	12884	96474	12684	96287
Mađarska	10787	60338	9002	51656
Indonezija	5	14	8	25
Irska	78	307	95	399
Izrael	46	82	31	68
Indija	12	37	7	11
Island	10	36	6	21
Italija	17487	118281	15186	107491
Japan	56	182	19	132
Koreja, Republika	12	47	4	13
Kazahstan	70	606	56	399
Lihtenštajn	4	19	8	60
Litva	83	497	53	310
Luksemburg	28	149	39	207
Letonija	33	168	23	115
Maroko	1	18	2	8
Crna Gora	10	64	5	148

Makedonija	103	1356	133	1549
Malta	0	0	4	12
Meksiko	8	46	5	23
Nizozemska	1232	8049	1197	7941
Norveška	213	1273	150	990
Novi Zeland	30	108	49	185
Poljska	5006	35926	4578	33460
Portugal	25	108	26	112
Katar	0	0	3	3
Rumunjska	882	5492	865	5207
Srbija	741	8243	752	7668
Rusija	469	3678	455	3629
Švedska	500	2674	509	2736
Slovenija	14620	103616	13373	93251
Slovačka	5393	37812	4887	33863
Tajland	14	80	11	50
Tunis	2	2	0	0
Turska	58	403	60	425
Ukrajina	270	1950	198	1597
SAD	425	1290	420	2104
Ostale afričke zemlje	37	229	49	368
Ostale europske zemlje	64	269	134	605
Ostale zemlje južne i srednje Amerike	61	342	52	314
Kosovo	38	201	32	196
»nepoznato državljanstvo«	9	66	17	114
Ostale zemlje Oceanije	7	22	1	7
Ostale azijske zemlje	96	558	78	375
Južnoafrička Republika	20	78	16	46
	166 045	1 231 235	156 035	1 171 137

NOĆENJA OSTVARENA U TURISTIČKIM AGENCIJAMA

DER Banjol,Barbat	25 930
RAB INFO	18 175
EHO Barbat,Banjol	10 642
KATURBO	15 935
MATOVICA	4 410
KRISTOFOR	2 187
VALSIKA	3 103
UKUPNO	80 382

BORAVIŠNA PRISTOJBA-Raspodjela prihoda po korisnicima 01.01.-31.12.2015.

Korisnik	Iznos
100 prolazni račun	6.651.446,89
200 TZ općine/grada	4.172.452,74
210 proračun općine/grada	1.251.802,03
220 neto TZ općine/grada	2.920.650,03
300 TZ županije	641.865,16
400 Hrvatska turistička zajednica	1.604.994,08
500 Hrvatski crveni križ	66.515,48
600 HTZ razvojni projekti	166.287,54

TURISTIČKA ČLANARINA – Raspodjela prihoda po korisnicima 01.01.-31.12.2015.

Korisnik	Iznos
100 prolazni račun	887.524,84
200 TZ općine/grada	516.362,60
300 TZ županije	79.934,47
400 Hrvatska turistička zajednica	198.539,23
500 Porezna uprava (troškovi vođenja računa)	26.626,29
600 HTZ potpore nerazvijenim TZ	66.565,72

IZVJEŠĆE O NAPLATI BORAVIŠNE PRISTOJBE GOSPODARSKIH SUBJEKATA (BEZ PAUŠALA) ZA RAZDOBLJE OD 1. SJJČNJA 2015. DO 31. PROSINCA 2015. GODINE (u kunama)

Turistička zajednica	Broj noćenja	Ukupan iznos obveze BP	Upłaćen iznos BP	Neuplaćen iznos BP	Dug BP iz razdoblja prije 2015.	Upłaćen dug BP iz razdoblja prije 2015.	Ostatak duga BP iz razdoblja prije 2015.	Sveukupno uplaćena BP do 31.12.2015.	Ukupan dug BP do 31.12.2015.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
HOTELI IMPERIAL+AUTOKAM	303.132,00	1.757.028,36	1.757.028,36	-	-	-	-	1.757.028,36	-
HOTEL ARBIANA	5.696,00	35.076,75	35.076,75	-	-	-	-	35.076,75	-
HOTEL ISTRRA	13.535,00	85.026,75	85.026,75	-	-	-	-	85.026,75	-
HOTEL INTERNATIONAL	29.096,00	159.534,02	159.534,02	-	-	-	-	159.534,02	-
PANSION H.TAMARIS	3.680,00	22.867,75	22.867,75	-	-	-	-	22.867,75	-
LANDO RESORT KAMP	10.207,00	47.980,00	47.980,00	-	-	-	-	47.980,00	-
RUBER INOVACIJE ODM.	1.621,00	8.972,50	8.972,50	-	-	-	-	8.972,50	-
VIKENDAŠI	84.306,00	192.683,65	192.683,65	-	-	-	-	192.683,65	-
IZNAJMLJIVAČI PO NOĆENJU	67.761,00	523.025,63	515.067,38	7.958,25	42.266,98	3.585,23	38.681,75	518.652,61	46.640,00
IZNAJMLJIVAČI PO PAUŠALU	712.201,00	3.831.348,68	3.791.948,68	39.400,00	173.858,66	30.549,86	143.308,80	3.822.498,54	182.708,80
KAMATE PO OVRSI	-	1.125,96	1.125,96	-	-	-	-	1.125,96	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UKUPNO	1.231.235	6.664.670,05	6.617.311,80	47.358,25	216.125,64	34.135,09	181.990,55	6.651.446,89	229.348,80

02. PRIHODI

Po financijskom izvješću za dvanaest mjeseci 2015 godine, TZG Raba je ostvarila 6.192.793,31 kuna, dok smo rebalansom predvidjeli ostvariti 6.180.000,00 kuna. Ostvaren je gotovo identičan rezultat u odnosu na usvojeni rebalans.

Ukupni prihodi za dvanaest mjeseci 2015 godine sukladno usvojenom rebalansu nisu povećani više od 5% te iz tih osnova nije potrebno raditi nikakve dodatne izmjene i dopune financijskog plana TZG Raba.

TABLICA PRIHODA

R.B.	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2015.	STRUK TURA	REBALANS 2015.	STRUK TURA	OSTVARENO 2015.	STRUK TURA	INDEKS 7/5
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	4.300.000,00	75,57	4.300.000,00	69,58	4.255.647,44	68,72	99
1.1.	boravišna pristojba tekuća godina	4.190.000,00	73,64	4.190.000,00	67,80	4.150.096,37	67,01	99
1.2.	boravišna pristojba prethodne godine	40.000,00	0,70	40.000,00	0,65	21.411,24	0,35	54
1.3.	boravišna pristojba plovni objekti	70.000,00	1,23	70.000,00	1,13	84.139,83	1,36	120
2.	Prihodi od turističke članarine	470.000,00	8,26	470.000,00	7,61	509.237,75	8,22	108
3.	Prihodi od donacija iz proračuna	200.000,00	3,52	0,00		0,00		
3.1.	prihodi iz državnog proračuna	100.000,00	1,76	0,00		0,00		
3.2.	prihodi iz županijskog proračuna	100.000,00	1,76	0,00		0,00		
4.	Prijenos prihoda prethodne godine	549.500,00	9,65	899.172,33	14,55	899.172,33	14,52	100
5.	Ostali nespomenuti prihodi	170.500,00	3,00	413.577,67	6,69	431.485,79	6,97	104
5.1.	sufinanciranje sajмова i prezentacija	10.000,00	0,18	96.411,41		96.411,41	1,55	100
5.2.	sufinanciranje PR-a, novinara	10.000,00	0,18	13.800,00		27.740,63	0,45	201
5.3.	sufinanciranje manifestacija	120.000,00	2,11	100.000,00		105.000,00	1,70	105
5.4.	sufinanciranje tiskanog materijala	20.000,00	0,35	56.850,00		43.954,65	0,71	77
5.5.	ostali prihodi	10.500,00	0,18	4.500,74		1.363,58	0,02	30
5.6.	refundacija e-nautike HTZ-a	0,00		117.996,27		117.996,27	1,91	100
5.7.	sufinanciranje udruženog oglašavanja, promo aktivnosti	0,00		24.019,25		39.019,25	0,63	162
6.	Prihodi od pružanja usluga	0,00		97.250,00	1,57	97.250,00	1,57	100

6.1.	Prihodi od oglašavanja, sponzorstva	0,00		97.250,00	1,57	97.250,00	1,57	100
	UKUPNO	5.690.000,00	100,00	6.180.000,00	100,00	6.192.793,31	100,00	100

5.1. sufinanciranje sajмова i prezentacija: HTZ 7.637,93 (Beč); Imperial 4.252,55 (St.Gallen), 8.223,78 (Vicenza), 10.975,61 (Padova); TZ Kvarner 49.833,73 (Stuttgart); TZO Lopar 10.000,00 (Stuttgart), 5.487,81 (Padova)

5.2. i 5.4. i od 5.3. 5.000,00 sufinancira TZO Lopar, a ostalih 100.000,00 HTZ za RF

5.7. sufinanciranje udruž.oglaš, promo akt.: Imperial 29.937,94; Rapska plovodba 5.000,00; Hoteli Rab 1.516,23;

Udruženje obrtnika Rab 1.000,00; Cilika Rab 743,64; Kamp Lando resort 439,67; Rajka Rab 189,98; Arbiana 191,79

6.1. prihodi od oglašavanja: TIA Partner d.o.o. 50.000,00; EPH Media d.o.o. 47.250,00

03. RASHODI

I ADMINISTRATIVNI RASHODI

Zadaća koja je u potpunosti ili gotovo planski odrađena, s naznakom da smo ove godine, dodatno smanjili ovu vrstu zadaća za 5%. Uštedili smo ukupno 78 tisuća kuna.

II DIZAJN VRIJEDNOSTI

01. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada

U suradnji sa Gradom Rabom i njegovim odjelom za komunalnu djelatnost usuglašen je zajednički program koji se odnosi na poboljšanje uvjeta boravka gosta a odnosi se na ulaganje u javne površine. Godišnje akcije „Više cvijeća manje smeća“ – akcija dijeljenja sadnica kao i otočna akcija čišćenja javnih površina „Zelena čistka“ u suradnji sa Gradom Rabom postala je tradicionalni dio naših zadaća.

Ostvarilo se 11% manje u odnosu na rebalans.

02. Manifestacije

KULTURNO ZABAVNE

14 po redu najvrijednija manifestacija u vrednovanju kulturne baštine otoka, Rabska fjera. Ove smo godine imali dodatnih marketinških akcija te smo Fjeru **popratili i ostvarili u rebalansom predviđenim vrijednostima.**

Ostale smo manifestacije isto tako popratili kako financijski tako i radno a sve sukladno financijskim mogućnostima (URS, RGV, Folklor, Klape, Limenu glazbu, Izložbe). Manifestacije, Rab roks festival Kanatu i Nautic pasion popratili smo koordinacijom sa POU i Gradom

Rabom. One su se gotovo ostvarile u identičnim brojkama kako smo i planirali uz mala odstupanja.

Sve smo kulturne manifestacije popratili sa predviđenim novčanim sredstvima i završili sa odstupanjem od 3% manje.

SPORTSKE MANIFESTACIJE

Sportske smo manifestacije popratili uglavnom sve, sukladno zahtjevima koji su pristigli u ured TZG Raba. Pratimo sve sportske manifestacije i događaje koji se događaju u pred i posezoni i koje su postale tradicionalne.

Realizirano sa 2% manje od planiranog rebalansa.

EKOLOŠKE MANIFESTACIJE

Ekološkim manifestacijama potpomažemo i iniciramo proizvodnju autohtonih izvornih proizvoda koji su vrlo bitni za ukupni turistički proizvod otoka.

Realizirali smo identičan program koji smo i planirali te smo uštedjeli na Eko šetimani i na Festivali janjetine kao i na salsi.

OSTALE MANIFESTACIJE

Božić i Nova godina su manifestacije koje smo realizirali sa puno više sredstava od planiranog rebalansa, a sve sukladno odluci Vijeća TZG Raba od 25.11.2015. godine.

03. DMO

Započeti posao u 2013 godini dovršili smo odlukom u siječnju 2014 oko Slogana i Vizualnog identiteta. Na osnovu toga pristupilo se odabiru i realizaciji:

- Dizajnu vizuala i loga te knjizi standarda destinacije otok Rab
- Promjeni svih vizuala bill bordova
- Osmišljavanju i pripremanju roll up plakata za nastupe i prezentacije
- Odabiru tvrtke za izradom novih web stranica
- Pripremanje i dizajniranje svih promidžbenih materijala sukladnom novom vizualu.
- Pripremljen materijal za daljnju realizaciju i brendiranje odredišta
- Mystery guest – tajnim kupcem, ove smo godine ispitali najbolje djelatnike u turizmu za područje našeg otoka.

Zadaće DMO-a završili smo sa ukupno 8% manje sredstava od rebalansom planiranih.

04. POTPORA DMO

Kroz ovu vrstu zadaća potpomogli smo daljnji razvoj DMO-a kroz PPS 365 Hrvatska 365 i Mobilni vodič gdje smo rebalansom planirali veći iznos nego što smo ostvarili posebno u akcijama PPS 365 ili ukupno 5% manje

Zadaće pod rednim brojem II – DIZAJN VRIJEDNOSTU ukupno su odrađene sa 11% više od rebalansom predviđenih.

III KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

- **On line komunikacije** odrađene su sa **8% više** od rebalansom predviđenih sredstava.
Zadaće koje se odnose na ovu vrstu vrijednosti opisane su u tabeli godišnjeg programa i financijskog plana.
- **Off line komunikacije** odrađene su sa **3% manje** od rebalansom planiranih sredstava.
 Udruženo oglašavanje 14% manje
 Opće oglašavanje 2% više
 Avio oglašavanje sa TZK i PR u planiranim iznosima
 Brošure i tiskani materijal 3% više
 Suveniri i promo materijali 15% manje
 Turistička signalizacija 16% manje
 Smeđa signalizacija odrađena u planiranim iznosima

Ukupno zadaće pod rednim brojem III Komunikacija vrijednosti, ili sve gore navedeno, ostvareno je sa 1% manje sredstava od rebalansom planiranih.

IV DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

Sajamske smo aktivnosti odradili u potpunosti, u suradnji sa TZO Lopara, Imperial d.d. i TZK.

Sajamske smo aktivnosti realizirali sukladno predloženom rebalansu

Svake, pa tako i ove godine imamo značajan porast posjeta stranih novinara i agenata što je i uzrokom PR aktivnostima tijekom godina. Smatramo da ne trebamo odbiti novinara koji želi doći na otok i o našem otoku napisati reportažu.

Ove smo aktivnosti realizirati sa 8% više sredstava od rebalansom planiranih.

TABLICA NOVINARA

Popis predstavnika stranih medija koji su u sezoni 2015. posjetili otok Rab.

* razdoblje: travanj 2015. do listopad 2015.

- U suradnji sa Hrvatskom turističkom zajednicom i turističkom zajednicom Kvarnera:

	Ime i Prezime	Zemlja	Medij	Hotel	Period
1.	Chris Bushill	GB	Freelance	G.H. Imperial	09.05.-10.05.
2.	Trishala Maheshvari	GB	Travel XP Channel	Privatno	19.05.-21.05.
3.		GB	Travel XP Channel	Privatno	19.05.-21.05.
4.	Vanessa Teering	NL	Reisgraag.nl	Residence SM	08.06.-11.06.
5.	Thomas Lenting	NL	Reisgraag.nl, Freelance	Residence SM	08.06.-11.06.
6.	Annie Kobus	PL	National Geographic PL	Residence SM	25.07.-27.07.
7.	Krzysztof Kobus	PL	National Geographic PL	Residence SM	25.07.-27.07.

8.	Martin Rechsteiner	CH	Freelance, Bloger	G.H. Imperial	26.09.-27.09.
9.	Francoise Cus	BE	Magazine Nautica	G.H. Imperial	28.09.-29.09.
10.	Koen Vanderpoorten	BE	Varen, Aquamedia	G.H. Imperial	28.09.-29.09.
11.	Melanie de Vries	NL	360* Outdoormagazine	G.H. Imperial	28.09.-29.09.
12.	Yvonne Dudock	NL	360* Outdoormagazine	G.H. Imperial	28.09.-29.09.
13.	Sebastian Bedaux	BE	De Morgen Magazine	G.H. Imperial	28.09.-29.09.
16.		DE	Freelance	G.H. Imperial	09.05.-12.05.
24.		IT	Freelance	G.H. Imperial	24.07.-27.07.
25.	Gunther Perje	DE	Reise TV	Padova	25.07.-27.07.
26.	Sabine Walter	DE	Reise TV	Padova	25.07.-27.07.

- U suradnji sa PR agentom za Nizozemsku TravelP Roof :

	Ime i Prezime	Zemlja	Medij	Hotel	Period
1.	Linda Korsten	NL	Fiets Actiev, Het Parool	GH Imperial	07.05.-14.05.
2.	Marko Mulders	NL	Freelance	GH Imperial	07.05.-14.05.
3.	Linnemoor Loije	NL	BNN TV, 3 op Reis	GH Imperial	10.08.-11.08.
4.	Geraldine Kemper	NL	BNN TV, 3 op Reis	GH Imperial	10.08.-11.08.
5.	Kim Smeekes	NL	BNN TV, 3 op Reis	GH Imperial	10.08.-11.08.
6.	Bart Stoffers	NL	BNN TV, 3 op Reis	GH Imperial	10.08.-11.08.
7.	Mark Wagemakers	NL	Travel Valley, Joop.nl, Bouillon	GH Imperial	26.09.-29.09.
8.	John de Graaf	NL	Puur op Reis, Puur Naturisme	GH Imperial	26.09.-29.09.

Suradnja sa PR agenturom TavelP Roof iz Nizozemske započeta je u siječnju 2015. godine. i prema ugovor, vrijednom 6.000,00 Eura, traje do isteka kalendarske 2015. godine.

Odrađene zajedničke aktivnosti rezultirale su objavama u nizozemskim i belgijskim medijima, kako u klasičnim tiskanim, tako i u online medijima u ukupnoj vrijednosti od 110.000,00 Eura

Suradnja sa navedenim medijima, posebno sa TV postajom BNN TV, rezultirati će reportažom u 2016., o Hrvatskoj, a u kojoj će biti predstavljen i Rab, a vrijednost tih nekoliko minuta je iznimno velika.

- U suradnji sa PR agentom za Njemačku i Austriju, A.R.T. :

	Ime i Prezime	Zemlja	Medij	Hotel	Period
1.	Heinz Grotsching	AT	Alpe Adria Magazin	Hotel Padova	30.03. – 02.04.
2.	Volker Feuerstein	DE	Fuldaer Zeitung, Reise Journal	GH Imperial	26.05. – 29.05.
3.	Claudia Diemar	DE	Freelance	Hotel Barbat	01.06. – 03.06.
4.	Thomas Breitling	DE	ACE.de, ACE Magazin	GH Imperial	02.06. – 04.06.
5.	Werner Graff	DE	BW Magazin	GH Imperial	04.06. – 06.06.

Suradnja sa PR agencijom A.R.T. iz Austrije, započeta je u veljači 2015. i prema Ugovoru vrijednom 6 000,00 Eura traje do isteka 2015. godine.

U spomenutom razdoblju ostvareno je 5 press putovanja, slanje 3 newslettera, a sve zajedno rezultiralo je čitavim nizom objava u ukupnoj vrijednosti od 146.461,00 Eura. U spomenuti iznos nisu uračunate vrijednosti online objava na 7 različitih web portala. Objave nekih od prethodno spomenutih medija, očekuju se i u idućoj 2016. godini.

- Samostalno TZG Raba

	Ime i Prezime	Zemlja	Medij	Hotel	Period
1.	Henry Cole	GB	Travel Channel TV	Residence SM	17.05.-18.05.
2.	Nina Rieck	GB	Travel Channel TV	Residence SM	17.05.-18.05.
3.	Luke Clayden	GB	Travel Channel TV	Residence SM	17.05.-18.05.
4.	Hamish Rieck	GB	Travel Channel TV	Residence SM	17.05.-18.05.
5.	Željko Stuić	HR	Nautical Channel TV	Privatno	05.06.-07.06.
6.	Vlatka Pokos	HR	Nautical Channel TV	Privatno	05.06.-07.06.
7.		GB	Nautical Channel TV	Privatno	05.06.-07.06.
8.		GB	Nautical Channel TV	Privatno	05.06.-07.06.
9.	Duša Podbevšek	SI	Dnevnik SI	GH Imperial	25.07.-27.07.
10.	Sebastjan Hočevar	SI	Traveller Magazin	Hotel International	25.07.-27.07.
11.	Gerald Nowak	DE	Tauchen Magazin	GH Imperial	23.08.-29.08.
12.	Sibylle Gerlinger	DE	Tauchen Magazin	GH Imperial	23.08.-29.08.

Jedan vid Tv/online suradnje dogovoren je sa produkcijskom ekipom, vodećeg svjetskog nautičkog lifestyle TV kanala, **Nautical Chanel** koji se emitira u 44 zemlje svijeta.

U sklopu serijala **Sail-Ho Croatia** predstaviti će se i sve nautičke strasti Raba. Snimanja za ovaj projekt odvijala su se na proljeće i ljeto, a emitiranje će započeti u prosincu 2015. i trajati će do sredine 2016. godine. Inače cijeli serijal će biti proizveden na engleskom jeziku, a prevesti će se i na njemački, francuski i ruski jezik.

S obzirom da je Nautical Chanel jedan od najutjecajnijih nautičkih kanala u svijetu, biti će ovo idealna prilika da Rab predstavimo isključivo ciljanoj publici, koju zanima nautika, sport, općenito gledano jednoj veoma poželjnoj skupini gostiju.

Isto tako dogovorena je suradnja sa još jednim svjetski poznatim Tv kanalom, a riječ je o **Travel Channelu**. Njihova Tv ekipa boravila je na Rabu sredinom svibnja 2015. kao bi snimili reportažu za **World's Greatest Motorcycle Rides**. Dakle, Rab će od strane poznatog engleskog voditelja Henry Colea biti preporučan kao jedna od destinacija koju obavezno treba posjetiti na ruti od Italije do Crnog mora.

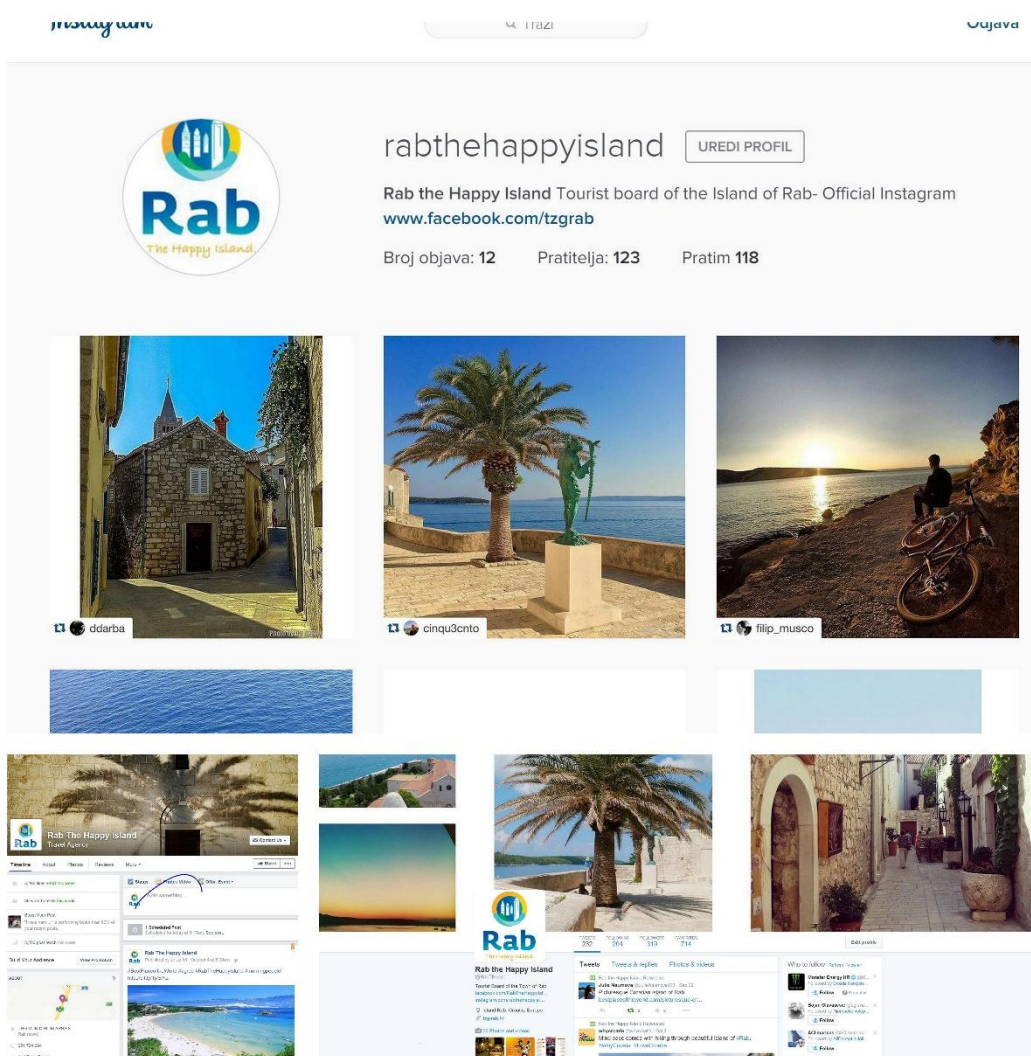
Osim Henrya Colea, još jedna veoma cijenjena osoba iz svijeta medija boravila je na Rabu ovog kolovoza, a riječ je o jednom od najpoznatijih njemačkih novinara i

fotografa, gospodinu Geraldu Nowaku. Sa gospodinom Nowakom, a uz pomoć i suradnju Kron Diving Centra, njemačkom trištu će biti prikazane i približene sve podmorske zanimljivosti Raba.

Ovogodišnje prezentacije bilježe značajan rast ostvarenja iz razloga:

- Nastup URS na sajmu u Stuttgartu, u suradnji sa TZK koja je bila Regija partner na spomenutom sajmu, u okviru rebalansom predviđenih sredstava.

TABLICA DRUŠTVENE MREŽE



Izješće: održavanje društvenih mreža Facebook, Twitter, Instagram #RabTheHappyIsland- Turistička zajednica grada Raba

Hashtag i naziv korišten za sve društvene mreže trenutno aktivne u sklopu promidžbe TZ Rab jest "RabTheHappyIsland" u svrhu uspostave novog vizualnog standarda i jačanja prepoznatljivosti novog slogana, ili ključnih riječi, u kontekstu aktivnosti na Internetu.

FACEBOOK

Upravo zbog prethodno navedenog razloga, 18.3. pokrenuta je nova FCBK stranica s novim nazivom i strategijom.

U periodu između 18.3.- 14.9.- stranica je prikupila 5249 followera, od čega je do istih došla organskim i plaćenim putem.

Ukupan budžet uloženi u 19 kampanja: \$574.56 (3.834 KN).

Riječ je o testnim kampanjama kako bi se prvo detektirao najveći interes i kako bi se znao strateški rasporediti ostatak budžeta namijenjen za promidžbu stranice i prikupljanje followera. Pojedine kampanje iskorištene su za promidžbu strateških evenata u destinaciji.

Statistički, najveći reach dosegnut je u populaciji:

- Spol: žene (62%),
- Dob: od 35-44 godine,
- Geografski: najvećem broju (oko 3000) s prostora bivše Jugoslavije, nakon čega u značajnijem omjeru slijede, Italija, Njemačka, Mađarska, Austrija.

Ukupni planirani budžet za oglašavanje: 10.000,00 KN (do kraja 2015.)

Trenuto aktivne 4 kampanje za inozemno tržište: Italija, Austrija, Njemačka, UK. U prosjeku se objavljuje 3 puta tjedno, u sezoni češće, a naročito kod strateških manifestacija.

Dosadašnja strategija je bila privući što veći broj aktivnih followera kako bi sadržaji objavljeni na stranici imali veći doseg i konstruktivno angažirali ciljne skupine. Također, namjera je istaknuti medijska praćenja i pozitivan PR, kao i apostrofirati dojmove posjetitelja koji ostavljaju pozitivan feedback na društvenim mrežama. Statistika dosega pojedinih objava upravo pokazuje da su najčitanije objave, ujedno i one koje se najviše dijele, objave fotografija posjetitelja te medijska promidžba destinacije uz pojedine objave vezane uz aktualnosti u destinaciji.

Ljetni mjeseci iskorišteni su za testne kampanje kako bi se demografski detektirao najveći interes, a organski prikupio šta veći broj followera koji češće pretražuju sve o destinaciji na Internetu i veća je vjerojatnost da će do stranice doći pretraživanjem. Nakon toga napravljen je marketing plan za preostali iznos od ukupnog ovogodišnjeg budžeta za FCBK promidžbu, koji će biti raspoređen prema skupinama s najviše dosega. Kampanje su u tijeku.

Cilj je postepeno podizanje broja followera kako bi se radila konstruktivna i kvalitetna baza angažiranih visitor koji sheraju informacije i dojmove, uključuju se u rasprave i komentiranja, koriste jedinstveni hashtag zbog lakše prepoznatljivosti, pretraživosti i dosega.

TWITTER

Ukupan broj followera je 319.

Twitter je društvena mreža na kojoj se TZ odlučio prikupljati followere organski, bez budžeta namijenjenog u tu svrhu.

U prosijeku se sharea, retvita, komentira, odgovara i autorski obradi na desetke objava tjedno.

Cilj i na ovoj mreži je uspostava jedinstvenog hashtaga kod korisnika, kako bi se lakše pratila dodijeljenja i postigao kvalitetan reach, što će dodatno povećati i broj followera na samoj stranici istoga imena.

INSTAGRAM

Zbog procjene važnosti uspostave profila na Instagramu zbog brandiranja samog naziva, zauzimanja istoga, pretraživanja i pozicioniranosti, povremeno se održava aktivnost i na ovoj društvenoj mreži na kojoj ponajviše posjetitelja ostavlja svoje fotografije i dojmove iz destinacije. Unatoč minimalnoj aktivnosti, stranica je prikupila 123 pratitelja.

Skladištenje materijala odrađeno sa 24% manje sredstava

Ukupno smo zadaće pod rednim brojem IV Distribucija i prodaja vrijednosti realizirali smo sa 1 % više sredstava od rebalansom predviđenih.

V INTERNI MARKETING

Edukacija je neminovnost kako zaposlenika tako i svih sudionika turističkog otočnog gospodarstva. 2015 godine akcija Plavi cvijet više ne postoji dok akcija koju provodi HGK, HTV i Institut za turizam – Pilar agencija, „Turistički cvijet – Kvaliteta za hrvatsku, objavljena na DHT u Poreču. Dugogodišnji gosti su redovita briga Ureda TZG Raba.

Aktivnosti pod rednim brojem V Interni marketing su realizirane sa 33% manje sredstava od predviđenog rebalansa.

VI MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Ovim zadaćama pratimo rad na jedinstvenom informatičkom sustavu kao i formiranje baze podataka. Naime, pokušali smo novim fotografijama sa domaćim fotografima tematski obraditi područje otoka fotografijama koje nedostaju za daljnju promidžbu i marketinšku infrastrukturu.

- 5 video klipa– gastro, kultura , doživljaj, opći i Fjera
- Video klip Grab the bike and ride MTB realiziran

Ove su zadaće odrađene su sa 30% manje sredstava od rebalansom predviđenih.

VII POSEBNI PROGRAMI

Posebnim programima nismo popratili nikoga.

IX TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU 30%

Naravno ne smije zaboraviti niti dio sredstava koja se sukladno članku 26. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i sukladno odredbama članka 20 Zakona o boravišnoj pristojbi, raspodjeljuju jedinici lokalne samouprave.

U proračun Grada Raba izdvojili smo sukladno rebalansu za 2015 godinu ili 1.251.664,17 kuna, a na osnovu uplaćenih sredstava iz osnova BP.

Temeljem dosadašnje prakse i preporuke internih revizorskih naputaka, TZG Raba kontinuirano prenosi dio sredstava u iduću godinu zbog normalnog funkcioniranja tijekom prvih sedam mjeseci u godini i radi svih pripremnih zadaća koje nas očekuju tijekom istih, pa smo tako učiniti i ove godine. Za normalno funkcioniranje potrebno je najmanje 700.000,00

Ostvarili smo 644.521,48 kuna za prijenos u 2016 godinu ili 13% više od rebalansom planiranog.

04. ZAKLJUČAK

Smatramo da smo poslovnu turističku godinu, s obzirom na sve okolnosti koje su nas pratile tijekom 2015 godine, svi zajedno odradili ponovo dobro. Nismo dostigli željene fizičke pokazatelje, ali sa financijskom možemo biti zadovoljni. Ukupno smo rashodovnu stranu realizirali sa 5.548.271,83 kune ili 1% manje od rebalansom predviđenih te iz tih osnova ne trebamo raditi dodatne izmjene i nadopune financijskog plana i programa za 2015 godinu.

TABLICA RASHODA

R.B.	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2015.	STRUK TURA	REBALANS 2015.	STRUK TURA	OSTVARENO 2015.	STRUK TURA	INDEKS 7/5
1	2	3	4	5	6	7	8	9
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	1.573.000,00	29,05	1.690.996,27	30,13	1.610.416,79	29,03	95
1.	RASHODI ZA RADNIKE	1.199.000,00	22,15	1.310.036,27	23,34	1.287.713,72	23,21	98
1.1.	ured	590.000,00	10,90	590.000,00	10,51	578.938,73	10,43	98
1.2.	TIC	609.000,00	11,25	609.000,00	10,85	597.738,72	10,78	98
1.3.	e-nautika	0,00		111.036,27	1,98	111.036,27	2,00	100
2.	RASHODI UREDA, TIC-A, E-NAUTIKE	350.000,00	6,46	356.960,00	6,36	300.999,60	5,43	84
2.1.	ured	195.000,00	3,60	195.000,00	3,47	167.478,83	3,02	86
2.2.	TIC	155.000,00	2,86	155.000,00	2,76	126.560,77	2,28	82
2.3.	e-nautika	0,00		6.960,00	0,13	6.960,00	0,13	100

3.	RASHODI ZA RAD TIJELA TZG	24.000,00	0,44	24.000,00	0,43	21.703,47	0,39	90
3.1.	Skupština	12.000,00	0,22	20.000,00	0,36	18.087,10	0,33	90
3.2.	Turističko vijeće	10.000,00	0,18	3.000,00	0,05	3.616,37	0,06	121
3.3.	Nadzorni odbor	2.000,00	0,04	1.000,00	0,02	0,00		
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	963.000,00	17,79	916.000,00	16,32	1.014.358,43	18,28	111
1.	POTICANJE I SUDJELOVANJE U UREĐENJU GRADA	50.000,00	0,92	40.000,00	0,71	35.508,09	0,64	89
1.1.	Projekt Volim Hrvatsku	50.000,00	0,92	40.000,00	0,71	35.508,09	0,64	89
1.1.1.	Više cvijeća manje smeća	15.000,00		21.600,91		17.109,00		
1.1.2.	Akcije čišćenja plaža i mjesta	10.000,00		8.399,09		8.399,09		
1.1.3.	Uređenje plaža	25.000,00		10.000,00		10.000,00		
2.	MANIFESTACIJE	648.000,00	11,97	723.000,00	12,88	836.067,82	15,07	116
2.1.	Kulturno-zabavne	465.000,00	8,59	549.710,00	9,80	530.748,97	9,57	97
2.1.1.	14. Rabska fjera	120.000,00		202.280,05		202.280,05		
2.1.2.	Udruga rapskih samostreličara	20.000,00		20.000,00		20.000,00		
2.1.3.	Rab rocks	120.000,00		115.000,00		112.080,06		
2.1.4.	Rab nautic passion	30.000,00		9.000,00		8.070,03		
2.1.5.	Kanata	40.000,00		50.000,00		39.178,32		
2.1.6.	Rapske glazbene večeri	20.000,00		20.000,00		20.000,00		
2.1.7.	Klape	20.000,00		20.000,00		20.000,00		
2.1.8.	Folklor	20.000,00		20.000,00		20.000,00		
2.1.9.	Limena glazba	20.000,00		15.000,00		15.000,00		
2.1.10.	Rapsko likovno ljeto	20.000,00		20.000,00		20.000,00		
2.1.11.	Rapska zvona	20.000,00		20.000,00		17.050,01		
2.1.12.	Ostalo	15.000,00		38.429,95		37.090,50		
	Dan državnosti 9.731,81; Swiss made band 6.937,00; Rab fashion show 8.000,00; Brod kulture 2.307,50; Gustafi 6.012,50; J.Butorac & M.Žmak 2.600,00; Dan grada 134,00; Kabiljo/Štefančić 1.367,69							
2.2.	Sportske manifestacije	48.000,00	0,89	41.290,00	0,74	40.290,00	0,73	98
2.2.1.	Udičarenje	5.000,00		5.000,00		5.000,00		
2.2.2.	Triatlon	5.000,00		5.000,00		5.000,00		
2.2.3.	Kup u podvod. ribolovu	3.000,00		3.000,00		3.000,00		
2.2.4.	Vaterpolo turnir	3.000,00		3.000,00		3.000,00		
2.2.5.	Teniski turniri	4.000,00		4.000,00		4.000,00		
2.2.6.	Kajak regata	4.000,00		4.000,00		4.000,00		
2.2.7.	Jedriličarska regata	4.000,00		4.000,00		0,00		
2.2.8.	Utrka MTB	15.000,00		4.290,00		4.290,00		

2.2.9.	Trekking	5.000,00		5.000,00		5.000,00		
2.2.10.	Rukometni turnir 4 zvonik	0,00		4.000,00		2.000,00		
2.2.11.	MK Arba ridersi - karavana za život	0,00		0,00		5.000,00		
2.3.	Ekološke manifestacije	95.000,00	1,75	73.000,00	1,30	49.682,87	0,90	68
2.3.1.	Eko šetimana	30.000,00		30.000,00		11.869,00		
2.3.2.	Dani maslina i maslinovog ulja	10.000,00		0,00		0,00		
2.3.3.	Dani šparoga	15.000,00		8.739,11		8.739,11		
2.3.4.	Fiesta di salsa	20.000,00		5.000,00		3.000,00		
2.3.5.	Festival rapske janjetine	20.000,00		29.260,89		26.074,76		
2.4.	Ostale manifestacije	20.000,00	0,37	30.000,00	0,52	187.279,35	3,37	624
2.4.1.	Božić	10.000,00		15.000,00		30.841,93		
2.4.2.	Nova godina	10.000,00		15.000,00		156.437,42		
2.5.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifest.)	20.000,00	0,37	29.000,00	0,52	28.066,63	0,50	97
2.5.1.	Tradicijska i kulturna događanja u mjestima	20.000,00		29.000,00		28.066,63		
	Karneval 10.066,63; Križi 4.000,00; Šištovica 3.000,00; Petrova 3.000,00; sv.Eufemija 5.000,00; sv.Matej 3.000,00							
3.	DMO	95.000,00	1,75	93.000,00	1,66	85.586,10	1,54	92
3.1.	DBM	70.000,00	1,29	68.000,00	1,21	67.586,10	1,22	99
3.2.	Mystery guest	20.000,00	0,37	20.000,00	0,36	18.000,00	0,32	90
3.3.	Kvarner family	5.000,00	0,09	5.000,00	0,09	0,00		
4.	POTPORA RAZVOJU DMO-A	170.000,00	3,15	60.000,00	1,07	57.196,42	1,03	95
4.1.	Projekt PPS Hrvatska 365	40.000,00	0,74	20.000,00	0,36	17.396,42	0,31	87
4.2.	Mobilni vodič	30.000,00	0,55	40.000,00	0,71	39.800,00	0,72	99
4.3.	Javni prijevoz	80.000,00	1,49	0,00		0,00		
4.4.	Projekti EU fondova	20.000,00	0,37	0,00		0,00		
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	1.127.000,00	20,82	1.155.000,00	20,59	1.141.472,75	20,57	99
1.	ONLINE KOMUNIKACIJE	160.000,00	2,96	190.000,00	3,39	204.602,16	3,69	108
1.1.	Internet oglašavanje	90.000,00	1,67	120.000,00	2,14	134.199,52	2,42	112
	Travel Network,Muenchen 59.169,12; APL Media 15.658,58; Udruga Livingstone 20.880,00; Petit Fute 11.655,00; Arbona 10.000,00; Art studio Hagall 6.250,00; Facebk 5.932,65; Dnevnik 3.275,09; Apple Lux.60,90; Bloger CH 390,00; Rab bit 490,00; Bank.usl. 438,18							

1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	70.000,00	1,29	70.000,00	1,25	70.402,64	1,27	101
1.2.1.	Održavanje i redizajn internet stranica	40.000,00		39.766,25		40.168,89		
	Arbona 28.125,00; Web Arba 4.500,00; Adverbium 3.918,76; Muntidor servis 1.938,75; Infotel 1.686,38							
1.2.2.	Sed panorama	30.000,00		30.233,75		30.233,75		
2.	OFFLINE KOMUNIKACIJE	817.000,00	15,09	852.375,00	15,19	823.340,21	14,85	97
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora - Udruženo oglašavanje	70.000,00	1,29	95.000,00	1,70	81.307,36	1,47	86
	KG Media, At 56.102,48; Arbona 24.889,88; Bank.usluge 315,00							
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	130.000,00	2,40	140.000,00	2,49	142.862,13	2,57	102
	Avtomedija 6.096,00; Mladina 5.547,02; Fabrika 11.437,50; Dnevnik 19.208,09; Reise TV 22.534,79; KG Media Poreč 4.750,00; Eho 450,00; Rab Bit 1.515,00; Video studio Piloto 1.000,00; Zone six Zg 4.750,00; Adam Kaj 4.875,00; Tip Kreativa 15.000,00; Obrt Amali doare 10.000,00; HRT 5.076,56; Novi list 6.250,00; Otvoreni radio 12.500,00; Eupr Tenderi 1.603,76; Imperial 1.364,91; Mag.Michaela Mazakarini 1.922,50; Radio Rab 3.960,00; Put.troš. 1.446,00; Bank.usl. 1.575,00							
2.3.	Avio oglašavanje TZPGŽ	30.000,00	0,55	56.186,86	1,00	56.186,86	1,01	100
2.4.	PR agenture	135.000,00	2,49	118.000,00	2,10	114.153,81	2,06	97
2.4.1.	Nizozemska	50.000,00		50.000,00		46.643,75		
2.4.2.	TZPGŽ (sufinanc. DE,GB,IT,SLO)	25.000,00		21.265,06		21.265,06		
2.4.3.	PR mediji	20.000,00		0,00		0,00		
2.4.4.	Newsletteri	20.000,00		0,00		0,00		
2.4.5.	Njemačka	20.000,00		46.734,94		46.245,00		
2.5.	Brošure i ostali tiskani materijali	267.000,00	4,94	286.375,00	5,10	296.200,40	5,35	103
2.5.1.	Imidž brošura Rab	80.000,00		100.000,00		89.329,49		
2.5.2.	Rab expirience brošura	50.000,00		47.000,00		58.100,00		
2.5.3.	Info karta grada Raba	40.000,00		38.875,00		38.875,00		
2.5.4.	Letci i separati	10.000,00		10.000,00		2.800,00		
2.5.5.	Biciklistička karta otoka	70.000,00		62.500,00		62.500,00		

2.5.6.	Kalendar događanja	17.000,00		28.000,00		25.890,01		
2.5.7.	Kvarner magazin	0,00		0,00		18.705,90		
2.6.	Suveniri i promo materijali	55.000,00	1,02	76.813,14	1,37	65.039,25	1,17	85
2.6.1.	Suveniri	20.000,00		19.004,39		4.105,50		
2.6.2.	Banneri i zastave	20.000,00		44.158,75		47.283,75		
2.6.3.	Promo majice	15.000,00		0,00		0,00		
2.6.4.	Stakleni panoi Raba	0,00		3.900,00		3.900,00		
2.6.5.	Vrećice Rab	0,00		9.750,00		9.750,00		
2.7.	Turistička signalizacija	130.000,00	2,40	80.000,00	1,43	67.590,40	1,22	84
2.7.1.	Biciklističke i pješačke staze	40.000,00		0,00		0,00		
2.7.2.	Info kiosk	80.000,00		50.000,00		43.571,25		
2.7.3.	City light	10.000,00		30.000,00		24.019,15		
3.	SMEĐA SIGNALIZACIJA	150.000,00	2,77	112.625,00	2,01	112.625,00	2,03	100
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	312.000,00	5,76	411.000,00	7,32	416.988,68	7,52	101
1.	SAJMOVI	122.000,00	2,25	169.100,00	3,01	169.029,92	3,04	100
1.1.	Beč, Austrija	7.500,00	0,14	21.427,31	0,38	21.427,31	0,38	100
1.2.	Stuttgart, Njemačka	20.000,00	0,37	31.438,83	0,56	31.438,83	0,56	100
1.3.	Muenchen, Njemačka	14.000,00	0,26	6.514,50	0,12	6.514,50	0,12	100
1.4.	Nuenberg, Njemačka	9.500,00	0,18	11.407,14	0,20	11.407,14	0,21	100
1.5.	Padova, Italija	10.000,00	0,18	33.669,90	0,60	33.669,90	0,61	100
1.6.	St.Gallen, Švicarska	10.000,00	0,18	26.894,11	0,48	26.894,11	0,48	100
1.7.	Utrecht, Nizozemska	9.000,00	0,17	10.095,88	0,18	10.025,80	0,18	100
1.8.	Essen, Njemačka	9.000,00	0,17	6.460,75	0,12	6.460,75	0,12	100
1.9.	Zurich, Švicarska	10.000,00	0,18	0,00		0,00		
1.10.	Vicenza, Italija	13.000,00	0,24	21.191,58	0,37	21.191,58	0,38	100
1.11.	Brno, Češka	10.000,00	0,18	0,00		0,00		
2.	STUDIJSKA PUTOVANJA	100.000,00	1,85	100.000,00	1,78	107.612,47	1,93	108
2.1.	Novinari	80.000,00	1,48	80.000,00	1,43	93.996,90	1,69	117
2.2.	Agenti	20.000,00	0,37	20.000,00	0,35	13.615,57	0,24	68
3.	POSEBNE PREZENTACIJE	80.000,00	1,48	140.000,00	2,50	139.810,29	2,52	100
3.1.	Hrvatska	10.000,00	0,18	8.882,61	0,16	8.882,61	0,16	100
3.2.	Slovenija	15.000,00	0,28	0,00		414,00	0,01	
3.3.	Njemačka	45.000,00	0,84	105.161,74	1,88	105.161,74	1,90	100
3.4.	Italija	10.000,00	0,18	0,00		0,00		
3.5.	Nizozemska	0,00		3.548,26	0,06	3.548,26	0,05	100
3.6.	Grad prijatelj -	0,00		5.952,00	0,11	5.952,00	0,11	100

	Koenigsbrunn							
3.7.	Grad prijatelj -San Marino	0,00		16.455,39	0,29	15.851,68	0,29	96
4.	DISTRIBUCIJA MATERIJALA I NAJAM SKLADIŠTA	10.000,00	0,18	1.900,00	0,03	1.441,38	0,03	76
V.	INTERNI MARKETING	70.000,00	1,29	70.000,00	1,25	46.589,38	0,84	67
1.	EDUKACIJA	20.000,00	0,37	30.000,00	0,54	3.212,75	0,06	11
2.	KOORDINACIJA SUBJEKATA KOJI SU NEPOSREDNO ILI POSREDNO UKLJUČENI U TURISTIČKI PROMET	10.000,00	0,18	5.000,00	0,09	7.516,78	0,14	150
3.	NAGRADE I PRIZNANJA	40.000,00	0,74	35.000,00	0,62	35.859,85	0,64	102
3.1.	Volim Hrvatsku DHT	20.000,00	0,37	20.000,00	0,36	19.761,10	0,36	99
3.2.	Dugogodišnji gosti	20.000,00	0,37	15.000,00	0,26	16.098,75	0,28	107
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	95.000,00	1,75	95.000,00	1,69	66.781,63	1,20	70
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	30.000,00	0,55	60.000,00	1,06	58.406,25	1,05	97
1.1.	video klip eko	30.000,00	0,55	30.000,00	0,53	24.968,75	0,45	83
1.2.	virtualne šetnje kulturno- arhitektonske znamenitosti	0,00		30.000,00	0,53	33.437,50	0,60	111
2.	DVD Rab	30.000,00	0,55	0,00		0,00		
3.	Formiranje baze podataka	20.000,00	0,37	20.000,00	0,36	0,00		
4.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	10.000,00	0,19	10.000,00	0,18	6.700,00	0,12	67
5.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)	5.000,00	0,09	5.000,00	0,09	1.675,38	0,03	34
VII.	POSEBNI PROGRAMI	5.000,00	0,09	5.003,73	0,09	0,00		
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	5.000,00	0,09	5.003,73	0,09	0,00		
VIII.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)	1.269.000,00	23,45	1.269.000,00	22,61	1.251.664,17	22,56	99
	SVEUKUPNO RASHODI	5.414.000,00	100,00	5.612.000,00	100,00	5.548.271,83	100,00	99
	PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆOJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)	276.000,00		568.000,00		644.521,48		113

Usporedbe radi financijski pokazatelji TZG Raba za posljednje tri godine, a koji se odnose na ukupne prihode izgledaju ovako:

U 2013 godini ostvareno je	5.950.941,60 kuna
U 2014 godini ostvareno je	6.052.165,31 kuna
U 2015 godini ostvareno je	6.192.793,31 kuna

Ili

Usporedba ostvarenja financijskih pokazatelja za posljednje tri godine, a koja se odnose na ostvarenje iz osnova BP i TČ

U 2013 godini BP	4.191.628,94 kuna
U 2014 godini BP	4.161.449,01 kuna
U 2015 godini BP	4.255.647,44 kuna

U 2013 godini TČ	490.738,11 kuna
U 2014 godini TČ	509.763,97 kuna
U 2015 godini TČ	509.237,75 kuna

UKUPNO U 2013 godini ostvareno je	4.682.367,05 kuna
UKUPNO U 2014 godini ostvareno je	4.671.121,90 kuna
UKUPNO U 2015 godini ostvareno je	4.764.885,10 kuna

Budžet TZG Raba iz dva osnovna izvora prihoda, bez obzira na zakonske odredbe i vremenske prilike, se je u odnosu na 2013 godinu povećao za cca 80.000,00 kuna.

Rab, 31.03.2016.

Ured TZG Raba
Nedjeljko Mikelić bacc. oec.
Direktor Ureda

Predsjednik TZG Raba
Nikola Grgurić, dipl.oec.