

**TURISTIČKA ZAJEDNICA
ZAGREBAČKE ŽUPANIJE**



**PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN
ZA 2013. GODINU**

Listopad, 2012.

**Program sastavila: mr.sc. Ružica Rašperić
direktorica TZ Zagrebačke županije**

UVOD

Turizam je za Zagrebačku županiju postao strateški važan kao dio gospodarskog sektora jer ima direktan učinak na gospodarsko, društveno i ekološko blagostanje njenog područja.

„Opsežne transformacije s kojima je turizam suočen u ovim promjenjivim vremenima moraju rezultirati novim pristupom od strane javnog i privatnog sektora. Unatoč većoj konkurenciji, uzrokovanoj pojavom novih i razvojem postojećih destinacija, u turizmu je vidljiva promjena „omjera snaga“ u smjeru dominantnog utjecaja klijenata.

Glavni marketinški ciljevi za područje središnje Hrvatske za razdoblje 2010.-2014., prema prioritetima su:

1. DMK inicijativa - stvaranje novog turističkog proizvoda i doživljaja,
2. prelazak na sljedeću generaciju elektroničkog marketinga,
3. stvaranje i afirmacija brenda pod jedinstvenom marketinškom platformom (organizacijska destinacijskog marketinga)“; Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2010.-2014., THR & Horwath.

Sukladno Strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma za razdoblje 2010.-2014., Strategiji i programima održivog gospodarskog razvoja Zagrebačke županije 2002.-2015. (Ekonomski institut Zagreb, 2002.), Županijskoj razvojnoj strategiji 2010.-2013. (Institut za međunarodne odnose, Zagreb, 2010.) i Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08) Turistička zajednica Zagrebačke županije će i u narednom razdoblju raditi na unapređenju, očuvanju i promociji svih elemenata turističkog proizvoda Zagrebačke županije, te poticati i pomagati razvoj turizma u Županiji, ali istovremeno i njenim gradovima i općinama. Pojačanje aktivnosti koordinacijske funkcije i suradnja s nižim i višim ustrojem i svim pravnim i fizičkim osobama neposredno ili posredno uključenim u turizam županije, ali i pružanje stručne i svake druge moguće pomoći istima.

Prijedlog programa rada Turističke zajednice Zagrebačke županije za 2013. godinu koncipiran je na temelju zadanih mu zadaća i planiranih projekata, a polazeći od postavki Operativnog marketing plana za 2013. godinu i drugih relevantnih studija iz područja gospodarske djelatnosti i sektora turizma Zagrebačke županije.

Operativni marketing plan za 2013. godinu je tranzicijski plan. Prethodnik je novom strateškom operativnom i organizacijskom marketing planu za razdoblje 2014.-2018. godine i ima pet pokretača:

1. Plan ima dva specifična cilja:
 - povećanje dolazaka u pred i posezoni,
 - povećanje turističkih dolazaka u kontinentalnoj Hrvatskoj.

Sve marketinške aktivnosti moraju biti usklađene s ova dva cilja.

2. Povećani naponi u razvoju proizvoda (dizajn vrijednosti) kao ključna komponenta marketinga. To pretpostavlja važan napor u potpori razvoju destinacijskih menadžment kompanija u Hrvatskoj, osnaživanje lokalnih turističkih zajednica u upravljanju proizvodima sukladno predstojećim izmjenama zakona, razvoj marketing brendova, itd.

3. Značajno povećanje investicija u *online* marketing. Mnogo veći proračun za *online* oglašavanje, viralni marketing, upravljanje internet marketingom, mobilni marketing, planiranje rezervacijskog sustava, itd.

4. Bolje i lakše udruženo oglašavanje. Veći proračun i jednostavniji modeli i procedure za suradnju s industrijom, regijama i općinama.

5. Relevantna poboljšanja u metodama mjerenja tehničkih i financijskih performansi izvršenih aktivnosti.

SURADNJA

MINISTARSTVO TURIZMA

U skladu s preporučenim mjerama i aktivnostima na razini županija, lokalne samouprave i turističkih zajednica potaknut će se:

- inventarizacija i definiranje tj. profiliranje turističke ponude pojedinih destinacija županije, gradova, općina i mjesta;
- razvoj turističkih zona prema utvrđenim prostornim planovima radi osiguravanja dugoročnog, održivog turističkog razvoja županije;
- poboljšanje županijske i lokalne komunalne infrastrukture i poboljšanje lokalnog javnog prijevoza;
- uređenje turističkih mjesta i javnih sadržaja, te osiguravanje javnih usluga namijenjenih turistima;
- poticanje razvoja i unapređenja dodatne ponude i sadržaja namijenjenih turistima, s naglaskom na smještaju u ruralnom prostoru kao osnovnom preduvjetu razvoja destinacije.

HRVATSKA TURISTIČKA ZAJEDNICA - GLAVNI URED

Suradnja na projektima od zajedničkog značaja s Glavnim uredom Hrvatske turističke zajednice regulirana je sufinanciranjem projekata sukladno kandidaturi nižeg ustroja i prethodno usvojenom modelu sufinanciranja za poslovnu godinu poznatog cijelom sustavu TZ (izdvajaju se projekti: Volim Hrvatsku i Zeleni cvijet, Čovjek ključ uspjeha; Turistička signalizacija i interpretacija; Info punktovi i info ploče; Servis turističke dobrodošlice na GP; Novi turistički proizvodi).

Neizmjerljivo je važna kvalitetna i kontinuirana koordinacija i suradnja sa svim subjektima koji neposredno ili posredno sudjeluju u kreiranju, organizaciji ili prodaji turističkog proizvoda područja Županije, ali i svim nacionalnim institucijama (HTZ, HKG, HGK - Komora Zagreb, HOK, UHPA i druge strukovne udruge), kao i županijskim i lokalnim ugostiteljima, hotelijerima, putničkim agencijama, udrugama i savezima, te institucijama u kulturi i šire.

ZAGREBAČKA ŽUPANIJA

Tijekom 2013. godine očekuje se kontinuirana suradnja sa Zagrebačkom županijom, i to preko Upravnog odjela za gospodarstvo i Upravnog odjela za poljoprivredu na projektima od zajedničkog značaja i važnosti za razvoj turizma Zagrebačke županije, i to:

- projekti od zajedničkog značaja za Zagrebačku županiju i TZ Zagrebačke županije (interpretacija turističkih atrakcija, manifestacije);
- cjelogodišnja događanja, izložbe i prezentacije u TIC-u;
- akcija uređenja turističkih gradova i mjesta Volim Hrvatsku - Zeleni cvijet 2013.;
- promotivni materijali, tiskanje brošura i karata, izdavačka djelatnost Turističkog ureda;

- marketinška infrastruktura, informatizacija;
- sajmovi.

REGIONALNA RAZVOJNA AGENCIJA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE

Polazeći od opredjeljenja Zagrebačke županije da svoj ukupni razvoj temelji, između ostalog, i na snažnijem turističkom razvoju, nameću se određeni ciljevi strateške marketinške koncepcije u idućem razdoblju na kojima bi TZ Zagrebačke županije u suradnji s Regionalnom razvojnom agencijom trebala intenzivirati suradnju.

Radi se o politici proizvoda (potpunija uporaba turističkog resursnog potencijala, izgradnja identiteta i repositioniranje županije kao turističke destinacije), politici plasmana (kvalitativno praćenje tržišnog udjela županije) i politici tržišnog komuniciranja (stvaranje prepoznatljivog i pozitivnog turističkog imidža županije).

SUSTAV TURISTIČKIH ZAJEDNICA GRADOVA, OPĆINA I PODRUČJA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE

- Najvažniji turistički programski projekti sustava TZG/TZO/TZP navedeni u programima rada TZG/TZO/TZP za 2013. godinu bit će koordinirani i nadzirani u izvršavanju ciljeva i zadaća.

Tijekom 2013. planirane su četiri koordinacije TZ s područja županije u razmacima od tri mjeseca, koje će biti dokumentirane zapisnikom i svim materijalima.

- Nužna je inventarizacija stanja turističkih resursa, ali i atrakcija na području gradova i gravitirajućih općina, te njihova adekvatnija valorizacija s ciljem unapređenja i stavljanja u turističku ili neku drugu funkciju značajnu za lokalnu zajednicu, županijsku ili nacionalnu razinu. Nositelji su TZG/TZO/TZP i lokalna samouprava.

- Osmišljavanje i razvoj turističkog proizvoda i tematskih turističkih itinerera po županiji u suradnji s TZG/TZO/TZP, relevantnim subjektima koji mogu ponuditi program (putničke agencije) ili mjesto izvođenja programa (ugostiteljsko-smještajni objekti).

- Potpore izlozbama i posebnim prezentacijama u TIC-u TZ Zagrebačke županije.

Iznimno je važno sinergijsko djelovanje svih subjekata koji posredno ili neposredno sudjeluju u kreiranju turističkog proizvoda područja, kao i njegovom plasmanu na tržištu.

RAD TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE ZAGREBAČKE ŽUPANIJE

U 2013. planiraju se održati:

- dvije sjednice Skupštine TZZŽ (do 31. ožujka, do 31. prosinca)
- pet sjednica Turističkog vijeća TZZŽ (prva do 29. veljače, ostale u razmacima od dva mjeseca)
- dvije sjednice Nadzornog odbora TZZŽ (ožujak i prosinac)

Članovi tijela TZ Zagrebačke županije ne primaju naknadu za svoje sudjelovanje u radu tijela.

PROCJENA FIZIČKOG OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA ŽUPANIJE

Broj	2004.	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.
gosti	25.853	28.500	30.000	32.000	35.000	36.000	36.000	37.000	38.000	42.000
noćenja	43.672	46.000	50.000	55.000	60.000	62.000	60.000	62.000	64.000	74.000

PLANIRANI OSNOVNI PRIHODI

Naziv prihoda	Plan 2004.	Plan 2005.	Plan 2006.	Plan 2007.	Plan 2008.	Plan 2009.	Plan 2010.	Plan 2011.
Turistička članarina	550.000,00	620.000,00	640.000,00	660.000,00	855.000,00	880.000,00	830.000,00	800.000,00
Boravišna pristojba	20.000,00	20.000,00	25.000,00	30.000,00	30.000,00	35.000,00	29.000,00	35.000,00
Proračun Županije	850.000,00	600.000,00	1.050.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	700.000,00	700.000,00	700.000,00

Naziv prihoda	Plan 2012.	Plan 2013.
Turistička članarina	820.000,00	830.000,00
Boravišna pristojba	38.000,00	40.000,00
Proračun Županije	750.000,00	700.000,00

PLANIRANI RASHODI

I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

1. Rashodi za radnike

Ukupno: 574.000,00 kn

2. Rashodi ureda

Ukupno: 132.000,00 kn

3. Rashodi za rad tijela TZ

Ukupno: 0,00 kn

4. Rashodi TIC-a

Ukupno: 132.000,00 kn

Ured TZ Zagrebačke županije djeluje u poslovnom prostoru od 81,65 m² na adresi Preradovićeve 42 u Zagrebu. Najamnina ureda plaća se Gradu Zagrebu u mjesečnom iznosu od 1.224,75 kn. Najam skladišnog (dvije prostorije, ukupno 23 m²) prostora plaća se Matici umirovljenika u mjesečnom iznosu od 2.400,00 kn. Ured je opremljen uredskom opremom i namještajem.

U uredu su zaposleni: mr.sc. Ružica Rašperić - direktorica, Sanja Vujić - tajnik-admin. referent, Vlatka Marić - informator, Roman Fekeža (na određeno vrijeme) - informator.

Ured tijekom godine obavlja:

- organizacijske i logističke poslove neposredno vezane uz realizaciju programa rada;
- poslove pripreme materijala i vođenje zapisnika za sjednice Turističkog vijeća, Skupštine i Nadzornog odbora;
- poslove koordinacije djelovanja i nadzora izvršavanja ciljeva i zadaća turističkih zajednica općina i gradova s područja županije, što će obuhvatiti: sjednice koordinacije na kojima će se raspravljati o međusobnoj koordinaciji aktivnosti funkcionalnog marketinga, izvršavanju ciljeva rada TZO/TZG/TZP, naplata zakonskih prihoda, TZO/TZG/TZP će pismenim putem dostavljati godišnje programe rada, godišnja izvješća o radu i odluke o korištenju sredstava boravišne pristojbe te drugu dokumentaciju, o djelovanju koordinacije vodit će se zapisnici i ostala pismena korespondencija;
- poslove informiranja poslovnih subjekata, građana i drugih subjekata o turističkoj ponudi i drugim informacijama vezanim uz rad TZZŽ;
- izradu programa rada, financijskog plana i drugih programskih i planskih dokumenata, te izvješća o radu;
- pribavljanje, izdavanje i kontrolu financijske dokumentacije te njezinu pripremu za knjigovodstveni servis radi knjiženja.

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

1. Potpora događanjima

Opis: U Zagrebačkoj županiji u prosjeku se godišnje odvija više od 200 manifestacija, bilo u kulturi, sportu ili zabavi. One su često i glavni motiv dolaska gostiju u našu županiju što obogaćuje turističku ponudu i povećava turističku potrošnju. Projekt se odnosi isključivo na programski definirane manifestacije ili konkretne programe ili infrastrukturne projekte u turizmu lokalne zajednice (TZG/TZO/TZP) s karakterom županijske ili više razine.

Cilj: potporama utjecati na podizanje razine kvalitete ponude turističkih i drugih pratećih sadržaja u vrijeme odvijanja manifestacija, ali i ukupne turističke infrastrukture, doživljaja i novih programa i proizvoda kroz cijelu godinu, suradnja s turističkim agencijama, turoperatorima kako bi u svoju ponudu uvrstili programe obilaska i posjete gradovima Zagrebačke županije kao atraktivne destinacije kontinentalne Hrvatske.

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 130.000,00 kn

Nositelj projekta: direktor ureda TZŽŽ

2. Potpora razvoju DMO-a

Opis: DMO na razini destinacije okuplja javni i privatni sektor kako bi se realiziralo zajedničko strateško i destinacijsko menadžment planiranje, razvoj proizvoda i briga za resurse. Integracijom svih resursa i uključivanjem svih dionika turističkih kretanja stvara atraktivnu, prepoznatljivu i bogatu turističku ponudu.

DMO se bavi nizom poslovnih i turističkih aktivnosti poslovnih i drugih subjekata u kreiranju i realizaciji destinacijskog turističkog proizvoda, s ciljem ostvarenja unapređenja konkurentnosti destinacija i optimalne kvalitete, a u svrhu stvaranja prepoznatljivog destinacijskog proizvoda. To je razvojni strategijski alat koji angažira lokalne interese unutar svrsishodne poslovne suradnje s nositeljima ponude, s ciljem povećanja ostvarenog rezultata.

Sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, te prijedlozima Strateškog marketing plana 2010.-2014., kao i Operativni marketing plan turizma Hrvatske 2013., TZ podupire projekte unapređenja i kreiranja DMO-a.

Cilj: stvaranje atraktivne, prepoznatljive i bogate turističke ponude

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 20.000,00 kn

Nositelj projekta: direktor ureda TZŽŽ

3. Potpora razvoju DMK-a

Opis: DMK su dio šireg koncepta destinacijskog menadžmenta. Bave se kreiranjem novih proizvoda koji omogućavaju jedinstvene i pamtljive doživljaje i turističkih paketa posebnih interesa u periodima pred i postsezone. Svoje poslovanje temelje na opsežnom poznavanju lokalnih resursa i umreženosti u lokalnoj zajednici, visokoj involviranosti i suradnji s privatnim lokalnim poslovnim subjektima te lokalnim i regionalnim TZ..Najčešće posluju u svoje ime i nude većinom složene proizvode (izlete, pakete, događanja, skupove) ili svoju stručnu uslugu osmišljavanja i menadžmenta u lokalnoj zajednici.

Uloga DMK-a je i preuzimanje zadataka od DMO-a, a ovisi o stupnju razvoja turizma u pojedinim destinacijama, kao i broju i veličini ponuđača (smještajni oblici). Temeljem Zakona o pružanju usluga u turizmu puni opseg usluga destinacijske menadžment kompanije može vršiti samo poduzetnik registriran kao turistička agencija.

Cilj: kreiranje i realizacija prepoznatljivog destinacijskog turističkog proizvoda

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 10.000,00 kn

Nositelj projekta: direktor ureda TZŽŽ

4. Projekt Volim Hrvatsku

Ekološko-edukativna akcija Glavnog ureda HTZ i sustava turističkih zajednica.

Podakcije: Zeleni cvijet i uređenje turističkih mjesta, Čovjek ključ uspjeha i Servis turističke dobrodošlice na graničnom prijelazu

Opis: Turistički ured priprema akciju, provodi obradu rezultata i kontakte s terenom, kao i pripremu materijala i koordinaciju Stručnog povjerenstva za ocjenu i odabir najboljih kandidata u podakciji Zeleni cvijet u kategoriji mjesta u cjelini i pojedinačnih objekata, te koordinira podakciju Turistička dobrodošlica na graničnom prijelazu.

Cilj: Poticanje aktivnosti i sudjelovanje u programima zaštite okoliša kao komparativne prednosti županijskog turizma, zaštita životne sredine, podizanje kvalitete življenja, očuvanje etnološkog, povijesnog i kulturnog naslijeđa, djelovanje na unapređenje elemenata turističkog proizvoda, te podizanje razine gostoljubivosti i stvaranje klime dobrodošlice.

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 115.000,00 kn

Nositelji projekta: HTZ - Glavni ured, TZŽŽ, TZG/TZO/TZP

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

1. Online komunikacije

1.1. Internet oglašavanje

Opis: Ovaj oblik oglašavanja koristi internet kako bi dostavio marketinšku poruku korisnicima. Internet je danas vodeći među ostalim medijima oglašavanja i najdostupniji široj javnosti i najvećem broju korisnika (na *Googleu* se mjesečno obavlja više od 30 milijarda pretraživanja). Oglašavanje na internetu u RH u prvih 9 mjeseci ove godine zabilježilo je porast od 17% u odnosu na lanjsko razdoblje (internetsko oglašavanje u RH raste brže od EU prosjeka, čak i u razdoblju krize *online* oglašavanje nezaustavljivo raste). Procjenjuje se da danas ima oko milijun internetskih korisnika u Hrvatskoj. Prednost internetskog oglašavanja je mogućnost obraćanja ciljanoj populaciji sa za to unaprijed dobro smišljenom propagandnom

kampanjom. Isto tako, cijena ovog tipa oglašavanja je višestruko niža u odnosu na druge medije.

Cilj: kontinuirano promovirati sva događanja u županiji što široj populaciji

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 20.000,00 kn

Nositelj projekta: TZZŽ

1.2. Internet stranice i upravljanje Internet stranicama

Opis: Kvalitetna web stranica temelj je bilo kakva prisustva na internetu. Mora biti prilagođena različitim internetskim sučeljima, od klasičnog internet preglednika do mobilnih uređaja, a njezina uspješnost se mora pratiti na tražilicama, analitici sadržaja itd. Stvorili smo web stranicu koju će, primjerice, prosječan stanovnik Zagrebačke županije pogledati svako jutro uz vijesti na T-portalu ili Indexu i statusima na „fejsu“. Time je stvorena veća mogućnost da otkrije događaje i zanimljivosti Zagrebačke županije.

Stranica je temeljena na otvorenim tehnologijama i sustavu WordPress koje koriste i CNN te Sony /početna stranica, početna stranica svakog mjesta, statična stranica (npr. podstranica mjesta), prikaz novosti i arhiv novosti, prikaz bloga/.

Cilj: Kontinuirano i ažurno promovirati sva događanja u županiji i turističkom uredu kroz kalendarsku godinu putem interneta. Ostvariti trajni kontakt s internet orijentiranim turistom, te novi, bolji kontakt s posjetiteljima, poglavito inozemnim, putem popularnog medija interneta.

Rok izvršenja: ažuriranje i održavanje tijekom cijele godine

Troškovi projekta: 10.000,00 kn

Nositelji projekta: TZZŽ, Extendis d.o.o.

1.3. Društvene mreže Twitter i Facebook

Opis: Na Facebooku kao najpopularnijoj društvenoj mreži u Hrvatskoj možemo stavljati ideje i zanimljivosti koje korisnici „lajkaju“, čime ih šire svojim prijateljima, i događaje na koje se mogu prijaviti. Twitter okuplja, kao što je pokazala nedavna anketa Tweetokracije, obrazovanije građane, zahtjevnije potrošače, koji obožavaju svoje gadžete, a koji čine kupce veće platežne moći i mogućnosti.

Vođenje i moderiranje službene Facebook fan stranice i Twitter profila TZZŽ na hrvatskom jeziku 24 sata na dan 365 dana u godini uključuje komunikaciju s korisnicima, objavu novosti, odgovaranje na pitanja i pomaganje korisnicima Facebooka i Twittera u sudjelovanju u događajima koje TZZŽ promovira.

Cilj: S obzirom na želju da što više posjetitelja redovito posjećuje web stranice, moramo im se obratiti na mjestu gdje se oni već nalaze. U ovom trenutku to su društvene mreže Facebook i Twitter, najpopularnije u Hrvatskoj.

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 40.000,00 kn

Nositelji projekta: TZZŽ, Acumen d.o.o.

1.4. Panorame područje

Opis: SED panorama nudi alat za integralnu prezentaciju ponude destinacije kroz sustav digitalnih panorama - „Jedna slika vrijedi tisuću riječi“. Digitalna panorama daje detaljan uvid, s visine, iz zraka u mjesto u koje se dolazi. SED panorama koristi visoko rezolutni panoramski snimak postavljen u dinamičnu *flash* aplikaciju kao platno na koje se postavljaju *hot spotovi*. *Flash* aplikacija omogućuje svojevrsno istraživanje panoramskog snimka zumiranjem željenih detalja na način je u nekoliko djelića sekundi moguće iz pogleda cijele panorame doći do impresivnih detalja i vratiti se nazad na pregled cijele panorame. Panorama se ugrađuje u internet stranice turističke zajednice i ostalih korisnika na jednostavan način bez potrebe za većim programskim zahvatima ili promjenama trenutnog dizajna web stranica.

Cilj: približiti destinaciju internet orijentiranim posjetiteljima, poglavito inozemcima

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 21.000,00 kn

Nositelji projekta: TZZZ, SED Panorama d.o.o.

2. Offline komunikacije

Tijekom 2013. godine razvojem tematskih projekata nastavit će se s intenzivnom promidžbom kako bi se učvrstio pozitivni image i postigao kontinuitet u objedinjenju i učinkovitosti korištenja svih medija, od tiskovina do TV emisija.

TZZŽ će se sa županijskim sustavom (TZG/TZO/TZP) oglašavati u promotivnim kampanjama svih vrsta medija.

2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

Opis: U 2013. godini (putem javnog poziva) HTZ će provoditi oglašavanje hrvatskog turizma na svim tržištima u općim promotivnim kampanjama sustava turističkih zajednica i/ili strukovnih udruga u turizmu (UPUHH, UHPA, UNPAH i dr.) za pred i posezonu, iznimno za kontinentalni dio Hrvatske (osim Grada Zagreba) za oglašavanje se priznaje cijela godina.

Oglašavanje obuhvaća oglašavanje u tiskovnim medijima, na televiziji, radiju, Internetu, te oglašavanje putem plakatiranja.

Cilj: promocija turističke ponude destinacije

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 80.000,00 kn

Nositelji projekta: HTZ - Glavni ured, TZZZ, TZG/TZO/TZP

2.1.1. Projekt - * (zvjezdica) broj

Uvođenjem usluge *broj /*TZZZ/ ured TZ Zagrebačke županije dostupan je s mobilnih telefona na puno jednostavniji način, a po cijeni poziva kao da se zove na fiksnu mrežu. Za korištenje usluge nije potrebna nikakva dodatna aktivacija. Ovom uslugom TZZZ je uvrštena u promotivnu kampanju tvrtke Go4star projekta *broj.

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 12.000,00 kn

Nositelj projekta: TZZZ, Go4star d.o.o.

2.2. Opće oglašavanje

2.2.1. Oglašavanje u tisku . . .	45.000,00 kn
2.2.2. TV oglašavanje . . .	70.000,00 kn
2.2.3. Vanjsko oglašavanje . . .	25.000,00 kn
2.2.4. Radijsko oglašavanje . . .	30.000,00 kn

2.3. Brošure i ostali tiskani materijali

Jedna od osnovnih zadaća sustava TZ je promocija područja za koje su ustrojene. Brošure i ostali tiskani promo materijali namijenjeni su boljoj informiranosti i lakšem snalaženju, te edukaciji i upoznavanju posjetitelja i turista s područjem županije (tj. destinacije).

NOVI TISAK

Kalendar događanja 2013., hrv./engl., 3000 kom . . .	10.000,00 kn
Turističke informacije, 5. izdanje, hrv., 5000 kom . . .	30.000,00 kn
Biciklističke rute (nova izdanja 2 karte bic. ruta) . . .	40.000,00 kn

DOTISAK

Biciklističke rute, hrv., 5000 kom. . . .	10.000,00 kn
---	--------------

Rok izvršenja: tijekom godine

Nositelj projekta: TZZŽ

2.4. Suveniri i promo materijali

U svrhu promocije županije suveniri i ostali promo materijali korisni su kao dodatak postojećim promotivnim materijalima

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 33.000,00 kn

Nositelj projekta: direktor ureda TZZŽ

2.5. Info table

Opis: Održavanje i dopuna postojeće turističke signalizacije

Cilj: Atraktivnost pojedinih turističkih resursa procijenjena je na temelju njihovog značaja, te u ovisnosti o stupnju njihove turističke opremljenosti što uključuje: očuvanost, prezentabilnost, dostupnost javnosti, obilježenost i interpretativni elementi (putokazi, interpretacijske ploče, info-kiosci, promo materijali). Zbog toga je nužan preduvjet daljnjeg turističkog razvoja županije i povećanje turističke opremljenosti valoriziranih turističkih atrakcija i drugih brojnih resursa.

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 10.000,00 kn

Nositelji projekta: TZZŽ, TZG/TZO/TZP

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

1. Sajmovi

Opis: Sajmovi i kongresi dokazano su najsvrsishodnija platforma i jedinstvena prigoda za sveobuhvatno predstavljanje turističke ponude, susret s novim klijentima, njegovanje kontakata s poslovnim partnerima, sondiranje tržišta, kao i definiranje buduće marketinške strategije.

Međunarodni sajam **Crotour**, te **Sajam županija** svojim izložbenim dijelom, te bogatim pratećim stručnim programom, kao i zabavnim aktivnostima za široku publiku, važan su marketinški alat za cjelovito predstavljanje turističkih destinacija i usluga. Na jednom mjestu ovdje se susreću hrvatska i inozemna turistička ponuda u zajedničkom predstavljanju sve brže rastućem hrvatskom tržištu.

Sudjelovanje na sajmovima čvrsta je podloga za stjecanje i razvoj novih ideja, globalni pristup i ciljani marketing.

U 2013. TZZZ planira i nastup na inozemnom tržištu na **sajmu turizma u Munchenu**, te **Međunarodnom sajmu filma i muzike** (travanj 2013.)

Cilj: sveobuhvatno predstavljanje turističke ponude, susret s novim klijentima, kontakti s poslovnim partnerima, sondiranje tržišta, te definiranje buduće marketinške strategije

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 38.000,00 kn

Nositelji projekta: TZZZ

2. Posebne prezentacije

2.1. Izložbe u TIC-u

Opis: Suradnja sa sustavom TZG i TZO, te relevantnim institucijama i bliskim suradnicima TZ na kreiranju mjesečnih programa događanja. Program za 2013. godinu radi se na temelju kandidatura pristiglih po pozivnom natječaju. TIC priprema obavijest i pozive za novinare.

Cilj: sustavno informiranje stanovnika Zagreba, te domaćih i stranih posjetitelja o turističkim i drugim vrijednostima i događanjima u županiji; kvalitetno tematski osmišljenim izložbama kroz godinu prezentirati bogatstvo i raznolikost ponude Zagrebačke županije i potaknuti na suradnju.

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 10.000,00 kn

Nositelji projekta: TZZZ, TZG/TZO/TZP

2.2. Projekti klastera središnje Hrvatske

Opis: Na unapređenju nastupa i promociji klaster planira proširiti web stranicu www.sredisnja-hrvatska.com, te nazočiti posebnim prezentacijama na inozemnom tržištu za koje će se tijekom godine pokazati potreba prema tematskim sadržajima.

Cilj: zajednička promocija klastera središnje Hrvatske i turističke ponude kontinentalne Hrvatske

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 20.000,00
Nositelji projekta: klaster središnje Hrvatske

2.3. Promocija turizma Zagrebačke županije

Opis: Promocija kompletne turističke ponude Zagrebačke županije na Trgu bana J. Jelačića u Zagrebu u trajanju od tri dana početkom svibnja.

Cilj: približavanje turističke destinacije županije Zagrebu, kao velikom emitivnom tržištu

Rok izvršenja: početak svibnja

Troškovi projekta: projekt u cijelosti financira Zagrebačka županija

Nositelji projekta: Zagrebačka županija - Upravni odjel za gospodarstvo, TZŽŽ, TZG/TZO/TZP

3. Studijska putovanja novinara

Opis: Putovanja novinara i suradnja s novinarima organizira se uglavnom u suradnji s Glavnim uredom HTZ-a i nižim ustrojem TZ županije. TZ županije sukreira program studijskog putovanja i snosi dio troškova boravka novinara (smještaj, hrana, vođenje, druge aktivnosti). Svrha članaka i reportaža uglavnom je afirmativnog karaktera, a njihov rezultat je bolja promocija same destinacije u zemlji i svijetu.

Cilj: promocija destinacije u zemlji i svijetu

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 4.000,00 kn

Nositelji projekta: HTZ - Glavni ured, TZŽŽ

V. INTERNI MARKETING

1. Edukacija

U 2013. godini TZŽŽ će sudjelovati na programima edukacije, treninga i unaprjeđenja normativnog okvira za destinacijski menadžment, a s ciljem jačanja uloge turističkih zajednica kao DMO-a na svim razinama te poboljšanjem komunikacije unutar sustava turističkih zajednica kao DMO-a.

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 25.000,00 kn

Nositelji projekta: direktor ureda TZŽŽ

2. Koordinacija i nadzor sustava TZ na području županije

TZŽŽ koordinira djelovanje te obavlja nadzor izvršavanja ciljeva i zadaća sustava TZ na području županije (čl. 46, točka 8., Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma).

Tijekom 2013. godine u planu je održavanje četiri koordinacije sustava TZ.

Rok izvršenja: tijekom godine
Troškovi projekta: 10.000,00 kn
Nositelji projekta: direktor ureda TZZŽ

3. Nagrade i priznanja (projekt Volim Hrvatsku, Zeleni cvijet)

Troškovi projekta: 10.000,00 kn

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

1. Proizvodnja multimedijalnih materijala

1.1. CD, DVD, spotovi, plakati, razglednice

Opis: Tematski filmovi o županiji ciljano će se koristiti za distribuciju na sajmovima, raznim prezentacijama, press konferencijama; prigodan su poklon, a mogu se prikazivati i na društvenim mrežama te web stranicama.

Cilj: za nastupe na sajmovima i prezentacijama osigurati dovoljne količine CD/DVD-a

Rok izvršenja: tijekom godine
Troškovi projekta: 10.000,00 kn
Nositelj projekta: TZZŽ

1.2. Kratki turistički promo filmovi gradova Zagrebačke županije

Opis: U planu je izrada 13 kratkih 3-minutnih turističkih promo filmova (9 gradova, 3 općine, 1 područje). Izrada obuhvaća poslove razrade projekta i definiranje fotografskih cjelina - određivanje lokacija snimanja, fotografiranje i snimanje zajednički utvrđenih lokacija, obradu snimljenog materijala te pripremu i mastering.

Cilj: Na zanimljiv način prikazati Zagrebačku županiju i učiniti je što privlačnijom potencijalnim turistima i izletnicima.

Rok izvršenja: rujan 2013.
Troškovi projekta: 60.000,00 kn
Nositelj projekta: TZZŽ, SED Panorama d.o.o.

2. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu

Zbog izrade novih promo materijala potrebno je planirati sredstva za dizajn, grafičku pripremu, prijevod, lekturu.

Rok izvršenja: tijekom godine
Troškovi projekta: 30.000,00 kn
Nositelj projekta: TZZŽ

3. Jedinstveni turistički informacijski sustav

Opis: Jedinstveni turistički informacijski sustav omogućava jednostavno praćenje svih aktivnosti vezanih uz prijavu turista, naplatu boravišne pristojbe u turističkim zajednicama: prijavu boravišta turista i vođenje jedinstvenog popisa turista na području TZ općine i grada; automatski prihvrat podataka o prijavi turista od naplatitelja (hotela, kampova, agencija...) u TZ putem Interneta; praćenje i kontrolu uplate boravišne pristojbe po pravnim i fizičkim osobama koje naplaćuju boravišnu pristojbu; izračun raspodjele prihoda od boravišne pristojbe po korisnicima; praćenje zaduženja i uplata privatnih iznajmljivača; evidenciju članova TZ te praćenje zaduženja i uplata članarine; izradu raznoraznih statističkih izvješća na razini općine, grada, županije i Hrvatske; pripremu i slanje statističkih podataka putem interneta iz TZ općine/grada u TZ županije; kvalitetnu prezentaciju podataka izvozom u Microsoft Excel radi daljnje obrade, analize i prezentacije podataka.

Cilj: jednostavnije praćenje aktivnosti vezanih uz prijavu turista, vođenje jedinstvenog popisa turista, te naplatu boravišne pristojbe u turističkim zajednicama

Rok izvršenja: održavanje sustava tijekom cijele godine

Troškovi projekta: 1.000,00 kn

Nositelji projekta: TZŽŽ, TZG/TZO/TZP, Istra informatički inženjering

4. Pretplate, literatura, *press cut*

Cilj: Kako bismo osigurali dostupnost informacijama o novostima u turizmu, potrebno je pretplatiti se na stručne časopise i literaturu vezanu uz turizam.

Pretplaćeni smo: Večernji list, Turist plus, Turizam

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 1.000,00 kn

Nositelj projekta: direktor ureda TZŽŽ

VII. POSEBNI PROGRAMI

1. Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena

S ciljem poboljšanja i proširivanja ukupne ponude destinacije, a sukladno Programu rada, TZŽŽ će poticati i pomagati projekte i programe za razvoj i unapređenje turističke infrastrukture, projekte i programe za razvoj novih turističkih proizvoda i unapređivanje turističke ponude destinacije, tradicijskih manifestacija i događanja te provođenje edukacije na područjima koja nisu turistički razvijena.

Rok izvršenja: tijekom godine

Troškovi projekta: 20.000,00 kn

Nositelj projekta: TZŽŽ

VIII. EU/IPA PROGRAMI

Operativni program prekogranične suradnje Slovenija - Hrvatska 2007.-2013. (OP) program je razvoja koji su zajednički osmislile Slovenija i Hrvatska u cilju rješavanja zajedničkih problema i iskorištavanja dijeljenih potencijala u predstojećem razdoblju. Program će sufinancirati Europska unija unutar Instrumenta pretpristupne pomoći (IPA).

TZ Zagrebačke županije, na 3. pozivu na dostavu prijedloga projekata u okviru operativnog programa IPA Slovenija - Hrvatska 2007.-2013., aplicirala je tri projekta u kojima sudjeluje kao partner.

1. STOP! *Taste and feel Slovenia & Croatia*

Opis: Projekt se nadovezuje na velik broj drugih projekata koji su napravljeni u prošlosti iz nacionalnih, prekograničnih ili međunarodnih natječaja. Ti su projekti većinom osigurali uspostavu proizvoda, ali se nisu koncentrirali na učinkovitu promociju istih, a nakon njihovog završetka ponestalo je i sredstava za njihovu promociju.

Ovim se projektom intenzivnom marketingom i promocijom destinacije i integralnih turističkih proizvoda /ITP/ uspostavljenih unutar i van granica (uspostavljenih biciklističkih, planinarskih, izletničkih, nordijskih, vinskih, hodočasničkih, jahačkih te različitih tematskih putova) želi predstaviti i uspostaviti trajna zajednička suradnja prekograničnih turističkih proizvoda.

Cilj: Poticanje poslovno-turističke suradnje nositelja turističke ponude na prekograničnom području, trajni razvoj turizma unutar definiranih područja prekogranične suradnje, razvoj projektnog područja u prepoznatljivu turističku destinaciju aktivnog odmora i prirodnog seoskog turizma, kao i podizanje kvalitete postojećih proizvoda i usluga; poticanje trajno orijentiranog turizma, formiranog na prekograničnom regionalnom identitetu te na prirodnim i kulturnim vrijednostima, s namjerom produžetka turističke sezone i osiguranja dodatnih izvora prihoda za lokalno stanovništvo, posebno na ruralnim područjima, povećanje turističkog prometa; identifikacija postojećih turističkih proizvoda s postojećom ponudom ciljanog projektnog područja s naglaskom na biciklizam i i nordijsko hodanje, te povezivanje istih s naglaskom na cjelogodišnju ponudu.

Rok izvršenja: 1.2.2013. - 30.4.2014.

Troškovi projekta: 58.373,90 eura (sveukupni trošak projekta iznosi 719.501,97 eura)

Nositelji projekta: Znanstveno raziskovalno središće Bistra Ptuj (vodeći partner), Zavod za kulturna događanja i turizam Celeia Celje, TZ Zagrebačke županije, TZ Međimurske županije, RC Novo Mesto d.o.o., TZ Varaždinske županije, Centar za zdravlje i razvoj (CZR) Murska Sobota, Regionalna razvojna agencija Mura, TZ Krapinsko-zagorske županije, TZ Karlovačke županije, Planinarjenje&biciklizam giz, Opće djelatnosti RRAPosavje, Znanstveno raziskovalno središće Bistra Ptuj

2. Turistički put "Od Brežica do Zagreba" - *NATURAWAY*

Opis: Regije s obje strane granice, Spodnjeposavska regija i Zagrebačka županija, imaju zajednički problem, a to je slaba zastupljenost kontinentalnog turizma u odnosu na jaki obalni, tj. mediteranski turizam koji je daleko razvijeniji i sam po sebi gotovo da i ne treba dodatnu promociju da bi bio uspješan, za razliku od kontinentalnog turizma koji je gotovo nepoznat širem krugu ljudi, pa čak i samoj populaciji tih dvaju

područja. Iz tog razloga ovim se projektom planira razvoj novih turističkih sadržaja dviju prekograničnih regija i zajednički marketing prema širem krugu potencijalnih korisnika turističkih sadržaja pograničnog područja. Kombinacija je to turističkih sadržaja koji već postoje na ovom području, ali nisu dovoljno afirmirani niti iskorišteni.

Cilj: Postojeću kontinentalnu prekograničnu turističku ponudu učiniti zanimljivijom, inovativnom te ekonomski održivom, tj. konkurentnom, te povećati turističku privlačnost područja s promocijom i korištenjem prirodnih resursa i prirodnih znamenitosti.

Rok izvršenja: 1.2.2013. - 30.4.2014.

Troškovi projekta: 20.580,86 eura (sveukupni trošak projekta iznosi 408.429,36 eura)

Nositelji projekta: Javna ustanova za upravljanje zaštićenim područjima i drugim zaštićenim prirodnim vrijednostima na području Zagrebačke županije - JU Zeleni prsten Zagrebačke županije (vodeći partner), Općina Brežice, Zagrebačka županija, Zavod za podjetništvo, turizam in mladino Brežice, TZ Zagrebačke županije

3. Bogatstvo podzemnog svijeta nekad i danas - faza III. (Sveta Barbara - faza III.)

Opis: Obnovom dijela rudarske baštine u Rudama i Senovom stvoreni su osnovni preduvjeti za jači gospodarski i društveni razvoj ova dva mjesta kroz razvoj turizma i elementarne turističke infrastrukture (obnovljeni rudnici, tehnička baština, poučna staza, mineraloške zbirke).

Projekt Sveta Barbara - Faza III. nastavak je aktivnosti na obnovi rudarske baštine u Rudama i Senovom čija je prva faza financiranu iz PHARE2004-2006/INTERREG IIIa prepristupnog fonda 2007. i 2008. godine, druga faza iz vlastitih sredstava Grada Samobora i Krajevne skupnosti Senovo 2009.-2012., a pred nama je treći dio projekta s kojim hrvatski i slovenski partneri na projektu žele nadograditi postojeću turističku infrastrukturu i turističku ponudu.

TZ Zagrebačke županije, kao i u prošlom PHARE/Interreg III.a projektu (Sveta Barbara - faza I.) bit će zadužena za postavljanje dodatne smeđe turističke signalizacije - putokaza i tabli do rudnika uz glavne prilazne pravce Rudama iz smjera Zagreba i Jastrebarskog, te za organizaciju izložbe o projektu Sveta Barbara - faza III. u svojim prostorima.

Cilj: Preobrazba Ruda i Senova u jedinstvenu turističku destinaciju čija je ponuda bazirana na komplementarnoj rudarskoj baštini. Posebni prekogranični ciljevi koje želimo ostvariti ovim projektom su i razvoj ljudskih potencijala, poboljšati turističku ponudu Ruda i Senova i nadograditi postojeću turističku infrastrukturu u Rudama i Senovom.

Rok izvršenja: 1.2.2013. - 31.3.2014.

Troškovi projekta: 8.532,98 eura (sveukupni trošak projekta iznosi 581.752,94 eura)

Nositelji projekta: Grad Samobor (vodeći partner), Samoborski muzej, TZ Zagrebačke županije, Krajevna skupnost Senovo, Turistično društvo Senovo

FINANCIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE ŽUPANIJE ZA 2013. GODINU

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2012	PLAN 2013	INDEKS PLAN 2013/ PLAN 2012	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	37.000	40.000	108	1,91
2.	Prihodi od turističke članarine	820.000	830.000	101	39,64
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/županije /državnog	712.000	700.000	98	33,43
3.1.	za programske aktivnosti	712.000	700.000	98	33,43
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	0	0	0	0,00
4.	Prihodi od drugih aktivnosti	155.000	165.000	106	7,88
4.1.	Prihodi HTZ	115.000	115.000	100	5,49
4.2.	Prihodi TZG/ TZO/ TZP	40.000	50.000	125	2,39
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	93.500	106.000	113	5,06
6.	Ostali nespomenuti prihodi	0	0	0	0,00
7.	Transferi IPA	0	191.000	0	9,12
7.1.	IPA - Stop! Taste and feel Slovenia & Croatia	0	146.000	0	6,97
7.2.	IPA - Natura way	0	15.000	0	0,72
7.3.	IPA - Sveta Barbara III	0	30.000	0	1,43
8.	Izvanredni prihod	2.500	62.000	2480	2,96
8.1.	Transferi IPA (15%)	0	50.000	0	2,39
8.2.	Prihodi od kamata	2.500	2.000	80	0,10
8.3.	TZ Grad Zagreb	0	10.000	0	0,48
	SVEUKUPNO PRIHODI	1.820.000	2.094.000	115	100,00
RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2012	PLAN 2013	INDEKS PLAN 2013/ PLAN 2012	STRUKTURA %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	900.000	838.000	93	40,02
1.	Rashodi za radnike	636.000	574.000	90	27,41
2.	Rashodi ureda	132.000	132.000	100	6,30
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	0	0	0	0,00
4.	Rashodi TIC-a	132.000	132.000	100	6,30
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	191.500	275.000	144	13,13
1.	Potpورا događanjima	101.500	130.000	128	6,21
2.	Potpورا razvoju DMO-a	0	20.000	0	0,96
3.	Potpورا razvoju DMK-a	0	10.000	0	0,48
4.	Projekt: Volim Hrvatsku	90.000	115.000	128	5,49
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	296.000	501.000	169	23,93
1.	Online komunikacije	120.500	91.000	76	4,35
1.1.	Internet oglašavanje	0	20.000	0	0,96
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	8.000	10.000	125	0,48
1.3.	Društvene mreže Twiter i Facebook	40.000	40.000	100	1,91
1.4.	Panorame područja	72.500	21.000	29	1,00
2.	Offline komunikacije	175.500	410.000	234	19,58
2.1.	Oglašavaje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	0	107.000	0	5,11
2.2.	Opće oglašavanje	101.500	170.000	167	8,12
2.2.1.	Oglašavanje u tisku	35.000	45.000	129	2,15
2.2.2.	TV oglašavanje	24.000	70.000	292	3,34
2.2.3.	Vanjsko oglašavanje	0	25.000	0	1,19
2.2.4.	Radisko oglašavanje	42.500	30.000	71	1,43
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	41.000	90.000	220	4,30
2.4.	Suveniri i promo materijali	25.000	33.000	132	1,58
2.5.	Info table	8.000	10.000	125	0,48
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	140.000	72.000	51	3,44
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	52.000	38.000	73	1,81
2.	Posebne prezentacije	78.000	30.000	38	1,43
2.1.	Izložbe u TIC-u	5.000	10.000	200	0,48

FINANCIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE ŽUPANIJE ZA 2013. GODINU

2.2.	Projekt klastera središnje Hrvatske	23.000	20.000	87	0,96
2.3.	Promocija turizma Zagrebačke županije	0	0	0	0,00
2.4.	Promocija filma "Poezija zagrebačke županije"	50.000	0	0	0,00
3.	Studijska putovanja novinara	10.000	4.000	40	0,19
V.	INTERNI MARKETING	1.000	45.000	4500	2,15
1.	Edukacija (turističke zajednice na području županije, zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	1.000	25.000	2500	1,19
2.	Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica na području županije	0	10.000	0	0,48
3.	Nagrade i priznanja (Projekt. Volim Hrvatsku i ostalo)	0	10.000	0	0,48
VI.	MARKETINSKA INFRASTRUKTURA	254.000	102.000	40	4,87
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	236.500	70.000	30	3,34
1.1.	CD, DVD	1.500	10.000	667	0,48
1.2.	Promo filmovi	235.000	60.000	26	2,87
2.	Istraživanje tržišta	0	0	0	0,00
3.	Formiranje baze podataka	0	0	0	0,00
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama	0	0	0	0,00
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	14.000	30.000	214	1,43
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)	3.500	1.000	29	0,05
7.	Pretplate, literatura, press cut	0	1.000	0	0,05
VII.	POSEBNI PROGRAMI	0	20.000	0	0,96
1.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	0	20.000	0	0,96
VIII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)	37.500	241.000	643	11,51
1.	OSTALO (IPA, planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)	0	241.000	0	11,51
2.	Amortizacija	37.500	0	0	0,00
IX.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)	0	0	0	0,00
	SVEUKUPNO RASHODI	1.820.000	2.094.000	115	100,00
	PRIJENOS VISKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆUJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)	0	0	0	0,00

REDNI BROJ	OPIS	PLAN 2011	PLAN 2012	PLAN 2013	INDEKS 2013 2012	STRUKTURA
1	2	3	4	5	6	7
	Rashodi ureda	493.000	528.000	528.000	100	100,00
I.	MATERIJALNI TROŠKOVI	16.200	17.500	17.500	100	3,31
1.	Utrošeni materijal	4.300	4.500	4.500	100	0,85
2.	Potrošena energija	5.900	3.900	3.900	100	0,74
3.	Benzin, plin	6.000	9.100	9.100	100	1,72
II.	OSTALE USLUGE	78.300	83.600	83.600	100	15,83
1.	Prijevozne usluge, pošta i telefon	10.200	10.200	10.200	100	1,93
2.	Usluge održavanja	3.500	5.000	5.000	100	0,95
3.	Usluge čišćenja i dr.	4.000	4.000	4.000	100	0,76
4.	Usluge leasinga, najma i iz najma	37.350	43.500	43.500	100	8,24
5.	Intelektualne, osobne, računovodstvene i druge stručne usluge	16.900	16.900	16.900	100	3,20
6.	Komunalne usluge	5.100	2.500	2.500	100	0,47
7.	Usluge tiska - oglasi	0	0	0	0	0,00
8.	Ostali vanjski izdaci (cestarine, tunel.,ostale usluge...)	1.250	1.500	1.500	100	0,28
III.	TROŠKOVI ZA ZAPOSLENE	368.000	396.000	396.000	100	75,00
1.	Izdaci za plaće neto	137.000	165.000	165.000	100	31,25
2.	Izdaci za plaće - por., pri., dop.iz i na	231.000	231.000	231.000	100	43,75
IV.	NEMATERIJALNI TROŠKOVI POSLOVANJA	20.000	20.400	20.400	100	3,86
1.	Dnevnice, noćenja i prijevoz po putnom nalogu	0	0	0	0	0,00
2.	Naknade zaposlenicima	9.600	10.000	10.000	100	1,89
3.	Izdaci reprezentacija	4.650	4.650	4.650	100	0,88
4.	Premije osiguranja	2.750	2.750	2.750	100	0,52
5.	Bankovne usluge	3.000	3.000	3.000	100	0,57
V.	OSTALI TROŠKOVI POSLOVANJA	10.500	10.500	10.500	100	1,99
1.	Izdaci nemat.-materijalne imovine	0	0	0	0	0,00
2.	Ostali izdaci poslovanja	5.500	5.500	5.500	100	1,04
3.	Neplanirani rashodi	5.000	5.000	5.000	100	0,95

REDNI BROJ	RASHODI	PLAN 2011	PLAN 2012	PLAN 2013	INDEKS 1,00
1	2	3	4	5	6 (5:4*100)
	Rashodi TIC-a				
1.	MATERIJALNI IZDACI	15.050,00	16.050,00	16.050,00	100
	materijal (za čišćenje, uredski, tekuće i investiciono održavanje...)	3.000,00	4.000,00	4.000,00	100
	energija (električna, plin, motorni benzin, dizel gorivo, ostalo ...)	12.050,00	12.050,00	12.050,00	100
2.	IZDACI ZA USLUGE	76.300,00	82.050,00	82.050,00	100
	prijevodne usluge (prijevoz, HPT, taksi, rent a car, ostalo)	15.300,00	10.000,00	10.000,00	100
	usluge održavanja (tekuće, investicijsko, pranje, čišćenje...)	7.500,00	9.100,00	9.100,00	100
	usluge najma (prostora, opreme, leasing, ostalo)	31.150,00	43.550,00	43.550,00	100
	intelektualne i osobne usluge (rad po ugovoru o djelu, odvjetničke usluge, vještaka, usluge vođenja knjigovodstva)	16.000,00	16.000,00	16.000,00	100
	komunalne usluge (smeće, čišćenje površina, dimnjačarske, čuvanje imovine ...)	5.100,00	2.000,00	2.000,00	100
	ostali vanjski izdaci (servisi, javna skladišta, cestarina...)	1.250,00	1.400,00	1.400,00	100
3.	IZDACI ZA ZAPOSLENE	190.000,00	240.000,00	178.000,00	74
	netto plaće zaposlenih	157.000,00	173.000,00	132.000,00	76
	doprinosi, porez, prirez	33.000,00	67.000,00	46.000,00	69
4.	NEMATERIJALNI IZDACI	16.150,00	21.150,00	18.650,00	88
	nadoknade izdataka zaposlenima	6.400,00	11.400,00	8.900,00	78
	reprezentacija, pokloni i darovi	4.000,00	4.000,00	4.000,00	100
	premije osiguranja	2.750,00	2.750,00	2.750,00	100
	bankovne naknade izdatci platnog prometa	3.000,00	3.000,00	3.000,00	100
5.	OSTALI IZDACI	15.500,00	12.760,00	15.250,00	120
	izdatci materijalne i nematerijalne imovine - nabavka opreme	8.750,00	8.750,00	8.750,00	100
	ostali izdaci	5.500,00	3.000,00	5.500,00	183
	neplanirani rashodi	1.250,00	1.000,00	1.000,00	100
	UKUPNI RASHODI	313.000,00	372.000,00	310.000,00	83