

# **TURISTIČKA ZAJEDNICA ZAGREBAČKE ŽUPANIJE**



## **PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2014. GODINU**

**Listopad, 2013.**

## 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.), Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine (NN 55/13) 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 2014. godinu koncipiran je na temelju zadanih mu zadaća i planiranih projekata, a polazeći od postavki Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine (NN 55/13) i drugih relevantnih studija iz područja gospodarske djelatnosti i sektora turizma Zagrebačke županije.

## 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.

Neizmjeno 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 2014. 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;
- 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 repozicioniranje 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 2014. godinu bit će koordinirani i nadzirani u izvršavanju ciljeva i zadaća.

Tijekom 2014. 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 izložbama 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 2014. 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.	2014.
gosti	25.853	28.500	30.000	32.000	35.000	36.000	36.000	37.000	38.000	42.000	50.000
noćenja	43.672	46.000	50.000	55.000	60.000	62.000	60.000	62.000	64.000	74.000	84.000

## 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.	Plan 2014.
Turistička članarina	820.000,00	830.000,00	820.000
Boravišna pristojba	38.000,00	40.000,00	44.000
Proračun Županije	750.000,00	700.000,00	700.000

## **PLANIRANI RASHODI**

### **I. ADMINISTRATIVNI RASHODI**

#### **1. Rashodi za radnike**

Ukupno: 648.000,00 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 m<sup>2</sup> na adresi Preradovićeve 42 u Zagrebu. Zakupnina ureda plaća se Gradu Zagrebu u mjesečnom iznosu od 408,25 kn. Najam skladišnog (dvije prostorije, ukupno 23 m<sup>2</sup>) 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 - stručni suradnik za promidžbu, administrativni marketing i poslovanje, Roman Fekeža (na određeno vrijeme) - stručni suradnik za EU projekte, razvojne projekte i turističke informacije, Vlatka Marić - turistički 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 pretećih 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:** 105.000,00 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 postavkama Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, TZ podupire projekte unapređenja i kreiranja DMO-a.

**Cilj:** stvaranje atraktivne, prepoznatljive i bogate turističke ponude

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 10.000,00 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 postsezona. 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:** 20.000,00 kn

**Nositelj projekta:** direktor ureda TZŽŽ

#### 4. Projekt Volim Hrvatsku

**Opis:** Svake godine Glavni ured Hrvatske turističke zajednice u suradnji s turističkim zajednicama županija i Turističkom zajednicom Grada Zagreba, uz znanje Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta, u svim dječjim vrtićima i osnovnim školama u Republici Hrvatskoj provodi interni natječaj za najbolje dječje i učeničke radove likovne i literarne radove "Djeca crtaju i pišu Hrvatsku".

TZŽŽ u suradnji s turističkim zajednicama gradova/općina/područja provodi natječaj i odabire najbolje radove, te organizira svečanu dodjelu nagrada za pobjednike natječaja na svom području. Hrvatska turistička zajednica organizira završnu svečanost na nacionalnoj razini.

**Cilj:** Razvoj svijesti o potrebi očuvanja okoliša, kao i važnosti i značaju prirodnih, kulturnih i drugih potencijala za razvoj turizma

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 30.000,00 kn

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

#### 5. Ekomuzej Žumberak

**Opis:** Na sve zasićenijem turističkom tržištu posjetitelji traže priču, jedinstvenost i autentični doživljaj. Ekomuzej upravo jest okvir za čuvanje živima priča koje bi se inače postupno izgubile. Geneza ideje Ekomuzeja Žumberak krenula je od činjenica što je područje Žumberka ekonomski relativno nerazvijeno (u usporedbi sa širom regijom, a naročito sa prosjekom EU), demografski pokazatelji govore o starenju stanovništva i depopulaciji, velik dio područja je zaštićeno područje prirodnih vrijednosti. Sva tri faktora uzrokuju probleme kod osiguravanja uvjeta za brži razvoj i usporava nastajanja novih radnih mjesta i gospodarske aktivnosti na pograničnom području. U ekonomski nerazvijenom području se zbog manjeg obima investicija nisu dogodili veći prostorni, pejzažni i okolišni zahvati, koji bi promijenili tradicionalnu sliku sela i ruralnih obilježja Žumberka. Pejzaž i sela su očuvali tradicionalnu privlačnu sliku. Tradicionalne ekonomske aktivnosti su zamijenile nove, a stara zanimanja su u izumiranju. Stariji stanovnici područja su, usprkos smanjenim ekonomskim aktivnostima, puni znanja i vještina o tradicionalnim zanimanjima obrtima povezanih s životom na Žumberku.

Želja ekomuzeja za jačanjem identiteta obnavljanjem i jačanjem povijesnog naslijeđa koje je sadržano u životu i sjećanju svake lokalne zajednice u suglasju je s ekonomskim razvojnim ciljevima turizma, dapače može biti i ključni čimbenik i motivator održivog turističkog i sveukupnog razvoja. Naime, promicanja baštinskih



vrijednosti određenog područja i njegova stanovništva može dati i ekonomske učinke upravo zahvaljujući i razvoju turizma. Povećana društvena i ekonomska vrijednost destinacije na tržištu rezultat je jačanja ukupnog baštinskog identiteta njezina teritorija.

Trenutno u svijetu egzistira preko tristo ekomuzeja, a u Hrvatskoj samo dva: Kuća o batani u Rovinju i Ekomuzej Mura u Međimurju.

**Cilj:** povećanje privlačnosti područja za život u ruralnom prostoru, povećanje atraktivnosti područja za turiste, očuvanje i oživljavanje kulturne materijalne i nematerijalne baštine, povećanje ekonomske propulzivnosti pograničnog područja

**Rok izvršenja:** tijekom narednih godina

**Troškovi projekta:** 64.000,00 kn

**Nositelji projekta:** TZZŽ, Zagrebačka županija

### 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 bilježi stalan porast (internetsko oglašavanje u RH raste brže od EU prosjeka, čak i u razdoblju krize *online* oglašavanje nezaustavljivo raste). Procjenjuje se da danas ima više od 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:** 30.000,00 kn

**Nositelj projekta:** TZZŽ

##### 1.2. Internet oglašavanje (promotivne kampanje HTZ-a)

**Opis:** Oglašavanje u sklopu promotivne kampanje Hrvatske turističke zajednice, Model V. - oglašavanje destinacijske ponude, na stranicama tipTravel magazina, prvog hrvatskog online magazina o turizmu i putovanjima, u hrvatskom i engleskom izdanju. U svakom broju (ukupno šest brojeva) tipTravel magazina u 2014. godini, kroz autorske novinarske reportaže, predstaviti će se dva grada/mjesta/općine Zagrebačka županije, njihova bogata i raznolika turistička ponuda, atrakcije, znamenitosti i zanimljivosti.

**Cilj:** kontinuirano promovirati županiju i sva događanja što široj populaciji

**Rok izvršenja:** tijekom godine  
**Troškovi projekta:** 68.000,00 kn  
**Nositelj projekta:** TZŽ

### 1.3. 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:** TZŽ, Extendis d.o.o.

### 1.4. 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 TZŽ 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 TZŽ 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:** 1.000,00 kn  
**Nositelji projekta:** TZŽ

### 1.5. 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:** TZŽ, SED Panorama d.o.o.

## 2. Offline komunikacije

Tijekom 2014. 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.

TZŽ 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:** Za 2014. godinu, putem javnog poziva, TZŽ je podnijela kandidaturu promotivnih kampanja i/ili promotivno/prodajnih kanala sustava TZ i drugih subjekata na kontinentu (imidž oglašavanje i komercijalno oglašavanje) u kojima će Hrvatska turistička zajednica oglašavati hrvatski turizam u 2014. godini (Model V. - oglašavanje destinacijske ponude). Oglašavanje obuhvaća oglašavanje u tiskovnim medijima, na televiziji, radiju i internetu.

**Cilj:** promocija turističke ponude destinacije

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 369.000,00 kn

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

#### 2.1.1. Oglašavanje u mob-promo kampanjama

Projekt - \* (zvjezdica) broj

Uslugom \*broj /\*TZŽ/ 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 TZŽ je uvrštena u promotivnu kampanju tvrtke Go4star projekta \*broj.

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 15.000,00 kn

**Nositelj projekta:** TZŽ, Go4star d.o.o.

## 2.2. Opće oglašavanje

2.2.1. Oglašavanje u tisku . . .	80.000,00 kn
2.2.2. TV oglašavanje . . .	60.000,00 kn
2.2.3. Vanjsko oglašavanje . . .	24.000,00 kn
2.2.4. Radijsko oglašavanje . . .	30.000,00 kn

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 194.000,00 kn

**Nositelj projekta:** TZŽŽ

## 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 2014., hrv./engl., 3000 kom . . .	10.000,00 kn
Biciklističke rute (nova izdanja 4 karte bic. ruta) . . .	60.000,00 kn
Kulturna baština, hrv./engl, 2000 kom (novo izdanje) . . .	30.000,00 kn

### DOTISAK

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

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 110.000,00 kn

**Nositelj projekta:** TZŽŽ

## 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:** 40.000,00 kn

**Nositelj projekta:** direktor ureda TZŽŽ

## 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, obilježnost 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 2014. TZZŽ, u suradnji s TZZ središnje Hrvatske, planira i nastup na inozemnom tržištu na sajmu turizma u Madridu (22.1.-26.1.), Londonu (6.-9.2) i Parizu (20.-23.3.).

**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:** 50.000,00 kn  
**Nositelji projekta:** TZZŽ

### **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 2014. godinu radi se na temelju prijedloga TZG/TZO/TZP. 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:** TZZŽ, TZG/TZO/TZP

## 2.2. Projekti klastera središnje Hrvatske

**Opis:** Na unapređenju nastupa i promociji klaster planira 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:** 10.000,00 kn

**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 (vrijeme održavanja prema dogovoru s Gradom Zagrebom).

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

**Rok izvršenja:** 2014. (vrijeme održavanja prema dogovoru s Gradom Zagrebom)

**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:** 8.000,00 kn

**Nositelji projekta:** HTZ - Glavni ured, TZŽŽ

## V. INTERNI MARKETING

### 1. Edukacija

U 2014. 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:** 10.000,00 kn  
**Nositelji projekta:** direktor ureda TZZŽ

## **2. Koordinacija i nadzor sustava TZ na području županije**

TZZŽ 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 2014. godine u planu je održavanje četiri koordinacije sustava TZ.

**Rok izvršenja:** tijekom godine  
**Troškovi projekta:** 6.000,00 kn  
**Nositelji projekta:** direktor ureda TZZŽ

## **3. Nagrade i priznanja**

**Rok izvršenja:** tijekom godine  
**Troškovi projekta:** 8.000,00 kn  
**Nositelj projekta:** TZZŽ

# **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:** 5.000,00 kn  
**Nositelj projekta:** TZZŽ

### **1.2. Promo filmovi**

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

## 2. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu

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

**Rok izvršenja:** tijekom godine

**Troškovi projekta:** 25.000,00 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 prihvat 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:** TZZŽ, 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 TZZŽ

## 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, TZZŽ 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:** 10.000,00 kn

**Nositelj projekta:** TZZŽ

## 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 pretprijetne 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.

**Planirani troškovi u 2014. godini:** 241.000,00 kn

### 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 produženja 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 nordijsko hodanje, te povezivanje istih s naglaskom na cjelogodišnju ponudu.

**Rok izvršenja:** 2014./2015.

**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:** 2014./2015.

**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

U Zagrebu, 21. listopada 2013.

mr.sc. Ružica Rašperić,  
direktorica TZ Zagrebačke županije

## UKUPNI PRIHODI

TABLICA 1

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2013	PLAN 2014	INDEKS	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	44.000	44.000	100	1,83
2.	Prihodi od turističke članarine	820.000	820.000	100	34,11
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/županije /državnog	760.000	700.000	92	29,12
3.1.	za programske aktivnosti	760.000	700.000	92	29,12
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	0		0	0,00
4.	Prihodi od drugih aktivnosti	341.800	422.000	123	17,55
4.1.	Prihodi HTZ	261.800	350.000	134	14,56
4.2.	Prihodi TZG/ TZO/ TZP	80.000	72.000	90	3,00
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	584.000	415.000	71	17,26
6.	Izvanredni prihod	2.000	3.000	150	0,12
6.1.	Prihodi od kamata	2.000	3.000	150	0,12
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>2.551.800</b>	<b>2.404.000</b>	<b>94</b>	<b>100,00</b>

UKUPNI RASHODI

MJESTO TROŠKA	RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2013	PLAN 2014	INDEKS	STRUKTURA %
I.	1.	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>893.000</b>	<b>912.000</b>	<b>102</b>	<b>37,94</b>
1001	1.	Rashodi za radnike	629.000	648.000	103	26,96
100	2.	Rashodi ureda	132.000	132.000	100	5,49
	3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	0	0	0	0,00
200	4.	Rashodi TIC-a	132.000	132.000	100	5,49
II.	II.	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>222.500</b>	<b>229.000</b>	<b>103</b>	<b>9,53</b>
300	1.	Potpora događanjima	100.000	105.000	105	4,37
3001	2.	Potpora razvoju DMK-a	5.000	10.000	200	0,42
3002	3.	Potpora razvoju DMK-a	17.500	20.000	114	0,83
301	4.	Projekt: Volim Hrvatsku	30.000	30.000	100	1,25
3010	5.	Projekt: Eko muzej Žumberak	70.000	64.000	91	2,66
III.	III.	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>808.000</b>	<b>868.000</b>	<b>107</b>	<b>36,11</b>
302	1.	<b>Online komunikacije</b>	<b>142.000</b>	<b>130.000</b>	<b>92</b>	<b>5,41</b>
3021	1.1.	Internet oglašavanje ( Opće oglašavanje )	20.000	30.000	150	1,25
30210	1.2.	Internet oglašavanje ( Udruženo ogl. )	48.000	68.000	142	2,83
3022	1.3.	Internet stranice i upravljanje Internet str.	33.000	10.000	30	0,42
3023	1.4.	Društvene mreže Twitter i Facebook	20.000	1.000	5	0,04
3024	1.5.	Panorama područja	21.000	21.000	100	0,87
304	2.	<b>Offline komunikacije</b>	<b>666.000</b>	<b>738.000</b>	<b>111</b>	<b>30,70</b>
	2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	280.000	369.000	132	15,35
3041						
30410	2.1.1.	Oglašavanje u mobilnim promo kampanjama	16.000	15.000	94	0,62
	2.2.	Opće oglašavanje	220.000	194.000	88	8,07
3042	2.2.1.	Oglašavanje u tisku	100.000	80.000	80	3,33
3043	2.2.2.	TV oglašavanje	75.000	60.000	80	2,50
3044	2.2.3.	Vanjsko oglašavanje	15.000	24.000	160	1,00
3045	2.2.4.	Radijsko oglašavanje	30.000	30.000	100	1,25
305	2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	100.000	110.000	110	4,58
306	2.4.	Šuveniri i promo materijali	40.000	40.000	100	1,66
307	2.5.	Info table	10.000	10.000	100	0,42
IV.	IV.	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>90.000</b>	<b>78.000</b>	<b>87</b>	<b>3,24</b>
		Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	30.000	50.000	167	2,08
308	1.					
309	2.	Posebne prezentacije	50.000	20.000	40	0,83
3091	2.1.	Izložbe u TIC-u	10.000	10.000	100	0,42
3092	2.2.	Projekt klastera središnje Hrvatske	10.000	10.000	100	0,42
3093	2.3.	Promocija turizma Zagrebačke županije	30.000	0	0	0,00
310	3.	Študijska putovanja novinara	10.000	8.000	80	0,33
V.	V.	<b>INTERNI MARKETING</b>	<b>20.000</b>	<b>24.000</b>	<b>120</b>	<b>1,00</b>
		Edukacija (turističke zajednice na području županije, zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	5.000	10.000	200	0,42
311	1.					
		Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica na području županije	5.000	6.000	120	0,25
312	2.					
313	3.	Nagrade i priznanja (Projekt: Volim Hrvatsku i ost.)	10.000	8.000	80	0,33
VI.	VI.	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>93.000</b>	<b>42.000</b>	<b>45</b>	<b>1,75</b>
314	1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	50.000	15.000	30	0,62
3141	1.1.	CD, DVD	5.000	5.000	100	0,21
3142	1.2.	Promo filmovi	45.000	10.000	22	0,42
315	2.	Istraživanje tržišta	0	0	0	0,00
316	3.	Formiranje baze podataka	0	0	0	0,00
317	4.	Suradnja s međunarodnim institucijama	0	0	0	0,00
318	5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	40.000	25.000	63	1,04
319	6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)	1.000	1.000	100	0,04
320	7.	Pretplate, literatura, press cut	2.000	1.000	50	0,04

UKUPNI RASHODI

VII.	VII.	<b>POSEBNI PROGRAMI</b>	<b>10.000</b>	<b>10.000</b>	<b>100</b>	<b>0,42</b>
321	1.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	10.000	10.000	100	0,42
VIII.	VIII.	<b>OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)</b>	<b>0</b>	<b>241.000</b>	<b>0</b>	<b>10,02</b>
322	1.	OSTALO (IPA, planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)	0	241.000	0	10,02
IX.	IX.	<b>POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE ( ukoliko je isti ostvaren)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00</b>
		<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>2.136.500</b>	<b>2.404.000</b>	<b>113</b>	<b>100,00</b>
		<b>PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)</b>	<b>415.300</b>		<b>0</b>	<b>0,00</b>

REDNI BROJ	OPIS	PLAN 2013	PLAN 2014	INDEKS	STRUKTURA
1	2	4	5	6	7
<b>I</b>	<b>RASHODI UREDA</b>	<b>132.000</b>	<b>132.000</b>	<b>100</b>	<b>100,00</b>
<b>1</b>	<b>MATERIJALNI RASHODI</b>	<b>20.000</b>	<b>20.000</b>	<b>100</b>	<b>15,15</b>
1	Utrošeni materijal	5.000	5.000	100	3,79
2	Potrošena energija	5.900	5.900	100	4,47
3	Benzin, plin	9.100	9.100	100	6,89
<b>II</b>	<b>RASHODI ZA OSTALE USLUGE</b>	<b>85.600</b>	<b>85.600</b>	<b>100</b>	<b>64,85</b>
1	Prijevozne usluge, pošta i telefon	8.200	8.200	100	6,21
2	Usluge održavanja	5.000	5.000	100	3,79
3	Usluge čišćenja i dr.	4.000	4.000	100	3,03
4	Usluge leasinga, najma i iz najma	43.500	43.500	100	32,95
5	Intelektualne, osobne, računovodstvene i druge stručne usluge	20.900	20.900	100	15,83
6	Komunalne usluge	2.500	2.500	100	1,89
7	Usluge tiska - oglasi	0	0	0	0,00
8	Ostali vanjski izdaci (cestarine, tunel..ostale usluge...)	1.500	1.500	100	1,14
<b>III</b>	<b>NEMATERIJALNI RASHODI POSLOVANJA</b>	<b>19.250</b>	<b>19.250</b>	<b>100</b>	<b>14,58</b>
1	Naknade zaposlenicima	7.500	7.500	100	5,68
2	Izdaci reprezentacije	6.000	6.000	100	4,55
3	Prenosne osiguranja	2.750	2.750	100	2,08
4	Bankovne usluge	3.000	3.000	100	2,27
<b>IV</b>	<b>OSTALI RASHODI POSLOVANJA</b>	<b>7.150</b>	<b>7.150</b>	<b>100</b>	<b>5,42</b>
1	Ostali izdaci poslovanja	5.500	5.500	100	4,17
2	Ne planirani rashodi	1.650	1.650	100	1,25

REDNI BROJ	OPIS	PLAN 2013	PLAN 2014	INDEKS	STRUKTURA
1	2	4	5	6	7
<b>II</b>	<b>RASHODI TIC-a</b>	<b>132.000</b>	<b>132.000</b>	<b>100</b>	<b>100,00</b>
1	<b>MATERIJALNI RASHODI</b>	<b>18.050</b>	<b>18.050</b>	<b>100</b>	<b>13,67</b>
1	Utrošeni materijal	4.500	4.500	100	3,41
2	Potrošena energija	4.500	4.500	100	3,41
3	Benzin, plin	9.050	9.050	100	6,86
<b>II</b>	<b>RASHODI ZA OSTALE USLUGE</b>	<b>85.050</b>	<b>85.050</b>	<b>100</b>	<b>64,43</b>
1	Prijevozne usluge, pošta i telefon	8.000	8.000	100	6,06
2	Usluge održavanja	8.100	8.100	100	6,14
3	Usluge čišćenja i dr.	3.000	3.000	100	2,27
4	Usluge leasinga, najma i iz najma	43.550	43.550	100	32,99
5	Intelektualne, osobne, računovodstvene i druge stručne usluge	19.000	19.000	100	14,39
6	Komunalne usluge	2.000	2.000	100	1,52
7	Ostali vanjski izdaci (cestarine, tunel, ostale usluge...)	1.400	1.400	100	1,06
<b>III</b>	<b>NEMATERIJALNI RASHODI POSLOVANJA</b>	<b>20.650</b>	<b>20.650</b>	<b>100</b>	<b>15,64</b>
1	Naknade zaposlenicima	11.900	11.900	100	9,02
2	Izdaci reprezentacija	3.000	3.000	100	2,27
3	Premije osiguranja	2.750	2.750	100	2,08
4	Bankovne usluge	3.000	3.000	100	2,27
<b>IV</b>	<b>OSTALI RASHODI POSLOVANJA</b>	<b>8.250</b>	<b>8.250</b>	<b>100</b>	<b>6,25</b>
1	Izdaci nemat.-materijalne imovine	5.750	5.750	100	4,36
2	Ostali izdaci poslovanja	2.500	2.500	100	1,89
3	Ne planirani rashodi	0	0	0	0,00