



**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA
I FINACIJSKOG PLANA
TURISTIČKE ZAJEDNICE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE
ZA 2015. GODINU**

Ožujak, 2016.g.

SADRŽAJ

1. Uvod.....	2
2. Analiza internog okruženja	3
2.1. Turistička atrakcijska osnova	3
2.2. Turistička suprastruktura	5
2.3. Performanse turističkog sektora	10
3. Analiza tržišta	15
3.2. Kvalitativni trendovi od interesa za turizam u Međimurskoj županiji	15
3.3. Obilježja kvalitativnih trendova	16
3.4. Konkurentska pozicija Međimurske županije.....	18
4. Izvršenje marketing plana TZMŽ za 2015.g.....	20
4.1. Ostvarenje ciljeva marketinške politike za 2015.g.....	20
4.2. Ostvarivanje prihoda	21
4.3. Realizacija marketinških aktivnosti	21
5. Izvršenje financijskog plana TZMŽ za 2015.g.	34
6. Završne odredbe	38

1. Uvod

Skupština turističke zajednice Međimurske županije je temeljem članak 17. Statuta TZMŽ na svojoj 2. sjednici održanoj 22. prosinca 2014. godine usvojila je Program rada s financijskim planom TZMŽ za 2015. godinu, a temeljem članka 54. Statuta na 4. sjednici Skupštine TZMŽ održanoj 21. prosinca 2015.g. prihvaćen je Rebalans financijskog plana za 2015.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 2015. 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 6. sjednici održanoj 23. ožujka 2016. usvojilo i predlaže ga kao takvo na usvajanje Skupštini Turističke zajednice Međimurske županije.

2. ANALIZE INTERNOG OKRUŽENJA¹

2.1. Turistička atrakcijska osnova

Turistička atrakcijska osnova Međimurske županije valorizira prema kriterijima: važnosti resursa/atrakcije za turizam Županije iskazana kao sposobnost/potencijal privlačenja međunarodne, nacionalne ili regionalne potražnje, te

- tržišne spremnosti resursa/atrakcije za prihvat turista, odnosno prema razini uređenosti i turistificiranosti pojedinih resursa i atrakcija iskazane u tri stupnja kao tržišno spremne, tržišno poluspremne i tržišno nespremne atrakcije.

Ocjene važnosti dobivene su na temelju ekspertne procjene tima Instituta za turizam, a ocjene tržišne spremnosti na osnovi analize turističke opremljenosti pojedinih atrakcijskih točaka.

Tabela 2.1. Pregled i ocjena resursno/atrakcijske osnove MŽ

Resursi/Atrakcije	Važnost/ Tržišna spremnost
Nacionalni gimnastički centar ATON (Nedelišće) – Specijalizirana gimnastička dvorana (ovdje trenira olimpijac F. Ude) – Dvorana za natjecanja – Fitness centar, Wellness centar – Pripreme sportaša	Međunarodna/ Spremna
SRC Mladost (Čakovec) – Stadion, streljana, kuglana, 5 zatvorenih bazena – Streljanu koristi nacionalna reprezentacija – Raspoloživ prostor za širenje	Međunarodna/ Poluspremna
Adrenalinski centar ACCREDO (Lopatinec) – Paintball, streličarstvo, zorbing, penjanje na stijeni – Team-building programi, školski izleti	Regionalna/ Spremna
Zračne luke i letjelišta – Zračna luka Pribislavec/Aeroklub Međimurje – baza za lake zrakoplove, panoramski letovi, škole, zrakoplovni miting – Letjelište za ultralake sportske letjelice (Nedelišće) – panoramski letovi	Aeroklub Međimurje - Međunarodna/ Poluspremna Letjelište Nedelišće Regionalna/Nespremna
Trkališta – Karting centar (Belica) – nacionalno licencirana staza, profesionalne i hobi utrke na nacionalnoj razini – Speedway stadion Millenium (Donji Kraljevec) – međunarodna licenca, visoko rangirane utrke	Međunarodna/ Poluspremna
Turističke staze, putovi i ceste	
Biciklističke staze – 11 staza diljem županije, pretežito trasirane na asfaltiranim cestama s malom frekvencijom prometa ili na održavanim šljunčanim putovima – Mura-Drava Bike, 'asfaltna' i 'off road' varijanta – Kružne županijske staze (npr. Pušipelova, Martinska, Steinerova) – Sustav kapilarnih staza stalno se nadopunjuje – Staze su obilježene, bicikli se iznajmljuju na više punktova	Međunarodna/ Spremna
Međimurski planinarski put – Ruta Čakovec-Štrigova, najviši vrh Mohokos (344 m), markiran – Pitomost pejzaža, slikovite međimurske gorice	Regionalna/ Spremna
Međimurska vinska cesta – Oko 30 km, kroz 1000 ha vinograda, oko 40 vinara – Pretežito kušanje za grupe, manja ponuda hrane, ograničen smještaj – Označena smeđom signalizacijom	Međunarodna/ Spremna

¹ Master plan turizma Međimurske županije 2016-2020

Resursi/Atrakcije	Važnost/ Tržišna spremnost
Cesta tradicije	
– Povezuje desetak radionica tradicijskih zanata diljem županije	Regionalna/ Poluspremna
– Praćenje i sudjelovanje u radionicama, Galerijski- edukativni centar	
– Označena turističkom signalizacijom	
Mlinarov poučni put	
– Povezuje niz točaka na tzv. Mlinarskom gruntu, dug 3,5 km	Regionalna/ Spremna
– Opremljen interpretacijskim tablama	

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

- Gornje Međimurje
- Mura, Regionalni park
- Biciklističke staze
- Terme Sv. Martin
- Centar ATON
- Centar R. Šteiner
- Manifestacije

Daljnje opremanje

- Donje Međimurje
- Kompleks Starog grada s Muzejom
- Ponuda sporta (SRC Mladost, Aeroklub Međimurje, Karting, Speedway)

Daljnji razvoj i umrežavanje

- Etnografska baština ('Cesta tradicije')
- Nasljeđe Zrinskih ('Putovi Zrinskih')
- Gastronomija – proizvođači i pružatelji ugostiteljskih usluga
- Vjerski objekti
- Industrijska baština – rudarstvo, nafta
- Ezoterija – Štajner, labirinti, legende

Novi razvoj

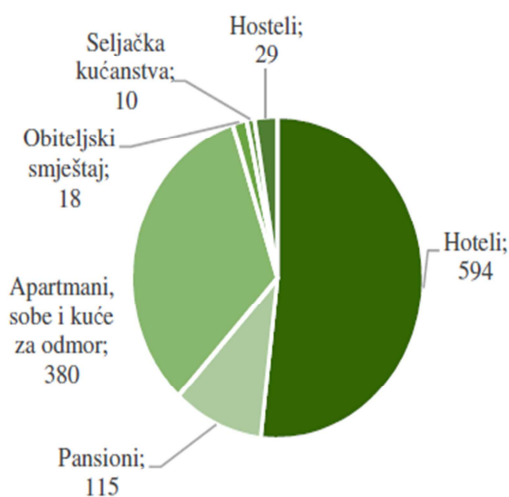
- Etno-glazba Međimurja
- Pješačke/trekking rute

2.2. Turistička suprastruktura

Sukladno podacima Državnog zavoda za Statistiku, na području Međimurske županije u 2015. godini poslovala su 22 smještajna objekta s ukupno 544 smještajne jedinice (sobe ili apartmana) i 1392 ležaja, a usluge smještaja pružalo je i 11 kućanstava od kojih jedno u seljačkom turizmu (31 smještajna jedinica sa 72 ležaja). U strukturi kapaciteta prema vrsti objekata dominiraju hoteli s 308 smještajnih jedinica i 630 ležaja, a slijede sobe za iznajmljivanje, apartmani i kuće za odmor u skupini odmarališta i sličnih objekata sa 164 smještajne jedinice i 606 ležajeva. U odnosu na 2014. godini, smještajni kapacitet povećan je za 24 smještajne jedinice s 55 ležajeva, od čega smještajne jedinice 2 u hotelima i sličnom smještaju, 6 smještajnih jedinica u sobama za iznajmljivanje, apartmani i kuće za odmor u skupini odmarališta i sličnih objekata te 13 smještajnih jedinica u obiteljskom smještaju i 3 jedinice u seljačkom turizmu.

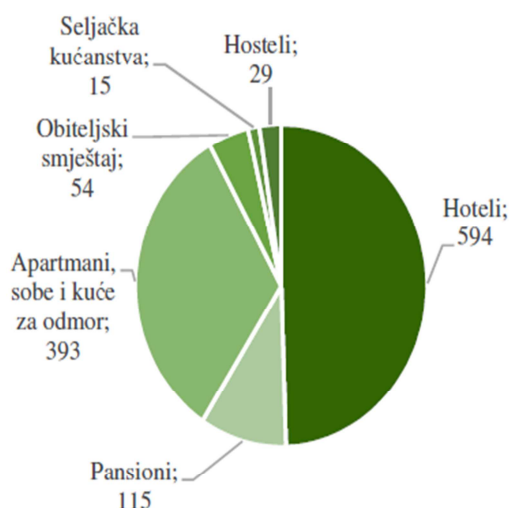
Grafikon 2.1.

Komercijalni smještajni kapaciteti u MŽ (stalni ležajevi) 2014.g.



Grafikon 2.2.

Komercijalni smještajni kapaciteti u MŽ (stalni ležajevi) 2015.g.



Izvor: Državni zavod za statistiku RH

Lidersku poziciju prema broju smještajnih jedinica i postelja ima, sukladno podacima iz kolovoza 2015. godine, Sveti Martin na Muri koji raspolaže s kapacitetom od 297 smještajnih jedinica i 626 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 5 kućanstava s ukupno 15 smještajnih jedinica. Slijedi Čakovec sa 122 smještajne jedinice i 231 ležajem te Prelog sa 45 smještajnih jedinica i 85 osnovnih ležajeva. Osim u te tri destinacije hotelski smještaj organiziran je i u Donjem Kraljevcu. Sukladno podacima Turističke zajednice Međimurske županije od pet hotela, jedan hotel ima kategoriju 4 zvjezdice (Hotel Golfer, Toplice Sveti Martin), tri hotela imaju kategoriju 3 zvjezdice (Hotel Kralj, Donji Kraljevec; Hotel Panorama, Prelog; Hotel Prelog, Prelog) te jedan hotel kategoriju 2 zvjezdice (Hotel Park, Čakovec).

Tabela 2.2. Komerrijalni smještajni kapaciteti (broj objekata i kućanstava, smještajne jedinice, stalni ležajevi) u Međimurskoj županiji u 2015. godini prema gradovima i općinama i vrsti kapaciteta

	Objekti	Smještajne jedinice		Broj stalnih ležajeva	Kućanstva
		Sobe	Apartmani		
Ukupno	22	449	126	1200	11
Cakovec	3	120	2	231	1
Hoteli	1	103	2	192	0
Apartmani, sobe, kuće za odmor	2	15	0	35	0
Apartmani, sobe, kuće za odmor u kućanstvima	0	2	0	4	1
Donji Kraljevec	2	19	0	42	0
Hoteli	1	14	0	28	0
Apartmani, sobe, kuće za odmor	1	5	0	14	0
Donji Vidovec	1	29	0	61	0
Pansion	1	29	0	61	0
Mala Subotica	1	9	0	13	0
Apartmani, sobe, kuće za odmor	1	9	0	13	0
Mursko Središće	1	15	0	30	0
Pansion	1	15	0	30	0
Nedelišće	3	30	1	63	1
Pansion	1	12	0	24	0
Apartmani, sobe, kuće za odmor	1	2	0	6	0
Apartmani, sobe, kuće za odmor u kućanstvima	0	0	1	4	1
Hoteli	1	16	0	29	0
Prelog	4	45	1	85	0
Hoteli	2	31	1	60	0
Apartmani, sobe, kuće za odmor	2	14	0	25	0
Sveti Juraj na Bregu	0	10	0	15	1
Apartmani, sobe, kuće za odmor u seljačkim kućanstvima	0	10	0	15	1
Sveti Martin na Muri	4	157	120	626	5
Hoteli	1	151	6	314	0
Apartmani, sobe, kuće za odmor	3	4	101	275	0
Apartmani, sobe, kuće za odmor u kućanstvima	0	2	13	37	5
Strigova	2	9	2	20	3
Apartmani, sobe, kuće za odmor	2	8	0	11	0
Apartmani, sobe, kuće za odmor u kućanstvima	0	1	2	9	3
Orehovica	1	6	0	14	0
Apartmani, sobe, kuće za odmor	1	6	0	14	0

Izvor: Državni zavod za statistiku RH

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. Također je u ponudi šest konferencijskih dvorana (10-450 mjesta). Prosječna ocjena 8,8/10 za Hotel Spa Golfer i 8,1 za apartmane Regina 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 7,8/10 odraz je ispodprosječne ocjene sadržaja i udobnosti hotela koje kompenziraju uslužnost osoblja i lokacija. Hotel Panorama u Prelogu diferencira se lokacijom uz jezero Dubrava te vanjskim i unutarnjim sportskim terenima. Izvrsna ocjena 9,1/10 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 8,4), 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 56 smještajnih jedinica te 115 stalnih ležajeva. Smještaj u kućanstvima i na seljačkim gospodarstvima organiziran je u Štrigovi (tri kućanstva s 9 stalnih ležajeva), Nedelišću (jedno kućanstvo s 4 stalne postelje), Čakovcu (jedno kućanstvo s 4 stalne postelje), Svetom Juraju na Bregu (jedno seljačko gospodarstvo s 15 stalnih postelja) te u Svetom Martinu na Muri (pet kućanstava s 37 stalni postelja). Na području županije poslovaio je samo jedan hostel sa 16 smještajnih jedinica i 29 stalnih ležajeva u Nedelišću. 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 i pica. Sukladno podacima Službe za gospodarstvo i imovinsko-pravne poslove Ureda državne uprave u Međimurskoj županiji, krajem 2015. godine na području Županije ukupno je djelovalo 358 objekata izvan smještajnog ugostiteljstva, od čega 252 objekta usmjerena samo na usluživanje pica (caffè barovi, kavane i slični objekti) te 60-tak objekata koji nude i hranu i pice, od čega 23 restorana. Ugostiteljska ponuda dominantno je koncentrirana u Čakovcu što ć 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 (1-3 grozda) i označeni turističkom signalizacijom, pri čemu se desetak vinara intenzivnije obraća turističkom tržištu. Ponuda je

ipak pretežito usmjerena na organizirane grupe prema najavi. Posebno valja naglasiti da je a ovogodišnjem natjecanju za nagradu European Destinations of Excellence (EDEN) na temu turizma i lokalne gastronomije najviše nacionalne ocjene dobilo Gornje Međimurje kao destinacija koja uspješno razvija turističku ponudu zasnovanu na specifičnoj lokalnoj gastronomiji.

Tablica 3 Aktivni objekti iz djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pica u MŽ stanje kraj 2015

	Županija	Čakovec	Nedelišće	Prelog	Mursko Središće	Sveti Martin na Muri
Restoran	23	9	0	0	0	0
Bistro, pizzeria, grill, pivnica, gostiona, krčma	37	12	3	2	2	0
Caffe bar, kavana	252	79	14	7	13	5
Ostalo	46	29	3	0	4	1
Ukupno	358	129	20	9	19	6

Izvor: Služba za gospodarstvo i imovinsko-pravne poslove Ureda državne uprave u Međimurskoj županiji

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 unutaržupanijsku potražnju. Procjenjuje se, prema podacima Turističke zajednice Međimurske županije, da 42 važnije županijske manifestacije posjećuje ukupno do 400 tisuća posjetitelja. Pri tome su brojem posjetitelja najvažnije kompleksne kulturne-urbane manifestacije od kojih Porcijunkolovo u Čakovcu privlači oko 230 tisuća posjetitelja. Prema kriteriju međunarodne privlačnosti posebno se izdvajaju sportsko-rekreacijske manifestacije kao što su primjerice BINEP te Međunarodni spust murskih ladji i Panonski maraton triju država, ali i manifestacije vezane uz nasljeđe Rudolfa Steinera.

Tablica 4 Manifestacije Međimurske županije u 2015. prema destinacijama, temama i broju posjetitelja

Vinske manifestacije: ukupno 25 tisuća posjetitelja (najveća manifestacija Urbanovo s 230 tisuća posjetitelja)	
Planinarsko društvo „Bundek“; Vincekov pohod; 500	TZ i OPĆINA Sv. Martin na Muri; Martinje u Sv. Martinu na Muri; 4.000
TZO Štrigova; Vincekovo u Štrigovi; 500	TZ Općine Nedelišće; Martinje u Nedelišću; 2.400
HKUU Sveti Martin na Muri; VINCEKOVO 2015.; 500	TZ Općine Štrigova; Štrigovsko martinje; 2.500
Društvo vinogradara i vinara „Hortus Croatiae“; Urbanovo 2014.; 13.000	Grad Mursko Središće; Martinje u gradu rudara; 400
Steiner: ukupno 0,5 tisuća posjetitelja (najveća manifestacija Dani dr. Rudolfa Steinera s 350 posjetitelja)	
Centar dr. Rudolfa Steinera; 9. Dani dr. Rudolfa Steinera; 350	Centar dr. Rudolfa Steinera; 155. Rođendan dr. Rudolfa Steinera; 100

Poljoprivredne manifestacije: ukupno 1,5 tisuća posjetitelja (najveća manifestacija Dani ljuka i ekološke proizvodnje s tisuću posjetitelja)	
Općina Belica i Udruga međimurskih proiz. merk. krum.; Festival krumpira; 360	Općina D. Dubrava; Dani ljuka i ekološke proizvodnje; 1.000
Sportsko-rekreacijske manifestacije: ukupno 10 tisuća posjetitelja (najveća manifestacije DIMEP s 3,2 tisuće i Međunarodni spust murskih ladji s 3 tisuće posjetitelja)	
Međimurski savez sportske rekreacije „SPORT ZA SVE“; Biciklima međimurskim putevima – BIMEP 2014; 3.200	TZ Općine Nedelišće; BICIKLIJADA – „Stazama općine Nedelišće“; 800
TZ Općine Nedelišće; BICIKLIJADA – Stazama općine Nedelišće; 400	BK Mura Avantura; XCO Halicanum Trophy; 400
Toplice Sveti Martin d.d.; Weekend Bike Festival; 500	TZ i OPĆINA Sveti Martin; Međunarodni spust murskih ladji; 3.000
	BK Mura Avantura; 11. Panonski maraton triju država; 700
Glazbene manifestacije: ukupno 20 tisuća posjetitelja (najveća manifestacija Forestland s 10 tisuća posjetitelja)	
Kulturna udruga Retro; Trash & Burn; 8.000	Udruga mladih Forestland; Forestland 2015.; 10.000
Centar za kulturu Čakovec; 21. JAZZ FAIR; 203	Centar za kulturu Čakovec; 41. Majski muzički memorijal J.Štolcer Slavenski; 110
Kompleksne kulturne-urbane manifestacije: ukupno 350 tisuća posjetitelja (najveća manifestacija Porcijunkolovo s 230 tisuća posjetitelja)	
TZ Prelog; Noć muzeja; 1.000	TZ Grada Čakovca; Legendarni vikend u Čakovcu; 250
Muzej Međimurja Čakovec; Noć muzeja; 3.000	Dvije lije i KU Pokret plus; Ljeto u gradu Zrinskih 2014.; 8.000
Turistička zajednica Grada Mursko Središće; Serjajnski fašnik; 400	TZO Štrigova; Štrigovske noći 2015.; 3.500
TZ Općine Nedelišće; Fašnik u Nedelišću; 2.200	TZ Štrigova; Umjetnička kolonija Štrigova; 1.200
TZ Grada Čakovca; Međimurski fašnik; 50.000	TZ Grada Čakovca; Porcijunkolovo; 230.000
TZO Štrigova; Štrigovski fašnik; 400	TZ Grada Mursko Središće; Ljeto uz Muru 2015.; 20.000
TZ Prelog; Fašnik; 400	TZ i OPĆINA Sv. M. na Muri; Dani turizma i povorka starih običaja i zanata; 3.000
TZ Prelog; 16. Sajam cvijeća; 1.100	TZ Grada Čakovca; Advent u gradu Zrinskih; 30.000
Međimurska županija; Dani Međimurske županije; 1.200	Grad Mursko Središće; Advent v Središću; 1.000

zvor: Turistička zajednica Međimurske županije

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 art travel' odabrana je od TZ Međimurske županije kao destinacijska menadžment kompanija 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>. Prema procjeni TZ Međimurske županije ponuđeni programi nisu se značajnije etablirali na tržištu. S obzirom na široku ponudu turističkih paketa, postavlja se pitanje održivosti tako obilnog programa s obzirom na snage i

sposobnosti proaktivne prodaje destinacijske menadžment kompanije. Ostale agencije u najvećoj su mjeri 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.

2.3. Performanse turističkog sektora

U 2015. godini na području Županije ostvareno je **127.190** noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima od čega 72,7 tisuća u hotelima i sličnim kapacitetima, a 54,5 tisuća u odmaralištima i sličnom smještaju. Hoteli s ostvarenih 68,2 tisuće noćenja odnosno 53,6% ukupnih noćenja te potom sobe, apartmani i kuće za odmor s 47,7 tisuća odnosno 37,5% ukupnih noćenja najvažniji su oblik smještaja. Pansioni privlače 3,5% ukupnih noćenja, hosteli 2,9% noćenja dok se najmanji dio ukupnih noćenja ostvaruje u smještajnim kapacitetima u kućanstvima i seljačkim gospodarstvima (2,1% ukupnih noćenja).

Tablica 2.3. Registrirana noćenja ostvarena u Međimurskoj županiji prema vrsti kapaciteta 2001.-2015.

	2001.	2005.	2009.	2013.	2014.	2015.
Hoteli i slični kapaciteti	18.312	19.554	28.701	55.183	65.595	72.683
Hoteli	16.799	18.311	27.163	49.688	60.302	68.207
Pansioni/moteli	1.513	1.243	1.538	5.495	5.293	4.476
Odmarališta i slični smještaj	1.414	11.023	38.612	43.999	45.622	54.507
Sobe, apartmani, kuće za odmor	1.414	11.023	34.410	39.427	39.445	47.707
Sobe, apartmani, kuće za odmor u kućanstvima i seljačkim gosp.			1.004	2.434	3.297	3.077
Hosteli			3.198	2.138	2.880	3.723
Ukupno	19.726	30.577	67.313	99.182	111.217	127.190

Izvor: Državni zavod za statistiku

Tijekom 2015. godine broj noćenja povećan je 14,4%, najviše u hostelima (29,2%), sobama, apartmanima i kućama za odmor (20,9%) te hotelima (13,1%) dok su noćenja smanjena u pensionima za 15,2% te obiteljskom smještaju i seoskim kućanstvima za 6,7%. U razdoblju od 2001. do 2015. godine broj noćenja povećan je za 6,4 puta uz gotovo stalan rast potražnje koji je dostigao prosječnu stopu rasta od 14,2%, dok su noćenja u razdoblju od 2009. do 2015. godine povećavala po prosječnoj godišnjoj stopi od 11,2%. Sveti Martin na Muri žarište je stacionarnog turizma Županije. U toj se općini ostvaruje 70,2% ukupnih županijskih noćenja uz iznadprosječan rast u razdoblju od 2013. do 2015. godine. Po važnosti prema broju noćenja slijede Čakovec u kojem je ostvareno 11,7% te Prelog (6,7%) i Nedelišće (3,9%) dok je u svim ostalim jedinicama lokalne samouprave ostvareno 6,9% ukupnih županijskih noćenja. Osim Svetog Martina na Muri, u razdoblju od 2013. do 2014. godine iznadprosječan

rast zabilježili su i Štrigova, Sveti Juraj na Bregu te Prelog. Prema podacima TZ Međimurske županije u Svetom Martinu na Muri se u hotelima i apartmanima ostvaruje 98% noćenja, a u Čakovcu 83% (omladinski hoteli 6,8%, ostali kolektivni 9,9%). Obiteljski smještaj najrazvijeniji je na području Svetog Juraja na Bregu i Štrigove gdje se ostvaruje 1079 odnosno 638 noćenja.

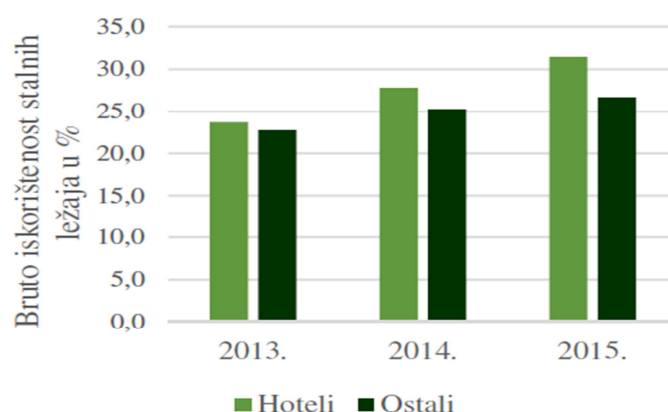
Tablica 2.4. Ostvarena noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima prema jedinicama lokalne samouprave 2013.-2015.

	2013.	2014.	2015.	2015. struk- tura u %	2015./2013. *100
Sveti Martin na Muri	67.437	77.299	89.306	70,2	132
Čakovec	12.308	12.026	14.877	11,7	121
Prelog	5.662	6.731	8.584	6,7	152
Nedelišće	5.361	5.594	4.982	3,9	93
Donji Kraljevec	3.271	2.348	3.626	2,9	111
Donji Vidovec	2.227	2.445	1.556	1,2	70
Sveti Juraj na Bregu	658	0	1.079	0,8	164
Štrigova	564	536	1.420	1,1	252
Ostali	1.694	4.238	1.760	0,9	66
Ukupno	99.182	111.217	127.190	100,0	128

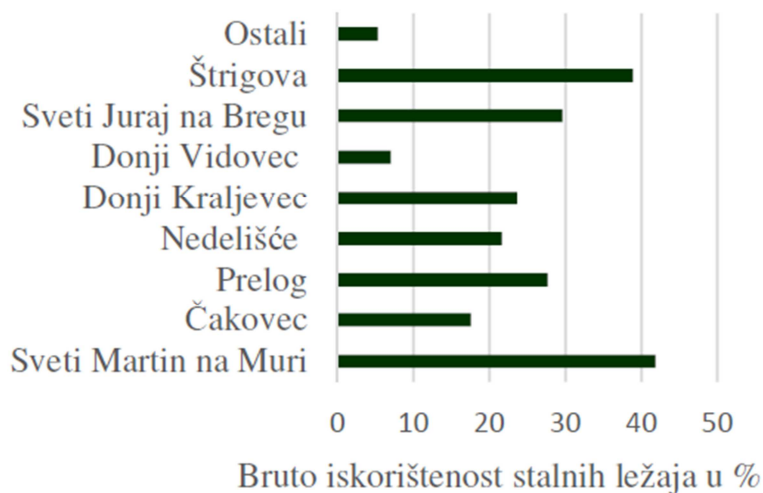
Izvor: Državni zavod za statistiku RH, podaci za Donji Kraljevec, Donji Vidovec, Sveti Juraj na Bregu za 2014. i 2015 te za Štrigovu za 2014. godinu su procjena TZ Međimurske županije

Slijedeći rast potražnje i iskorištenost komercijalnih smještajnih kapaciteta se povećava. U 2015. godini bruto iskorištenost osnovnih ležajeva u hotelima dostigla je razinu od 31,5%, a ostalih kapaciteta 26,7%. U razdoblju od 2013. do 2015. godine bruto iskorištenost hotela povećana je 7,9 postotnih bodova, a ostalih kapaciteta 3,9 postotnih bodova. Najveću razinu iskorištenosti bilježi Sveti Martin na Muri u kojem su osnovni ležajevi u 2015. godini bili prosječno popunjeni 41,8%. Od većih turističkih odredišta najveću iskorištenost bilježi Prelog (27,7%) te Nedelišće (21,7%) dok je prosječna iskorištenost smještanih kapaciteta u Čakovcu na razini 17,6%.

Grafikon 2.3. Bruto iskorištenost smještajnih kapaciteta (stalni ležajevi) u Međimurskoj županiji od 2005.-2015. godine prema vrsti kapaciteta

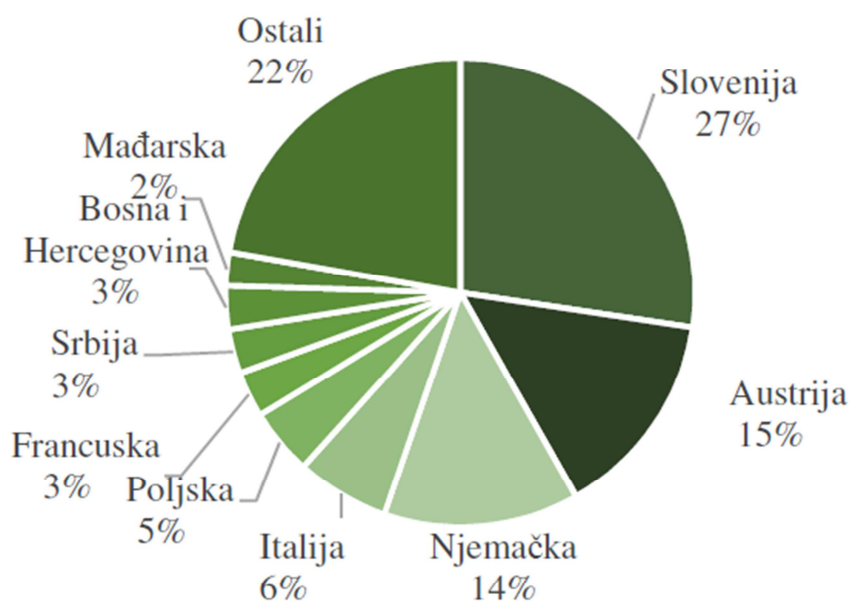


Grafikon 2.4. Bruto iskorištenost smještajnih kapaciteta (stalni ležajevi) u Međimurskoj županiji u 2015. godine prema gradovima i općinama



Državljanima Hrvatske ostvarili su u 2015. godini 51%, a turisti iz inozemstva 49% noćenja uz rast udjela za 4 postotna boda u odnosu na 2014. godinu. Naime, turisti iz inozemstva zabilježili su iznadprosječan rast noćenja od 22,8% u 2015. godini. U strukturi inozemnih turista dominiraju gosti iz Slovenije (27,3%), Austrije (14,5%), Njemačke (13,5%) Italije (6,3%) i Poljske (4,6%). U skupini deset najvažnijih emitivnih područja nalaze se i Francuska, Srbija, Bosna i Hercegovina, Mađarska te Belgija, pri čemu su upravo Belgijanci ostvarili najveći rast potražnje (218%), a slijede ih Slovenci (71,6%) te Poljaci (67,9%). U Svetom Martinu na Muri domaći turisti tijekom 2015. godine ostvarili su 54,9% noćenja, a u Čakovcu 51,1%, Prelogu 33,7% te Nedelišću 28,9%.

Grafikon 2.5. Struktura ostvarenih noćenja prema zemlji porijekla turista u 2015. godini



Izvor: Državni zavod za statistiku RH

Istraživanje putovanja domaćeg stanovništva Državnog zavoda za statistiku RH pokazuje da su Hrvati na području županije u 2014. godini ostvarili 57 tisuća višednevnih putovanja odnosno 131 tisuću noćenja. Razlika između procjene ukupnih turističkih noćenja i noćenja ostvarenih u komercijalnim smještajnim kapacitetima odnosi se prije svega na noćenja ostvarena u nekomercijalnim smještajnim kapacitetima kao što su vlastite kuće za odmor ili pak boravci kod rodbine i prijatelja. Dvije trećine ovih noćenja vezano je uz privatna, a jedna trećina uz poslovna putovanja. Dodatno se na području Županije ostvari i 230 tisuća domaćih jednodnevnih putovanja, od čega 90% privatnih i 10% poslovnih. Procjenjuje se da domaći turisti i posjetitelji ostvare ukupne turističke izdatke u iznosu od 97 milijuna kuna od čega na privatnim putovanjima 53 milijuna kuna i 44 na poslovnim putovanjima, pri čemu izdaci turista prosječno dostižu 404 kune po noćenju, a jednodnevnih posjetitelja 192 kune po putovanju.

Tablica 2.5. Višednevna i jednodnevna putovanja domaćeg stanovništva u Županiju u 2014.

Vrsta putovanja		Putovanja			Izdaci u kn		
		Ukupno	1 do 3 noćenja	4 i više noćenja	Ukupno	1 do 3 noćenja	4 i više noćenja
Višednevna putovanja	Privatna	43.547	35.547	8.000	40.721.650	30.121.936	10.599.715
	Poslovna	13.670	13.670		12.157.166	12.157.166	
	Ukupno	57.217	49.217	8.000	52.878.816	42.279.102	10.599.715
Noćenja	Privatna	110.489	64.936	45.553			
	Poslovna	20.445	20.445				
	Ukupno	130.935	85.381	45.553			
Trajanje i izdaci u kn po noćenju	Privatna	2,5	1,8	5,7	369	464	233
	Poslovna	1,5	1,5		595	595	
	Ukupno	2,3	1,7	5,7	404	495	233
Jednodnevna putovanja	Privatna	204.983			33.464.659		
	Poslovna	25.891			10.804.256		
	Ukupno	230.874			44.268.915		
Izdaci po putovanju u kn	Privatna				163		
	Poslovna				417		
	Ukupno				192		
Ukupni izdaci u kn	Višednevna	57.217			52.878.816		
	Jednodnevna	230.874			44.268.915		
	Ukupno	288.091			97.147.732		

Izvor: Državni zavod za statistiku

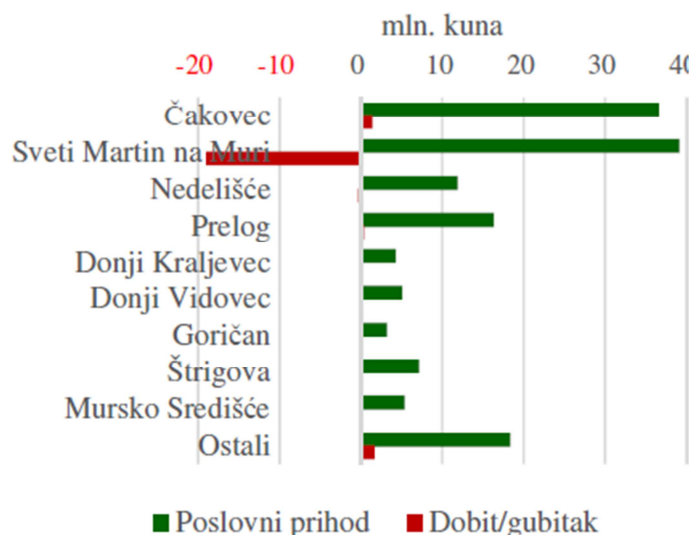
Poduzeća u djelatnosti smještaja sa sjedištem na području Međimurske županije ostvarila su u 2014. godini poslovnih prihod od 48,3 milijuna kuna, a poduzeća u djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pica prihod od 99,1 milijun kuna odnosno ukupno 147 milijuna kuna.

Tablica 2.6. Broj, poslovni prihod, dobit te broj zaposlenih u poduzećima sa sjedištem na području Međimurske županije u 2014. g.

	Broj poduzeća	Broj zaposlenih	Poslovni prihod	Dobit
Smještaj	18	240	48.255.803	-18.903.523
Djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića	146	557	99.067.578	3.272.181

Izvor: podaci FINA

Poduzeća u djelatnosti smještaja ostvarila su tijekom 2014. godine neto gubitak u iznosu od 18,9 milijuna kuna uz omjer dobiti i poslovnog prihoda -39,2%, uz 1,6 milijuna kuna manji gubitak nego u 2013. godini. Poduzeća u djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pica 2014. Godinu završila s 3,2 milijuna kuna dobiti (udio dobiti u poslovnom prihodu na razini 3,2%), 0,8 milijuna kuna manjom dobiti nego u 2013. godini. Na području Svetog Martina ostvaruje se 27%, a na području Čakovca 25% ukupnog poslovnog prihoda djelatnosti 55 i 56, a prema važnosti u generiranju poslovnog prihoda slijede Prelog (11%) i Nedelišće (8%). Najveći dio gubitka poduzeća u djelatnosti vezan je uz općinu Sveti Martin na Muri odnosno proces restrukturiranja Terma Sveti Martin d.d., a očekuje se, prema ocjeni menadžmenta, da će se razina zabilježenog gubitka tog poduzeća u 2015. dodatno smanjiti dok bi u 2016. poduzeće trebalo ostvariti pozitivan rezultat.

Grafikon 2.6. Prihod i neto dobit poduzeća u 2014. godini u djelatnostima smještaja te pripreme i usluživanja hrane i pica sa sjedištem u gradovima i općinama Međimurske županije

Izvor: podaci FINA

3. ANALIZA TRŽIŠTA²

3.1. Kvantitativni trendovi i prognoze

UNWTO indeks povjerenja upućuje na nastavak pozitivnih kretanja turističke potražnje u 2016. godini nakon rasta ostvarenog u 2015. godini (rast međunarodnih dolazaka u Europi 5%). Procjenjuje se da će ukupni međunarodni dolasci u 2016. godini dostići stopu rasta od 4%, pri čemu bi najveće stope trebale biti dosegnute na području Azije i Pacifika te Amerike (4-5%). UNWTO za Europu prognozira rast međunarodnih dolazaka između 3,5% i 4,5% (UNWTO World Tourism Barometer, I/2016.).

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.).

3.2. Kvalitativni trendovi od interesa za turizam u Međimurskoj županiji

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 post materijalističkim vrijednostima ekonomije doživljava i odražava težnju prema širokom i dubokom lancu zabavno-obrazovnih sadržaja. U međuodnosu 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

² Master plan razvoja turizma MŽ 2016-2020

dionika pri čemu održivost i dugoročan vremenski horizont postaju temeljna načela ponašanja, a partnerstvo i umrežavanje te certificiranje kvalitete ključni mehanizmi učinkovitog upravljanja destinacijama.

3.3. 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)	• Putuju uglavnom organizirano • Očekivanja: sigurnost, jednostavan smještaj, zanimljivi i aktivni sadržaji • Informacije: škole i dječja društva se informiraju kroz direktne kontakte, vjerni su 'provjerenim' destinacijama
Studenti (18-25)	• Putuju pretežito tokom ljeta • Očekivanja: cjenovno prihvatljiv smještaj (hosteli, kampovi, razmjena stanova), aktivnosti, sadržaji, mobilnost • Informacije: Internet i društvene mrežama
Mladi parovi (oko 26-35)	• Putuju tokom cijele godine • Očekivanja: 'posebno' iskustvo, kvaliteta, šoping u kratkom vremenu bez većih cjenovnih ograničenja • Informacije: Internet, društvene mreže, life-style časopisi, prijatelji
Obitelji s djecom (oko 35-50)	• Putuju tokom praznika • Očekivanja: dobra vrijednost za novac i sadržaji prilagođeni potrebama djece • Informacije: Internet, prijatelji, obiteljski časopisi, prethodna iskustva (vjernost)
Zrela dob (oko 50-65)	• Putuju tokom cijele godine • Očekivanja: 'duh' i 'mjesta sa šarmom', žele učiniti 'nešto dobro za sebe', kvaliteta • Informacije: specijalizirani tisak, Internet, preporuke
Treća dob (65+)	• Putuju u proljeće i jesen, uglavnom organizirano u grupi • Očekivanja: ugodan i jednostavan smještaj, mirnije destinacije, razgledavanje glavnih atrakcija • Informacije: preporuke

Interesi segmenti	
Sportski rekreativci (Biciklisti, trekeri, klubovi i sl.)	• Putuju najčešće u proljeće, ljeto i jesen • Očekivanja: ukupni sadržaji destinacije, mogućnost fizičkog izazova, udoban smještaj, ekološka osviještenost • Informacije: Internet, klub
Wellness gosti	• Putuju najčešće tokom proljeća i jeseni; većinom žene • Očekivanja: kvaliteta wellness usluga, smještaj, hrana, rekreacija, sadržaji u destinaciji • Informacije: preporuke, life-style časopisi, Internet
Eno-gastro	• Putuju cijele godine, često na kratka putovanja • Očekivanja: mogućnost uživanja i upoznavanja hrane i vina, autentična ponuda, kulturni sadržaji, udoban smještaj • Informacije: preporuke, life-style časopisi, Internet
Motivirani kulturom	• Putuju najčešće tokom proljeća i jeseni • Očekivanja: kulturne atrakcije i manifestacija 'od značaja', autentična ponuda, udoban smještaj • Informacije: specijalizirani tisak, preporuke, Internet
Poslovni gosti (kongresisti, incentive)	• Putuju uglavnom u proljeće i jesen • Očekivanja: kvalitetne konferencijske sadržaje, atraktivnost i sadržajnost destinacije, kvalitetan (4*) smještaj • Informacije: direktni kontakti i agencije
Tranziteri	• 'Usputna' skretanja se najčešće planiraju unaprijed • Očekivanja: kombinacija mogućnosti 'skraćenog' obilaska neke značajne atrakcije i 'korisnih' sadržaja (hrana, odmor).

Relevantni proizvodi

Rekreacija i sport: biciklizam, pješčenje, 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 (prihvatanje 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 odmorishnih 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

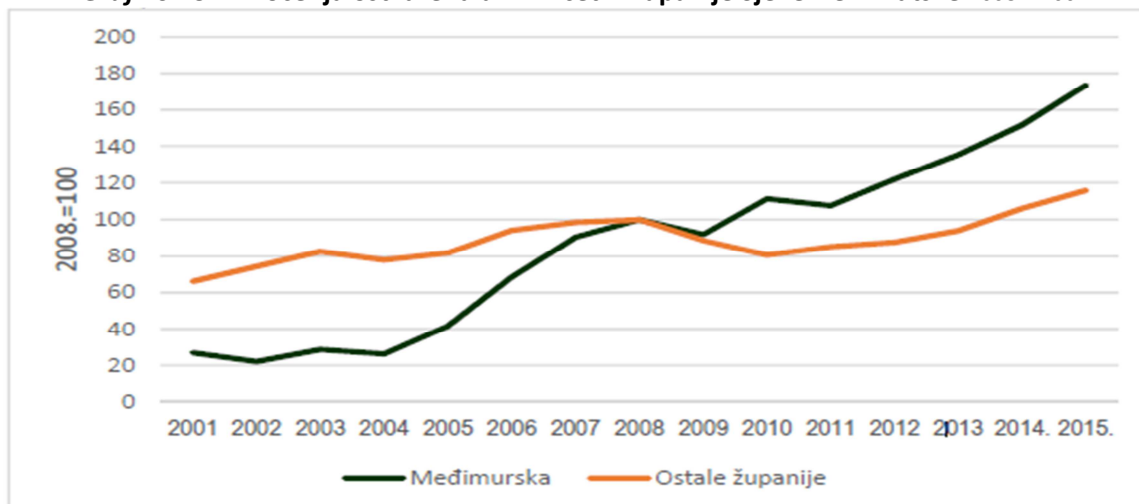
- Obuhvat: putovanja djelomično ili potpuno motivirana konzumacijom hrane i pića, destinacije ili iskustvima povezanim s gastronomijom i enologijom koja uključuju razvijanje spoznaja o lokalnoj eno-gastronomiji, promatranje i/ili uključivanje u procese proizvodnje i prerade, kupnju lokalnih proizvoda i obilaske 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, incentive

- 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.

3.4. Konkurentska pozicija Međimurske županije

Na području pet županija sjeverne Hrvatske, kao najbližem konkurentskom okruženja Međimurske županije, tijekom 2015. godine ostvareno je 621 000 noćenja, 10,2% više nego u 2014. godini. Tržišni lider je Krapinsko-zagorska županija s udjelom od 34,8% noćenja, a slijede Varaždinska županija s udjelom od 20,9% te Međimurska županija s udjelom od 20,5%, dok Zagrebačka županija privlači 19,3%, a Koprivničko-križevačka županija 4,5% ukupnih noćenja.

Grafikon 3.2. Noćenja ostvarena u MŽ i četiri županije Sjeverne Hrvatske 2008. =100

Izvor: Državni zavod za statistiku

U okviru analiziranog konkurentskog kruga tijekom 2015. godine najveći rast potražnje zabilježile su Zagrebačka županija (28,4%) i Međimurska županija (14,4%), a iznadprosječan rast bilježi i Varaždinska županija (11%). U Krapinsko-zagorskoj županiji potražnja je povećana 2,7%, dok je u Koprivničko-križevačkoj županiji zabilježen pad broja noćenja za 11,2%. Povećavši broj noćenja za pet i pol puta Međimurska županija je u razdoblju od 2001. do 2015. godine zabilježila najveći kumulativan rast dok su noćenja na cijelom području sjeverne Hrvatske istodobno tek udvostručena. Bitno brži rast u odnosu na najbliže konkurentsko okruženje rezultirao je stalnim povećavanjem tržišnog udjela Međimurske županije, sa 6,5% u 2001. godini, na 8,1% u 2005, i 14,7% u 2008. godini te 20,5% u 2015. godini.

Tabela 3.3.**TURISTIČKI PROMET PO ŽUPANIJAMA, SIJEČANJ - PROSINAC 2015.**

ŽUPANIJE	TURISTI		INDEX 15./14.	NOĆENJA		INDEX 15./14.
	2014.	2015.		2014.	2015.	
ZAGREBAČKA ŽUPANIJA	53.841	65.653	121,94	93.143	111.629	119,85
KRAPINSKO-ZAGORSKA	85.367	95.751	112,16	210.253	215.831	102,65
SISAČKO-MOSLAVAČKA	27.516	29.214	106,17	76.232	82.198	107,83
KARLOVAČKA ŽUPANIJA	207.876	245.000	117,86	331.126	395.348	119,40
VARAŽDINSKA ŽUPANIJA	45.774	49.614	108,39	117.008	129.882	111,00
KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKA	16.764	17.893	106,73	31.568	28.017	88,75
BJELOVARSKO-BILOGORSKA	16.076	20.336	126,50	36.614	62.864	171,69
PRIMORSKO-GORANSKA	2.419.864	2.560.726	105,82	12.212.423	13.070.148	107,02
LIČKO-SENJSKA	522.857	574.736	109,92	2.030.496	2.198.348	108,27
VIROVITIČKO-PODRAVSKA	12.892	11.308	87,71	31.626	28.909	91,41
POŽEŠKO-SLAVONSKA	9.890	10.284	103,98	24.733	24.356	98,48
BRODSKO-POSAVSKA	24.295	23.991	98,75	40.668	42.889	105,46
ZADARSKA	1.186.908	1.289.862	108,67	7.184.150	7.816.872	108,81
OSJEČKO-BARANJSKA	74.026	79.588	107,51	150.466	158.226	105,16
ŠIBENSKO-KNINSKA	746.177	797.035	106,82	4.552.929	4.822.542	105,92
VUKOVARSKO-SRIJEMSKA	43.709	51.566	117,98	83.159	94.519	113,66
SPLITSKO-DALMATINSKA	2.212.903	2.473.538	111,78	12.134.612	13.288.805	109,51
ISTARSKA ŽUPANIJA	3.059.226	3.369.905	110,16	19.545.303	20.966.561	107,27
DUBROVAČKO-NERETVANSKA	1.346.281	1.443.103	107,19	5.883.802	6.135.891	104,28
MEĐIMURSKA ŽUPANIJA	48.272	56.442	116,92	111.217	127.190	114,36
GRAD ZAGREB	967.902	1.077.778	111,35	1.602.420	1.804.290	112,60
UKUPNO ŽUPANIJE	13.128.416	14.343.323	109,25	66.483.948	71.605.315	107,70

IZVOR: Državni zavod za statistiku

OBRADA: Ministarstvo turizma

4. IZVRŠENJE MARKETING PLANA TZMŽ ZA 2015.g.

4.1. Ostvarenje ciljeva marketinške politike za 2015.g.

Ciljevi marketinške politike TZMŽ postavljeni u Programu rada za 2015. godinu bili su:

- **Strateški cilj:** Povećati zaradu od turizma i time doprinijeti općem prosperitetu žitelja i održivom razvoju Međimurske županije.
- **Operativni ciljevi:**
 - poticati sinergiju javnog i privatnog sektora koja će omogućiti povećanje fizičkog obujma turističkog prometa do 5% u odnosu na 2014.g.
 - produženje dužine boravka gostiju u Međimurju za 10% u odnosu na 2014.g.
 - porast prepoznatljivosti Međimurja kao turističke destinacije utemeljene na iskustvima visoke osobne vrijednosti na domaćem i stranom tržištu
 - poticati daljnji razvoj turističkih proizvoda s naglaskom na aktivni turizam i enogastronomiju
 - poticati razvoj kvalitetnih smještajnih kapaciteta i ponude turističkih usluga u seljačkom turizmu i malim kampovima

Izvršenjem Programa rada TZMŽ za 2015. godinu **postignuti su slijedeći rezultati:**

- **sinergijom javnog i privatnog sektora povećan je obujam fizičkog turističkog prometa za 17% u broju dolazaka i 14,4 % u broju noćenja u odnosu na 2014.g.**
- **produženo je vrijeme boravka gostiju u Međimurju za 10 % u odnosu na 2014. godinu**
- **Međimurje je pozicionirano druga najpoželjnija kontinentalna destinacija za kratke odmore u Hrvatskoj što govori u prilog pojačanoj prepoznatljivosti na domaćem tržištu**
- **Međimurje je pozicionirano kao jedno od infrastrukturno najrazvijenijih kontinentalnih cikloturističkih destinacija u Hrvatskoj, ugostiteljski objekti su uvršteni među skupinu vodećih u Hrvatskoj ili regiji, a Gornje Međimurje je proglašeno Europskom destinacijom izvrsnosti (EDEN) u kategoriji turizma i lokalne gastronomije**
- **povećan je broj kreveta obiteljskom smještaju 3 puta u odnosu na 2014.g.**

Temeljem gore navedenog konstatiramo da su postignuti svi operativni postavljeni ciljevi marketinške politike TZMŽ za 2015.g.

4.2. Ostvarivanje prihoda TZMŽ u 2015.g.

U 2015. godini ostvareno je ukupno 2.126.689,75 kuna prihoda što je 78% u odnosu na prvobitni financijski plan odnosno 99% u odnosu na rebalans plana. Izvorni (zakonski) prihodi koje čine turistička članarina i boravišna pristojba ostvareni su u visini 251.995,61 kn što je u skladu s planom i čine 12% od ukupnih prihoda. Prihodi od potpore Međimurske županije ostvareni su u visini 740.000,00 kuna što je 87% u odnosu na prvobitni plan i činili su 35% u strukturi. Potpore od Ministarstva turizma nisu realizirane jer nisu bili raspisani natječaji na koje su se turističke zajednice mogle prijaviti. Potpore od GU HTZ realizirane su u visini od 252.434,74 kn i činile su 12% u ukupnom prihodu. U odnosu na prvobitni plan potpora HTZ realizirana je u visini 31% iz razloga što je HTZ ograničio najviši iznos sredstava po jednoj TZ za programe iz fonda za nerazvijene. Također sredstva udruženog oglašavanja realizirala su se direktnim plaćanjima GU HTZ medijima, a ne preko računa TZMŽ kao ranijih godina. Prihodi od EU fondova ostvareni su u visini 802.513,48 kuna, činili su 37,7 % u strukturi te se odnose na povrat sredstava iz projekata CIAN IPA HUHR i Joint planng Code IPA HUHR. Ovi prihodi ostvareni su značajno iznad plana, čemu je uzrok neuključivanje u prvobitno planiranje odgođenih prihoda iz ranijih godina (računovodstvena kategorija). Ostali prihodi realizirani su u visini 79.745,92 kuna što čini 4% u strukturi ukupnih prihoda, a odnose se na sponzorstvo HEP-a za manifestacije te transfer HZZ-a za doprinose stažiste, prihodi su ostvareni znatno iznad plana zbog neplaniranog sponzorstva.

4.3. Ostvarivanje marketinških aktivnosti u 2015.g.

Radi ostvarivanja zacrtanih ciljeva provedene su slijedeće marketinške aktivnosti:

4.3.1. RAD TURISTIČKOG UREDA I TIJELA TZMŽ

4.3.1.1. 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 u razdoblju od 01.05. do 31.12.2015. radila volonterka/stažistica u skladu s Mjerom stručnog osposobljavanja HZZ-a.

• Ured je provodio:

- 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 turizma pri ŽK HGK, Savjeta Međimurske vinske ceste, Koordinacije Klastera Središnje Hrvatske, Vijeća za destinacijski menadžment Ministarstva turizma, i drugih stručnih tijela vezanih na razvoj turizma,
- sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou Županije u svezi s politikom planiranja razvoja turizma na nacionalnom nivou,

- 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 visitmedimurje.com, sustava prijave i odjave turista i statističke obrade prema turističkim zajednicama nižeg ustroja i Hrvatskoj turističkoj zajednici,
- 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 262.433,01 kn odnose se na: bruto plaće i naknade dva zaposlenika, doprinose za stažisticu komunikacijske troškove, uredski materijal, knjigovodstvene usluge, takse i naknadu za platni promet te kamate po kreditu za projekt Cycle in a network.
- **Ostvareni rezultati:** Ured turističke zajednice nesmetano je poslovao te u sve planirane programske aktivnosti u potpunosti su izvršene.

4.3.1.2. Rad tijela TZMŽ

- **Provedene aktivnosti:** Tijekom 2015. godine održane su :
 - o 4 sjednice Turističkog vijeća TZMŽ

Sjednica	Datum sjednice	Dnevni red
3. sjednica Vijeća TZMŽ	30.03.2015	1. Prihvaćanje zapisnika s a2. sjednice Turističkog vijeća, 2. Prihvaćanje izvješća o radu i izvršenju financijskog plana TZMŽ za 2014. godinu, 3. Izvješće o obavljenom nadzoru Nadzornog odbora TZMŽ za razdoblje 01.01.-31.12.2014.g, 4. Ostalo
4. sjednica Vijeća TZMŽ	30.10.2015	1. Prihvaćanje Zapisnika sa 3. sjednice Turističkog vijeća, 2. Prihvaćanje Programa rada s financijskim planom TZMŽ za 2016. godinu, 3. Usvajanje Strateškog marketing plana turizma Međimurske županije 2014-2020, 4. Donošenje odluke o pristupanju LAG-u Međimurski bregi i doli, 5. Ostalo

5. sjednica Vijeća TZMŽ	21.12.2015	1.Prihvaćanje Zapisnika sa 4. sjednice Turističkog vijeća, 2.Prihvaćanje Rebalansa proračuna za 2015. godinu, 3.Ostalo
4. sjednica Skupštine TZMŽ	21.12.2015	1. Prihvaćanje Zapisnika sa 3. Sjednice Skupštine,2. Prihvaćanje Rebalansa proračuna za 2015. godinu,3. Prihvaćanje Programa rada s financijskim planom za 2016. godinu,4. Ostalo

o 2 sjednice Skupštine TZMŽ

Sjednica	Datum sjednice	Dnevni red
3. sjednica Skupštine TZMŽ	30.03.2015.	1. Prihvaćanje Zapisnika sa 2. Sjednice Skupštine, 2.Prihvaćanje Izvještaja o radu i izvršenju financijskog plana TZMŽ za 2014.g,3. Izvješće o obavljenom nadzoru Nadzornog odbora TZMŽ za razdoblje 01.01.-31.12.2014.g, 4.Ostalo
4. sjednica Skupštine TZMŽ	21.12.2015.	1.Prihvaćanje Zapisnika sa 3.sjednice Skupštine, 2.Prihvaćanje Rebalansa proračuna za 2015. godinu, 3.Prihvaćanje Programa rada s financijskim planom za 2016.godinu, 4. Ostalo

o 2 sjednice Nadzornog odbora

Sjednica	Datum sjednice	Dnevni red
3. sjednica Nadzornog odbora TZMŽ	20.03.2015.	1.Nadzor poslovanja i poslovnih knjiga TZMŽ za razdoblje 01.01.-30.12.2014., 2.Informacije i prijedlozi
4. sjednica Nadzornog odbora TZMŽ	18.12.2015.	1.Nadzor poslovanja i poslovnih knjiga TZMŽ za razdoblje 01.01.-30.11.2015., 2.Informacije i prijedlozi

- **Realizirani izdaci:** od **4.671,00** kn odnose se na povrat putnih troškova članovima Sabora HTZ.³
- **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 na vrijeme ostvarivale statutarne i zakonske zadatke.**

³ Napomena: Članovi radnih tijela donijeli su 2014.g. odluku o odricanju od novčanih naknada u visini 120,00 kn po održanoj sjednici u korist organizacije studijskog putovanja koje se realiziralo tijekom 2015.g

4.3.2. DIZAJN VRIJEDNOSTI PONUDE

4.3.2.1. 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:**
 - uspostavljen je i facilitiran klub kvalitete Međimurje Cyclists Welcome za smještajne objekte
 - financirano je tiskanje promo flajera za pet (Enogastronomija, Urbanovo, Aktivni odmor, Lov i ribolov, Putevima Zrinskih) novih turističkih paketa kreiranih od strane DMC-u „Etno Art travel“ .
 - održana je edukacija za razvoj cikloturizma za 60 korisnika
 - održane su tri sastanak koordinacije sustava TZ općina i gradova
- **Realizirani su izdaci** od 10.542,09 odnose se na intelektualne usluge.
- **Ostvareni rezultati:**
 - uspostavljen i koordiniran planiran 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.

4.3.2.2. Program „Međimurje bike“

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - pozicioniranje Međimurja kao jedne od vodećih cikloturističke destinacije u Hrvatskoj te bližoj regiji
 - diferencijacija cikloturističkog proizvoda Međimurja u odnosu na ponudu u široj regiji kao „E-bike i Trackingbike“ regije
 - rast dolazaka i noćenja cikloturista u Međimurju za 10% u odnosu na 2014.g.
- **Provedene su aktivnosti :**
 1. **Održavanje javne biciklističke infrastrukture**
 - održavanje i dopuna putokaznih oznaka na bike rutama i stazama zamjena znakova, održavanje odmorišta
 - održavanje postojećih biciklističkih odmorišta
 - održavanje off roda rute preuzeli su JLS-i na čijem području se dionice nalaze
 2. **„E -CyclistsWelcome“** - nije proveden zbog nedostatka sredstava koja su bila planirana iz EU fondova ali tijekom 2015.g. nije bilo raspisanih natječaja za navedene fondove.
 3. **Potpota bike evenatima** – sufinancirano je održavanje 5. etape najveće biciklističke manifestacije u Hrvatskoj **Tour of Croatia** u suradnji s Toplicama Sv. Martin , Općinom Sv. Martin na Muri, Gradom Čakovcem i Gradom Prelogom. Postignut je velik marketinški efekt kroz emitiranje na Eurosportu i HTV prijenosom uživo.
- **Realizirani izdaci:** od 156.047,59 odnose se na troškove tekućeg održavanja, bruto plaću voditelja projekta, sufinanciranje manifestacije Tour of Croatia

- **Ostvareni rezultati:** Međimurje je prepoznato kao jedna od vodećih cikloturističkih destinacija u Hrvatskoj od stručne javnosti i turista, procjenjujemo da je broj cikloturista porasta za 20% u odnosu na 2014.g.

4.3.2.3. Program „Bajkoviti okusi Međimurja

- **Planirani ciljevi** programa bili su:
 - pozicioniranje Međimurja kao enogastronske 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 2014.g
- **Provedene su aktivnosti:**
 1. **„Međimurski gurman“** – nastavljen je projekt ocjenjivanja restorana započet u 2014.g. metodologijom tajnog gosta, javnosti su predstavljene i dodijeljene oznake **Zlatnog gurmara** restoranima: Međimurska hiža Mačkovec, Terbotz Železna Gora, Kristal i Rustica Čakovec, te **Međimurskog gurmara** restoranima: Mamica Pušćine, Međimurski dvori Lopatinec, Panorama Prelog, Shamper i Barok Čakovec. Restoran Mala hiža dobitnik je nagrade za drugi najbolji restoran Hrvatske, a svi nabrojeni restorani ušli su u krug najboljih u Središnjoj Hrvatskoj.
 2. **Izrada gourmet smartphon aplikacije** – nije realizirano zbog nedostatka sredstava – planirano iz EU fondova
 3. **Predstavljanja „Bajkoviti okusi Međimurja“** – provedena je organizacija vrhunskih gourmet događaja u suradnji sa međimurskim proizvođačima tradicijskih namirnica, međimurskim vinarima, kuharima i restoranima u Pečuhu (HU), Waršavi (PL) i Briselu (B).
 4. **Edukacija** – održane su kulinarske radionice u sklopu sajмова MESAP Nedelišće i Voćarski sajam D. Kraljevec za preko 100 sudionika, u Toplicama Sv. Martin održana je edukacija s primjerima dobre prakse razvoja gourmet EDEN destinacija iz Slovenije.
- **Potpora gourmet eventima** – putem promocije i podržani su: Urbanovo Štrigova, Bakini kolači Nedelišće, Gastro izložba Čakovec, Panorama kup Prelog, Martinje-MEF.
- **Realizirani izdaci:** od **101.206,34** odnose se na intelektualne usluge, transportne troškove, bruto plaće voditelja projekta, najamnine opreme, potpore za evente.
- **Ostvareni rezultati:** U labelling sustav uključeno je devet restorana kojima je povećana prepoznatljivost na nacionalnom turističkom tržištu, povećana je razina senzibiliziranost 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.

4.3.2.4. Program „Volim Međimurje“

- **Planirani ciljevi** programa bili su:
 - mobilizacija svih subjekata na očuvanju turističkog prostora,
 - unapređivanje turističkog okruženja i zaštita okoliša,
 - podizanje razine gostoljubivosti i stvaranje klime dobrodošlice u destinaciji.
- **Provedene su aktivnosti:**
 1. **EDEN-** Gornje Međimurje kandidirano je u nacionalni izbor Europske destinacije izvrsnosti na temu turizam i lokalna gastronomije te je osvojilo prvo mjesto na nacionalnom nivou te time uvršteno u krug 16 prestižnih europskih destinacija EDEN

2. **Zeleni cvijet Međimurja** - u suradnji sa sustavom TZ-a i JLS-ima provedeno je ocjenjivanje uređenosti okućnica, ugostiteljskih objekata i OPG-a, u akciju se uključilo 31 osoba i organizacija. Nagrađeni su: u kategoriji balkona Franciska Vuk, Anita Černov i Ana Kraljić, u kategoriji okućnica Slava Savić, Ivan Mesarić i Slavica Dobranić, u kategoriji vinska kuća najuređeniji su Vinska kuća Knehtl Medenjak, Vinska kuća Hažić i Vinska kuća Cmrečnjak, a među ugostiteljsko – turističkim objektima restoran Zelengaj, restoran Prelog te restoran Terbotz, koji je ujedno bio domaćin svečanosti međimorskog turizma. Priznanje u akciji Čovjek Ključ uspjeha, dobio je Josip Mikec, iz TZ Štrigova u kategoriji djelatnika u sustavu turističkih zajednica.
 3. **Čovjek ključ uspjeha** - u skladu sa kriterijima HTZ-a izabrani su kandidirani Glavnom uredu HTZ-a profesionalci iz turističkih djelatnosti. Na Danima hrvatskog turizma u Poreču nacionalne nagrade primili su: Franjo Makovec, nagrada Anton Štifanić za životno djelo, Tatjana Hažić – domaćica TOPG-a, Toplice Sv. Martin za razvoj zelenog turizma.
 4. **Suncokret ruralnog turizma** – proveden je izbor kandidata te su na nacionalnom nivou nagrađeni: OPG Izletišta Hažić Jurovčak, OPG Šardi – Medena priča Črečan, Poljoposavec d.o.o. Dunjkovec, Restoran Terbotz Železna Gora, Gornje Međimurje – ruralni projekt, Međimurska županija – sveukupni pobjednik
 5. **INTERSTAS** - Europska asocijacija turističkih novinara F.E.S.T. dodijelila je plaketu za izrazito zapaženi doprinos razvoju turizma Međimurske županije Rudiju Gula, plaketu Zlatni INTERSTAS Međimurskoj županiji, a Općina Sveti Martin na Muri nominirana je za nagradu Zlatni cvijet Europe
- **Realizirani izdaci:** od **43.622,27** odnose se na intelektualne usluge, ugostiteljske usluge, ostale usluge.
 - **Ostvareni rezultati:** Porasla je svijest stanovnika MŽ o važnosti ekološke održivosti, uređenju okoliša, nacionalna i međunarodna javnost upoznata je s kvalitetom turističke ponude i održivim pristupom u razvoju turizma u MŽ, značajno je porasla prepoznatljivost turizma MŽ.

4.3.2.5. 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:**
 - izrađen je Programa razvoja pješačkog turizma u MŽ 2015-2020.
 - GPS rutirano je 24 šetačkih/tacking staza
 - otkupljena je topografska karta MŽ u omjeru 1:25000
 - izrađen je vizualni identitet programa
 - uspostavljena je mreža javne turističke infrastrukture za šetačke staze u dužini km
 - izrađena je smartphone aplikacija Bike&Traking za tracking aktivnosti
 - provedena je prva faza (identifikacija) u procesu umrežavanja ponuđača objekata i usluga sportskog/rekreativnog turizma

- **Realizirani izdaci:** od 205.383,85 odnose se na intelektualne usluge, nabavu osnovnih sredstava
- **Ostvareni rezultati:** uspostavljeni su organizacijski uvjeti za razvoj i promociju pješačkog turizma u MŽ

4.3.2.6. Program VisitMeđimurjeLoyalty - EU projekt

- Aktivnosti nisu provedene zbog nedostatka financijskih sredstava koje su bila planirana iz EU fondova.

4.3.3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI PONUDE

4.3.3.1. ONLINE KOMUNIKACIJE

Osnovni alat e-marketinga TZMŽ su web stranice **www.visitmedmurje.com**

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - povećanje broja posjetitelja na www.visitmedimurje.com od 20% u odnosu na 2014.g.
 - povećanje broja „prijatelja“ na Facebook stranicama <https://hr-hr.facebook.com/TZMedimurskeZupanije> za 20% u odnosu na 2014.g.
 - porast vidljivosti destinacije na domaćem i međunarodnom tržištu
- **Provedene su aktivnosti:**
 - provedena Google AdWords kampanja za hrvatsko, slovensko i austrijsko tržište
 - objavljeni baneri na web portalima 336.000 CPC
 - provođeno ažuriranje i obogaćivanje sadržaja destinacijskog web i web 2.0 portala
 - kreirano i na 1200 e-mail adresa distribuirano 12 mjesečnih Newslettera s informacijama o manifestacijama
 - upravljanje destinacijskim informacijskim sustavom (DIS) - proširivanje i osvježavanje baze podataka
- Zahvaljujući sponzorstvu tvrtke **Qavian** vlasnika Marka Čavke, TZMŽ je u javnost i na tržište lansirala novu tehnološki najnapredniju aplikaciju za **smartrphon uređaje VisitMeđimurje** za iOS i Android platforme. Vrijednost sponzorstva iznosi preko 100.000 kuna.
- **Realizirani izdaci:** od 151.584,95 odnose se usluge zakupa i objave oglasa, zakupa hostinga, ostale IT usluge
- **Ostvareni rezultati:**
 - Porastao broj posjeta na www.visitmedimurje.com od 27% u odnosu na 2014.g.
 - Porastao broj „prijatelja“ na Facebook stranicama <https://hr-hr.facebook.com/TZMedimurskeZupanije> za 33% u odnosu na 2014.g.
 - Procjenjujemo da je ukupna tržišna vrijednost online komunikacija iznosila preko 1,5 milijuna kuna.

OFFLINE KOMUNIKACIJE

- **Planirani ciljevi** bili su:
 - porast vidljivosti destinacije na domaćem i međunarodnom tržištu
 - porast PR objava za 10% u odnosu na 2014.g.
- **Provedene su aktivnosti objave oglasa:**
 - objavljeno je 18 plaćenih oglasa
 - objavljeno je 52 PR (neplaćenih) članaka
 - sufinancirano djelovanje PR agencija za Slovensko i Austrijsko tržište u suradnji s Toplicama Sveti Martin
 - nabavljeno je i distribuirano 10.765 komada raznih promotivnih materijala

Specifikacija objava u offline medijima

Tip medija	Ukupan format Oglasa	Ukupan format PR objava	Tržište objave
Novine i časopisi	28,5 str	72,5 str	HR
	-	5 str	SI
	2 str	6 str	AU
Radio	241,8 min	483,6 min	HR
	72,7 min	145,4 min	SI
TV	67 min	134 min	HR
	30 min	150 min	SLO
		11,49 min	AU
		3 min	Globalno-Eurosport
Outdoor (Jumbo plakati)	28 poz	-	HR

- **Realizirani izdaci:** od 338.933,76 kn odnosi se na usluge oglašavanja

Specifikacija nabavljenih i distribuiranih tiskanih, multimedijalnih i drugih promomaterijala

Rb.	Vrsta promomaterijala	Jedinica mjere	Količina
1.	Prodajni letak Etno art A3 (Enogastro, Aktivni odmor, Lov, ribolov, Urbanovo, Putevima Zrinskih)	kom	3650
2.	Turistička karta Međimurja	kom	2500
3.	Imidž brošura Gornje Međimurje	kom	160
4.	Mape VisitMeđimurje Etno art	kom	1050

5.	Film EDEN Gornje Međimurje	kom	1
6.	Promo film Aplikacija VisitMedimurje	kom	1
7.	Wall Cyclist Welcome Međimurje	kom	1
8.	Roll up EDEN	kom	1
9.	Leci -razni	kom	2386
10.	T shirt majica s tiskom	kom	130
11.	Knjige - razne	kom	105
12.	Pozivnice, priznanja, zahvalnice, ulaznice	kom	200
13.	Plakati - razni	kom	80
14.	Suveniri razni (koštice, vino, kolači....)	kom	500

- **Realizirani izdaci** za nabavu promomaterijala: **88.865,49** kuna
- **Ostvareni rezultati:**
 - porasla je vidljivost MŽ kao turističke destinacije što se posljedično očituje kroz povećanje broja dolazaka i noćenja od 14%
 - porastao broj PR (medijskih besplatnih) objava za 50% u odnosu na 2014.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 offline komunikacija iznosila preko 2 milijuna kuna.

„Smeđa“ turistička signalizacija

Nije odobreno sufinanciranje od strane HTZ te je odgođeno postavljanje novih oznaka.

4.3.4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

4.3.4.1. 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

Rd.br.	Sajam	Datum	Napomena
1.	Argus bike festival, Beč	10-12.04.2015.	Prezentacija biciklističke ponude Međimurja na specijaliziranom sajmu
2.	Pomurski sejem, Gornja Radgona	17-19.04.2015.	Prezentacija turističke ponude Međimurja
3.	Festival Pušipela - Urbanovo	15-17.5.2015.	Info pultu
4.	MESAP Nedelišće	12-14.06.2015.	Prezentacija enogastronomске ponude Međimurja
5.	Međunarodni voćarski sajam, Donji Kraljevec	04-05.09.2015.	Prezentacija enogastronomске ponude -jela od jabuke
6.	Zagorski gospodarski zbor, Krapina	10.09.2015.	Prezentacija turističke ponude
7.	Weekend bike festival, Terme Sveti Martin	18-20.09.2015.	Prezentacija cikloturističke ponude
8.	Bela nedeja, Kastav	03-04.10.2015.	Prezentacija turističke ponude
9.	Interstas, Solin	12-13.11.2015.	Prezentacija enogastronomске ponude Međimurja

- **Realizirani izdaci:** od **71.811,90** kn odnose se na najam i uređenje prostora, transportne troškove, ugostiteljske usluge
- **Ostvareni rezultati:**
 - ostvareni direktni kontakti s preko 100.000 potencijalnih gostiju na hrvatskom, slovenskom i austrijskom tržištu
 - porast prepoznatljivost turističkog proizvoda Međimurja

4.3.4.2. 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

Rb	Naziv medija	Datum	Broj osoba	Napomena
1.	TV S1 (SLO)	25.02.2015.	3	Tema: Stari grad, turizam u Starom gradu
2.	Buy Croatia (novinari iz 10 zemalja)	21.-25.04.2015.	20	Studijsko putovanje Helath & wellbeing
3.	VI Media	04.-05.05.2015.	3	Nizozemski novinari Culinary Croatia, golf,
4.	ORF Austrija, Turistička agencija iz Tirola	08.05.2015.	150	Biciklisti i agenti u organizaciji televizije ORF
5.	Novinari- Urbanovo	19.-20.05.2015.	20	Eno gastro
6.	V. Helmik i M. Weenink, Nizozemska	18-19.05.2015.	2	Blogeri na temu Culture, gastronomy & wellness
7.	Buy Croatia	21.05.2015.	20	Tema- gastronomija
8.	FIJET Hrvatska (novinari iz Hrvatske, Srbije, BiH, Slovenije)	22.-23.05.2015.	20	Tema enogastronomija u sklopu Urbanova - Dani otvorenih podruma
9.	Nadine Schutte	23.-24.05.2015.	1	Belgijska blogerica - tema golf, aktivni odmor, cikoturizam
10.	Andrea Lesson	25.-27.05.2015.	1	Talijanski bloger - tema PPS studijsko putovanje
11.	Ministarstvo vanjskih poslova RH	28.-29.10.2015.	30	Posjet supruge veleposlanika u RH
12.	Glas Istre - Emil Perdec	24.-26.11.2015.	2	Enogastronomija
13.	EDEN Slovenija	08.-09.12.2015.	20	Studijsko putovanje EDEN destinacija iz SLO
	UKUPNO:		292	

- **Realizirani izdaci:** od 98.064,29 odnose se na intelektualne i ugostiteljske usluge
- **Ostvareni rezultati:**
 - objavljeni su promotivni članci o destinaciji u procijenjenoj vrijednosti od preko 800.000 kn
 - Porasla vidljivost i prepoznatljivost Međimurja kao turističke destinacije

4.3.4.3. 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.	Prezentacija EDEN destinacije Gornje Međimurje	Sentvičent, Istra	20.10.2015.	Prezentacija EDEN destinacije Gornje Međimurje
2.	Prezentacija međimurskih vina i vinara, te prezentacija gastro ponude Međimurja	Varšava, Poljska	6.12.2015.	Prezentacija međimurskih eno-gastro ponude
3.	Prezentacija EDEN destinacije Gornje Međimurje, primitak nagrade za EDEN destinaciju	Brisel, Belgija	16.-17.12.2015.	Prezentacija EDEN destinacije Gornje Međimurje, primitak nagrade za EDEN destinaciju

- **Realizirani izdaci:** od **126.724,34 kune** odnose se na najam i uređenje prostora, transportne troškove, intelektualne usluge.
- **Ostvareni rezultati:**
 - ostvaren direktni promotivni kontakti s preko 300 novinara, agencija i drugih turističkih djelatnika
 - porasla vidljivost i prepoznatljivost destinacije

4.3.5. 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:** organizirano benchmarking putovanje za članove Tijela TZMŽ u Pećuh, vinsku cestu Vilany i Harkany u Mađarskoj.
- **Realizirani izdaci:** od **22.920,00 kuna** odnose se na troškove transporta, smještaja i intelektualnih usluga
- **Ostvareni rezultati:** porasla educiranost članova Tijela i povezivanje s destinacijom Villany u Mađarskoj

4.3.6. 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, naplati 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 4.3.2.1.
 - **Ostvareni rezultati:** TZ-i općina i gradova radili su u skladu s zakonskim obvezama , povećana je kvaliteta rada TZ - općina i gradova

4.3.7. OSTALO – IZRADA PLANSKIH DOKUMENATA

Projekt JOINT PLANING CODE IPA HUHR 2007-2013

- **Planirani cilj** projekta je bio izrada Strateškog menadžment i marketing plana TZMŽ za razdoblje 2015-2020.g.
- **Provedene su aktivnosti:**
 1. koordinacija sudionika u procesu izrade dokumenta
 2. organizacija banchmarking aktivnosti
 3. dizajn i održavanje web stranica projekta
- **Realizirani izdaci:** od **28.680,48** odnose se na intelektualne i IT usluge te bruto plaće voditelja projekta.
- **Ostvareni rezultati:** Izrađen je, usvojen i javnosti predstavljen dokument Strateškog menadžment i marketing plana TZMŽ 2015-2020.g.

Projekt tematski park Goričan

- Nije bilo aktivnosti zbog neriješenih pravno imovinskih pitanja.

V. IZVRŠENJE FINANCIJSKOG PLANA TZMŽ ZA 2015.g.**A) PRIHODI**

KONTO	OPIS	PLAN	REBALANS	IZVRŠENJE	INDEKS 6/5	UDIO U STRUKT URI %
2	3	4	5	6	7	8
33120	Turističke članarina	170.000,00	170.000,00	169.409,45	100	7,92
33121	Boravišna pristojba	70.000,00	84.000,00	82.586,16	98	3,91
3512	Prihod iz proračuna Međimurske županije	850.000,00	750.000,00	740.000,00	99	34,94
35121	Prihod iz proračuna Ministarstva turizma	400.000,00	0,00	0,00	0	0,00
3521	Prihod iz EU fondova	410.000,00	802.513,48	802.513,48	100	37,39
35210	Prihod od Hrvatske turističke zajednice	800.000,00	260.000,00	252.434,74	97	12,11
	Ostali prihodi	10.000,00	80.000,00	79.745,92	100	3,73
	SVEUKUPNO	2.710.000,00	2.146.513,48	2.126.689,75	99	100

B) RASHODI

KONTO	OPIS	PLAN	REBALANS	IZVRŠENJE	INDEKS 6/5	UDIO U STRUKT URI %
2	3	4	5	6	7	8
	ADMINISTRATIVNI RASHODI	322.000,00	367.200,00	369.712,16	101	17,11
	Rashodi za zaposlene	266.000,00	261.000,00	262.433,01	101	12,16
411	Bruto plaće	256.000,00	256.000,00	255.473,01	100	11,93
4211	Službena putovanja	5.000,00	0,00	0,00	0	0,00
4214	Ostali rashodi za zaposlene	5.000,00	5.000,00	6.960,00	139	0,23
	Rashodi za usluge	39.000,00	90.000,00	90.984,49	101	4,19
4251	Komunikacijske usluge	3.000,00	7.000,00	7.414,13	106	0,33
42571	Knjigovodstvene usluge	26.000,00	24.000,00	24.000,00	100	1,12
4252	Usluge održavanja opreme	5.000,00	0,00	0,00	0	0,00
4259	Ostale usluge (plani promet, taxe, kamate)	5.000,00	59.000,00	59.570,36	101	2,75
	Rashodi za materijal	7.000,00	6.700,00	7.334,44	109	0,31
4261	Uredski materijal	4.000,00	4.000,00	3.976,88	99	0,19
4264	Sitni inventar	2.000,00	2.100,00	2.050,56	98	0,10
4292	Reprezentacija ureda	1.000,00	600,00	1.307,00	218	0,03
	Naknade za rad tijela TZMŽ i volontera	10.000,00	9.500,00	8.960,22	94	0,44
4231	Naknade članovima u tijelima TZMŽ	5.000,00	5.000,00	4.671,00	93	0,23
4241	Doprinosi za stažiste	5.000,00	4.500,00	4.289,22	95	0,21

	DIZAJN VRIJEDNOSTI	1.158.000,00	852.713,00	516.802,14	61	39,73
	Upravljanje destinacijom i potpora DMK	20.000,00	10.542,09	10.542,09	100	0,49
4257	Edukacija	20.000,00	10.542,09	10.542,09	100	0,49
	Program Međimurje bike	410.000,00	156.047,59	156.047,59	100	7,27
4252	Tekuće održavanja bike infrastrukture	100.000,00	49.800,00	49.800,00	100	2,32
	Projekt "E-Cyclist Wellcome"	310.000,00	106.247,59	106.247,59	100	4,95
411	Bruto plaća	38.000,00	30.247,59	30.247,59	100	1,41
4251	Komunikacijske usluge	2.000,00	0,00	0,00	0	0,00
4257	Intelektualne usluge	100.000,00	0,00	0,00	0	0,00
4511	Potpore bike eventima	20.000,00	76.000,00	76.000,00	0	0,00
4259	Ostale usluge	150.000,00	0,00	0,00	100	3,54
	Projekt IPA HU HR Cycle in a network	0,00	337.260,82	0,00	0	15,71
	Program Bajkoviti okusi Međimurja	358.000,00	113.000,00	101.206,34	90	5,26
411	Bruto plaće	78.000,00	27.000,00	27.000,00	100	1,26
4211	Transportni troškovi	10.000,00	10.000,00	7.125,50	71	0,47
4257	Intelektualne usluge	50.000,00	6.000,00	8.225,00	137	0,28
4258	Dizajn Smartphon aplikacije BMO	100.000,00	0,00	0,00	0	0,00
4255	Najamnine opreme i prostora	50.000,00	10.000,00	6.250,00	63	0,47
4292	Potrošni materijali	50.000,00	10.000,00	4.553,86	46	0,47
4511	Potpore eno-gastro eventima	20.000,00	50.000,00	48.051,98	96	2,33
	Program Volim Međimurje	30.000,00	45.500,00	43.622,27	96	2,12
4257	Intelektualne usluge	20.000,00	30.500,00	30.749,77	101	1,42
4259	Ostale usluge	5.000,00	10.000,00	8.537,50	85	0,47
4292	Ugostiteljske usluge	5.000,00	5.000,00	4.335,00	87	0,23
	Program "Međimurje u pokretu"	150.000,00	190.362,50	205.383,85	108	8,87
4257	Program razvoja i rutiranje šetačkih staza	40.000,00	69.000,00	84.021,35	122	3,21
4252	Uređivanje i označavanje pješačkih staza	100.000,00	121.362,50	121.362,50	100	5,65
4511	Potpore tracking eventima	10.000,00	0,00	0,00	0	0,00
	Projekt VisitM Loyalty	190.000,00	0,00	0,00	0	0,00
4257	Organizacija koncepta	190.000,00	0,00	0,00	0	0,00
	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	910.000,00	610.000,00	579.384,20	95	28,42
	Online komunikacije	400.000,00	170.000,00	151.584,95	89	7,92
4253	Online promotivna kampanja	300.000,00	160.000,00	144.877,45	91	7,45
4258	Upravljanje Destinacijskim info sustavom	100.000,00	10.000,00	6.707,50	67	0,47

	Offline komunikacije	510.000,00	440.000,00	427.799,25	97	20,50
4253	Offline promotivna kampanja	260.000,00	350.000,00	338.933,76	97	16,31
42951	Nabava promotivnih materijala	200.000,00	90.000,00	88.865,49	99	4,19
4252	"Smeđa" turist. signalizacija	50.000,00	0,00	0,00	0	0,00
	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	230.000,00	265.000,00	296.600,53	112	12,35
	Sajmovi	75.000,00	70.200,00	71.811,90	102	3,27
4211	Transportni troškovi	10.000,00	12.000,00	11.775,20	98	0,56
4259	Uređenje štandova	40.000,00	31.000,00	30.744,30	99	1,44
4255	Najamine prostora	15.000,00	23.100,00	24.872,40	108	1,08
4292	Potrošni materijali	10.000,00	4.100,00	4.420,00	108	0,19
	Studijska putovanja novinara i agenata	50.000,00	89.800,00	98.064,29	109	4,18
4257	Vođenje na stranim jezicima	5.000,00	3.000,00	2.941,67	98	0,14
4257	PR usluge	15.000,00	5.800,00	5.800,00	100	0,27
4292	Ugostiteljske i smještaj usluge	30.000,00	81.000,00	89.322,62	110	3,77
	Posebne prezentacije	105.000,00	105.000,00	126.724,34	121	4,89
4211	Transportni troškovi	15.000,00	15.000,00	23.075,53	154	0,70
4257	Intelektualne usluge	30.000,00	30.000,00	45.628,29	152	1,40
4292	Potrošni materijali	30.000,00	25.000,00	22.743,92	91	1,16
4259	Opremanje prezentacijskih prostora	30.000,00	35.000,00	35.276,60	101	1,63
	INTERNI MARKETING	40.000,00	22.920,00	22.920,00	100	1,07
4257	Edukacija za sustav TZ	40.000,00	22.920,00	22.920,00	100	1,07
	IZRADA MARKETINŠKE INFRASTRUKTURE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Projekt "Stop&taste"	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Multimedijalni materijali	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	OSTALO	50.000,00	28.680,48	28.680,48	100	1,34
	Projekt IPA HU-HR JPC	30.000,00	28.680,48	28.680,48	100	1,34
411	Bruto plaća	20.000,00	4.680,48	4.680,48	100	0,22
4211	Službena putovanja	2.000,00	0,00	0,00	0	0,00
2512	Najamnine	0,00	0,00	0,00	0	0,00
4257	Intelektualne usluge	0,00	24.000,00	24.000,00	100	1,12
4258	Održavanje web stranica	5.000,00	0,00	0,00	0	0,00
4292	Ugostiteljske usluge	0,00	0,00	0,00	0	0,00
4251	Komunikacijske usluge	2.000,00	0,00	0,00	0	0,00
4261	Uredski materijal	1.000,00	0,00	0,00	0	0,00
	Projekt razvoja tematskog parka Goričan	20.000,00	0,00	0,00	0	0,00
4257	Intelektualne usluge	20.000,00	0,00	0,00	0	0,00
	SVEUKUPNO RASHODI	2.710.000,00	2.146.513,48	1.814.099,51	85	100,00

VI. ZAVRŠNE ODREDBE

- Višak prihoda u cijelosti se namjenjuje za podmirenje neplaćenih računa iz 2015 godine i provođenje marketinške aktivnosti TZMŽ u 2016.g.
- Na temelju članka 17. Statuta Turističke zajednice Međimurske županije (NN 212/2010) Skupština Turističke zajednice Međimurske županije prihvatila je na 5. sjednici održanoj 30. ožujka 2016. godine Izvješće o izvršenju godišnjeg programa rada i financijskog plana TZMŽ za 2015.g.

SKUPŠTINA TURISTIČKE ZAJEDNICE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE

Predsjednik

Matija Posavec

Broj: 27 /16

u Čakovcu, 30. ožujka 2016.g.