

GODIŠNJI PROGRAM  
RADA  
TURISTIČKE ZAJEDNICE  
GORSKOG KOTARA  
ZA 2024. GODINU



**GORSKI  
KOTAR**  
*NEODOLJIV*

Delnice, studeni 2023.

## SADRŽAJ

UVOD .....	2
Rezultat turističkog prometa ostvarenog u razdoblju siječanj – listopad 2023.....	5
Kapaciteti za smještaj turista u Gorskom kotaru .....	12
Planirani prihodi u 2024. godini .....	13
2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA .....	15
2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda .....	15
2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda .....	16
2.3. Podrška razvoju turističkih događanja.....	16
2.4. Podrška turističkoj industriji.....	16
3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE .....	17
3.1. Definiranje branding sustava i brend arhitekture .....	17
3.2. Ogllašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda .....	17
3.3. Odnosi s javnošću .....	17
3.4. Marketinške i poslovne suradnje.....	18
3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice.....	18
3.6. Suradnja s organizatorima putovanja.....	18
3.7. Kreiranje promotivnog materijala .....	18
3.8. Internetske stranice.....	19
3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka .....	19
3.10. Turističko informativne aktivnosti .....	20
4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor .....	20
4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji .....	21
4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša .....	21
5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA .....	22
5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije.....	22
5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije.....	22
6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI .....	22
6.1. Plaće .....	22
6.2. Materijalni troškovi .....	23
6.3. Tijela turističke zajednice .....	23
FINANCIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE GORSKOG KOTARA ZA 2024.....	24

## UVOD

Prilikom definiranja godišnjeg programa rada turističke zajednice, polazište je u osnovnim ciljevima turističkih zajednica koji su definirani u članku 9. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20), pa je u skladu s navedenim rad turističkih zajednica usmjeren na tri glavna pravca djelovanja:

- A. 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.
- B. 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.
- C. 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 unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Stupanjem na snagu Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (N. N. broj 52/19) definirane su zadaće lokalne turističke zajednice kao lokalne destinacijske menadžment organizacije.

### 1. Razvoj proizvoda

- 1.1. sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije
- 1.2. koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora u destinaciji
- 1.3. razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode – inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda
- 1.4. razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste
- 1.5. razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije
- 1.6. 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, fondova Europske unije i ostalih izvora financiranja
- 1.7. upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji
- 1.8. strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini te po potrebi organizacija sustava upravljanja posjetiteljima
- 1.9. sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije
- 1.10. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom
- 1.11. sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica.

## 2. Informacije i istraživanja

- 2.1. izrada i distribucija informativnih materijala
- 2.2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama destinacije i profilima društvenih mreža
- 2.3. osnivanje, koordinacija i upravljanje turističkim informativnim centrima (ako postoje/ima potrebe za njima)
- 2.4. 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
- 2.5. planiranje, izrada, postavljanje i održavanje sustava turističke signalizacije, samostalno i/ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave
- 2.6. 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

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

Lokalna turistička zajednica dužna je voditi računa da zadaće koje provodi budu usklađene sa strateškim marketinškim smjernicama i uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice.

Osnovne odrednice Programa rada s financijskim planom TZ Gorskog kotara za 2024. godinu usmjerene su prema jačanju razvojnog potencijala turističkih proizvoda koji su motiv dolaska gostiju na područje Gorskog kotara, a u skladu sa Master planom razvoja turizma Gorskog kotara, Strateškim planom razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom i Strategijom razvoja turizma RH.

Master planom turističkog razvoja regije Gorski kotar definirana su tri dugoročna cilja turističkog razvoja Gorskog kotara:

- Stvaranje prepoznatljivosti i podizanje vidljivosti Gorskog kotara kao turističke destinacije
- Rast turističkog prometa
- Unaprjeđenje turističkog lanca vrijednosti

Strateški okvir turističkog razvoja Gorskog kotara obuhvaća sljedeće cjeline: strateški kontekst razvoja, strateška uporišta razvoja, razvojna načela, viziju turizma, misiju i turističko pozicioniranje Gorskog kotara.

Operativne strategije razvoja obuhvaćaju prioritetne turističke proizvoda i iskustva, projekte turističke infrastrukture, programe konkurentnosti te smjernice marketinga. U narednom razdoblju od iznimne važnosti bit će postavljanje fokusa na one razvojne aktivnosti koje u najvećoj mjeri pozitivno utječu na razvoj kvalitetnog sadržaja.

Godišnji program rada Turističke zajednice Gorskog kotara za 2024. godinu izrađen je prema Pravilniku o sustavu financijskog upravljanja i kontroli te izradi i izvršavanju financijskih planova neprofitnih organizacija (NN 119/15 i 134/22) te na temelju:

- ✓ rezultata turističkog prometa ostvarenog u razdoblju od siječnja do listopada 2023.
- ✓ iskustva iz 2023. i prijašnjih godina
- ✓ Master plana turističkog razvoja Gorskog kotara
- ✓ Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2027. godine
- ✓ Akcijskog plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2027. godine
- ✓ Nacionalne razvojne strategije Republike Hrvatske do 2030. godine

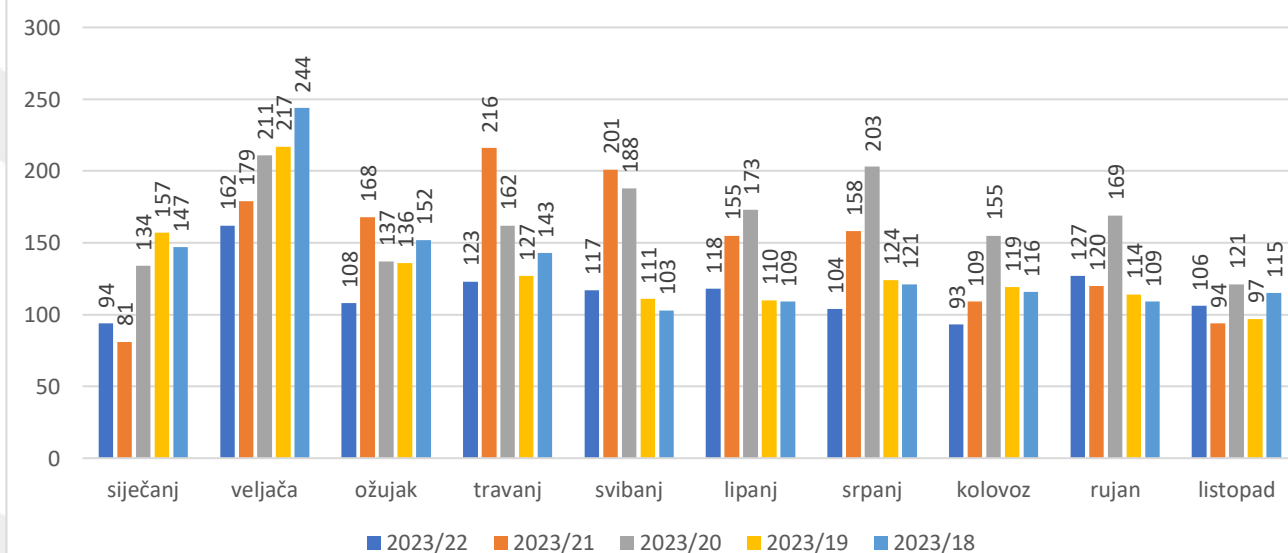
**Rezultat turističkog prometa ostvarenog u razdoblju siječanj – listopad 2023.**

U prvih deset mjeseci 2023. godine u Gorskom kotaru je ostvareno 44.813 dolazaka i 126.473 noćenja što predstavlja rast od 10,41% u dolascima i 8,22% u noćenjima u odnosu na isto razdoblje 2022. godine. U usporedbi sa prvih deset mjeseci 2019. te godine, ostvareno je 20,56% dolazaka i 25,75% noćenja više.

Tablica prikazuje podatke po mjesecima i usporedbu s istim razdobljem prethodnih pet godina.

Razdoblje	DOLASCI	NOĆENJA	Indeks									
			2023/22		2023/21		2023/20		2023/19		2023/18	
			Dol.	Noć.	Dol.	Noć.	Dol.	Noć.	Dol.	Noć.	Dol.	Noć.
sij.23	4.484	11.848	100,85	94,32	78,35	81,18	160,66	134,03	166,32	156,64	145,02	146,71
vlj.23	4.800	11.572	160,05	161,73	168,84	178,64	226,20	211,36	215,83	216,79	214,96	243,52
ožu.23	2.007	4.756	103,99	107,60	155,34	167,94	248,39	137,10	134,61	136,31	123,51	151,95
tra.23	3.102	7.181	127,03	123,32	213,78	216,03	3.071,29	162,47	116,18	127,19	110,55	142,59
svi.23	3.454	7.594	112,73	117,34	204,74	200,79	415,64	188,44	109,37	111,28	97,24	103,11
lip.23	4.723	12.393	113,53	117,79	153,99	155,26	190,67	172,60	100,75	110,04	105,90	108,71
srp.23	7.116	25.710	96,54	103,92	132,51	157,78	195,17	203,42	118,92	124,29	126,89	120,98
kol.23	8.245	28.925	97,60	92,91	104,06	109,11	167,41	154,93	109,60	119,05	119,46	116,46
ruj.23	3.893	9.910	130,77	126,86	120,27	119,58	174,97	169,34	104,65	113,93	105,93	109,48
lis.23	2.989	6.584	108,73	105,65	98,91	93,90	129,62	121,30	99,07	97,25	116,12	114,70
<b>1. - 10. /2023</b>	<b>44.813</b>	<b>126.473</b>	<b>110,41</b>	<b>108,22</b>	<b>125,83</b>	<b>130,25</b>	<b>201,57</b>	<b>166,41</b>	<b>120,56</b>	<b>125,75</b>	<b>122,68</b>	<b>125,67</b>

Gorski kotar - indeks noćenja po mjesecima  
2023.-2018.

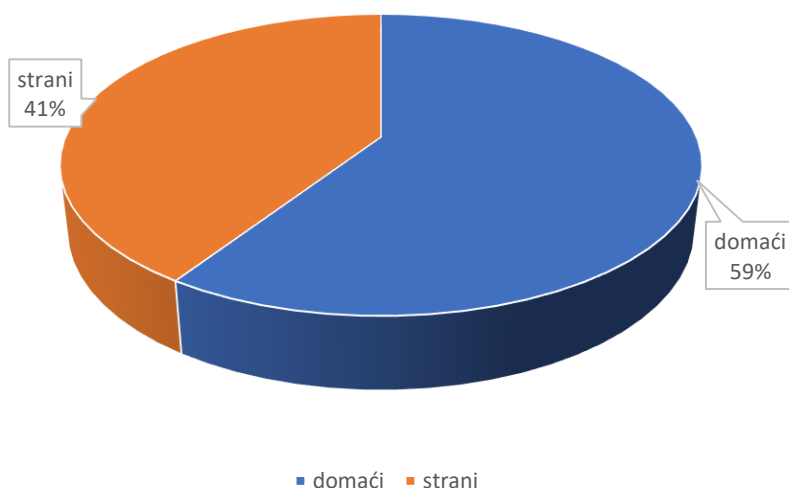


**Domaći gosti** ostvarili su 28.766 dolazaka i 74.966 noćenja (9,89% više u odnosu na isto razdoblje 2022. i čak 49,25 % više u odnosu na isto razdoblje 2019.).

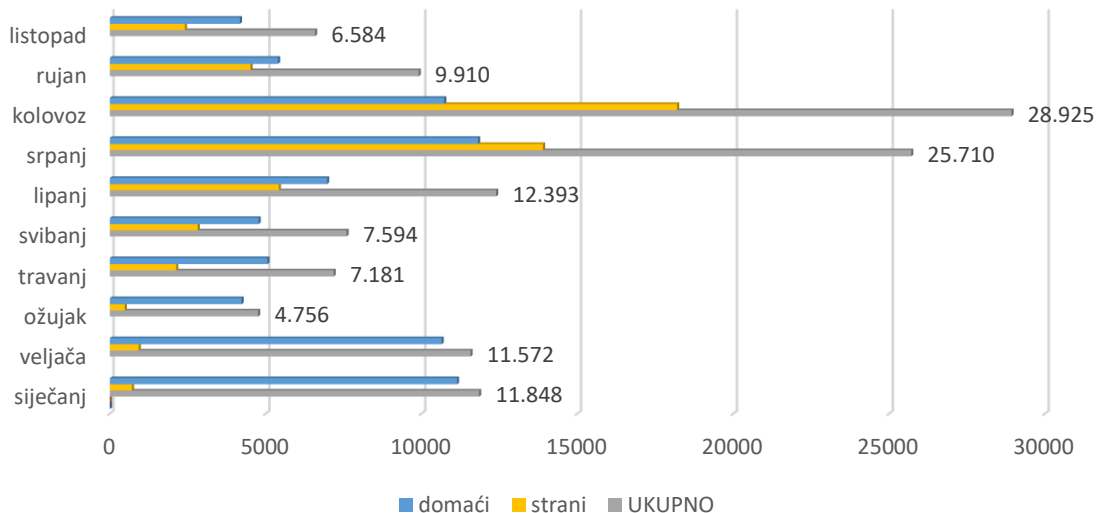
**Strani gosti** ostvarili su 16.047 dolazaka i 51.507 noćenja (6% više u odnosu na isto razdoblje 2022. i 5,09 % više u odnosu na isto razdoblje 2019.).

Izraženo u postocima na domaće goste otpada 59,27%, a na strane 40,73% od ukupnog broja noćenja.

Udio noćenja domaćih i stranih gostiju  
siječanj-listopad 2023. g.



Noćenja domaćih i stranih gostiju po mjesecima  
siječanj-listopad 2023.g.

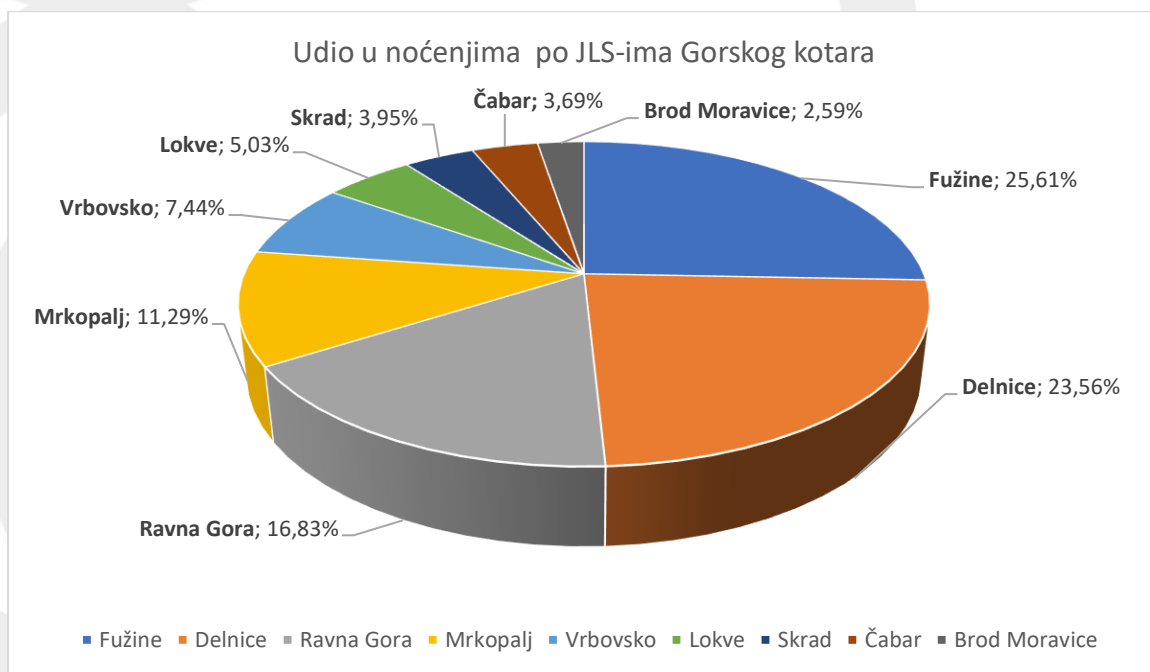




### Po jedinicama lokalne samouprave u prvih deset mjeseci 2023. godine

Općina Fužine i Grad Delnice ostvaruju polovicu od ukupnog broja noćenja u Gorskom kotaru. Slijede Općine Ravna Gora i Mrkopalj, Grad Vrbovsko, Općine Lokve i Skrad, Grad Čabar i Općina Brod Moravice.

- ✓ Općina Fužine – 32.391 noćenja, udio 26%
- ✓ Grad Delnice – 29.799 noćenja, udio 24%
- ✓ Općina Ravna Gora – 21.280 noćenja, udio 17%
- ✓ Općina Mrkopalj – 14.283 noćenja, udio 11%
- ✓ Grad Vrbovsko – 9.410 noćenja, udio 7%
- ✓ Općina Lokve – 6.362 noćenja, udio 5%
- ✓ Općina Skrad – 5.001 noćenja, udio 4%
- ✓ Grad Čabar – 4.668 noćenja, 4 udio %
- ✓ Općina Brod Moravice – 3.279 noćenja, udio 3%

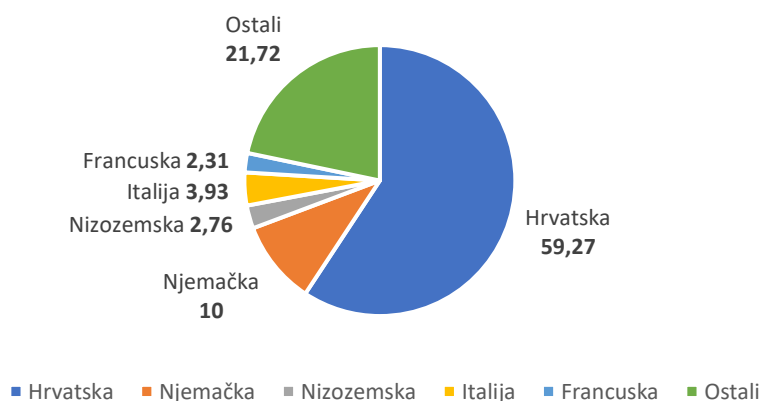




Po tržištima – najveći broj stranih noćenja u Gorskom kotaru u razdoblju siječanj–listopad 2023. godine ostvarili su gosti iz Njemačke (12.650 noćenja – 10,00%), slijede gosti iz Italije (4.972 noćenja – 3,93%), Nizozemske (3.496 noćenja – 2,76%), te Francuske (2.921 noćenja – 2,31%).

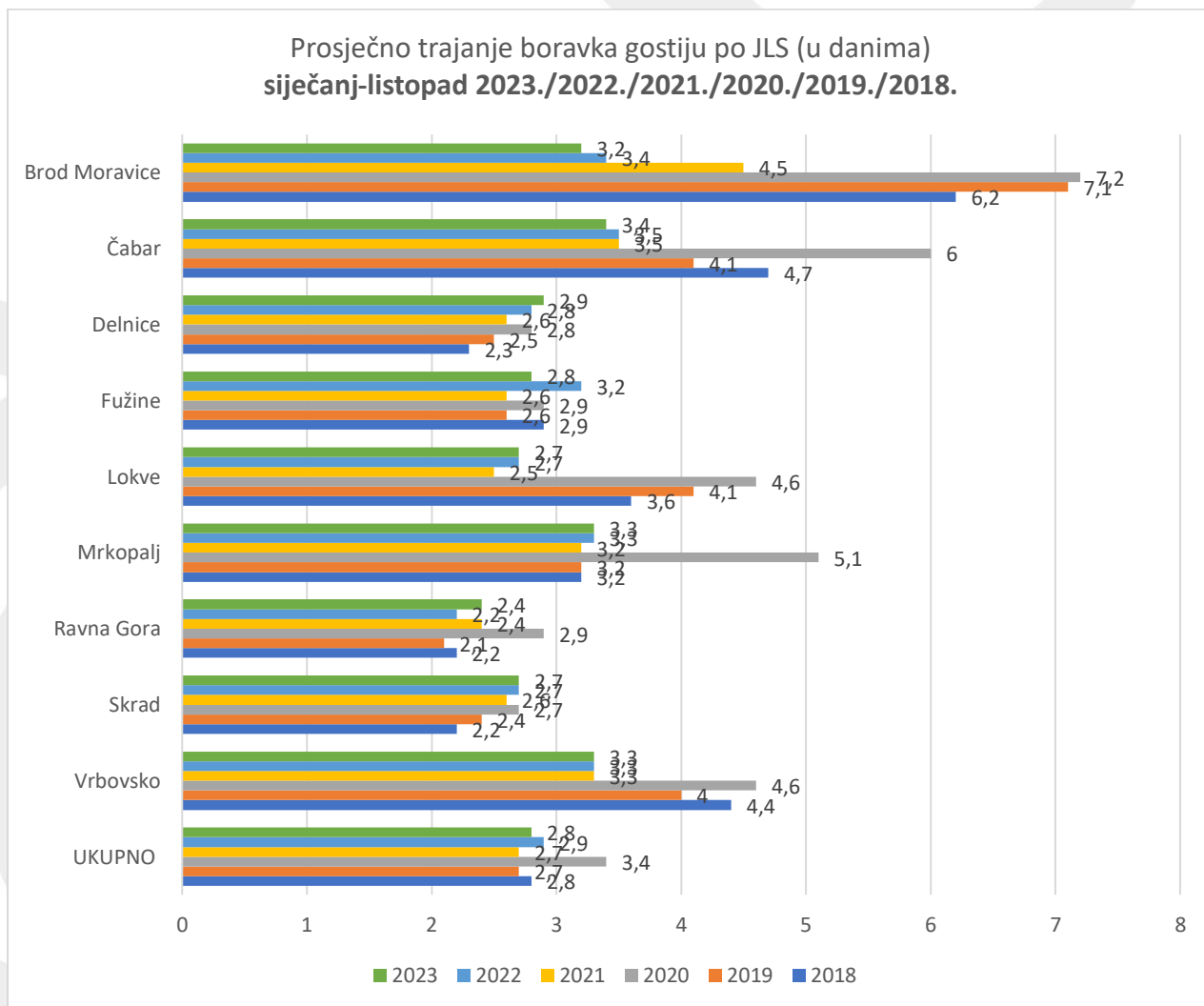
NOĆENJA SIJEČANJ-LISTOPAD 2023/21/19					
Država	2023	2022	2019	Indeks 2023/2022	Indeks 2023/2019
Hrvatska	74.966	68.276	51.563	109,8	145,39
Njemačka	12.650	13.523	9.995	93,54	126,56
Italija	4.972	4.403	4.510	112,92	110,4
Nizozemska	3.496	5.030	3.918	69,5	89,23
Francuska	2.921	2.491	2.830	117,26	103,22
Belgija	2.300	1.890	1.362	121,69	168,87
Slovenija	2.152	1.612	1.839	133,5	117,02
Bosna i Hercegovina	1.906	1.355	2.557	140,66	74,54
Austrija	1.833	1.909	1.589	96,02	114,71
Srbija	1.748	1.712	2.334	102,10	74,89
Poljska	1.586	1.654	1.392	95,89	113,94
Mađarska	1.535	1.158	1.208	132,56	127,07
Češka	1.389	992	976	140,02	142,32
SAD	1.309	1.215	1.205	107,74	108,63
Ostali	11.710	9.648		121,00	
<b>Strani turisti:</b>	<b>51.507</b>	<b>48.592</b>	<b>49.011</b>	<b>106,00</b>	<b>105,09</b>
<b>Domaći turisti:</b>	<b>74.966</b>	<b>68.276</b>	<b>51.563</b>	<b>109,80</b>	<b>145,39</b>
<b>UKUPNO:</b>	<b>126.473</b>	<b>116.868</b>	<b>100.574</b>	<b>108,22</b>	<b>125,75</b>

Udio u noćenjima po tržištima  
siječanj-listopad 2023.



## Prosječno trajanje boravka gostiju

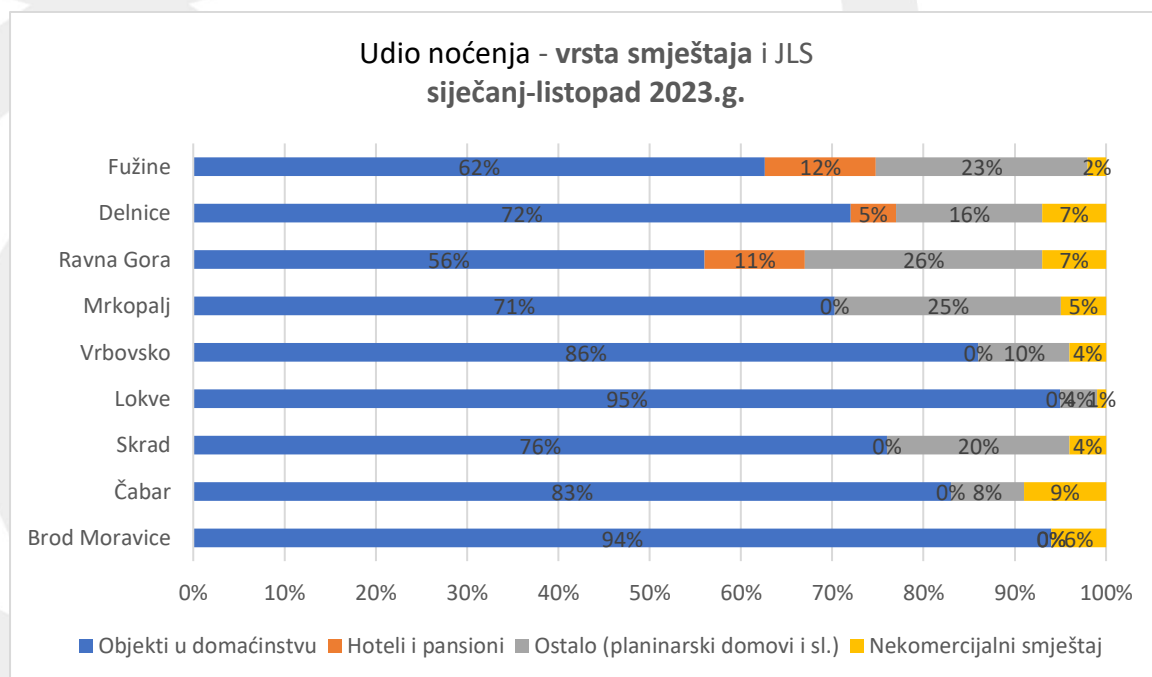
Gosti najduže ostaju u općini Brod Moravice gdje je prosječno trajanje boravka u posljednjih 6 godina 5,3 dana, zatim u gradu Čabru gdje je prosječno trajanje boravka 4,2 dana te u gradu Vrbovskom gdje je prosječno trajanje boravka 3,8 dana. Gledajući cijeli Gorski kotar možemo zaključiti kako se prosječno trajanje boravka gostiju iz godine u godinu raste te u prvih deset mjeseci 2023. godine iznosi 2,8 dana.



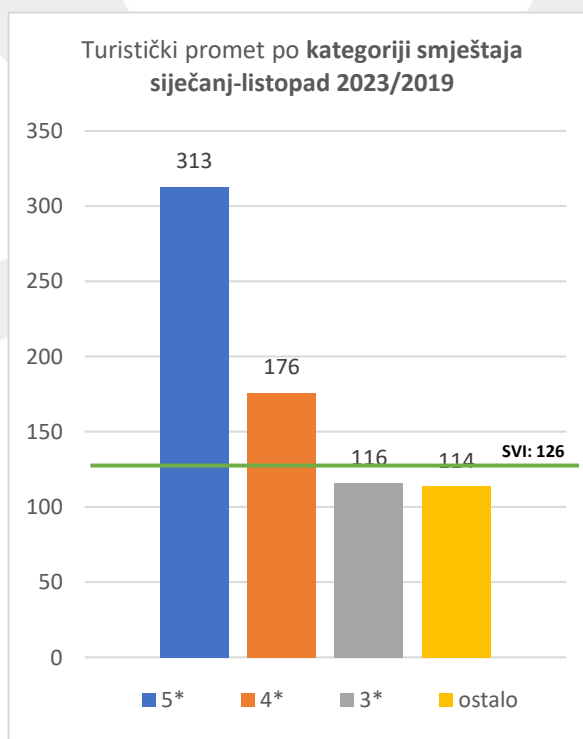
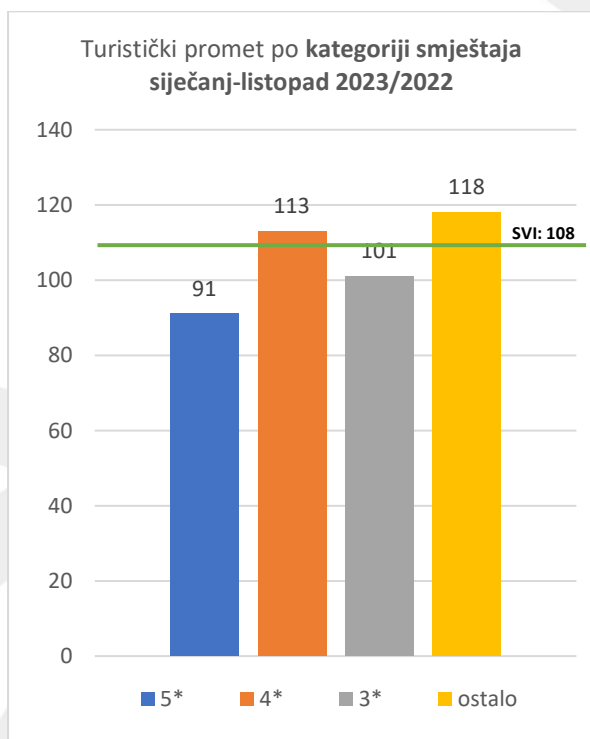
**Po smještajnim kapacitetima** – Od ukupnog broja ostvarenih noćenja u Gorskom kotaru 120.212 noćenja ostvareno je u komercijalnom, a 6.261 u nekomercijalnom smještaju. Prema vrsti komercijalnog smještaja najviše noćenja i to 88.462 ostvareno je u objektima u domaćinstvu, 7.731 u hotelima te 24.019 u ostalim objektima (planinarski, lovački domovi...).

VRSTA SMJEŠTAJA	TURISTIČKI PROMET		
	dolasci	noćenja	UDIO noćenja
KOMERCIJALNI SMJEŠTAJ	44.604	120.212	95,05%
Objekti u domaćinstvu	30.370	88.462	69,95%
Hoteli	5.390	7.731	6,11%
Ostalo (planinarski, lovački domovi i sl.)	8.844	24.019	18,99%
NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ	209	6.261	4,95%
<b>UKUPNO</b>	<b>44.813</b>	<b>126.473</b>	<b>100%</b>

Što se tiče udjela noćenja po vrsti smještaja najveći broj noćenja u Gorskom kotaru i to 70% odnosi se na noćenja u objektima u domaćinstvu.



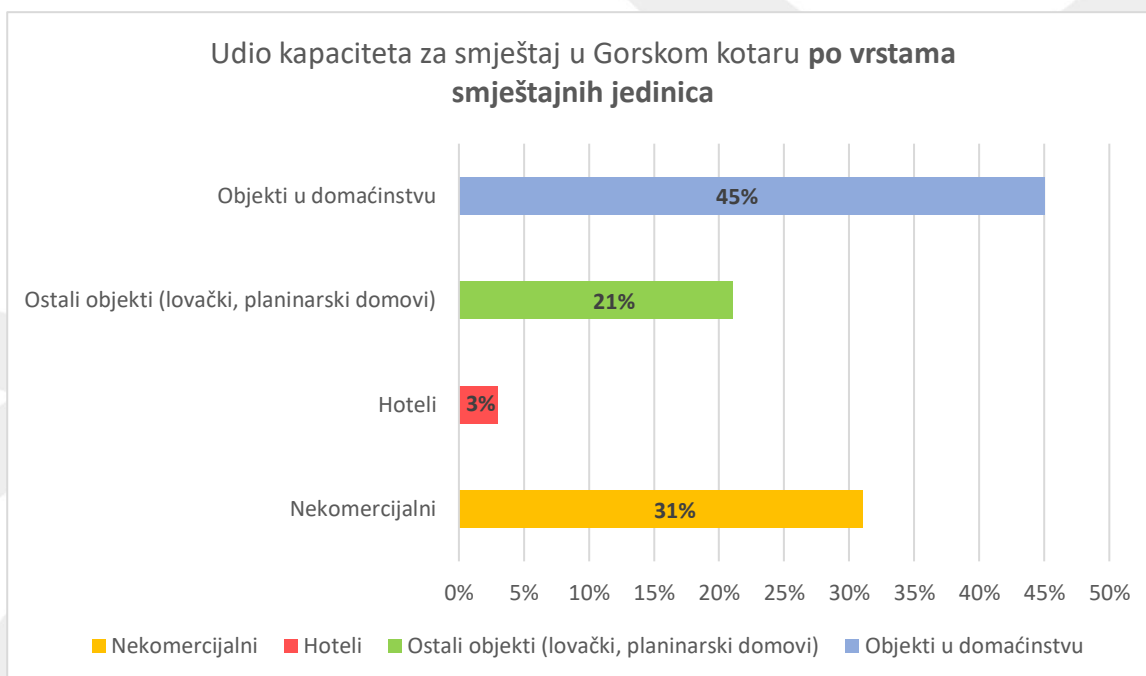
Prema kategoriji smještaja – U odnosu na 2019. zabilježen je rast broja noćenja u smještajnim objektima viših kategorija, a posebno u objektima sa 5 zvjezdica.



Kategorija	Noćenja 2023	Udio	Indeks 2023/2022	Indeks 2023/2019
5 zvjezdica	1.482	1%	91	313
4 zvjezdice	28.548	23%	113	176
3 zvjezdice	58.750	46%	101	116
OSTALI	37.693	30%	118	114
<b>Ukupno</b>	<b>126.473</b>	<b>100%</b>	<b>108</b>	<b>126</b>

## Kapaciteti za smještaj turista u Gorskom kotaru

Prema podacima eVisitor sustava Gorski kotar na dan 31.10.2023. raspolaže s ukupno 6.332 kreveta (osnovni i pomoćni) što je za 640 kreveta više nego li na isti dan u 2022. godini. Od ukupnog broja kreveta 1.973 odnosno 31% se nalazi u nekomercijalnom smještaju. 45% kreveta nalazi se u objektima u domaćinstvu, 3% u hotelima i 21% u ostalim objektima.



## Planirani prihodi u 2024. godini

Planira se ostvarenje ukupnih PRIHODA u iznosu od 552.709,00 €, a odnose se na

### 1. Izvorne prihode – 99.100,00 €

- Turistička pristojba – 57.100,00 €
- Članarina – 42.000,00 €

Ukoliko se ne ostvare izvorni prihodi u minimalnom iznosu od 79.633,69,00 € razliku do ukupnog iznosa sufinancirat će jedinice lokalne samouprave shodno potpisanom Sporazumu o osnivanju Turističke zajednice Gorskog kotara.

### 2. Prihode iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna – 90.600,00 €

Jedinice lokalne samouprave financirat će rad TIC-a na svome području u iznosu od 36.600,00 €.

Planiraju se prihodi od Primorsko goranske županije u ukupnom iznosu od 54.000,00 €.

### 3. Prihodi od sustava turističkih zajednica – 360.809,00 €

Formalnim udruživanjem devet turističkih zajednica u Turističku zajednicu Gorskog kotara nova je organizacija stekla pravo korištenja sredstava iz **dva fonda**:

- Fonda za udružene turističke zajednice iz kojeg očekujemo znatno manje sredstva iz razloga otežanog financiranja vlastitog udjela od 20% sredstava. Planirana su sredstva u ukupnom iznosu od 87.284,00 €
- Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent iz kojeg očekujemo 219.125,00 €.

**Turistička zajednica Kvarnera** u svom Proračunu pod stavkom 2.3.2. *Poticanje i pomaganje razvoju turističkih projekta na područjima koja nisu turistički razvijana* ima planiranih 70.000,00 € od kojih planiramo da će preko apliciranja na Javni poziv TZ Gorskog kotara povući 5.000,00 € za podršku turističkoj s obzirom da na području TZ Kvarnera osim Gorskog kotara postoje i ostala nerazvijena područja.

Također, pod točkom 2.3.3. *Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima – razvoj i unapređenje Gorskog kotara*, planirana su sredstva u iznosu od 40.000,00 € koje ćemo utrošiti na pokrivanje troškova udruženog oglašavanja koje se provodi u suradnji i pod vodstvom Turističke zajednice Kvarnera te turističkih zajednica ostalih sub regija, a prema stranim tržištima te za pokrivanje 20% udjela u projektima koje raspisuje Hrvatska turistička zajednica.

Nadalje planiraju se sredstva za *udruženo oglašavanje* u ukupnom iznosu od 5.400,00 € s partnerima u destinaciji – Nacionalni park Risnjak.

Također TZ Kvarnera će kroz javni poziv sufinancirati i označavanje pješačkih staza koje su u *sklopu projekta Kvarner outdoor* za što očekujemo 4.000,00 €.

### 4. Ostale prihode – 2.000,00

Odnose se na prihode od kamate, prihode od pravnih i fizičkih osoba koji svojevolumno podupiru određene aktivnosti koje provodi turistička zajednica, ostale donacije, potpore i slično.





## 1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

**Cilj aktivnosti:** ciljano usmjeriti sredstva u marketing i oglašavanje destinacije te istraživanje tržišta i analiza

**Opis aktivnosti:** Izrada strateškog dokumenta *Komunikacijska strategija i marketing plan* kojim ćemo detaljno usmjeriti svoja marketinška ulaganja i kojim će se napraviti kvalitetna, detaljna i sustavna podloga daljnjeg usmjeravanja sredstava u zakup medijskog prostora detaljno definirajući tržišta, kanale promocije te omjere ulaganja. Također nastavljamo sa istraživanjem i analizom mišljenja dionika o turizmu u destinaciji koje se provodi online anketom kroz suradnju s IQM destination. Na ovoj su stavci planirana sredstva za izradu Plana upravljanja destinacijom. Plan upravljanja destinacijom spada u nove obaveze Turističkih zajednica definirane novim Zakonom o turizmu. Obzirom na činjenicu da metodologija izrade dokumenta još uvijek nije poznata ne možemo biti precizni u planiranju troška, međutim, smatramo važnim dokument pripremiti na kvalitetan način, s partnerom koji iskustvom i poznavanjem destinacije jamči operativan i realan dokument koji će biti u suglasju sa dionicima na području Gorskog kotara.

**Nositelj aktivnosti:** TZ

**Planirana sredstva:** 36.165,00 €

**Rokovi realizacije:** tijekom godine

## 2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

### 2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

**Cilj i opis aktivnosti:** U tekućoj je godini realizirana 1. faza rute Camino Gorski kotar. Prva je faza predvidjela digitalno mapiranje rute, izradu vizualnog identiteta rute (prema smjernicama Bratovštine sv. Jakova), izradu pod domene na internetskoj stranici Camino ruta Hrvatska i označavanje rute po dionicama. U sljedećoj fazi (2024.g.) planiran je završetak projekta koji će uključivati sljedeće aktivnosti – organizaciju Camino događanja, online edukacija turističkih dionika “Kako do gostiju pomoću Camina“, izradu brošure s info kartom dionice, marketing kampanja trajanja 12 mjeseci, mobilnu aplikaciju s Interaktivnim multimedijalnim vodičem, te nadogradnja mobilne aplikacije. Aktivnosti se provode u suradnji s Bratovštinom sv. Jakova, prema zadanim standardima i troškovnicima, a realizacija aktivnosti je usko vezana uz odobrena sredstva.

**Nositelj aktivnosti:** TZ

**Planirana sredstva:** 24.230,00 €

**Rokovi realizacije:** tijekom godine

## 2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

**Cilj aktivnosti:** Postavljanje sustava standarda u smislu podizanja kvalitete cjelokupne turističke ponude u destinaciji.

**Opis aktivnosti:** Označavanje kvalitete npr. labeling obiteljskog smještaja i općenito dodjela oznake kvalitete u koordinaciji s regionalnom turističkom organizacijom. Suradnja s predstavnicima turističke ponude po proizvodima radi podizanja kvalitete ponude u destinaciji.

Nastavit će se projekt *Integralnog upravljanja kvalitetom u destinaciji* koju provodimo u suradnji s tvrtkom Feel IQM.

**Nositelj aktivnosti:** TZ

**Planirana sredstva:** 3.330,00 €

**Rokovi realizacije:** tijekom godine

## 2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

**Cilj aktivnosti:** Poticanje i organiziranje kulturnih, zabavnih i sportskih manifestacija od značaja za Gorski kotar

**Opis aktivnosti:** Na ovoj su stavci planirana znatno veća sredstva u odnosu na ona koja su realizirana u prethodnoj godini. Realizacija po ovoj stavci također isključivo ovisi o visini ostvarene potpore kroz Javne pozive Hrvatske turističke zajednice, a Turistička zajednica Gorskog kotara će napraviti sve što je moguće kako bi općinama i gradovima na području Gorskog kotara osigurala značajnija sredstva za organizaciju TOP događanja i na taj način partnerski sudjelovala u razvoju destinacije kroz događanja.

**Nositelj aktivnosti:** TZ

**Planirana sredstva:** 30.000,00 €

**Rokovi realizacije:** tijekom godine

## 2.4. Podrška turističkoj industriji

**Cilj aktivnosti:** Poticaj dionicima turističke industrije na ulaganje u podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta, usluga u turizmu, marketinških aktivnosti i slično čime podižu kvalitetu cjelokupne ponude, proizvoda i usluga destinacije

**Opis aktivnosti:** Podrška subjektima u svrhu razvoja programa povezanih neposredno s turističkim proizvodom. U 2024. godini planira se nastavak korištenja mVisitora, aplikacije koja pomaže iznajmljivačima prilikom prijave i odjave gostiju.

**Nositelj aktivnosti:** TZ

**Planirana sredstva:** 2.000,00 €

**Rokovi realizacije:** tijekom godine

## 3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

### 3.1. Definiranje brending sustava i brend arhitekture

**Cilj i opis aktivnosti:** Sukladno Master planu turističkog razvoja Gorskog kotara, viziji, misiji, turističkom pozicioniranju regije i dugoročnim ciljevima rasta iznjedrio se vizualni identitet koji njeguje osnovne karakteristike područja djelovanja: „*Gorski kotar je destinacija neukročene, zaštićene prirode, fascinantnih krajolika, šumskih i vodenih bogatstava, autentičnih okusa i mirisa domaće kuhinje koji čine paletu raznolikih i uzbudljivih doživljaja za obitelji, rekreativce i sportaše*“.

U sljedećoj godini želimo, uz osnovnu komunikaciju destinacije kao cjeline, staviti naglasak na specifične proizvode u destinaciji kao osnovne motive dolaska naših gostiju. Konkretno, smatramo važnim na jedinstven način komunicirati gastronomiju Gorskog kotara kroz zaseban slogan, vizual te kvalitetan foto i video materijal, a na isti način obraditi i elemente događanja u destinaciji i svakako mrežu malih obiteljska sanjkalista koja su ili će u skoroj budućnosti biti rasprostranjena kroz cijeli Gorski kotar i kao takva će činiti jedinstvenu i specifičnu ponudu kraja. U sljedećim će godinama slično aktivnost biti važno usmjeriti i ka smještajnim kapacitetima, ali i prema outdoor ponudi destinacije i u tom smislu je bilo važno napraviti kvalitetnu podlogu.

**Nositelj aktivnosti:** TZ

**Planirana Sredstva:** 15.663,00 €

**Rokovi realizacije:** tijekom godine

### 3.2. Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda

**Cilj aktivnosti:** Promotivne aktivnosti u cilju podizanja vidljivosti i promocije destinacije

**Opis aktivnosti:** Izrada i provođenje media plana odnosno izbor tržišta, proizvoda i definiranje kanala oglašavanja te zakup medijskog prostora. Posebne tematske kampanje po turističkim proizvodima i prigodne kampanje, offline i online oglašavanje te komunikacija na društvenim mrežama i ostalim kanalima. Jedna od ključnih aktivnosti Turističke zajednice čiji obujam provedbe ponovo isključivo ovisi o odobrenim sredstvima koja diktiraju opseg, a kasnije i doseg kampanje. Ovim su sredstvima dominantno planirane kampanje na domaćem tržištu obzirom da se aktivnosti na inozemnim tržištima provode kroz udružena sredstva s Turističkom zajednicom Kvarnera.

**Nositelj aktivnosti:** TZ

**Planirana sredstva:** 69.600,00 €

**Rokovi realizacije:** tijekom godine

### 3.3. Odnosi s javnošću

**Cilj i opis aktivnosti:** Nastavno na iskustva iz prethodnih godina nastaviti će se suradnja s PR agencijama se osigurava redovita prisutnost u svim medijima. PR aktivnosti uključuju

izradu plana komunikacije, pripremu i slanje tri mjesečne objave na razne medije (radio, novine, on line portali...). Također ovdje smo planirali i sredstva za studijska putovanja stranih novinara.

**Nositelj aktivnosti:** TZ

**Planirana sredstva:** 7.900,00 €

**Rokovi realizacije:** tijekom godine

### 3.4. Marketinške i poslovne suradnje

**Cilj aktivnosti:** Zajedničke promotivne aktivnosti u cilju podizanja informiranosti, vidljivosti i prepoznatljivosti destinacije.

**Opis aktivnosti:** Udruženo oglašavanje na domaćem i inozemnom tržištu u suradnji sa sustavom turističkih zajednica i NP Risnjak

**Nositelj aktivnosti:** TZ, TZ Kvarnera, NP Risnjak

**Planirana sredstva:** 25.500,00 €

**Rokovi realizacije:** tijekom godine

### 3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

**Cilj aktivnosti:** Aktivnosti na prezentaciji, promociji destinacije.

**Opis aktivnosti:** Nastupi na sajmovima te posebne prezentacije turističke ponude destinacije u koordinaciji s Turističkom zajednicom Kvarnera temeljem programa rada Turističke zajednice Kvarnera.

**Nositelj aktivnosti:** TZ, TZ Kvarnera

**Planirana Sredstva:** 3.400,00 €

**Rokovi realizacije:** tijekom godine

### 3.6. Suradnja s organizatorima putovanja

**Cilj aktivnosti:** Prezentacija i promocija destinacije sadržajima, ponudom i programima.

**Opis aktivnosti:** Pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji s Turističkom zajednicom Kvarnera i Hrvatskom turističkom zajednicom.

**Nositelj aktivnosti:** TZ

**Planirana sredstva:** 2.500,00 €

**Rokovi realizacije:** tijekom godine

### 3.7. Kreiranje promotivnog materijala

**Cilj aktivnosti:** Informiranje i prezentacija sadržaja, programa i projekata na području destinacije za turiste i posjetitelje.

**Opis aktivnosti:** Izrada i distribucija informativnih materijala, stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama i društvenim mrežama. Priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim.

U 2023. godini redizajniran je Katalog atrakcija prema definiranim smjernicama, u skladu s vizualnim identitetom, koristeći novu bazu fotografija, karata, tekstova, prijevoda, grafičkih elemenata, piktograma i zadane boje kroz kolor paletu, a isti je tiskan na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku. U 2024. godini planira se tisak Kataloga na francuskom, nizozemskom i talijanskom jeziku. Na istim je osnovama pripremljena i printana karta Gorski kotar HIKE (42 šetnice) koja u svojoj osnovi komunicira turističku kartu područja s osnovnim informacijama dok na poleđini komunicira svaku od šetnica zasebno. Materijali su planirani u dovoljnim količinama da se zadovolje potrebe ureda, ali i turističko informativnih centara. Potrebe smještajnih kapaciteta na području regije uzete su u obzir pa je u tu svrhu na osnovi Kataloga informacija pripremljen INFOBOOK- materijal većeg formata i tvrdog uzeva napravljen kako bi svoje mjesto trajno imao unutar svakog objekta. Kroz isu aktivnost i u sljedećoj će godini biti napravljena određena količina promo materijala poput bočica za vodu, šalica, majice, naljepnica za automobile i slično.

**Nositelj aktivnosti:** TZ

**Planirana sredstva:** 9.900,00 €

**Rokovi realizacije:** tijekom godine

### 3.8. Internetske stranice

**Cilj aktivnosti:** Informiranje i prezentacija sadržaja, programa i projekata na području destinacije.

**Opis aktivnosti:** Upravljanje sadržajem, razvoj i održavanje multimedijalnih internet stranica. TZ Gorskog kotara upravlja s dvije mrežne stranice [www.gorskikotar.hr](http://www.gorskikotar.hr) te [www.gorskikotarbike.com](http://www.gorskikotarbike.com). U 2024. planiran je redizajn mrežne stranice, odnosno prilagodba istog brandboxu, a sve temeljem pripreme tiskanog materijala kako bi u konačnici online i offline materijali imali iste elemente prepoznatljivosti. Potrebno je objasniti kako je zbog dinamike obaveza nužno bilo kreirati internetsku stranicu s relevantnim sadržajem, a tek naknadno izraditi vizualni identitet destinacije što podrazumijeva određene prilagodbe u sljedećoj godini isključivo temeljene na vizualnim, a ne sadržajnim elementima. Osim toga, internetska stranica Croatia.hr koja komunicira nacionalnu destinacijsku ponudu zahtjevati će ažuriranje materijala i prijevod tekstova, a tek će u sljedećoj godini do izražaja doći destinacijska aplikacija Visit Gorski koja će domaćinima tj. vlasnicima smještajnih kapaciteta, ali i gostima postati alat za online prodaju/kupnju ulaznica, ali i drugih usluga. Aplikacija također zahtjeva mjesečno održavanje.

**Nositelj aktivnosti:** TZ

**Planirana sredstva:** 8.267,00 €

**Rokovi realizacije:** tijekom godine

### 3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

**Cilj aktivnosti:** dopuna kvalitetnim materijalima za promotivne aktivnosti



**Opis aktivnosti:** Uspostavljanje detaljne turističke baze podataka o ponudi i potražnji, otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka te priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u TZK i HTZ.

Uz ostale aktivnosti, ključno je istaknuti kontinuiranu provedbu plana profesionalnog fotografiranja smještajnih kapaciteta na području destinacije. Do sada je fotografirano više od 60% objekata, a obzirom na dinamiku otvaranja novih kapaciteta smatramo važnim nastaviti s aktivnošću. Kvalitetna prezentacija objekata znači više pregleda, bolju pozicioniranost na tražilicama, a u konačnici i više rezervacija. Kroz istu je aktivnost planiran i ciklus fotografiranja gastro ponude u destinaciji temelj ranije izražene ambicije stvaranja gastro podbrenda.

**Nositelj aktivnosti:** TZ

**Planirana sredstva:** 7.800,00 €

**Rokovi realizacije:** tijekom godine

### 3.10. Turističko informativne aktivnosti

**Cilj aktivnosti:** Pravovremene i ispravne informativne aktivnosti za turiste, posjetitelje i građane te sustavno vođenje posjetitelja do svih sadržaja u destinaciji kroz smeđu signalizaciju

**Opis aktivnosti:** Upravljanje TIC-evima na području Gorskog kotara. Kroz navedenu aktivnost izražena su financijska sredstva koja jedinice lokalne samouprave na području Gorsko kotara usmjeravaju u rad turističko-informativnih centara. Osim navedenog, kroz istu je aktivnost predviđeno postavljanje smeđe turističke signalizacije uz državne ceste na području regije. Županijska uprava cesta PGŽ i Hrvatske ceste osigurale su sredstva za izradu elaborata postavljanja smeđe signalizacije dok je zadaća Turističke zajednice temeljem izrađenih elaborata realizirati projekt. Obzirom na opseg obuhvata realna je fazna realizacija tj. prioritetno usmjeriti snage i financije na državne, a kasnije županijske ceste. Turistička zajednica će nastojati osigurati sufinanciranje aktivnosti od strane HC-a i ŽUC-a.

**Nositelj aktivnosti:** TZ

**Planirana sredstva:** 86.600,00 €

**Rokovi realizacije:** tijekom godine

## 4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

### 4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor

**Cilj aktivnosti:** Osnaživanje destinacijskog menadžmenta.

**Opis aktivnosti:** 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/atrakcija na području županije/regije

Sudjelovanje u razvoju sustava poslovne inteligencije temeljene na informatičkim tehnologijama (baze podataka, B2B portal, sistematizacije istraživanja, infografike) u suradnji i prema uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice

**Nositelj aktivnosti:** TZ, TZ Kvarnera, HTZ

**Planirana sredstva:** 0,00 €

**Rokovi realizacije:** tijekom godine

#### 4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

**Cilj aktivnosti:** Upravljanje kvalitetom u destinaciji.

**Opis aktivnosti:** 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.

Sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog i privatnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije.

U ovoj je stavci dominantan trošak predviđen za nastavak rada na gastronomiji Gorski kotara koja je i kroz Maste plan prepoznata kao jedan od osnovnih motiva dolazaka u destinaciju. Konkretnim je aktivnostima, temeljem ponude, predviđeno sljedeće: jednodnevna konferencija o goranskoj gastronomiji, specijalizirano gastronomsko događanje za birane medije (print, digital, influenceri), gastronomski event za javnost (kupuju ulaznicu) i novinare (odabrani novinari imaju slobodan ulaz), četiri radionice s terenskom nastavom i praktičnom podukom, predstavljanje goranske gastronomije na jakom i popularnom eventu izvan Gorskog kotara. Prema ponudi dosadašnjih suradnika u projektu, za aktivnost je predviđen iznos od 54000 Eur + PDV. Osim navedenog, nastavit će se projekt *Integralnog upravljanja kvalitetom u destinaciji* koju provodimo u suradnji s tvrtkom Feel IQM. Također, u suradnji sa TZ Kvarnerom nastavlja se projekt Kvarner family i Kvarner gourmet. Planirane su edukacije za dionike u turizmu kroz oba navedena projekta. Kao i ove godine organizirat će se Gorski kotar conference koji će okupiti i nagraditi relevantne turističke dionike.

**Nositelj aktivnosti:** TZ

**Planirana sredstva:** 79.530,00 €

**Rokovi realizacije:** tijekom godine

#### 4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

**Cilj aktivnosti:** očuvanje i uređenje šetnica i vidikovca

**Opis aktivnosti:** Poboljšanje općih uvjeta boravka turista, aktivnosti uređenja mjesta (šetnice, klupe, vidikovci i sl.), 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.

Aktivnostima u 2023. godini „Hike“ segment turističke ponude Gorskog kotara doveden je u visoku fazu spremnosti. Dogovorom s općinama i gradovima s područja Gorskog kotara selektirane su 42 šetnice + 1 koje će biti temelj za daljnju komunikaciju prema tržištu. Za navedene staze izrađeni su opisni tekstovi koji su lektorirani i prevedeni na 5 stranih jezika. Osim tekstova, izrađen je foto materijal svake pojedine šetnice s profilom staze,



pripadajućom turističkom i interaktivnom kartom. Za šetnice koje se ne nalaze u zaštićenim područjima napravljene su početne info ploče, smjerokazne oznake te stilizirane siluete planinara koje se postavljaju na početke staza komunicirajući smjer hodanja.

Planira se nastavak uređenja šetnica postavljanjem klupa te multimedijalnog materijala koji će u središtima mjesta komunicirati ponudu regije. Osim navedenog, ovisno o visini odobrenih sredstava, prema napravljenoj reviziji biciklističkih staza pristupiti će se označavanju istih te prilagodbi internetske stranice stanju na terenu. Internetska stranica „Gorski kotar BIKE“ iako je aktivna nekoliko godina i dalje kvalitetno komunicira ponudu biciklističkih staza, ali je važno da informacije koje komunicira budu u skladu sa stanjem na terenu te da imaju jednak broj jezičnih varijanti kao i ostatak sadržaja na stranici [www.gorskikotar.hr](http://www.gorskikotar.hr)

**Nositelj aktivnosti:** TZ, TZ Kvarnera, HTZ, PGŽ

**Planirana sredstva:** 58.000,00 €

**Rokovi realizacije:** tijekom godine

## 5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

### 5.1. Međunarodne strukovne i sl. organizacije

### 5.2. Domaće strukovne i sl. organizacije

Sukladno članku 32. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/2019) lokalne turističke zajednice mogu na temelju posebne odluke Turističkog vijeća Hrvatske turističke zajednice biti član međunarodnih turističkih organizacija i srodnih udruženja.

Turistička zajednica Gorskog kotara je planirala članstvo u LAG Gorski kotar.

## 6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

### 6.1. Plaće

**Cilj i opis aktivnosti:** odnosi se na bruto plaću direktora i voditeljice administrativnih poslova, troškova prijevoza zaposlenika te Božićnice i ostalih neoporezivih davanja.

**Nositelj aktivnosti:** TZ  
**Planirana sredstva:** 48.670,00 €  
**Rokovi realizacije:** tijekom godine

### 6.2. Materijalni troškovi

**Cilj i opis aktivnosti:** Troškovi funkcioniranja ureda kao što su režijski troškovi, uredska oprema i materijal, održavanje prostora, troškovi platnog prometa, poštarine, putni troškovi, stručno usavršavanje zaposlenika i ostali troškovi zaposlenika.

**Nositelj aktivnosti:** TZ  
**Planirana sredstva:** 23.650,00 €  
**Rokovi realizacije:** tijekom godine

### 6.3. Tijela turističke zajednice

**Cilj i opis aktivnosti:** Troškovi reprezentacije, pripreme i distribucije materijala za potrebe održavanja sjednica.

**Nositelj aktivnosti:** TZ  
**Planirana sredstva:** 700,00 €  
**Rokovi realizacije:** tijekom godine

## 7. REZERVA

Rezerva do 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 aktivnosti. Na ovoj stavci nisu planirana sredstva.

## 8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

Ovisno o procjeni financijskog rezultata poslovanja u tekućoj godini, ukoliko se ostvari manjak prihoda za narednu godinu određeni dio sredstava potrebno je rezervirati za pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine.

Na toj stavci planiran je iznos od 9.305,00 €

## FINANCIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE GORSKOG KOTARA ZA 2024.

	PRIHODI	Plan za 2023. (u kn)	Plan za 2023 (u EUR), tečaj konverzije 7,53450	Rebalans za 2023. (u EUR)	Plan za 2024. (u EUR)	Indeks Plan za 2024. / Rebalans 2023.	udio %
1.	Izvorni prihodi	650000	86270	99100	99100	100	18
1.1.	Turistička pristojba	430000	57071	57100	57100	100	11
1.2.	Članarina	220000	29199	42000	42000	100	8
2.	Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna (JLS, PGŽ, MINT)	500000	66361	75356	90600	120	17
2.1.	JLS	200000	26545	21356	36600	171	7
	Općina Mrkopalj (Troškovi TIC)	117000	15529	15656	18300	117	3
	Općina Ravna Gora (Troškovi TIC)			5700	16300	286	3
	Ostali	83000	11016	0	2000		0
2.2.	PGŽ	300000	39817	54000	54000	100	10
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica (HTZ, TZ Kvarnera)	1475455	195827	195541	360809	185	66
3.1.	Fondovi	939530	124697	141802	306409	216	56
	Udruženi	183750	24388	82300	87284	106	16
	Nerazvijeni	755780	100309	59502	219125	368	40
3.2.	TZ PGŽ	535925	71129	53739	54400	101	10
	2.3.4.	300000	39817	39817	40000	100	7
	JP za nerazvijene	39300	5216	5000	5000	100	1
	JP Kvarner outdoor	96625	12824	3613	4000	111	1
	Udruženo	100000	13272	5309	5400	102	1
4.	Prihodi iz EU fondova	0	0	0	0	0	0
5.	Prihodi od gospodarske djelatnosti	0	0	0	0	0	0
6.	Preneseni prihod iz prethodne godine	0	0	0	0	0	0
7.	Ostali prihodi	2000	265	5167	2200	43	0
	<b>SVEUKUPNO</b>	<b>2627455</b>	<b>348723</b>	<b>375164</b>	<b>552709</b>	<b>147</b>	<b>102</b>
	AKTIVNOSTI	Plan za 2023. (u kn)	Plan za 2023 (u EUR), tečaj konverzije 7,53450	Rebalans za 2023. (u EUR)	Plan za 2024. (u EUR)	Indeks Plan za 2024. / Rebalans 2023.	udio %
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	92500	12277	2385	36165	1516	7
1.1.	Izrada strateških/operativnih/akcijskih dokumenata	80000	10618	720	32500	4514	6
	Komunikacijska strategija i marketing plan	80000	10618	720	12500	1736	2
	Plan upravljanja destinacijom				20000		4
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	12500	1659	1665	1665	100	0

1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti - press clipping	0	0	0	2000	0	0
<b>2.</b>	<b>RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA</b>	264300	35079	73615	59560	81	11
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda (RAZVOJ ELEMENATA TURISTIČKE PONUDE)	50000	6636	51750	24230	47	4
	Camino GK - 2 faza	0	0	0	24230	0	4
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda (IQM, KVARNER FAMILY)	25000	3318	3330	3330	100	1
	IQM	25000	3318	3330	3330	100	1
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	150000	19908	11545	30000	260	6
2.4.	Podrška turističkoj industriji (mVisitor)	39300	5216	6990	2000	29	0
<b>3.</b>	<b>KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE</b>	1229530	163187	121528	237130	195	44
3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture (razvoj podbrendova u destinaciji - gastro, događanja, sanjkalista)	50000	6636	0	15663	0	3
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	451600	59938	17479	69600	398	13
3.3.	Odnosi s javnošću (PR, studijska putovanja za strane novinare)	37500	4977	3357	7900	235	1
	PR	37500	4977	3357	6500	194	1
	Studijska putovanja inozemnih medija	0	0	0	1400	0	0
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje (udruženo TZ Kvarner, NP Risnjak)	120000	15927	18376	25500	139	5
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	25000	3318	0	3400	0	1
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja (studijska putovanja)	10000	1327	2500	2500	100	0
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala (brošure, promo, društvene mreže)	257500	34176	42107	9900	24	2
3.8.	Internetske stranice (RAZVOJ I ODRŽAVANJE WEB)	32930	4371	9573	8267	86	2
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka ( baza fotografija - smještaj i gastro)	45000	5973	6780	7800	115	1
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	200000	26545	21356	86600	406	16
	TIC Mrkopalj (plaća, božićnica, telefon)	117000	15529	15656	18300	117	3
	TIC Ravna Gora (plaća, božićnica, telefon)	0	0	5700	16300	286	3
	TIC ostali	83000	11016	0	2000	0	0
	Smeđa turistička signalizacija	0	0	0	50000	0	9
<b>4.</b>	<b>DESTINACIJSKI MENADŽMENT</b>	421625	55959	89277	137530	154	25
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	0	0	0	0	0	0
4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	25000	3318	25294	79530	314	15
	IQM	25000	3318	3330	3330	100	1
	Edukacije dionika, gastro sektora	0	0	12964	67500	521	12

		GKC - konferencija Goranski dan turizma	0	0	9000	8700	97	2
4.3.		Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	396625	52641	63983	58000	91	11
		HIKE&BIKE Gorski kotar - klupe i multimedijalni materijal)	0	0	0	58000	0	11
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	0	0	0	0	0	0
5.1.		Međunarodne strukovne i sl. organizacije	0	0	0	0	0	0
5.2.		Domaće strukovne i sl. organizacije	0	0	0	0	0	0
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	461165	61207	63629	73020	115	13
6.1.		Plaće	310996	41276	40725	48670	120	9
		Bruto	282251	37461	37461	43696	117	8
		Ostali troškovi radnika (prijevoz na posao, regres, božićnica, dar djetetu, sistematki)	28745	3594	3264	4974	152	1
6.2.		Materijalni troškovi (troškovi funkcioniranja ureda -režije, stručno osposobljavanje, putni i ostali tr. radnika - putni, studenti)	145169	19267	22454	23650	105	4
6.3.		Tijela turističke zajednice	5000	664	450	700	156	0
7.		REZERVA (do 5% za neplanirane aktivnosti Odlukom vijeća)	0	0	0	0	0	0
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE (ovisno o procjeni financijskog rezultata u tekućoj godini, ukoliko se ostvari manjak prihoda, potrebno je od planiranih redovnih prihoda za narednu godinu određeni dio rezervirati za pokrivanje manjka iz prethodne godine)	160000	21236	24730	9304	38	2
<b>SVEUKUPNO 1</b>			<b>2629120</b>	<b>348944</b>	<b>375164</b>	<b>552709</b>	<b>147</b>	<b>102</b>