



**TURISTIČKA ZAJEDNICA
GRADA OROSLAVJA**

Milana Prpića 73/1, 49243 Oroslavje
Tel/Fax: 049/284-370; Gsm: 099/2138 -125
e-mail: info@tzoroslavje.hr
OIB: 51463896368
POSLOVNI RAČUN: HR3923400091110053462

**PROGRAM RADA SA FINANCIJSKIM PLANOM
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA OROSLAVJA
ZA 2021. godinu**



prosinac, 2020.godine

Sadržaj:	
UVOD.....	3
CILJEVI U TURIZMU.....	4
ZADACÉ TURISTIČKE ZAJEDNICE.....	4
1. Razvoj proizvoda.....	4
2. Informacije i istraživanje.....	5
3. Distribucija.....	5
SMJEŠTAJNI OBJEKTI GRADA OROSLAVJA.....	6
1.PRIHODI.....	8
1.1.Izvorni prihodi.....	8
1.2. Članarine.....	8
2.PRIHODI IZ PRORAČUNA GRADA.....	8
3. PRIHODI OD SUSTAVA TURISTIČKIH ZAJEDNICA.....	8
4. PRIHODI IZ EU FONDOVA.....	9
5. PRIHODI OD GOSPODARSKIH DJELTNOSTI.....	9
6. PRENESENI PRIHODI IZ PRETHODNE GODINE.....	9
7. OSTALI PRIHODI.....	10
PLANIRANE AKTIVNOSTI.....	11
1. Izrada i postavljanje smeđe signalizacije za Park znanosti.....	11
2. Modernizacija i unapređenja vizualnog izgleda Oro trga.....	11
3. Izrada i postavljanje novih tabli dobrodošlice.....	12
1.ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE.....	12
1.1.Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata.....	12
1.2.Istraživanje i analiza tržišta.....	13
1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti.....	13
2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA.....	14
2.1.Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkog proizvoda.....	14
2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda.....	16
2.3. Podrška razvoja turističkih događanja.....	17
2.4. Turistička infrastruktura.....	18
2.5. Podrška turističkoj industriji.....	18
3.KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE.....	19
3.1. Sajmovi, posebne prezentacije, poslovne radionice.....	19
3.2. Suradnja s organizatorima putovanja.....	19
3.3. Kreiranje promotivnog materijala.....	19
3.4. Internetska stranica.....	20
3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka.....	20
3.6. Turističko- informativne aktivnosti.....	20
4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT.....	21
4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacija eVisitor.....	21
4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji.....	21
4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša.....	22
5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA.....	22
5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije.....	22
5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije.....	23
6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI.....	23
6.1. Plaće.....	23
6.2. Materijalni troškovi.....	23
6.3 Tijela turističke zajednice.....	23
7. REZERVE.....	23
FINANCIJSKI PLAN PRIHODA I RASHODA ZA 2021. GOD.....	24

Uvod

Ministarstvo turizma i sporta u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom u izradi je nove Strategija razvoja turizma RH od 2021. do – 2027. Prema metodologiji i standardom planiranju i izvješćivanja u sustavu TZ-a ured TZGO izradio je novi plan aktivnosti za 2021 sukladno metodologiji izrade novih akata HTZ-a, Ministarstva turizma i sporta, TZ Krapinsko-zagorske županije i dr.

Stupanjem na snagu Novog zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma NN 52/16 i 42/20 ured zajednice će provoditi sve njene ciljeve i politiku poslovanja sukladno svim aktima koji se donose, a glavni cilj zajednice je brendiranje destinacije kako na državnom, tako i na međunarodnoj razini te njezino unapređenje. Razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističke resursne osnove destinacije, a osobito zaštita okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Turistička zajednica grada Oroslavja raditi će na što boljoj prezentaciji samog područja i svih aktivnosti koje se tokom godine organiziraju/rade na nj području. Prvenstveno će imati cilj da se ojačaju svi segmenti turističke ponude, promovira turistička destinacija na razini grada samostalno i putem oglašavanja.

Djelovanje Turističke zajednice i dalje će se temeljiti na načelu opće korisnosti.

Program i samo djelovanje Turističke zajednice grada Oroslavja bit će usmjereno na koordinaciju i suradnju s pravnim i fizičkim osobama, koje su neposredno ili posredno uključene u turistički promet te kreiranje turističkog proizvoda, turističkog doživljaja na području grada i šire okolice (Grad Oroslavje, turistički i ugostiteljski objekti, Udruge, društva i klubovi koje djeluju na području Oroslavja, Osnovna škola Oroslavje, Srednja škola Oroslavje, Dječji vrtić „Cvrkutić“, Dječji vrtić „Šlapica“, Župna crkva Blažene Djevice Marije, Park Znanosti i dr.)

Prijedlog programa rada sadrži:

1. ciljevi u turizmu koji se žele ostvariti u 2021. godini
2. istraživanje i strateško planiranje
3. razvoj turističkog proizvoda
4. komunikacija i oglašavanje
5. razvoj destinacijskog menadžmenta
6. podaci o ostvarenom turističkom prometu u tekućoj godini
7. procjenu fizičkog obujma turističkog prometa u predstojećoj godini
8. administrativni rashodi

Ciljevi u turizmu koji se žele ostvariti u 2021. god.

Temeljni strateški ciljevi hrvatskog turizma:

- povećavanje njegove aktivnosti i konkurentnost
- veća gospodarska diverzificiranost našeg područja
- duži boravak i veća potrošnja gostiju
- veću potražnju lokalnih proizvoda, promocija istih

-
-
- veću gospodarsku stabilnost
 - poboljšavanje strukture i kvalitete smještaja
 - novo zapošljavanje
 - povećanje investicija
 - povećanje turističke potrošnje
 - brendiranje destinacije
 - edukacija dionika o važnosti razvoja cikloturizma, aktivni odmor
 - razvoj industrijske baštine

Ciljevi turističke politike TZG Oroslavja u 2021. godini:

- razvoj i marketing destinacije kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja (planiranje, razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, financiranje, donošenje i provedba odluka), u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma
- osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda
- poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije, a osobita zaštita okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja
- edukacija lokalnog stanovništva sa značajkama turizma, unapređenje znanja i vještina ljudskih resursa u turizmu

Zadaje ureda turističke zajednice grada Oroslavja:

1. Razvoj proizvoda

- sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije
- koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora u destinaciji
- razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode – inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda
- razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste
- razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije
- praćenje i apliciranje, samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave i drugim subjektima javnog ili privatnog sektora, na natječaje za razvoj javne turističke ponude i infrastrukture kroz sufinanciranje iz nacionalnih izvora, fonda Europske unije i ostalih izvora financiranja
- upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji
- strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini te po potrebi organizacija sustava upravljanja posjetiteljima
- sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području grada i destinacije
- upravljanje javnom turističkom infrastrukturom

-
-
- sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica

2. Informacije i istraživanje

- izrada i distribucija informativnih materijala
- stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama destinacije i profilima društvenih mreža
- suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije
- planiranje, izrada, postavljanje i održavanje sustava turističke signalizacije, samostalno i/ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave
- operativno sudjelovanje u provedbi aktivnosti sustava eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija posjetitelja i svih oblika turističke ponude

3. Distribucija

- koordiniranje s regionalnom turističkom zajednicom u provedbi operativnih marketinških aktivnosti
- priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu
- priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenja u regionalnu turističku zajednicu
- pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom te u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom
- obavljanje i drugih poslova propisanih Zakonom o turističkim zajednicama ili drugim propisima

Obaveza Turističkog ureda sukladno Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) je redovito izvješćivanje tijela Turističke zajednice.

Turistički ured podnosi Turističkom vijeću izvješće o realizaciji Programa rada i financijskog plana dva puta godišnje od 1-6. i 6-12. mj, a Turističko vijeće podnosi Skupštini konačno izvješće o realizaciji Programa rada s financijskim izvješćem usklađenim sa knjigovodstvenom dokumentacijom, uz obavljeni nadzor Nadzornog odbora TZG Oroslavja.

Izmjene u Programu rada i Financijskom planu do 5% donosi Turističko vijeće, a iznad 5% potrebno je izvršiti rebalans koji usvaja Skupština TZG Oroslavja.

SMJEŠTAJNI OBJEKTI NA PODRUČJU GRADA OROSLAVJA

Hotel „Zagi“ *** raspolaže sa 20 kreveta, odnosno 10 smještajnih jedinica i 5 pomoćnih kreveta

Pansion „Zagi“ raspolaže sa 131 krevetom, odnosno 60 smještajnih jedinica i 18 pomoćnih kreveta

Villa Draškica, Andraševac, raspolaže 6 kreveta i 1 pomoćni ležaj

Rural house Nendel, Stubička Slatina, kuća za odmor ***, 8 kreveta + 4 pomoćna kreveta

Apartmani Ana, Oroslavje, 4 kreveta + 4 pomoćna kreveta

OPG Zimić, Lipovečka klet, Andraševac, 2 kreveta + 2 pomoćna kreveta

Podaci o ostvarenom turističkom prometu u tekućoj godini

Hotel „Zagi“***

U 2020. god. ostvareno je 1.983 dolazaka (1.402 strani i 581 domaći) dok za isto razdoblje u 2019 god. ostvareno je 2.681 dolazaka (1.886 strani i 795 domaći).

U 2020 god. ostvareno je 2.816 noćenja (1.721 strani i 1095 domaći) dok u 2019 god ostvareno je 3.717 noćenja (2.497 strani i 1.220 domaći)

Ukupni broj turista u 2020 god iznosi 1.996 dok u istom razdoblju 2019 god iznosio je 2.685

Prosječni broj boravka turista 1, 89 dok u 2019 je bio 1,39 dana

Što se tiče turista to su bili većinom individualni gosti u 2020 god.

Prema državama iz kojih dolaze turisti to su Poljska, Njemačka, Češka i Nizozemska

Najveći dio turističkog prometa ostvare je u siječnju, veljači, srpnju, kolovozu i rujnu.

Panison „Zagi“

U 2020 god. ostvareno je ukupno 2.682 dolazaka (668 domaći i 2014 strani dok u 2019 god ostvareno je 7.939 dolazaka (2.497 domaći i 5.442 strani), ostvarenje od 34% od planiranog.

U 2020 god ostvareno je ukupno 5.081 noćenje (1.776 domaći i 3.315 strani) dok u 2019 ostvareno je ukupno 11.029 noćenja, ostvarenje noćenja 46%.

Ukupna broj turista u 2020 god 2.713 (689 domaći i 2024 strani) dok u 2019 god 7.953 (2.497 domaći i 5.456 strani) što je ostvarenje u 2020 god 34,11%

Broj prosječnog boravka gosta u objektu u 2020 god 1,89 dan dok u 2019 bilo je 1,39 dana iz čega je vidljivo da zbog cjelokupne situacije sa COVIDom 19 vidljivo je da su gosti ostajali duže u objektu nego prijašnjih godina.

Prema zemljama dolaska turista to su Poljaci, Nijemci i Hrvati.

Privatni smještaj

U privatnom smještaju ostvareno je 0 noćenja i dolazaka u 2020 god, dok u 2019 god ostvareno je ukupno dolazaka 67 i 266 noćenja.

Procjena fizičkog obujma turističkog prometa u predstojećoj godini

Kako je vrlo neizvjesna situacija s COVIDOM-19 na nivou države tako i cijelog Svijeta, vrlo teško je išta planirati što se tiče turista za 2021 god iz razloga jer se ne zna koja država će imati otvorene granice, tko će sve moći putovati i koji uvjeti putovanja će biti: test na korona virus, a moramo i biti svjesni kako je gospodarska situacija u vrlo neizvjesnom razdoblju i vrlo teško je bilo što konkretno planirati.

Što se tiče područja Oroslavja planiramo slično ostvarenje dolazaka i noćenja koji su ostvareni i realizirani u 2020 god.

PRIHODI

1. Izvorni prihodi

1.1. Turistička pristojba

Na temelju cjelokupne situacijom uzrokovane COVIDom- 19 kako u Republici Hrvatskoj tako i u Svijetu na temelju ostvarenja turističkih dolazaka i turističkih noćenja koje su u 2020 ostvarenje od 60% te 45% ostvarenih dolazaka

U 2020 god biti će ostvareno oko 9.800 noćenja i 4.945 dolazaka, od toga strani gosti ostvarili su 3.627 dolazaka i 5.606 noćenja, a individualni gosti ostvarili su 1.318 dolazaka i 4.194 noćenja.

U 2021 god u planu je otvorenje ugostiteljsko- smještajnog objekta na području Krušljeva sela. Objekt bi trebao imati oko 10 novih kreveta, namjena bi bila za proslave rođendana, restoran, organizaciju cateringa, jahanje, uživanje u zagorskim specijalitetima, organizaciju vjenčanja, krstitki i dr...Objekt se prostire na 40.000 m2 gdje su uz smještajni i ugostiteljski objekt smješteni i konji za mogućnost najma i jahanje, lovljenje ribe na dva ribnjaka i dr...

Planirana sredstva= 40.000,00 kn

1.2. Članarina

Na temelju Novog zakona o turističkim članarinama, koji stupa na snagu s 01.01.2021. god. stope za obračun članarine su linearno umanjene te će iznos za plaćanje članarine za svih pet skupina obveznika biti 12 posto manji. Propisuje se i mogućnost da Porezna uprava rješenjem izmijeni visinu mjesečnih predujmova članarine zbog znatnijeg pada poduzetničke aktivnosti u tekućoj, odnosno prema prethodnoj godini ili zbog pada poduzetničke aktivnosti zbog nastale materijalne štete uzrokovane višom silom

Planirana sredstva = 75.000,00 kn

2. Prihodi iz proračuna grada/države

U 2021 god planirana sredstva iz proračuna prema TZ grada Oroslavja planirana su za funkcioniranje ureda TZGO i potpore manifestacijama u iznosu od 200.000,00 kn

Planirana sredstva= 200.000,00 kn

3. Prihodi od sustava turističkih zajednica

Sredstva iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent koje dodjeljuje HTZ, a potom RTZ prema LTZ u skladu s Pravilnicima i Javnim pozivima

Prema Pravilniku o indeksu razvijenosti, Grad Oroslavje nalazi se u VII. skupinu jedinica lokalne samouprave koje se prema vrijednosti indeksa nalaze u drugoj četvrtini iznadprosječno rangiranih jedinica lokalne samouprave.

Kako se Grad Oroslavje nalazi u VII. skupini indeksa razvijenosti, ured TZGO nije se mogao prijaviti u 2019 god na natječaj HTZ-a za Potpore turističkim zajednicama na turistički nerazvijenim područjima , u 2020 god sve je stavljeno od natječaja, JP van snage zbog više sile uzrokovane COVIDom 19, a obzirom da se najavljuju promjene u Pravilniku o indeksu razvijenosti što se tiče grane turizma i njezine razvijenosti uz ostale grane, nadamo se da ćemo se, ukoliko bude kakvih natječaja, JP i dr. moći prijaviti kao turistička zajednica željene projekte koje planiramo u 2021 na temelju financijskih, gospodarskih mogućnosti.

Planirana sredstva= 10.000,00 kn

4. Prihodi iz EU fonda

5. Prihodi od gospodarske djelatnosti

U prihode od gospodarske djelatnosti spadaju:

- prihodi od zakupa imovine i /ili javne površine danih na kratkotrajno upravljanje od strane jedinice lokalne, regionalne, područne samouprave (zakup štandova i kućica za manifestacije, zakup dijela poslovnog prostora za bankomat ili za nekakav drugi oblik gospodarske djelatnosti ukoliko je poslovni prostor u vlasništvu turističke zajednice);
- prihodi od upravljanja javnom turističkom infrastrukturom (naplata parkinga na gradskom parkiralištu, naplata ulaznica za lokalitete, zakup prostora od strane gospodarskih subjekata, zakup oglasnog prostora i sl.)
- prihodi od organizacije manifestacija i priredbi koje pridonose turističkom identitetu destinacije (prodaja ulaznica, bonovi, prihodi od sponzorstva i sl.)
- prihodi od objavljivanja komercijalnih oglasa na svojim digitalnim online i offline kanalima komunikacije i zaključivana sponzorskih ugovora u svrhu financiranja zadaća
- Prihodi od organizacije stručnih skupova i edukacija (naplata kotizacija za sudjelovanje na stručnim skupovima i edukacijama)

Turistička zajednica grada Oroslavja dobila je Grada Oroslavja 2016 godine na upravljanje javnu turističku infrastrukturu, Park Vranyczany u kojem se kroz godinu održavaju događanja, kina i dr. eventi, ali prilikom bilo kakve manifestacije, kina na otvorenom i dr. TZ ne naplaćuje nikakve naknade kao npr. zakup prostora od strane gospodarskih subjekata i dr..

Što se tiče prodaje ulaznice, ured TZGO u 2021 planiran organizirati „GFUK i po Zagorju“ i jedino prilikom tog evenata ured naplaćuje ulaznice za kazališnu predstavu

Planirana sredstva= 20.000,00 kn

U 2021 god planira se edukacija za privatne iznajmljivače, kako poslovati u situaciji kao što je COVID-19, koje platforme koristiti za oglašavanje, kako privući sve veći broj turista, kreiranje doživljaja kod turista i dr.

6. Preneseni prihodi iz prethodne godine

= 3.000,00 kn

7. Ostali prihodi

Planirana sredstva= 15.000,00 kn

U ostale prihoda spadaju:

- prihodi od pravnih i fizičkih osoba (u slučaju kada građanin i gospodarski subjekt svojevrijemno podupire određenu aktivnost koju provodi turistička zajednica
- prihodi od dragovoljnih članova Skupštine turističke zajednice
- ostale donacije, potpore, pomoći i sl.

Turistička zajednica grada Oroslavja u 2021 god, u skladu s poštivanjem epidemioloških mjera, provoditi sve planirane aktivnosti kao npr. Blue Monday, Fašničke špelancije, Dani humora, Plogging; Dječji festival Oronota, Vrtna zabava kod Luje Vranyczanya, Ljetna pozornica Oroslavje, modernizacija Oro trg, digitalizacija biciklističkih i pješačkih staza i dr.

Planirani ukupni prihodi = 360.000,00 kn

Nositelj programa: Turistička zajednica grada Oroslavja, Grad Oroslavje, Krapinsko zagorska županija, Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije, Hrvatska turistička zajednica i dr.
Rok izvršenja: 31.12.2021.

PLANIRANE AKTIVNOSTI

1. Izrada i postavljanje turističke signalizacije za Park znanosti

Detaljan i precizan opis aktivnosti: "Park znanosti" je autorski projekt koji je zamišljen s ciljem da se javne površine oplemene interaktivnim znanstvenim i edukativnim sadržajem namijenjenim svim dobnim skupinama. Sadržaj čine eksponati, od kojih svaki pokazuje i dokazuje zanimljive pojave iz područja fizike, astronomije, geografije i psihologije.

Kao društvo koje reži ka efikasnom, održivom i uspješnom razvoju, svjesni smo da životni standard u velikoj mjeri određuje znanje i inovacije.

Stoga je razumljiva potreba da lokana zajednica ulaže u promociju znanja i znanosti te na taj način potiče interes svih dobnih skupina prema učenju i istraživanju.

Godišnje park posjeti oko 20.000,00 posjetitelja što iz Hrvatske, što iz inozemstva. Kako samo vlasnik parka ima u planu postavljanje novih edukativnih eksponata u narednom razdoblju, te širenje parka, koji uveliko pridonosi razvoju i unapređenju posebnog turističkog proizvoda na području.

Turistička zajednica u suradnji s jedinicom lokalne samouprave i samim parkom planira izraditi elaborat za postavljanje turističke signalizacija na državnim cestama, kod izlazaka s autoceste, županijskim cestama, cca 20 tabli.

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista te još bolje informiranosti posjetitelja, te povećanje posjetitelja kako parka tako i same destinacije, te zadovoljavanje gospodarskih interesa na području destinacije.

Nositelj projekta:

TZ, Grad, Park znanosti, Hrvatska turistička zajednica, Ministarstvo turizma i sporta

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:

30.000,00 kn

Rokovi realizacije projekta:

31.12.2021.

2. Modernizacija i unapređenje vizualnog izgleda Oro trga

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Kako se na glavnom gradskom trgu, koji je jedan među najvećima u Hrvatskoj odvija cjelokupan život građana, razne manifestacije, edukacije, prezentacije i dr. a kojeg krase 10 kandelabera na kojima se nalaze vrlo dotrajale rasvjetna tijela sa ekološki više neprihvatljivim sijalicama turistička zajednica planira zamijeniti lampe tj. rasvjetna tijela sa modernim LED lampama koje su ekološki prihvatljive, štede energiju i dr. Na kandelabere planira postaviti tegle sa cvijećem kako bi trg još više oživio i postao ljepši te da se sami građani, posjetitelji grada osjećaju što ugodnije.

Cilj aktivnosti:

poboljšanje uvjeta boravka turista, mijenjanje vizualnog identiteta grada, zadovoljstvo građana, turista, posjetitelja

Nositelj aktivnosti:
Grad Oroslavje, Turistička zajednica

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:
20.000,00 kn

Rok realizacije projekta:
31.12.2021.

3. Izrada i postavljanje novih tabli dobrodošlica

Detaljan i precizan opis aktivnosti: Kroz godinu dana na području destinacije, izrađene su, obnovljenje prometnice te iz zbog dotrajalosti tabla dobrodošlica turistička zajednica planira izraditi i postaviti 10-tak tabli dobrodošlice koje će se postaviti na prometnice od državnih, hrvatskih cesta, županijskih cesta gdje je područje grada.

Cilj aktivnosti: poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma

Nositelj aktivnosti:
TZ, Grad, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti:
25.000,00 kn

Rok realizacije aktivnosti:
31.12.2021.

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/ akcijskih dokumenata

- sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije

Programske aktivnosti, projekte i dr. uskladiti ćemo sa Strategijom razvoja Grada Oroslavja, Master planom razvoja turizam Krapinsko- zagorske županije 2017- 2027 god.

Strategija razvoja Grada Oroslavja od 2015 -2020 god modernizacija Oro trga- postavljanjem LED lampi na fenjerima, obnova istog te postavljanjem novih tegli za svijeće na fenjerima, bojanje postojećih dotrajalih žardinjera, popravak i obnova city lightova na području grada, uređenje Oro trga, sadnja novih biljaka i dr.

- akcijski i operativni plan- akcijski plan upravljanja turističkom infrastrukturom zajednice u narednom razdoblju, komunikacijska i digitalna strategija, plan razvoja cikloturizma

Turistička zajednica grada Oroslavja vodi brigu o samoj uređenosti grada ili destinacije s ciljem unapređenja boravka turista u zajednici, da se uz turiste i svi građani i građanke što bolje osjećaju u svome gradu.

Što se tiče razvoja cikloturizma na području grada postoje registrirane dvije biciklističke staze na jednoj od njih postavljene su pametne biciklističke klupe (staza kroz Krušljevo sele i Stubički Slatinu). U 2021 Grad Oroslavje u suradnji s Gradom Zabokom izrađuju biciklističku stazu koja će povezivati Oroslavje od autobusne stanice u centru grada Oroslavje- kroz polje gdje se trasira biciklistička staza od autobusnog kolodvora u Zaboku. Po izgradnju biciklističke staze, postaviti ćemo nekoliko pametnih kupa, punionice za e-bicikle, broj biciklista i dr.

Turistička zajednica grada Oroslavja sudjelovati će sa ostalim dionicima razvoja i unapređenja cikloturizma na području županije u obnavljanju dotrajalih biciklističkih i pješačkih staza, te ukoliko se situacija u poslovanju ureda poboljša ured Tz sudjelovati će u digitalizaciji biciklističkih i pješačkih staza područja grada Oroslavja.

Planirana sredstva= 5.000,00 kn

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

- redovna analiza tržišta, kretanje trendova, benchmarking

Kroz godinu radi se redovna analiza tržišta, koji turisti dolaze u destinaciju, koliko dugo se zadržavaju, u kojem periodu dolazi, motiv njihova dolaska i dr. Na temelju različitih platformi u svijetu proučavati će se trendovi kretanja turista, je li žele mir i odmor, bijeg od gradske buke, bijeg o masovnih okupljanja, rekreacija, aktivni odmor i dr.

Kroz poslovanje, promociju, razgovor i dr. oblike došli smo do zaključka koji su motivi dolaska naših turista, posjetitelja u destinaciju: isključenje iz urbanog života, boravak zajedno s obitelji, fizička aktivnost u prirodi, doživjeti nešto drugačije, posebno ; „bijeg“ iz radne rutine; upoznati kulturnu baštinu; osjetiti romantiku i blizinu; upoznati zanimljive ljude, upoznati mjesto svojih predaka, prikupiti snagu za nove životne izazove.

- analiza koje će se izrađivati prema potrebi sustava za obavljanje raznih zadaća i aktivnosti

Provoditi će se analiza koje objekti se najviše posjećuju, zašto, što posjetitelji misle o tome s ciljem da bi se dobile kvalitetne informacije za buduće unapređenje destinacije i samih proizvoda. Prepoznavanje potreba i želja grupa, postizanje što učinkovitije komunikacije.

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

- povratne informacije o ulaganjima turističke zajednice na svim razinama promocije

Kako bi se gostima pružila odgovarajuće informacije, destinacijske menadžment organizacije koje upravljaju marketingom turističkih destinacija koriste se različitim oblicima komuniciranja i promocije (odnosi s javnošću, oglašavanje, direktni marketing i dr.)

Oglašavanje je jedan od ključnih elemenata promocijske aktivnosti. Riječ je o plaćenom obliku neosobne prezentacije i promocije dobara, ideja i usluga. Oglašavanje u turizmu je pogodno zbog širokog obuhvata javnosti, relativno jednostavnog komuniciranja te svoje fleksibilnosti. Njegov je osnovni cilj prenijeti informaciju o ponudi na ciljano tržište i potaknuti potencijalnog gosta na izbor destinacije.

Turistički zajednica se tokom godine oglašava preko raznih medija: Radio Stubica, Radio Zlatar, Radio Sljeme, Radio Marija Bistrica i dr. radio postaje, te preko Televizije Zapad, HRT-a, Nove tv, RTL-a

Što se tiče ostalog oglašavanja u tiskanim zdanjima Zagorski list, Zagorje international, Glas Zagorja i dr.

Veliki dio posjetitelja koji posjećuju destinaciju bilo kao izletnici, bilo za vrijeme manifestacija većinom dolaze jer su oglašavanje čuli preko radio postaja, usmenom predajom i dr.

Planirana sredstva za oglašavanje= 5.000,00 kn

- razne ankete koje se provode ispitivanjem javnog mnijenja (ispitivanje turista o doživljaju destinacije)

Izraditi će se obrazac koji će turisti svojevrijedno ispunjavati što u smještajnim objektima, što posjetu parka znanosti, što u samom uredu turističke zajednice.

Kako bi se postigao što veći doživljaj kod turista, edukacije koje će se provoditi na nivou države potruditi ćemo se da ih posjetimo s ciljem da kod dvojih posjetitelja izazove što bolji doživljaj s ciljem da se ponovno vrate kod nas.

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

- selekcija ključnih atributa, poruka i identificiranje potencijalnih ciljanih skupina kojima se turistički proizvod komunicira

Turistički proizvod područja, koji će se tržiti kao integralni proizvod (tematski put, paketnu turističku ponudu), omogućiti će bolje korištenje resursa, doprinijeti će većoj turističkoj potrošnji, većoj mobilnosti unutar područja i većoj konkurentnosti, okrenuti prema van.

Naše ciljane skupine koje posjećuju destinaciju su obiteljski turisti; društveni turisti, „punjači baterija“, tražitelji kulturnih korijena; zaposleni i obrazovani parovi i grupe u dobi od 30 do 60 godina...

-
-
- razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode-inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda

Posjetitelj, koji se vraća kući s intenzivnim i jasnim dojmovima o tome što je doživio u destinaciji, svoje će iskustvo prenijeti dalje. Jak brend počinje sam generirati turističku potražnju.

Priča koja stoji iza brenda razvija naglasak sadržajnog i vizualnog i učvršćuje njegov imidž i identitet, a time i imidž i identitet destinacije. priča koja stoji iza brenda neka govori o turističkom doživljaju, koji podiže životnu energiju, volju za život, koji ne zadovoljava samo uljepšavanjem i bijegom od realnosti, već crpi tajnu životnu snagu neposredno iz prirode.

Stoga kako bi brendirali destinaciju i samu priču te postigli što bolje doživljaje kod posjetitelja ponuditi ćemo autentični domaći proizvod; autentičnu turistički uslugu; estetiku, kvalitetnu turističku infrastrukturu; blagotvornost i ljepotu prirode; snaga i ljekovitost podneblja i zraka; užici i opojnost okusa; osnažujući učinci na zdravlje i dobrobit čovjeka te na međusobne odnose; razgledavanje i doživljaji koji se temelje na prirodnim i kulturnim znamenitostima područja, posluživanje i doživljaj tipične kuhinje, doživljaj tipičnog ambijenta, doživljaj autentičnog kontakta s lokalnim stanovništvom.

Jedan od najvažniji atrakcija u Oroslavju, a koja je vrlo specifična u Hrvatskoj i van granica Hrvatske, kao što je Park znanosti da se na jednom mjestu upozna na inovativan, interesantan, edukativan, obrazovni način spoj fizike, zakona matematike i dr. Jedan od glavnih ciljeva zbog svoje velike posjećenosti tokom godine što organiziranih skupina, individualnih posjetitelja da unaprijedimo i poboljšamo proizvod koji se nudi s ciljem da povećamo još veću posjećenost samog parka, a ka tome i posjeta ostalim znamenitostima područja grada, potrošnju posjetitelja bilo u trgovinama, restoranima, ugostiteljskim objektima , kupnjom suvenira i dr.

Oblikovanje zajedničkih turističkih proizvoda na ruralnom području kao što je Oroslavje mora slijediti viziju i doprinijeti njezinu ostvarenju. Turistički produkti se stoga da bi ostvarili svoju viziju moraju povezati u kombinacije (pakete) usluga, proizvoda i doživljaja koje ćemo osmisлити te zadovoljiti konkretne potrebe izabranih segmenata turista.

Spojiti turističke i s turizmom povezane ponuđače; podići potražnju proizvoda i usluga; konkurentno zadovoljiti potrebe turista bez negativnih utjecaja na prirodu i društvenu okolinu; te ojačati prepoznatljivost, kvalitetu i proizvod.

Podići potražnju turističkih u s turizmom povezanih proizvoda u usluga u našoj destinaciji: cilj je povezivanje u integralne turističke produkte; povezivanje za zajedničke promocijske aktivnosti i nastupe; simbiozni marketing istovrsnih i komplementiranih ponuđača; ciljani i intenzivni marketing na internetu.

Produžiti sezonu, prosječno razdoblje boravka i potrošnje turista: razvijati raznolikost turističke ponude; podizanje kvalitete, vrijednost turističkih usluga; podizanje privlačnosti destinacije inoviranjem turističkih i s turizmom povezanih proizvoda i usluga; uključivanje turista u aktivnosti; razvijati i ojačati prepoznatljivost destinacije

Privući primarne turiste, posjetitelje, kupce za održiv razvoj: promovirati ciljne, iskrene i privlačne poruke o ponudi

- razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste

Naše područje privlači različite profile turista s obzirom na to kako oni percipiraju destinaciju i turističko iskustvo boravka u njoj, te kako se s njom identificiraju. Pri tome pratimo turiste s visokom naobrazbom, koji su ekološki osviješteni i imaju razvijen adekvatan (emotivni) odnos prema našoj destinaciji i njezinu okolišu. Takvi turisti za naše područje predstavljaju održivu prednost, budući da nas tjeraju i naše ponuđače turističkih proizvoda u stalnu brigu za okoliš, praćenje trendova i poboljšanje kvalitete turističkih i popratnih usluga.

Tokom godine organiziraju se brojne manifestacije, od kulturnih, povijesnih, sportskih, edukacijskih, sportskih i dr. te na taj način se privlači još veći broj turista i posjetitelja samog područja te upoznavanje destinacije, razvoj doživljaja kod posjetitelja.

Oroslavje kao destinacija spada u zdravu okolinu (priroda, zrak i hrana); bogata gastronomija (svugdje prisutna, autentična, veća kvaliteta, zaštita i dr., lokalni specijaliteti. štrukli, purica s mlincima, zagorska juha, bućino ulje; posebnost odnosno unikatnost destinacije: tradicijski običaji, inovacije kao što je park znanosti; blizina i dostupnost Zagreba, arhitektura i krajobraz same destinacije; događanja kroz godinu; održivi razvoj- čist zrak, puno zelenila, posebna harmonija s prirodom, kultura, stanovnici i njihova ljubaznost, kvaliteta usluge i dr.

- razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije

Kroz cijelu godinu posjetitelji/turiste dolaze u našu destinaciju. Cilj njihova posjeta su jednodnevni izleti: škole, vrtići, škole u prirodi koji posjećuju Park znanosti, ugostiteljske objekte i dr; obitelji sa malom djecom, umirovljenici i dr. ciljane skupine. Osim jednodnevnih izleta, brojimo i povećanje boravka gostiju u destinaciji jer obilaze cijelu našu županiju, posjećuju toplice i dr.

Destinacija kao što je Oroslavje je vrlo privlačno, te je za turiste korisna destinacija, budući da odgovara suvremenim trendovima potražnje autentičnih turističkih iskustava te zdravog i aktivnog provođenja slobodnog vremena.

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkih proizvoda:

➤ Fokus na turističku industriju

- označavanje kvalitete, npr. labeling obiteljskog smještaja i općenito dodjela oznaka kvalitete u koordinaciji s regionalnom turističkom zajednicom

U koordinaciji s regionalnom turističkom zajednicom sudjelovati ćemo u označavanju kvalitete obiteljskog smještaja.

- suradnja s renomiranim pružateljima usluga označavanje kvalitete

U narednoj godini želja nam je da smještajni objekt koji je uložio puno novaca i podigao kvalitetu usluga i ostalo da dobi certifikat „bike hotela“

- suradnja s predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji (suradnja TZ-a s ugostiteljima, hotelijerima, privatnim iznajmljivačima i dr.)

Konstantna suradnja sa svim dionicima turizma od ugostitelja, hotelijera, privatnih iznajmljivačima komunikacija oko željenih projekata, novih mogućnosti, novih ponuda, uključivanje u zajedničke projekte, praćenje trendova, informiranje o mogućnosti za prijave na razne natječaje i dr.

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

Planirana sredstva= 99.000,00 kn

- organizacija i suorganizacija događanja, kulturno- zabavnih, sportskih i sl. manifestacija u destinaciji

Obzirom na situaciju sa COVID-om 19 ured TZGO planirati će sve aktivnosti bez obzira na sve jer se ne zna daljnji tijek razvoja pandemije na području grada, općine, države i svijeta.

Planirane manifestacije:

18.01.21.	Proslava „Najdepresivnijeg dana u godini“, Oro trg = 8.000,00 kn
07.02.21.	Fašničke špelancije v Oroslavju = 25.000,00 kn
26.03.21.	Izložba radova Hrvatskog društva karikaturista „Dani humora“ = 5.000,00 kn
travanj	Edukacija za privatne iznajmljivače za područje grada i cijele KZZ = 2.000,00 kn
travanj	Turizam u 2021 god. edukacija, Tatjana Gredičak = 2.000,00 kn
17.04.21. svibanj	Plogging GFUK i po Zagorju = 9.000,00 kn
22.05.21.	Dječji festival Oronota = 7.000,00 kn
lipanj/srpanj 13.- 17.08.21.	Ljetno kino u Parku Vranyczany Ljetna pozornica Oroslavje kazališne predstave radionice = 5.000,00 kn
	14./15.08.21. Vrtna zabava kod Luje Vranyczanya = 31.500,00 kn
rujan/listopad	Edukativna izložba gljiva = 1.500,00 kn
studeni/prosinac	OPG sajam, božićno- novogodišnji koncerti, radionice, kazališne predstave, Moto mrazovi, Oro nada i dr. = 3.000,00 kn

-
-
- sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata koje su od značaja za razvoj, promociju i učinkovitost turističko i gospodarsko pozicioniranje destinacije

Planirana sredstva= 4.000,00 kn

U 2021 god ured TZGO planira kao suorganizator pomoći u organizaciji pojedinih sportskih, kulturnih i dr. manifestacija na području grada kao npr. organizacija Plogginga, konferencija o turizmu u 2021 god, edukativnim radionicama, Oro nada i dr.

Suradnja sa dječjim vrtićima, osnovnom i srednjom školom, udrugama s područja grada Oroslavja oko promocije grada, destinacije, izrada edukativnih slikovnica, eko-etno suvenira i dr.

2.4. Turistička infrastruktura

- upravljanje turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane jedinice lokalne/regionalne samouprave i dr.

Turistička zajednica grada Oroslavja nastaviti će s upravljanjem Parka Vranyzany kojeg je dobila na upravljanje 2016 godine od strane Jedinog upravnog odjela. Nastaviti će održavati smeđu signalizaciju i sve info panoe, pametne biciklističke klupe, koševе za smeće i sve stvari koje ima u svome vlasništvu, a koji su većim dijelom odrađeni putem Javnih poziva Hrvatske turističke zajednice na natječajima Potpore turističkim zajednicama na turistički nerazvijenim područjima sve do 2019 god. kada zbog indeksa razvijenosti Grada Oroslavja ured TZGO nije se mogao prijaviti niti na jedan natječaj.

2.5. Podrška turističkoj industriji

- podrška subjektima u svrhu razvoja programa povezanih neposredno s turističkim proizvodima

Svakodnevna komunikacijama sa svim subjektima koji na bilo koji način pridonose još bolje razvoju turističkog proizvoda sa ciljem postizanja što veće konkurentnosti na turističkom tržištu.

- potpore za programe dionika u turističkoj aktivnosti na razini destinacije iz vlastitih sredstava
- potpore programima destinacijskih menadžment kompaniji

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

- nastupi na sajmovima u koordinaciji s regionalnom turističkom zajednicom

Nastupati ćemo na svim sajmovima, u skladu svojim mogućnosti, u dogovoru sa ostalim LTZ i RTZ, te HTZ-om bilo u Republici Hrvatskoj, bilo na međunarodnoj razini.

U 2021 god što se tiče sajмова planiramo 100% Zagorsko u Zagrebu, 100% Zagorsko u Rijeci, Varaždin, Split i dr. sajmovi

Planirana sredstva= 3.000,00 kn

- posebne prezentacije turističke ponude destinacije u koordinaciji s regionalnom turističkom zajednicom

Posebne prezentacije i destinacija planiramo ali sve u dogovoru sa RTZ jer nam je cilj brendirati destinaciju kao destinaciju „Bajka na dlanu“

3.2. Suradnja s organizatorima putovanja

- pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om

U suradnji s organizatorima putovanja stojimo na raspolaganju da im prezentiramo naš grad, upoznamo s nj poviješću, što vidjeti, što posjetiti i dr. Tako tijekom godine posjećuju nas brojne udruge umirovljenika, škole u prirodi, vrtići, osnovnoškolci, srednjoškolci koje vodimo i pokazujemo grad te upoznajemo ih sa kulturnom baštinom našeg područja, događanjima kroz godinu, povijesnim legendama, bogatom gastronomijom, sportskim sadržajima i postignućima i dr.

3.3. Kreiranje promotivnog materijala

Planirana sredstva= 2.000,00 kn

- izrada i distribucija informativnih materijala

Ukoliko bude kakvih promjena što se tiče ponude, brojeva telefona, slika, ured TZ grada Oroslavje tiskati će još nekoliko stotina promo materijala sa novim promjenama.

- stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama destinacije i društvenim mrežama
- priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenje LTZ u RTZ

3.4. Internetske stranice

- upravljanje određenim sadržajem na internetskim stranicama (Google maps)
Kvartalno ažuriranje podataka na web stranici, društvenim mrežama, google maps kako bi informacije za turiste bilje što kvalitetnije i točnije

- razvoj i održavanje internetskih stranica

Godišnje održavanje web stranice, ažuriranje novih podataka, dopunjavanje postojećih podataka.

Planirana sredstva= 1.900,00 kn

3.5. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka:

- uspostavljanje detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji
- otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka

Planirana sredstva= 2.000,00 kn

- priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i u Hrvatsku turističku zajednicu

3.6. Turističko-informativne aktivnosti

- postavljanje infopunktova te postavljanje i održavanje turističke signalizacije samostalno i/ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave

Postavljanje smeđe signalizacije „Park znanosti“ za 12 lokacija, izrada elaborata i priprema za postavljanje smeđe signalizacije.

Planirana sredstva= 30.000,00 kn

Nositelji projekta= Grad Oroslavje, Turistička zajednica Grada Oroslavja, HTZ

Planirani završetak projekta= 31.12.2021.

Postavljanje novih modernih i inovativnih tabli dobrodošlice na svim prilaznim cestama koje vode prema gradu, planiranje postavljanja oko 10 tabli

Planirana sredstva= 25.000,00 kn

Nositelj projekta= Grad Oroslavje, Turistička zajednica grada Oroslavja, Hrvatska turistička zajednica

Planirani završetak projekata= 31.12.2021.

4. DESTINACIJSKI MENĐAŽMENT

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije/ eVisitor

- sudjelovanje u razvoju i upravljanju sustavom eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija svih oblika turističke ponude/atrakcije na području županije/regije
- uspostavljanje sustava poslovne inteligencije temeljene na informatičkim tehnologijama (baze podataka, B2B portal, sistematizacije istraživanja, infografike)

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji:

- sustav nagrađivanja, priznanje postignućima u turizmu u svrhu razvoja izvrsnosti na svim razinama turističke ponude u destinaciji samostalno i u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om

Suradivati ćemo sa svim dionicima za sustav nagrađivanja, dodjele priznanja i dr. sa HTZ, Turističke zajednica Krapinsko-zagorske županije ukoliko bude kakvih nagrađivanja.

- sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog i privatnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije (programi City card, City break i sl.)

Zajednički radimo na projektu Zagorje card sa Turističkom zajednicom Krapinsko-zagorske županije, u planu za 2021 raditi ćemo zajedno na nivou županije na projektima koji su od strateške važnosti za brend „Bajka na dlanu“

- suradnja s predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji

Svakodnevna komunikacija sa predstavnicima turističke ponude, informiranje o otvorenim natječajima, mogućnostima apliciranja na natječaj, podrška, zajedničko suradnja na projektima ciljem podizanja kvalitetne ponude destinacija, kreiranja novih ideja, poticanje na inovacije i nove ideje te njihov razvoj od začetka do realizacije

- organiziran sustav upravljanja posjetiteljima

Godišnje nekoliko tisuća posjetitelja posjećuje pojedine znamenitosti grada, te nam je glavni cilj da im ponudimo što je više toga moguće, da budu zadovoljni, da dožive posebne doživljaje kako bih se ponovno vratili te sa svojim zadovoljstvom doveli još posjetitelja u našu destinaciju. Glavni cilj da

budu zadovoljni, da sve usluge koje im se pružaju budu na nivou njihovih potreba i više. Cilj nam je da produžimo njihov boravak u destinaciji i da destinaciju upoznaju najbolje što mogu, a da pri tome budu maksimalno zadovoljni.

4.3. Poticanje na uređenje destinacije:

- poboljšanje općih uvjeta boravka turista

Kako bi se poboljšao opći uvjeti boravka turista u destinacija turistička zajednica zajedno sa jedinstvenim upravnim odjelom ulaže sredstva za postizane što boljeg ugođaja: uređenje grada, kupovanje raznih biljaka, uređenje parkova, obnova i očuvanje igrališta, održavanje svih zelenih površina, nabavka više kanti za otpatke, izrada mreže za besplatni internet u centru grada, nabava žardinjera i dr.

Planirana sredstva= 10.000,00 kn

- aktivnosti uređenja mjesta (šetnice, klupe, vidikovci i sl.)

Modernizacija rasvjete na centralnom mjestu održavanja svih manifestacija u gradu, očuvanje okolišta te njegova zaštita. Planira se postaviti 10 led lampi, bojanje kandelabera, izrada žardinjera za kandelabere

Planirana sredstva= 20.000,00 kn

Nositelj projekta= Turistička zajednica grada Oroslavja, Grad Oroslavje, Hrvatska turistička zajednica, Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost

Rok završetka: 31.12.2021.

- suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji radi postizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije

Svakodnevna komunikacija sa svim dionicima koji na bilo koji način pridonose razvoju, unapređenju, kreiranju turističke destinacije bilo novim uređenjima svojih objekata, ljubaznošću, inovacijama, podizanjem kvalitete usluge na bilo koji način, unapređenjem proizvoda s ciljem da se podigne kvaliteta usluge koja se pruža i da probudimo što bolje doživljaje kod svih koji posjete našu destinaciju pa i nas samih stanovnika destinacije.

5. ČLANOSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

5.1. Međunarodno strukovne i sl. organizacije

5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije

6. ADMINISTRATIVNI RASHODI

6.1. Plaće

- plaće zaposlenika

Planirana sredstva= 138.000,00 kn

6.2. Materijalni troškovi

- troškovi funkcioniranja ureda turističke zajednice (režijski troškovi, zakup prostora, uredska oprema i materijal, održavanje prostora, troškovi platnog prometa, odvjetnički i javnobilježnički troškovi, troškovi trošarine, stručno usavršavanje zaposlenika i sl.)

Planirana sredstva= 7.100,00 kn

6.3. Tijela turističke zajednice:

- naknade za obavljanje aktivnosti članovima tijela turističke zajednice, putni troškovi članova tijela turističke zajednice, troškovi reprezentacije, priprema te distribucija materijala za potrebe održavanja sjednica tijela turističke zajednice
- troškovi zakupa prostora za potrebe održavanja sjednica tijela turističke zajednice

Planirana sredstva= 0,00 kn

7. REZERVE

- rezerve 5% za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranje neplaniranih aktivnosti (Odlukom Turističkog vijeća moguća je alokacija sredstava rezerve na ostale pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivno

FINANCIJSKI PLAN PRIHODA I RASHODA ZA RADOBLJE OD 01.01.-
31.12.2021.

		PRIHODI	Plan za 2021. (u kn)	udio %
1.		Izvorni prihodi	115.000,00 kn	32 %
	1.1.	Turistička pristojba	40.000,00 kn	
	1.2.	Članarina	75.000,00 kn	
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	200.000,00 kn	56 %
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	10.000,00 kn	3 %
4.		Prihodi iz EU fondova		
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	17.000,00 kn	5 %
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	3.000,00 kn	1 %
7.		Ostali prihodi	15.000,00 kn	3 %
		SVEUKUPNO	360.000,00 kn	100%

		AKTIVNOSTI	Plan za 2021. (u kn)	udio %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	10.000,00 kn	4 %
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	5.000,00 kn	
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta		
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	5.000,00 kn	
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	103.000,00 kn	29 %
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda		
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda		
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	103.000,00 kn	
	2.4.	Turistička infrastruktura		
	2.5.	Podrška turističkoj industriji		
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	63.900,00 kn	19 %
	3.1.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	3.000,00 kn	
	3.2.	Suradnja s organizatorima putovanja		
	3.3.	Kreiranje promotivnog materijala	2.000,00 kn	
	3.4.	Kreiranje promotivnog materijala	1.900,00 kn	
	3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	2.000,00 kn	
	3.6.	Turističko-informativne aktivnosti	55.000,00 kn	
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	30.000,00 kn	8 %
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor		
	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji		
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	30.000,00 kn	
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA		
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije		

	5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije		
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	145.100,00 kn	40 %
	6.1.	Plaće	138.000,00 kn	
	6.2.	Materijalni troškovi	7.100,00 kn	
	6.3.	Tijela turističke zajednice		
	6.4.	Troškovi poslovanja mreže predstavništava/ ispostava		
7.		REZERVA		
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE		
		SVEUKUPNO 1	360.000,00 kn	100 %

9.		FONDOVI - posebne namjene		
		Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	10.000,00 kn	
		Fond za projekte udruženih turističkih zajednica		
		SVEUKUPNO 2	10.000,00 kn	
TOTAL		SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2	370.000,00 kn	

U Oroslavju, 04.12.2020.

Plan izradila:

MP

Predsjednik TZGO

Maja Šijan
direktorica ureda TZGO

Emil Gredičak, oec.