



Turistička zajednica
KRAPINSKO-ZAGORSKE ŽUPANIJE
Krambergerova 1
49000 Krapina
tel/fax : 049/233-653
e-mail : info@tzkzz.hr
web : www.tzkzz.hr



PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM TZ KRAPINSKO-ZAGORSKE ŽUPANIJE ZA 2014. GODINU

listopad, 2013.

Sadržaj:

Uvod	3
Ciljevi u turizmu za 2014. godinu	3
Pregled trendova i ocjena pozicije KZŽ na turističkom tržištu s naznakom budućih aktivnosti	4
I ADMINISTRATIVNI RASHODI	5
II DIZAJN VRIJEDNOSTI (unapređenje proizvoda)	5
1. Potpore projektima i manifestacijama	
III KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	7
1. Online komunikacije	
1.1. Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	
2. Offline komunikacije	
2.1. Ovlašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	
2.1.1. Ovlašavanje u tisku	
2.1.2. Ovlašavanje putem plakata	
2.1.3. Ovlašavanje na radio postajama	
2.1.4. Internet oglašavanje	
2.1.5. Ovlašavanje putem TV	
2.2. Brošure i ostali tiskani materijali	
2.3. Suveniri i promo materijali	
2.4. Info table	
2.5. Servis dobrodošlice	
2.6. Baneri	
IV DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	11
1. Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ	
2. Studijska putovanja	
3. Posebne prezentacije	
V INTERNI MARKETING	13
1. Edukacija (TZ na području županije, zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	
1.1. Zagorje, ti moje blago	
1.2. Seminari zaposlenih	
2. Koordinacija i nadzor sustava TZ na području županije	
3. nagrade i priznanja (Projekt „Volim Hrvatsku“ i ostalo)	
3.1. nagrade osnovnim školama i dječjim vrtićima	
3.2. Svečanost dodjele priznanja	
VI MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	16
1. Proizvodnja multimedijalnih materijala	
2. Banka fotografija i priprema u izdavaštву	
VII PLANOVI RAZVOJA, STRATEŠKO-MARKETINŠKI PLANOVI I OSTALO	16
-	
VIII FINANCIJSKI PLAN	17

Uvod

U izradi Programa rada s finansijskim planom TZ Krapinsko-zagorske županije za 2014. godinu vodit će se računa o definiranim razvojnim problemima i potrebama turizma u Krapinsko-zagorskoj županiji. Program rada također je planiran i definiran temeljem Strategije razvoja Krapinsko-zagorske županije u kojoj su navedeni i razvojni problemi, a jedan od njih je nepostojanje integralne razvojne strategije turizma u KZŽ i svakako se kao razvojna potreba nameće izrada master plana turizma KZŽ.

U nastavku su dani osnovni razvojni problemi i razvojne potrebe turizma Krapinsko-zagorske županije .

RAZVOJNI PROBLEMI

- nedovoljna prepoznatljivost i diverzifikacija zagorskog turističkog proizvoda
- nepostojanje integralne razvojne strategije turizma u KZŽ-u
- nerazrađena marketinška turistička politika
- nedovoljan broj domaćih i stranih investitora kao rezultat nesređenih vlasničkih odnosa i neefikasnih prostornih planova i slabog marketinga prema investitorima
- međunarodna nekonkurentnost zagorskih toplica
- nedovoljno iskorišteni potencijali vjerskog turizma
- u turizmu nedovoljna zaštita termalnih izvora kao glavnog turističkog resursa KZŽ
- kreditne linije i državni poticaji prilagođeni potencijalnim korisnicima na moru
- zaostala turistička infrastruktura
- Nepovoljna struktura smještajnih kapaciteta
- pomanjkanje kvalitetnih kadrova

RAZVOJNE POTREBE

- brendiranje Krapinsko-zagorske županije kao kvalitetnog i prepoznatljivog turističkog odredišta
 - izrada Master plana turizma KZŽ-a
 - stvaranje povoljne poduzetničke klime
 - poboljšanje marketinga prema investitorima
 - unapređenje zaštite, implementacije i dugoročno održive valorizacije turističkih resursa
 - daljnje podizanje kvalitete i povećanje smještajnih kapaciteta
 - razvoj selektivnih oblika turizma
 - unapređenje znanja i vještina ljudskih resursa u turizmu
 - određivanje prirodno-krajobrazno vrijednih područja i njihovo promicanje kao ekološkog turističkog proizvoda.
- podizanje konkurenčnosti zagorskih toplica na međunarodnu razinu
- daljnje promicanje i afirmacija turizma temeljena na održivosti i značajnom doprinosu regionalnog gospodarstva

Ciljevi u turizmu za 2014. godinu

- Brendiranje i pozicioniranje KZŽ, „Zagorje - Bajka na dlanu“, kao turističke destinacije, na domaćem i međunarodnom tržištu kao visoko vrijedne destinacije životnog stila uz njegovanje i očuvanje svih regionalnih prirodnih i kulturnih vrijednosti te očuvanje krajobrazja
- Daljnje kontinuirano kreiranje inovativne i tematski raznovrsne ponude i programa prilagođenih većem rasponu ciljnih skupina (vinske ceste, pješačke staze, cikloturizam, konjički turizam)
- Povećanje fizičkog obujma turističkog prometa koji bi trebao omogućiti željene finansijske učinke od turizma od najmanje 5% u odnosu na 2013.godinu.
- Pojačane aktivnosti na promidžbi TZ KZŽ, kako samostalno, tako i kroz Kontinentalni klaster - Središnja Hrvatska

- Podizanje kvalitete turističke ponude u skladu s održivim razvitkom
- I daljnje kontinuirano jačanje suradnje i koordinacije turističkih zajednica u KZŽ
- Jačanje suradnje sa svim nosiocima turističke ponude u KZŽ, pravnim i fizičkim osobama, ali isto tako i suradnja sa ZARA-om, HGK KK Krapina, OKK i Krapinsko-zagorskom županijom
Više nego ikada do sada pokazuje se prijeko potrebnom suradnja svih čimbenika u turističkom lancu (javni i privatni sektor, destinacije, ponuditelji i posrednici u prodaji).

PREGLED TREDOVA I OCJENA POZICIJE KZŽ NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU S NAZNAKOM BUDUĆIH AKTIVNOSTI TZ KZŽ

Posljednji podaci sa INTRANET-a, statistika HTZ-a, za razdoblje siječanj-rujan potvrđuju daljnji rast dolazaka i noćenja stranih gostiju te pad u dolascima i noćenjima domaćih gostiju u KZŽ. Gledajući ukupne rezultate, u devet mjeseci strani gosti su ostvarili porast od 36% u dolascima te porast od 24% u noćenjima, dok su domaći gosti uz pad od 1% u dolascima ostvarili i pad od 9 % u noćenjima. Ukupno gledano (domaći +strani gosti), na razini KZŽ je zamjećen rast u dolascima od 12%, dok su noćenja porasla za 1%. Prethodno navedeni negativan trend sigurno je odraz ekonomске situacije u zemlji. S obzirom na realizirane investicije u proširenje smještajnih kapaciteta tijekom 2013. godine, svakako je porast kod stranih gostiju i očekivan. Također je završetkom investicija u Termama Tuhelj i Terme Jezerčica poboljšana baza potrebna za jači razvoj kongresnog turizma.

Osvrt na 9 mjeseci 2013. – DOLASCI I NOĆENJA TURISTA NA PODRUČJU KZŽ

- najviše turista nam dolazi iz slijedećih zemalja: Slovenije, Njemačke, Poljske, BiH, Austrije, Češke, Italije, Nizozemske, Rusije, Srbije.

DOLASCI GOSTIJU:

Za razdoblje siječanj-rujan 2013. imali smo 51.451 dolazaka. Od tog 30.003 su domaći gosti, a 21.448 strani gosti. U odnosu na isto razdoblje 2012. godine imamo porast dolazaka stranih gostiju za 36%, a pad dolazaka domaćih gostiju od 1% što je ukupan rast u dolascima od 12%. Naravno da nas veseli izrazit porast dolazaka stranih gostiju što je svakako rezultat zajedničkih projekata i promocijskih aktivnosti većine turističkih subjekata i djelatnika u sustavu turističkih zajednica na području KZŽ i što nas obvezuje na još jači i agresivniji pristup stranim tržištima, pogotovo emitivnim tržištima koja pokazuju kontinuirani porast.

NOĆENJA GOSTIJU:

Za razdoblje siječanj-rujan 2013. imali smo 113.897 noćenja. Od tog je 70.489 noćenja domaćih gostiju (69%) i 43.408 noćenja stranih gostiju (31%). U odnosu na isto razdoblje u 2012. godini imamo 24% porasta u noćenjima stranih turista te 9% pad u noćenjima domaćih turista što je ukupno gledano 1% rast u noćenjima u odnosu na 2012. Izuzevši grad Zagreb, mi smo druga kontinentalna županija po ostvarenim rezultatima, odmah iza Karlovačke županije.

S obzirom da je Hrvatska pretežito auto destinacija i da se na području KZŽ nalazi možda i najjači granični prijelaz u Hrvatskoj, GP Macelj, te da je to put prema jadranskoj obali sa za nas svakako interesantnih tržišta kao što su Slovenija, Austrija, Njemačka, Češka, Poljska, Slovačka, Nizozemska..., svakako i dalje moramo raditi na promociji regije kroz projekt „Otkrijmo kontinentalnu Hrvatsku“ kako bismo goste koji ljetuju kod nas i dobro poznaju „morskú“ Hrvatsku, pokušali animirati na posjet jednoj drugoj Hrvatskoj, zelenoj Hrvatskoj.

Isto tako fokusirani smo na grad Zagreb kao prijestolnicu kontinentalnog turizma. Budući da sam Zagreb ima cca 53% ostvarenih noćenja u ukupnom broju noćenja u klasteru Kontinentalna Hrvatska, svakako nam je interesantan za upoznavanje njegovih gostiju sa okolicom te cjelokupnom lepezom selektivnih oblika turizma, od topičkog (spa i wellnes) i zdravstvenog te kongresnog preko kulturnog i vjerskog do bogate enogastronomске ponude te ciklo i konjičkog turizma.

Više nego ikada do sada, pokazala se prijeko potrebnom suradnja svih čimbenika u turističkom vrijednosnom lancu (javni i privatni sektor, destinacije, ponuditelji i posrednici u prodaji). Iz tih razloga jako dobro je prihvaćeno OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA I/ILI

PROMOTIVNO/PRODAJNIM KANALIMA SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA (UDRUŽENO OGLAŠAVANJE) kroz modele u kojima sa određenim postocima sudjeluju gospodarski subjekti, zatim sustav turističkih zajednica(županijska i lokalne TZ) i na kraju i HTZ, čime je uvelike olakšano i poboljšano oglašavanje destinacije kroz tiskovine, Internet, TV i radijsko oglašavanje te plakatiranje. Značajan doprinos poboljšanju uvjeta boravka turista(uređenje okoliša, postavljanje signalizacije,poticanje razvoja novih proizvoda, organizacija manifestacija, razvoj gostoprivredstva, informiranje te posebne aktivnosti na GP Macelj) daje i sustav turističkih zajednica općina i gradova iako postoje veliki problemi na pojedinim područjima, a koji se odnose na ustrojavanje i rad turističkih zajednica koje su do bile suglasnosti za osnivanje, međutim nije poštivana zakonska regulativa jer se nije krenulo sa sazivanjima osnivačkih skupština i ustrojavanjem turističkih ureda.

U 2014. predviđeno je i daljnje unapređenje Internet stranica te umreženje Internet stranica pojedinih turističkih zajednica sa Internet stranicom županijske turističke zajednice.

Kod sajamskih nastupa naglasak će se stavljati na zajedničke nastupe sa KZŽ, poslovnim subjektima, sustavom turističkih zajednica te institucijama na županijskoj razini kao što su HOK i HGK.

Jedan od preduvjeta uspjeha Hrvatske kao turističke destinacije bilo u segmentu kreiranja i unapređenja turističkih proizvoda,bilo u domeni marketinških napora usmjerenih prema ciljnim tržištima svakako je SURADNJA NA SVIM RAZINAMA. Optimalizacija djelovanja sustava turističkih zajednica, kroz zadaće definirane Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i sinergijsko djelovanje te udruživanje finansijskih sredstava i zajedničke nastupe na tržištima predstavlja imperativ.

I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

Planirana sredstva: 590.000,00 kn

Rad Turističkog ureda Turističke zajednice Krapinsko-zagorske županije reguliran je sukladno donesenom Pravilniku o radu te Pravilniku o sistematizaciji radnih mjeseta.

U uredu su zaposlene tri djelatnice:stručni suradnik za marketing i promociju, viši stručni suradnik za računovodstvo i EU projekte te direktorica.

TIJELA TZ :

- SKUPŠTINA: održat će se najmanje dvije sjednice kao što je i propisano Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma(NN br. 152/08)
- TURISTIČKO VIJEĆE:održat će se najmanje 4 sjednice kao što je propisano Poslovnikom o radu TV TZ KZŽ.
- NADZORNI ODBOR:provodit će nadzor najmanje dva puta tijekom 2014. kao što je i propisano prethodno spomenutim Zakonom.

Turistički ured Turističke zajednice Krapinsko-zagorske županije odradit će sve poslove i zadaće planirane Programom rada za 2014. godinu u skladu sa Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma te svim naputcima od strane Hrvatske turističke zajednice i Ministarstva turizma.

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Planirana sredstva: 165.000,00 kn

Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ

Rok izvršenja: 31. prosinac 2014.

1. OZNAČITEV OB SOTLI(Pješačke i vinske staze: aktualizacija i modernizacija)

Dana 27.11. 2007. Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije potpisala je s Ministarstvom finansija Republike Hrvatske ,Središnjom jedinicom za financiranje i ugovaranje, Ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava u iznosu od 160.364,55 eura za projekt pod nazivom „Označitev ob Sotli“ koji

je prošao na natječaju Program za susjedstvo Slovenija-Mađarska-Hrvatska INTERREG IIIA 2004-2006.

Navedeni ugovor je financiran iz pretpriistupnog programa Phare 2006.

Projekt obuhvaća izradu Studije vinskih i pješačkih staza Krapinsko-zagorske županije, elaborate istih na temelju kojih su se do bile suglasnosti i izvršilo obilježavanje vinskih i pješačkih staza Krapinsko-zagorske županije. U sklopu istog projekta postavila se i turistička smeđa signalizacija na istočnom dijelu Krapinsko-zagorske županije.

Realizator projekta je TZ Krapinsko-zagorske županije u suradnji s partnerima Zagorskog razvojnog agencijom, Županijskom upravom za ceste i Krapinsko-zagorskog županijom.

Posao vezan uz izradu studija i projekata odradila je Zagorska razvojna agencija u suradnji s Krapinsko-zagorskom županijom koja je u tu svrhu i donijela Pravilnik o vinskim cestama. Zagorska razvojna agencija je u suradnji s vinarima KZŽ odredila koji vinari zadovoljavaju uvjete Pravilnika .

Pribavljanje suglasnosti za postavljanje signalizacije te poslove oko postave signalizacije odradila je TZ Krapinsko-zagorske županije u suradnji s Županijskom upravom za ceste Krapinsko-zagorske županije.

TZ Krapinsko-zagorske županije zajedno s partnerima obvezala se :

vršiti stalne kontrole ponude vinotočja koja su uključena u Vinsku cestu Krapinsko-zagorske županije
vršiti stalne kontrole ,popravke i nadopune signalizacije

vršiti promociju vinske ceste i direktno utjecati na vlasnike vinotočja da zadovolje sve kriterije kako bismo imali atraktivnu i poznatu vinsku cestu

vršiti promociju pješačkih ruta i kompletne turističke ponude Krapinsko-zagorske županije

U svrhu rješavanja aktualne problematike s Vinskom cestom KZŽ odrađen je radni sastanak s predstavnicima Gospodarske inspekcije KZŽ gdje je dogovoren da će TZ Krapinsko-zagorske županije uskladiti signalizaciju sa stvarnim stanjem na terenu.

TZ Krapinsko-zagorske županije planira početkom 2014. g. krenuti sa zamjenom folija na svim turističkim tablama na kojima su neaktualni podaci tj. ukloniti nazine svih objekata koji nisu u funkciji turizma, koje označavaju vinotočja, a koja nisu u funkciji zbog odustajanja od obavljanja djelatnosti, te postaviti table vinotočja koja su u funkciji te kod pojedinih objekata, a prema uputama nadležne inspekcije, zamijeniti naziv „vinotočja“ u „vinogradarstvo“ kako bi se ispoštovala aktualna zakonska regulativa RH.

Planiramo napraviti inventuru promo kaslića na 5 lokacija, benzinske crpke u Sv. Križu Začretju i Jakovlju te odmorištu Lepa bukva te aktualizirati podatke.

Kako nam je cilj približiti sveukupnu turističku ponudu modernom gostu, planiramo i izradu mobilne aplikacije“Pješačke staze i vinske ceste KZŽ“.

Ciljevi projekta: Promocija planinarskih i pješačkih staza te vinskih cesta i njihovo uključivanje u turističke programe

Interesne skupine projekta: Domicilno stanovništvo KZŽ, Hoteli, agencije, restorani i ostali turistički subjekti i turisti.

Aktivnosti:

Zamjena folija na postojećim turističkim tablama

Inventura postojećih kaslića na odmorištu i benzinskim crpkama

Sudjelovanje u izradi tematske karte „Turističko-planinarski zemljovid „zapadno Zagorje“, nastavak-karta 2, tiskani oblik (Izdavač . Hrv. gorska služba spašavanja)

Priprema zemljovida kao podloga za GPS/SmartPhone uređaje koja će se moći preuzeti sa internetskih stranica TZ KZŽ

Priprema zemljovida za prikaz na internetskim stranicama TZ KZŽ

Otkup prava korištenja karte u turističkim brošurama TZ KZŽ

Obilazak turističkih pješačkih staza i unos GPS podataka te izrada karte u elektronskom obliku za prikaz na Internet stranicama TZ KZŽ i na drugim medijima.

izrada mobilne aplikacije "Pješačke staze i vinske ceste KZŽ.

Realizacija i obujam svih planiranih aktivnosti ovisi o natječajima HTZ-a i MINT-a.

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

Planirana sredstva: 1.644.768,75

Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ

Rok izvršenja: 31.12.2014. kn

1. ONLINE KOMUNIKACIJE

Planirana sredstva: 6.000,00 kn

1.1. Internet stranice i upravljanje Internet stranicama

Redovno održavanje te zakup domene za web portal TZ KZŽ i aktivnosti već prethodno navedene.

Nova web stranica TZ KZŽ uvelike je doprinijela kvalitetnom prezentiranju i spremanju svih informacija, /odredišta, proizvoda, usluga smještaja i dr./ u sigurnu bazu podataka. Na takav način spremljeni i ažurirani podaci omogućuju bolju organizaciju informacija, njihovu upotrebu kao i daljnju distribuciju.

U 2014. planiramo i dalje unapređivati i umrežavati web portal TZ KZŽ sa web portalima LTZ u suradnji sa sustavom TZ općina i gradova na način da lokalne turističke zajednice također daju izraditi kompatibilne i jednoobrazne web stranice. Unosom podataka i obavijesti na njih automatski će ti sadržaji biti vidljivi i na web portalu TZ KZŽ. U svrhu daljne kvalitetne promocije i distribucije sadržaja važna je nadopuna tekstualnih, slikovnih i video animiranih sadržaja prilagođenih za objavu na internetu i suvremenim mobilnim uređajima.

Također ćemo i dalje proširivati našu prisutnost na društvenim mrežama.

Turističko okruženje je dinamično te je potrebno kontinuirano ažurirati podatke turističke ponude kao i statističke podatke. Nastaviti će se inventarizacija svih sudionika u turističkoj ponudi te i dalje stvarati i nadopunjavati baze podataka, nadopunjavanjem Internet stranica TZ KZŽ. Cjelokupni sustav turističkih zajednica treba aktivno i konstantno sudjelovati u projektu.

Nastaviti će se sa ažuriranjem mailing liste te će se putem e-maila i Internet stranica te linkova i dalje kontinuirano obavještavati turističke agencije, tourooperator te medije o novostima u Županiji; popis mjesecnih manifestacija, prijedlozi za jednodnevne i poludnevne izlete, promotivne akcije za blagdane i sl.

Cilj: objedinjenje svih takovih informacija na web portalu TZ KZŽ koji je dostupan svim korisnicima i zainteresiranim stranama.

Ciljevi: podizanje razine kvalitete promocije destinacije te što lakša distribucija turističkih informacija i sadržaja do krajnjeg korisnika putem interneta te objedinjenje svih turističkih informacija i sadržaja na jednom mjestu.

2. OFFLINE KOMUNIKACIJA

PLANIRANA SREDSTVA: 1.538.768,75 kn

Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ

2.1. Ovlašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

Planirana sredstva: 1.328.768,75 kn
Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ i sustav LTZ
Rok izvršenja: 31.12.2014.

Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora je način promocije koja povezuje neposredni interes pojedinih subjekata / od turističke tvrtke, udruženja, preko sustava TZO i TZG, putničkih agencija s Glavnim uredom HTZ-a.

Udruženo oglašavanje HTZ-a sa sustavom TZ i turističkih subjekata pokazalo se u protekle tri godine dobrim ulaganjem te će se nastaviti i u 2013. godini s nešto većim sredstvima, a sukladno interesu gospodarskih subjekata i sustava TZ.

Prijedlog TZ KZŽ je da udružimo sredstva sa LTZ i gospodarskim subjektima te ciljano krenemo na tržište grada Zagreba sa oglašavanjem kroz najave svih županijskih najkvalitetnijih manifestacija i događanja čiji organizatori sudjeluju u udruživanju sredstava.

Sukladno prijedlozima sačinit će se media plan oglašavanja za 2013. g.

2.1.1. Oglašavanje u tisku

Planirana sredstva: 114.250,00 kn

Kroz oglašavanje u tiskovinama fokusirat ćemo se na najave najznačajnijih manifestacija i događanja u županiji te na najkvalitetnije turističke sadržaje koje pružaju naši gospodarski subjekti te kroz objedinjenu ponudu zabavne, kulturne, enogastronomске, vjerske te wellness i spa dimenzije privući nama ciljano tržište, područje Zagreba i okolice.

2.1.2. Oglašavanje putem plakata

Planirana sredstva: 619.018,75 kn

Oglašavanje putem billboarda(BB) realizirat ćemo također paralelno sa svim ostalim oblicima oglašavanja(tiskovine, radio postaje i TV) na području grada Zagreba kako bismo i na taj način upoznali zagrepčane sa manifestacijama u Zagorju te ih pozvali i animirali na dolazak.

2.1.3. Oglašavanje na radio postajama

Planirana sredstva: 325.000,00 kn

Odnosi s javnošću i oglašavanje na radio postajama te komunikacija s predstavnicima medija imaju ključnu ulogu u stvaranju imagea destinacije, proizvoda, stvaranja općeg mišljenja i razvoja samog turizma, te značajno utječu na mišljenje i stavove potrošača, turista, a s time i na njihove dolaske.

TZ KZŽ će s medijima nastaviti dobru suradnju s ciljem promoviranja turističke ponude KZŽ te oblikovanjem općeg javnog mišljenja o važnosti turizma u našoj regiji. Također ćemo i kroz radio postaje predstavljati naše manifestacije te pozivati na dolazak u Zagorje prema već prethodno spomenutom Media planu koji će biti usuglašen sa svim uključenim stranama po objavi rezultata od strane HTZ-a.

2.1.4. Internet oglašavanje

Planirana sredstva: 138.000,00 kn

U tijeku je definiranje strategije za Internet oglašavanje. Uvidom u statističke podatke dolazaka i noćenja stranih gostiju vidljivo je da smo definitivno interesantni na slovenskom, njemačkom i austrijskom, poljskom tržištu te tržištu BiH jer nam s tih tržišta brojke konstantno rastu te ćemo se kroz Internet oglašavanje fokusirati prvenstveno na neka od tih tržišta, zavisno o predviđenom budžetu.

S obzirom da su nam itekako važni i domaći gosti, svakako ćemo najmanje 50% sredstava usmjeriti na domaće Internet oglašavanje. Ciljano ćemo kroz Internet oglašavanje raditi na prepoznatljivosti destinacije odnosno regije Zagorje kroz projekt „Otkrijmo kontinentalnu Hrvatsku“.

Interesne skupine projekta :

Ponuda kontinentalnog turizma svake je godine sve bolja i kvalitetnija, a najveći se pomaci u kvaliteti ponude ostvaruju u ponudi ruralnog i wellness turizma. Upravo su to selektivni oblici turizma za kojima postoji sve veći interes i potreba te se i na globalnoj razini bilježi sve veća potražnja za ovim oblicima aktivnog turizma i cijelovitog odmora za dušu i tijelo.

Projekt se odnosi na niz promotivnih aktivnosti kojima se želi postojeće turiste potaknuti na još jedan dolazak u Hrvatsku, ali ovog puta u kontinentalnu Hrvatsku te istovremeno privući turiste s novih tržišta.

Ciljevi projekta:

Cilj ovog projekta je svakako produženje turističke sezone putem kojeg se namjerava razviti kontinentalni turizam. S obzirom da se glavna turistička sezona svodi na ljetne mjesecce u kojima u najvećem broju gosti posjećuju Hrvatsku, cilj je ovog projekta potaknuti ljudi da se vrate u Republiku Hrvatsku i van glavne turističke sezone. Osim obale koju vole ljeti, pruža im se mogućnost otkrivanja i kontinentalnog dijela Republike Hrvatske.

Ovakvim pristupom cilj je također i potaknuti razvoj specifičnih oblika turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj kao što su ruralni turizam, izletnički turizam te spa i wellness turizam, odnosno specifične vrste turizma za koje na područjima partnera postoje najbolje predispozicije. Kao što je već istaknuto, u središnjoj Hrvatskoj postoji najgušća turistička infrastruktura s konkretnom, razvijenom i privlačnom ponudom.

Interesne skupine projekta :

- domicilno stanovništvo kontinentalne Hrvatske
- hoteli , agencije , restorani, vinotočja i ostali turistički subjekti
- turisti

Tijekom 2014.g. nastavit ćemo sa projektom, ali kroz tzv. oglašavanje preko našeg web portala kontinuiranim stvaranjem banera i stavljanje istog i na društvene mreže te kontinuiranim vođenjem nagradnih igara koje bi uključivale poklon bonove hotela- partnera u projektu. Također ćemo uključiti jednu ili više turističkih/ putničkih agencija koje bi preuzele distribuciju odnosno prodaju konkretnog turističkog paketa (ulazak t. paketa u katalog TA/PA). Znači tu nam je potrebna jedna jaka TA koja ima mrežu subagenata na nama interesantnim tržištima. Svakako da ćemo realizaciju projekta fokusirati kroz sljedeće aktivnosti:

- Privlačan dizajn prikaza (upotreba visoko kvalitetnih fotografija i inovativnih formata prikaza)
- Povećana prisutnost na društvenim mrežama
- Smanjeni broj tržišta sa povećanom snagom poruka koje se isporučuju
- Povećanje *click through* pokazatelja.
- Povećanje broja jedinstvenih posjeta na Internet stranicu TZ KZŽ.
- Poboljšano pozicioniranje Internet stranice na pretraživačima.
- Povećana aktivnost na društvenim mrežama (like-ovi, komentari, postovi, tweet-evi, itd.).

2.1.5. Ovlašavanje putem televizije

Planirana sredstva:132.500,00 kn

Preko regionalnih TV kuća ćemo obrađivati turističke teme, najave manifestacija i ostalih značajnih događanja s područja KZŽ.

2.2. Brošure i ostali tiskani materijali

Planirana sredstva: 200.000,00 kn

Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ

Rok izvršenja:30. lipanj 2013.

IMAGE BROŠURA „BAJKA NA DLANU“

S obzirom da smo iscrpili sve zalihe navedene brošure, a postoji veliki interes za istu te ju koristimo kod ciljanih prezentacija, studijskih putovanja stranih i domaćih novinara, za potrebe sajmova na kojima sudjeluje HTZ, te za VIP poklone, planiramo reprint sa aktualizacijom podataka.

naklada 5 000 komada

planirani trošak:33.000,00 kn

hrvatski/engleski/njemački/talijanski

mutacija I

IMAGE BROŠURA „BAJKA NA DLANU“

U 2014. godini planiramo realizaciju posebnih prezentacija na austrijskom, njemačkom, poljskom i češkom tržištu te se shodno tome pripremamo i kroz promidžbeni materijal, a kako su nam upravo ta tržišta u porastu, svakako je i više nego potrebno i na taj način približiti se potencijalnim gostima.

naklada 5 000 komada

planirani trošak:38.000,00 kn

engleski/poljski/češki/slovenski

mutacija II

KALENDAR DOGAĐANJA-INFO BROŠURA

Pravovremena informiranost potencijalnog gosta o predstojećim događanjima uvelike povećava mogućnost stvaranja odluke o posjeti baš tim događanjima u KZZ te i ponovnom posjetu Županiji. Isti bismo kontinuirano tijekom cijele godine distribuirali na našim promocijama, sajmovima, po TZ općina i gradova, ugostiteljskim objektima, hotelima, jedinicama Muzeja hrvatskog zagorja, TIC u Zagrebu i ostalim ciljanim tržištima. Kalendar događanja bit će tiskan u 2 jezične mutacije.

hrvatski/engleski

Naklada:10.000 komada

Planirana sredstva: 27.000,00

Letak KULTURNI TURIZAM(hrvatski,njemački, engleski, ruski, flamanski,)

Vrlo dobro prihvaćen letak koji koristimo za pripremu mapa sa promo materijalima prilikom studijskih putovanja novinara, zatim tijekom sajmova, promocija, kongresa...i u svim prilikama gdje možemo promovirati našu županiju.

hrvatski/engleski/poljski/češki/njemački

Naklada:100.000 komada

Planirana sredstva:24.000,00

Zajednički letak TZ KZZ i LTZ, sa servisnim informacijama (eno i gastro ponuda, najjača događanja, smještaj – presjek ponude cijele KZZ). Letak će se dijeliti u uredima LTZ na području županije, u hotelima i dr. turističkim objektima te u TIC-evima u Zagrebu.

hrvatski/engleski

Naklada:20.000 komada

Planirana sredstva: 22.000,00

Planiramo izraditi i novi letak usmjeren prvenstveno stranim turistima koji preko GP Macelj ulaze u RH kako bismo njim približili sveukupnu smještajnu, kulturnu i enogastronomsku ponudu u blizini autoceste te kako bismo ih „skinuli“ s iste tijekom puta prema moru.

hrvatski/engleski/poljski/češki/njemački

naklada 100 000 komada

planirani trošak: 40.000,00 kn

MAPE za promotivne materijale:

naklada 1 000 komada

planirani trošak: 6.000,00 kn

LUKSUZNI OMOT te umnožavanje promotivnog filma „Bajka na dlanu“

naklada:100 komada

planirani trošak:10.000,00

2.3. Suveneri i promo materijali
Planirana sredstva: 10.000,00 kn
Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ
Rok izvršenja: 31. 10. 2013.

S obzirom na planirane posebne prezentacije u inozemstvu, uvijek posebno važna studijska putovanja stranih novinara, te za promocijske aktivnosti na sajmovima, prezentacijama, stručnim skupovima i sl., planiramo nabavku USB promocijskih stikova te licitarskih srca i drvenih igračaka koje koristimo kao poklone.

2.4. Baneri
Planirana sredstva: 5.000,00 kn
Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ
Rok izvršenja: 30. 03. 2014.

Kako bismo što kvalitetnije odradili promocije naše turističke ponude, nezaobilazan vizualni „alat“ su i tzv. baneri, a kod kojih nam je prijeko potrebna modernizacija i aktualizacija s obzirom na realizirane investicije i nove turističke sadržaje i smještajne kapacitete (Vodeni park u T. Jezerčica, Hotel Well u T Tuhelj, Villa Magdalena s novim bazenom.....)

2.5. Promocija KZŽ
Planirana sredstva: 100.000,00 kn
Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ
Rok izvršenja: 31.12.2014.

U skladu sa planiranjem budućih aktivnosti od strane KZŽ te jače uključivanje TZ KZŽ u organizaciju i realizaciju kako pojedinih županijskih manifestacija, tako i aktivno uključivanje u organizaciju pojedinih manifestacija koje su tradicionalne te posjeduju izrazito velike potencijale za unapređenje i kvalitete i ponude, tijekom 2014. godine planirano je da se aktivnije uključimo u događanja poput manifestacija 100%zagorsko, Štruklijada...zatim sajmove poput Vinovite, Sajma županija...te ostalih manifestacija kao što su Tjedan kajkavske kulture, Seljačka buna.... i sve ostale aktivnosti po nalogu Župana.

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

Planirana sredstva: 238.516,00 kn

1. SAJMOVI (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)
Planirana sredstva: 15.000,00 kn
Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ
Rok izvršenja: 31. 12. 2014.

Sudjelovanje na turističkim sajmovima je jedna od aktivnosti koja se znatno smanjuje na nacionalnom nivou. Pokazalo se da su sajmovi sve manje isplativi i da ne daju povratne efekte kao što je to bilo nekad. Danas se moderan gost sve više oslanja na Internet i na taj način prikuplja informacije i donosi odluku o destinaciji gdje će provesti svoj odmor. S obzirom i na visoke troškove koje iziskuju nastupi na sajmovima, ali i u skladu sa NOVOM VIZIJOM Hrvatske turističke zajednice, TZ KZŽ za 2014. ne planira samostalne nastupe na sajmovima.

Na nivou klastera Središnja Hrvatska planiramo zajedničke nastupe na turističkom sajmu u Madridu/ Španjolska, kroz zakup i uređenje prostora odnosno štanda te na sajmu Place to Go/Zagreb za koji troškove najma štanda preuzima HTZ.

Tradisionalno ćemo izlagati na svim važnijim događanjima kao što je Gospodarski zbor u Krapini, Zagorski chef, stručni skupovi pod pokroviteljstvom KZŽ...

Prilikom mogućih eventualnih izlaganja na sajmovima naglasak će se stavlјati na racionalizaciju troškova te funkcionalnost nastupa. TZ KZŽ svakako će se pridružiti promocijama Krapinsko-zagorske županije kao i svim ostalim događanjima u organizaciji Krapinsko-zagorske županije,HGK Županijske komore Krapina, OK KZŽ kao i ostalih subjekata kojima je cilj promidžba Županije kao turističke destinacije.

2. STUDIJSKA PUTOVANJA

Planirana sredstva: 20.000,00 kn

Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ

Rok izvršenja: 31. 12. 2014.

Studijska putovanja novinara u organizaciji su HTZ i direktno utječu na stvaranje pozitivnog imagea hrvatskog turističkog proizvoda. TZ KZŽ u organizaciju je uključena na način da financira trošak vodiča i te sudjeluje u oblikovanju programa obilaska unaprijed određenih lokacija.

Cilj putovanja novinara je informirati o županijskim turističkim proizvodima,te motivirati na dolazak u destinaciju. Ciljane skupine su tourooperatori, putničke agencije, te agencije specijalizirane za proizvode od posebnog interesa. Poseban naglasak u 2014. stavit će se na dolazak tzv. blogera koji postaju sve interesantniji jer svoje zapažanja, tekstove o posjećenim destinacijama kanaliziraju preko interneta(društvenih mreža.....), a na taj način su te informacije dostupne puno većem broju potencijalnih gostiju.

3. POSEBNE PREZENTACIJE

Planirana sredstva: 203.516,00 kn

Nositelj: TZ KZŽ

Rok izvršenja:30. 06. 2014.

S obzirom da HTZ ima cijelu mrežu svojih predstavništava i da smo dosad te resurse premalo koristili, za slijedeću godinu planiramo (preliminarni dogovori održeni su između direktora našeg predstavništva u Beču, Munchenu, Pragu i Varšavi) posebne prezentacije realizirati upravo na spomenutim tržištima. Prezentacije su zamišljene kao održavanje kratkih pp prezentacija i reprodukcija kratkih promotivnih filmova kojima bi se predstavila ukupna turistička ponuda KZŽ, zatim predstavljanje topičkog/zdravstvenog turizma te hotelski kompleksi sa cjelokupnom ponudom. Za svaku zemlju ćemo definirati optimalan način prezentacije uz sugestije tamošnjih direktora. Polazna točka za ta tržišta je svakako naša auto-cesta kojom putuju prema moru. Međutim, prema riječima direktora predstavništava, potrebno ih je upoznati sa svim turističkim potencijalima koji se nalaze unutar 20 km od auto-ceste, a koji već privlače sve veći broj gostiju iz upravo tih zemalja(u statistikama vidljiv porast gostiju sa tih tržišta). U sklopu istih pripremit ćemo i male eno-gastro prezentacije zagorskih jela uz pomoć i suradnju naših najboljih kuhara iz hotelskih kuća te ćemo organizirati i radionice sa predstavnicima marketinga iz istih i touroperatora te TA koji će prisustvovati prezentacijama. Ciljane skupine su nam tourooperatori te novinari. Na raspolaganju nam je sva moguća logistika od strane Predstavništava.

Po zaprimanju odgovora od strane HTZ-a napraviti će se konkretan plan za navedene prezentacije.

V. INTERNI MARKETING

Planirana sredstva: 152.000,00 kn

1. EDUKACIJA (LTZ KZŽ i zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)

Planirana sredstva: 82.000,00 kn

Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ

Rok izvršenja: 31. 12. 2014.

Kontinuirano obrazovanje je nužnost u dinamičnom okruženju kao što je turističko.

Stoga ćemo inzistirati na kontinuiranom obrazovanju kroz seminare organizirane od strane HTZ-e, MINT-a i drugih institucija koje su orijentirane prema razvoju turizma i permanentnom obučavanju turističkih kadrova u svim segmentima potrebnim za kvalitetan rad sustava turističkih zajednica te subjekata iz javnog i privatnog sektora).

1.1. Zagorje, ti moje blago

Planirana sredstva: 72.000,00 kn

Nositelj:Turistički ured TZ KZŽ

Rok izvršenja:30. 11. 2014.

Projekt „Zagorje, ti moje blago“, ima za cilj podizanje opće razine kvalitete životnog prostora, očuvanja i unapređenja turističkog prostora i zaštite okoliša, očuvanje i revitalizaciju tradicijskih vrijednosti i ukupnog ruralnog prostora te zaštita okoliša općenito.

Ciljevi projekta:

1. Senzibilizirati javnost za:

- Istinske zagorske vrijednosti te potrebu njihove obnove i zaštite
- Pravilan i odgovoran odnos prema kulturnoj i prirodnoj baštini
- Zaboravljene tradicijske vrijednosti te njihovu obnovu (tradicijska arhitektura, tradicijski vrtovi)
- Potrebu očuvanja autentičnog zagorskog krajolika i sveukupnost prostora
- Pravilan odnos prema krajoliku
- Značaj turizma i identitet Zagorja i njegovih ljudi

1. Poučiti i usmjeriti kako pravilno intervenirati u prostoru, ispraviti ili ublažiti učinjene pogreške te dati konkretnе primjere
2. Poučiti kako pravilno obnoviti tradicionalnu kuću, klet, tradicijsko gospodarstvo, trnac starih voćaka, tradicijske vrtove, tradicijsku autohtonu floru i faunu
3. Poučiti kako urediti urbani vrt s pripadajućim elementima i biljem

Aktivnosti projekta:

- Organizacija tečaja za sommeliere II razine:

U sklopu projekta „Zagorje, ti moje blago“ Turistička zajednica Krapinsko - zagorske županije je u 2012.i 2013. g. g. u suradnji sa Krapinsko zagorskom županijom, HGK ŽKK i OK KZŽ organizirala tečaj za sommeliere I razine.

Kako se u Krapinsko-zagorskoj županiji ulaže puno energije na promicanje Zagorja kao turističke regije koja,između ostalog, obiluje mrežom agroturističke odnosno bogate enogastronomске ponude vezane uz vrhunska i sve više nagrađivana vina, a koja želimo što kvalitetnije prezentirati i približiti našim gostima,krenuli smo u edukaciju kako bismo i na taj način podigli kvalitetu sveukupne turističke ponude.

Naime, edukacija je jedan od najvažnijih elemenata u kreiranju kvalitetnih turističkih aranžmana i općenito vrlo važna karika u cjelokupnoj turističkoj ponudi pojedinog područja odnosno regije.

Kako je jedan od ciljeva projekta „Zagorje, ti moje blago“ i senzibilizirati javnost za značaj turizma i identitet Zagorja i njegovih ljudi te očuvanje istinskih zagorskih vrijednosti od kojih su zagorska vina vrlo važan segment, svakako su dobrodošli svi oblici edukacija, a rezultat koji će proizaći iz tog je svakako viša razina kvalitete usluge kroz ulaganje u ljudske resurse.

U 2014. godini planiramo realizirati tečaj za sommeliere II razine.

Program stručnog usavršavanja za sommeliera sastoji se od tri dijela. Po završetku svake pojedine razine polaznici pristupaju polaganju ispita, a nakon položenog ispita dobivaju potvrdu o završenom tečaju za određenu razinu te po želji upisuju tečaj sljedeće razine. Nakon položene treće razine stječe se diploma sommeliera.

1.2. Seminari zaposlenih

Planirana sredstva: 10.000,00 kn

Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ

Rok izvršenja: 31. 12.2014.

U okružju stalnih promjena (zakonskih i svih ostalih, od javne nabave do EU fondova) prisiljeni smo na kontinuiranu edukaciju koju ćemo i provoditi prema iskazanim potrebama i područjima tijekom godine.

2. KOORDINACIJA I NADZOR SUSTAVA LTZ KZŽ

Planirana sredstva: 20.000,00 kn

Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ

Rok izvršenja: 31. 12. 2014.

Vezano uz zajedničke aktivnosti županijske TZ i TZ općina i gradova, moram napomenuti da ćemo kroz redovne koordinacije dogovorati i realizaciju zajedničkih aktivnosti od kojih su najznačajnije:

-promocija turističke destinacije „zagorje“ putem tzv. udruženog oglašavanja

-pružanje stručne i svake druge pomoći TZ općina i gradova u pitanjima važnim za njihovo djelovanje i razvoj

-koordinacija djelovanja i nadzor izvršavanja ciljeva i zadaća TZ općina i gradova

-priključivanje i mjesечna obrada podataka o turističkom prometu i svih drugih podataka bitnih za praćenje izvršenja postavljenih ciljeva i zadaća

-statistička obrada prema TZ nižeg ustroja i HTZ-u

Provođenje programa i akcija HTZ-a, a u cilju podizanja razine kvalitete turističke ponude...

Kao što je već prethodno spomenuto, TZ KZŽ i sustav TZ općina i gradova KZŽ aktivno odraduje mnoge zajedničke aktivnosti kao što su: zajednički nastupi na sajmovima, promocijama, izrada promidžbenih materijala, udruženo oglašavanje, međusobno umrežavanje Internet stanica.... I tako će se nastaviti i tijekom 2014.

Kroz koordinacije smo dali i smjernice za izradu Programa rada TZ općina i gradova za 2014. kako bismo svi na području županije imali istovjetne aktivnosti te uz udruživanje sredstava na pojedinim projektima ili zadacima postigli tzv. sinergijski učinak. Takav način rada nastaviti će se i u narednom razdoblju.

Glede nadzora, kao i prethodnih godina, ugovorit ćemo odrđivanje i provjere kontrole poslovanja turističkih zajednica općina i gradova Krapinsko-zagorske županije za godinu 2013. prema dostavljenoj dokumentaciji za razdoblje prvih 6 mjeseci i za cijelu godinu i to :

- djeluje li turistička zajednica u skladu sa zakonima i aktima turističke zajednice te odlukama skupštine i turističkog vijeća,:
- jesu li godišnja i druga finansijska izvješća sastavljena u skladu sa stanjem u poslovnim knjigama turističke zajednice i pokazuju li ispravno stanje,
- ocjenu o poslovanju i vođenju poslova,
- da li se program rada i finansijski plan izvršavaju i provode i u kojoj mjeri,
- te mišljenje i savjete o mogućnosti poboljšanja njihove provedbe

3. NAGRADE I PRIZNANJA (Projekt VOLIM HRVATSKU)

Planirana sredstva: 50.000,00 kn

Nositelj: Glavni ured HTZ,Turistički ured TZ KZŽ

Rok izvršenja: 15. 12. 2014.

Tijekom 2013. godine Projekt Volim Hrvatsku je znatno minimiziran jer su od strane HTZ-a izbačene sljedeće aktivnosti: Servis doborodošlice i Zeleni cvijet. Inače, navedeni projekt potiče aktivnosti vezane za očuvanje okoliša, unapređenje turističkog proizvoda, podizanje razine gostoljubivosti i dobrodošlice.

Aktivnosti vezane za uređenje okoliša su ujedno i akcije uređenja i čišćenja općina i gradova u KZŽ, radi podizanja ekološke svijesti građana te zaštite flore i faune.

TZ KZŽ u suradnji sa sustavom TZ, prijašnjih godina kontinuirano je radila na unapređenju kvalitete turističkih i drugih komplementarnih usluga, očuvanjem i stvaranjem prepoznatljivog i privlačnog turističkog okružja i osiguranjem turističkog gostoprimestva u turističkom mjestu, gradu, općini i županiji, a sve to realizacijom projekta Volim Hrvatsku. S obzirom na mnoge pozitivne učinke projekta, u 2014. planiramo nastaviti sa provođenjem Zelenog cvijeta, ali prilagođenog nama sa redefiniranim kriterijima i kategorijama, a temeljem zajedničkih dogovora unutar klastera Središnja Hrvatska i sustava TZ KZŽ.

Turističko vijeće TZ KZŽ odabrat će komisiju za ocjenjivanje i proglašenje najboljih za svaku kategoriju. Turistički ured dodijeliti će priznanja na Županijskoj razini. I dalje ćemo odradivati aktivnosti naložene od strane HTZ-a, te prvonagrađene u Čovjek – ključ uspjeha te Likovne i literarne radove DV i OŠ prosljeđivati za nacionalni nivo.

3.1. Nagrade za osnovne škole i dječje vrtiće

Planirana sredstva: 30.000,00 kn

Glavni ured HTZ-a, provesti će interni natječaj za najbolje literarne i likovne radove učenika osnovnih škola i dječjih vrtića, na zadatu temu. TZ KZŽ će proslijediti tekst natječaja na sve OŠ i dječje vrtiće te oformiti komisiju koja će odabrat najbolje radove. Najboljim likovnim i literarnim radovima učenika DV i OŠ u Županiji bit će dodijeljene novčane nagrade koje osigurava Glavni ured HTZ, a prvonagrađeni radovi kandidiraju se za daljnje natjecanje na nacionalnoj razini. Kontinuirano se trudimo uključiti što više DV i OŠ s područja županije u ovaj projekt.

3.2. Svečanost dodjele priznanja

Planirana sredstva: 20.000,00 kn

Krajem godine organizirat ćemo svečanu dodjelu priznanja u akcijama Zeleni cvijet i Čovjek – ključ uspjeha kada dodjelujemo priznanja na županijskom nivou.

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Planirana sredstva: 25.000,00 kn

1. BANKA FOTOGRAFIJA I PRIPREMA U IZDAVAŠTVU

Planirana sredstva: 25.000,00 kn

Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ

Rok izvršenja: 31. 12. 2013.

Tijekom 2014. godine nastaviti će se prikupljanje fotografija jer je to neophodan „alat“ za servisiranje svih marketinških aktivnosti TZ KZŽ kao i kontroliranje imagea destinacije. Sve fotografije će se unositi u elektronsku arhivu TZ KZŽ, a najatraktivnije će se uvrstiti u bazu podataka u rezoluciji

pogodnoj za tisak, oglašavanje ili za potrebe izrade plakata, letaka i sl., a u suradnji s TZ nižeg ustroja. Kako je često potrebno i otkupiti kvalitetne fotografije za izradu promidžbenih i drugih materijala za kvalitetnu izradu pojedinih promidžbenih materijala odnosno reprinteva istih s najatraktivnijim motivima naše Županije, svakako ćemo tu mogućnost i koristiti.

VII. PLANOVI RAZVOJA, STRATEŠKO-MARKETINŠKI PLANOVI I OSTALO

Planirana sredstva: 50.000,00 kn

Nositelj: Turistički ured TZ KZŽ

Rok izvršenja: 31. 12. 2014.

1. Strateške smjernice razvoja turizma KZŽ – izrada

Jedna od zadaća TZ Krapinsko-zagorske županije temeljem Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma je izrada Strategije razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije.

Budući da raspolazemo brojnim podacima i razvojnim dokumentima (Strategija razvoja turizma RH, Županijska razvojna strategija KZŽ, Strategija ruralnog razvoja KZŽ,) a finansijska sredstva su nam ograničena odlučili smo se za izradu „Strateških smjernica turizma Krapinsko-zagorske županije, Troškovi izrade navedene dokumentacije iznosili bi 50.000,00 kuna. Ponuda je zatražena od Instituta za turizam. Institut je pristao na navedeni iznos iz razloga što smo obećali radnu suradnju na dokumentu TZ Krapinsko-zagorske županije, Krapinsko-zagorske županije (Odjel za prostorno uređenje) i Zagorske razvojne agencije.

VIII. FINANCIJSKI PLAN ZA 2014. GODINU

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2013.	PLAN 2014.	INDEKS PLAN 2013./ PLAN 2014.	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	120.000,00	130.000,00	108	4,49
2.	Prihodi od turističke članarine	200.000,00	215.000,00	108	7,42
3.	Prihodi iz proračuna KZŽ	511.000,00	918.663,00	180	31,70
3.1.	za promociju Županije	161.000,00	100.000,00	62	3,45
3.2	za promotivne kampanje		153.663,00		5,30
3.3	za funkcioniranje turističkog ureda	350.000,00	350.000,00	100	12,08
3.4	za unapređenje proizvoda i edukaciju		315.000,00		10,87
	Hoteli		32.000,00		1,10
5.	TZ	45.000,00	65.349,00	145	2,25
6.	Muzeji Hrvatskog zagorja	15.000,00	25.142,00		0,87
7.	HGK	20.000,00	5.000,00		0,17
8.	Obrtnička komora	10.000,00	2.000,00		0,07
9.	HTZ	655.340,00	1.398.252,00	213	48,25
9.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	376.500,00	1.063.015,00		36,68
9.2.	Projekti	50.000,00			0,00
9.3.	Zagorje , ti moje blago (Tečaj sommeliera)	35.000,00	57.600,00		1,99
9.4.	Pješačke staze KZŽ	35.000,00	35.000,00		1,21
9.5.	Nagrade dječjim vrtićima i školama	51.000,00	30.000,00	59	1,04
9.6.	Servis dobrodošlice	45.000,00	0,00		0,00
9.7.	Smeđa signalizacija (Označitev ob Sotli: Vinske ceste)	5.000,00	60.000,00		2,07
9.8	Posebne prezentacije	57.840,00	152.637,00	264	5,27

10.	Ministarstvo turizma	50.000,00	100.000,00		3,45
11.	Prijenos prihoda prethodne godine	35.000,00			0,00
12.	IPA sredstva EU				0,00
13.	Ostali nespomenuti prihodi	6.600,00	6.700,00	102	0,23
	SVEUKUPNO PRIHODI	1.667.940,00	2.898.106,00	174	100,00
RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2013.	PLAN 2014.	INDEKS PLAN 2013./ PLAN 2014.	STRUKTURA %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	599.600,00	590.000,00	98	20,36
1.	Rashodi za radnike	448.900,00	428.000,00	95	14,77
1.1	Plaće	402.000,00	403.000,00	100	13,91
1.2	Ostali rashodi za radnike temeljem Pravilnika o radu	46.900,00	25.000,00	53	0,86
2.	Rashodi ureda	150.700,00	162.000,00	107	5,59
2.1	Prijevoz	37.000,00	37.000,00	100	1,28
2.2	Osiguranje	3.000,00	3.000,00	100	0,10
2.3	Sistematski pregled	4.500,00	4.500,00	100	0,16
2.4	Službena putovanja	25.000,00	25.000,00	100	0,86
2.5	Nabava opreme	5.000,00	10.000,00	200	0,35
2.6	Reprezentacija općenito	5.000,00	5.000,00	100	0,17
2.7	Trošak banke	7.000,00	3.000,00	43	0,10
2.8	Uredski materijal	9.000,00	9.000,00	100	0,31
2.9	Usluge najma	37.000,00	45.000,00	122	1,55
2.10	Trošak telefona	6.000,00	6.000,00	100	0,21
2.11	Trošak pošte	2.200,00	2.500,00	114	0,09
2.12	Trošak mobitela	10.000,00	10.000,00	100	0,35
2.13	Ostali rashodi		2.000,00		0,07
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice	0,00	0,00	0	0,00
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	50.000,00	165.000,00	330	5,69
1.	Potpore događanjima	50.000,00	0,00	0	0,00
2	Označitev ob Sotli (Pješačke i vinske staze :aktualizacija i modernizacija)		165.000,00	0	5,69
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	757.000,00	1.649.768,75	218	56,93
1.	Online komunikacije	150.000,00	6.000,00	4	0,21
1.1.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	150.000,00	6.000,00	4	0,21
2.	Offline komunikacije	607.000,00	1.543.768,75	254	53,27
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	502.000,00	1.328.768,75	265	45,85
2.1.1	Oglašavanje u tisku	63.000,00	114.250,00	181	3,94
2.1.2	Oglašavanje putem plakata	135.000,00	619.018,75	459	21,36
2.1.3	Oglašavanje na radio postajama	168.000,00	325.000,00	193	11,21
2.1.4	Internet oglašavanje	85.000,00	138.000,00	162	4,76
2.1.5	Oglašavanje putem televizije	51.000,00	132.500,00	260	4,57
2.2	Brošure i ostali tiskani materijali	40.000,00	200.000,00	500	6,90
2.3	Suveniri i promo materijali	5.000,00	10.000,00	200	0,35
2.4	Info table	10.000,00	0,00	0	0,00
2.5	Servis dobrodošlice	45.000,00	0,00	0	0,00
2.6	Baneri	5.000,00	5.000,00	100	0,17
3	Promocija Županije		100.000,00	0	3,45
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	97.120,00	238.516,00	246	8,23
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	10.000,00	15.000,00	150	0,52
2.	Studijska putovanja	10.000,00	20.000,00	200	0,69
3.	Posebne prezentacije	77.120,00	203.516,00	264	7,02
V.	INTERNI MARKETING	141.000,00	152.000,00	108	5,24

1.	Edukacija (turističke zajednice na području županije, zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	55.000,00	82.000,00	149	2,83
1.1	Zagorje, ti moje blago (Tečaj sommeliera)	50.000,00	72.000,00	144	2,48
1.2	Seminari zaposlenih	5.000,00	10.000,00	200	0,35
2.	Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica na području županije	20.000,00	20.000,00	100	0,69
3.	Nagrade i priznanja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo)	66.000,00	50.000,00	76	1,73
3.1	Nagrade školama i dječjim vrtićima	51.000,00	30.000,00	59	1,04
3.2	Svečanost dodjele priznanja	15.000,00	20.000,00	133	0,69
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	42.000,00	25.000,00	60	0,86
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	35.000,00	0,00	0	0,00
2.	Banka fotografija	7.000,00	25.000,00	357	0,86
VII.	RAZVOJNI PLANOVI I STRATEŠKI DOKUMENTI		50.000,00		1,73
1.	Strateške smjernice razvoja turizma KZZ		50.000,00		1,73
VIII	Prijenos rashoda iz 2012		27.821,25		0,96
	SVEUKUPNO RASHODI	1.686.720,00	2.898.106,00	172	100,00
	Prijenos viška prihoda u iduću godinu	16.220,00			0,00

Predsjednik TZ KZZ

Željko Kolar

