



**Izvešće o radu Turističkog ureda o izvršenju programa rada
za 2015. godinu s financijskim izvještajem TZGS
za razdoblje 1.1. – 31.12.2015. godine**

UVOD

U skladu s člankom 43. Statuta Turistički ured je u 2015. godini provodio zadatke planirane Programom rada Zajednice kao i druge poslove za koje je Turističko vijeće tijekom godine donosilo odluke.

Turistički ured je odradio stručne i administrativne poslove pripremanja sjednica tijela Zajednice te poslove u vezi s izradom i izvršenjem akata tijela Zajednice. Tijekom godine u zakonskim rokovima su predani svi obrasci i izvještaji na Finu, Regos, Poreznu upravu, Državni zavod za statistiku i dr. Pripremljeno je Godišnje izvješće o izvršenju zadaća, analiza i procjena ostvarenja Programa rada i financijskog plana za 2015. godinu koji se predlaže Turističkom vijeću na usvajanje.

Prema članku 50. Statuta poslove prikupljanja, obrade i distribucije informacija o radu Zajednice također obavlja Turistički ured. Stoga smo kontinuirano prikupljali, obrađivali i distribuirali informacije u cilju poticanja razvoja i promocije turizma i općenito uslužnog sektora na području Grada Samobora.

NASTAVAK DOSADAŠNJE SURADNJE:

1. Turistička zajednica Zagrebačke županije
 - projekti od zajedničkog značaja za grad i Županiju
 - cjelogodišnja događanja i prezentacije
 - sajmovi, koordinacija
 - promocija ureda (materijali, displayji i sl.)
2. Hrvatska turistička zajednica
 - pratiti novitete, promjene, događanja, edukacije koje dolaze iz centralnog ureda
 - pratiti strategiju razvoja turizma u RH
 - pojačati komunikaciju, te koristiti sve moguće izvore financiranja ili informiranja
3. Ostale turističke zajednice
 - redovita koordinacija
 - pripremljena radna brošura za sve gradove na hrvatskom i engleskom o turističkoj ponudi gradova, te selektivnih oblika turizma
4. Grad Samobor
 - unapređenje Samobora kao turističke destinacije
 - unapređenje uvjeta boravka gostiju i turista u gradu
 - sudjelovanje u planiranju strategije razvoja grada i turizma
 - organizacija manifestacija
5. Gospodarski sektor
 - nastaviti suradnju na promociji samoborskih proizvoda, starih zanata i suvenira kroz razne projekte
 - promovirati svu našu ponudu kroz turističke informacije, materijale, projekte
 - redovna suradnja na projektima Poduzetničkog centra Samobor

6. Natječaji

- redovno javljanje na razne natječaje Županije, Ministarstava i tvrtki u svrhu povećanja prihoda i pokretanja novih projekata

7. Neprofitne organizacije građana i ustanove

- suradnja na raznim manifestacijama i događanjima.

PROCJENA FIZIČKOG OBUJAM PROMETA GRADA SAMOBORA

BROJ	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
GOSTI	10 402	10 839	10 423	10 613	10897	9409	8312
NOĆENJA	16 560	17 144	18 491	22 184	18601	22508	15549

**BROJ OSTVARENIH NOĆENJA STRANIH TURISTA
(zemlje s većim brojem dolazaka)**

	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.
Austrija	616	604	515	613	347	191
BiH	561	1039	703	728	406	445
Francuska	386	246	195	404	363	320
Italija	943	968	1508	1182	650	639
Njemačka	1586	1403	1530	1134	868	962
Slovenija	337	618	349	631	468	325
Srbija i Crna Gora	473	664	531	934	354	409
Kanada	87	134	116	102	145	69
SAD	367	752	392	642	431	456
Velika Britanija	293	299	337	413	135	250
Koreja					837	566

DIZAJN VRIJEDNOSTI

POTICANJE I SUDJELOVANJE U UREĐENJU GRADA

Akcija: VOLIM HRVATSKU – Akcija „Volim Samobor“

Turistička zajednica grada Samobora akciju „Volim Samobor“ provodi od 2009. godine. U sklopu podakcije uređenja okućnica osnovnih škola, matičnim i područnim školama s područja grada Samobora omogućena je nabava biljaka i sadnica za uređenje okoliša, a u sklopu podakcije uređenja okućnica bira se najljepše uređena okućnica i balkon grada Samobora.

Podakcija: „Volim Samobor“ – uređenje okućnica osnovnih škola

U sklopu akcije TZGS omogućila je školama nabavu biljaka i sadnica za uređenje okoliša za pet matičnih i 10 područnih škola.

Svečana dodjela priznanja u akciji Volim Samobor 2015., za izbor najljepše uređenih okoliša škola - matičnih i područnih škola grada Samobora održana je 9. lipnja u samoborskoj Gradskoj vijećnici, u nazočnosti zamjenice gradonačelnika Sanje Horvat Iveković i pročelnika Upravnog odjela za društvene djelatnosti Jure Horvata.

Nakon višegodišnjeg ulaganja, zajedničkog rada i truda nastavnika i učenika uloženog u uređenje okoliša samoborskih škola, komisija je imala težak zadatak proglasiti najbolje. Članovi komisije za odabir najbolje uređenog okoliša škola: Renata Kenda (Upravni odjel za društvene djelatnosti Grada Samobora), Violeta Gjurkin (Komunalac d.o.o. Samobor) i Ivana Kokot (Turistička zajednica grada Samobora) odlučili su da najbolje uređen okoliš ima OŠ Milana Langa iz Bregane. Drugo mjesto pripalo je OŠ Bogumila Tonija, dok se na trećem mjestu našla OŠ Samobor. Najbolje uređenim okolišem između 10 područnih škola proglašen je okoliš OŠ Bogumila Tonija u Farkaševcu. Na drugom mjestu je OŠ Milana Langa u Noršić Selu, a na trećem se mjestu nalazi OŠ Samobor u Smerovišću.

Podakcija: „Volim Samobor“ – uređenje okućnica

Svečana dodjela nagrada i priznanja u akciji Volim Samobor 2015., za izbor najljepše uređenih okućnica i balkona grada Samobora, održana je 15. lipnja, u samoborskoj Gradskoj vijećnici.

Na natječaj se prijavilo 11 okućnica i 3 balkona. Članovi komisije za odabir najbolje uređene okućnice i balkona Violeta Gjurkin (Komunalac d.o.o., Samobor) i Ivana Kokot (TZ grada Samobora) odlučile su da prvo mjesto u kategoriji okućnica i sadnice u vrijednosti 1.500 kn pripada Anici Obranić iz Samoborskog Otoka. Drugo mjesto i sadnice u vrijednosti 1.000 kn osvojio je Krešo Štengl iz Ruda, dok je 3. mjesto i sadnice u vrijednosti 800 kn pripalo Ivanu i Anici Miholić iz Celina Samoborskih. U kategoriji balkona prvo mjesto i sadnice u vrijednosti 800 kn dobila je Marija Novoselić iz Samobora. Drugo mjesto i sadnice u vrijednosti 500 kn pripalo je Sandri Runtas iz Otruševca, a treće je mjesto i sadnice u vrijednosti 300 kn osvojila Milica Grgat iz Bregane.

Podakcija: „Volim Samobor“ – fotonatječaj

Turistička zajednica je ove godine u sklopu akcije „Volim Samobor 2015.“ pokrenula i fotonatječaj za učenike samoborskih srednjih škola, na temu „Turistička fotografija – prirodne ljepote i turizam grada Samobora“. Na natječaj se odazvalo četvero učenika sa osam fotografija

od kojih su dvije otisnute nove samoborske razglednice. Mladi autori novih samoborskih razglednica su Filip Banjedvorac s fotografijom nazvanom „Crkva“ i Andrej Oršanić s fotografijom naziva „Maslačak“.

Članovi komisije za odabir novih samoborskih razglednica bili su fotograf Romeo Ibrišević te Mirko Čakanić i Tomislav Marvar (Studio Imago).

MANIFESTACIJE (KULTURNO – ZABAVNE):

SAMOBORSKI FAŠNIK – realizacija 189. i priprema 190. Samoborski fašnik

Projekt: TZGS-a i Grada Samobora, uz potporu tvrtke Komunalac Samobor d.o.o.

Izveštaj za cjelokupnu organizaciju Samoborskog fašnika 2015. je usvojen na sjednici Vijeća Turističke zajednice grada Samobora i na sjednici Gradskog vijeća Grada Samobora.

Realizacija: provedba cjelokupnog projekta, ured TZGS sa svim djelatnicima je 5 mjeseci tijekom godine (siječanj, veljača, listopad, studeni, prosinac) intenzivno radio u svim segmentima realizacije Fašnika 2015. i pripreme Fašnika 2016. Što uz sve redovne obveze i djelatnosti ureda te novo pokrenute projekte gore navedene i organizaciju dočeka Nove godine, medijsko praćenje, društvene mreže i u uvodu navedene obveze iziskuje iznimne napore zadržavanja kvalitete rada Ureda TZGS.

189. Samoborski fašnik održao se od 6. do 17. veljače. Organizirala ga je TZ grada Samobora, uz visoko pokroviteljstvo Grada Samobora, Zagrebačke županije i značajnu suradnju tvrtke Komunalac d.o.o..

Samoborski fašnik je najveća manifestacija što uključuje 5 mjeseci gotovo apsolutne posvećenosti i rada na projektu.

Pripreme za 189. Samoborski fašnik započele su u listopadu 2014. godine definiranjem koncepcije i financijskog plana koji su prihvaćeni od Organizacijskog odbora 189. Samoborskog fašnika i od strane članova vijeća TZ grada Samobora. Ove godine jedinstvenom temom filma i filmske industrije uz glavni slogan „Let iznad Srakinog gnezda“, princeza Sraka zablislala je u filmskoj ulozi, interpretirajući glumicu Marilyn Monroe. Tema se pokazala izvrsnom platformom za interes javnosti, medija i sudionika cjelokupnog događanja, kao i brojnih maskiranih sudionika.

Kao i do sada politička satira konceptualno je prisutna kroz sve vizualne i tematske elemente ali je u obliku najpoznatijih filmskih naslova dala parametre vizualnog identiteta i organizacije 189. Samoborskog fašnika.

Nakon izrazito nepovoljnog i snijegom otežanog otvorenja, relativno povoljno vrijeme ostale dane vikenda i utorak nam je pomoglo u organizaciji sad već ustaljenih programa koji su se odvijali na otvorenom (Srakafest, Etnocest) i nastavku novih programa (Krafling i Metloboj na klizalištu). Upravo iznimnim naporima službi za čišćenje snijega, Grad Samobor je mogao osigurati odvijanje programa kako je i planirano. Možemo potvrditi da su 2 press konferencije u Samoboru i Zagrebu uz brojne novinare polučile očekivani rezultat, tako da je prvi vikend usprkos snijegu bio dobro popunjen a drugi vikend i utorak primili su desetke tisuća posjetitelja.

Posebice su subote i nedjelje bile odlično posjećene kada je program na Trgu kralja Tomislava ponovno trajao 12 sati bez prekida uz 5.000 izvođača na glavnoj pozornici (2.500 djece u povorkama, 500 djece ostalih dječjih zborova, 100 sudionika povorki srednjih škola i Centra Lug, 800 sudionika MO, 800 karnevalista, ostalih KUD-ova, grupne i pojedinačne maske, glazbenici). Pretpostavljamo da je ukupna posjećenost 189. Samoborskog fašnika bila kao i prošle godine, oko 120.000 posjetitelja.

189. Samoborski fašnik održavao se na 4 otvorene lokacije: Trg kralja Tomislava, Trg Matice hrvatske, Livadićeva ulica i klizalište u bivšoj vojarni Taborec, te je dopunjen s Velikim fašničkim šatorom iza kina).

Suradnja sa slovenskim karnevalskim skupinama je nastavljena, kao i prezentacija tradicionalnih maski. Novi program "Fašnička špelunka" je nastavak razvoja pripovjednog turizma TZ grada Samobora, te je bila smještena u maloj dvorani POU Samobor. Kao i dosadašnjih godina u program su se uključili i brojni ugostiteljski objekti.

ZAKLJUČCI O RADU NA 189. SAMOBORSKOM FAŠNIKU:

LOKACIJE I PROGRAM - Zadržavanjem lokacije klizališta i sportskih programa pod nazivom "Metloboj" – hokej s metlama i "Crafling" – boćanje na ledu zahvaljujući suradnji s Javnom ustanovom Sportski objekti Samobor i prvi puta s Hokejaškim klubom "Snake" ostvarili smo dodatnu medijsku pažnju i zadržali nove programme i proširenje Fašničke republike u novom vitalnom dijelu grada Samobora. Nadamo se da će se dodatno unaprijediti druge godine ovaj rastući segment sportskog Fašnika.

PROGRAM NA TRGU KRALJA TOMISLAVA - I ove godine nastavili smo s kontinuiranim programom na glavnoj pozornici te je nastupilo čak 5000 izvođača (djece, karnevalista, MO, glazbenici, plesači, maske i ostali), te smo uz naše domaće, samoborske izvođače, KUD-ove, sastave, plesače nastavili s dobro prihvaćenim programom stand – up komičara te zadržali značajniju dinamiku i prelamanje programa kako bi publika što duže zadržala pažnju tako da je odaziv publike bio odličan. Kako se publika već tradicionalno zadržava na Trgu cijeli dan, a dolazi u različitim intervalima dana, ovaj trend treba svakako nastaviti.

MJESNI ODBORI - Mjesni odbori i ove su godine svojom spremnošću na suradnju, vrlo dobrim odazivom na sve organizacijske sastanke pokazali da su spremni sudjelovati i posebno uključiti mlade ljude u predstavljanje na Samoborskom fašniku u povorkama i Taboru mjesnih odbora. Na taj način tradiciju zadržavamo i potičemo na razvijanje. Rano isticanje teme Fašnika pomoglo je i ove godine u njihovoj pripremi. Također treba nastaviti zajednički razvoj ovog za tradiciju ključnog segmenta Samoborskog fašnika.

DJEČJI FAŠNIK - I ovu godinu smo kao organizatori dobili zahvale za organizaciju Dječjeg fašnika, kao i priznanja za dodatne programe za roditelje i djecu. Kako je dnevna posjeta ponajviše vezana uz obitelji koje dolaze na Samoborski fašnik u različito doba dana, napor uloženi u trajanje vikend programa od 12 do 13 sati u kontinuitetu na glavnoj pozornici treba zadržati i razvijati.

JAVNE POVRŠINE - Prvi puta je TZ grada Samobora odradila i zahtjevan dio organizacije zakupa javnih površina, te ostvarila značajan prihod bez većih tehničkih poteškoća u organizaciji.

MEĐUNARODNI KARAKTER - I ove godine smo imali dobar odaziv sudionika iz Slovenije, no svakako bi trebalo dugoročno osnažiti međunarodnu suradnju i pojačati odlascima grupa iz

Samobora u ostala karnevalska središta u Hrvatskoj i izvan, a za to je neophodno osigurati siguran godišnji prihod za prijevoz i boravak grupe/a iz Samobora.

PRIHOD - Kao i na kraju prošlogodišnjeg izvještaja napominjemo da je za stabilan rast i razvoj ključne manifestacije grada Samobora neohodno je imati osiguran dodatan prihod u cilju razvijanja međunarodnog karaktera i predstavljanja grada Samobora u RH i inozemstvu. Također, neizvjesni varijabilni prihodi (sponzorstva, natječaji, javne površine i dr.) uvjetuju (ne)mogućnost daljnjih razvijanja programa i marketinga. Problematika varijabilnosti prihoda je i nemogućnost planiranja rashoda do zadnjeg trena (siječanj, veljača) što otežava planiranje i rad organizatoru.

SAMOBORSKI ADVENT I DOČEK NOVE GODINE:

SAMOBORSKI BOŽIĆNI SAJAM I DJED BOŽIĆNJAK

Promocija Božićnog sajma i priprema aktivnosti i angažman Djeda Božićnjaka i njegovog pomoćnika vilenjaka Zvonka su 24. prosinca na Trgu kralja Tomislava najmlađima dijelili slatkiše na svojim saonicama i zabavljali ih.

DOČEK NOVE GODINE

Projekt: TZGS-a, Grada Samobora, uz potporu tvrtke Komunalac Samobor d.o.o.

Podakcija: TZGS uz financiranje i pokroviteljstvo grada Samobora, organizira cjelokupno događanja, te odrađuje sve radne aktivnosti istog.

Cilj: razvijati turistički proizvod koji potiče rast broja dolazaka i noćenja gostiju grada Samobora

Realizacija: provedba cjelokupnog projekta.

DOČEK NOVE GODINE U PODNE

Projekt: Plesnog kluba Salsam uz pokroviteljstvo Grada Samobora

Podakcija: TZGS sudjelovao u PR kampanji u medijim, promociji na društvenim mrežama, te financiranjem razglasa.

Cilj: razvijati novi turistički proizvod koji potiče rast broja dolazaka i noćenja gostiju grada Samobora.

Realizacija: marketinška i promotivna potpora.

OSTALE MANIFESTACIJE:

DAN GRADA SAMOBORA

Projekt: Grada Samobora, gradskih ustanova, udruga, KUD-ova i TZGS

Podakcija: TZGS sudjeluje u promotivnim i organizacijskim aktivnostima cjelokupnog provođenja Dana grada Samobora.

Cilj: Promocija proslave Dana grada Samobora i bogatog kulturno umjetničkog programa, kulturnog amaterizma, te eno gastronomske ponude koju za široku posjetu pripremaju mjesni odbori grada Samobora i samoborski vatrogasci.

Realizacija: provedba suorganizatorskih djelatnosti i projekta TZGS, kampanje za medije.

BITKA KOD SAMOBORA

Projekt: Samoborskog muzeja, Udruga Oživljena povijest, ŠRC Vugrinščaka i TZGS-a.

Podakcija: suradnja na promotivnim i organizacijskim poslovima.

Cilj: bolje razumjevanje i popularizacija povijesti i tradicije, prenošenje starih vještina na mlađu generaciju, poticanje prerastanja navedenog projekta u turističku atrakciju.

Realizacija: TZGS provedba suorganizatorskih aktivnosti, kampanje za medije.

SAMOBORSKA SALAMIJADA, PROLJETNI SAJAM

Projekt: Udruge Zlatna šajba, Udruženje obrtnika Samobora, Grada Samobora i TZGS-a.

Podakcija: suradnja na promotivnim i organizacijskim poslovima.

Cilj: promocija proizvodnog segmenta Samoborskog gospodarstva i predstavljanje obrtnika Zagrebačke županije i gradova gostiju, promocija Samoborske salame, robnih marki Zagrebačke županije, promocija autohtonog samoborskog proizvoda, poticanje prerastanja proljetnog sajma u turističku atrakciju.

Realizacija: TZGS provedba suorganizatorskih aktivnosti, kampanje za medije.

EKOLOŠKE MANIFESTACIJE:

Dan planeta Zemlje – (ne)taknuta priroda

Projekt: TZGS-a, Grad Samobor, C.I.O.S, Auto blic, Renault, Romeo Ibrišević

Cilj: čišćenje grada Samobora i okolice od velikog otpada i olupina u želji da upravo Samobor postane – grad primjer očuvanja prirode, prijenos vrijednosti očuvanja okoline na djecu i mlade

Opis: nastavak višegodišnjih projekata TZGS i Romea Ibriševića - projekta započetog 2009. pod nazivom „Mijenjam kremšnitru za olupinu“.

Realizacija: Ove je godine Turistička zajednica grada Samobora obilježila Dan planeta Zemlje na središnjem gradskom trgu postavljanjem olupine na posve drugačiji način. Na gradskoj klupi na Trgu kralja Tomislava našla se olupina fiće u idiličnom okolišu (ne)taknute prirode.

Turistička zajednica grada Samobora tako je još jednom s idejnim začetnikom akcije uklanjanja olupina Romeom Ibriševićem uputila javni poziv na očuvanje okoliša.

Akcija uklanjanja olupina kojoj je idejni začetnik Romeo Ibrišević, autor fotografije fiće u idiličnom okolišu (ne)taknute prirode započela je upravo u Samoboru prije 11 godina, a do sada je iz prirode uklonjeno i na reciklažu odvezeno više od 15 000 auto olupina.

Našem su umjetniku i sugrađaninu Romeu Ibriševiću Zbor novinara za okoliš Hrvatskog novinarskog društva (HND) i tvrtka APO - usluge zaštite okoliša ove godine dodijelili i tradicionalnu godišnju nagradu „Velebitsku degeniju“ za najbolje novinarske radove o zaštiti okoliša. Povjerenstvo Zbora novinara za okoliš u obrazloženju nagrada istaknuo je da je Romeo Ibrišević dobitnik nagrade za najbolji rad u tisku, agencijskom i internet novinarstvu za rad "Pazite da vas ne zatrpaju bale smeća", objavljen u časopisu Meridijani u siječnju ove godine.

DODATNE ORGANIZACIJSKE AKTIVNOSTI TIJEKOM CIJELE 2015. ZA SVE MANIFESTACIJE GRADA SAMOBORA NEVEZANO UZ KATEGORIJU ISTIH:

Aktivnost: Promotivno praćenje: za sve manifestacije i događanja tijekom 2015. godine u gradu Samoboru.

Realizacija: projekti su realizirani, TZGS u skopu suorganizatorskog dijela odradila je kampanju za medije.

Društvene mreže, web, mediji: kampanje za sva događanja, manifestacije, izložbe i ostala događanja svih kategorija za koja primamo informacije odrađuje i ažurira ured TZGS na dnevnoj bazi (7 dana u tjednu).

KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

OFFLINE KOMUNIKACIJA

OGLAŠAVANJE – razvojem postojećih i novih projekata, te s potrebom povećanja broja gostiju nastavilo se s promocijom u medijima i tiskovinama, te svakodnevnim ažuriranjem weba i društvenih mreža.

Realizacija: oglašavanje provedeno u lokalnim medijima i web portalima vezano uz odrađene projekte, te udruženo oglašavanje na nivou TZ-ova Zagrebačke županije sufinancirano od HTZ-a, te uz podršku HTZ-a dodatna kampanja na vanjskim površina i radio postaji za Samoborski fašnik.

SUVENIRI I PROMO MATERIJALI

Realizacija: izrada promidžbenih materijala koji su prijeko potrebni za obogaćivanje turističkih informacija i za promociju grada Samobora i njegovih vrijednosti u ovom slučaju majica, vrećica i prigodnih poklona predstavnicima medija.

DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

KARNEVALISTI I SKUPŠTINE

Realizacija: sudjelovanje TZGS na godišnjim Skupštinama Hrvatske udruge karnevalista u 2015. godini koje su se održale u Rijeci i Labinu.

INTERNI MARKETING

EDUKACIJA ZAPOSLENI

Realizacija: uz seriju edukativnih ciklusa u organizaciji HTZ-a kroz 2015. godinu, sudjelovali smo na forumima HTZ-a, godišnjoj konferenciji Dani komunikacija 2015. i na konferenciji Hrvatske udruge odnosa s javnošću – Kampanje pod povećalom.

EDUKACIJA SUBJEKTI JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA

Projekt: "IT – digitalni akcijski plan za pozicioniranje turističkog proizvoda u kulturi"

Realizacija i opis: besplatna edukacija i radionica "IT – digitalni akcijski plan za pozicioniranje turističkog proizvoda u kulturi" iz dijela unapređenja i promocije kulturno-kreativnog sektora te proizvoda i usluga kulturnog turizma grada Samobora. Na radionici je bila riječ o Analizi turističkog proizvoda u segmentu kulturne ponude u gradu Samoboru. Održano je i predavanje – korištenje i prednosti IT alata u on-line i off-line marketing mixu, menadžment društvenih mreža, uloga internetskih stranica. Na radionici su bili iznešeni dobri primjeri iz prakse u kulturnom turizmu. Predavač na radionici bila je Jesenka Rici, mag. art./univ. spec. oec., Hrvatsko društvo kulturnog turizma.

Projekt: "Marketing i oglašavanje smještajnih kapaciteta na Internetu"

Realizacija i opis: besplatna edukacija i radionica u organizaciji Turističke zajednice grada Samobora na temu "Marketing i oglašavanje smještajnih kapaciteta na Internetu" održala se 12. rujna. Predavač Saša Stanković, Pro media group, kroz prezentaciju korištenja integriranih online komunikacija, educirao je nazočne kako što bolje razumjeti digitalne kanale komunikacije i time, automatski, bolje optimizirali ulaganja u oglašavanje.

Osim upoznavanja s različitim kanalima komunikacije (Google AdWords, Facebook, PR, newsletter, display, mobile) kroz radionicu je objašnjen i Google Analytics kako bi se svima pojasnio i princip mjerenja svih digitalnih aktivnosti. Dio vremena bio je posvećen i samim internetskim stranicama pojedinih turističkih subjekata, te tehnologijama koje se koriste u izradi istih, kao i stručnim savjetima oko pojedinih tehnologija.

Krešo Beljak, mag. educ. geogr., v.r.
Predsjednik TZGS

Realizacija plana na dan 31.12.15.godine

Red. br	PRIHODI PO VRSTAMA	Plan 2015. (1)	Realizacija (2)	Indeks (2/1)
1	BORAVIŠNA PRISTOJBA	65.000,00	68.798,53	106%
2	ČLANARINE OBVEZNIKA	700.000,00	872.534,81	125%
3	PRIHODI IZ PRORAČUNA GRADA/DRŽAVNOG	819.500,00	929.425,00	113%
3.1	Za programske aktivnosti:	759.500,00	854.425,00	112%
3.1.1	Zagrebačka županija - Samoborski fašnik	80.000,00	90.000,00	113%
3.1.2	HTZ - TZŽŽ - MINT Samoborski fašnik		10.000,00	
3.1.3	HTZ - TZŽŽ - MINT - ostale manifestacije	-	-	
3.1.4	Grad Samobor - Samoborski fašnik (tekuća god.)	600.000,00	544.125,00	91%
3.1.5	Grad Samobor - Samoborski fašnik (sljedeća god.)	60.000,00	100.000,00	167%
3.1.6	Sufinanciranje TIC-a/projekta (Ugovor boravišna)	19.500,00	-	0%
3.1.7	HTZ Samoborski fašnik	-	40.000,00	
3.1.8	HTZ - Smeđa signalizacija	-	-	
3.1.9	HTZ - Izrada gastro vodiča	-	-	
3.1.10	Grad Samobor - Doček Nove godine 2015	-	70.300,00	
3.1.11	Grad Samobor - Smeđa signalizacija	-	-	
3.2	Za funkcioniranje turističkog ureda:	60.000,00	45.000,00	75%
3.2.2	Grad Samobor- subvencija za turističkog informatora	60.000,00	45.000,00	75%
3.3	Ostali prihodi	-	30.000,00	
3.3.1	HTZ-prihodi od oglašavanja	-	30.000,00	
4	PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI	259.982,00	513.146,61	197%
4.1	Samoborski fašnik - prihodi od sponzorstva za manifestacije (tekuća godina)	100.000,00	114.022,26	114%
4.2	Samoborski fašnik - prihod od sponzorstva (sljedeća godina)	80.000,00	4.160,94	5%
4.3	Samoborski fašnik višak prihoda iz prethodne godine	74.982,00	-	0%
4.4	Prodaja suvenira	-	-	
4.5	Prihodi od kamata	-	937,20	
4.6	Ostali prihodi	5.000,00	2.700,96	54%
4.7	Samoborski fašnik prihod od javnih površina	-	391.325,25	
5	PRIJENOS PRIHODA PRETHODNE GODINE (višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	280.000,00	298.579,05	107%
	SVEUKUPNO PRIHODI	2.124.482,00	2.682.484,00	126%

Red. Br	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2015. (1)	Realizacija (2)	Indeks (2/1)
I	ADMINISTRATIVNI RASHODI	627.800,00	602.622,11	96%
1	RASHODI ZA RADNIKE	360.000,00	373.947,15	104%
1.1	Izdaci za zaposlene (netto plaće zaposlenih, doprinosi, porez)	360.000,00	373.947,15	104%
2	RASHODI UREDA	267.800,00	228.674,96	85%
2.1	Materijalni izdaci:	67.000,00	64.993,77	97%
2.1.1	Materijal (čišćenje, uredski, tekuće, i investiciono održavanje)	7.000,00	5.223,78	75%
2.1.2	Energija, režije	60.000,00	59.769,99	100%
2.2	Izdaci za usluge :	63.000,00	61.640,40	98%
2.2.1	Prijevozne usluge (taxi, rent a car, pošta, ostalo)	5.000,00	1.463,10	29%
2.2.2	Usluge održavanja(tekuće, investicijsko, uređenje)	8.000,00	5.466,73	68%
2.2.4	Usluge najma (prostora, opreme, ostalo)	5.000,00	5.607,20	112%

Red. Br	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2015. (1)	Realizacija (2)	Indeks (2/1)
2.2.5	Intelektuane usluge (vođenje knjiga, rad po ugovoru o djelu, odvjetničke usluge, ostalo)	35.000,00	33.940,40	97%
2.2.6	Komunalne usluge (smeće, čišćenje površina, čuvanje imovine)	7.000,00	5.006,16	72%
2.2.7	Ostale usluge (sistematski pregled, ostalo)	3.000,00	2.050,00	68%
2.2.8	Uređenje ureda	10.000,00	8.106,81	81%
2.3	Osnovna sredstva - amortizacija	20.000,00	13.471,47	67%
2.4	Nematerijalni izdaci	55.800,00	38.360,33	69%
2.4.1	Dnevnice i putni izdaci	12.000,00	7.024,00	59%
2.4.2	Nadoknade izdataka zaposlenima	14.800,00	10.700,00	72%
2.4.3	Reprezentacija	19.000,00	10.946,36	58%
2.4.4	Ostali izdaci (bank. Usluge, pretplata, članarine, stručna literatura, ostalo)	10.000,00	9.689,97	97%
2.5	Sitni inventar	2.000,00	1.924,96	96%
3	RASHODI ZA RADNIKE (od subvencija)	60.000,00	48.284,03	80%
3.1	Izdaci za zaposlene od subvencije Grada Samobora (netto plaće zaposlenih, doprinosi, porez)	60.000,00	48.284,03	80%

II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	1.059.982,00	1.411.283,90	133%
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	19.000,00	17.149,00	90%
1.1.	Projekt Volim Hrvatsku:		-	
1.1.1.	Najokućnica (predakcija Zeleni cvijet)	6.000,00	4.900,00	82%
1.1.2.	Ja volim Samobor (Samobor mladima - uređenje okućnica škola)	8.000,00	7.249,00	91%
1.1.3.	Novi turistički proizvod (Volim Samobor-umjetnost mladih)	5.000,00	5.000,00	100%
2.	MANIFESTACIJE:	1.030.982,00	1.394.134,90	135%
2.1.	Kulturno-zabavne:	954.982,00	1.374.199,08	144%
2.1.1.	Samoborski fašnik tekuća godina	859.982,00	1.143.028,99	133%
2.1.2.	Samoborski fašnik sljedeća godina	60.000,00	124.050,51	207%
2.1.3.	Doček Nove godine 2015		3.954,38	
2.1.6.	Doček Nove godine - prihod od grada		76.631,45	
2.1.7.	Doček Nove godine sljedeća godina	30.000,00	24.715,57	82%
2.1.4.	Dan grada Samobora	5.000,00	1.818,18	36%
2.1.5.	Samoborski fašnik rashod iz višak prihoda Fašnika tekuće g.		-	
2.2.	Ekološke manifestacije:	4.000,00	2.352,00	59%
2.2.1.	Dan planeta zemlje	4.000,00	2.352,00	59%
2.3.	Ostale manifestacije	10.000,00	7.158,23	72%
2.4.	Potpore manifestacijama (suorganizacija manifestacija, ostali promotivni projekti):	40.000,00	10.425,59	26%
2.5.	Ostali promotivni projekti	22.000,00	-	0%
3.	Novi proizvodi (Gastronomija i kultura - vikend događanje)	10.000,00	-	0%

III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	197.000,00	103.766,31	53%
1.	ONLINE KOMUNIKACIJE	29.000,00	35.000,00	121%
1.1	Internet oglašavanje:	29.000,00	35.000,00	121%
1.1.1	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	6.000,00	-	0%
1.1.2	Unapređenje postojećih stranica	6.000,00	-	0%
1.1.3	Izrada dodatka postojećem webu	5.000,00	-	0%

Red. Br	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2015. (1)	Realizacija (2)	Indeks (2/1)
1.1.4	Interaktivni kiosk (promidžba, rad na programu)	2.000,00	-	0%
1.1.5	Mobilni web i redizajn	-	-	
1.1.7	Redizajn web stranice TZGS	-	35.000,00	
1.1.6	Unapređenje društvenih on- line komunikacija (web, društvene mreže, aplikacije, oglasi)	10.000,00	-	0%
2.	OFFLINE KOMUNIKACIJE	148.000,00	65.391,31	44%
2.1.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	20.000,00	13.812,02	69%
2.2.	Brošure i ostali tiskani materijali:	92.000,00	41.225,25	45%
2.2.1.	Turistički plan grada Samobora	15.000,00	3.369,00	22%
2.2.2.	Redizajn vodiča grada Samobora	20.000,00	14.375,00	72%
2.2.3.	Tisak Mini vodiča grada Samobora (jezične varijante)	25.000,00	15.862,50	63%
2.2.4.	Tisak letaka Grad Samobor (granični prijelaz-HR/ENGL)	2.000,00	-	0%
2.2.5.	Samoborski gurmanski vodič	15.000,00	-	0%
2.2.6.	Kontinentalna Hrvatska - zajednički projekti	4.000,00	-	0%
2.2.7.	Tisak Male samoborske kuharice	4.000,00	-	0%
2.2.8.	Ostali tiskani materijali (novi materijali/tematske ture)	7.000,00	7.618,75	109%
2.3.	Suveniri i promo materijali:	16.000,00	10.354,04	65%
2.3.1.	Olovke	1.000,00	-	0%
2.3.2.	Majice	5.000,00	2.030,29	41%
2.3.3.	Vrećice	5.000,00	4.670,00	93%
2.3.4.	Pokloni, reprezentacija medijima	4.000,00	3.653,75	91%
2.3.5.	Ostalo	1.000,00	-	0%
2.3.6.	Nabavka suvenira	-	-	
3.	Smeđa signalizacija	20.000,00	3.375,00	17%
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	12.000,00	7.588,12	63%
1.	Sajmovi, izložbe, skupštine karnevalista i ostalo	12.000,00	7.588,12	63%
V.	INTERNI MARKETING	18.000,00	14.469,47	80%
1	Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	14.000,00	10.413,43	74%
1.1.	Edukacija zaposleni	10.000,00	6.340,43	63%
1.2.	Edukacija subjekti javnog i privatnog sektora (radionice)	4.000,00	4.073,00	102%
2	Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet (okrugli stolovi, panel diskusije)	4.000,00	4.056,04	101%
3	Gastro radionica		-	
VI.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)	19.500,00	20.639,50	106%
1.	Transfer boravišne pristojbe	19.500,00	20.639,50	106%
VII.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	10.000,00	10.000,00	100%
1.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	10.000,00	10.000,00	100%
	SVEUKUPNO RASHODI	1.944.282,00	2.170.369,41	112%
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆOJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)	180.200,00	512.114,59	284%

Predsjednik TZGS
Krešo Beljak