



Turistička zajednica grada Krapine
Magistratska 28
49 000 Krapina
tztg-krapina@kr.t-com.hr

**IZVJEŠTAJ O REALIZACIJI PROGRAMA RADA
I FINANCIJSKOG PLANA
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA KRAPINE
ZA 2020. GODINU**

Program rada za 2020. godinu temeljen je na smjernicama Strategije Grada Krapine, Master plana razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije i Strategije turizma Republike Hrvatske.

Unutar tih dokumenata TZG Krapine je pronašla mogućnosti, interese i izazove u radu unutar 2020. godine.

Zbog pandemije COVID-19 došlo je do otkazivanja i zabrana pojedinih programa, zbog ograničenosti kretanja ljudi.

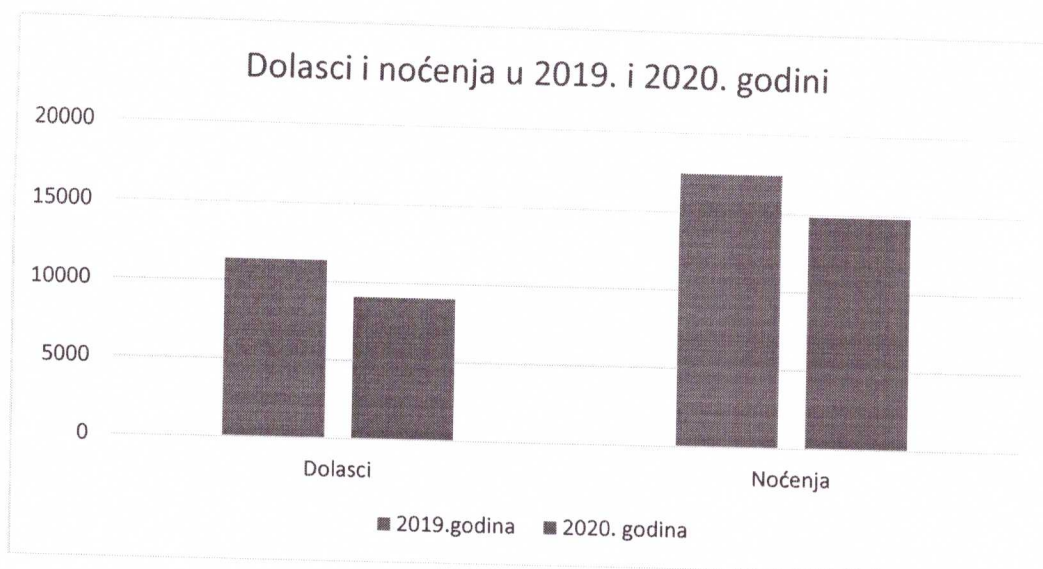
TURISTIČKI REZULTATI ZA RAZDOBLJE 2020. GODINE

Početak 2020. godine bilježe se vrlo dobri rezultati, no uslijed epidemioloških mjera i zatvaranja sredinom ožujka, kao posljedice pandemije koronavirusa, uslijedio je pad. Ponovnim otvaranjem, kroz ljeto su se rezultati ponovno popravili kroz lipanj, pa do rujna s odličnim rezultatima, no nakon čega su ponovno nastupile jače restrikcije i ograničenja. Prema podacima sustava eVisitor, grad Krapinu je u 2020. godini posjetilo ukupno 9.063 turista (Tabela 1.) od čega su domaći gosti ostvarili 2.354 dolazaka, a strani gosti 6.709 dolazaka. U odnosu na 2019. godinu to je pad od ukupno 2.312 dolazaka.

U navedenom periodu ujedno je ostvareno 14.847 noćenja, od čega su domaći gosti ostvarili 5.381 noćenja a strani 9.466 noćenja. U odnosu na 2019. godinu to je pad od ukupno 2.585 noćenja.

Tabela 1.: Usporedba dolaska i noćenja u 2019. i 2020. godini

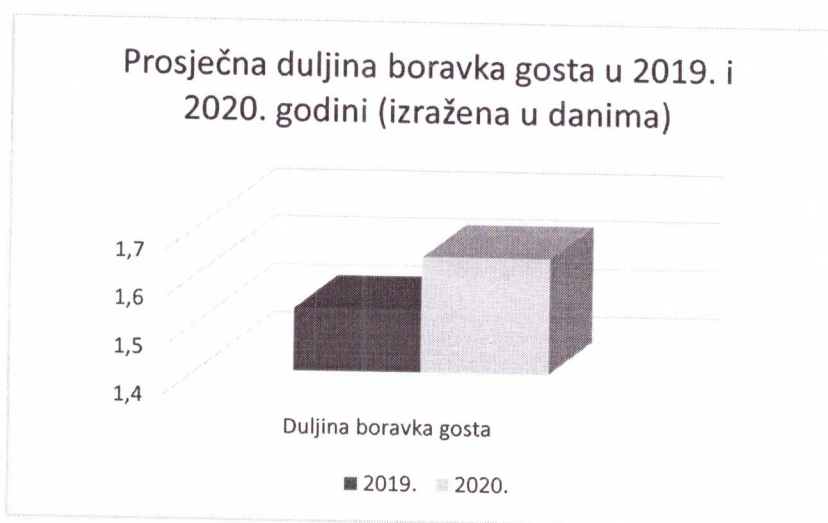
Vrsta turista	Dolasci 2020.	Dolasci 2019.	Noćenja 2020.	Noćenja 2019.
Domaći	2.354	3.232	5.381	5.798
Strani	6.709	8.143	9.466	11.634
Ukupno:	9.063	11.375	14.847	17.432



Ako usporedimo ukupan broj dolazaka domaćih i stranih gostiju primjetno je da iako se ukupan broj gostiju i noćenja smanjio, duljina boravka gostiju se u 2020. godini povećala u odnosu na 2019. godinu (Tabela 2). Prosječni domaći turist u 2020. godini boravio je 2,29 dana, dok je strani u prosjeku noćio 1,41 dana na području grada Krapine. Povećanje duljine boravka je važno iz razloga povećane potrošnje gosta – gost koji dulje boravi i više troši kroz obilazak i upoznavanje okolice.

Tabela 2.: Prosječna duljina boravka gosta u 2019. i 2020. godini

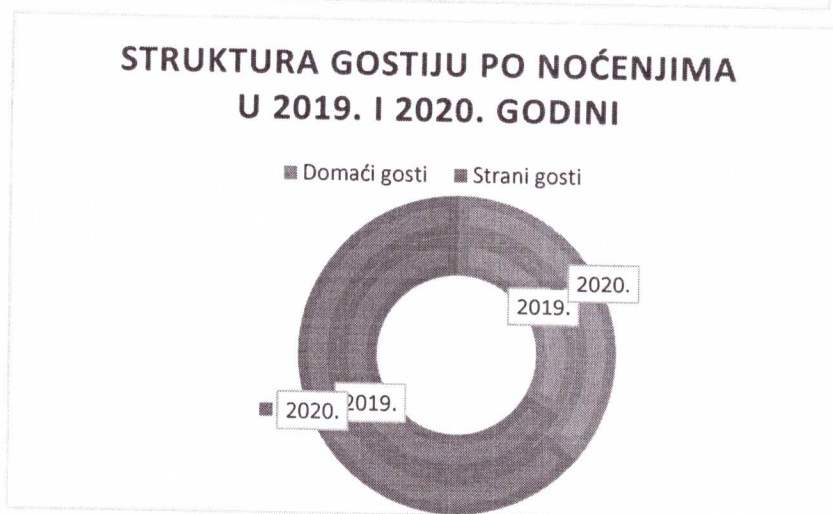
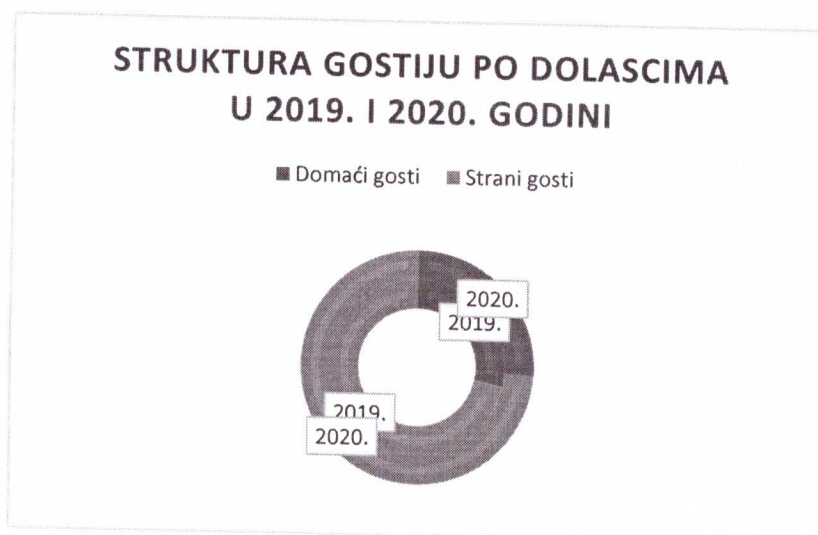
Vrsta turista	Duljina boravka 2020.	Duljina boravka 2019.	Indeks duljine boravka
Domaći	2,29	1,79	1.279
Strani	1,41	1,43	0.986
Ukupno:	1,64	1,53	1.071



Prema podacima eVisitora (Tabela 3.) za navedeni period vidljivo je da je udio stranih gostiju u ukupnom broju dolazaka u odnosu na domaće u porastu - domaći gosti ostvarili su ukupno 25,97% noćenja što je smanjenje u odnosu na dolaske u 2019. godini, dok su strani gosti u ukupnom broju dolazaka sudjelovali sa 74,03% što je povećanje u ukupnom broju dolazaka u odnosu na 2019. godinu. U strukturi noćenja domaći gost je ostvario 36,24% noćenja što je u odnosu na 2019. godinu više, dok su noćenja stranih gostiju sa 63,76%, zabilježila pad u strukturi ukupnog broja noćenja u odnosu na 2019. godinu.

Tabela 3.: Struktura gostiju u 2019. i 2020. godini

Vrsta turista	Udio dolasci 2020.	Udio dolasci 2019.	Udio noćenja 2020.	Udio noćenja 2019.
Domaći	25,97%	28,41%	36,24%	33,26%
Strani	74,03%	71,59%	63,76%	66,74%
Ukupno:	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%



Ukoliko pogledamo strukturu tržišta prema ostvarenim dolascima i noćenjima gostiju stranih zemalja (Tabela 4.), vidljivo je da su nam gosti iz Poljske i Češke i u 2020. godini doprinijeli najvećim udjelom u ukupnom broju noćenja gostiju iz stranih zemalja, dok su zemlje poput Bosne i Hercegovine, Slovačke, Slovenije, Austrije ove godine smanjili udio ostvarenih noćenja u odnosu na 2019. godinu kada su bili u porastu. No, cjelokupni pregled strukture po stranim gostima potrebno je uzeti s oprezom znajući da je u ovoj godini to bilo u prvom redu određeno zatvaranjem granica za pojedine zemlje i razvojem pandemije no potvrđuje činjenicu da naglasak promocije treba usmjeriti na obližnje susjedne zemlje.

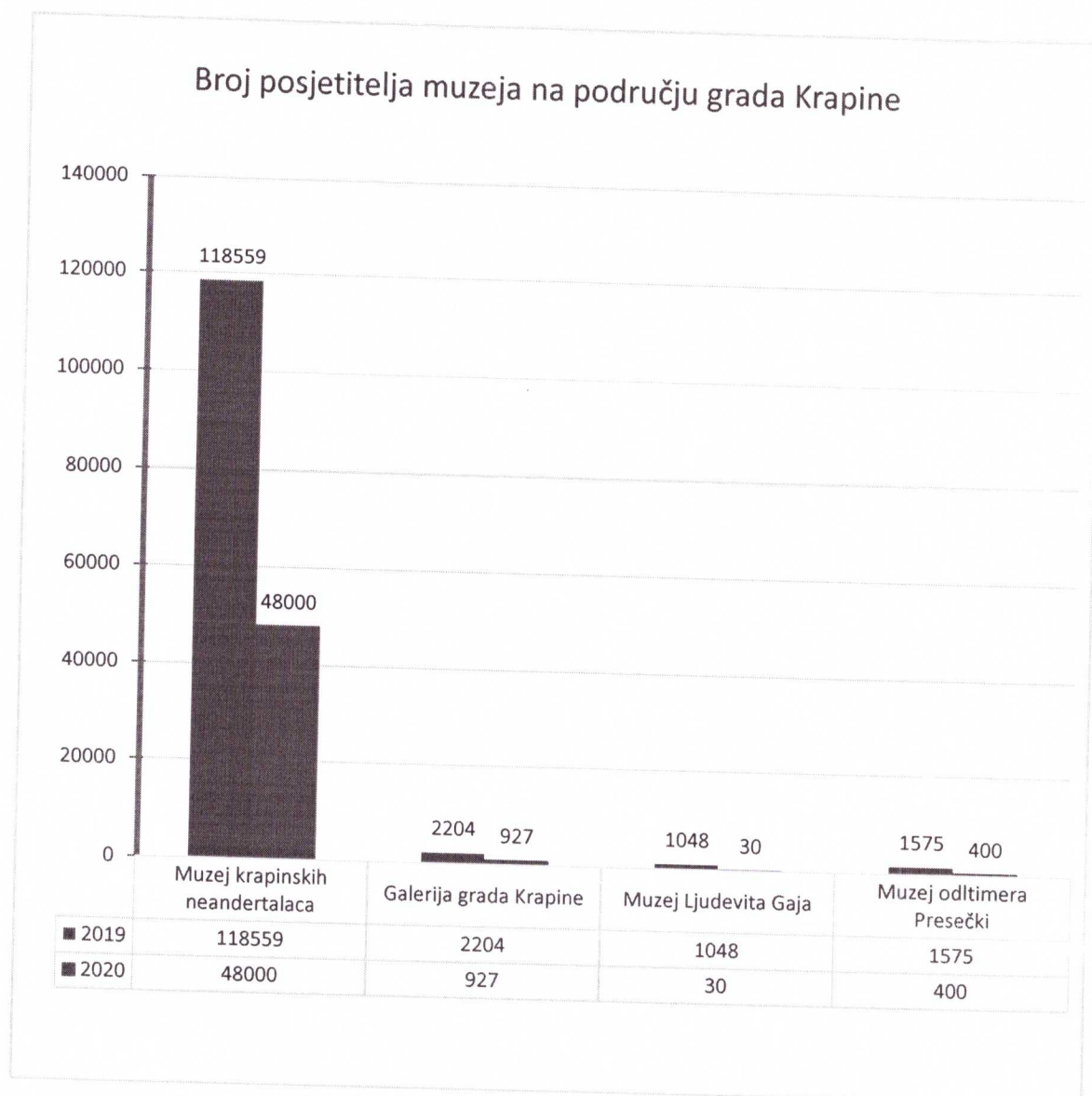
Tabela 4.: Struktura tržišta gostiju stranih zemalja u 2019. i 2020. godini

Država	Dolasci 2020.	Dolasci 2019.	Noćenja 2020.	Noćenja 2019.	Udio dolasci 2020.	Udio dolasci 2019.	Udio noćenja 2020.	Udio noćenja 2019.
Poljska	2.950	2.975	3.046	3.261	43,97%	36,53%	32,18%	28,03%
Češka	1.447	1.647	1.751	1.752	21,57%	20,23%	18,50%	15,06%
Njemačka	1.154	873	1.690	1.496	17,20%	10,72%	17,85%	12,86%
Bosna i Hercegovina	156	253	833	1.428	2,33%	3,11%	8,80%	12,27%
Slovačka	83	119	632	142	1,24%	1,46%	6,68%	1,22%
Slovenija	125	310	186	427	1,86%	3,81%	1,96%	3,67%
Austrija	115	291	148	392	1,71%	3,57%	1,56%	3,37%
Belgija	76	118	146	175	1,13%	1,45%	1,54%	1,50%
Nizozemska	112	211	131	262	1,67%	2,59%	1,38%	2,25%
SAD	15	86	109	281	0,22%	1,06%	1,15%	2,42%

Važno je napomenuti da smo ove godine imali i osobe prijavljene u kućama stanovnika što je uvjetovano propusnicama i potvrdama o boravku koje su trebale prilikom prelaska granica.

U 2021. godini se očekuje smanjenje pandemije uzrokovane koronavirusom i planira se povećanje od 20 % kod dolazaka i noćenja na području grada Krapine.

Broj posjetitelja kroz 2020. godinu u muzejima na području grada Krapine je očekivano pao uslijed pandemije COVID-19. Broj posjetitelja je niži čak više od 50% u odnosu na 2019. godinu. Tako je Muzej krapinskih neandertalaca u 2020. godini imao 48 000 posjetitelja, Galeriju grada Krapine posjetilo je 927 osoba, a Muzej Ljudevita Gaja svega 30 osoba. U Muzeju oldtimera Presečki bilo je 400 posjetitelja.



I ADMINISTRATIVNI RASHODI

PLAN: 501.550,00

REALIZACIJA: 498.268,79

1. Rashodi za radnike

PLAN: 420.200,00

REALIZACIJA: 420.157,90

Turistički ured TZG Krapine obavljao je sve poslove određene Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, te prema Programu rada i financijskog plana za 2020. godinu. U uredu su radile tri osobe.

Ured je radio na unapređenju sadržaja i ponude grada Krapine. Promoviranje turističke destinacije, upravljanje javnom turističkom infrastrukturom, sudjelovanje u stvaranju uvjeta za efikasnu koordinaciju javnog i privatnog sektora, izdavanje turističkih promotivnih materijala, obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom. Prati i analizira mjere iz nadležnosti lokalne i područne samouprave u svezi s upravljanjem destinacijom. Info kućice na Hušnjakovu bile su mjesto prodaje autohtonih suvenira i info prostori.

Zaposlenici u uredu TZG Krapine imaju potrebnu stručnu spremu i zadovoljavaju posebne uvjete koji su propisani Zakonom o turističkim zajednicama.

Radno vrijeme ureda je radnim danom od 8-15 sati, a subotom od 8-12 sati.

Radno vrijeme u info kućicama prati radno vrijeme Muzeja Krapinskih neandertalaca.

Usred lockdowna ured je prema preporuci HTZ i resornog Ministarstva bio zatvoren za posjetitelje, a u uredu je organizirano dežurstvo.

a) Distribucija

Turistička zajednica grada Krapine dio je sustava turističkih zajednica Krapinsko-zagorske županije. Dostavljani su promidžbeni materijali prema potrebama ureda TZ KZZ.

b) Rad tijela TZ

Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma te Statutom TZG Krapine propisan je rad tijela TZ. Održana je izborna Skupština i dvije redovne Skupštine, održan je jedan sastanak nadzornog odbora, te četiri sastanka Turističkog vijeća. Uglavnom su od mjeseca ožujka održane sjednice on line putem zbog pandemije, a prema preporuci Ministarstva turizma i sporta.

Na spomenutim tijelima usvojen je novi Statut, Pravilnik o radu Turističkog vijeća i Pravilnik o radu Skupštine.

2. Rashodi ureda

PLAN: 81.350,00

REALIZACIJA: 78.110,89

2.1. Naknada troškova zaposlenima

Naknade troškove zaposlenima u koje ulaze službena putovanja, naknada za prijevoz i naknade volonterima ostale su nepromijenjene u odnosu na prošlu godinu.

II DIZAJN VRIJEDNOSTI

1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada (osim izgradnje komunalne infrastrukture)

1.1. Dizajn vrijednosti

1.1. Projekt „Krapinski pušlek“

Jedna od glavnih zadaća rada ureda TZG Krapine je i poticanje i organiziranje akcija u očuvanju turističkog prostora, unapređivanje turističkog okruženja i zaštita čovjekova okoliša na području grada.

Ciljevi projekta su uređenje i oplemenjivanje turističkog prostora, turističke destinacije i okoliša, stvori klima dobrodošlice, te da se razvija svijest o značaju turizma kao jedne od mogućnosti podizanja ukupne kvalitete življenja.

U specifičnim uvjetima ljudi su slali slike putem e-maila i Facebook stranice te su slike objavljene na Facebook stranicama. Kako je proslava grada Krapine izostala u običajnom obliku, tako su izostale i nagrade najboljima.

PLAN: 0,00

REALIZACIJA: 0,00

2. Manifestacije

2.1. Kulturno-zabavne

2.1.1. Doček Nove godine

Kalendar događanja započeo je s programom Dočeka Nove godine. U sklopu tog programa organiziran je zabavni program od 22 sata na Trgu Ljudevita Gaja, čestitka gradonačelnika, vatromet, te bogata ugostiteljska ponuda. Na ovogodišnjem dočeku nastupila je popularna grupa Kavaliri. Ovo događanje postalo je tradicionalno pa se tako okupi i do 1000 posjetitelja iz cijele okolice.

PLAN: 65.600,00

REALIZACIJA: 65.605,22

2.1.2. Krapinske špelancije

Jedna od glavnih zadaća rada turističke zajednice je i poticanje i unapređenje izvornih vrijednosti (tradicija, običaji, etnološko blago i dr.). Tragom toga organiziran je program kojim se nastavlja tradicija maškaranja u našem gradu. Sama povorka održana je 22. veljače. Okupljanje povorke na igralištu Osnovne škole „Ljudevit Gaj“. Nakon toga desetak grupa prodefiliralo je gradom, te se predstavilo u Festivalskoj dvorani.

Sve grupe su nagrađene, a nakon programa ispred dvorane organiziran je prigodan dječji program te zakuska u kućicama.

Uvidjelo se da je ovakav model dobar, pa u ovom smjeru planira se i slijedeća godina, naravno uz obogaćeni program. Na samom događanju bilo je oko 1000 posjetitelja.

PLAN: 30.200,00

REALIZACIJA: 30.138,97

2.1.3. Noć krapinskog pračovjeka

Manifestacija nije održana zbog pandemije.

PLAN: 0,00

REALIZACIJA: 0,00

2.1.4. Ljeto u Krapini

Zbog pandemije tradicionalni program Ljeto u Krapini je izostao. Umjesto toga održan je program Ljetnog kina po okolnim mjesnim odborima. TZG Krapine odrađivala je promidžbu spomenutog programa.

PLAN: 4.700,00

REALIZACIJA: 4.625,00

2.1.5. Tjedan kajkavske kulture

Jubilarni Tjedan kajkavske kulture održan je od 6.-12.rujna. Bila je to skraćena verzija tradicionalnih programa. Ured TZG Krapina organizirao je otvorenje Tjedan u dvorištu Galerije grada Krapine. Nakon uvodnih govora i službenog otvorenja nastupila je Danijela Pintarić s najvećim hitovima Festivala kao i sa svojom jedinstvenom obradom filmskih hitova.

Organizirali smo popratni program nakon mise na Trškom vrhu.

Sama manifestacija trebala je biti organizirana po posebnim epidemiološkim mjerama, pa su tako izostala velika okupljanja na otvorenom.

Isto tako zbog nemogućnosti organizacije programa, izostala su sponzorska i donatorska davanja naših firmi.

Cilj je bio kontinuitet manifestacije, a koji je i ostvaren.

PLAN: 16.300,00

REALIZACIJA: 16.284,79

2.1.6. Prosinac u Krapini

Vrijeme Adventa započinje zadnji tjedan u mjesecu studenom. Trg Ljudevita Gaja prigodno je uređen. U 2020. godini zbog specifičnih uvjeta organiziran je program paljenja svijeća na način da je svake subote u 17 sati župnik blagoslovio svijeću te uz par prigodnih riječi ista upaljena.

PLAN: 2.000,00

REALIZACIJA: 1.334,30

2.2. Potpore manifestacijama

Glumački festival u Krapini

Zbog pandemije Glumački festival u Krapini održan je u listopadu, umjesto u travnju.

Isto tako zbog spomenutih razloga broj posjetitelja je ograničen, te se smanjio i broj predstava.

Tako su u sklopu Glumačkog festivala u Krapini održane tri predstave za odrasle i jedna predstava za djecu.

TZG Krapine nije mogla odraditi u potpunosti svoj promidžbeni zadatak jer je broj posjetitelja bio ograničen pa je dodatan poziv na spomenute predstave bio suvišan.

PLAN: 0,00

REALIZACIJA: 0,00

3. Novi proizvodi

Novi gastro suvenir- Klošter kiflini

U Tjednu kajkavske kulture na štandovima ispred Festivalske dvorane, predstavljena su 11. rujna dva tradicionalna kolačića, Pazinski cukerančić i ovogodišnji festivalski suvenir Klošter kiflini.

Klošter kiflići nekada su bili omiljeni kolačići gotovo svih purgerskih kuhinja i nezaobilazan dio blagdanskih stolova. Rado su ih pripravljale i krapinske purgerice, čiji su jelovnici bili bazirani na tradicionalnoj zagorskoj kuhinji, ali obogaćeni mnogobrojnim specijalitetima drugih kultura. Doprinijele su tome obrtničke obitelji iz Austrije, Njemačke i Mađarske koje su se nastanjivale u Krapinu, kao i turisti i hodočasnici koji su dolazili u Krapinu.

Na inicijativu Turističke zajednice Grada Krapine i ŽK HGK Krapina, a u suradnji s krapinskom Udrugom Hrvatske žene nastao je ovogodišnji Festivalski suvenir *Klošter kiflini*.

U predstavljanju ovih kiflica, što bude sjećanje na djetinjstvo i bakinu kuhinju, Marija Hlebec predsjednica krapinske udruge Hrvatske žene, spomenula je kako je receptura zasigurno proizašla iz krapinskog samostana, što nije bilo jednostavno. Iako se u samostanima uvijek jelo skromno, recepture su bile dobre, no do njih se vrlo teško dolazilo. U kuhinjama su uglavnom radili franjevci, koji zbog svoje obaveze šutnje nisu kontaktirali s vanjskim svijetom. Tek iza rata 1945., kada u samostanu radi obitelj Benc, recepture su počele dolaziti do krapinskih purgerica. Tako i Klošter kiflini, zanosnog mirisa, postaju omiljeni u brojnim krapinskim obiteljima.

Pazinski cukerančić je tradicionalna slastica koja se najčešće vezuje uz vjenčanja, ali prisutna je i na ostalim obiteljskim slavljinama krštenju, pričesti i krizmi. Posjetiteljima Zagorskog gospodarskog zbora i Tjedna kajkavske kulture, Pazinski cukerančić predstavili su gosti iz Istre, Sanja Kantaruti, direktorica TZ središnje Istre, Mirjana Galant, zamjenica gradonačelnika Pazina, majstorice izrade ove tradicijske slastice Antica Vadanjel i Davorka Šaina, te Iva Jekić, voditeljica LAG-a Središnje Istre.

U pripremi Pazinskih cukerančića tradicionalno se koristi amonijak (umjesto praška za pecivo ili sode bikarbone). Pečene cukerančiće umače se u vino - malvaziju i krupni šećer. Pazinski cukerančići mogu se prepoznati po svom karakterističnom, razgranatom obliku, a od 2018. umijeće pravljenja Pazinskog cukerančića proglašeno je nematerijalnom kulturnom baštinom RH.

III KOMUNIKACIJSKE VRIJEDNOSTI

PLAN: 10.750,00 REALIZACIJA: 10.732,50

1. On line komunikacije

1.1. Internet stranice i upravljanje internet stranicama

Stavljanjem novih sadržaja na web stranice, te stalna komunikacija preko Facebook stranica svakodnevna su potreba te je najučinkovitiji način oglašavanja. Plaćena je godišnja domena te stavljanje dokumenata na web stranicu radi mogućnosti pristupa informacija trošak su u on-line komunikaciji, te novi Pravilnici te Statut TZG Krapina.

2. Off line komunikacije

2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama

2.1.1. Radio

U sklopu kampanje udruženog oglašavanja koju provodi TZ KZZ nije provedena ni jedna aktivnost zbog nemogućnosti održavanja manifestacija.).

2.1.2. Plakatiranje

Na dva jumbo prostora na ulasku u grad najavljujivana su sva događanja koji su organizirana u gradu (Krapinske špelancije, Tjedan kajkavske kulture, Glumački festival u Krapini).

2.1.3. Televizija

Zbog nemogućnosti dolaska gostiju, te ne održavanja manifestacija izostala je promidžba putem TV ekrana.

2.2. Opće oglašavanje

U sklopu općeg oglašavanja potpisat je ugovor s „Glasom Zagorjem“ koji je mjesečno pratio sva događanja i projekte ureda. Na zakupljenom prostoru provodila se kampanja u sklopu projekta „Krapinski pušlec“, te najavljivana događanja koja su bila u organizaciji TZG Krapine.

2.3. Suveniri i promo materijali

TZG Krapine svoju ponudu uglavnom tradicionalnih krapinskih suvenira poklanjala kao promidžbeni materijal i to novinarima na studijskim putovanja ili pak kao nagrade u nekim radio i TV emisijama. Ove godine ta aktivnost gotovo da je izostala, osim u prvim mjesecima godine kada smo poklonili suvenire za nagradne igre.

IV DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

PLAN: 1.675,00 REALIZACIJA: 2.439,96

1. Sajmovi

Sajmovi su realizirani u sklopu sustava turističkih zajednica KZZ. Doprinos TZG Krapine bio je kroz informatore, suvenirske ponude i promidžbenog materijala. Poseban naglasak je na sudjelovanju u akciji 100% Zagorsko u Rijeci i Zagrebu.

2. Studijska putovanja novinara

Zbog nemogućnosti kretanja novinara izostala su studijska putovanja koje je organizirao Glavni ured HTZ-a.

3. Posebne prezentacije

U srpnju je u Krapini gostovala filmska ekipa Coincidence Picture Production u svrhu snimanja dokumentarnog filma „Putevi vode“. Za potrebe radnje snimalo se iznimne, autohtone životne priče te razvoj dotičnih sredina kroz povijest. Važnost se pridala veselim žiteljima uz rijeke i jezera a sa svrhom doprinosa u očuvanju visokih kvalitativnih vrijednosti prirodnih resursa te kroz živote ljudi dotičnih sredina prodrijeti do srca, kako na domaćoj tako i na planetarnoj razini. Na prijedlog TZG Krapine je dogovoren nastup u filmu slijedećih sudionika s područja grada Krapine: udruga KASK, Muzej krapinskih neandertalaca, Drago Kozina. U snimateljskoj ekipi bio je i renomirani Hrvatski kuhar i finalist Tv serije “ 3,2,1 - Kuhaj “ koji je pripravljaio specijalitete specifične za dotičnu sredinu. Prema receptima iz „Krapinske purgerske kuhinje“ autorice Ane Töpfer, ekipa sa seta pripremala je slijedeća jela: racu sa zeljem i kuhane šrukle.

V INTERNI MARKETING

PLAN: 1.675,00 REALIZACIJA: 2.439,96

1. Edukacija

Edukacija u sustavu održana je on line i to uglavnom vezana uz ponašanje u vrijeme pandemije.

VI FINANCIJSKI PLAN ZA 2020. GODINU

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	IZMJENA PLANA 2020.	OSTVAR. 2019.	OSTVAR. 2020.	INDEKS	STRUK.
----	--------------------	---------------------	---------------	---------------	--------	--------

					OST V PLA N	TUI A %
1.	PRODAJA ROBE I USLUGA 1.1.+1.2.	25.000,00	140.374,00	24.531,00	99	
1.1.	PRODAJA SUVENIRA	20.000,00	68.374,00	19.531,00	98	8
1.2.	PRUŽANJE USLUGA	5.000,00	72.000,00	5.000,00	100	2
2.	TURISTIČKA ČLANARINA	250.000,00	277.467,03	254.603,84	102	3
3.	BORAVIŠNA PRISTOJBA	27.000,00	37.262,37	26.507,42	99	
4.	PRIHODI OD IMOVINE 4.1.+4.2.	1.000,00	9.000,11	1.000,69	100	
4.1.	OD FINANCIJSKE IMOVINE	0,00	0,11	0,69		
4.2.	OD IZNAJMLJIVANJA IMOVINE	1.000,00	9.000,00	1.000,00	100	
5.	PRIHODI OD DONACIJA 5.1.+5.2.+5.3.+5.4.+5.5.+5.6.	315.800,00	759.113,23	316.907,19	101	4
5.1.	PRORAČUN GRADA 5.1.1.+5.1.2.	315.800,00	651.613,23	316.907,19	101	10
5.1.1.	PROGRAMSKA AKTIVNOST 5.1.1.1.+5.1.1.2.+5.1.1.3.+5.1.1. .4.+5.1.1.5.+5.1.1.6.+5.1.1.7.+5. .1.1.8.	135.800,00	448.313,86	136.907,19	101	4
5.1.1.1.	DOČEK NOVE GODINE	65.600,00	62.637,86	65.605,22	100	4
5.1.1.2.	KRAPINSKE ŠPELANCIJE	30.200,00	24.000,00	30.138,97	100	2
5.1.1.3.	GFUK	0,00	0,00	0,00		
5.1.1.4.	NOĆ KRAP. PRAČOVJEKA	0,00	60.000,00	0,00		
5.1.1.5.	LJETO U KRAPINI	4.600,00	70.000,00	4.625,00	101	
5.1.1.6.	TJEDAN KAJKAVSKE KULTURE	9.000,00	200.000,00	9.006,80	100	
5.1.1.7.	PROSINAC U KRAPINI	0,00	31.676,00	1.200,00		
5.1.1.8.	OSTALO	26.400,00	43.299,37	26.331,20	100	1
5.1.2.	FUNKCIONIRANJE TURISTIČKOG UREDA	180.000,00	160.000,00	180.000,00	100	5
5.2.	PRORAČUN ŽUPANIJE	0,00	0,00	0,00		
5.3.	PRORAČUN DRŽAVE	0,00	0,00	0,00		
5.4.	PRIHODI OD TRG. DRUŠTAVA I OST. PRAVNIH OSOBA	0,00	88.000,00	0,00		
5.5.	PRIHODI OD INOZEMNIH VLADA I MEĐ.ORG.	0,00	0,00	0,00		
5.6.	OSTALI PRIHODI OD DONACIJA	0,00	19.500,00	0,00		



6.	PRIJENOS IZ PRETHODNE GOD	79.943,86	0,00	79.943,86	100	1
7.	OSTALI PRIHODI 7.1.+7.2.+7.3.+7.4.	0,00	132.760,64	0,00		
7.1.	HZZZ - MJERE	0,00	37.760,64	0,00		
7.2.	HTZ PROJEKTI I SUFINANCIRANJE 7.2.1.	0,00	60.000,00			
7.2.1.	TKK	0,00	60.000,00	0,00		
7.3.	TZ KZZŽ - LJETO	0,00	25.000,00	0,00		
7.4.	HGK – ŽUPANIJSKA KOMORA KRAPINA	0,00	10.000,00	0,00		
	SVEUKUPNO PRIHODI 1+2-3+4+5+6+7	698.743,86	1.355.977,38	703.494,00	101	
	RASHODI PO VRSTAMA	IZMJENA PLANA 2020.	OSTVARENO 2019	OSTVARENO 2020.		
I.	ADMINISTR. RASHODI 1+2	501.550,00	468.986,73	498.268,79	100	7
1.	RASHODI ZA RADNIKE 1.1.+1.2.+1.3.+1.4.+1.5.	420.200,00	345.853,84	420.157,90	100	8
1.1.	NETO PLAĆE	253.600,00	203.772,50	254.001,37	101	6
1.2.	DOPRINOSI IZ PLAĆA I POREZI	99.100,00	88.290,91	98.666,34	100	2
1.3.	DAROVİ ZA DJECU	1.800,00	600,00	1.800,00	100	
1.4.	DAROVİ ZAPOSLENIMA	7.500,00	5.000,00	7.500,00	100	
1.5.	DOPRINOSI NA PLAĆE	58.200,00	48.190,43	58.190,19	100	1
2.	RASHODI UREDA 2.1.+2.2.2.3.+2.4.+2.5.+2.6.	81.350,00	123.132,89	78.110,89	96	1
2.1.	NAKNADE TROŠKOVA ZAPOSLENIMA 2.1.1.+2.1.2.+2.1.3.	2.600,00	26.242,75	2.610,00	100	
2.1.1.	SLUŽBENA PUTOVANJA	0,00	464,00	0,00		
2.1.2.	NAKNADE ZA PRIJEVOZ	2.600,00	13.202,04	2.610,00	100	10
2.1.3.	STRUČNO OSPOSOBLJAVANJE	0,00	12.576,71	0,00		
2.2.	RASHODI ZA USLUGE 2.2.1.+2.2.2.+2.2.3.+2.2.4.+2.2. 5.+2.2.6. 2.2.7.	28.650,00	12.185,51	27.784,74	97	3
2.2.1.	TELEFON I INTERNET	5.000,00	5.153,74	4.856,14	98	1
2.2.2.	POŠTARINA	350,00	566,90	299,50	86	
2.2.3.	TEKUĆE I INVEST. ODRŽAVANJE	5.000,00	907,00	4.872,45	98	1
2.2.4.	KOMUNALNE USLUGE	1.500,00	1.347,17	1.424,43	95	

2.2.5.	ZAKUPNINE I NAJAMNINE, OPREMA, JAV NA POVRŠINA	10.200,00	0,00	10.147,50	100	3
2.2.6.	INTELEKTUALNE I OST. USLUGE	0,00	0,00	0,00		
2.2.7.	OSTALE USLUGE	6.600,00	4.210,70	6.184,72	94	2
2.3.	RASHODI ZA MATERIJAL I ENERGIJU 2.3.1.+2.3.2.+2.3.3.+2.3.4.+2.3. 5.+2.3.6.	28.600,00	78.066,86	25.853,15	91	3
2.3.1.	UREDSKI MATERIJAL	1.200,00	3.117,88	1.346,82	113	
2.3.2.	MATER. ZA ČIŠĆ. I ODRŽAVANJE	900,00	342,28	790,35	88	
2.3.3.	NAB. VRIJEDNOST PROD. SUVENIRA	9.000,00	40.830,52	5.792,51	65	2
2.3.4.	OSTALI MATER. RASHODI	0,00	460,49	387,70		
2.3.5.	ENERGIJA	7.500,00	7.447,31	7.438,33	100	2
2.3.6.	SITNI INVENTAR	10.000,00	25.868,38	10.097,44	101	3
2.4.	OSTALI RASHODI	300,00	1.061,75	178,04	60	
2.4.1.	REPREZENTACIJA	300,00	1.061,75	178,04	60	
2.4.2.	KOTIZACIJE	0,00	0,00	0,00		
2.5.	FINANCIJSKI RASHODI 2.5.1.+2.5.2.	5.000,00	5.576,02	5.064,11	100	
2.5.1.	BANKARSKE USLUGE I PLATNI PROMET	5.000,00	5.534,99	5.064,11	100	10
2.5.2.	OST. NESP. FINANC. RASHO DI	0,00	41,03	0,00		
2.6.	OSTALI RASHODI	200,00	0,00	620,85	311	
2.7.	ULAGANJA U IMOVINU PISANICA	16.000,00	16.000,00	16.000,00	100	2
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI 1+2+3	118.800,00	731.497,74	117.988,28	100	2
1.	POTICANJE I SUDJELOVANJE U UREĐENJU GRADA	0,00	0,00	0,00		
1.1.	PROJEKT KRAPINSKI PUŠLEK	0,00	0,00	0,00		
2.	MANIFESTACIJE 2.1.+2.2.	118.800,00	715.497,74	117.988,28	100	10
2.1.	KULTURNO-ZABAVNE 2.1.1.+2.1.2.+2.1.3.+2.1.4.+2.1. 5.+2.1.6.	118.800,00	705.497,74	117.988,28	100	10
2.1.1.	DOČEK NOVE GODINE	65.600,00	62.637,86	65.605,22	100	5
2.1.2.	KRAPINSKE ŠPELANCIJE	30.200,00	23.825,81	30.138,97	100	2
2.1.3.	NOĆ KRAP. PRAČOVJEKA	0,00	76.306,75	0,00		
2.1.4.	LJETO U KRAPINI	4.700,00	57.540,46	4.625,00	99	

2.1.5.	TJEDAN KAJKAVSKE KULTURE	16.300,00	378.340,65	16.284,79	100	1
2.1.6.	PROSINAC U KRAPINI	2.000,00	97.446,21	1.334,30	67	
2.2.	POTPORE MANIFESTACIJAMA 2.2.1.+2.2.2.	0,00	10.000,00	0,00		
2.2.1.	GFUK	0,00	0,00	0,00		
2.2.2.	OSTALE MANIFESTACIJE KONCERT TRNJE	0,00	10.000,00	0,00		
3.	NOVI PROIZVODI	0,00	0,00	0,00		
III	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI 1+2	10.750,00	10.357,50	10.732,50	100	
1.	ONLINE KOMUNIKACIJE	2.500,00	1.762,50	2.512,50	100	2
1.1.	INTERNET STRANICE I UPRAVLJANJE INTERNET STRANICAMA	2.500,00	1.762,50	2.512,50	100	
2.	OFFLINE KOMUNIKACIJE 2.1.+2.2.+2.3.+2.4.+2.5.	8.250,00	8.595,00	8.220,00	100	7
2.1.	OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA 2.1.1.+2.1.2.	0,00	0,00	0,00		
2.1.1.	RADIO	0,00	500,00	0,00		
2.1.2.	PLAKATIRANJE	0,00	0,00	0,00		
2.2.	OPĆE OGLAŠAVANJE	7.750,00	7.500,00	7.500,00	100	9
2.3.	BROŠURE I OST. TISKANI MATERIJALI	0,00	0,00	0,00		
2.4.	SUVENIRI I PROMO MATERIJALI	500,00	595,00	220,00		
2.5.	OSTALO OGLAŠAVANJE	0,00	0,00	500,00		
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI 1+2+3	1.675,00	20.804,37	2.439,96	146	
1.	SAJMOVI	375,00	0,00	569,96	152	2
2.	STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA	0,00	3.255,00	0,00		
3.	POSEBNE PREZENTACIJE	1.300,00	17.549,37	1.870,00	144	7
V.	INTERNI MARKETING	0,00	0,00	0,00		
1.	EDUKACIJA	0,00	0,00	0,00		
VI.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU (30%)	0,00	11.178,72	0,00		
	RASHODI I+II+III+IV+V+VI	632.775,00	1.242.825,06	629.429,53	99	

VIŠAK RASHODA IZ PRETH. GODINA	0,00	33.208,46			
UKUPNI RASHODI RASHODI + VIŠAK RASHODA PRETH. GODINA	632.775,00	1.276.033,52	629.429,53	99	
PRIJENOS VIŠKA RASHODA					
PRIJENOS VIŠKA PRIHODA	65.968,86	79.943,86	74.064,47	113	

NAPOMENA:

Program rada s financijskim planom za 2020. godinu napravljen je sukladno propisanom Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (N.N. 152/08) te se financijski plan razlikuje od financijskog plana propisanog Pravilnikom o neprofitnom računovodstvu i računskom planu (N.N. 121/14).



Predsjednik:

Zoran Gregurović