



www.visitmedimurje.com

**PROGRAM RADA
S FINANCIJSKIM PLANOM TURISTIČKE
ZAJEDNICE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE
ZA 2017. GODINU**



2015.



2016.



Rezervat bisfere Mura-Drava-Dunav



Međimuri gurman



Međimurska vinska cesta



Međimurje cyclist
welcome mreža

Čakovec, prosinac 2016.g.

I. UVOD

U izradi prijedloga Programa rada za 2017. godinu polazi se od:

1. ostvarenih pokazatelja 2015. g. i trendova u 2016.g.
2. stanja, strukture i ocjene turističke suprastrukture,
3. trendova na emitivnim tržištima.
4. Strateškog marketing plana turizma MŽ 2014-2020 i Master plana razvoja turizma MŽ do 2020.g.

Programa rada TZMŽ za 2017.g. sadrži:

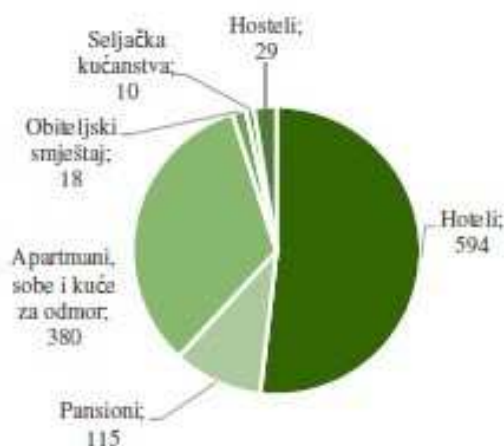
- I. Uvod
- II. Analizu stanja i procjenu tržišnih kretanja
- III. Realizacija prihoda
- IV. Marketing plan TZMŽ za 2017.g.
- V. Financijski plan TZMŽ za 2017.g.
- VI. Završne odredbe

II. ANALIZA STANJA I PROCJENA TRŽIŠNIH KRETANJA¹

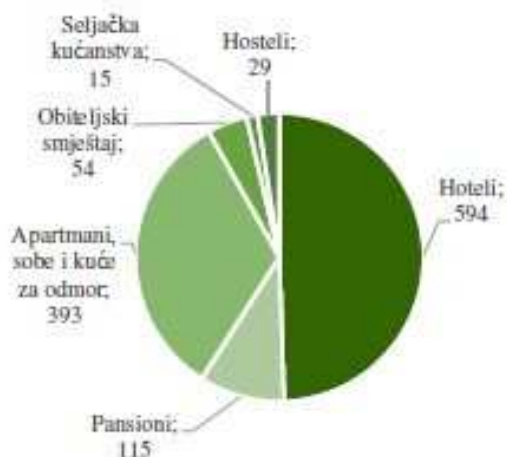
1. Stanje turističke suprastrukture

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.

Slika 2.10. Komerციјални smještajni kapaciteti (stalni ležajevi) u Međimurskoj županiji u 2014. godini



Slika 2.11. Komerციјални smještajni kapaciteti (stalni ležajevi) u Međimurskoj županiji u 2015. godini



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

¹ Master plan turizma MŽ do 2020.g.

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).

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.

Tablica 2.3. Komerćijalni 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
Čakovec	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
Hosteli	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

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 stalnih postelja).

Na području županije poslovao je samo jedan hostel sa 16 smještajnih jedinica i 29 stalnih ležajeva u Nedelišću.

Valja naglasiti da je u Županiji uspostavljen poseban standard kvalitete Cyclistwelcomekoji 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.

Tablica 2.4. Aktivni objekti iz djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića na području Županije, 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

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

Osim smještaja, karakteristična turistička djelatnost je i priprema i usluživanje hrane i pića. 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 samona usluživanje pića (caffè barovi, kavane i slični objekti) te 60-tak objekata koji nude i hranu i piće, od čega 23 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 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 bučinog ulja, originalnost ponude i sl.). Enološki doživljaj Međimurja moguće je 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 na ovogodišnjem natjecanju za nagradu European DestinationsofExcellence (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.

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 BIMEP te Međunarodni spust murskih ladji i Panonski maraton triju država, ali i manifestacije vezane uz nasljeđe Rudolfa Steinera.

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 vodica. Agencija 'Etno arttravel' odabrana je od TZ Međimurske županije kao destinacijska menadžment kompanija te u tomsvojevstvu 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 sposobnost i proaktivne prodaje destinacijske menadžment kompanije. 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 (u suradnji s HortusCroatiae – Udrugom vinara), TZ Sveti Martin na Muri. Na području Županije djeluje i Centar za posjetitelje – Križovec kojeg vodi Javna ustanova za zaštitu prirode Međimurska priroda.

2. Performanse turističkog sektora

U 2015. godini na području Županije ostvareno je 127,2 tisuća 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 2.6. 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 pansionima 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 iznad prosječan 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 iznad prosječan 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.

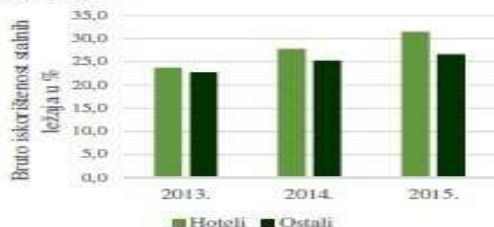
Tablica 2.7. Ostvarena noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima prema jedinicama lokalne samouprave 2013.-2015.

	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

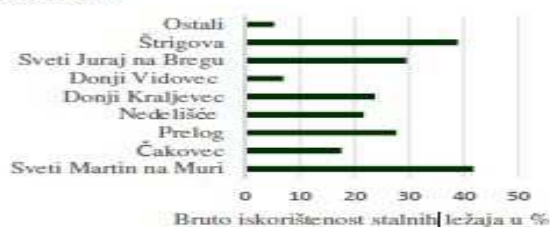
Izvor: Državni zavod za statistiku RH, podaci za Donji Kraljevec, Donji Vidovec, Sveti Juraj na Bregu za 2014. i 2015. te za Štrigovu za 2014. godinu su procjena TZ Međimurske županije

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%.

Slika 2.12. Bruto iskorištenost smještajnih kapaciteta (stalni ležajevi) u Međimurskoj županiji od 2005.-2015. godine prema vrsti kapaciteta



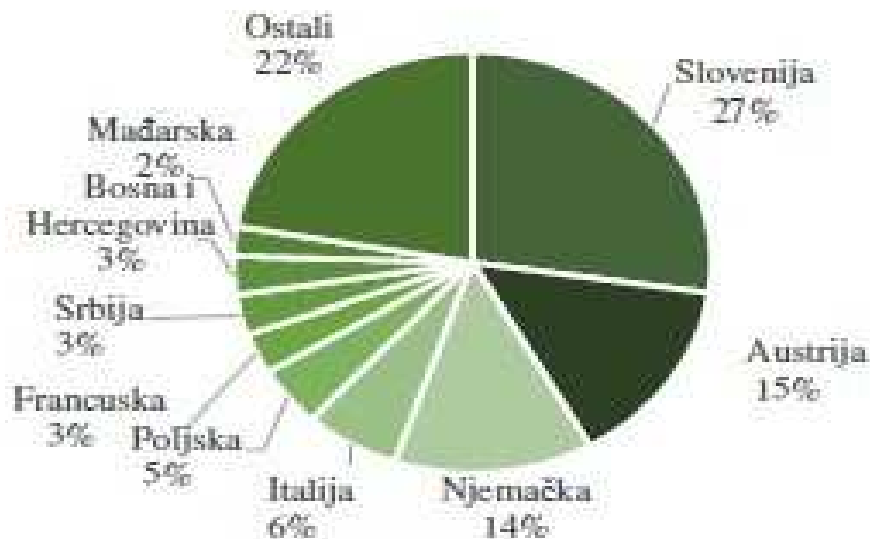
Slika 2.13. Bruto iskorištenost smještajnih kapaciteta (stalni ležajevi) u Međimurskoj županiji u 2015. godine prema gradovima i općinama



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

Državljeni Hrvatske ostvarili su u 2015. godini 51%, a turisti iz inozemstva 49% noćenja pri čemu su noćenja 'incoming' gostiju u 2015. godini zabilježila rast od 22,8%. 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%.

Struktura ostvarenih noćenja prema zemlji porijekla 2015.g.



Izvor: Državni zavod za statistiku

3. Statistički pokazatelji za razdoblje siječanj-rujan 2016.

Struktura gostiju	Dolasci	Noćenja
ukupno	39046	114046
domaći	19082	55282
stran	19964	58764

Turistički promet po najznačajnijim inozemnim tržištima

Drž	D	Noćenja
1. Slovenija	6198	18942
2. Austrija	2144	4819
3. Njemačka	2032	6179
4. Poljska	1675	4098

4. Kvantitativni trendovi i prognoze

UNWTO indeks povjerenja upućuje na nastavak pozitivnih kretanja turističke potražnje u 2017. 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 TourismBarometer, 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 leaderske 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 TourismTowards 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.).

5. 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 povezano 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 odražava težnju prema širokom i dubokom lancu zabavno-obrazovnih sadržaja. U međuočudnosu 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 uturizmu. Marketinške aktivnosti usmjeravaju se 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.

6. Konkurentna pozicija Međimurske županije

Na području pet županija sjeverne Hrvatske, kao najbližem konkurentskom okruženja Međimurske županije, tijekom 2015. godine ostvareno je 621 tisuću 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.

Slika 3.2. Noćenja ostvarena u Međimurskoj županiji i ostale 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 za 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. Tržišna pozicija Međimurske županije u odnosu na bliži konkurentski krug, ali i obilježja tržišnih trendova vezanih uz segmente i proizvode od interesa za turizam u Međimurskoj županiji te odrednice relevantnih primjera dobre prakse predstavljaju okvir za ocjenu konkurentnosti ocjenjivanjem pojedinih elemenata ponude te njihovim agregiranjem u skupine pokazatelja te sveukupnu ocjenu konkurentnosti. Konkurentnost Međimurske županije tako je u ovom dokumentu utvrđena ocjenom 49 pokazatelja od strane predstavnika Instituta za turizam te dionika turističkog razvoja Županije. Svaki destinacijski atribut ekspertnom procjenom ocijenjen je na skali od 1 (jako loše) do 6 (izvrsno) pri čemu su ocjene svakog pokazatelja dobivene kao aritmetičke sredine ocjena sudionika istraživanja. Provedena analiza pokazuje da su dostupnost i razvijenost infrastrukture (srednja vrijednost 4,3) te resursno atraktivna osnova (srednja vrijednost 4,2) ključne komparativne prednosti Županije na turističkom tržištu pri čemu su posebno jake strane županijske ponude cestovna dostupnost te privlačnost krajolika, ali i interžupanijska cestovna povezanost, raspoloživost i kvaliteta prirodne baštine te uređenost naselja kao i stanje zaštite okoliša i infrastruktura. Ukupnu konkurentsku sposobnost Međimurske županije podižu i drugi pojedinačni elementi ponude kao što su raznolikost kulturnih manifestacija i događaja, raspoloživost sportsko rekreacijskih sadržaja te biciklističkih staza, gostoljubivost lokalne populacije i tolerancija stanovništva prema turistima. S druge strane, područja nužnog podizanja konkurentne sposobnosti Županije su raspoloživost smještajnih kapaciteta (srednja vrijednost 3,1) i različitih turističkih usluga (srednja vrijednost 3,3) uključujući i raspoloživost, raznolikost i kvalitetu ponude objekta hrane i pića (srednja vrijednost 3,4), kao i učinkovitost promocije i sustava informiranja (srednja vrijednost 3,4). Posebnu pozornost nužno je posvetiti i razvijenosti DMC usluga te raspoloživosti kongresnih sadržaja, sadržaja ruralnog/agroturizma te sadržaja sportova na vodi. Sveukupna ponuda županije na prosječnoj je razini - ocjena 3,7 - što ukazuje na značajne mogućnosti/potrebe unapređenja ponude i podizanja konkurentskih sposobnosti kako u odnosu na raznolikost i bogatstvo destinacijskog lanca vrijednosti tako i na promociju i sustav informiranja.

7. Vizija 2020.

Vizija turističke destinacije slika je njezine željene budućnosti koja svim dionicima nudi platformu za zajedničko djelovanje. Polazeći od identificiranih strateških prednosti i postavljenih razvojnih načela, vizija Međimurja kao turističke destinacije glasi:

Razvijajući se na principima održivosti, Međimurje je prepoznata i visoko poželjna destinacija dinamičnog i zdravog odmora koja aktivnim i znatiželjnim posjetiteljima nudi iskustva wellnesa i sporta, učenja i zabave, fine hrane i vina, bogate kulture i očuvane prirode.

8. Strateški i operativni ciljevi

Pretpostavljajući kontinuirano odvijanje procesa povećanja razumijevanja turizma u lokalnoj zajednici i povećanja efikasnosti sustava destinacijskog upravljanja, strateški i operativni ciljevi destinacijskog marketinga Međimurja za razdoblje do 2020. godine su:

Strateški ciljevi	<ul style="list-style-type: none">– Povećanje prepoznatljivosti Međimurja na ciljnim tržištima kao sadržajne stacionarne i izletničke destinacije dinamičnog i zdravog odmora– Povećanje atraktivnosti Međimurja na ciljnim tržištima kao stacionarne, izletničke i tranzitne destinacije za cijelu godinu– Povećanje ukupnih prihoda od turizma
Operativni ciljevi za 2017.g.	<ul style="list-style-type: none">– Povećanje broja registriranih noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima po prosječnoj stopi od 5% godišnje– Povećanje udjela registriranih inozemnih noćenja za ukupno 10 postotnih poena– Povećanje prosječne dnevne potrošnje posjetitelja po prosječnoj stopi od 7% godišnje– Povećanje broja posjetitelja na www.visitmedimurje.com po prosječnoj stopi od 20% godišnje

III. OSTVARIVANJE PRIHODA U 2017.

Pri planiranja prihoda za 2017.g. uzeta su obzir slijedeća polazišta:

- Očekivani rast dolazaka i noćenja za 5% te poboljšanje naplate reflektirati će se na rast prihoda s osnova boravišne pristojbe od ukupno 7%.
- Smanjenje stope turističke članarine za 5% i očekivani rast osnovice za obračun reflektirati će se kao stagnacija prihoda s tog osnova.
- Međimurska županija u proračun za 2017.g. uključila je transfere za rad TZMŽ u visini 1 milijun kuna te se očekuje realizacija istog.
- Tijekom 2016. godine prema INTERREG i drugim EU programima kandidirano je 8 projekata te se uz vrlo konzervativno planiranje može očekivati dobivanje barem 2 projekta te prihode od 1 mil. kuna s tih osnova.
- Najave o povećanju stope izdvajanja u Fond za nerazvijene turističke zajednice pri HTZ-u čine sredstva iz navedenog fonda dostupnijim te bi realizacija bila u predviđenim okvirima.

IV. PLAN MARKETIŠKIH AKTIVNOSTI ZA 2017.

1. ADMINISTRATIVNI MARKETING

Rad ureda TZMŽ(MT- 1)

Ured TZMŽ djeluje u uredskom prostoru u sklopu Međimurske županije na adresi R. Boškovića 2 Čakovec. U uredu su zaposleni: Rudi Grula -voditelj ureda, Iva V. Mađarić - stručna suradnica. U uredu rade 2 osobe na stručnom osposobljavanju prema mjerama HZZ-a.

Ured će izvršavati:

- 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
- poslove informiranja poslovnih subjekata, građana i drugih subjekata o turističkoj ponudi i drugim informacijama vezanim uz rad TZMŽ-a
- izradu programa rada, financijskog plana i drugih planskih dokumenata
- pribavljanje, izdavanje i kontrolu financijske dokumentacije te njezinu pripremu za knjigovodstveni biro radi knjiženja

- Indikatori uspjeha: ocjena uspješnosti rada od strane tijela upravljanja TZMŽ
- Planirani budžet: 107.600,00kn

Rad tijela TZMŽ(MT-2)

Tijekom 2017. godine održati će se:

- najmanje četiri sjednica Turističkog vijeća (ožujak, listopad, studeni, prosinac),
- najmanje dvije sjednice Skupštine TZMŽ (ožujak, prosinac)
- najmanje dvije sjednice Nadzornog odbora TZMŽ (veljača, listopad)

Dnevni redovi tijela biti će u skladu sa zakonskim i statutarnim obvezama te potrebama provođenja Programa rada.

- Indikatori uspjeha: broj održanih sjednica
- Planirani budžet:10.000,00kn

2. DIZAJN VRIJEDNOSTI PONUDE

Upravljanje destinacijom i potpora Destinacijskoj menadžent kompaniji (MT-3)

- Ciljevi 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
- Aktivnosti:
 - koordinacija postojećih: smještaj Cyclist welcome, restorateri: Međimurski gurman i osnivanje novog „Kluba kvalitete“ - aktivni odmor,
 - potpora u kreiranju i distribuciji turističkih paketa DMC-u „Etno art travel“ s naglaskom na razvoj paketa s ponudom područja Donjeg Međimurja i aktivnog odmora,
 - suradnja s TZG Čakovec aktivnosti PPS-a „Međimurje 365“
- Indikatori uspjeha: broj održanih koordinacija, broj sudionika na edukaciji, broj DMC turističkih paketa za tržište
- Planirani budžet: 50.000,00kn

Program „Međimurje Cyclist Welcome“ (MT-4)

- Ciljevi programa su:
 - pozicioniranje Međimurja kao visokokvalitetne cikloturističke destinacije u Hrvatskoj i regiji,
 - diferencijacija cikloturističkog proizvoda Međimurja u odnosu na ponudu u regiji s ponudom specijaliziranih usluga za cikloturiste (bike welcome smještaj, e-bike welcome, bike bez zapreka)
 - rast dolazaka i noćenja cikloturista u Međimurju za 10% u odnosu na 2016.g.
- Projekti:
 1. Unapređenje i održavanje javne biciklističke infrastrukture
 - održavanje i dopuna putokaznih i obavijesnih oznaka na bike rutama i stazama
 - održavanje postojećih biciklističkih odmorišta i postavljanje 3 nova bike odmorišta s e-bike punionicama
 - poticanje JLS-a na održavanje offroad dionica bike ruta
 - poticanje gospodarskih subjekata i JLS-a na postavljanja infrastrukture za e-bike na 3 točke u MŽ

2. Unapređivanje labela „Međimurje Cyclist Welcome“
 - jačanje i širenje labela i standarda kvalitete MCW u Međimurju i Hrvatskoj kod smještajnih objekata i uvođenje drugih kategorija (restorani, atrakcije) u CW standard
 - uvođenje labela Radreisenregion u suradnji s ADFC (Allgemeine Deutsche Fahrrad Club) iz Njemačke
 3. Suorganizacija i sufinanciranje bike eventa „Tour of Croatia 2017“- sudjelovanje u radnom time za provedbu zadnje etape najveće biciklističke manifestacije u Hrvatskoj Tour of Croatia u suradnji s Toplicama Sv. Martin, Općinom Sv. Martin na Muri, gradovima Čakovec i Prelog
- Indikatori uspješnosti: količina održanih staza, količina novopostavljenih odmorišta, količina interpretiranih e-bike točaka, postotak rasta broja gostiju
 - Planirani budžet: 799.000,00 kn

Program „Međimurski gurman“ (MT – 5)

- Ciljevi programa 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 2015.g
- Projekti:
 1. Unapređivanje labela „Međimurski gurman“
 - daljnja promocija i širenje labela MG u suradnji sa partnerima iz gospodarstva
 - 2. krug ocjenjivanja ugostiteljskih objekata u MŽ metodologijom „tajnog gosta“ i dodjela oznake kvalitete, koordinacija „Kluba kvalitete Međimurski gurman“
 2. Unapređivanje i promocija labela: „Gornje Međimurje – EDEN za lokalnu gastronomiju“-izrada promotivnog koncepta, označavanje objekata, osmišljavanje i izrada promo materijala, oglašavanje
 3. Razvoj labela „Zeleni gurman“ – kreiranje i uvođenje nove oznake za ugostiteljske objekte koji u svojoj ponudi imaju ekološke proizvode ili namirnice iz vlastite proizvodnje/vrta
 4. Razvoj tematskog puta „Cesta crnog olja“ – dizajn labela, označavanje objekata, edukacija dionika, dizajn promo materijala
 5. Razvoj gourmet smartphone aplikacije – završetak izrade i stavljanje u funkciju besplatne smartphone aplikacije specijalizirane enogastro ponudom MŽ
 6. Organizacija i suorganizacija enogastronskih evenata: Urbanovo 2017, Festival međimurske hrane, Mamičini kolači i Advent u gradu Zrinskih.
 7. Edukacija gospodarskih subjekata - kako bi se poboljšala kvaliteta usluga koju pružaju ugostiteljski objekti organizirati će se dvije radionice za čije provođenje će biti angažirani vrhunski hrvatski stručnjaci.

8. Suorganizacija enogastro evenata–uključivanje u radnu skupinu za organizaciju i sufinanciranje: Urbanovo, Mamićini kolači, Gurme festival , Advent Zrinskih
- Indikatori uspješnosti: broj objekata uključenih u labeling, broj izrađenih aplikacija, broj provedenih predstavljanja, broj sudionika edukacija, broj potpora eventima, postotak rasta broja gostiju
 - Planirani budžet: 220.000,00kn.

Program „Volim Međimurje“ (MT-6)

- Ciljevi programa su:
 - mobilizacija svih subjekata na očuvanju turističkog prostora,
 - unapređivanje turističkog okruženja i zaštita okoliša,
 - podizanje razine gostoljubivosti i stvaranje klime dobrodošlice u destinaciji.
- Projekti :
 1. EDEN- uključivanje u djelovanje nacionalne i europske EDEN mreže i u suradnji s GU HTZ promocija međimurskih EDEN destinacija Sv. Martina na Muri i Gornjeg Međimurja
 2. Čovjek ključ uspjeha - provoditi će se u skladu sa kriterijima HTZ-a. Izabrani djelatnici kandidirati će se Glavnom uredu HTZ-a koji proglašava dobitnike na nacionalnom nivou.
 3. Svjetski dan turizma - u suradnji sa sustavom TZ-a i gospodarskim subjektima obilježiti će 27.09. sa prigodnim programom
- Indikatori uspješnosti: broj provedenih projekata, broj uključenih sudionika, postignuti rezultati na nacionalnom nivou
- Planirani budžet: 30.000,00kn

Program „Međimurje u pokretu“ (MT-7)

- Ciljevi programa su:
 - ojačati suradnju ponuditelja sportsko-rekreativnih turističkih sadržaja
 - uspostaviti uvjete za uvođenje pješaćenja/ walking-a kao novog segmenta aktivnog odmora u Međimurju
 - diverzifikacija turističkog proizvoda Međimurja
 - podizanje kvalitete aktivnog turizma u MŽ
- Aktivnosti
 - označavanje pješačkih staza prema Programu razvoja pješačkog turizma MŽ
 - umrežavanje ponuđača objekata i usluga aktivnog (sportskog/rekreativnog) turizma u „Klub kvalitete aktivnog turizma“
 - razvoj labela kvalitete i novih turističkih paketa aktivnog odmora
- Indikatori uspješnosti: broj uključenih ponuđača, broj i dužina uređenih treking staza,
- Planirani budžet: 337.000,00 kn.

Program “VisitMeđimurje Card” (MT 8)

- Ciljevi projekta 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 7% u odnosu na 2016.g.
- Aktivnosti:
 - završetak izrade besplatne smartphone aplikacije s posebnim ponudama radi ostvarivanja dodatne potrošnje gostiju i dizajn kartice pogodnosti za loyalty sustav i njegovo lansiranje na tržište
 - Indikatori uspješnosti: broj uključenihponuđača, broj izrađenih aplikacija, postotak rasta dužine boravka gostiju
- Planirani budžet: 60.000,00 kn.

Projekt “Putovima Zrinskih (MT18)

- Ciljevi projekta su:
 - jačanje ponude kulturnog turizma temeljenog na baštini Zrinskih
 - 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 7% u odnosu na 2016.g.
- Aktivnosti:
 - izrada baze podataka potencijalnih kupaca kulturno turističkih proizvoda u Hrvatskoj i Mađarskoj
 - informiranje turista koji posjećuju Stari grada Zrinskih u Muzejsko informativnom centur
 - osmišljavanje I provođenje animacijskih aradinica za posjetiteljelje
- Indikatori uspješnosti: broj uključenih ponuđača, postotak rasta dužine boravka gostiju
- Planirani budžet: 81.400,00 kn.

3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNSOTI PONUDE

ONLINE KOMUNIKACIJE

Internet oglašavanje (MT-9)

- Provoditi će se promotivne kampanje prema detaljnom medija planu. Fokus oglasnih kampanja biti će na domaćem tržištu te ino tržištima Austrije, Slovenije, Švicarske i Nizozemske. Za provedbu promotivne kampanje angažirati će se PR agencija.
- Indikatori uspješnosti: broj objava
- Planirani budžet: 200.000,00kn

Upravljanje destinacijskim informacijskim sustavom (DIS)(MT-10)

Destinacijski Informacijski Sustav turizma Međimurske županije (DIS) sa pripadajućom web stranicom www.visitmedjimurje.com je jedan od osnovnih alata za provođenje destinacijskog menadžmenta.

Aktivnosti:

1. ažuriranje postojećih aplikacija: smartphone VisitMeđimurje, tematskih mikro web stranice te Facebook profila
 2. umrežavanje DIS sa web stranicama svih turističkih zajednica općina i gradova
 3. ažuriranje i širenje baze podataka
 4. izdavanje mjesečnih newslettera o eventima i biznis newslettera s ponudama paket aranžmana u suradnji s DMC
 5. unapređenje sustava MIS (međimurski informacijski sustav) uključivanjem novih lokacija u informatičku mrežu
 6. uspostavljanje online interpretacije turističkih sadržaja na bike rutama beacon uređajima - do 50 lokacija
 7. aktivno uključivanje u sve aktivnosti nacionalnog sustava eVisitor GU HTZ-a
- Indikatori uspješnosti: broj otvaranja web portala i sp aplikacija, broj pregleda newslettera, broj uključenih smještajnih objekata u eVisitor
 - Planirani budžet: 100.000,00kn

OFFLINE KOMUNIKACIJE

Oglašavanje u tiskanim i elektroničkim medijima(MT-11)

Provoditi će se promotivne kampanje prema detaljnom medija planu. Fokus oglasnih kampanja biti će na domaćem tržištu te ino tržištima Austrije i Slovenije. Struktura offline kampanje je: tiskani mediji 20%, tv oglašavanje 20%, radio 30%, plakatiranje 30%. Za provedbu promotivne kampanje angažirati će se PR agencija.

- Indikatori uspješnosti: broj objava,
- Planirani budžet:100.000,00kn

Tiskani i multimedijalni promo materijali (MT-12)

Za potrebe distribucije u: TIC-evima, na sajmovima i prezentacijama, potrebe gospodarskih i drugih subjekata izvršiti će se nabava:

1. opća turistička karta Međimurja 10.000 kom (mutacije : HR, E, D, SI)
2. biciklistička karta Međimurja 1.000 kom (mutacije HR, E, D)
3. brošura Gornje Međimurje –EDEN 2.000 kom (mutacije (HR/E, SI/D)

4. image brošura 2.000 kom HR/EN mutacije
 5. promo vrećica platnena 1.000 kom
 6. USB stick s promotivnim tekstovima, videom i fotografijama 100 kom
 7. ostali promo materijali (suveneri, vino, namirnice idr.) – prema potrebi
- ☐ Indikatori uspješnosti: količina nabavljenog promo materijala
 - ☐ Planirani budžet: 100.00,00kn

„Smeđa“ turistička signalizacija(MT-13)

U suradnji sa JLS-ima i gospodarskim subjektima prema iskazanom interesu i potrebama upotpunjavati će se turistička „smeđa“ signalizacija za područja koja nisu pokrivena lokanim turističkim zajednicama. Također izraditi će se i postaviti nove pozdravne tabele na cestovni prilazima EDEN destinacije Gornje Međimurje.

- ☐ Indikatori uspješnosti: količina postavljene smeđe signalizacije
- ☐ Planirani budžet: 40.000,00kn

4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

Sajmovi (MT-14)

U suradnji s zainteresiranim gospodarskim subjektima, TZOiG te drugim zainteresiranim partnerima organizirati će se nastupi na:

Plan sajmova u 2017.g.

RB	TRŽIŠTE	TERMIN	PARTNERI
1.	MESAP Nedelišće	VI, XI	OPG -i
2.	Turistička burza Put	XI	DMC
3.	Drugi sajmovi prema dogovoru s partnerima i odluci TV		

- ☐ Indikatori uspješnosti: broj realiziranih nastupa na sajmovima
- ☐ Planirani budžet: 50.000,00kn

Studijska putovanja novinara i agenata (MT-15)

U skladu sa Pravilima za studijska putovanja novinara GU HTZ-a provodit će se prijem i realizacija destinacijskih programa za novinare i putničke agencije.

- ☐ Indikatori uspješnosti: broj prihvaćenih novinara i agenata
- ☐ Planirani budžet: 30.000,00kn

Posebne prezentacije (MT-16)

U skladu s iskazanim interesom gospodarskih subjekata, TZ-a općina i gradova te Klasterom središnje Hrvatske provesti će se suorganizacija sudjelovanja na poslovnim radionicama Sell Croatia u organizaciji GU HTZ-a i drugim promotivnim događajima na domaćem i ino tržištu za koje se iskaže interes toku godine.

Plan posebnih prezentacija u 2016.g.

RB	TRŽIŠTE	TERMIN	Partneri
1.	Argusbike festival Beč	travanj	DMC, Toplice Sv. Martin, drugi
2.	Međimurje u srcu Rijeke	travanj	DMC; Udruga studenata MŽ u Rijeci
3.	Tour de MurBadRadkesburg	lipanj	DMC, Toplice Sv. Martin, drugi

- Indikatori uspješnosti: broj realiziranih predstavljanja
- Planirani budžet: 60.000,00kn

5. INTERNI MARKETING (MT-17)

- Ciljevi:

Interni marketing podrazumijeva niz aktivnosti usmjerenih prema lokalnoj zajednici kako bi se stvorila pozitivna klima prema razvoju turizma, informirali i educirali lokalni dionici o mogućnostima i željenom smjeru razvoja turizma u Međimurju.

- Aktivnosti:

- Benchmarking studijsko putovanje za djelatnike Ureda TZMŽ i TZ-a općina i gradova te članove tijela TZMŽ na temu funkcioniranja DMu u regiju Alte Adige u Italiji.
- Info web B2B izraditi će se mini portal 'B2B' kao odvojeni dio portala VisitMeđimurje i u funkciji je umrežavanja poslovnih subjekata. Sadržajno i funkcionalno prilagođen je njihovim potrebama i treba poticati poslovne aktivnosti. Stil pisanja teksta je više

tehnički, lagano i intuitivno se pretražuje a dizajn estetski slijedi obilježja dizajna glavne stranice.

- Indikatori uspješnosti: broj sudionika benchmarking studijskog putovanja, broj korisnika B2b weba
- Planirani budžet: 65.000,00kn

6. KOORDINACIJA I NADZOR

U skladu sa zakonskim obvezama tijekom godine vršiti će se aktivnosti na koordinaciji rada i nadzoru zakonitosti rada sustava turističkih zajednica općina i gradova. Planiraju se najmanje tri sjednice koordinacije na kojima će se raspravljati o: međusobnoj koordinaciji aktivnosti funkcionalnog marketing, izvršavanju ciljeva rada TZO/G, naplati zakonskih prihoda, TZO/G će pismenim putem dostavljati godišnje programe rada, godišnja izvješća o radu i odluke o korištenju sredstava boravišne pristojbe te drugu dokumentaciju. O djelovanju koordinacije vodit će se zapisnici .

- Indikatori uspješnosti: broj održanih koordinacija
- Planirani budžet: rashodi uključeni u stavci Rad ureda

7. OPERACIONALIZACIJA BREND STRATEGIJE (MT – 19)

□ Cilj

U skladu s Strateškim marketing planom turizma MŽ 201-2020 provoditi će se razvoj i implementacijabrend strategije Međimurja kojom se želi pridonijeti generiranju pozitivnog i poželjnog imidža Županije te, tako povećavajući njezinu prepoznatljivost na turističkom tržištu, izravno utjecati na povećavanje razine turističke potražnje i potrošnje te konkurentske sposobnosti i pozicije.

- Aktivnosti:
 - Izrada i lansiranje promocijskih konstanti - provedba natječaja za: razvoj krovne ideje, izradu elemenata vizualnog identiteta, poruka, odabir ikona i simbola – Aktivno sudjelovanje u procesu predstavljanja i poticanjaprovođenja Master plana razvoja turizma kojeg je nositelj MŽ
- Indikatori uspješnosti: izrađen dokument i predstavljen javnosti
- Planirani budžet: 100.000,00

V. FINANCIJSKI PLAN ZA 2017.g. - PREMA PROJEKTIMA

PRIHODI

MP	OPIS	PLAN 2016.	PLAN 2017	INDE KS 3/4	% U STRUKTURI
1	2	3	4	5	6
1	Turističke članarina	150.000,00	150.000,00	100	5,91
2	Boravišna pristojba	75.000,00	80.000,00	107	3,15
3	Prihod iz proračuna Međimurske županije	850.000,00	1.000.000,00	118	39,37
4	Prihod iz EU fondova	400.000,00	1.000.000,00	250	39,37
6	Prihod od Hrvatske turističke zajednice	300.000,00	300.000,00	100	11,81
7	Ostali prihodi	10.000,00	10.000,00	100	0,39
	SVEUKUPNO PRIHODI	1.785.000,00	2.540.000,00	142	100,00

RASHODI

MJESTO TROŠKA	OPIS	PLAN 2016.	PLAN 2017	INDE KS 3/4	% U STRUKTURI
1	2	4		5	6
	ADMINISTRATIVNI RASHODI	281.000,00	117.600,00	42	4,63
	Rashodi za zaposlene	226.000,00	63.000,00	28	2,48
	Bruto plaće	216.000,00	53.000,00	25	2,09
	Službena putovanja	5.000,00	5.000,00	100	0,20
	Ostali rashodi za zaposlene	5.000,00	5.000,00	100	0,20
	Rashodi za usluge	38.000,00	37.600,00	99	1,48
	Komunikacijske usluge	6.600,00	6.600,00	100	0,26
	Knjigovodstvene usluge	24.000,00	24.000,00	100	0,94
	Usluge tekućeg održavanja opreme	2.400,00	2.000,00	83	0,08
	Ostale usluge (plani promet, taxe ...)	5.000,00	5.000,00	100	0,20
	Rashodi za materijal	7.000,00	7.000,00	100	0,28
	Uredski materijal	5.000,00	5.000,00	100	0,20
	Sitni inventar	1.000,00	1.000,00	100	0,04
	Reprezentacija ureda	1.000,00	1.000,00	100	0,04
	Naknade za rad tijela i volontera	10.000,00	10.000,00	100	0,39
	Naknade članovima u tijelima TZMŽ	5.000,00	2.000,00	40	0,08
	Doprinosi za stažistu	5.000,00	8.000,00	160	0,31

	DIZAJN VRIJEDNOSTI	629.000,00	1.496.000,00	238	58,90
3	UPRAVLJANJE DESTINAC. I POTPORA DMK	20.000,00	50.000,00	250	1,97
	Intelektualne usluge	20.000,00	50.000,00	250	1,97
4	PROGRAM MEĐIMURJE CYCLIST WELCOM	220.000,00	799.000,00	0	31,46
	Suorganizacija Tour of Croatiae	75.000,00	76.000,00	101	2,99
	Održavanje bike infrastrukture	50.000,00	50.000,00	100	1,97
	Ostale usluge	0,00	10.000,00	0	0,39
	INTERREG EU HU+SI projekti				
	Bruto plaća voditelja projekata	54.000,00	159.000,00	294	6,26
	Intelektualne usluge	41.000,00	342.000,00	0	13,46
	Računalne usluge (izrada smp aplikacije)	0,00	162.000,00	0	6,38
5	PROGRAM MEĐIMURSKI GURMAN	200.000,00	220.000,00	110	8,66
	Bruto plaće	54.000,00	0,00	0	0,00
	Transportni troškovi	10.000,00	10.000,00	100	0,39
	Intelektualne usluge	66.000,00	80.000,00	121	3,15
	Računalne usluge - gurmet aplikacija	50.000,00	50.000,00	100	1,97
	Najamnine opreme i prostora	10.000,00	30.000,00	300	1,18
	Potrošni materijali	10.000,00	20.000,00	200	0,79
	Potpore eno-gastro eventima	0,00	30.000,00	0	1,18
6	PROGRAM VOLIM MEĐIMURJE	30.000,00	30.000,00	100	1,18
	Intelektualne usluge	10.000,00	10.000,00	100	0,39
	Ostale usluge	10.000,00	10.000,00	100	0,39
	Ugostiteljske usluge	10.000,00	10.000,00	100	0,39
7	PROGRAM MEĐIMURJE U POKRETU INTERREG SI-HU	100.000,00	337.000,00	337	13,27
	Bruto plaća voditelja projekata	0,00	106.000,00	0	4,17
	Intelektualne usluge	100.000,00	106.000,00	106	4,17
	Nabava osnovnih sredstava (oznake za staze)	0,00	125.000,00	0	4,92
8	PROGRAM VISITMEĐIMURJE CARD	59.000,00	60.000,00	102	2,36
	Organizacija koncepta	9.000,00	10.000,00	111	0,39
	Izrada Smartphon aplikacija VML	50.000,00	50.000,00	100	1,97
18	PROJEKT PUTOVIMA ZRINSKIH	0,00	80.000,00	0	3,21
	Projekt Putovima Zrinskih	0,00	80.000,00	0	3,15
	Ostali nespomenuti troškovi	0,00	1.400,00	0	0,06
	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	600.000,00	540.000,00	90	21,26
	Online komunikacije	300.000,00	300.000,00	100	11,81
9	Online promotivna kampanja	220.000,00	200.000,00	91	7,87

10	Upravljanje Destinacijskim info sustavom	80.000,00	100.000,00	125	3,94
	Offline komunikacije	300.000,00	240.000,00	80	9,45
11	Offline promotivna kampanja	150.000,00	100.000,00	67	3,94
12	Nabava promotivnih materijala	100.000,00	100.000,00	100	3,94
13	"Smeđa" turistička signalizacija	50.000,00	40.000,00	80	1,57
	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	140.000,00	140.000,00	100	5,51
14	Sajmovi	50.000,00	50.000,00	100	1,97
	Transportni troškovi	10.000,00	10.000,00	100	0,39
	Uređenje štandova	20.000,00	20.000,00	100	0,79
	Najamine prostora	10.000,00	10.000,00	100	0,39
	Potrošni materijali	10.000,00	10.000,00	100	0,39
15	Studijska putovanja novinara i agenata	30.000,00	30.000,00	100	1,18
	Intelektualne usluge	5.000,00	5.000,00	100	0,20
	Ugostiteljske i smještajne usluge	25.000,00	25.000,00	100	0,98
16	Posebne prezentacije	60.000,00	60.000,00	100	2,36
	Transportni troškovi	10.000,00	10.000,00	100	0,39
	Intelektualne usluge	30.000,00	30.000,00	100	1,18
	Potrošni materijali	10.000,00	10.000,00	100	0,39
	Opremanje prezentacijskih prostora	10.000,00	10.000,00	100	0,39
	INTERNI MARKETING	65.000,00	65.000,00	100	2,56
17	Transportni troškovi	40.000,00	40.000,00	100	1,57
	Intelektualne usluge	25.000,00	25.000,00	100	0,98
	OSTALO	70.000,00	181.400,00	259	7,14
19	Implementacija brenda- intelekt. sluge	70.000,00	100.000,00	143	3,94
	SVEUKUPNO RASHODI	1.785.000,00	2.540.000,00	142	100,00

FINANCIJSKI PLAN ZA 2017. PREMA EKONOMSKOJ KLASIFIKACIJI				
Račun	Naziv	PLAN		
		2016.	2017.	
PRIHODI				
31		Prihodi od prodaje roba i pružanja usluga		0,00
	311	Prihodi od prodaje roba i pružanja usluga		0,00
32		Prihodi od članarina i članskih doprinosa	180.000,00	150.000,00
	321	Prihodi od članarina i članskih doprinosa	180.000,00	150.000,00
33		Prihodi po posebnim propisima	110.000,00	80.000,00
	331	Prihodi po posebnim propisima	110.000,00	80.000,00
34		Prihodi od imovine	150,00	150,00
	341	Prihodi od financijske imovine	150,00	150,00
	342	Prihodi od nefinancijske imovine		0,00
35		Prihodi od donacija	1.199.500,00	2.162.000,00
	351	Prihodi od donacija iz proračuna	800.000,00	1.000.000,00
	352	Prihodi od inozemnih vlada i međunarodnih organizacija	198.500,00	805.000,00
	353	Prihodi od trgovačkih društava i ostalih pravnih osoba	8.000,00	0,00
	355	Prihodi os ostalih donacija-HTZ	193.000,00	357.000,00
36		Ostali prihodi	5.000,00	9.850,00
	361	Prihodi od refundacija	5.000,00	9.850,00
37		Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija		0,00
	371	Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija		0,00
UKUPNO PRIHODI			1.494.650,00	2.402.000,00
KORIŠTENI PRENESENI VIŠAK PRIHODA (dio 5221)			47.750,00	0,00
UKUPNO ZA POKRIĆE			1.542.400,00	2.402.000,00

RASHODI				
41		Rashodi za radnike	327.000,00	328.200,00
	411	Plaće	273.000,00	274.000,00
	412	Ostali rashodi za radnike	7.000,00	7.000,00
	413	Doprinosi na plaće	47.000,00	47.200,00
42		Materijalni rashodi	904.400,00	1.755.800,00
	421	Naknade troškova radnicima	63.000,00	63.000,00
	422	Naknade članovima u predstavničkim i izvršnim tijelima, povjerenstvima i slično	2.000,00	2.000,00
	424	Naknade ostalim osobama izvan radnog odnosa	15.000,00	8.000,00
	425	Rashodi za usluge	719.200,00	1.470.000,00
	4251	Usluge telefona, pošte i prijevoza	23.000,00	25.000,00
	4252	Usluge tekućeg održavanja	5.200,00	52.000,00
	4253	Usluge promidžbe i informiranja	260.000,00	300.000,00
	4255	Usluge zakupa i najma	60.000,00	40.000,00
	4257	Intelektualne i osobne usluge	150.000,00	852.000,00
	4258	Računalne usluge	5.000,00	65.000,00
	4259	Ostale usluge	216.000,00	136.000,00
	426	Rashodi za materijal i energiju	39.100,00	101.800,00
	4261	Uredski materijal i promotivni materijal	36.000,00	100.800,00
	4263	Energija	2.100,00	0,00
	4264	Sitni inventar	1.000,00	1.000,00
	429	Ostali nespomenuti materijalni rashodi	66.100,00	111.000,00
	4292	Ugostiteljske i ostale usluge	65.000,00	106.000,00
	4293	Članarine	400,00	4.000,00
	4295	Ostali nespomenuti rashodi	700,00	1.000,00
43		Rashodi amortizacije	307.000,00	312.000,00
	431	Amortizacija	307.000,00	312.000,00

44		Financijski rashodi	4.000,00	4.000,00
	443	Ostali financijski rashodi	4.000,00	4.000,00
45		Donacije		0,00
	451	Tekuće donacije		0,00
UKUPNO RASHODI			1.542.400,00	2.400.000,00
PRENESENI MANJAK PRIHODA ZA POKRIĆE (dio 5222)				
UKUPNO ZA POKRIĆE			1.542.400,00	2.400.000,00
(PRIHODI + VIŠAK)-(RASHODI + MANJAK)			0,00	2.000,00
REZULTAT POSLOVANJA ZA PRIJENOS(522)				
<i>REZULTAT POSLOVANJA ZA PRIJENOS(522)</i>			<i>194.461,00</i>	<i>196.461,00</i>
OSTATAK PRENESENOG VIŠKA PRIHODA ZA KORISTENJE (5221)			194.461,00	194.461,00
OSTATAK PRENESENOG MANJKA PRIHODA ZA POKRIĆE (5222)				0,00
<u>PRENESENI VIŠAK PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE</u>			<u>242.211,00</u>	<u>194.461,00</u>
<u>PRENESENI MANJAK PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE</u>			-	<u>0,00</u>

VI. ZAKLJUČNE ODREDBE

1. Za izvršenje Financijskog plana za 2016. godinu ovlašćuje se Turističko vijeće TZMŽ. Predsjednik kao osoba za zastupanje može samostalno donositi odluke o plaćanju pojedinačnih računa do 70.000,00 kn.
2. Skupština ovlašćuje Turističko vijeće da u toku godine može u okviru ukupne svote vršiti preraspodjelu i prenamjenu pojedinih stavki Financijskog plana do visine 5 % od ukupnih planiranih sredstava.
3. U slučaju odstupanja od Financijskog plana većeg od 5% od ukupno planiranih sredstava izvršiti će se Rebalans Financijskog plana najkasnije do 28. prosinca 2017.g.
4. Na temelju članka 17. Statuta Turističke zajednice Međimurske županije Skupština Turističke zajednice Međimurske županije je na 9. sjednici održanoj 20.12.2016. godine donijela je Program rada s financijskim planom TZMŽ za 2017. godinu.

SKUPŠTINA TURISTIČKE ZAJEDNICE MEĐIMURSKE ŽUPANIJE

Predsjednik
Matija Posavec

Broj: 174 /16
u Čakovcu, 20. prosinca 2016.g.