



PROGRAM RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA JASTREBARSKOG ZA 2024. GODINU



Jastrebarsko, prosinac 2023.

SADRŽAJ:

1. Uvod

- ANALIZA TURISTIČKOG PROMETA OD 2019. GODINE DO 2023. GODINE
procjena turističkog kretanja za 2024. godinu
- TRENDVI PUTOVANJA 2024. – marketing

2. PROCJENA PLANA PRIHODA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA JASTREBARSKOG ZA 2024.

- Prihodi: Struktura – tablični prikaz
- Opis izvora prihoda

3. PROCJENA PLANA RASHODA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA JASTREBARSKOG ZA 2024.

- Rashodi po aktivnostima: Struktura – tablični prikaz
- Opis aktivnosti

4. Fondovi –posebne namjene

1. UVOD

Na temelju Metodologije i obvezatnih uputa za izradu godišnjeg programa rada i izvješća o izvršenju godišnjeg plana rada izdanog u studenom 2020. godine, a na temelju Zakona o turističkim zajednicama i promicanju Hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20), u nastavku donosimo plan aktivnosti koji sadrži sve pojedinačno utvrđene planirane zadatke i potrebna financijska sredstva za njihovo izvršavanje.

Turistička zajednica Grada Jastrebarskog javna i pravna osoba, a prava i obveze utvrđuju se Zakonom i statutom turističke zajednice. Zadaće lokalne turističke zajednice kao lokalne destinacijske menadžment organizacije propisane u članku 32. Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) kao što zadaće prate metodologiju, raspored sredstava sukladno obujmu aktivnosti i veličine, odnosno turističkim kretanjima na području Jastrebarskog.

Program rada je zasnovan na strateškom okviru; ali i kroz preporuke i strateške smjernice Svjetske turističke organizacije te prema napucima Europske unije:

1. Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine za Republiku Hrvatsku
2. Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine
3. Provedbeni program Zagrebačke Županija 2021.-2025.
4. Provedbeni programa Grada Jastrebarsko 2021.-2025.
5. Strategija razvoja pametnog grada 2019.-2024.
6. Strategija razvoja turizma 2019.-2024.

Prilikom izrade godišnjeg plana, vodilo se računa da plan sadrži ciljeve definirane u članku 9. Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20), te da je rad turističke zajednice grada Jastrebarskog usmjeren na tri glavna pravca:

1. Razvoj i marketing destinacije
2. Osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa
3. Poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji

Godišnji plan jasno pokazuje koji se ciljevi moraju ostvariti u promotivnom razdoblju, te opisuju tijek aktivnosti do njihovog izvršavanja.

VIZIJA

Postoje brojni razlozi zašto je važno odrediti i napisati viziju i misiju destinacije. Pisanjem vizije i misije određuju se temeljne odrednice poslovanja – zašto se nešto proizvodi, kako se proizvodi, kome se želi prodavati, s kime se želi poslovati, kakav se rast i razvoj očekuje, na kojoj poziciji će se poduzeće nalaziti za deset ili više godina. Vizija odgovara na pitanje što se želi postići u budućnosti. Predstavlja sliku budućnosti koju destinacija želi ostvariti i definira smjer u kojemu se želi razvijati. Treba biti jednostavno određena i lako pamtljiva svim sudionicima u turizmu.

Međutim, zajednička strateška vizija i koordinirani pristup upravljanju destinacijom nedostaje kao i jasnoća o integriranom pristupu planiranju za ostvarivanje održivog i pametne turističke ciljeve. Uzimajući u obzir promjenu u prepoznavanju uloge DMO-a kao "destination developera" s ciljevima pronaći pravu ravnotežu između nadmetanja - ekološki, društveni i ekonomski ciljevi. Može se tvrditi da

DMO igra važnu ulogu za postizanje održivog razvoja destinacije. Održivo upravljanje destinacijom može postići DMO putem, a dugoročna vizija razvoja destinacije, jasno određivanje odgovornosti i upravljačke strukture, transparentno i odgovorno donošenje odluka uključivanje lokalnih interesnih grupa.

Jastrebarsko značajno doživljava ove promjene na turističkom tržištu te vizija iz strategije se ostvaruje. Bitno je detaljnije upoznati i razumjeti koncept DMO-a i percepcije dionika o pametnim i održivim turističkim ciljevima, zbog toga kako bi se pronašla praktična rješenja za koordiniranu destinaciju, a zasigurno će tu pomoć upravljanje kvalitetom u destinaciji.

Osim aktualne vizije za Turističku zajednicu Grada Jastrebarskog, prijedlog vizije za ovo četverogodišnje razdoblje je:

Turistička zajednica Grada Jastrebarskog želi razviti model turizma koji kombinira održivi rast i odgovorno čuvanje okoliša uz poštovanje našeg autentičnog društvenog i kulturnog života. Inovativni pristup održivosti, temeljen na novoj generaciji turističkih proizvoda, dugoročnog upravljanja ekosustavom i sudjelovanja lokalnog stanovništva u razvoj i dobiti turizma.

Turistička zajednica sukladno svojim aktivnostima utvrđuje sljedeće:

KRATKOROČNE CILJEVE

- Postaviti Plešivičku vinsku cestu kao jednu od najboljih turističkih proizvoda i brendova u kontinentalnoj Hrvatskoj u narednih 5 godina
- Osnovati prvu cestu pjenušaca u Hrvatskoj (Plešivička cesta pjenušaca)
- Povećati ukupan broj noćenja za 10% u sljedećih 5 godina
- Zadržati značajan porast broja kreveta (cilj: 700 kreveta do 2025. godine)
- Razvijati selektivne oblike turizma, posebice gourmet i cikloturizam
- Osigurati konkurentnost turističkih proizvoda na tržištu
- Motivirati lokalno stanovništvo u ulaganje u turističke objekte i planirano upravljati njima

DUGOROČNE CILJEVE

- Postati broj jedan mjesto za turiste i jednodnevne posjetitelje u Zagrebačkoj županiji
- Postati destinacija za višednevni odmor
- Upravljanje destinacijom kroz održivi razvoj

Strateško pozicioniranje destinacije do 2030. godine se sastoji od tri stupa pozicioniranja, koje će biti osnova za marketinške aktivnosti i razvoj glavnih turističkih proizvoda (prema Strategiji za razvoj turizma u Jastrebarskom 2019.-2024.) :

1. Gastronomski užitak
2. Obiteljska zabava
3. Doživljaj prirode

MARKETINŠKA STRATEGIJA

- Individualizacija ponuda, poboljšanje prodaje i efikasnija promocija proizvoda u trenutku kada su verificirane koristi od integriranog online nastupa (web, društvene mreže, geo lokacijski servisi i aplikacije)
- Inkubatori znanja (inovacije) i profesionalni razvoj ljudskih resursa kao jedine preostale kategorije portfelja proizvoda na kojima se može ostvariti dalji održivi rast
- Kreirati u zajedničkoj suradnji s lokalnim umjetnicima i obrtnicima jaskanski suvenir

Vođeni Strategijom uz Strategiju razvoja turizma za Jastrebarsko 2019.-2024. godine izradili smo Program rada i financijski plan u skladu s ostalim strateškim, operativnim planovima i ostalim regulativama na lokalnoj i državnoj razini.

ANALIZA TURISTIČKOG PROMETA OD 2019. GODINE DO 2023. GODINE realizacija turističkog prometa do 30. studeni 2023. godine

Od 01.01.2016. godine prijava i odjava gostiju te kontrola naplate turističke pristojbe vrši se putem eVisitor sustava prema tome su kreirani planovi za program rada Turističke zajednice grada Jastrebarskog, no uslijed neočekivanih povećih turističkih kretanja u 2023. godini, nadmašen je plan turističkog kretanja i prometa za 2023. godinu.

Podaci o ostvarenom turističkom prometu u periodu od 1. siječnja do 20. prosinca 2023. te procjena obujma turističkog prometa u 2024. godini.

Tablica 1: Podatci o ostvarenom turističkom prometu za razdoblje 2020. - 2023. te procjena za 2024. te podaci o ostvarenom turističkom prometu za razdoblje 1.1.2023. – 20.12.2023.

Vrsta turista	Dolasci 2020.	Noćenja 2020.	Dolasci 2021.	Noćenja 2021.	Dolasci 2022.	Noćenja 2022.	Dolasci 2023.	Noćenja 2023.	Dolasci 12/23	Noćenja 12/23	DOLASCI 2024.	NOĆENJA 2024.
Strani	4.529	6.509	8.716	13.670	11.000	18.000	15.000	25.000	21.462	35.716	25.000	40.000
Domaći	1.862	4.069	3.819	6.136	4.000	7.000	10.000	15.000	8.485	13.630	10.000	20.000
UKUPNO	6.391	10.578	12.535	19.806	15.000	25.000	25.000	40.000	29.947	49.346	35.000	60.000

Izvor: eVisitor, 20. prosinac 2023.

Kumulativni pokazatelji za 2023. godinu ukazivali su na činjenicu da su u tom razdoblju turistički dolasci porasli za 46,25% (2022/20.477 – 2023/29.947), a noćenja za 51,95% (2022/32.474 – 2023/49.346) u odnosu na isto razdoblje 2022. godine. Pozitivni rezultati zabilježeni su na svim ključnim tržištima, a najveći porast broja turista ostvarila su tržišta: Hrvatska (+30,53%), Njemačka, Poljska, Austrija, Češka, Nizozemska, te, Slovačka, Ukrajina, Bosna i Hercegovina te Slovenija (ispod 8%).

Na području Grada Jastrebarskog do konca 2023. godine zabilježeno je ukupno 29.947 dolazaka i 49.346 noćenja, što predstavlja porast dolazaka za 46,25% i noćenja za 51,95% u odnosu na isto razdoblje 2022. godine kada je ostvareno 20.477 dolazaka i 29.947 noćenja. Na području Grada Jastrebarskog u 2023.

godini zabilježen je pozitivan trend dolazaka i noćenja, što predstavlja ne samo već oporavak turističkog tržišta nakon lošijih rezultata uzrokovanih pandemijom COVID-19, već rast turističkih kretanja no primjećuje se znatan utjecaj krize energenta kao i ukrajinsko-rusko rata, gdje je smanjen broj dolazaka Rusa, no povećao se broj dolazaka Ukrajinaca.

Trenutno na dan 20. prosinca 2023. na području Jastrebarskog su otvorena 67 smještajna objekta s ukupnim raspoloživim kapacitetom od 694 kreveta. Nadalje, u sustavu E-visitor otvorena je 13 novih smještajnih kapaciteta gdje su ukazuje trend velikog broja otvaranja novih smještajnih objekata za razdoblje od 12 mjeseca, a inače je bio rezultat nekoliko godina poslovanja i motivacije lokalnih stanovnika, i stranih interesenata. U 2023. godini planirano je ostvariti 40.000 noćenja i 25.000 dolazaka, zbog prethodnih analiza i uviđanja pozitivnog trenda putovanja, smanjenje pandemije kao i trenda otvaranja novih smještajnih objekata u Jastrebarskom, planirano je nadmašeno.

Vrsta turista	PLAN DOLASCI 2023.	PLAN NOĆENJA 2023.	REALIZACIJA Dolasci 12/23	REALIZACIJA Noćenja 12/23	PLAN DOLASCI 2024.	PLAN NOĆENJA 2024.
Strani	15.000	25.000	21.462	35.716	25.000	40.000
Domaći	10.000	15.000	8.485	13.630	10.000	20.000
UKUPNO	25.000	40.000	29.947	49.346	35.000	60.000

Projekcija plana dolazaka i noćenja za 2024. godinu pripremljena je prema dostupnim i ostvarenim turističkim rezultatima kao i praćenjem povećanja dolazaka i noćenja s 2022. na 2023. godinu, a imajući pritom na umu i dalje pozitivan trend turističkih rezultata i novih trendova suvremenih putnika. Izrađenim prethodnim analizama proteklih razdoblja i planiranim aktivnostima za 2024. godinu, vizija je ostvarivanje desetogodišnjeg ciljeva iz Strategije razvoja turizma 2019.-2024. godine o čemu će zasigurno ovisiti oporavak azijskog tržišta te povećanje broja dolazaka i noćenja stranih turista u hotel Princess.

Previđenim aktivnostima na turističkom tržištu Hrvatske, posebice Zagreba i odnosno njegove okolice, analizirajući i okolne gradove i općine, plan u ostvarivanju turističkog kretanja za Jastrebarsko za 2024. godinu je:

- Ukupan broj dolazaka od 35.000 turista, od čega stranih 25.000, a domaćih 10.000
- Ukupan broj dolazaka od 60.000 turista, od čega stranih 40.000, a domaćih 20.000

U postupku kreiranja aktivnosti za 2024. godinu korištene su sve dostupne informacije, analize, studije, operativni, strateški i ostali dokumenti, zakoni, pravilnici i odluke.

Trendovi putovanja 2023

U 2024. turistima će ono što im je važno staviti u prvi plan i u središte svojih planova, cijeneći dublja iskustva koja ostavljaju pozitivan učinak, vrijeme provedeno s voljenim osobama i trenutke dobrobiti koji traju i nakon odjave. Pažljivo će birati destinacije, usporiti kako bi uživali u tišini i prepustiti se ljubavi prema hrani na novim i zanimljivim mjestima i uroniti u wellness prakse koje nam pomažu da živimo dulje.

Ovo je nekoliko trendova u putovanjima koji će vjerojatno odrediti putovanja u 2024.

Zamjena doma

Kakav je trend? Sve više pronicljivih turista i žele ostati dulje, dok porast [poslova na daljinu](#) nakon pandemije znači da rad i život u inozemstvu nikada nisu bili privlačniji. Kvaka? Raširite se na pozamašne naknade za smještaj dok ste već tu. Uključivanje u zamjenu doma: savršeno rješenje za jamčenje doma u inozemstvu, dok u zamjenu se nudi vlastiti – tjednima ili čak mjesecima.

Zašto će to biti važno u 2024.? Kako troškovi putovanja nastavljaju rasti, zamjena doma pristupačna je alternativa trošenju skupih hotela ili Airbnbsa. I dok koncepti online platformi na kauču i zamjene kuća postoje desetljećima, nekoliko ambicioznih novih platformi redefinišu kako zamjene domova izgledaju danas. Twin City, koji djeluje u tako udaljenim gradovima kao što su [Lisabon](#) i [Los Angeles](#), u samo osam mjeseci organizirao je zajednicu od 1100 plus pažljivo provjerenih korisnika. Za godišnju pretplatu od £150, članovi mogu pronaći istomišljenike s kojima se mogu povezati putem platforme i potiču ih se na razmjenu lokalnih preporuka za svoj grad, kao i za svoje domove, omogućujući članovima da se osjećaju kao da se mijenjaju s prijateljem od povjerenja nego stranac. U međuvremenu, Kindred, platforma za razmjenu domova na kojoj članovi skupljaju kredite za svaku noć kada zamijene dom, prikupila je 15 milijuna dolara u financiranju ove godine za proširenje poslovanja diljem SAD-a i Europe i trenutno ima više od 10 000 domova u više od 50 gradovima. Članovi jednostavno plaćaju naknadu za čišćenje i uslugu za svaki boravak, dok su troškovi samog boravka besplatni. Ili u potpunosti preskočite članarinu i krenite ravno na TikTok, gdje Generacija Z, predvodi pokret zamjene domova na društvenim mrežama. Nadahnute kulturnim filmom *Praznik*, trendovske oznake #houseswap i #homeswap prikupile su više od 23 odnosno 20 milijuna pregleda, a korisnici koriste platformu kao sredstvo za reklamiranje svojih domova, otkrivanje istomišljenika za razmjenu i dokumentiranje svojih avantura Putem.

Željezničke stanice nova su odredišta hrane

Kakav je trend? [Željeznički kolodvori](#) diljem svijeta obično se prolaze što je brže moguće, jer nisu dizajnirani da putnici ostanu i druže se. U današnje vrijeme, dok se kašnjenja putovanja povećavaju i posjetitelji žele više lokalnih iskustava, isplati se željezničkim postajama dočekati putnike s trgovinama, restoranima i barovima koje mogu istražiti. U nastojanju da se stvori dinamičnije iskustvo posjetitelja, povijesne željezničke postaje se preuređuju, s ponudom hrane i pića po narudžbi kao sastavnim dijelom

redizajna. Obzirom na činjenicu da je u planu restrukturiranje željezničke postaje u Jastrebarskom, vjerujemo da će ovaj trend biti uočljiv nakon uređenja iste.

Zašto će to biti važno u 2024.? Željeznički kolodvori se renoviraju kako bi mogli primiti više putnika i ažurirati staru infrastrukturu, dodaju se lokalni restorani i barovi kako bi se privuklo više kupaca. Godine 2023. nova [dvorana Moynihan Train Hall](#) u New Yorku postala je dom The Irish Exita, bara tima koji stoji iza hvaljenog Dead Rabbita i Yono Sushija modernog BondST-a, plus ispostava omiljenih njujorških restorana Pastrami Queen i Jacob's Pickles. [Platforma 1](#) novi bar i restoran koji je otvoren u studenom ispod [Glavnog kolodvora u Glasgowu](#). Prostor nalik na špilju, s povijesnim lukovima od opeke, poslužuje jela u stilu ulične hrane. Kao dio svoje obnove, [Union Station](#) u Torontu pokrenuo je [Union Market](#) u svibnju 2023. s omiljenim lokalnim prodavačima hrane Manotas Organics, Chocolatta Brigadeiro's, Patties Express i Kibo. U međuvremenu, u Somersetu, postaja [Castle Cary](#) u procesu je preuređenja, a obližnji hotel [The Newt](#) stvara slastičarnu, kafić i co-working prostor, koji bi trebao biti otvoren 2024. Također, u pripremi je sljedećih nekoliko godina dovršeno renoviranje [postaje 30th Street](#) u Philadelphiji, s planovima za 20 posto povećanja koncesijskog prostora koji će se usredotočiti na lokalne dobavljače. *Devorah Lev-Tov*

Sportski turizam

Kakav je trend? Sportski turizam evoluirao je u posljednjih nekoliko godina s novom generacijom – i tipom – sportskih navijača koji se pojavljuju zahvaljujući sjajnim TV dokumentarcima (*Formula 1: Drive to Survive*). Sada se vode obožavatelji i prate se mnoštvo različitih sportova na odredištima diljem svijeta, planiraju se odmori koji ovise o igrama, utrkama i drugim aktivnostima na egzotičnim mjestima i produžujemo putovanja s obje strane kako bismo vidjeli znamenitosti također.

Zašto će to biti važno u 2024.? Tour de France počinje u Italiji po prvi put 2024. godine, a natjecatelji jure u [Firenci](#) prije nego što krenu u Rimini na jadranskoj obali, a zatim na sjever do Apenina kroz Emiliju-Romagnu. Turoperator kao što su Ride International Tours i Ride Holidays objavili su nove biciklističke rute u tom području za ljubitelje biciklizma koji se žele pridružiti zabavi. WRC, treću godinu za redom gostovati će na području Zagrebačke županije, gdje još nisu točno poznate staze na području Jastrebarskog.

Odmarališta će pomoći da *biohackirate* svoje zdravlje

Kakav je trend? Dugovječnost je najnovija wellness modna riječ zahvaljujući najprodavanijim knjigama kao što su *Outlive* i hit Netflixov dokumentarac *Live to 100: Secrets of the Blue Zones*. Između 2021. i 2022. ulaganja rizičnog kapitala u klinike za dugovječnost više su se nego udvostručila sa 27 milijuna dolara na 57 milijuna dolara na globalnoj razini, prema analizi medijske tvrtke Longevity.Technology za

istraživanje dugovječnosti. Sada je znanost o produljenju života i poboljšanju zdravlja postala fokus u hotelima. Blue Zones retreats novi su kampovi za obuku, a čak i sibiritska odmarališta nude najnovije biohakove.

Zašto će to biti važno u 2024.? Od pandemije, dobro se osjećati je bitnije od dobrog izgleda. “Ljudi su postali svjesni kritične važnosti razvoja proaktivnijeg, preventivnog pristupa zdravlju na svim razinama,” kaže Karina Stewart, suosnivačica Kamalaya, wellness utočišta u Koh Samuiju, [Tajland](#). To znači novu spremnost da se ide dalje od prehrane i tjelovježbe i da se prihvate bio-regenerativni tretmani koji zvuče znanstveno-fantastično, kao što su ozonska terapija i hiperbarične komore s kisikom, a oboje se nudi u novoj kući dugovječnosti Kamalaya. Luksuzni hotelski brendovi također prihvaćaju ovaj trend. Six Senses [Ibiza](#) nedavno se udružio s biotehnoškom tvrtkom RoseBar kako bi gostima ponudio potpuno dijagnostičko testiranje. Maybourne Hotel Group surađuje s pionikom wellness tehnologije Virtusanom kako bi pomogao gostima poboljšati performanse. A Four Seasons Resort Maui u Wailei provodi tretmane kao što su matične stanice i NAD+ (aka fontana mladosti) kroz svoje partnerstvo s centrom za dugovječnost Next Health. U 1 Hotel Hanalei Bay u Kauaiju, goste dočekuje injekcija B12 umjesto mjehurića, a nove sobe za wellness u odmaralištu opremljene su uređajima za poticanje oporavka, uključujući prostirke s infracrvenim svjetlom. Ako se trend nastavi, tajna dugovječnosti mogla bi biti laka poput višeg godišnjeg odmora. *Jen Murphy*

Nova lokacija za visoku sezonu

Zašto će to biti važno u 2024.? Kombinacija društvenih, ekonomskih i ekoloških čimbenika pokreće ovaj trend u 2024. Kriza troškova života znači pojačani fokus na vrijednost. Za 62 posto ispitanika u Booking.com-ovoj anketi o trendovima putovanja za 2024. ovo je ograničavajući čimbenik za planiranje putovanja za 2024., toliko da je 47 posto ispitanika spremno čak izvesti djecu iz škole radi jeftinijeg putovanja izvan sezone. Putovanja izvan sezone također postaju privlačnija zbog sve većih temperatura i izvediva zbog fleksibilnog rada. Povrh ovih praktičnih razmatranja nalazi se i emocionalna motivacija: putnici žude za autentičnošću više nego ikad, tražeći miran, lokalni ugođaj kada su u inozemstvu, umjesto prizora na plaži. *Toyo Odetunde*

Privatno grupno putovanje

Kakav je trend? Postpandemijska želja za okupljanjem prijatelja ili obitelji i upuštanjem u zajedničko iskustvo odmora ne pokazuje znake jenjavanja – zapravo, sve je više putovanja, jer ljudi cijene prednosti i uživaju u trenutku, od 3G obiteljskih grupa do 50 -nešto praznog gnijezda koji želi obnoviti doživotna prijateljstva.

Zašto će to biti važno u 2024.? "Iako bi neka predviđena grupna putovanja dosegla vrhunac nakon pandemije, vidjeli smo da to ima trajan, pozitivan učinak s privatnim grupnim rezervacijama koje su i dalje dominantan trend", kaže Tom Marchant iz Black Tomatoa, za kojeg grupna putovanja sada čine 30 posto rezervacija. Tvrtka je upravo pokrenula svoju seriju See You in the Moment kako bi zadovoljila potražnju: koristi ploču raspoloženja s više od 35 iskustava tematiziranih oko ključnih žarišnih točaka, od The Meal (gozba u prirodi koja se poslužuje na sjevernom rubu Grand Canyon, na primjer) do The Challenge (možda splavarenje niz Apurímac u Peruu), sve osmišljeno za stvaranje trajnih uspomena. Za Scotta Williamsa, u međuvremenu, putnici iz više generacija razmišljaju na veliko: zašto uzeti jednu kuću kada možete uzeti cijelo imanje, kao što je Meli na Paxosu na grčkom otočju, koji prima 17 osoba? Druge skupine idu na more, a Red Savannah izvješćuje o porastu rezervacija za turske gulete, egipatske dahabiye i indonezijske phinisije. Scott Dunn primijetio je porast rezervacija među grupama prijatelja, pri čemu je 30 posto ispitanika u nedavnoj anketi reklo da planiraju putovanja za 2024. koja uključuju skijaška putovanja u Francusku, avanturistička putovanja u Južnoj i Srednjoj Americi i odmore na plaži na Antigui i Barbados. Rastuća su sila, skupina parova u svojim 50-im do 70-im godinama koji unajmljuju vile u predsezoni za kulturne tjedne, i grupama koje se sastoje isključivo od žena – uglavnom u dobi između 50 i 65 godina – koje su proaktivne u želji da obnove prijateljstva. *Rick Jordan*

AI želi biti pomoćnik u kreiranju putovanja

Kakav je trend? Početkom prošle godine, nakon što je OpenAI-jeva ChatGPT oborila rekord kao najbrže rastuća potrošačka aplikacija, putnici su se počeli igrati s AI chatbotovima kako bi dobili inspiraciju kamo mogu ići. Nedavno su velike platforme za rezervaciju putovanja počele integrirati AI chatbotove u iskustvo rezervacije. Ali ako je 2023. bila godina AI [chatbota koji su željeli planirati vaša putovanja](#), 2024. bit će posvećena tome kako AI želi biti vaš pomoćnik na putovanjima. Val novih značajki i proizvoda koji se pokreću umjetnom inteligencijom ima za cilj podržati putnike na terenu – a sve to istovremeno izaziva zabrinutost oko potencijalnih negativnih učinaka kako se umjetna inteligencija sve više integrira u naša putovanja.

Zašto će to biti važno u 2024.? AI će početi više intervenirati u stvarnom vremenu na našim putovanjima 2024. Jedan praktičan primjer je [prijevod uživo](#), koji Samsung planira pokrenuti na svojim uređajima Galaxy 2024. Zamislite da nazovete mjesto koje želite posjetiti kako biste dobili informacije bez brige govori li osoblje istim jezikom kao vi. Za istinske prve korisnike, intervencije na putovanjima u stvarnom vremenu također mogu značiti potpuno odbacivanje zaslona i pričvršćivanje osobnog prevoditelja i putnog asistenta bez zaslona na prsa. Ovo je neobična ideja koja stoji iza [novog govornog i projektirajućeg AI Pin-a iz Humanea](#), startupa kojeg podupiru investitori uključujući Sama Altmana iz OpenAI-ja, koji obećava da će funkcionirati pomalo poput univerzalnog prevoditelja iz *Zvezdanih staza*. Što više AI proizvodi uspješno pomažu u rješavanju problema u pokretu, to će se i putnici više pouzdati u njih. *JD Shadel*

Skip-gen putovanje

Kakav je trend? Skip-gen travel opisuje kada bake i djedovi odlaze na odmor s unucima, drugim riječima, "preskaču" generaciju. Postoji sve veći trend baka i djedova koji odvođe svoje unuke. Često na mjesta koja za njih imaju sentimentalno značenje.

Zašto će to biti važno u 2024.? Nekoliko putničkih agencija izradilo je itinerare kako bi posebno zadovoljile ovu potražnju u 2024. "Skip-gen safariji pojavljuju se kao mikro-trend iz Ujedinjenog Kraljevstva, odražavajući nišnu skupinu putnika koja je sada dobro uspostavljena na američkom tržištu luksuza. Baka i djed obično su u svojim 70-ima i još uvijek su dovoljno aktivni da u potpunosti prihvate potpuno vođenu safari avanturu. Original Travel je u međuvremenu ponovno lansirao svoju [kolekciju Bonding Holidays Collection](#), koja sadrži putovanja usmjerena na zajedničko otkrivanje nečeg novog, kao što je 14-dnevni itinerer obiteljskog stočarstva na američkom zapadu. Dio ovog rasta može se pripisati velikim obećanjima o zaključavanju koja se ostvaruju. Sada, usred krize troškova života u Ujedinjenom Kraljevstvu, roditelji također žele maksimalno iskoristiti vrijeme i podršku za brigu o djeci svojih tipično baby boomerskih, udobnije umirovljenih roditelja. Osim toga, globalni omjer živih baka i djedova prema unucima veći je nego ikad, zahvaljujući kombiniranom povećanju očekivanog životnog vijeka i padu broja djece po osobi. Čak se kaže da živimo u "dobu baka i djedova". Ne očekujte da će se ovaj trend – ili vaši bake i djedovi – uskoro usporiti. *Becky Lucas*

Putovanje vlakom postaje glamurozno

Kakav je trend? Rastuća svijest o klimi potaknula je oživljavanje putovanja željeznicom, niša vlakova doseže nove visine popularnosti, ekstravagancije i ambicije. Platforme za rezervaciju putovanja izvještavaju o sve većoj [potražnji za luksuznim putovanjima željeznicom](#), gdje je putovanje, da, odredište. Zapravo, nove željezničke linije s naprednim dizajnom sve više konkuriraju najboljim hotelima po kulinarskim iskustvima i zanimljivostima u ponudi.

Zašto će to biti važno u 2024.? Novi val željezničkih linija i itinerera koji se pokreće 2024. stavlja naglasak na dublje uranjanje u kulturu i krajolike odredišta koja su sve udaljenija od utabanih staza. Odgovarajući na sve veću potražnju za putovanjima luksuznim vlakom među svojom bazom korisnika, specijalizirana platforma Railbookers planira pokrenuti vjerojatno geografski najopsežniji i najskuplji itinerer luksuznog vlaka. S cijenama po osobi od 113.599 USD, 80-dnevno putovanje oko svijeta luksuznim vlakom prijeći će četiri kontinenta i 13 zemalja. Počevši od [kolovoza](#), sporo putovanje spojiti će postojeća luksuzna željeznička putovanja uključujući kanadski *Rocky Mountaineer* od Vancouvera do Jaspera i indijski *Maharajas Express* od Delhija do Mumbaija. U Aziji, East & Oriental Express koji je prethodno bio pauziran, počinje veliki povratak počevši od veljače, s vagonima koji su preuređeni i njegova legendarna ruta se vraća kroz krajolike Malezije. U međuvremenu, [Japan](#) je popularna destinacija za njegova [slikovita putovanja vlakom, kao što je ekskluzivni Train Suite Shiki-shima](#), koji je brzo zatvorio prijave za svoja

putovanja 2024. zbog potražnje. A u Europi će šest novih željezničkih linija započeti ili završiti u Rimu pod Accorovim kišobranom [La Dolce Vita](#), s apartmanima koje su dizajnirali starchytects Dimorestudio, nadovezujući se na kulturno nasljeđe poznatog [Orient Expressa](#). *JD Shadel*

14. Hoteli u vlasništvu ugostitelja

Kakav je trend? Restorani i hoteli dvije su okosnice ugostiteljske industrije. I naravno, to dvoje se često isprepliće na jednoj premisi. Sve donedavno, međutim, većinu hotela nisu pokrenuli ili bili u vlasništvu ugostitelja. Ipak, kako se putovanja usmjerena na hranu povećavaju, a ljudi žude za sljedećom vrućom rezervacijom i planiraju čitava putovanja oko otkrivanja kulture kroz njezinu hranu, ima smisla da ugostitelji dodaju hotelijera u svoje životopise – i osiguravaju da njihovi novi objekti imaju impresivnu ponudu hrane. Bilo bi nemarno ne spomenuti Nobu, koji je započeo kao [restoran](#) 1994., a 2013. lansirao svoj globalni [hotelski](#) brend, kao vjesnika trenda.

Zašto će to biti važno u 2024.? Kao što su dizajnerski brendovi (RH, West Elm) posljednjih godina otvarali hotele, sada su u akciju krenuli i ugostitelji. U SAD-u, ugostitelj i 12 puta nominiran za nagradu James Beard Sam Fox upravo je pokrenuo [Global Ambassador](#) u Phoenixu, Arizona, s pet restorana. Good Lion Hospitality iz Santa Barbare ponovno pokreće [Petit Soleil](#), [kalifornijski boutique hotel s vinskim selima](#), s novim barom i restoranom predviđenim za sljedeće proljeće. U regiji St Gallen u Švicarskoj dva su hotela nedavno dodana omiljenim restoranima: preuređeni [Mammertsberg](#) i [Gasthaus Traube](#). U Sloveniji je [AS Hotel](#) novo mjesto za prenoćište koje je pokrenuo Sebastjan Raspopović, sin chefa Svetozara Raspopovića-Pope renomiranog restorana [Gostilna AS](#) u Ljubljani. Osim restorana Raspopović-Pope, hotel ima i zalogajnicu Michelinove chefice Ane Roš. Konačno, [R48](#) i njegov hvaljeni Chef's Table otvorio je prošlog proljeća u Tel Avivu R2M Hospitality Group, koji također vodi restorane CoffeeBar i Herzl 16. *Devorah Lev-Tov*

Tiho putovanje

Kakav je trend? U doba pretjerane stimulacije, tišina bi mogla biti upravo ono što nam treba na našim putovanjima 2024. Nudeći priliku za vraćanje i ponovno postavljanje, tiho putovanje predstavlja pažljiviju vrstu putovanja, ono koje vam ne ostavlja potrebu za odmorom za oporavak vaš odmor. [Utočišta za tihu meditaciju](#) sve su popularniji wellness trend, ali tiha putovanja također obuhvaćaju osamljena odmarališta u prirodi, [utočišta za spavanje](#), [tihe hotele](#), [tihe pješačke ture](#), pa čak i [tiha diskoteka](#) i [koncertna](#) iskustva.

Zašto će to biti važno u 2024.? Zasićeni stresom i vremenom ispred ekrana, mnogi od nas traže načine za prekid veze. Trend [tihog hodanja](#) koji je nedavno zauzeo TikTok kao oluja odražava rastući impuls da pobjegnemo od buke naših života potaknutih tehnologijom i prigrlimo tišinu, s obećavajućim

implikacijama za dobrobit. Jedna [studija iz 2015.](#) sugerira da tišina može pomoći u stimuliranju razvoja mozga, dok je [druga](#) otkrila da dvije minute tišine tijekom ili nakon opuštajuće glazbe povećavaju umirujuće učinke glazbe. S obzirom da Global Wellness Institute predviđa [porast wellness turizma od 21 posto](#) u sljedeće dvije godine, što je bolje protiv kaosa naših stalnih života od tišine? Tiho putovanje također je dio kretanja prema održivijem turizmu. [Quiet Parks International](#), na primjer, nudi jedinstvena iskustva prirode u namjenskim tihim prostorima, smanjujući zagađenje bukom za okolne divlje životinje. Prilike za tiha putovanja obiluju u 2024. Avanturistički nastrojeniji tragači za tišinom mogu pješaćiti mirnom japanskom stazom [Kumano Kodo](#) ili istražiti finski arktički krajolik uz [Turu tišine i prirode](#). Za tiho iskustvo skrojeno po mjeri, [kamp Blink](#) tvrtke Black Tomato nudi luksuzni smještaj u najudaljenijim okruženjima na svijetu, dok program [Get Lost](#) obećava da će vam pomoći pronaći sebe ako se izgubite na udaljenoj lokaciji. *Tasha Kleeman*

Urbani vrtovi

Kakav je trend? Ne obazirite se na biofilne urede i one lončanice koje zaboravite zalijevati: cijeli gradovi postaju zeleni dok arhitekti i planeri stvaraju lisnate mikroklimu usred sivog betona kako bi nam pomogli u povezivanju zajednice i čak nas hrane.

Zašto će to biti važno u 2024.? Imati drveće i vrtove u našim gradovima prilično je dobra ideja. Kralj Nabukodonozor je sigurno tako mislio, zbog čega su njegovi Viseći vrtovi Babilona dospjeli na prvi [putokaz](#) u povijesti putovanja – [Sedam čuda antičkog svijeta](#) – još u 2. stoljeću pr. Kr. U današnje vrijeme sadnja drveća stvara prijeko potrebnu sjenu, skladišti ugljik i povećava biološku raznolikost, ali također čini naše gradske pejzaže mnogo ljepšim. Dok je Valencia, koja je rano usvojila urbano ozelenjivanje sa svojim 12 km dugim vrtom Turia 1986., zelena prijestolnica Europe 2024., Francuska je zauzeta sadnjom drveća kao da sutra ne postoji: idite u Pariz na Olimpijske igre 2024. i vidjet ćete nove šume koje rastu na Place du Colonel-Fabien, Place de Catalogne i u četvrti Charonne, dok projekt Grandeur Nature u Bordeauxu uključuje urbane rashladne otoke, mikrošume i kišne vrtove. O svemu tome će se nedvojbeno raspravljati na simpoziju ISHS Green Cities 2024, čiji je domaćin RHS Garden Wisley u Surreyju, Engleska, u rujnu. U međuvremenu, na Cipru – otoku koji je 2023. doživio temperature od 44°C – novi Salina Park otvara se na vrijeme za ljetnu hladovinu u primorskom gradu Larnaci. U Brazilu, Hortas Cariocas u Riju revolucionarno je postignuće koje će biti dovršeno do kraja 2024.: najveći urbani povrtnjak na svijetu, koji povezuje 56 društvenih [vrtova](#) diljem favela i škola. A u Londonu, Googleova zgrada u King's Crossu vrijedna 1 milijardu funti pokazat će što se može učiniti s jednom strukturom. Dizajnirao Thomas Heatherwick, "pejzaž" - visok samo 11 katova, ali duži od visine Sharda - nada se da će pružiti nacrt za buduće urbane projekte: duž krova se proteže vrt na više razina, s poljskim cvijećem, travnjacima i prostori za sjedenje s više od 55 000 biljaka i 250 stabala. Možeš li iskopati? *Rick Jordan*

Obilasci kuće

Kakav je trend? Ekološkiji hoteli koji nam daju pogled iza kulisa kako bi nam pokazali – a ne samo rekli – da su održivi. Ne mislimo na razgledavanje solarnih panela ili kompostiranja, već na dirljive iskustvene ture koje nam pomažu shvatiti zašto je važno podržati društveno-ekonomski napredak kroz turizam. U Južnoj Americi, Blue Apple Beach poziva posjetitelje da se izbliza i osobno upoznaju s društvenim radom koji obavlja u Kolumbiji putem svog fonda za utjecaj. Osnivačica Portia Hart željela je više od kompenzacije ugljika simboličnom gestom, gdje bi lokalno stanovništvo moglo odlučiti kako će se novac trošiti. U Africi gosti tvrtke Bushcamp pridonose inicijativama kroz Luangwa Conservation and Community Fund. Popularan izlet u Zambiji je posjećivanje bušotina koje su instalirane sredstvima za širenje. Svaka crpka daje svježu pitku vodu stotinama ljudi dnevno, a posjetitelji koji provode vrijeme s okupljenima dobivaju vrlo opipljiv uvid u to kako takve odredbe financirane gostoprimstvom mogu doslovno promijeniti živote u regijama koje su najviše pogođene zagrijavanjem planeta.

Zašto će to biti važno u 2024.? Transparentnost je u porastu kako Direktiva Europske unije o korporativnom izvješćivanju o održivosti stupa na snagu, a greenwashing se približava službenoj zabrani. Godina suše, poplava i toplinskih valova također nas podsjeća da moramo donositi bolje informirane odluke u planiranju putovanja – a tim bolje ako možemo dobiti i brzi tečaj znanosti i sociologije s pozitivnim utjecajem. Posebno su korisna iskustva koja nadilaze objašnjenje odgovornih praksi, ali pokazuju duboko poštovanje prema zajednicama na frontu s klimatskim promjenama i pomažu da se njihovi izazovi približe posjetiteljima. *Juliet Kinsman*

'Divlje' gozbe

Kakav je trend? Jeste li ikada primijetili kako je hrana uvijek ukusnija na otvorenom? Ali u današnjem modernom svijetu mnogi od nas više su navikli jesti sendvič buljeći u ekran. Gozba u divljini opisuje trend lijepo uređenih kulinarskih iskustava u prirodnim okruženjima s ugradnjom hiperlokalnih i hranjenih sastojaka. U Švedskoj, na primjer, možete se uključiti u mrežu restorana na otvorenom u stilu „uradi sam“ gdje rezervirate stol na slikovitom mjestu, tražite koprivu, lišće breze, brusnice i lisičarke, a zatim ih kuhate na otvorenoj vatri prema kartici s receptima koju je dao Michelinov kuhar.

Zašto će to biti važno u 2024.? Veći raspon mogućnosti za divlje gozbe pružit će građanima priliku da se pravilno povežu oko hrane. Prednjači Noah Ellis, osnivač britanskih Nomadic Dinersa. “Od pokretanja 2018., doživjeli smo složeni rast iz godine u godinu za našim iskustvima u gozbi i traženju hrane”, kaže. U 2024. bit će domaćin nove serije vatrogasnih gozbi, uključujući i jedan skup među zvončićima. Zeitgeist također uključuje TikTok zvijezdu Alexis Nikole Nelson (poznatu i kao Black Forager) koja će objaviti knjigu o divljoj hrani 2024. 2024. je posljednja godina u kojoj će se moći jesti u legendarnom [Kopenhagenu](#), restoran Noma usmjeren na traženje hrane prije nego što se pretvori u testnu kuhinju i zatvori za

javnost. Još jedan inovator je Holmen Lofoten's Kitchen On The Edge Of The World serijal u norveškom Arktičkom krugu, gdje gosti mogu sudjelovati u četiri večeri divljih gozbi koje kuhaju vrhunski kuhari. 2024. među njima će biti Lennox Hastie, José Pizarro i Heidi Bjerkan. Ingunn Rasmussen, vlasnik Holmen Lofotena. *Jenny Southan*

Putovanje bez plana

Kakav je trend? Reći ne beskonačnom skrolanju kako bismo isplanirali svaki centimetar putovanja i umjesto toga reći da spontanosti. Snaga ere Fomo putovanja koju je iznjedrio algoritam jenjava, a ta nekoć tajna mjesta koja su postala poznata na Insta postajala su umorna i neuspješna, a želja za planiranjem putovanja oko njih gubi zamah. Rastući protupokret je putovanje bez ikakvih planova.

Zašto će to biti važno u 2024.? Privlačnost bez planiranja ide korak dalje u 2024. Booking.com je nedavno izvijestio da 50 posto putnika iz Ujedinjenog Kraljevstva želi rezervirati putovanje iznenađenja u 2024., gdje je sve, čak i odredište, nepoznato do dolaska. A to je moguće učiniti putem turističkih tvrtki kao što je Black Tomato, čija usluga [Get Lost](#) nudi klijentima mogućnost jednostavnog odabira željenog okruženja – polarnog, džungle, pustinje, planine ili obale – i prepuste svom timu odluku o svemu ostalom. "Iako smo pokrenuli Get Lost prije nekoliko godina, nakon pandemije vidjeli smo primjetan i sve veći porast rezervacija i upita", kaže suosnivač Black Tomato Tom Marchant. [Journee](#) nudi sličan element iznenađenja, pri čemu putnici tek u zračnoj luci saznaju kamo idu. Usluga, koja uključuje puni itinerar i pristup timu putem Whatsapp, posebno je popularna među solo putnicama, dok je ukupna potražnja toliko porasla da je londonski [brend](#) nedavno pokrenuo putovanja u SAD. *Lauren Burvill*

2. PLAN PRIHODA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA JASTREBARSKOG ZA 2024. GODINU ISKAZANE SU KROZ KATEGORIJE:

Ovim prijedlogom programa rada i financijskog plana za 2024. planirana struktura prihoda po grupama definirana je na sljedeći način:

		PRIHODI	Plan za 2024. (u €)	udio %
1.		Izvorni prihodi	65.100,00 €	29,85%
	1.1.	Turistička pristojba	25.200,00 €	11,55%
	1.2.	Članarina	39.900,00 €	18,29%
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	90.000,00 €	41,27%
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	10.000,00 €	4,59%
4.		Prihodi iz EU fondova	25.000,00 €	11,46%
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	20.000,00 €	9,17%
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	3.000,00 €	1,38%
7.		Ostali prihodi	5.000,00 €	2,29%
SVEUKUPNO			218.100,00 €	100,00%

1. **PRIHODI: Turistička pristojba** formirani su na temelju dostupnih podataka o broju noćenja, dinamici plaćanja putem jedinstvenog sustava eVisitora, trenda na tržištima s očekivanim postotcima povećanja boravišne pristojbe, očekivanom broju novih kreveta kod malih iznajmljivača i ostalim dostupnim parametrima. Planirani iznos pristojbe za 2024. definiran je na razini procjene ostvarenja za 2023. Sukladno obvezama uplate obveznika, turistička zajednica ostvaruje svoj prihod. O naplati i preraspodjeli sredstava uplaćenih na temelju obveze za turističku pristojbu brine Porezna uprava.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

25.200,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

tijekom 2024. godine

2. **PRIHODI: Turistička članarina** planirani iznos članarine za 2024. definiran je na razini procjene ostvarenja za 2023. TZG Jastrebarsko i dalje će kroz sve kanale komunikacije privatne iznajmljivače i obveznike turističke članarine obavještavati o načinu, rokovima i obvezi plaćanja turističke članarine. Iz godine u godinu bilježe se bolji rezultati, dok za 2023. godinu manji prihodi od članarine zbog zabrane radom nedjelje i novog Zakona o turističkoj članarini gdje su po svim djelatnostima obveze umanjene za 12%. Iste će se aktivnosti provoditi i u 2024. godini. S obzirom na prihod od turističke članarine u 2023. godini planirani iznos je povećan. Temeljem zaduženja pojedinih

Obveznika uplate, a na temelju Zakona o turističkim članarinama, Porezna uprava brine o naplati i raspodjeljuje sredstva pojedinim korisnicima. Uplatu sredstava moguće je pratiti kroz sustav eVisitor.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

39.900,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

tijekom 2024. godine

3. **PRIHODI: Prihodi iz proračuna grada/županije ili državnog proračuna** temeljem Mjera za razvoj turizma donesenih u Proračunu Grada Jastrebarskog, turistička zajednica u cilju sufinanciranja troškova turističkih manifestacija i rada turističko – informativnog centra prima sredstva. Grad Jastrebarsko i Turistička zajednica zajednički sudjeluju u postavljanju nove i obnovi postojeće turističke infrastrukture i drugih aktivnosti. Turistička zajednica grada Jastrebarskog svake godine prijavljuje manifestacije na natječaj Zagrebačke županije za sufinanciranje turističkih manifestacija, te očekuje se prihod za prijavljene manifestacije.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog, Grad Jastrebarsko, Zagrebačka županija

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

90.000,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

tijekom 2024. godine

4. **PRIHODI: Prihod od sustava turističkih zajednica** od strane Hrvatske turističke zajednice očekujemo prihod iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent, te nastavno od strane Turističke zajednice Zagrebačke županije u cilju razvijanja daljnjih projekata i same destinacije. Sredstva iz Fonda za udružene turističke zajednice koje dodjeljuje HTZ u skladu s Pravilnikom i Javnim pozivom.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

10.000,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

tijekom 2024. godine

5. **PRIHODI: Prihod iz EU fondova** Turistička zajednica grada Jastrebarskog u suradnji s Gradom Jastrebarskom u srpnju 2023. godine prijavila je novi Programu suradnje Interreg V A Bosna i hercegovina – Hrvatska. Turistička zajednica planirana u 2024. godini aktivno pratiti natječaje i u suradnji s konzultantima i odjelom Grada Jastrebarskog za EU projekte ponovno osigurati sredstva za nove projekte koji će pridonijeti razvoju turizma.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Grad Jastrebarsko, Turistička zajednica grada Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

25.000,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

tijekom 2024. godine

6. **PRIHODI: Prihod od gospodarske djelatnosti** Turistička zajednica grada Jastrebarskog ostvaruje prihode od gospodarske djelatnosti od manifestacije Winter garden u obliku održavanja škola klizanja, hokeja za sve uzraste kako i naplate ulaznica i najama klizačke opreme, kao i od ostalih manifestacija.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

20.000,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

tijekom 2024. godine

7. **PRIHODI: Preneseni prihod prethodne godine** ovisno o procjeni turističkog rezultata, iskazuje se prihod za naredno razdoblje koje će se utrošiti na funkcioniranje aktivnosti iskazane u ovom planu. Odnosi se na sredstva na računu, dok se dio imovine računovodstveno također prenosi u 2024. godinu, do otpisa amortizacije.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

3.000,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

tijekom 2024. godine

8. **PRIHODI: Ostali prihodi** pod ostalim prihodima se vode prihodi od kamata koji ostaju u razini 2023. te ostale nespomenute prihode. Turistička zajednica grada Jastrebarsko očekuje sponzorstva kako u financijskim potporama tako i materijalnim.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

5.000,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

tijekom 2024. godine

3. PROCJENA PLANA RASHODA TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA JASTREBARSKOG ZA 2024. GODINU ISKAZANE SU KROZ KATEGORIJE:

Ovim prijedlogom Programa rada i Financijskog plana za 2024. planirana struktura rashoda po grupama definirana je na sljedeći način:

		AKTIVNOSTI	Plan za 2024. (u €)	udio %
1.		ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	11.000,00 €	5,04%
	1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	10.000,00 €	4,59%
	1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	500,00 €	0,23%
	1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	500,00 €	0,23%
2.		RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	105.500,00 €	48,37%
	2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	10.000,00 €	4,59%
	2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	700,00 €	0,32%
	2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	90.000,00 €	41,27%
		Winter garden	60.000,00 €	27,51%
		Festival Pjenušaca & Jagoda	10.000,00 €	4,59%
		Žumberak trail	3.000,00 €	1,38%
		Dani vina	10.000,00 €	4,59%
		Ostale manifestacije	7.000,00 €	3,21%
	2.4.	Turistička infrastruktura	800,00 €	0,37%
	2.5.	Podrška turističkoj industriji	4.000,00 €	1,83%
3.		KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	36.400,00 €	16,69%
	3.1.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	200,00 €	0,09%
	3.2.	Suradnja s organizatorima putovanja	500,00 €	0,23%
	3.3.	Kreiranje promotivnog materijala	7.700,00 €	3,53%
		Tiskani materijali	7.000,00 €	3,21%
		Suveniri i ostali promo materijali	700,00 €	0,32%
	3.4.	Internetske stranice	1.000,00 €	0,46%
		Održavanje sadržaja na internet stranici	800,00 €	0,37%
	3.5.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	6.000,00 €	2,75%
		Organizacija i provedba nagradnog foto natječaja	- €	0,00%
	3.6.	Turističko-informativne aktivnosti	21.000,00 €	9,63%
		Postavljanje i održavanje turističke signalizacije	20.000,00 €	9,17%
4.		DESTINACIJSKI MENADŽMENT	11.525,00 €	5,28%
	4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	1.200,00 €	0,55%
	4.2.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	8.325,00 €	3,82%
	4.3.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	2.000,00 €	0,92%
5.		ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	- €	0,00%
	5.1.	Međunarodne strukovne i sl. organizacije	- €	0,00%

	5.2.	Domaće strukovne i sl. organizacije	- €	0,00%
6.		ADMINISTRATIVNI POSLOVI	33.825,00 €	15,51%
	6.1.	Plaće	26.000,00 €	11,92%
	6.2.	Materijalni troškovi	7.000,00 €	3,21%
	6.3.	Tijela turističke zajednice	825,00 €	0,38%
7.		REZERVA	4.000,00 €	1,83%
8.		POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	- €	0,00%
		SVEUKUPNO 1	202.250,00 €	100,00%
9.		FONDOVI - posebne namjene	15.850,00 €	7,27%
		Fond za turističke zajednice na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu	15.850,00 €	7,27%
		Fond za projekte udruženih turističkih zajednica		
		SVEUKUPNO 2	15.850,00 €	7,27%
TOTAL		SVEUKUPNO 1+ SVEUKUPNO 2	218.100,00 €	100,00%

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

AKTIVNOST:

Turistička zajednica posjeduje Strategiju razvoja turizma za Jastrebarsko u razdoblju za 2019. do 2024. godine. Turistička zajednica prema strategiji planira, razvija i unaprjeđuje turističke proizvode prema akcijskim planovima. Sudjelovali smo u donošenju strateških gradskih dokumenata, a sudjelovati ćemo i u budućnosti s ostalim razinama i donositeljima dokumenata i drugih planskih podloga za razvoj turizma. U 2024. godini opći plan je rebranding turističke zajednice, kao i postavljanje nove službene internetske stranice turističke zajednice. Kako bi se postigli najbolji mogući rezultati u komunikaciji brenda, preporučuje se izrada priručnika o brendu Plešivička vinska regija. Ovaj priručnik o brendu trebao bi korisnicima pružiti korisne smjernice (javne i osobne) o nekoliko tema vezanih uz brendiranje, uključujući:

- korporativni dizajn (logotip, boje, fontovi itd.)
- kako koristiti i gdje plasirati logotip i kako integrirati dodatne logotipe
- koje slike prvenstveno koristiti za komunikaciju marke u idealnom slučaju, profesionalna agencija za marketing ili brendiranje bit će imenovana za pripremu priručnika o brendu.

CILJ AKTIVNOSTI:

Aktivan rad prema Strategiji razvoja turizma za Jastrebarsko te sudjelovanje u izradi i donošenju dokumenta na svim razinama. Izrada operativnog dokumenta za vizualni rebranding kao i izrada knjige standarda. Strategija će odrediti smjer svih aktivnosti koje su redovite s dodavanjem visoko vrijednih vrijednosti događanja i ostalih doživljaja destinacije.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Grad Jastrebarsko, Turistička zajednica grada Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

10.000,00€

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

tijekom 2024. godine

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

AKTIVNOST:

U cilju prikupljanja informacija o raznim pokazateljima, a sukladno potrebi i obavezi zaposlenik Ureda obavljati će potrebite radnje istraživanja tržišta, ankete i ostala tržišna istraživanja. U skladu s postavljenom strategijom razvoja turizma za 2019.-2024. podrazumijeva se angažman stručnjaka pri pomoći i koordinaciji navedenih aktivnosti.

CILJ AKTIVNOSTI:

Aktivno prikupljanje podataka za daljnje istraživanje te prema analizama kreirati će daljnje korake u razvoju turističkih proizvoda. Velika aktivnost bit će usmjerena na aktivno traženje natječaja za EU projekte te njihove pripreme tražene dokumentacije i apliciranje na iste.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI

500,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

tijekom 2023. godine

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

AKTIVNOST:

U koordinaciji s regionalnom turističkom zajednicom, pokušati ćemo uspostaviti djelotvorni mehanizam mjerenja i praćenja promotivnih aktivnosti, kao i sudjelovati u raznim anketama kojima se provodi ispitivanje javnog mijenja.

CILJ AKTIVNOSTI:

Sustavno upravljanje i nadzor te provedbe aktivnosti rebrandinga u cilju pravilnog interpretiranja dobivenih rezultata u cilju sveobuhvatne analize doživljaja destinacije. Sudjelovanje na udruženom oglašavanju s Turističkom zajednicom Zagrebačke županije.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog, Turistička zajednica Zagrebačke županije

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

500,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

tijekom 2024. godine

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

AKTIVNOSTI – Selekcija ključnih atributa i formiranje turističkih proizvoda

Identifikacija i vrednovanje svih resursa, posebice ključnih atributa i ciljnih skupina. Namjera jest strukturiranje turističkih proizvoda kroz selektivne oblike turizma – cikloturizam i eno turizam.

Nakon detekcije pojedinih elemenata, pristupiti će se daljnjoj promidžbi putem internet stranice i društvenih mreža. Selekcija i razvoj atributa destinacije kroz selektivne oblike turizma vinske ceste uz inovativni pristup marketinškim aktivnosti koje će pridonijeti prepoznatljivosti regije uz neizostavno povećanje prihoda.

CILJ AKTIVNOSTI:

Stvaranje sveobuhvatnog popisa i baze svih resursa koji se koriste u strukturiranju turističkih proizvoda i njihovom plasmanu na tržište, u cilju uspostave cjelogodišnje ponude destinacije.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

70.000,00 kn / 9.290,60 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

Tijekom 2024. godine

AKTIVNOSTI – cesta pjenušaca

Kroz glavnu aktivnost, a to je identifikacija destinacijskog proizvoda učinjena je prošle godine, plan je u 2024. godini, dodati dodatni i novi razvoj Plešivičke vinske ceste kroz selektivnu podvrstu Plešivice, a to imenovanje i predstavljanje javnosti prve ceste pjenušaca u RH. Od rujna 2023. planira se intenziviranje aktivnosti kroz postavljanje signalizacije i ostalih marketinških elemenata čiji su prihodi odnosno troškovi predstavljanje u Fondovima posebnih namjena.

CILJ AKTIVNOSTI:

Unaprjeđenje sveobuhvatnog baze svih resursa koji se koriste u strukturiranju turističkih proizvoda i njihovom plasmanu na tržište, u cilju uspostave cjelogodišnje ponude destinacije.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog, Turistička zajednica Zagrebačke županije, Hrvatska turistička zajednica

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

15.825,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

Tijekom 2024. godine

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

AKTIVNOST – sudjelovanje u radu s predstavnicima turističke ponude

U suradnji s ugostiteljima, smještajnim objektima, turističkim agencijama i ostalim dionicima u turizmu ponude planiramo aktivno komunicirati kako bi složili i unaprijedili određene turističke proizvode kao motivaciju novog dolaska u Jastrebarsko.

CILJ AKTIVNOSTI:

Podizanje kvalitete turističkog proizvoda u cilju formiranja atraktivnog turističkog proizvoda, a u cilju dopune sadržaja posjetiteljima, kao i poticanje aktivne suradnje između dionika u turizmu.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog, razni predstavnici pojedine turističke ponude

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

€

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

Tijekom 2024. godine

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

AKTIVNOST – Winter garden

Planirana aktivnost unapređenja postojeće manifestacije Winter garden u 2024 godini održati će se u punom planu. U manifestaciju će se uključiti razni dionici kako bi ista postala novi turistički proizvod i inkubator novih turističkih doživljaja. Troškovi organizacije i provedbe predmetne aktivnosti uključuju:

- dizajn logotipa i aktivnost putem internet stranice i društvenih kanala
- postavljanje vanjskih elemenata, kupnja i izrada materijala
- organiziranje škole klizanja za različite uzraste
- organiziranje ostalih manifestacija
- angažman radnika na blagajni, školi klizanja
- najam pozornice, razglasa, rasvjete, šatora
- aktivnosti potrebne za uređenje Grada (materijal, stručni suradnici)
- ostale aktivnosti neophodne za provedbu manifestacije

CILJ AKTIVNOSTI:

Kroz aktivnosti planirana su uključivanja ostalih dionika u cilju promocije i stvaranja novih turističkih proizvoda te stvoriti novi motiv dolaska u destinaciju.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Grad Jastrebarsko, Ceste Jastrebarsko, Društvo naša djeca, dionici vezani za turizam, Turistička zajednica grada Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

60.000,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

prosinac 2023.godine

AKTIVNOST – Festival Pjenušaca & Jagoda

Nakon uspješne manifestacije Festivala Pjenušaca & Jagoda planirana aktivnost povećanje vrijednosti manifestacije obzirom na njezinu popularnost i uspješnost. Postojeći termin planiran je konac svibnja 2024. godine. U manifestaciju će se uključiti razni dionici kako bi ista postala novi turistički proizvod i inkubator novih turističkih doživljaja.

U troškove organizacije i provedbe uključuju se:

- organiziranje press za medije
- dizajn logotipa i aktivnost putem internet stranice i društvenih kanala
- Izrada promo materijala
- aktivnosti podrške turističkoj industriji: vinari
- ostale aktivnosti neophodne za provedbu manifestacije

CILJ AKTIVNOSTI:

Osigurati kontinuitet održavanja ove manifestacije uz uvođenje novih aktivnosti kroz provedbu aktivnosti na društvenim mrežama i internet stranici.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Grad Jastrebarsko, Turistička zajednica grada Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

10.000,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

svibanj 2024.godine

AKTIVNOST – Žumberak trail

Manifestacija Žumberak trail donosi unaprjeđenje turističke ponude Jastrebarskog. Upravo ova manifestacija spaja aktivan turizam u vidu brige o zdravlju i upoznavanja neotkrivenih prirodnih dijelova područja održavanja utrke. Manifestaciju će turistička zajednica financijski i organizacijski poduprijeti, kao što će osigurati i efikasnu vidljivost promidžbe manifestacije. U manifestaciju će se uključiti razni dionici kako bi ista postala novi turistički proizvod i inkubator novih turističkih doživljaja. Turistička zajednica kontinuirano prati rast manifestaciju u koju ulaže značajna materijalna i nematerijalna sredstva, u 2022. godini projekt je prepoznala krovna turistička zajednica kao i regionalna gdje se nadamo da će i u 2023. godini biti ostvarena jednaka potpora za razvoj same manifestacije.

U troškove organizacije i provedbe uključuju se:

- osmišljavanje dodatnih sadržaja utrke
- organizacijska pomoć u realizaciji manifestacije
- ostale aktivnosti neophodne za provedbu manifestacije

CILJ AKTIVNOSTI:

Osigurati kontinuitet održavanja ove manifestacije uz uvođenje novih aktivnosti kroz provedbu aktivnosti na društvenim mrežama i internet stranici.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Društvo za sport i rekreaciju Jastreb Extreme, Grad Jastrebarsko, Sportska zajednica grada Jastrebarskog, Turistička zajednica Zagrebačke županije, Turistička zajednica grada Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

3.000,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

srpanj 2024.godine

AKTIVNOST – Dani vina

Najveće i najpoznatije događanje prikazuje najveći simbol, atribut destinacije. Viđenje ovogodišnje manifestacije je spajanje ispijanje kultura s urbanom scenom kroz moderne načine interpretacije kulture materijalne baštine našeg grada. Planirano održavanje manifestacije je konac rujna s lokacijom perivoja dvorca Erdody. Upravo ova manifestacija spaja edukaciju, zabavu i bogatstvo kulture. Manifestaciju će turistička zajednica financijski i organizacijski poduprijeti, kao što će osigurati i efikasnu vidljivost promidžbe manifestacije. U manifestaciju će se uključiti razni dionici kako bi ista postala novi turistički proizvod i inkubator novih turističkih doživljaja. Nakon uspješno predstavljenog novog koncepta Dana vina 2023. nastavlja se interzivna priprema u suradnji s Gradom Jastrebarsko za Dane vina 2024.

U troškove organizacije i provedbe uključuju se:

- brendiranje manifestacije
- komunikaciju i promociju
- organiziranje edukacija i koncerata
- osmišljavanje dodatnih sadržaja
- ostale aktivnosti neophodne za provedbu manifestacije

CILJ AKTIVNOSTI:

Osigurati kontinuitet održavanja ove manifestacije uz uvođenje novih aktivnosti.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Grad Jastrebarsko, Turistička zajednica Zagrebačke županije, Turistička zajednica grada Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

10.000,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

Rujan 2024. godine

AKTIVNOST – Ostale manifestacije

U suradnji s gradskim ustanovama, udrugama i ostalim organizacijama, Gradom Jastrebarskom, zadnjih nekoliko godina sudjelujemo u organizaciji i suorganizaciji događanja koje su značajne za turističku ponudu. Nakon završetka pandemije bilježimo veliki interes posjetitelja za sudjelovanjem na događanjima, kao i veliki interes javnosti i medija. 2023. poduprijeti ćemo navedene manifestacije navedenim aktivnostima:

- ŽIS festival
- Cvjetna Jaska i obrtnički sajam
- Bubbles Run
- WRC Rally Croatia
- Jaskanski polumaraton
- Orijentacijska natjecanja u trčanju
- Organizacija 4 kina na otvorenom
- Biciklijada jaskansko srce
- Martinje
- Vincekovo
- Diplomatska berba
- ostale manifestacije
 - putem internet stranice i društvenih kanala
 - ostale aktivnosti neophodne za provedbu manifestacije u dogovoru s glavnim organizatorima

CILJ AKTIVNOSTI:

Nastaviti kontinuirano unaprjeđivati prepoznatljiv turistički proizvod i stvarati dodatni motiv dolaska u destinaciju, kao i produženje sezone tj. cjelogodišnje aktivnosti za posjetitelje.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

gradske ustanove, udruge i ostale organizacije ,Grad Jastrebarsko, Turistička zajednica grada
Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

7.000,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

Tijekom 2024. godine

2.4. Turistička infrastruktura

AKTIVNOST –

Ideja je pripremiti i aktivirati ostala mjesta u Jastrebarskom koje su po svojoj turističkoj osnovi zadovoljeni uvjeti za boravak, u proljeće 2024. godine postaviti će se zanimljiva i inovativna mjesta za odmor posjetitelja i stanovnika na 5 lokacija na području Jastrebarskog koja su najfrekvijentija s posjetiteljima.

CILJ AKTIVNOSTI:

Povećanje konkurentnosti i podizanje kvalitete turističke destinacije.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog i Grad Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

800,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

Proljeće 2024. godine

2.5. Podrška turističkoj industriji

AKTIVNOST – Podrška subjektima u svrhu razvoja programa

Turistička zajednica Grada Jastrebarskog planira kao i dosad, nastaviti komunicirati i biti podrška subjektima u svrhu razvoja programa povezanih neposredno s turističkim proizvodima. Osim toga, Turistička zajednica s ostalim turističkim agencijama želi stvoriti organizirane dolaske na Plešivičku cestu tijekom cijele godine sukladno temi, godišnjim dobima i aktivnostima u vinogradima i podrumima.

CILJ AKTIVNOSTI:

Povećanje konkurentnosti i podizanje kvalitete turističkog proizvoda.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog i turističke agencije

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

4.000,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

Tijekom 2024. godine

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

AKTIVNOST: Sajmovi

Sudjelovanje na sajmovima i poslovnim radionicama i prezentacijama u suradnji i dogovoru s Turističkom zajednicom Zagrebačke županije.

CILJ AKTIVNOSTI:

Promocija turističkih proizvoda za Jastrebarsko, a u cilju povećanja atraktivnosti sadržaja i motivacije dolaska novih posjetitelja.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog, Turistička zajednica Zagrebačke županije

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

200,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

tijekom 2024.godine

3.2. Suradnja s organizatorima putovanja

AKTIVNOST:

Sukladno uputama i koordinaciji od strane Hrvatske turističke zajednice i Turističke zajednice grada Jastrebarskog nastaviti ćemo pružati podršku u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata. Organizacija studijskog putovanja na temu cikloturizma (aplikacija Jaska bike, e-bike, električne garaže).

Navedeni troškovi se predviđaju za troškove reprezentacije te poklona i suvenira za novinare.

CILJ AKTIVNOSTI:

Promocija destinacije i turističkih proizvoda.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog, Turistička zajednica Zagrebačke županije, Hrvatska turistička zajednica

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

200,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

Tijekom 2024. godine

3.3. Kreiranje promotivnog materijala

AKTIVNOST – dotisak postojećih materijala

U cilju informiranja posjetitelja, izrađujemo i distribuiramo promotivni materijal. Dio je distribuiran u turističke objekte, dok cjelokupni turistički materijali nalazi u Turističko -informativnim centru kao i na službenim internetskim stranicama. U 2024. godini sukladno procesu rebrandinga, odnosno brandinga dotisnuti će se materijali popu brošure o pjenušcima i materijalima koji su neophodni za pružanje pravovremenih i isitnih informacija posjetiteljima.

Također, Turistička zajednica grada Jastrebarskog svakodnevno brine o stvaranju, održavanju i kreiranju sadržaja na mrežnim stranicama i društvenim mrežama koje obavljaju zaposlenici.

CILJ AKTIVNOSTI:

Kontinuirana informiranost posjetitelja u destinaciji i na ključnim polazištima posjetitelja u destinaciji.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog, Turistička zajednica Zagrebačke županije

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

7.000,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI

Tijekom 2024.godine

3.4. Internetske stranice

AKTIVNOST –unaprjeđenje i održavanje sadržaja

Zaposlenik ureda svakodnevno upravlja sadržajem na internetskim stranicama te brine o kvalitetnoj ponudi sadržaja te sustavno održava svakodnevnu komunikaciju s posjetiteljima.

U nastavku podizanja kvalitete ponude dostupne na internetskim stranicama, u 2024. planiramo troškove domena dviju internatskih stranica i uživo prijenosa kamera s tri lokacije u destinaciji kao i redizajn internetske stranice. Sadašnja turistička web stranica Jastrebarskog (www.tzgj.hr) trebala bi biti kompletno redizajnirana ili - što je vrlo preporučljivo - u cijelosti ponovno napravljena. S obzirom da je Plešivica već poznati brend, čak i izvan Hrvatske, preporučujemo da se navedena destinacija i turistička web stranica nazove „Plešivička vinska regija “. Dizajn internetske stranice će se temeljiti na branding u koji se planira kreirati početkom 2024. U 2023. godini je planirana aktivnost, no zbog nedostataka sredstava, aktivnost se prebacuje u 2024. godini, a čija će se realizacija ostvariti zasigurno. Već početkom siječnja 2024. godine intenzivno će se obavljati pred radnje za konačni produkt.

CILJ AKTIVNOSTI:

Kontinuirano podizanje kvalitete upravljanjem sadržaja.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Grad Jastrebarskog, Turistička zajednica grada Jastrebarskog i ostali relativni dionici

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

1.000,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

Tijekom 2024. godine

3.5. Kreiranje i upravljanje bazama podataka

AKTIVNOST

Aktivno praćenje dostupnih informacija o trenutnoj ponudi i informacijama o potražnji te sustavno vođenje istih informacija svakodnevna je obaveza zaposlenika Turističke zajednice grada Jastrebarskog. Također, prema traženju i potrebi, isti podaci sortiraju se i šalju u Turističku zajednicu Zagrebačke županije i Hrvatsku turističku zajednicu. Nakon uspješne suradnje iz 2022. godine, nastavlja se godišnji ugovor s poznatim portalom Putni kofer, cjelogodišnja promotivna kampanja na teme: aktivan odmor i hedonizam, povijesna tura i tura kulTura, atrakcije Jastrebarskog, ljeta u Jastrebarskom, vinska cesta, kuće za odmor, planinarske staze te reportaže s manifestacija.

CILJ AKTIVNOSTI: Sustavno poboljšanje informiranosti o turističkoj ponudi grada Jastrebarskog.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog, Turistička zajednica Zagrebačke županije

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

6.000,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

Tijekom 2024 .godine

3.6. Turističko-informativne aktivnosti

AKTIVNOST – Funkcioniranje turističko informativnog centra

Turistička zajednica će i u 2024. brinuti o funkcioniranju Turističko informativnog centra čiji je zadatak brinuti o pravodobnom i kontinuiranom informiranju posjetitelja. Kroz svoje aktivnosti podiže razinu dostupnosti posjetiteljem kao i mogućnost informiranja svaki dan, ne samo u turističko-informativnom centru već i putem telefona, društvenih mreža i e-maila.

Aktivnost uključuje 50% materijalnih troškova Turističke zajednice grada Jastrebarskog.

CILJ AKTIVNOSTI:

svakodnevna podrška posjetiteljima i svim zainteresiranim stranama.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog, Grad Jastrebarsko

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

1.000,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

Tijekom 2024.godine

AKTIVNOST – Postava i održavanje turističke signalizacije

Turistička zajednica je planirala u 2023. nadopunu turističke signalizacije po temama smještaja i turističkih atrakcija na području cijele destinacije u suradnji s Gradom Jastrebarskom. U 2021. godini pripremljen je prometni elaborat za nadopunu smeđe signalizacije i signalizacije za novootvorene smještaje objekte. No zbog nedostataka financijskih sredstava, sredstava za ovu aktivnost osigurane su u gradskom proračun za 2024. godinu zbog prepoznavanja važnosti same signalizacije i nedostatka sredstava lokalne turističke zajednice.

CILJ AKTIVNOSTI:

Kontinuirano ulaganje u turističku signalizaciju u cilju kvalitetne prezentacije informacija na terenu koje uključuje i olakšano snalaženje.

NOSITELJ AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog, Grad Jastrebarsko

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

20.000,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

Tijekom 2024.godine

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turističko informacijski sustavi i aplikacije / E visitor

AKTIVNOST:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog aktivno će u suradnji s Turističkom zajednicom Zagrebačke županije, kao i Hrvatskom turističkom zajednicom nastaviti razvijati i upravljati sustavom eVisitor kao i

ostalim informacijskim sustavima i sustavima poslovne inteligencije temeljene na informatičkim tehnologijama. Navedene aktivnosti obavljati će zaposlenik Turističke zajednice grada Jastrebarskog. Turistička zajednica Grada Jastrebarskog krajem ljeta osigurala je svim iznajmljivačima s jaskanskog područja besplatnu aplikaciju za odjavu i prijavu gostiju – mVisitor. TZ Jastrebarskog je bila prva koja je ugovorila ovu aktivnost u županiji, a nakon je aktivnost osigurala samoborska i svetonedeljska zajednica. Navedeni iznos je predviđen za korištenje i licencu kao i tehničku podršku.

CILJ AKTIVNOSTI:

Aktivno korištenje i unaprjeđivanje informacijskim sustavima, efikasno poslovanje glavnih dionika turizma u Jastrebarskom.

NOSITELJI AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog, Turistička zajednica Zagrebačke županije, Hrvatska turistička zajednica

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

1.200,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

Tijekom 2024. godine

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

AKTIVNOST:

Sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije u cilju formiranja programa shodno interesu od strane javnog i privatnog sektora. TZGJ u 2023. godini je započela s integralnom upravljanja kvalitetom u destinaciji, rezultati će biti sastavni dio izvješća o izvršavanju programa rada za 2023. godinu. Ista suradnja planira se nastavljati u 2024. godini kao tek prva godina u kojoj će upravljanje kvalitetom iznjedriti prve rezultate projekta.

CILJ AKTIVNOSTI:

Praćenje turističkih trendova, stjecanja novih znanja, poboljšanje kvalitete usluge i stvaranje prilika za nova poslovanja što rezultira povećanjem prihoda i kvalitete usluge.

NOSITELJI AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog, Turistička zajednica Zagrebačke županije,

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

8.250,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

Tijekom 2024. godine

4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

AKTIVNOST - Uređenje mjesta

Turistička zajednica godinama s gradskim ustanovama brine o uređenju destinacije kroz razne aktivnosti postavljanja prigodnih atrakcija tokom manifestacija i blagdana i uređenja izloga. Ceste Jastrebarsko ulažu napore u čistoću i uređenje same destinacije, planira se kroz gradski proračun dodatni radovi u vidu uređenja destinacije tijekom manifestacija. Nadalje dan je prijedlog Gradu Jastrebarsko da osigura sredstava za uređenje naselja u narednom razdoblju tijekom božićnih blagdana čiji će korisnici biti mjesni odbori, uz prethodno komunikaciju i planiranje s istima.

Također Grad Jastrebarsko trenutno je u projektu obnove dvorca Erdody čija se obnova planira do kraja godine 2023., a završetak obnove dvorca osigurat će novu kulturu atrakciju, postavljanje dvorca kao turističke infrastrukture što bi od 2024. do 2025. rezultiralo novim mogućim prihodima turističke zajednice. U razdoblju od četiri godina završit će projekt revitalizacije željezničke pruge te će Jastrebarsko među prvim dionicima u projektu dobiti novi željeznički kolodvor čiji je kraj previđen do kraja slijedeće godine.

CILJ AKTIVNOSTI:

Podizati svijest na očuvanje i uređenje grada lokalnog stanovništva.

NOSITELJI AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Grad Jastrebarsko, Ceste Jastrebarsko, Turistička zajednica grada Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

2.000,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI

Tijekom 2024. godine

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

5.1. Međunarodne i sl. Organizacije

Turistička zajednica grada Jastrebarskoga ne sudjeluje u Međunarodnim i sl. organizacijama.

5.2. Domaće strukovne i sl. Organizacije

Turistička zajednica grada Jastrebarskoga ne sudjeluje u Domaćim strukovnim i sl. organizacijama.

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

4.1. Plaće

AKTIVNOST – plaće

Temeljem Zakona o turističkim zajednicama i promociju hrvatskog turizma radnike se plaća za njihov obavljen i izvršen rad. Pod stavkom plaće spada trošak bruto plaće, regres, uskrsnice, božićnice, poslovnih rezultata i ostalih naknada prema Pravilniku o unutarnjem ustrojstvu, sistematizacija radnih mjesta, radu i naknadama zaposlenih u Turističkom uredu TZGJ-a. Dana 1. siječnja 2022. godine na snagu stupa odredba članka 22. stavka 2. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (Narodne novine, broj 52/9. i 42/20.) Stupanjem na snagu ove odredbe ispunjenu su uvjeti za raspisivanje natječaja za izbor direktora turističkih zajednica. Izborom direktora turističkih zajednica prestaje mandat za obnašanje dužnosti direktora koje su tu dužnost obnašale do izbora direktora turističkih zajednica u skladu s člankom 75. prijelaznih odredba Zakona. Turističke zajednice koje nemaju odnosno do sada nisu imale direktora turističkog ureda, dužnost direktora do izbora direktora obnaša predsjednik turističke zajednice, a najduže 6 mjeseci, u skladu s odredbom članka 22. stavka 5. Zakona, koja stupa na snagu 1. siječnja 2022. godine. Slijedom navedenog, turističke zajednice trebaju u razdoblju od 1. siječnja do 30. lipnja 2022. godine donijeti odluku o raspisivanju javnog natječaja, provesti postupak natječaja, donijeti odluku o izboru i imenovati direktora turističke zajednice, zaključiti ugovor o radu na određeno vrijeme od 4 godine i podnijeti zahtjev za upis direktora u Upisnik turističkih zajednice.

CILJ AKTIVNOSTI: Održavanje kvalitete i unapređenje radnika ureda turističke zajednice.

NOSITELJI AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Grad Jastrebarsko, Turistička zajednica grada Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

26.000,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

Tijekom 2024. godine

4.2. Materijalni troškovi

AKTIVNOST- materijalni troškovi

Materijalni troškovi podrazumijevaju troškove za funkcioniranje ureda kao što su: troškovi režija, troškovi telefona i interneta, troškovi službenog mobitela, troškovi poštarine, troškovi računovodstava, troškovi printanja, putni troškovi, troškovi odvjetnika i slično.

CILJ AKTIVNOSTI: Održavanje kvalitete i funkcionalnosti ureda turističke zajednice.

NOSITELJI AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Grad Jastrebarsko, Turistička zajednica grada Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

7.000,00€

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

Tijekom 2024. godine

4.3. Tijela turističke zajednice

AKTIVNOST- tijela turističke zajednice

Ova stavka nije namjena za naknade članove tijela turističkih zajednica već za trošak organiziranja sjednica tijela.

CILJ AKTIVNOSTI: Održavanje kvalitete i funkcionalnosti tijela turističke zajednice.

NOSITELJI AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

825,00€

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

Tijekom 2024. godine

7. REZERVA

AKTIVNOST- rezerva

Rezerva do 5 % za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti (Odlukom Turističkog vijeća moguća je alokacija sredstava rezerve na ostale pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivnosti).

CILJ AKTIVNOSTI: Održavanje likvidnosti.

NOSITELJI AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

4.000,00 €

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

Tijekom 2024. godine

8. POKRIVANJA MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE

AKTIVNOST-

Ovisno o procjeni financijskog rezultata poslovanja u tekućoj godini, ukoliko se ostvari manjak prihoda, potrebno je od planiranih redovnih prihoda za narednu godinu određeni dio sredstava rezervirati za pokrivanje manjka prihoda iz prethodne godine. Ne planirana se ostvarivanje manjka prihoda za 2024.godinu.

CILJ AKTIVNOSTI: Pokrivanje manjka.

NOSITELJI AKTIVNOSTI I PARTNERI:

Turistička zajednica grada Jastrebarskog

IZNOS POTREBAN ZA REALIZACIJU AKTIVNOSTI:

0,00€

ROK REALIZACIJE AKTIVNOSTI:

Tijekom 2024. godine

9.Fondovi –posebne namjene

Sredstva iz Fondova što ih HTZ transferira prema RTZ i LTZ, HTZ iskazuje na rashodovnoj strani financijskog plana u grupi **FONDOVI** – posebne namjene te ista ne iskazuje na prihodovnoj strani financijskog plana. RTZ sredstva iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent koja joj doznačuje HTZ, a koja RTZ daljnje doznačuje prema LTZ, RTZ iskazuje na rashodovnoj strani financijskog plana u grupi FONDOVI – posebne namjene. Dodatno, naprijed navedena sredstva RTZ ne prikazuje kao prihode s obzirom da su LTZ-i krajnji korisnici sredstava. Gdje očekujemo financijska sredstava za realizaciju internetske stranice turističke zajednice.

PRIPREMILA: Petra Masnec, bacc.oec.

ZVONIMIR NOVOSEL, dipl. ing.

PREDSJEDNIK TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA JASTREBARSKO