

Međimurje

U POKRETU

IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA I FINANCIJSKOG PLANA TURISTIČKE ZAJEDNICE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE ZA 2017. GODINU



Rezervat biosfere Mura-Dravalzvrstnost u kvaliteti
Dunavgastronomije ponude Vinske ceste

Izvrstnost u kvaliteti
za cikloturizam

Izvrstnost u kvaliteti

Ožujak, 2018.g.

SADRŽAJ

1. Uvod.....	3
2. Analiza internog okruženja	4
2.1. Turistička atrakcijska osnova	4
2.2. Turistička suprastruktura	5
2.3. Performanse turističkog sektora	7
3. Analiza tržišta.....	9
3.2. Kvalitativni trendovi od interesa za turizam u Međimurskoj županiji	9
3.3. Obilježja kvalitativnih trendova	10
3.4. Konkurentska pozicija Međimurske županije.....	12
4. Izvršenje marketing plana TZMŽ za 2017.g.....	13
4.1. Ostvarenje ciljeva marketinške politike	13
4.2. Ostvarivanje prihoda	13
4.3. Realizacija marketinških aktivnosti	14
4.3.1. Rad ured i tijela	14
4.3.2. Dizajn vrijednosti ponude	15
4.3.3. Komunikacija vrijednosti	19
4.3.4. Distribucija i prodaja	21
4.3.5. Interni marketing	23
4.3.6. Koordinacija i nadzor	24
4.3.7. Potpore manifestacijama	24
5. Izvršenje financijskog plana TZMŽ za 2017.g.	27
6. Završne odredbe	31

1. Uvod

Skupština turističke zajednice Međimurske županije je temeljem članak 17. Statuta TZMŽ na svojoj 6. sjednici održanoj 20. prosinca 2016. godine usvojila je Program rada s financijskim planom TZMŽ za 2018. godinu, a temeljem članka 54. Statuta na 8. sjednici Skupštine TZMŽ održanoj 21. prosinca 2017.g. prihvaćen je Rebalans financijskog plana za 2017.g.

Temeljem obveza proizašlih iz Zakona o turističkim zajednicama i promociji Hrvatskog turizma (NN 122/08) te Statuta Turističke zajednice Međimurske županije, Ured turističke zajednice Međimurske županije u suradnji sa Predsjednikom i Zamjenicom predsjednika TZMŽ sačinio je

Izvešće o izvršenju Plana rada i financijskog plana TZMŽ za 2017. godinu

Izvešće sadrži analize stanja resursne i atrakcijske osnove, turističke infrastrukture, turističkih kapaciteta, analizu relevantnih tržišnih kretanja, prikaz ostvarenih fizičkih i financijskih pokazatelja turističkog prometa, narativni i financijski prikaz planiranih ciljeva, provedenih programskih aktivnosti, ostvarenih rezultata te prikaz ostvarenih prihoda po pojedinim izvorima i ostvarenih troškova po pojedinim projektima i vrstama troškova.

Ovo izvješće podnijeto je na razmatranje i usvajanje Turističkom vijeću Turističke zajednice Međimurske županije koje ga je na svojoj 9. sjednici održanoj 29. ožujka 2018. usvojilo i predlaže ga kao takvo na usvajanje Skupštini Turističke zajednice Međimurske županije.

2. ANALIZE INTERNOG OKRUŽENJA ¹

Turistička atrakcijska osnova

Međimurska županija raspolaže bogatom resursno-atrakcijskom osnovom. To potvrđuju i brojne nagrade koje su županijske destinacije ili atrakcije dobile na nacionalnim natjecanjima. Primjerice, u natjecanju izvrsnosti kontinentalnog turizma (Zeleni cvijet Hrvatske turističke zajednice) Sveti Martin na Muri i Čakovec u razdoblju od 2005. do 2010. godine uzastopno dobivali najviše ocjene u kategoriji uređenosti naselja i gradova srednje veličine, dok je u 2011. godini Perivoj Zrinskih ocijenjen kao najljepši perivoj, a Prelog u 2012. godini kao najuređenije mjesto do 5.000 stanovnika. Valja spomenuti da je Međimurska županija jedina hrvatska županija koja je na natjecanju Europske komisije European Destinations of Excellence (EDEN) od 2007. do 2015. godine dobila dva nacionalna pobjednika (Sveti Martin na Muri u 2007. i Gornje Međimurje u 2015.), a 2016. godine prestižnu Swiss Tourism Award. Također, u 2010. godini Sveti Martin na Muri dobio je srebrni cvijet europske asocijacije Entente Florale Europe, a 2016. godine međunarodnu nagradu Communities in Bloom.

Bez obzira na uređenost naselja ili pojedinih atrakcija, ocjena razvojnog potencijala turističke atrakcijske osnove omogućava prepoznavanje primarnih atraktora Županije, kao i elemente atrakcijske osnove koji zahtijevaju daljnje opremanje, razvoj i umrežavanje:

Primarni atraktori	<ul style="list-style-type: none"> • Gornje Međimurje • Mura, Regionalni park • biciklističke staze • Terme Sv. Martin • Centar ATON • Centar R. Steiner • Manifestacije
Daljnje opremanje	<ul style="list-style-type: none"> • Donje Međimurje • kompleks Staroga grada s Muzejom • ponuda sporta (SRC Mladost, Aeroklub Međimurje, Karting, <i>Speedway</i>)
Daljnji razvoj i umrežavanje	<ul style="list-style-type: none"> • etnografska baština (Cesta tradicije) • nasljeđe Zrinskih (Putovi Zrinskih) • gastronomija – proizvođači i pružatelji ugostiteljskih usluga • vjerski objekti • industrijska baština – rudarstvo, nafta • ezoterija – Steiner, labirinti, legende
Novi razvoj	<ul style="list-style-type: none"> • etno-glazba Međimurja • pješačke/<i>trekking</i> rute

¹Master plan turizma Međimurske županije 2016-2020

Turistička suprastruktura

Sukladno podacima sa sustava **eVisitor** Hrvatske turističke zajednice, na području Međimurske županije na dan 31.12.2017. godine poslovala su **76** smještajna objekta s ukupno 686smještajne jedinice i**1580** ležaja. Broj smještajnih objekata povećan je za 21 odnosno 38%. Navedeni rast se odnosi pretežito na kategorije kuća za odmor i apartmana. U strukturi kapaciteta prema vrsti objekata dominiraju hoteli s 373smještajnih jedinica i 740ležaja. U odnosu na 2016. godinu, ukupan smještajni kapacitet povećan je za 28 smještajnih jedinica (rast 5%) odnosno 73 ležajeva (rast 5%).

Lidersku poziciju prema broju smještajnih jedinica i postelja ima, sukladno podacima iz prosinca 2017. godine, Sveti Martin na Muri koji raspolaže s kapacitetom od 308smještajnih jedinica i 725 osnovna ležaja. Dominantni oblik smještaja u toj destinaciji čini kompleks s hotelom od 151 sobe i 6 apartmana te dodatnim 101 apartmanom, a smještaj je organiziran i u 24kućanstava s ukupno 79 smještajnih jedinica. Slijedi Čakovec sa 84smještajne jedinice i 267 ležaja te Prelog sa 47smještajnih jedinica i 85osnovnih ležajeva. Osim u te tri destinacije hotelski smještaj organiziran je i u Donjem Kraljevcu. Prema podacima Državnog ureda za gospodarstvo MŽ od pet hotela, jedan hotel imao je kategoriju 4 zvjezdice (Hotel Golfer, Toplice Sveti Martin), tri hotela imali su kategoriju 3zvjezdice (Hotel Kralj, Donji Kraljevec; Hotel Panorama, Prelog; Hotel Prelog, Prelog) tejedan hotel kategoriju 2 zvjezdice (Hotel Park, Čakovec).

Terme Sv. Martin, kao pojedinačno najveći smještajni kompleks u Županiji (hotel Spa Golfer i Apartmani Regina), dio je Life Class grupacije i pozicionira se na tržištu kroz koncepte 'Pokreni se', 'Napuni se pozitivnom energijom', 'Doživi Međimurje' '100% prirodan odmor' s orijentacijom na proizvode zdravlja, wellnesa, biciklizma i sporta. U sklopu kompleksa nude se novo renovirani unutarnji termomineralni bazeni, wellness i beauty centar, Svijet sauna, Lumbalis centar zdravlja i ljetni aquapark. Tako_er je u ponudi šest konferencijskih dvorana (10-450 mjesta). Prosječna ocjena 8,7/10 za Hotel Spa Golfer na Booking.com tražilici odražava visoku razinu zadovoljstva gostiju udobnošću i uslugom. Hotel Park u Čakovcu, dobro je lociran prema središtu grada te nudi dvorane za sastanke i skupove (multifunkcionalna dvorana s 10-300 mjesta), prosječna ocjena 7,6/10. Hotel Panorama u Prelogu diferencira se lokacijom uz jezero Dubrava te vanjskim i unutarnjim sportskim terenima. Ocjena 8,6/10 rezultat je zadovoljstva čistoćom, sadržajima i osobljem. U okviru odrednica tržišne i cjenovne pozicije, ponuda Hotela Kralj u Donjem Kraljevcu ocjenjuje se vrlo dobrom (ocjena 8,5),pri čemu su ključne odrednice ponude iznadprosječno ocijenjena čistoća i osoblje te udobnost objekta. Svi hoteli nude mogućnost rezervacije smještaja online.U skupini hotelskog i sličnog smještaja izdvajaju se i tri pansiona (Ilonka, Mursko Središće;Mamica, Pušćine; Golf, Donji Vidovec) s ukupnim kapacitetom 42smještajnih jedinica te115 stalnih ležajeva. Smještaj u kućanstvima i na seljačkim gospodarstvima organiziran je u Štrigovi (8kućanstva s 39 stalnih ležajeva), Nedelišću (6 kućanstva s 69stalne postelje), Čakovcu(4 kućanstva s 24stalne postelje), Svetom Juraju na Bregu (5gospodarstvas 21 stalnih postelja) te u Svetom Martinu na Muri (24 kućanstava s 79 stalnih postelja).Na području županije poslovao sudva hostela, Hostel Aton, Nedelišće sa 16 smještajnih jedinica i29stalnihležajeva , te Hostel Omnibus, Čakovec sa 8 smještajnih jedinica i 56 stalnih ležajeva.Valja naglasiti da je u Županiji uspostavljen poseban standard kvalitete *Cyclist welcome* koji propisuje niz sadržaja kojima objekti moraju raspolagati kako bi bolje uslužili

ciklo turiste. U ovom trenutku s ovim posebnim standardom kvalitete raspolaže dvadesetak smještajnih objekata na području Županije.

Osim smještaja, karakteristična turistička djelatnost je i priprema i usluživanje hrane. Sukladno podacima Službe za gospodarstvo i imovinsko-pravne poslove Ureda državne uprave u Međimurskoj županiji, krajem 2017. godine na području Županije ukupno je djelovalo 216 objekata izvan smještajnog ugostiteljstva, od čega 125 objekata usmjerena samo na usluživanje pica (caffè barovi, kavane i slični objekti) te 89-tak objekata koji nude i hranu i pice, od čega 36 restorana. Ugostiteljska ponuda dominantno je koncentrirana u Čakovcu što upućuje na lokalni karakter njihove tržišne orijentacije, a među važnijim turističkim odredištima i većim jedinicama lokalne samouprave ponudom ugostiteljskih objekata ističu se i Nedelišće i Mursko Središće. Na području Preloga posluje 9 objekata dok je svega 6 objekata registrirano u Svetom Martinu na Muri. Valorizirajući bogatu eno-gastronomsku tradiciju Međimurja, na području županije djeluje nekoliko relevantnih restorana čija kvaliteta prerasta lokalne okvira ('Dobri restorani'), a valja naglasiti da je Turistička zajednica Međimurske županije u cilju podizanja razine kvalitete i raznovrsnosti ponude ugostiteljske ponude uspostavila sustav ocjenjivanja restorana i ugostiteljskih destinacija znakovima 'Zlatni međimurski gurman' i 'Međimurski gurman' kojim se ocjenjuju prostor, osoblje, oprema, jela te sama ponuda objekata (uključujući primjerice korištenje domaćih namirnica, korištenje bućinog ulja, originalnost ponude i sl.). Enološki doživljaj Međimurja čije primarno povezati s ponudom Međimurske vinske ceste koja predstavlja jednu od najbolje organiziranih vinskih cesta u Hrvatskoj, s više od 30-tak vinara povezanih kvalitetnim prometnicama. Svi objekti na cesti su kategorizirani (1-4 grozda) i označeni turističkom signalizacijom, pri čemu se desetak vinara intenzivnije obraća turističkom tržištu. Ponuda je ipak pretežito usmjerena na organizirane grupe prema najavi.

Tablica 3 Aktivni objekti iz djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pica u MŽ stanje 31.12.2017.

	Županija	Čakovec	Nedelišće	Prelog	Mursko Središće	Sv. Martin na Muri
Restoran	36	11	1	20	0	2
Bistro, pizzeria, grill, pivnica, gostionica, krčma	21	4	2	3	1	0
Caffe-bar, kavana	125	49	6	11	5	3
Ostalo	32	8	1	0	1	2
Ukupno	216	72	10	16	7	7

Važan segment turističke ponude Županije predstavljaju i brojne, različito tematizirane manifestacije koje se organiziraju tijekom cijele godine u svim većim mjestima. Iako je dio manifestacija značajnije prepoznat na regionalnom i nacionalnom, a dio i na međunarodnom turističkom tržištu, manifestacije su ipak najvećim dijelom usmjerene na lokalnu ili unutar županijsku potražnju. Procjenjuje se, da se kroz godinu održalo 50 važnijih županijskih manifestacija, koje prema procjeni organizatora posjećuje ukupno oko 450 000 tisuća posjetitelja. Sukladno podacima Službe za gospodarstvo i imovinsko-pravne poslove Ureda

državne uprave u Međimurskoj županiji na području Međimurske županije djeluje deset turističkih agencija s 11 poslovnica, a registrirano je i 125 turističkih vodiča. Agencija 'Etno arttravel' 2014.godine odabrana je od TZ Međimurske županije kao destinacijska menadžment kompanija (DMC) te u tom svojstvu razvija i organizira velik broj višednevnih i jednodnevnih programa iz domene enogastro, kulturnog, aktivnog, wellness i zdravstvenog odmora. Programi se nude na web portalu www.visitmedimurje.com, a dijelom i na internet stranicama agencije <http://www.etnoart-travel.com>. Ostale agencije u najvećoj sumjeri orijentirane na organiziranje i posredovanje putovanja izvan Međimurja. Na području županije uspostavljeno je sedam info centara koji, samostalno ili u suradnji sa suradničkim institucijama, djeluju pri turističkim zajednicama: TZ Međimurje, TZ Čakovec, TZ Mursko Središće, TZ Nedelišće, TZ Prelog, TZ Štrigova, TZ Sveti Martin na Muri. Na području Županije djeluje i Centar za posjetitelje – Križovec kojeg vodi Javna ustanova za zaštitu prirode Međimurska priroda.

Performanse turističkog sektora

U 2017. godini na području Županije ostvareno je **169.494** noćenja što je **17,26% više** nego 2016.g. (144.161) te **70.817** dolaska što je **19,30% više** u odnosu na 2016.g. (59.360). Gosti su prosječno boravili **2,38 dana**.

Tablica 2.3. Registrirana noćenja 2014.-2017. po turističkim zajednicama

Turistička zajednica općine / grada	Godina				% u strukturi 2017.	Indeks 2017/2014
	2014.	2015.	2016.	2017.		
Sveti Martin na Muri	77.299	89.306	108.396	130.642	77,08	169
Čakovec	12.026	14.877	16.623	15.017	8,86	125
Prelog	6.731	8.584	7.157	7.667	4,52	114
Nedelišće	5.594	4.982	5.498	6.288	3,71	113
Mursko Središće	0	0	1.143	150	0,09	0
Štrigova	536	1.420	1.188	1.725	1,02	321
Općine bez TZ: Sveti Juraj na Bregu, Donji Kraljevec, Donji Vidovec	4.238	1.760	7.673	7.999	4,72	189
Ukupno	106.424	120.929	144.161	169.494	100	160

S obzirom na organizaciju dolaska **87% gostiju su bili individualni gosti**, dok je **13%** gostiju bilo u organizaciji agencija. Trend individualnog dolaska nastavljen je i u 2017. godini i rastao je po stopi od 20% u odnosu na 2016.g. Navedeno je pokazatelj da se gosti o destinaciji informiraju i rezervacije vrše sami preko e-maila ili telefonskim kontaktima.

Struktura gostiju prema zemlji porijekla

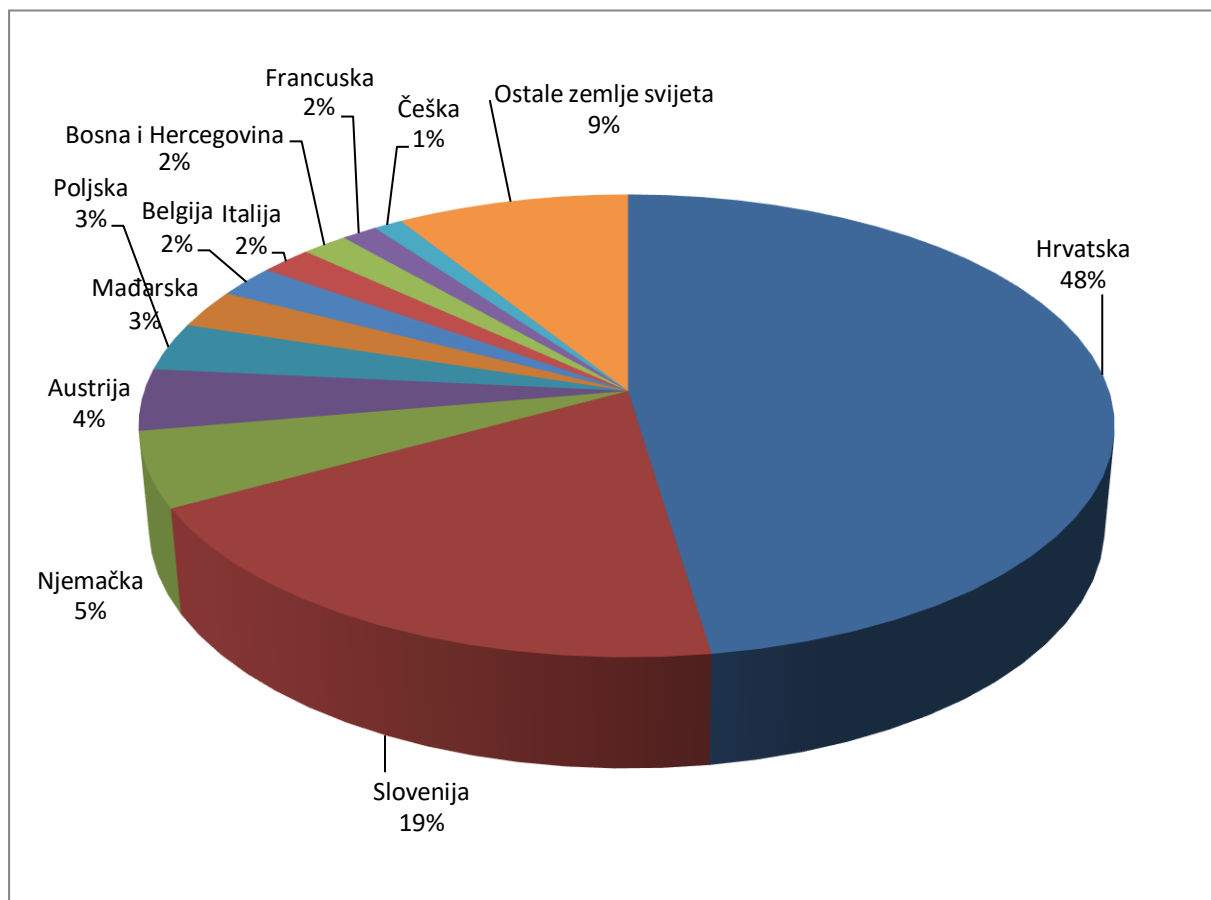
Državljeni Hrvatske ostvarili su u 2017. godini **47 %**, a turisti iz **inozemstva 53%** noćenja .

Tablica 2.3.1 Registrirana noćenja u 2017.g. po zemljama porijekla turista

Država	Broj noćenja
Hrvatska	80.342
Slovenija	32.588
Njemačka	8.867
Austrija	7.256
Poljska	5.684
Mađarska	4.563
Belgija	3.813
Italija	3.332
Bosna i Hercegovina	2.969
Francuska	2.320
Češka	1.849
Ostale zemlje svijeta	15.001
UKUPNO	169.494

Izvor: eVizitor

Grafikon 2.3.1. Struktura noćenja prema zemlji porijekla u MŽ 2017.



3. ANALIZA TRŽIŠTA²

Kvantitativni trendovi i prognoze

UNWTO indeks povjerenja upućuje na nastavak pozitivnih kretanja turističke potražnje u 2017. godini nakon rasta ostvarenog u 2016. godini (rast međunarodnih dolazaka u Europi 5%). Aktualne kratkoročne procjene kretanja potražnje uklapaju se u dugoročne projekcije kretanja turističke potražnje prema kojima je opravdano u razdoblju od 2010. do 2030. opravdano očekivati rast potražnje po prosječnoj stopi od 3%, godišnje uz zadržavanje liderske pozicije Europe u međunarodnim dolascima. Pri tome se procjenjuje se da će na području Europe razina sudjelovanja/sklonost odlaznim putovanjima i dalje biti najviša. Dugoročan rast međunarodnih dolazaka na područje Srednje i Istočne Europe prognozira se po stopi od 3,1% godišnje (UNWTO Tourism Towards 2030 Global Overview, 2011.). Dugoročne projekcije za Hrvatsku ukazuju na potencijal rasta noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima po stopi od 4,2% u razdoblju od 2011. do 2025. godine (Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine, NN 55/2013.).

Dugoročan rast turizma na globalnoj razini praćen je snažnim primjenama njegovih obilježja. Promjene gospodarskog, društvenog i tehnološkog, ali i političkog, okruženja nameću nove obrasce ponašanja koje je moguće prepoznati u svim ključnim odrednicama turističkog tržišta: ponudi, potražnji, upravljanju te marketingu. U segmentu potražnje u prvi plan se proces dijeljenja tržišta na brojne segmente povezane sa životnim ciklusom i stilom te interesima i hobijima. Kupci turističkih usluga općenito su sve iskusniji, informiraniji i kritičniji, okolišno su osviješteni te aktivni korisnici novih komunikacijskih tehnologija. Vrijednost za novac važan je element očekivanja turista, pri čemu proces okretanja postmaterijalističkim vrijednostima ekonomije doživljava i odražava težnju prema širokom i dubokom lancu zabavno-obrazovnih sadržaja. U međudodnosu s promjenama potražnje, izrazito značajne promjene događaju se i u sferi ponude pri čemu diversifikacija proizvoda kombinirana s nužnim produbljivanjem i proširivanjem lanca vrijednosti pojedinih proizvoda, a time i procesom destinacijske integracije svih sudionika/aktera kompleksnih turističkih doživljaja, određuju ključne kvalitativne trendove. Odgovarajući na nove društvene vrijednosti uvjetovane procesima globalizacije te pritiscima na okoliš, nezaobilazan element ponude turističkih usluga postaje primjena načela i procedura 'zelene prakse' i na razini destinacija i na razini pojedinih objekata te inzistiranje na poštivanju specifične 'slike' prostora i 'duha' lokalne zajednice u oblikovanju prostora i kreiranju ponude. Kvalitativne promjene ponude nameću i mijenjanje modela marketinga i upravljanja marketinške aktivnosti se usmjeravaju prema imidžu destinacija njegovanjem destinacijskog brenda te tehnikama preciznog ciljanja potencijalnih kupaca, posebice primjenom alata internet marketinga te modela fleksibilnih cijena. Upravljanje turizmom ulazi u fokus svih razvojnih dionika pri čemu održivost i dugoročan vremenski horizont postaju temeljna načela ponašanja, a partnerstvo i umrežavanje te certificiranje kvalitete ključni mehanizmi učinkovitog upravljanja destinacijama.

²Master plan razvoja turizma MŽ 2016-2020

Obilježja kvalitativnih trendova

U nastavku se daje kratak pregled ključnih odrednica tržišnih atraktivnosti za Međimursku županiju, slijedom resursne osnove, strateških planova i stavova dionika, perspektivnih turističkih proizvoda:

Tabela 3.1. Relevantni demografski interesni segmenti

Demografski segmenti	
Djeca školske dobi (6 - 17)	<ul style="list-style-type: none"> • putuju uglavnom organizirano • očekivanja: sigurnost, jednostavan smještaj, zanimljivi i aktivni sadržaji • informacije: škole i dječja društva informiraju se direktnim kontaktima, vjerni su „provjerenim“ destinacijama
Studenti (18 - 25)	<ul style="list-style-type: none"> • putuju pretežito tijekom ljeta • očekivanja: cjenovno prihvatljiv smještaj (hosteli, kampovi, razmjena stanova), aktivnosti, sadržaji, mobilnost • informacije: internet i društvene mreže
Mladi parovi (oko 26 - 35)	<ul style="list-style-type: none"> • putuju tijekom cijele godine • očekivanja: „posebno“ iskustvo, kvaliteta, šoping u kratkom vremenu bez većih cjenovnih ograničenja • informacije: internet, društvene mreže, <i>lifestyle</i> časopisi, prijatelji
Obitelji s djecom (oko 35 - 50)	<ul style="list-style-type: none"> • putuju tijekom praznika • očekivanja: dobra vrijednost za novac i sadržaji prilagođeni potrebama djece • informacije: internet, prijatelji, obiteljski časopisi, prethodna iskustva (vjernost)
Zrela dob (oko 50 - 65)	<ul style="list-style-type: none"> • putuju tijekom cijele godine • očekivanja: „duh“ i „mjesto sa šarmom“, žele učiniti „nešto dobro za sebe“, kvaliteta • informacije: specijalizirani tisak, internet, preporuke
Treća dob (65+)	<ul style="list-style-type: none"> • putuju u proljeće i jesen, uglavnom organizirano u grupi • očekivanja: ugodan i jednostavan smještaj, mirnije destinacije, razgledavanje glavnih atrakcija • informacije: preporuke

Relevantni turistički proizvodi u Međimurju

Rekreacija i sport: biciklizam, pješaćenje, lov i ribolov, adrenalinski sportovi, sportske pripreme

- Obuhvat: izrazito širok i stalno evoluirajući skup aktivnosti podržan orijentacijom kupaca ka zdravom životu i boravkom u prirodi
- Očekivani rast: do 30% godišnje, očekuje se da će u budućnosti posebno rasti interes za ekstremnim aktivnostima i neuobičajenim destinacijama, 'kombiniranim putovanjima' (npr. 'biciklizam i hrana') te društveno odgovornim putovanjima (npr. čišćenje okoliša)

- Faktori uspjeha: kvaliteta sportske infrastrukture, posebnosti prirodnog okoliša, kvaliteta usluga u sportu (prihvaćanje međunarodnih standarda) i kvaliteta prateće ponude u destinaciji.

Zdravstveni turizam: wellness, lječilišni, medicinski

- Obuhvat: putovanja motivirana potrebom za unapređenjem zdravlja i poboljšanjem kvalitete života
- Očekivani rast: 10% do 15% godišnje, očekuje se da će zdravstveni turizam biti jedan od glavnih motiva putovanja u budućnosti s obzirom na rastuću orijentaciju prema zdravstvenoj prevenciji, zdravom životu te trend starenja stanovništva
- Faktori uspjeha: kvaliteta specijaliziranih centara, kvaliteta prateće turističke ponude u destinaciji, kompatibilan razvoj destinacije.

Kulturni turizam: gradski, turizam baštine, događanja, kultura života i rada

- Obuhvat: heterogen proizvod koji obuhvaća putovanja pretežito motivirana upoznavanjem kulturne baštine, povijesti, umjetnosti i 'kulture života i rada' društvene zajednice
- Očekivani rast: u granicama globalnih kretanja potražnje budući da se procjenjuje da oko 40% svih međunarodnih odmorišnih putovanja sadrže komponentu kulture, dok za oko 25% Europljana kulturna baština ima presudnu ulogu u izboru destinacije, očekivani rast generira sve veća starija populacija s dovoljno slobodnog vremena i raspoloživog prihoda te sve obrazovanija mlađa populacija
- Faktori uspjeha: značaj i posebnost lokaliteta/spomenika/događanja, kvaliteta prezentacije građe, kvaliteta prateće turističke ponude u destinaciji.

Gastronomija i enologija: vinska cesta, tematske ceste, manifestacije, gastro punktovi

- Obuhvat: putovanja djelomično ili potpuno motivirana konzumacijom hrane i pića, destinacije ili iskustvima povezanim s gastronomijom i enologijom koja uključuju razvijanje spoznaja o lokalnoj eno-gastronomiji, promatranje i/ili uključivanje u procese proizvodnje i prerade, kupnju lokalnih proizvoda i obilasku tematskih cesta i festivala
- Očekivani rast: jedan od najdinamičnijih segmenata turističkog tržišta, rast potražnje uglavnom generira domaća potražnja budući da je međunarodni segment turizma relativno nizak
- Faktori uspjeha: obilježja destinacijske kuhinje, imidž destinacije, kvaliteta ugostiteljske i ponude vina, kvaliteta prateće turističke ponude i manifestacija.

Poslovni turizam: skupovi, insentive

- Obuhvat: različiti tipove poslovnih događanja/putovanja uključujući sastanke, konferencije i kongrese te izložbe i sajmove.
- Očekivani rast: oporavak potražnje i ostvarenje dugoročnog rasta u okvirima prognoza UNWTO-a o globalnoj potražnji (3%-4% Europa)
- Faktori uspjeha: atraktivnosti i imidž destinacije, sigurnost, dostupnost, hotelska ponuda, sadržajnost i kvaliteta usluga, cjenovna pozicija destinacije, primjena eko procedura, kvaliteta DMC/PCO agencija i kongresnih ureda, raspoloživost različitih vrsta objekata za poslovne skupove.

Konkurentna pozicija Međimurske županije

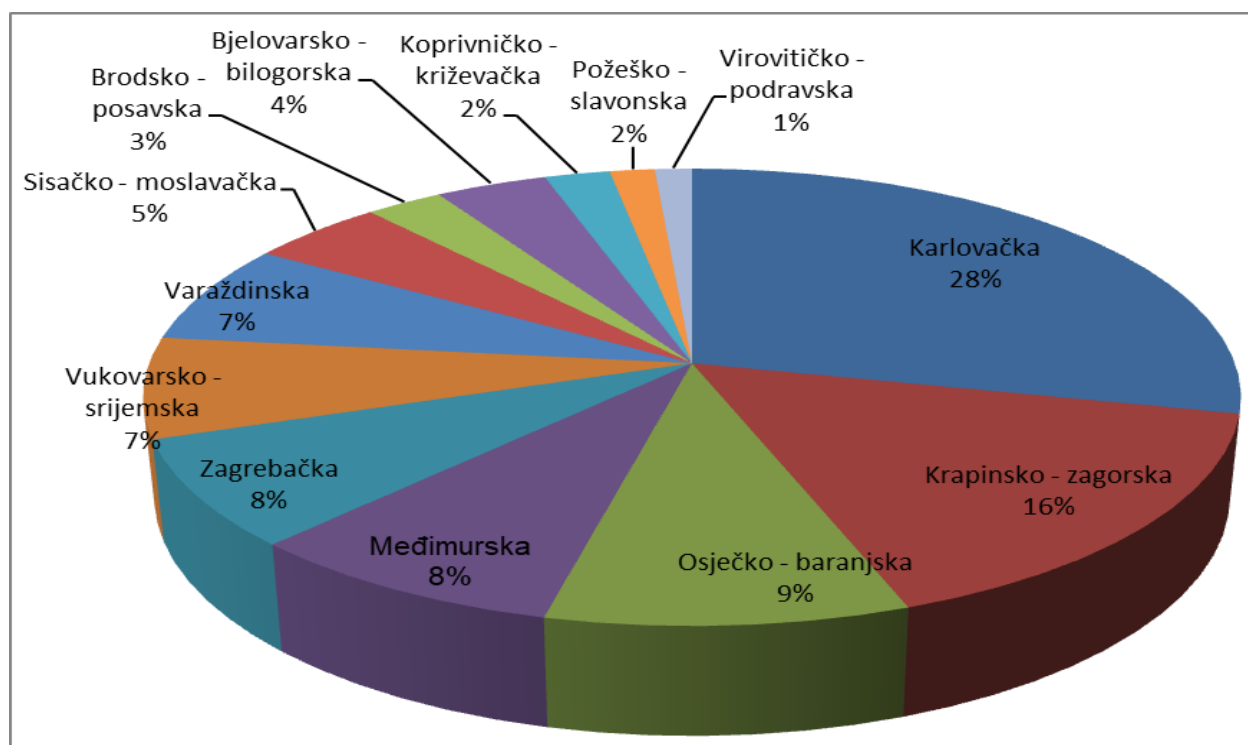
U komparaciji 13 „kontinentalnih županija“ (izuzevši grad Zagreb) Međimurska županija zauzima četvrto mjesto prema broju ostvarenih noćenja, šesto mjesto prema broju dolazaka, a prvo mjesto kada promatramo dužinu boravka u destinaciji.

Tabela 3.3.1. Komparacija dolazaka i noćenja „kontinentalnih“ županija u 2017.g.

ŽUPANIJA	01.01.2017- 31.12.2017		01.01.2016- 31.12.2016		Godišnji indeks		Dani boravka
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	
Karlovačka	333.999	576.094	278.468	473.657	119,94%	121,63%	1,72
Krapinsko - zagorska	141.285	321.883	122.711	281.291	115,14%	114,43%	2,28
Osječko - baranjska	93.934	188.314	88.586	178.826	106,04%	105,31%	2,00
Međimurska	70.817	169.046	59.360	144.161	119,30%	117,26%	2,39
Zagrebačka	86.987	154.082	75.046	132.276	115,91%	116,49%	1,77
Vukovarsko - srijemska	90.072	143.923	69.979	106.998	128,71%	134,51%	1,60
Varaždinska	61.441	142.152	52.131	132.465	117,86%	107,31%	2,31
Sisačko - moslavačka	46.997	93.949	29.540	82.855	125,24%	113,39%	2,00
Brodsko - posavska	28.790	53.354	26.678	49.175	107,92%	108,50%	1,85
Bjelovarsko - bilogorska	33.855	76.994	21.250	73.479	112,26%	104,78%	2,27
Koprivničko - križevačka	19.746	44.875	18.192	44.608	108,54%	100,60%	2,27
Požeško - slavonska	13.349	30.895	11.516	27.441	115,92%	112,59%	2,31
Virovitičko - podravska	12.084	25.510	13.793	36.459	87,61%	69,97%	2,11

Izvor: eVizitor

Grafikon 3.3.1. Struktura tržišnog udjela po kontinentalnim županijama 31.12.2017.g.



4. IZVRŠENJE MARKETING PLANA TZMŽ ZA 2017.g.

Ostvarenje ciljeva marketinške politike za 2017.g.

Ciljevi marketinške politike TZMŽ postavljeni u Programu rada za 2017. godinu bili su:

<p>Strateški ciljevi</p>	<p>–Povećanje prepoznatljivosti Međimurjana ciljnim tržištima kao stacionarne i izletničke destinacije dinamičnog iz dravog odmora</p> <p>–Povećanje atraktivnosti Međimurjana ciljnim tržištima kao stacionarne, izletničke i tranzitne destinacije za cijelu godinu</p>
<p>Operativni ciljevi za 2017.g.</p>	<p>–Povećanje broja registriranih noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima prosječnoj stopi od 5% godišnje</p> <p>–Povećanje udjela registriranih inozemnih noćenja ukupno 10 postotnih poena</p> <p>–Povećanje prosječne dnevne potrošnje posjetitelja prosječnoj stopi od 7% godišnje</p>

2017. godinu postignuti su sljedeći rezultati:

- povećan je obujam fizičkog turističkog prometa za 19% u broju dolazaka i 17% u broju noćenja u odnosu na 2016.g.
- udio broja noćenja inozemnih gostiju porastao je za 14% u odnosu na 2016.g.
- povećan je ukupan broj smještajnih jedinica za 5 % u odnosu na 2016.g.
- porasla je dužina boravka gostiju u destinaciji za 10% u odnosu na 2016.g. te temeljem toga procjenjujemo da je i povećana dnevna potrošnja za planiranih 7 %.

Ostvarivanje prihoda TZMŽ u 2017.g.

U 2017. godini ostvareno je ukupno **1.855.081,22** kuna prihoda što je 73 % u odnosu na prvobitni financijski plan odnosno 100% u odnosu na rebalans plana. Izvorni prihodi koje čine turistička članarina i boravišna pristojba ostvareni su u visini 273.158,11kn što je u skladu s planom i čine 15% od ukupnih prihoda. Prihodi od potpore Međimurske županije ostvareni su u visini 1.250.000,00 kuna što je 100% u odnosu na prvobitni plan i činili su 67% u strukturi. Potpore od GU HTZ realizirane su u visini od 193.126,76 kn i činile su 10% u ukupnom prihodu. Sredstva od EU fondova realizirana su u visini 114.101,86 i činila su 6% prihoda. Ostali prihodi realizirani su u visini 24.694,49 kuna što čini 1% u strukturi ukupnih prihoda, a odnose se na prihode od prodaje ulaznica za event Lijepa naša te refundacija HZZ-a doprinosa za stažiste.

4.3. Ostvarivanje marketinških aktivnosti u 2017.g.

4.3.1. RAD TURISTIČKOG UREDA I TIJELA TZMŽ

Rad ureda TZMŽ

Ured TZMŽ je djelovao u uredskom prostoru u sklopu Međimurske županije na adresi R. Boškovića 2 Čakovec. Ured je opremljen potrebnom informatičkom opremom i uredskim namještajem. U uredu su bili zaposleni: Rudi Grula -voditelj ureda, Iva Vurušić - stručna suradnica. U uredu je radio jedan stažista u skladu s Mjerom stručnog osposobljavanja HZZ.

- **Planirani ciljevi** bili su :
 - osigurati nesmetan rad Tijela TZMŽ
 - osigurati provedbu Programa rada i financijskog plana TZMŽ
- **Provedene aktivnosti:**
 - organizacijske i logističke poslove neposredno vezane uz realizaciju Programa rada
 - poslove pripreme materijala i vođenje zapisnika za sjednice Turističkog vijeća, sjednice Skupštine i sjednice Nadzornog odbora
 - sudjelovanje u radu Strukovne grupe za turizama pri ŽK HGK, Savjeta Međimurske vinske ceste, Koordinacije Klastera Središnje Hrvatske, Stručne skupine za pripremu Zakon o turizmu Ministarstva turizma i drugih stručnih tijela vezanih na razvoj turizma,
 - sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou Županije u svezi s izradom Masterplana razvoja turizma i Operativnog plana razvoja cikloturizma MŽ,
 - pružanje stručne i svake druge pomoći turističkim zajednicama s područja Županije u pitanjima važnim za njihovo djelovanje i razvoj te poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena,
 - prikupljanje i redovita obrada podataka o turističkom prometu i svih drugih podataka bitnih za praćenje izvršenja postavljenih ciljeva i zadaća (zbirno izvješće općina i gradova),
 - obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom,
 - izradu polugodišnjih i godišnjih izvješća, analize i ocjena ostvarivanja programa rada i financijskog plana TZMŽ
 - ustrojavanje jedinstvenog turističkog informacijskog sustava (DIS) , sustava prijave i odjave turista i statističke obrade prema turističkim zajednicama nižeg ustroja i Hrvatskoj turističkoj zajednici eVisitor,
 - objedinjavanje zajedničkih razvojnih projekata turističkih zajednica općina i gradova,
 - organizacijske i logističke poslove neposredno vezane uz realizaciju programa rada
 - poslove informiranja poslovnih subjekata, građana i drugih subjekata o turističkoj ponudi i drugim informacijama vezanim uz rad TZMŽ-a
 - pribavljao, izdavao i kontrolirao financijsku dokumentaciju te ju pripremao za knjigovodstveni biro radi knjiženja,
 - obavljanje i drugih poslova propisanih Zakonom, drugim propisima i Statutom TZMŽ.
- **Realizirani izdaci:** od 291.336,60 kn odnose se na: bruto plaće i naknade zaposlenika, komunikacijske troškove, uredski materijal, sitni inventar, nabavu OS, knjigovodstvene usluge, takse i naknadu za platni promet, reprezentaciju, doprinose stažista.
- **Ostvareni rezultati:** Ured turističke zajednice nesmetano je poslovao te u sve planirane programske aktivnosti u potpunosti su izvršene.

Rad tijela TZMŽ

- **Planirani ciljevi** bili su :
 - Postizanje rezultata zacrtanih Programom rada TZMŽ za 2017.g.
- **Provedene aktivnosti** : Tijekom 2017. godine održane su :
 - 6 sjednice Turističkog vijeća TZMŽ
 - 2 sjednice Skupštine TZMŽ
 - 2 sjednice Nadzornog odbora
- **Ostvareni rezultati**: Održan je planirani broj sjednica tijela. Članovi tijela u visokom postotku su se odazivali na sjednice i aktivno sudjelovali u raspravama. Tijela TZMŽ uspješno su i u zadanim rokovima ostvarivale statutarne i zakonske zadatke. Detaljni pregled aktivnosti donosi se u Izvješću o radu Turističkog vijeća TZMŽ za 2017.g.
- **Realizirani izdaci** Odlukom TV TZMŽ za svoj rada članovi tijela odrekli su se naknada u korist odlaska na stručno putovanje.

DIZAJN VRIJEDNOSTI PONUDE

Upravljanje destinacijom i potpora DMK

- **Planirani ciljevi** bili su :
 - uspostava integralnog turističkog proizvoda Međimurja kao jedinstvene destinacije
 - usmjeravanje planiranja i razvoja u turističkom zajednicama općina i gradova
 - poticanje kvalitete ponude i praćenje zadovoljstva gostiju
- **Provedene su aktivnosti**:
 - koordinacija postojećih klubova kvalitete: bike i smještaj Cyclistwelcome, restorateri: Međimurski gurman
 - potpora u kreiranju i distribuciji turističkih paketa DMC-u „Etno arttravel“
 - organizacija studijskog putovanja za članove TZ i JLS, OPG-e i tvrtke iz Donjeg Međimurja
- **Realizirani su izdaci** 35.990,40 kn odnose se na intelektualne usluge.
- **Ostvareni rezultati**:
 - uspostavljen i koordiniran planirani broj klubova kvalitete,
 - porasla je razina znanja i vještina ponuditelja turističkih usluga na području MŽ
 - ojačani su kapaciteti destinacijske menadžment kompanije
 - sustav TZ-a funkcionirao je na zadovoljavajućoj razini.

Program „Međimurje CyclistWelcome“

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - pozicioniranje Međimurja kao visoko kvalitetne cikloturističke destinacije u Hrvatskoj te bližoj regiji
 - diferencijacija cikloturističkog proizvoda Međimurja u odnosu na ponudu u široj regiji kao bike prijateljske,
 - rast dolazaka i noćenja cikloturista u Međimurju za 10% u odnosu na 2016.g.
- **Provedene su aktivnosti** :
 1. Unapređenje i održavanje javne biciklističke infrastrukture:
 - zamjena oštećenih putokaznih i obavijesnih oznaka na bike rutama i održavanje postojećih biciklističkih odmorišta

- izrada natječajne dokumentacije za Javni poziv Min. Turizma i vođenje procesa izrade i donošenja *Operativnog plana razvoja cikloturizma Međimurske županije do 2020. godine* u suradnji s MŽ,

2. Unapređivanje labela „Međimurje Cyclist Welcome“ jačanje širenje labela i standarda kvalitete MCW u Međimurju provedbom godišnje evaluacije članova te u Hrvatskoj putem edukacije ponuđača usluga prijenosom iskustva u Gradu Varaždinu i Zagrebačkoj županiji.

3. Organizacija bike eventa „Panamura“ 2017 u suradnji s biciklističkim klubom MBKM Čakovec i Općinom Nedelišće te drugim JLS-ima na ruti s preko 250 sudionika.

4. **Projekta Cycle in a network 2.0 (CIAN) Interreg HUHR (MT 22)** u partnerstvu s ŽUC MŽ, Općinom Štrigova i Gradom Nagykanizsa HU održani su koordinacijski sastanci, provedena je nabava za konzultanta za javnu nabavu.

- **Realizirani izdaci: 59.893,29** kn odnose se na troškove: bruto plaća voditelja projekta, intelektualne usluge, putovanja, grafičke usluge.
- **Ostvareni rezultati:** zadržana visoka kvalitete opremljenosti biciklističkih staza i odmorišta, Međimurje pozicionirano kao jedna od vodećih cikloturističkih destinacija u Hrvatskoj od stručne javnosti i turista, izrađen dokument Operativnog plana razvoja cikloturizma MŽ do 2020. , procjenjujemo da je broj cikloturista porasta za 10% u odnosu na 2016.g.

Program „Međimurski gurman“

- **Planirani ciljevi** programa bili su:
 - pozicioniranje Međimurja kao enogastronomske destinacije na domaćem i ino tržištu
 - diferencijacija enogastroproizvoda destinacije u odnosu na ponudu u regiji
 - rast dolazaka „ enogastro“ turista u Međimurju za 10% u odnosu na 2016.g
- **Provedene su aktivnosti:**
 1. Unapređivanje labela „Međimurski gurman“
 - daljnja promocija i širenje labela MG u suradnji sa partnerima iz gospodarstva
 - proveden 3.krug ocjenjivanja ugostiteljskih objekata u MŽ metodologijom „tajnog gosta“ u 20 objekata od čega je za 10 dodijeljena oznaka kvalitete Zlatni gurman.
 2. Unapređivanje i promocija labela: „Gornje Međimurje – EDEN za lokalnu gastronomiju“ – izrada promotivnog koncepta, označavanje objekata, oglašavanje
 3. Suorganizacija enogastronomskih evenata: Urbanovo 2017 i Advent u gradu Zrinskih.
 4. Edukacija gospodarskih subjekata - provedene 2 radionice s vrhunskim hrvatskim stručnjacima.
- **Realizirani izdaci:** od 137.729,91 kn odnose se na honorare izvođačima, transportne troškove, najamnine opreme, intelektualne usluge, članarinu.
- **Ostvareni rezultati:** U labelling sustav uključeno je 10 restorana kojima je povećana prepoznatljivost na nacionalnom turističkom tržištu, povećana je razina senzibiliziranosti i educiranosti široke javnosti za međimursku tradicijsku kuhinju, povećana je prepoznatljivost Međimurja kao eno-gastro destinacije na domaćem i međunarodno tržištu, Gornje Međimurje definiralo se kao prestižna EDEN destinacija u lokalnoj gastronomiji.

Program „Volim Međimurje“

- **Planirani ciljevi** programa bili su:
 - mobilizacija svih subjekata na očuvanju turističkog prostora,
 - unapređivanje turističkog okružja i zaštita okoliša,
 - podizanje razine gostoljubivosti i stvaranje klime dobrodošlice u destinaciji.
- **Provedene su aktivnosti:**
 - **Zeleni cvijet Međimurja** - U suradnji Međimurskim novinama provedeno je ocjenjivanje uređenosti okućnica, ugostiteljskih objekata i OPG-a, sponzorirana je nagrada sudionicima u obliku jednodnevnog izleta u arboretum V. Potok.
 - **EDEN-** TZMŽ se aktivno uključila u djelovanje nacionalne i europske EDEN mreže i u suradnji s GU HTZ promocija međimurskih EDEN destinacija Sv. Martina na Muri i Gornjeg Međimurja
 - **Čovjek ključ uspjeha** - u skladu sa kriterijima HTZ-a izabrani su djelatnici godine i kandidirani Glavnom uredu HTZ-a koji je kao dobitnike na nacionalnom nivou proglasio: Dino Mađarić – vozač, Nino Škrobar - spasitelj, tvrtka Multimedia Čakovec – inovacija u turizmu, Etno arttravel – turistička agencija.
 - **Suncokret ruralnog turizma** – u skladu s kriterijima kandidirani su i na nacionalnom nivou nagrađeni: Toplice Sveti Martin – za projekt Tjedan biodinamike , Etno arttravel – za projekt Garden route,
 - **Interstas**– međunarodna nagrada Europske asocijacije novinara dodijeljena je predsjedniku TZMŽ g. Matiji Posavcu, a posebno priznanje Dječjem centru Čakovec
 - **Svjetski dan turizma** - u suradnji sa sustavom TZ-a i gospodarskim subjektima obilježen je 27.09. prigodnim programom u centru Čakovca.
- **Realizirani izdaci:** od **70.638,14** kn odnose se na intelektualne usluge, ugostiteljske usluge, ostale usluge.
- **Ostvareni rezultati:** Porasla je svijest stanovnika MŽ o važnosti ekološke održivosti, uređenju okoliša – uključeno je nekoliko stotina sudionika, nacionalna i međunarodna javnost upoznata je s kvalitetom turističke ponude i održivim pristupom u razvoju turizma u MŽ, značajno je porasla prepoznatljivost turizma MŽ.

Program „Međimurje u pokretu“

- **Planirani ciljevi** programa bili su:
 - ojačati suradnju ponuditelja sportsko-rekreativnih turističkih sadržaja
 - uspostaviti uvjete za uvođenje trackinga kao novog segmenta aktivnog odmora u MŽ
 - diverzifikacija turističkog proizvoda Međimurja
 - podizanje kvalitete aktivnog odmora u MŽ
- **Provedene su aktivnosti:**
 - Realizacija projekta planirana je financiranje iz prekograničnog projekta Stop&taste Interreg SIHR koji nažalost nije prihvaćen od strane EU. Zbog nedovoljnih vlastitih izvora financiranja provedba projekta je odgođena za 2019-2020 kada se ponovo planira kandidirati za EU sredstva.
- **Realizirani izdaci:** **6.264,10** kn odnose se na intelektualne usluge i troškove službenih putovanja za pripremu projektne aplikacije i sastanke projektnog tima
- **Ostvareni rezultati:** pripremljen je i kandidiran projekt za sufinanciranje od EU fondova u suradnji sa hrvatskim i slovenskim partnerima.

Program VisitMeđimurjecard

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - poticanje umrežavanja i suradnje ponuditelja turističkih usluga u MŽ
 - porast dužine boravka gostiju u MŽ za 5% u odnosu na 2016.g.
 - porast potrošnje po gostu u MŽ za 5% u odnosu na 2016.g.
- **Provedene su aktivnosti:**
 - Realizacija projekta planirana je financiranje iz prekograničnog projekta Stop&taste Interreg SIHR koji nažalost nije prihvaćen od strane EU. Zbog nedovoljnih vlastitih izvora financiranja provedba projekta je odgođena za 2019-2020.

Program Ekomuzej Međimurja

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - jačanje ponude kulturnog turizma temeljenog na baštini Zrinskih i nematerijalne kulturne baštine Međimurja
 - poticanje umrežavanja i suradnje vlasnik prirodne i kulturne baštine te ponuditelja turističkih usluga u MŽ
 - porast dužine boravka gostiju u MŽ za 5% u odnosu na 2016.g.
 - porast potrošnje po gostu u MŽ za 7% u odnosu na 2016.g.
- **Provedene aktivnosti:**
 - projekt **Revitalizacija i rekonstrukcija fortifikacije Starog grada Zrinskih u muzej nematerijalne kulture** sufinanciran od OP Konkurentnost i kohezija:izrađena je studija za provedbu Integriranih marketinških komunikacija i održana tiskovna konferencija na kojoj su predstavljeni novi brend „Riznica Međimurja“ Muzeja nematerijalne baštine Međimurja,
 - projekt **Buđenje**: održani su organizacijski sastanci te izrađen Komunikacijski plan u partnerstvu s Općinom Goričan, Občinom Šentilj i Zavodom za turizam Maribor.
 - projekt **Attractour** OP Interreg HUHR održani su koordinacijski sastanci vezani za aktivnost obnove zgrade budućeg turističkog centra i provedena FB u partnerstvu s MŽ, REDEA, Gradom Letenye i Sveučilište Panon.
- **Realizirani izdaci:326.917,43kn** odnose se na plaću voditelja projekata, intelektualne usluge, troškove putovanja i administrativne troškove.
- **Ostvareni rezultati:**TZMŽ je izradila potrebne marketinške studije i aktivno je uključena u projektni tim za realizaciju projekta „Revitalizacija i rekonstrukcija fortifikacije Starog grada Zrinskih u muzej nematerijalne kulture“ sufinanciran od OP Konkurentnost i kohezija. Osiguran je nesmetan tijek sva tri EU projekta.

KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI PONUDE

ONLINE KOMUNIKACIJE

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - povećanje broja posjetitelja na www.visitmedimurje.com od 20% u odnosu na 2016.g.
 - porast vidljivosti destinacije na domaćem i međunarodnom tržištu
 - povećanje broja „prijatelja“ na web.visitmedimurje.com i Facebook stranicama <https://hr-hr.facebook.com/TZMedimurskeZupanije> za 20% u odnosu na 2016.g.
 - unapređenje centralnog destinacijskog informacijskog sustava
- **Provedene su aktivnosti:**
 - o Osnovni alat e-marketinga TZMŽ su web stranice www.visitmedmurje.com
 - provedena GoogleAdWords kampanja za hrvatsko i slovensko tržište kroz objavu banera na web portalima
 - provođeno ažuriranje i obogaćivanje sadržaja destinacijskog web i web 2.0 portala
 - upravljanje destinacijskim informacijskim sustavom (DIS) - proširivanje i osvježavanje baze podataka
 - nabavljen samostojeća info displeja s medija playerima i software-ima kao dio destinacijskog informacijskog sustava

Tip medija	Broj PR objava	Tržište objave
Internet portali	20	HR
	2	ENG
	2	NL

- **Realizirani izdaci:** od **157.684,42** kn odnose se usluge kreiranja oglasa, objave oglasa, zakupa hostinga, nabava OS IT opreme, ostale IT usluge
- **Ostvareni rezultati:**
 - porastao broj posjeta na www.visitmedimurje.com od **21%** u odnosu na 2016.g.
 - porastao broj „prijatelja“ na Facebook stranicama <https://hr-hr.facebook.com/TZMedimurskeZupanije> za **5 %** u odnosu na 2016.g.
 - Procjenjujemo da je ukupna tržišna vrijednost PRa- online komunikacija iznosila preko 2milijun kuna

OFFLINE KOMUNIKACIJE

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - porast vidljivosti destinacije na domaćem i međunarodnom tržištu
 - porast PR objava za 10% u odnosu na 2016.g.
- **Provedene su aktivnosti objave oglasa:**
 - sufinancirano djelovanje PR agencija za Slovensko i Austrijsko tržište u suradnji s Toplicama Sveti Martin
 - provedeno je plaćeno oglašavanje i brifiranje medija rezultirali su PR objavama

Specifikacija oglašavanja i PR objava u offlinemedijima

Tip medija	Ukupan format Oglasa	Ukupan format PR objava	Tržište objave
Novine i časopisi	22 objava	39 str	HR
	60 objava	66 str	SLO
	30 objava	22 str	AU
Radio	750 min	180 min	HR
TV	36 min	60 min	HR
	-	30 min	SLO
Outdoor (Jumbo plakati i City light)	39objava x 30 dana	--	HR

- Procijenjena PR vrijednost objavljenih priloga je 3milijun kuna.

Realizirani izdaci: od **234.515,94kn** odnosi se na usluge oglašavanja.

- Za potrebe komunikacije i promocije s potencijalnim turistima na sajmovima i drugim promotivnim aktivnostima nabavljeni su i distribuirani promotivni materijali:

Specifikacija nabavljenih i distribuiranih tiskanih, multimedijalnih i drugih promomaterijala

Rb.	Vrsta promomaterijala	Jedinica mjere	Količina
1.	Turistička karta Međimurja	Kom	7.500
2.	T shirt majica s tiskom	Kom	275
3.	Leci, plakati	Kom	100
4.	Pozivnice, priznanja, zahvalnice, ulaznice	Kom	1700
5.	Originalni parfemi	kom	42
6.	Suveniri razni (koštice, vino, kolači, bučinoulje..)	kom	300

- **Realizirani izdaci** za nabavu promotivnih materijala: **61.618,61kuna**

- **Ostvareni rezultati tržišnih komunikacija:**

- porasla je vidljivost MŽ kao turističke destinacije što se posljedično očituje kroz povećanje broja jedinstvenih posjeta na web portal visitmedimurje.com za **21%** u odnosu na 2016.g.
- porastao broj PR (medijskih besplatnih) objava za 10% u odnosu na 2016.g.
- osigurana je dovoljna količina promotivnih materijala za sajamske, prezentacijske nastupe te potrebe turističkih info centara i gospodarskih subjekata u MŽ.
- procjenjujemo da je ukupna tržišna vrijednost offlinei online komunikacija iznosila preko 4 milijuna kuna što je 10 puta više nego što je utrošeno u plaćene oglase.

„Smeđa“ turistička signalizacija

- **Planirani cilj** bio je: kvalitetno usmjeravanje turista u destinaciji do atrakcija.
- **Provedene su aktivnosti:** postavljeno je 1kom smeđih putokaza i 1 pozdravna tabla kod D. Dubrave koji su dotrajali ili oštećeni te za nove objekte.
- **Realizirani izdaci:** **45.812,50** kn odnose se na usluge izrade i postavljanja signalizacije

DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

Sajmovi

- **Planirani cilj** bili su:
 - porast vidljivosti turističkih proizvoda MŽ na domaćem i stranom tržištu
 - direktna promocija na ciljanim tržištima
- **Provedene su aktivnosti:** u suradnji zainteresiranim gospodarskim subjektima i partnerskim turističkim zajednicama organizirani su nastupi na:

Specifikacija realiziranih sajamskih nastupa u 2017.

Rd.br.	Sajam	Datum	Mjesto
1.	Biofach sajam	16.-17.02.2017.	Nurnberg
2.	Place2go	17.-19.03.2017.	Zagreb
3.	Argusbike festival	01.-02.04.2017.	Beč
4.	10. Međunarodni sajam Radgona	21.-23.04.2017.	Gornja Radgona
5.	Urbanovo	19.-21.05.2017.	Štrigova
6.	MESAP	09.-11.06.2017.	Nedelišće
7.	50. MOS	11.-17.09.2017.	Celje
8.	Mesap jesen	18.-19.11.2017.	Nedelišće

- **Realizirani izdaci:** od **69.762,69**kn odnose se na najam i uređenje prostora, t troškove putovanja i transporta, ugostiteljske usluge i potrošne materijale.

- **Ostvareni rezultati:**

- ostvareni direktni kontakti s preko 50.000 potencijalnih gostiju domaćem i inozemnim tržištima.
- porast prepoznatljivost turističkog proizvoda Međimurja

Studijska putovanja novinara i agenata

- **Panirani ciljevi** programa bili su:
 - promocija turističkog proizvoda destinacije
 - porast vidljivosti destinacije na domaćem i inozemnom tržištu
- **Provedene su aktivnosti:** u suradnji s GU HTZ-a, a u skladu sa Pravilima za studijska putovanja novinara realizirani su programi domaće i inozemne novinare i putničke agencije.

Specifikacija realiziranih programa studijskih putovanja novinara i agenata

Rb	Naziv medija	Datum	Broj osoba	Zemlja
1.	TheDailymeal	23.-27.02.2017.	1	V. Britanija
2.	ReiseführerKroatien	04.04.2017.	1	Njemačka
3.	Choicetravel magazine	05.05.2017.	2	Nizozemska
4.	Grupa slovenskih medija	17.-19.05.2017.	10	Slovenija
5.	TourGuide	31.7.-02.08.2017.	4	Belgija
6.	Hrvatski radio 1. program	01.-04.8.2017.	1	Hrvatska
7.	Travioor.com	28.-30.07.2017.	4	V. Britanija
8.	E. Burneis	02.-03.09.2017.	12	Hrvatska
9.	Televizija Slovenija	20-21.09.2017.	6	Slovenija
10.	MEF	10-11.11.2017.	25	Hrvatska
11.	Hrvatski radio 2. program	04.12.2017.	4	Hrvatska
	UKUPNO:		70	6 zemalja

- **Realizirani izdaci:** od **33.313,50** odnose se na intelektualne i ugostiteljske usluge
- **Ostvareni rezultati:**
 - objavljeni su promotivni članci o destinaciji u procijenjenoj vrijednosti od preko 1 milijun kn
 - Porasla vidljivost i prepoznatljivost Međimurja kao turističke destinacije

Posebne prezentacije

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - promocija turističkog proizvoda destinacije
 - porast vidljivosti destinacije na domaćem i inozemnom tržištu
- **Provedene su aktivnosti:** u suradnji zainteresiranim gospodarskim subjektima i partnerskim turističkim zajednicama organizirani su nastupi na:

Specifikacija realiziranih posebnih prezentacija

Rb.	Naziv	Mjesto održavanja	Vrijeme održavanja	Napomena
1.	Hrvatski bal u Beču	Beč	22.01.2017.	Prezentacija turističke ponude
2.	Kajkavci u Lisinskom	Zagreb	19.03.2017.	Prezentacija enogastronomike i kulturne ponude
3.	Interstas	Solin	09.-11.11.2017.	Prezentacija enogastronomike ponude
4.	Turistička burza PUT	Split	15.-16.11.2017.	Prezentacija enogastronomike ponude
5.	Lijepom našom	Čakovec	22.-23.11.2017.	Prezentacija kulturne ponude

- **Realizirani izdaci:** od **122.031,57** odnose se na najam i uređenje prostora, transportne troškove, intelektualne usluge.
- **Ostvareni rezultati:**
 - ostvaren direktni promotivni kontakti s preko 10.000 potencijalnih gostiju, novinara, agencija i drugih turističkih djelatnika
 - porasla vidljivost i prepoznatljivost destinacije

INTERNI MARKETING

- **Planirani cilj** bio je:
 - porast educiranosti predstavnika Tijela TZMŽ
 - upoznavanje i umrežavanje s turističkim destinacijama koje mogu biti primjer dobre prakse
- **Provedene su aktivnosti:** stručno putovanje članova tijela TZMŽ te predstavnika JLS, OPG i tvrtki iz Donjeg Međimurja u Sloveniji i Austriji.
- **Realizirani izdaci:** troškovi su sadržani u točki 4.3.2.1.
- **Ostvareni rezultati:** porastao nivo educiranosti ponuđača turističkih usluga i JLS-a

KOORDINACIJA I NADZOR

- **Panirani ciljevi** bili su:
 - osigurati zakonitost rada sustava TZ u MŽ
 - poboljšati kvalitetu rada TZ-a općina i gradova
- **Provedene su aktivnosti:** u skladu sa zakonskim obvezama tijekom godine organizirane su koordinacije rada sustava TZ i provođen nadzoru zakonitosti rada sustava turističkih zajednica općina i gradova. Održane su četiri sjednice koordinacije (tromjesečno) na kojima se raspravljalo o: međusobnoj koordinaciji aktivnosti funkcionalnog marketing, izvršavanju ciljeva rada TZO/G, naplata zakonskih prihoda, TZO/G su pismenim putem dostavljati godišnje programe rada, godišnja izvješća o radu i odluke o korištenju sredstava boravišne pristojbe te drugu dokumentaciju. O djelovanju koordinacije vodili su se zapisnici .
- **Realizirani izdaci** uključeni su u okviru poglavlja Rad ureda.
- **Ostvareni rezultati:** TZ-i općina i gradova radili su u skladu s zakonskim obvezama , povećana je kvaliteta rada TZ - općina i gradova

POTPORA MANIFESTACIJAMA

- **Panirani ciljevi** bili su:
 - unapređenju/obogaćivanju turističkog proizvoda/ponude pojedine uže ili šire, destinacije i Međimurja u cjelini,
 - razvoju sadržaja koji omogućavaju produljenje boravka gostiju u destinaciji,
 - povećanju ugostiteljskog i drugog turističkog prometa,
 - jačanju snage brenda međimorskog turizma,
 - stvaranju prepoznatljivog imidža međimorskog turizma.
- **Provedene su aktivnosti:**

01.03.2017.g. objavljen je Javni poziv za potpore manifestacijama . Na Javni poziv ukupno se prijavilo 37 manifestacija od čega je kriterije zadovoljilo 36. Za potpore je odobreno ukupno 249.000,00 kn. Prihvaćena su izvješća i isplaćene potpore za 29 manifestacija . Organizatori 7 manifestacije nisu dostavili zahtjeve za isplatu sredstava.
- **Realizirani izdaci** visini **210.000,00** kuna odnose se na transfere organizatorima (napomena 5.000,00 kn isplaćeno u kalendarskoj 2018.g.).

Specifikacija manifestacija s isplaćenim potporama

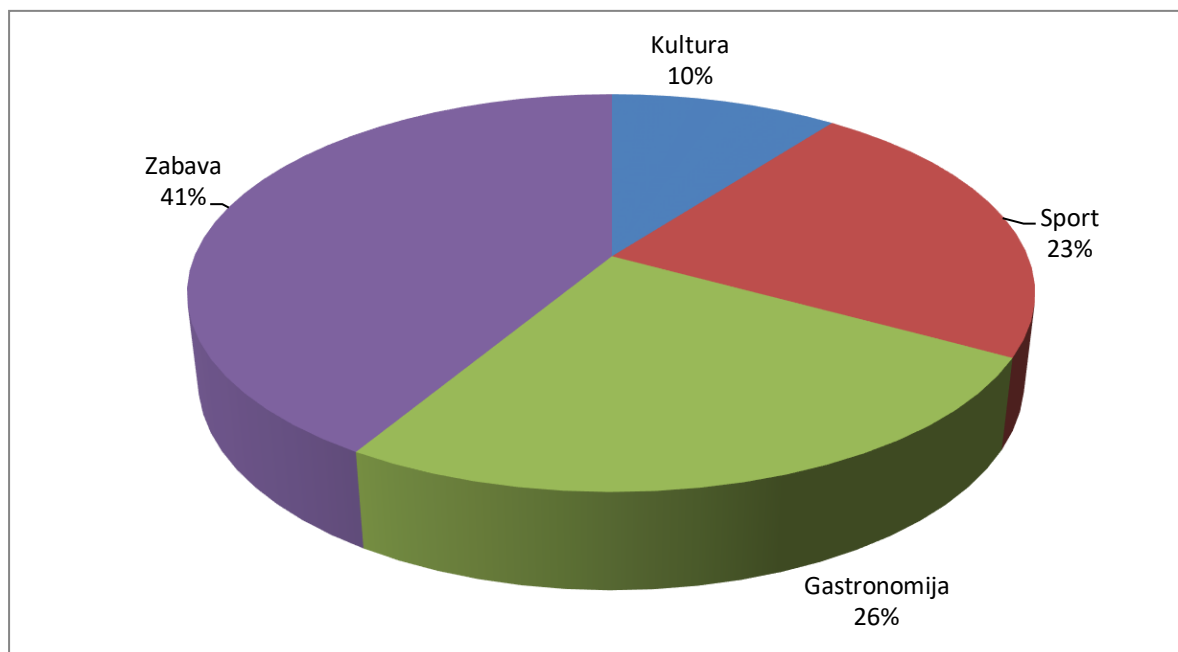
Rb.	Naziv manifestacije	Organizator	Isplaćena potpora
1.	Dani otvorenih vrata	Konjički klub Međimurje	2.000,00
2.	Dani Frkanovca	Udruga Frkanovčani	2.000,00
3.	Jesenska rapsodija	TZG Čakovec	2.000,00

4.	Dani Ijuka	Općina D. Dubrava	4.000,00
5.	Dječja popevka	KUD Sv.M.na Muri	4.000,00
6.	Bakini kolači	Udruga Međimurska gruda	4.000,00
7.	BIMEP	Sportski savez Sport za sve	4.000,00
8.	Međimurska pastrva	ŠRD Klen	4.000,00
9.	Nogometni turnir U12	NK Dunjkovec	4.000,00
10.	Postavljanje klopoteca	OPG Hažić	4.000,00
11.	Međunarodni karate turnir	Karate klub Globus	4.000,00
12.	Dani zahvalnosti	TZO Nedelišće	6.000,00
13.	Međunarodni tenis turnir	TK F. Punčec	6.000,00
14.	Rimske igre	Grad Prelog	6.000,00
15.	Riverside	DG Sport	6.000,00
16.	Sajam cvijeća	TZG Prelog	6.000,00
17.	Međimurska popevka	KUD Nedelišće	6.000,00
18.	Međimurski fašnik	TZG Čakovec	6.000,00
19.	Advent u gradu Zrinskih	TZG Čakovec	5.000,00 ³
20.	Trash&burn	Udruga Retro	6.000,00
21.	MEF	R&RMedia d.o.o.	12.000,00
22.	Martinje	TZO Sv.M.na Muri	12.000,00

³ Isplaćeno u siječnju 2018.g.

23.	Ljeto uz Muru	TZG M. Središće	12.000,00
24.	Utrka HardCro	Toplice Sv. Martin	12.000,00
25.	Panonski maraton tri države	MBK Mura Avantura	12.000,00
26.	Festival stolnog tenisa	TK Star	12.000,00
27.	Štrigovske noći	TZO Štrigova	12.000,00
28.	Porcijunkulovo 2017.	TZG Čakovec	20.000,00
29.	Urbanovo 2017.	Udruga HortusCroatiae	20.000,00
Ukupno			215.000,00

Grafikon 4.3.7.1. Struktura isplaćenih potpore prema vrsti manifestacija



• **Ostvareni rezultati:**

- snažno je obogaćena ukupna atraktivnost Međimurja kao turističke destinacije
- ostvarena je posjeta od preko 400 tisuća posjetitelja
- povećan je ugostiteljski promet
- PR efekt kroz marketing događanja na domaćem i ino tržištima procjenjujemo na preko 2 milijuna kuna

V. IZVRŠENJE FINANCIJSKOG PLANA TZMŽ ZA 2017.g.**PRIHODI**

MJESTO PRIHODA	CTO	OPIS	REBALANS 2017.	REALIZACIJA 31.12.2017	INDEKS 4/3	% U STRUKTURI
1		2	3	4	5	6
1	321	Turističke članarina	157.000,00	159.175,44	101	8,58
2	331	Boravišna pristojba	108.872,51	113.982,67	105	6,14
3	351	Potpora Međimurske županije	1.250.000,00	1.250.000,00	100	67,38
4	352	Potpore iz EU fondova	117.000,00	114.101,86	98	6,15
6	353	Potpore HTZ	195.226,76	193.126,76	99	10,41
7	341 361	Ostali prihodi	24.604,65	24.694,49	100	1,33
SVEUKUPNO PRIHODI			1.852.703,92	1.855.081,22	100	100,00

IZDACI

MJESTO TROŠKA	CTO	OPIS	REBALANS 2017.	REALIZACIJA 31.12.2017.	INDEKS 4/3	% U STRUKTURI
1		2	3	4	5	6
ADMINISTRATIVNI RASHODI			293.427,19	291.336,60	99	15,63
1	Rashodi za zaposlene		247.622,13	245.229,94	99	13,16
	411	Bruto plaće	233.622,13	231.615,38	99	12,43
	412	Ostali rashodi za zaposlene	7.000,00	6.400,00	91	0,34
	421	Službena putovanja	7.000,00	7.214,56	103	0,39
	Rashodi za usluge		32.758,95	32.758,95	100	1,76
	4251	Telefon i poštarina	4.408,95	4.408,95	100	0,24
	4252	Održavanje uredske opreme	350,00	350,00	100	0,02
	4257	Knjigovodstvene usluge	24.000,00	24.000,00	100	1,29
	4431	Ostale usluge -plani promet, taxe	4.000,00	4.000,00	100	0,21
	Rashodi za materijal		4.599,36	4.599,36	100	0,25
	4261	Uredski materijal	2.301,36	2.301,36	100	0,12
	4264	Sitni inventar	728,00	728,00	100	0,04
	4292	Reprezentacija ureda	1.570,00	1.570,00	100	0,08
	Doprinosi za stažiranje		8.446,75	8.748,35	104	0,47
	424	Doprinosi za stažistu	8.446,75	8.748,35	104	0,47
DIZAJN VRIJEDNOSTI			305.385,92	316.517,48	104	16,99
2	UPRAVLJANJE DESTINAC. I POTPORA DMK		35.990,40	35.990,40	100	1,93
	4257	Studijsko putovanje dionika	35.990,40	35.990,40	100	1,93
3	PROGRAM MEĐIMURJE CYCLIST WELCOM		46.758,37	48.258,37	103	2,59
	421	Službena putovanja	7.529,82	7.529,82	100	0,40
	4257	Godišnja evaluacija članova CWM	8.750,00	8.750,00	100	0,47
	4259	Dizajn i tisak karte	28.897,15	30.397,15	105	1,63
	4292	Ugostiteljske usluge	1.581,40	1.581,40	100	0,08
4	PROGRAM MEĐIMURSKI GURMAN		133.992,91	137.729,91	103	7,39

	421	Službena putovanja	15.118,01	15.118,01	100	0,81
	4255	Najamnine sajamskog prostora	60.775,00	64.275,00	106	3,45
	4257	Organizacija gurme evenata	51.552,29	51.789,29	100	2,78
	4257	Edukacija ponuđača usluga	6.440,42	6.440,42	100	0,35
	4292	Potrošni materijali	107,19	107,19	100	0,01
		PROGRAM VOLIM MEĐIMURJE	64.743,58	70.638,14	109	3,79
5	421	Službena putovanja	16.130,00	16.129,06	100	0,87
	4259	Dizajn i tisak priznanja	18.319,73	18.727,31	102	1,00
	4293	Članarina u EDEN mreži	2.980,85	2.980,85	100	0,16
	4292	Ugostiteljske usluge	27.313,00	32.800,92	120	1,76
		PROGRAM MEĐIMURJE U POKRETU	6.264,10	6.264,10	100	0,34
6	421	Službena putovanja	4.014,10	4.014,10	0	0,22
	4257	Edukacija ponuđača usluga	2.250,00	2.250,00	100	0,12
	4292	Ugostiteljske usluge	0,00	0,00	0	0,00
8		PROGRAM EKOMUZEJ MEĐIMURJA	17.636,56	17.636,56	100	0,95
	4257	<i>Razvoj programa Putovima zrinskih</i>	17.636,56	17.636,56	100	0,95
		KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	469.020,13	724.739,23	155	38,89
		Online komunikacije	144.671,92	157.684,42	109	8,46
9	4253	Oglašavanje u onlinemedjima	26.875,00	29.875,00	111	1,60
10	4258	Ažuriranje web stranica	19.734,42	26.246,92	133	1,41
	0225	Nabava info opreme za DIS	98.062,50	101.562,50	0	5,45
		Offline komunikacije	324.348,21	341.947,05	105	18,35
11	4253	Oglašavanje u offline medijima	230.000,00	234.515,94	102	12,58
12	4261	Nabava promotivnih materijala	62.000,00	61.618,61	99	3,31
13	0227	"Smeđa" turistička signalizacija	32.348,21	45.812,50	142	2,46
		DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	214.226,78	225.107,76	105	12,08
		Sajmovi	75.234,41	69.762,69	93	3,74
15	421	Službena putovanja	10.000,00	10.015,78	100	0,54
	4255	Najam opreme	52.004,18	46.516,68	89	2,50
	4259	Uređenje štandova	10.545,23	10.545,23	100	0,57
	4292	Ugostiteljske usluge	2.685,00	2.685,00	100	0,14
16		Studijska putovanja novinara i agenata	30.765,50	33.313,50	108	1,79
	4257	Intelektualne usluge	18.765,50	23.765,50	127	1,28
	4292	Ugostiteljske i smještajne usluge	12.000,00	9.548,00	80	0,51
		Posebne prezentacije	108.226,87	122.031,57	113	6,55
17	421	Službena putovanja	8.859,78	9.223,78	104	0,49
	4257	Intelektualne usluge (glazbenici, voditeljski idr.)	88.824,09	100.664,71	113	5,40
	4292	Ugostiteljske usluge	10.543,00	12.143,08	115	0,65
20		MUZEJ NEMATER.KULTURNE BAŠTINE	257.004,90	260.972,86	102	14,00
	411	Bruto plaća voditelja projekata	33.072,90	37.722,86	114	2,02
	421	Službena putovanja	682,00	0,00	0	0,00

	4257	PR usluge	2.000,00	2.000,00	100	0,11
	4257	Izrada marketinških studija	221.250,00	221.250,00	100	11,87
21		PROJEKT ATTRACTUR	11.400,00	15.743,01	138	0,84
	411	Bruto plaća voditelja projekata	4.400,00	15.743,01	358	0,84
	0225	Nabava IT opreme	7.000,00	0,00	0	0,00
22		PROJEKT CIAN 2.0	10.233,00	11.634,92	114	0,62
	411	Bruto plaća voditelja projekata	9.990,00	11.391,92	114	0,61
	421	Službena putovanja	243,00	243,00	100	0,01
23		POTPORE MANIFESTACIJAMA	249.000,00	210.000,00	84	11,27
24		PROJEKT BUĐENJE	13.006,00	32.565,00	250	1,75
	411	Bruto plaća voditelja projekata	12.516,00	28.054,55	224	1,51
	421	Službena putovanja	490,00	4.510,45	921	0,24
		SVEUKUPNO RASHODI	1.822.703,92	1.863.509,10	102	100,00

IZVRŠENJE PRORAČUNA TZMŽ 01.01.-31.12.2017. PREMA EKONOMSKOJ KLASIFIKACIJI

Račun	Naziv	IZVRŠENJE 31.12.2017.	REBALANS 2017.	% IZVRŠE NJA
PRIHODI				
31	Prihodi od prodaje roba i pružanja usluga	0,00	0,00	0,00
32	Prihodi od članarina i članskih doprinosa	159.175,44	157.000,00	101,39
	321 Prihodi od članarina i članskih doprinosa	159.175,44	157.000,00	101,39
33	Prihodi po posebnim propisima	113.982,67	108.872,51	104,69
	331 Prihodi po posebnim propisima	113.982,67	108.872,51	104,69
34	Prihodi od imovine	6,81	150,00	4,54
	341 Prihodi od financijske imovine	6,81	150,00	4,54
	342 Prihodi od nefinancijske imovine		0,00	0,00
35	Prihodi od donacija	1.736.637,70	1.562.226,76	111,16
	351 Prihodi od donacija iz proračuna	1.250.000,00	1.250.000,00	100,00
	352 Prihodi od inozemnih vlada i međ. organiz.	312.595,90	117.000,00	267,18
	353 Prihodi od tr. društava i ostalih pravnih osoba	0,00	0,00	0,00
	355 Prihodi os ostalih donacija-HTZ	174.041,80	195.226,76	89,15
36	Ostali prihodi	24.687,68	24.604,65	100,34
	361 Prihodi od refundacija	24.687,68	24.604,65	100,34
UKUPNO PRIHODI		2.034.490,30	1.852.703,92	109,81
KORIŠTENI PRENESENI VIŠAK PRIHODA (dio 5221)		0,00	0,00	0,00
UKUPNO ZA POKRIĆE		2.034.490,30	1.852.703,92	109,81

RASHODI					
41		Rashodi za radnike	329.827,59	329.000,00	100,25
	411	Plaće	275.961,98	274.000,00	100,72
	412	Ostali rashodi za radnike	6.400,00	7.000,00	91,43
	413	Doprinosi na plaće	47.465,61	48.000,00	98,89
42		Materijalni rashodi	1.178.262,03	1.161.692,17	101,43
	421	Naknade troškova radnicima	56.115,38	70.066,70	80,09
	422	Naknade članovima u izvršnim tijelima	4.849,00	0,00	0,00
	424	Naknade ostalim osob. izvan radnog odnosa	20.728,92	8.446,75	245,41
	425	Rashodi za usluge	931.274,06	929.368,92	100,20
	4251	Usluge telefona, pošte i prijevoza	16.934,09	4.408,95	384,08
	4252	Usluge tekućeg održavanja	17.762,50	350,00	0,00
	4253	Usluge promidžbe i informiranja	295.296,37	25.6875,00	114,96
	4255	Usluge zakupa i najma	125.285,37	112.779,18	111,09
	4257	Intelektualne i osobne usluge	289.178,13	477.459,26	60,57
	4258	Računalne usluge	19.825,00	19.734,42	100,46
	4259	Ostale usluge	166.992,60	57.762,11	289,10
	426	Rashodi za materijal i energiju	72.509,25	95.029,36	76,30
	4261	Uredski materijal i promotivni materijal	65.312,17	64.301,36	101,57
	4263	Energija	4.494,04	0,00	0,00
	4264	Sitni inventar	2.703,04	728,00	371,30
	429	Ostali nespomenuti materijalni rashodi	92.785,42	58.780,44	157,85
	4291	Premija osiguranja	1.657,15	0,00	0,00
	4292	Reprezentacija	87.637,40	55.799,59	157,06
	4293	Članarine	3.180,85	2.980,85	106,71
	4295	Ostali nespomenuti rashodi	310,02	0,00	0,00
43		Rashodi amortizacije	312.291,41	312.000,00	100,09
	431	Amortizacija	312.291,41	312.000,00	100,09
44		Financijski rashodi	4.008,37	4.000,00	100,21
	443	Ostali financijski rashodi	4.008,37	4.000,00	100,21
45		Donacije	215.000,00	249.000,00	86,35
	451	Tekuće donacije	215.000,00	249.000,00	86,35
46		Rashodi neotpisane vrijednosti	9.047,22	0,00	0,00
	462	Neotpisana vrij.rashodovane DI	9.047,22	0,00	0,00
UKUPNO RASHODI			2.048.436,62	2.055.692,17	99,65
UKUPNO ZA POKRIĆE			2.048.436,62	2.055.692,17	99,65
MANJAK			-13.946,12	-202.988,25	
REZULTAT POSLOVANJA ZA PRIJENOS(522)			190.905,13	1.863,00	
OSTATAK PRENESENOG VIŠKA PRIHODA ZA KORIŠTENJE (5221)			190.905,13	1.863,00	
<u>PRENESENI VIŠAK PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE</u>			<u>204.851,25</u>	<u>204.851,25</u>	

VI. ZAVRŠNE ODREDBE

- Na temelju članka 17. Statuta Turističke zajednice Međimurske županije (NN 212/2010) Skupština Turističke zajednice Međimurske županije prihvatila je na 9. sjednici održanoj 29. ožujka 2017. godine Izvješće o izvršenju godišnjeg programa rada i financijskog plana TZMŽ za 2016.g.
- Izvješće o izvršenju godišnjeg programa rada i financijskog plana TZMŽ za 2017.g. će se objaviti na web stranicama TZMŽ.

SKUPŠTINA TURISTIČKE ZAJEDNICE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE

Predsjednik

Matija Posavec



Broj: 58/18

U Čakovcu, 29. ožujka 2018.g.