



PROGRAM RADA S FINANCIJSKIM PLANOM
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SAMOBORA ZA 2020. GODINU

- Analiza stanja i procjena tržišnih kretanja
- Vizija i ciljevi
- Ostvarivanje prihoda u 2020. godini
- Planirani rashodi u 2020. godini

Administrativni marketing

- I. Rad turističkog ureda
- II. Rad tijela Zajednice

Dizajn vrijednosti

- I. Manifestacije
- II. Potpore manifestacijama
- III. Projekti

Komunikacija vrijednosti

- I. Online komunikacije
- II. Offline komunikacije

Distribucija i prodaja vrijednosti

- I. Sajmovi, izložbe, skupštine karnevalista
- II. Promocija destinacije

Interni marketing

- I. Edukacija
- II. Koordinacija subjekata javnog i privatnog sektora

Marktinška infrastruktura

- I. Baza fotografija i video materijala

Transfer boravišne pristojbe Gradu

- Financijski plan za 2020. godinu
- Završne odredbe

Analiza stanja i procjena tržišnih kretanja

Sukladno podacima dostupnima na dan 30.09.2019., na području Grada Samobora posluju 52 smještajna objekta s ukupno 498 ležajeva.

Trenutno u Samoboru posluju 3 hotela, 1 hostel, 48 jedinica u privatnom smještaju (kamp odmoriste, planinarski domovi, sobe, apartmani, seoska domaćinstva i kuće za odmor). Iz trenutno gore podjele vidljivo je da je većina smještaja u privatnoj ponudi, što ne omogućuje prihvat većih grupa, već idividualnih posjetitelja ili manjih grupa.

U nastavku donosimo izvještaj ostvarenih noćenja u proteklim godinama.

Godina	2016.	2017.	2018.	2019. (na 30.09.)	2020. procjena
Ostvareni broj noćenja	27.757	25.987	31.200	35.905	33.000
		5.393 nekomercijalni	3.017 nekomercijalni	1.483 nekomercijalni	1.500 nekomercijalni

Nadalje, trend dolaska turista s obzirom na mjestu stanovanja u razdoblju od 1.1.2017.-30.9.2019. donosi zanimljiva saznanja da u posjetima prednjače domaći posjetitelji, dok su u velikom u Samoboru boravili i posjetitelji iz Bugarske i Njemačke. Proteklih godina zabilježeno je također povećanje broja turista iz Koreje, koje je u porastu svake godine i očekujemo i daljni rast.

3

Država	Dolasci	Noćenja	Broj turista	Udio dolazaka	Udio noćenja	Udio turista
Hrvatska	12.314	32.365	12.331	30,18%	37,37%	30,19%
Njemačka	3.204	6.957	3.205	7,85%	8,03%	7,85%
Bugarska	3.985	4.970	3.985	9,77%	5,74%	9,76%
Francuska	1.838	3.764	1.839	4,50%	4,35%	4,50%
Italija	1.657	3.361	1.660	4,06%	3,88%	4,06%
Nizozemska	1.150	2.987	1.152	2,82%	3,45%	2,82%
Bosna i Hercegovina	1.285	2.631	1.286	3,15%	3,04%	3,15%
Srbija	1.251	2.363	1.252	3,07%	2,73%	3,07%
Austrija	1.282	2.346	1.290	3,14%	2,71%	3,16%
Slovenija	1.224	2.052	1.224	3,00%	2,37%	3,00%
Poljska	1.096	1.771	1.096	2,69%	2,04%	2,68%
Koreja, Republika	1.712	1.743	1.712	4,20%	2,01%	4,19%

Mađarska	829	1.704	829	2,03%	1,97%	2,03%
SAD	605	1.470	605	1,48%	1,70%	1,48%
Ujedinjena Kraljevina	523	1.421	523	1,28%	1,64%	1,28%
Belgija	501	1.279	501	1,23%	1,48%	1,23%
Ostale azijske zemlje	776	1.145	778	1,90%	1,32%	1,90%
Češka	708	1.142	708	1,74%	1,32%	1,73%
Švicarska	483	1.001	483	1,18%	1,16%	1,18%
Makedonija	543	961	543	1,33%	1,11%	1,33%
Izrael	382	915	382	0,94%	1,06%	0,94%
Španjolska	329	776	329	0,81%	0,90%	0,81%
Kanada	233	535	233	0,57%	0,62%	0,57%
Finska	168	483	168	0,41%	0,56%	0,41%
Švedska	215	438	215	0,53%	0,51%	0,53%
Slovačka	291	427	292	0,71%	0,49%	0,71%
Danska	113	410	113	0,28%	0,47%	0,28%
Australija	206	403	206	0,50%	0,47%	0,50%
Kosovo	120	333	120	0,29%	0,38%	0,29%
Kina	140	322	140	0,34%	0,37%	0,34%
Irska	82	318	82	0,20%	0,37%	0,20%
Ukrajina	118	292	118	0,29%	0,34%	0,29%
Rusija	142	283	142	0,35%	0,33%	0,35%
Rumunjska	167	279	167	0,41%	0,32%	0,41%
Portugal	82	276	82	0,20%	0,32%	0,20%
Turska	72	268	73	0,18%	0,31%	0,18%
Grčka	103	219	103	0,25%	0,25%	0,25%
Crna Gora	109	209	109	0,27%	0,24%	0,27%
Norveška	102	191	102	0,25%	0,22%	0,25%
Indija	58	186	58	0,14%	0,21%	0,14%
Argentina	30	160	30	0,07%	0,18%	0,07%
Albanija	35	149	35	0,09%	0,17%	0,09%
Ostale afričke zemlje	22	130	22	0,05%	0,15%	0,05%
Litva	85	129	85	0,21%	0,15%	0,21%
Tajvan, Kina	37	109	37	0,09%	0,13%	0,09%
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike	52	99	52	0,13%	0,11%	0,13%
Novi Zeland	34	84	34	0,08%	0,10%	0,08%
Brazil	13	80	13	0,03%	0,09%	0,03%
Bjelorusija	30	79	30	0,07%	0,09%	0,07%
Estonija	34	71	34	0,08%	0,08%	0,08%
Letonija	43	71	43	0,11%	0,08%	0,11%
Malta	19	69	19	0,05%	0,08%	0,05%

Maroko	17	59	17	0,04%	0,07%	0,04%
Meksiko	25	54	25	0,06%	0,06%	0,06%
Japan	26	46	26	0,06%	0,05%	0,06%
Luksemburg	25	46	25	0,06%	0,05%	0,06%
Ostale europske zemlje	13	36	13	0,03%	0,04%	0,03%
Južnoafrička Republika	17	26	17	0,04%	0,03%	0,04%
Lihtenštajn	7	21	7	0,02%	0,02%	0,02%
Island	11	15	11	0,03%	0,02%	0,03%
Ostale zemlje Oceanije	5	15	5	0,01%	0,02%	0,01%
Cipar	2	12	2	0,00%	0,01%	0,00%
Čile	3	11	3	0,01%	0,01%	0,01%
Hong Kong, Kina	4	10	4	0,01%	0,01%	0,01%
Ujedinjeni Arapski Emirati	2	8	2	0,00%	0,01%	0,00%
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	3	6	3	0,01%	0,01%	0,01%
Tajland	4	6	4	0,01%	0,01%	0,01%
Oman	2	5	2	0,00%	0,01%	0,00%
Kazahstan	1	4	1	0,00%	0,00%	0,00%
Katar	1	3	1	0,00%	0,00%	0,00%
Kuvajt	2	2	2	0,00%	0,00%	0,00%
Indonezija	1	1	1	0,00%	0,00%	0,00%
Jordan	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
Makao, Kina	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
Tunis	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%

Najveći nedostatak u mogućnosti proširenja ponude ali i većeg povećanja turističkih dolazaka jest nedovoljan broj hotelskog smještaja koji može omogućiti prihvat većih turističkih grupa.

Također, svjedoci smo svakodnevnih posjeta grupa koje u Samobor dolaze na jednodnevni izlet, čiji dolazak nije zabilježen u gore statističkom izračunu i nije ga moguće nikako statistički pratiti. Ured će upravo iz tog razloga voditi internu evidenciju zabilježenu na temelju osobnih procjena i/ili informacija od strane turističkih vodiča koji dolaze u ured po promotivne materijale, a i voditi procjenu posjeta u sam Ured individualnih posjetitelja.

Vizija Turističke zajednice grada Samobora očituje se u pozicioniranje Samobora u prepoznatljivu kontinentalnu destinaciju, čija se ponuda temelji na doživljaju.

Strateški ciljevi / Dugoročni ciljevi

- poticanje i iniciranje razvoja i unapređivanje postojećeg turističkog proizvoda
- iniciranje razvoja novih turističkih proizvoda
- promocija turističkih proizvoda
- razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, te potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističkog proizvoda, a osobito zaštite okoliša te prirodne i kulturne baštine sukladno održivom razvoju

Ciljevi u 2020. godini / Kratkoročni ciljevi

- Razvoj i marketing turističke destinacije
- Kvalitetnije upravljanje turističkim manifestacijama
- Unaprijediti postojeću manifestaciju „Ljeto u Samoboru“
- Dovršetak započetih projekata u 2019. godini
- Kvalitetna integracija sadržaja na internet stranici

Ostvarivanje prihoda u 2020. godini

Pri planiranju prihoda za 2020. godinu koristili su se sljedeći dostupni podaci i informacije:

- Planirani rast dolazaka i noćenja
- Povećanje pristojbe boravišne pristojbe sa 10 kn na 12 kn od 1.1.2020. godine
- Uključivanje privatnih iznajmljivača u sustav e-visitor koji je Ured pokrenuo u 2017. godini
- Suradnja s Gradom Samoborom, koji tokom cijele godine pomaže turističke projekte i na taj način pridonosi unapređuju boravka turista i građana u Gradu Samoboru
- Prihodi od javnih natječaja
- Prihodi od obavljanja gospodarske djelatnosti

Ukupni prihodi planiraju se na razini 3.020.100 kn što je za 2% više u odnosu na prethodnu 2019 godinu.

Prihodi su sadržani iz sljedećih izvora:

❖ BORAVIŠNA PRISTOJBA	120.000,00 kn
❖ TURISTIČKA ČLANARINA	950.000,00 kn
❖ PRIHODI IZ PRORAČUNA GRADA/ŽUPANIJE/DRŽAVE	1.060.000,00 kn
❖ PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI	540.100,00 kn
❖ PRIJENOS PRIHODA PRETHODNIH GODINA	350.000,00 kn

7

Planirani rashodi u 2020. godini

Ukupni rashodi planirani su u iznosu od 2.744.000,00 kn što je za 1% više u odnosu na prethodnu 2019. godinu.

Rashodi su podjeljeni na sljedeću strukturu:

❖ ADMINISTRATIVNI TROŠKOVI	681.500,00 kn
❖ DIZAJN VRIJEDNOSTI	1.772.500,00 kn
❖ KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	184.000,00 kn
❖ DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	15.000,00 kn
❖ INTERNI MARKETING	25.000,00 kn
❖ MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	30.000,00 kn
❖ TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU	36.000,00 kn

RASHODI ZA RADNIKE I RASHODI UREDA

Turistički ured Turističke zajednice grada Samobora djeluje u uredskom prostoru u sklopu zgrade Gradske uprave, u prizemlju zgrade na adresi Trg kralja Tomislava 5. U uredu su zaposlene 3 radnice. Ured će efikasno obavljati i izvršavati:

- sve stručne i administrativne poslove vezano za svakodnevni rad
- organizacijske i logističke poslove neposredno ali i direktno vezane uz realizaciju Programa rada
- razvoj novih turističkih proizvoda i promocija istih, kao i daljnje aktivnosti za promoviranje i poboljšanje postojećih turističkih proizvoda
- sve ostale radnje propisane Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma

Ured TZGS svakodnevno će komunicirati i surađivati s turističkim subjektima kako na regionalnoj, nacionalnoj tako i na lokalnoj razini.

Gore navedeni poslovi obavljati će se u radno vrijeme ureda ponedjeljak-petak 8-16, subotom od 10-13 sati, a po potrebi i u produženom radnom vremenu, shodno potrebama i informacijama s tržišta, a prema financijskim mogućnostima.

Planira se nastavak suradnje s Gradom Samoborom u cilju produženog radnog vremena.

Predviđena sredstva: 681.500,00 kn

RAD TIJELA ZAJEDNICE

U skladu s zakonskim odredbama, zajedno s direktorom Turističkog ureda u cilju poboljšanja turističkih aktivnosti i povećanje obujma istih tokom godine radi Turističko vijeće, Skupština i Nadzorni odbor Turističke zajednice grada Samobora.

Tijela Zajednice imati će za dnevni red zakonom propisane zadaće i sudjelovati u radu Turističke zajednice grada Samobora, a iste će se održati:

- Vijeće TZGS – minimalno jednom u 3 mjeseca , ili po potrebi
- Skupština TZGS – najmanje 2 sjednice, ili po potrebi
- Nadzorni odbor TZGS – najmanje 2 sjednice, ili po potrebi

Tijela Zajednice svoj posao obavljaju bez naknade.

MANIFESTACIJE

❖ 194. Samoborski fašnik (14.2. – 25.2.2020.)

194. Samoborski fašnik sljedeće godine odvija se u veljači, točnije od 14. do 25. veljače. U svakodnevnim događanjima od jutra do kasnih večernjih sati u programu će sudjelovati oko 3000 djece iz samoborskih škola i vrtića, 500 članova mjesnih odbora i njihovih alegorijskih kola te brojnih sudionika karnevalskih skupina iz cijele Hrvatske. Program se odvija na nekoliko lokacija u centru Grada.

Aktivnosti:

- Koordinacija subjekata uključenih u projekt
- Izrada koncepcije i provedba
- Apliciranje na natječaje
- Tehničko-produkcijska priprema manifestacije
- Priprema i provedba javnih natječaja
- Izrada komunikacijske strategije, planova i promotivnih aktivnosti
- Realizacija manifestacije
- Pisanje izvješća

Cilj: Očuvanje tradicije i jačanje najveće turističko – gospodarske manifestacije

Budžet: 1.500.000,00 kn

Nositelj: TZ grada Samobora, Grad Samobor, Komunalac Samobor

Indikator uspješnosti: povećanje broja sudionika, programskih aktivnosti, povećanje broja posjetitelja, medijska zasupljenost

Rok: 1.10.2019. – 30.09.2020.

❖ Doček Nove godine

U cilju produljenja boravka posjetitelja tijekom Božićnih i novogodišnjih blagdana organizira se doček Nove godine u podne i u ponoć.

Aktivnosti:

- Koordinacija subjekata uključenih u projekt
- Izrada koncepcije i provedba
- Izrada i provedba promotivnih aktivnosti
- Realizacija manifestacije

Ciljevi: Produljenje boravka posjetitelja

Budžet: 20.000,00 kuna

Nositelj: TZ grada Samobora, Grad Samobor, PC Samobor

Indikator uspješnosti: broj sudionika, povećanje obujma turističkog prometa

Rok: prosinac 2020.

❖ **Dan grada Samobora**

Uz postojeći program u organizaciji Grada Samobora, TZGS će se uključiti s organiziranom besplatnom animiranom turističkom šetnjom pod nazivom „Upoznaj i okusi Samobor“, gdje će posjetitelji moći prisustvovati izradi nekih od samoborskih poznatih suvenira, probati gastronomske specijalitete Grada te saznati nešto novo i zanimljivo o Samoboru.

Aktivnosti:

- Koordinacija subjekata uključenih u projekt
- Izrada koncepcije i provedba
- Izrada i provedba promotivnih aktivnosti
- Realizacija manifestacije

Cilj: upoznavanje s turističkim proizvodima, promocija destinacije

Budžet: 4.000,00 kuna

Projekt: TZ Samobor

Indikator uspješnosti: broj prijavljenih/sudionika u šetnji

Rok: listopad 2020.

❖ **Ljeto u Samoboru**

U 2020. planiramo novu koncepciju projekta. Cilj projekta je obogaćivanje dodatne ponude tokom ljeta te stvaranje prepoznatljivog projekta.

Aktivnosti:

- Koordinacija subjekata uključenih u projekt
- Izrada koncepcije i provedba
- Apliciranje na natječaje
- Tehničko-produkcijska priprema manifestacije
- Priprema i provedba natječaja
- Izrada komunikacijske strategije, planova i promotivnih aktivnosti
- Realizacija manifestacije

Cilj: promocija novog turističkog proizvoda

Budžet: 100.000,00 kuna

Nositelj: TZ grada Samobor, Grad Samobor, Komunalac Samobor, POU Samobor i ostali partneri

Indikator uspješnosti : povećanje programskih aktivnosti, povećanje broja posjetitelja, medijska zastupljenost

Rok: lipanj-srpanj 2020.

❖ **Advent u Samoboru**

U cilju produživanja sezone, posjetiteljima i građanima nastoji se osigurati dodatni sadržaj, kako za slobodno vrijeme tako i za kupovinu blagdanskih poklona.

Aktivnosti:

- Koordinacija subjekata uključenih u projekt
- Izrada koncepcije i provedba
- Izrada i provedba promotivnih aktivnosti
- Realizacija manifestacije

Cilj: stvaranje blagdanskog ugođaja i zadržavanje potrošnje lokalnog stanovništva, stvaranje dodatne ponude

Budžet: 30.000,00 kuna

Nositelji: TZ Samobor, PC Samobor, Grad Samobor, Komunalac Samobor

Indikator uspješnosti: broj programskih aktivnosti, povećanje obujam turističkog prometa, medijak zastupljenost

Rok: studeni-prosinac 2020.

12

POTPORE MANIFESTACIJAMA

❖ **Presclipping**

Radi praćenja marketinških aktivnosti , TZGS će aktivirati godišnje praćenje medijskih objava događanja/aktivnosti/projekata u Gradu Samoboru.

Aktivnosti:

- Izbor dobavljača
- Realizacija usluge
- Praćenje podataka

Ciljevi: Kvalitetno praćenje obujma medijske popraćenosti događanja

Budžet: 4.000,00 kuna

Nositelj: TZ grada Samobora

Indikator uspješnosti: broj objava

Rok: siječanj-prosinac 2020.

❖ **Majice Volim Samobor**

U suradnji sa Samoborskim športskim savezom 2016. godine pokrenuli smo projekt promocije sporta i turizma Grada Samobora te smo u 2016., 2017., 2018. i 2019. godini majice s natpisom „Volim Samobor“ donirali besplatno na korištenje sportskim klubovima na području Grada Samobora, a koji su obavezni kasnije iste majice koristiti na utakmicama i natjecanjima. U 2020. godini planiramo nastavak započetog projekta.

Aktivnosti:

- Koordinacija subjekata uključenih u projekt
- Narudžba majica
- Podjela majica i promotivne aktivnosti

Ciljevi: promocija sporta i turizma, povećanje lokalnog zajedništva

Budžet: 10.000,00 kuna

Nositelj: TZ grada Samobora, Samoborski športski savez

Indikator uspješnosti: broj sportskih klubova

Rok: lipanj 2020.

❖ **Ostale potpore**

U toku godine financirati će se turistički projekti koje ispunjavaju kriterije (podižu kvalitetu turističke ponude grada Samobora, doprinose rastu broja gostiju i povećanju potrošnje uslužnog sektora grada) te promoviraju Samobor kao zanimljivo turističko odredište.

Aktivnosti:

- Koordinacija sa subjektima / organizatorima projekta
- Sudjelovanje u pokrivanju troškova

Ciljevi: povećanje posjetitelja, promocija novih turističkih proizvoda

Budžet: 60.000,00 kuna

Nositelj: TZ grada Samobora

Indikator uspješnosti: povećanje broja posjetitelja

Rok: siječanj-prosinac 2020.

PROJEKTI

❖ **Biciklističke rute Samobor**

Projekt započet u 2016. godini, zahtjeva svoj naprestan rast i stavljanje u funkciju svih elemenata. U prethodnim godinama izrađena je postava signalizacije na terenu, izrađena karta biciklističkih ruta te postavljene cikloservisne stanice za popravak bicikla. U 2020. godini planira se nadopuna postojeće trase dodatnom infrastrukturom za poboljšanje uvjeta namjenjenih cikloturistima, kao i organizacija 2 biciklijade u svrhu promocije istih.

Aktivnosti:

- Koordinacija sa partnerima
- Odabir dovaljača
- Provedba projekta

Ciljevi: stvaranje boljih uvjeta boravka u destinaciji, povećanje konkurentnosti, promocija novih turističkih sadržaja

Budžet: 7.000,00 kuna

Nositelj: TZ grada Samobora

Indikatori uspješnosti: količina postavljene infrastrukture, broj sudionika na biciklijadama

Rok: ožujak-studenj 2020.

II. Komunikacijske vrijednosti

ONLINE KOMUNIKACIJE

❖ Internet oglašavanje

TZGS je u suradnji s Gradom Samoborom u 2017. godini završio projekt uspostave i implementacije nove tehnologije – jedinstvene Internet stranice (www.samobor.hr) koja obuhvaća Grad Samobor s svojim ustanovama, čime je projekt prvenstveno jedinstven ali i inovativan u cilju plasiranja svih potrebnih informacija najmnjenjenih građanima/ posjetiteljima.

Radi izuzetnog razvitka društvene komunikacije putem novih alata (web, društvene mreže, aplikacije, oglasi) planira se projektno povezati komunikacija i unaprijediti kvaliteta sadržaja koji se promovira na dnevnoj i projektnoj bazi.

Također, u sklopu udruženog oglašavanja s TZŽ provoditi ćemo marketinške aktivnosti na inozemnom tržištu.

Aktivnosti:

- Planiranje promotivnih aktivnosti
- Kontakti s dobavljačima
- Dogovaranje usluge
- Promotivne aktivnosti

Ciljevi: povećanje efektivnosti nastupa putem interneta, pojačana marketinška aktivnost prema javnosti

Budžet: 45.000,00 kn

Nositelj: TZ grada Samobora

Indikator uspješnosti: broj posjetitelja web stranice

Rok: siječanj-prosinac 2020.

OFFLINE KOMUNIKACIJE

❖ Opće oglašavanje

Planiramo oglašavanje u najznačajnijim turističkim publikacijama.

Aktivnosti:

- Planiranje promotivnih aktivnosti
- Dogovaranje usluge
- Promotivne aktivnosti

Ciljevi: pojačana marketinška aktivnost, bolja promocija i jačanje prepoznatljivosti

Budžet: 15.000,00 kn

Nositelj: TZ grada Samobora

Indikator uspješnosti: povećanje broja posjetitelja, veća zstupljenost u medijima

Rok: siječanj-prosinac 2020.

❖ Brošure i ostali tiskani materijali

Za potrebe distribucije Turističkog ureda, na sajmovima i prezentacijama, za potrebe gospodarskih i drugih subjekata, izrada i tisak novih, te dotisak postojećih promidžbenih materijala jedan su od najvažnijih potreba i jesu nezaobilazan alat u komunikaciji s posjetiteljima.

Aktivnosti:

- Priprema dokumenta
- Kontakti s dobavljačima
- Dogovaranje usluge
- Izrada materijala
- Promotivne aktivnosti

Ciljevi: promocija turističkih proizvoda i same destinacije

Budžet: 59.000,00 kn

Nositelj: TZ grada Samobora

Indikator uspješnosti: količina distribuiranog materijala

Rok: siječanj - prosinac 2020.

❖ **Suveniri i promo materijali**

Za potrebe ureda i prezentacije gostima i novinarima nabavljaju promo materijal s tiskom „Volim Samobor“, te ostali suveniri.

Aktivnosti:

- Planiranje nabave
- Kontakti s dobavljačima
- Dogovaranje usluge

Ciljevi: povećati vidljivost loga „Volim Samobor“, promocija destinacije

Budžet: 20.000,00 kn

Nositelj: TZ grada Samobora

Indikator uspješnosti: količina distribuiranog materijala

Rok: siječanj - prosinac 2020.

❖ **Smeđa signalizacija / intepretacijske ploče**

U cilju informiranja javnosti o turističkim lokalitetima, u planu je izrada intepretacijskih ploča na značajnijim lokalitetima u Gradu Samoboru. Projekt se provodi u suranji s Gradom Samoborom s kojim potpisujemo sporazum o najmjenskom korištenju sredstva boravišne pristojbe koje Grad Samobor doznačuje u TZGS, a radi zajedničkog utroška.

Aktivnosti:

- Planiranje aktivnsoti
- Kontakti s dobavljačima
- Dogovaranje usluge
- Postava table, oznaka
- Promotivne aktivnosti

Ciljevi: obilježavanje turističke infrastrukture u cilju boljeg snalaženja turista

Budžet: 45.000,00 kn

Nositelj: TZ grada Samobora

Indikator uspješnosti: količina postavljenih intepretacijskih ploča

Rok: prosinac 2020.

Distribucija i prodaja vrijednosti

❖ Sajmovi, izložbe, skupštine karnevalista i ostalo

Turistički sajmovi i prezentacije kao mjesto susreta turističke ponude i potražnje jedan su od kanala distribucije informacijama te jedan od najizravnijih načina obraćanja potencijalnim turističkim potrošačima, predstavnicima medija i organizatorima putovanja. Također, TZGS je član Hrvatske udruge karnevalista te sudjeluje u radu i aktivnostima.

Aktivnosti:

- Planiranje promotivnih aktivnosti
- Kontakti s dobavljačima
- Dogovaranje usluge
- Promotivne aktivnosti

Ciljevi: direktan marketing, osobni pristup klijentu

Budžet: 10.000,00 kn

Nositelj: TZ grada Samobora

Indikator uspješnosti: broj nastupa na sajmovima, broj distribuiranog promo materijala

Rok: siječanj - prosinac 2020.

18

❖ Studijska putovanja

Vodeći se osnovnim ciljem za povećanjem znanja i informacija o turističkim proizvodima organizirati ćemo posjete novinara i ostalih zainteresiranih strana, u cilju što kvalitetnije promocije turističkih proizvoda i same destinacije.

Aktivnosti:

- Planiranje promotivnih aktivnosti
- Kontakti s novinarima i ostalim zainteresiranim stranama
- Dogovaranje usluge
- Promotivne aktivnosti

Ciljevi: direktan marketing, osobni pristup klijentu, promocija destinacije i turističkih proizvoda

Budžet: 5.000,00 kn

Nositelj: TZ grada Samobora

Indikator uspješnosti: broj posjeta

Rok: siječanj - prosinac 2020.

❖ Edukacija zaposlenih

Od izuzetne je važnosti provoditi educiranje zaposlenika TZGS. Smatraju se važnim vještine efikasnog vođenja projektata za koje je svaki od djelatnika odgovoran, kao i povećanje svijesti o prednostima timskog rada.

Aktivnosti:

- Edukacije / stručna predavanja
- Nabava stručne literature
- Benchmarking

Ciljevi: povećanje kompetentnosti i znanja djelatnika

Budžet: 15.000,00 kn

Nositelj: TZ grada Samobora

Indikator uspješnosti: broj edukacija / usavšavanja/ sudjelovanja na konferencijama

Rok: siječanj - prosinac 2020.

❖ Edukacija subjekti javnog i privatnog sektora

Interni marketing podrazumjeva niz aktivnosti usmjerenih prema lokalnoj zajednici kako bi se stvorila pozitivna klima prema razvoju turizma, informirali i educiralo lokalno stanovništvo i gospodarstvenici.

Aktivnosti:

- Edukacije / stručna predavanja
- Nabava stručne literature
- Benchmarking
- Obrazovanje privatnog sektora

Ciljevi: povećanje kompetentnosti i znanja

Budžet: 10.000,00 kn

Nositelj: TZ grada Samobora

Indikatori uspješnosti: broj sudionika, broj polaznika, količina distribuiranog materijala

Rok: siječanj - prosinac 2020.

❖ Baza fotografija i video materijala

Kreiranje arhive foto i video sadržaja važno je za nadogradnju vlastitog online prezentacijskog materijala koje će TZGS koristiti za svoje potrebe te ustupiti na zahtjev i trećim osobama. Također, tekstovi turističkih proizvoda kao i prijevodi na strane jezike istih uvelike pomažu i omogućavaju kvalitetniju promociju na tržištu.

Trenutno je internet stranica prevedena na engleski jezik, dok se u 2020. planira implementacija njemačkog jezika.

Aktivnosti:

- Kontakt dobavljača
- Realizacija usluge – isporuka robe
- Promotivne aktivnosti

Ciljevi: bolji nastup na tržištu, prilagođavanje uvjetima na tržištu

Budžet: 30.000,00 kn

Nositelj: TZ grada Samobora

Indikator uspješnosti: količina promotivnog materijala, broj posjetitelja na Internet stranici

Rok: prosinac 2020.

Transfer boravišne pristojbe Gradu Samoboru

Sukladno Zakonu, 30 % prihoda iz redova turističke članarine mjesečno će se obračunavati i uplaćivati Gradu Samoboru, koji će isti sukladno istom Zakonu koristiti namjenski za osiguranje razvoja turizma, a naročito o uređenju naselja, turističkoj infrastrukturi, zaštiti okoliša, prirodne i kulturne baštine i sl.

Predviđena sredstva: 36.000,00 kn

Financijski plan za 2020. godinu

	<i>Opis</i>	<i>Plan 2019</i>	<i>Plan 2020</i>	<i>Index Plan 2020/ Plan 2019</i>
	Prihodi	2.951.021	3.020.100	102
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	150.000	120.000	80
2.	Prihodi od turističke članarine	950.000	950.000	100
3.	Prihodi iz proračuna grada / županije / državnog	979.000	1.060.000	108
3.1.	za programske aktivnosti	961.500	1.042.500	108
3.1.1.	Zagrebačka županija - Samoborski fašnik	75.000	75.000	100
3.1.2.	Grad Samobor - Samoborski fašnik tekuća godina	700.000	700.000	100
3.1.3.	HTZ Samoborski fašnik	-	150.000	
3.1.4.	Turistička zajednica Zagrebačke županije	19.000	15.000	79
3.1.5.	Grad Samobor - Doček Nove godine	37.500	37.500	100
3.1.6.	Grad Samobor - Cufus	30.000	-	-
3.1.7.	Grad Samobor - Grand prix Croatia	5.000	-	-
3.1.8.	Grad Samobor za programske aktivnosti	75.000	65.000	87
3.1.9.	Grad Samobor - Jurjevski krijes	20.000	-	-
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	17.500	17.500	100
4.	Prihodi od drugih aktivnosti	560.738	540.100	96
4.1.	Samoborski fašnik - prihodi od sponzorstava	171.611	170.000	99
4.2.	Prihodi od kamata	50	100	200
4.3.	Samoborski fašnik - prihod od javnih površina	389.077	370.000	95
5.	Prijenos prihoda prethodnih godina	311.283	350.000	112
	Rashodi	2.705.700	2.744.000	101
I	ADMINISTRATIVNI TROŠKOVI	672.600	681.500	101
II	DIZAJN VRIJEDNOSTI	1.723.800	1.772.500	103
III	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	184.000	184.000	100

IV	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	20.300	15.000	74
V	INTERNI MARKETING	25.000	25.000	100
VI	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	35.000	30.000	86
VII	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)	45.000	36.000	80
Rashodi				
I.	ADMINISTRATIVNI TROŠKOVI	672.600	681.500	101
1.	RASHODI ZA RADNIKE	450.000	450.000	100
1.1.	Izdaci za zaposlene (netto plaće zaposlenih, doprinosi, porez)	450.000	450.000	100
2.	RASHODI UREDA	205.100	214.000	104
2.1.	Materijalni izdaci:	44.000	37.000	84
2.1.1.	Materijal (čišćenje, uredski, tekuće, i investiciono održavanje)	7.000	7.000	100
2.1.2.	Energija, režije	37.000	30.000	81
2.2.	Izdaci za usluge :	99.000	105.000	106
2.2.1.	Prijevozne usluge (taxi, rent a car, pošta, ostalo)	8.000	10.000	125
2.2.2.	Usluge održavanja (tekuće, investicijsko, uređenje)	6.000	10.000	167
2.2.3.	Uređenje ureda	15.000	15.000	100
2.2.4.	Usluge najma (prostora, opreme, ostalo)	11.000	11.000	100
2.2.5.	Intelektuane usluge (vođenje knjiga, rad po ugovoru o djelu, odvjetničke usluge, ostalo)	50.000	50.000	100
2.2.6.	Komunalne usluge	6.000	6.000	100
2.2.7.	Ostale usluge	3.000	3.000	100
2.3.	Osnovna sredstva - amortizacija	11.000	15.000	136
2.4.	Nematerijaleni izdaci	48.900	55.000	112
2.4.1.	Dnevnice i putni izdaci	7.000	10.000	143
2.4.2.	Nadoknade izdataka zaposlenima	9.900	25.000	253
2.4.3.	Reprezentacija	10.000	10.000	100

2.4.4.	Ostali izdaci	22.000	10.000	45
2.5.	Sitni inventar	2.200	2.000	91
2.6.	RASHODI ZA RADNIKE (od subvencija)	17.500	17.500	100
2.6.1.	Izdaci za zaposlene od subvencije Grada Samobora (neto plaće zaposlenih, doprinosi, porez)	17.500	17.500	100
II.	II. DIZAJN VRIJEDNOSTI	1.723.800	1.772.500	103
1.	1.Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada	12.000	-	-
1.1.	Ja volim Samobor	12.000	-	-
2.	MANIFESTACIJE:	1.702.800	1.765.500	104
2.1.	Kulturno-zabavne:	1.644.500	1.691.500	103
2.1.1.	Samoborski Fašnik - tekuća godina	1.483.000	1.500.000	101
2.1.2.	Doček Nove 2020. godine - sredstva Grada	37.500	37.500	100
2.1.3.	Doček Nove 2021. godine	20.000	20.000	100
2.1.4.	Dan grada Samobora	7.000	4.000	57
2.1.5.	Cufus	46.500	-	-
2.1.6.	Ljeto u Samoboru	20.500	100.000	488
2.1.7.	Advent u Samoboru	30.000	30.000	100
2.1.8.	Jurjevski krijes	25.000	-	-
3.	POTPORE MANIFESTACIJAMA (suorganizacija manifestacija, ostali promotivni projekti)	58.300	74.000	127
3.1.	Presclipping	4.000	4.000	100
3.2.	Majice Volim Samobor	14.200	10.000	70
3.3.	Ostale potpore	35.000	60.000	171
3.4.	Grand prix Croatia	5.100	-	-
4.	PROJEKTI	9.000	7.000	78
4.1.	Biciklističke rute Samobor	9.000	7.000	78
III.	III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	184.000	184.000	100
1.	1.ONLINE KOMUNIKACIJE	35.000	45.000	129

1.1.	Internet oglašavanje	35.000	45.000	129
1.1.1.	Internet oglašavanje - opće	15.000	15.000	100
1.1.2.	Dizajn i marketing na Internet stranici i socijalnim mrežama	15.000	25.000	167
1.1.3.	Internet oglašavanje - udruženo	5.000	5.000	100
2.	OFFLINE KOMUNIKACIJE	149.000	139.000	93
2.1.	Opće oglašavanje	15.000	15.000	100
2.2.	Brošure i ostali tiskani materijali:	37.200	59.000	159
2.2.1.	Turistički plan grada	4.400	4.000	
2.2.2.	Karta Samoborske okolice	5.800	-	
2.2.3.	Brošura Ja volim Samobor	22.000	15.000	
2.2.4.	Biciklističke rute Samobor	-	10.000	
2.2.5.	Ostali tiskani materijali	5.000	30.000	600
2.3.	Suveniri i promo materijali:	21.800	20.000	92
2.3.1.	Vrećice	4.000	-	-
2.3.2.	Olovke	1.800	-	-
2.3.3.	Ostalo	16.000	20.000	125
2.4.	Smeđa signalizacija / intepretacijske ploče	75.000	45.000	60
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	20.300	15.000	74
1.	Sajmovi, izložbe, skupštine karnevalista i ostalo	5.000	10.000	200
2.	Promocija destinacije	15.300	5.000	33
2.1.	Studijska putovanja	4.000	5.000	125
2.2.	UNWTO - posjet delegacije	11.300	-	-
V.	V. INTERNI MARKETING	25.000	25.000	100
1.	Edukacija	25.000	25.000	100
1.1.	Edukacija zaposleni	15.000	15.000	100
1.2.	Edukacija subjekti javnog i privatnog sektora	10.000	10.000	100
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	35.000	30.000	86
1.	Baza fotografija i video materijala	35.000	30.000	86

VII.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)	45.000	36.000	80
1.	Transfer boravišne pristojbe gradu 30%	45.000	36.000	80
Pokrivanje manjka iz prethodne				
Prijenos viška u iduću godinu-pokrivanje manjka u idućoj godini (sveukupni prihodi umanjeni za sveukupne rashode)				
		245.321	276.100	

ZAKLJUČNE ODREDBE

Članak 1.

Za izvršenje financijskog plana za 2020. godinu zadužuju se Turističko vijeće i direktorica Turističkog ureda.

Članak 2.

Skupština ovlašćuje Turističko vijeće da može tijekom godine, u okviru ukupne svote, vršiti preraspodjelu i prenamjenu pojedinih stavki financijskog plana, a do visine 5 % od ukupnih planiranih sredstava.

Članak 3.

U slučaju odstupanja od Financijskog plana većeg od 5% od ukupno planiranih sredstava izvršiti će se Rebalans Financijskog plana.

Članak 4.

Programa rada s financijskim planom za 2020. godinu Turističke zajednice grada Samobora stupa na snagu danom donošenja, a primjenjuje se od 1. siječnja 2020. godine.

U Samoboru, 23.10.2019.

Direktorica Turističke zajednice grada Samobora

Martina Paladina dipl.oec.