

GODIŠNJE IZVJEŠĆE O RADU  
S FINANCIJSKIM IZVJEŠĆEM ZA 2013.GODINU

Veljača 2014.

## SADRŽAJ:

UVOD .....	4
PRIHODI PO VRSTAMA .....	5
1. Prihodi od boravišne pristojbe .....	5
2. Prihodi od turističke članarine.....	5
3. Prihodi iz proračuna županije.....	5
3.1. za programske aktivnosti.....	6
3.2. za funkcioniranje turističkog ureda .....	6
4. Prihodi od drugih aktivnosti .....	6
5. Ostali nespomenuti prihodi.....	6
6. Priljev kamate .....	6
7. Prijenos prihoda prethodne godine .....	6
RASHODI PO VRSTAMA .....	7
I. ADMINISTRATIVNI RASHODI .....	7
1. Rashodi za radnike.....	7
2. Rashodi za ured .....	7
3. Rashodi za rad tijela Turističke zajednice.....	7
II. DIZAJN VRIJEDNOSTI .....	8
1. Potpora događanjima .....	8
2. Potpora razvoju DMO-a.....	8
3. Potpora razvoju DMK-a .....	13
4. Projekt : Volim Hrvatsku .....	13
III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI.....	13
1. Online komunikacije .....	13
1.1. Internet oglašavanje .....	13
1.2. Internet stranice i upravljanje Internet stranicama .....	13
2. Offline komunikacije .....	14
2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora.....	14
2.2. Opće oglašavanje .....	16

2.2.1. Oglašavanje u tisku.....	16
2.2.2. TV oglašavanje.....	17
2.2.3. Vanjsko oglašavanje.....	17
2.3. Brošure i ostali tiskani materijali .....	17
2.4. Suveniri i promo materijali .....	18
2.5. Info table .....	19
IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI .....	19
1. Sajmovi.....	19
2. Studijska putovanja .....	20
3. Posebne prezentacije.....	20
V. INTERNI MARKETING.....	20
1. Edukacija.....	21
2. Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica na području županije.....	22
3. Nagrade i priznanja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo) .....	22
VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA .....	23
1. Proizvodnja multimedijalnih materijala.....	23
2. Istraživanje tržišta .....	24
3. Formiranje baze podataka .....	24
4. Suradnja s međunarodnim institucijama .....	24
5. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu.....	24
6. Jedinstveni turistički informacijski sustav .....	24
VII. POSEBNI PROGRAMI.....	25
1. Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena .....	25
VIII. OSTALO .....	25
IX. POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE.....	25
DODATAK 1. ....	25
FINANCIJSKO IZVJEŠĆE .....	30

## UVOD

Izvješće o radu i financijskom poslovanju Turističke zajednice Požeško-slavonske županije za razdoblje od 1. siječnja do 31. prosinca 2013.g. daje prikaz ostvarenih aktivnosti proizašlih iz usvojenog Programa rada za 2013., te njegovih Izmjena i dopuna, kao i odluka Skupštine, Turističkog vijeća i Nadzornog odbora Turističke zajednice.

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije u 2013. godini realizirala je osnovne programske zadatke. Godina je bila intenzivna u svim programskim dijelovima, a pojačane aktivnosti ostvarene su u promotivnim aktivnostima, te nastavku realizacije novih turističkih proizvoda.

Tijekom cijele 2013. godine Turistička zajednica Požeško-slavonske županije odradila je i niz tekućih aktivnosti u sustavu turističkih zajednica:

- ✓ prikupljanje, obrada i izvješćivanje o ostvarenju turističkog prometa na području Požeško-slavonske županije,
- ✓ analiza i praćenje naplate boravišne pristojbe i turističke članarine i analiza i praćenje realizacije financijskog plana za 2013. godinu,
- ✓ aktivnosti i poslovi prema nalogu Ministarstva turizma (prikupljanje i obrade anketa i podataka, sudjelovanje u izradi strateških dokumenata i dr.),
- ✓ aktivnosti i poslovi prema nalogu Hrvatske turističke zajednice (prikupljanje i obrada anketa i podataka i dr.),
- ✓ aktivnosti i poslovi u dogovoru sa županijskim turističkim zajednicama klastera Slavonije,
- ✓ suradnja s lokalnim turističkim zajednicama na području Požeško-slavonske županije,
- ✓ i drugo.

U svom djelovanju Turistički ured Turističke zajednice Požeško-slavonske županije surađuje s Hrvatskom turističkom zajednicom i predstavništvima Hrvatske turističke zajednice u inozemstvu, 5 turističkih zajednica gradova i općina, te koordinacijom županijskih turističkih zajednica klastera Slavonije, zatim s Ministarstvom turizma, Požeško-slavonskom županijom i HGK županijskom komorom Požega, Obrtničkom komorom, ostalim županijskim turističkim zajednicama, turističkim agencijama, jedinicama lokalne samouprave, medijima, Veleučilištem u Požegi, subjektima koji se bave djelatnostima u turizmu i ugostiteljstvu na području Požeško-slavonske županije i drugima.

# PRIHODI PO VRSTAMA

## 1. Prihodi od boravišne pristojbe

Boravišna pristojba prihod je turističkih zajednica. Turistička zajednica Požeško-slavonske županije, kao i sve ostale turističke zajednice, boravišnu pristojbu koristila je za izvršavanje svojih zadaća i za svoje poslovanje sukladno godišnjem programu rada i financijskom planu za 2013.g.

Uplaćena sredstva boravišne pristojbe za područje djelovanja **TZG Požege** raspoređivala su se prema sljedećem rasporedu:

1. 65% sredstava Turističkoj zajednici grada Požege,
2. **10% sredstava Turističkoj zajednici Požeško-slavonske županije,**
3. 25% sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici.

Iznimno za turističke zajednice općina i gradova koje ostvaruju bruto prihod manji od 200.000,00 kuna godišnje, a to se odnosi na **TZG Lipika, TZG Pakraca, TZG Kutjeva, TZO Velika**, boravišna pristojba raspoređivala se prema sljedećem rasporedu:

1. 80% turističkoj zajednici općine ili grada,
2. **20% Turističkoj zajednici Požeško-slavonske županije.**

Na području Općine Čaglin nije osnovana turistička zajednica, te su se uplaćena sredstva boravišne pristojbe raspoređivala na **50% turističkoj zajednici županije** i 50% Hrvatskoj turističkoj zajednici.

## 2. Prihodi od turističke članarine

Članarina je prihod turističkih zajednica, a raspoređivala se sukladno odredbama Zakona o članarinama u turističkim zajednicama. Obveznici plaćanja članarine su pravne i fizičke osobe koje obavljaju djelatnosti koje su raspoređene u tri skupine. Obveznici su plaćali članarinu ovisno o skupini u koju pripada njihova djelatnost i turističkom razredu (A,B,C i D) u koji se razvrstavaju turistička mjesta po svom značaju za turizam.

## 3. Prihodi iz proračuna županije

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije ostvarila je prihode iz proračuna jedinice regionalne samouprave, i to prihode za programske aktivnosti i za funkcioniranje turističkog ureda.

### **3.1. za programske aktivnosti**

Za programske aktivnosti Turistička zajednica Požeško-slavonske županije iz proračuna regionalne samouprave ostvarila je prihode za financiranje projekata koji unapređuju i poboljšavaju uvjete boravka turista, te potiču razvoj svih oblika turizma i vrše prezentaciju i promociju turističke ponude Požeško-slavonske županije.

### **3.2. za funkcioniranje turističkog ureda**

Za funkcioniranje ureda Turistička zajednica Požeško-slavonske županije iz proračuna regionalne samouprave ostvarila je prihode za financiranje plaće zaposlenika i svih ostalih izdataka turističkog ureda.

## **4. Prihodi od drugih aktivnosti**

Pod ovom stavkom nalaze se prihodi od transfera Hrvatske turističke zajednice za nagrade dječjim vrtićima i osnovnim školama za najbolje likovne i literarne radove kroz akciju Volim Hrvatsku.

## **5. Ostali nespomenuti prihodi**

Pod ostale nespomenute prihode ubrajamo prihode koji su ostvareni kroz prijavljivanje projekata na natječaje Ministarstva turizma i Hrvatske turističke zajednice, te su isti bili namijenjeni za provedbu i realizaciju projekata.

## **6. Priljev kamate**

Ovdje su evidentirani priljevi kamate na poslovnom računu Turističke zajednice Požeško-slavonske županije u 2013.g.

## **7. Prijenos prihoda prethodne godine**

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije imala je prijenos viška prihoda iz 2012.g. i to namjenskih sredstava namijenjenih realiziranju projekta i nenamjenskih sredstava nastalih poslovanjem ureda.

# RASHODI PO VRSTAMA

## I. ADMINISTRATIVNI RASHODI

U sklopu djelatnosti Turističkog ureda nastali su fiksni troškovi koji proizlaze iz redovnog djelovanja Turističkog ureda Turističke zajednice Požeško-slavonske županije i provođenja svih planiranih aktivnosti.

### 1. Rashodi za radnike

U Turističkom uredu Turističke zajednice Požeško-slavonske županije zaposlene su dvije osobe. Sukladno Pravilniku o ustrojstvu, radu, plaćama, naknadama plaća i drugim materijalnim pravima zaposlenika Turističke zajednice Požeško-slavonske županije, regulirana su prava zaposlenika, te ova stavka rashoda za radnike sadrži bruto plaće zaposlenih, ostale naknade zaposlenima (prijevoz) i troškove osiguranja.

### 2. Rashodi za ured

Sukladno Statutu Turističke zajednice Požeško-slavonske županije, Turistički ured obavljao je sve stručne, administrativne i knjigovodstvene poslove vezane uz djelatnost i zadaće, koje su propisane Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Programom rada Turističke zajednice Požeško-slavonske županije i odlukama Turističkog vijeća. Osim planiranih aktivnosti Turistički ured odgovarao je i izvršavao sve zadatke i upite koji nastaju tijekom godine, a koje Programom rada nije moguće predvidjeti.

Ova stavka sadrži materijalne izdatke (uredski materijal, trošak reprezentacije, putne troškove i dnevnice, izdaci za reprezentaciju (suvenir), sitni inventar), izdatke za usluge (usluge telefona, pošte i prijevoz; usluge tekućeg održavanja; usluge raznih servisa; ostale intelektualne usluge – knjigovodstvo; ugovori o djelu), nematerijalne izdatke (bankovne usluge), te nabavku i održavanje opreme - uredski namještaj i tehnička oprema.

### 3. Rashodi za rad tijela Turističke zajednice

Tijela Turističke zajednice Požeško-slavonske županije su Skupština, Turističko vijeće i Nadzorni odbor TZ Požeško-slavonske županije. Ova stavka sadrži troškove održavanja (administracije) sjednica tijela TZ Požeško-slavonske županije, te troškove povjerenstava koja se osnivaju sukladno provođenju pojedinih aktivnosti TZ Požeško-slavonske županije u kojima sudjeluju predstavnici brojnih institucija, odnosno stručnjaci na područjima svog djelovanja rada, radi uspješnije provedbe projekata. Pod ovom stavkom nalaze se i troškovi za sudjelovanje u radu članova tijela, troškovi prijevoza, najma, troškovi hrane i pića (catering).

Sva tijela turističke zajednice obavljala su svoje zadaće propisane zakonom i u 2013. godini. U razdoblju siječanj-prosinac 2013. godine, a u mandatu 2010.- 2014. održane su:

- **3 sjednice Skupštine** (7.sjednica - 27.ožujka; 8.sjednica - 15.listopada; 9.sjednica - 18.prosinca);

- **3 sjednice Turističkog vijeća** (11.sjednica - 27.veljače; 12.sjednica - 15.listopada; 13.sjednica - 18.prosinca);
- **2 sjednice Nadzornog odbora** (5.sjednica - 19.ožujka; 6.sjednica - 13.prosinca).

## II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Kao ključna komponenta marketinga ovdje se ističu povećani naporu u razvoju proizvoda (dizajn vrijednosti). Ovdje se kroz potpore događanjima, potpore razvoju destinacijske menadžment organizacije (DMO), potpore razvoju destinacijske menadžment kompanije (DMK) i projekt: Volim Hrvatsku radilo na isticanju događanja koja bude asocijaciju na ovo područje, osnaživanju lokalnih turističkih zajednica u upravljanju proizvodima sukladno predstojećim izmjenama zakona, te informiranju lokalnih turističkih zajednica, turističkih agencija i svih ostalih subjekata o natjecajima za potpore događanjima, edukacijama i projektima vezanim za razvoj DMO-a, identifikaciji potencijalnih kandidata za sudjelovanje na seminarima vezanim za razvoj DMK-a, te o provođenju natjecaja i aktivnosti iz projekta Volim Hrvatsku.

### 1. Potpora događanjima

Na području Požeško-slavonske županije postoji duga tradicija održavanja manifestacija različitih profila i karaktera, u kojim se ogleda bogatstvo tradicije, folklora, običaja, povijesti i kulture. Istovremeno, tijekom proteklih desetak ili više godina na našem području uspostavio se i novi ciklus priredbi i manifestacija, koje svojim sadržajima, prilagođenim vremenu, okolnostima i potrebama znatno pridonose obogaćivanju turističke ponude.

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije ovakve turističke sadržaje, financijski je podupirala u okviru svojih mogućnosti, te je podržala nastavak održavanja i rast takvih manifestacija., te će i u 2014. godini pratiti i podržavati rad i trud brojnih organizacija i udruga koje se trude obogatiti turističku ponudu svojim djelovanjem, te očuvati višegodišnju tradiciju održavanja manifestacija i priredbi. Na tome putu, TZ Požeško-slavonske županije organizatorima događanja/manifestacija pruža mogućnost promocije i oglašavanja njihovih događanja/manifestacija kroz kalendar događanja objavljen na web stranici [www.tzzps.hr](http://www.tzzps.hr), te najavom istih na društvenim mrežama i u mobilnoj aplikaciji Panonia Tour.

Lokalne turističke zajednice su imale mogućnost promocije i oglašavanja događanja i manifestacija putem udruženog oglašavanja, gdje LTZ sufinanciraju troškove oglašavanja sa 25%, a Hrvatska turistička zajednica sa 75%.

### 2. Potpora razvoju DMO-a

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije osmislila je i provela više projekata koji za cilj imaju prezentirati i promovirati cjelokupnu ponudu vinskih cesta.

Nakon izrađene web stranice vinskih cesta Požeško-slavonske županije (<http://www.slavonski-puti.hr/>) koja pruža cjelovite i detaljne informacije o vinskim cestama na području Požeško-slavonske županije, te mobilne aplikacije (<http://slavonijaturizam.com/>) koja je svojevrsni vodič kroz Požeško-slavonsku županiju, u svibnju 2013.g. realizirali smo projekt Izrade vizualne oznake vinskih cesta Požeško-slavonske županije u suradnji s Grafičkim



fakultetom iz Zagreba. Putem natječaja kojeg smo objavili za studente fakulteta, Povjerenstvo za utvrđivanje turističko-vinskih cesta Požeško-slavonske županije, od pristiglih prijedloga odabralo je najbolje vizualno rješenje, te su izrađene vizualne oznake i dodijeljene članovima vinskih cesta kako bi ih istaknuli na svojim objektima. Oznake su izrađene u kombinaciji drveta, karakterističnog za Slavoniju, slavonskog hrasta, te stakloplastike zaštićene UV filtrima.

Cilj postavljanja vizualne oznake na 60 objekta pružatelja turističkih usluga na Vinskim cestama Požeško-slavonske županije je brendiranje destinacije i ponude u istoj. Istaknuta oznaka na objektima pruža korisniku u samom prostoru upute o tome koja ponuda je dijelom projekta vinskih cesta, te time i razinu pružanja usluge u pojedinom objektu. Realizacijom navedenih projekata turistima, posjetiteljima, turističkim agencijama i svim zainteresiranima, omogućeno je kreiranje vlastitih itinerara, odnosno planova obilaska, prilikom čega informacije dobivaju:

1. putem web stranica (<http://www.tzzps.hr/>; <http://www.slavonski-puti.hr/>)
2. kroz mobilnu aplikaciju (<http://slavonijaturizam.com/>)
3. u samom prostoru putem vizualne oznake.

Provedeni projekti financirani su od strane Požeško-slavonske županije, te dijelom sufinancirani od strane Hrvatske turističke zajednice i Ministarstva turizma.

U 2013.g. Turistička zajednica Požeško-slavonske županije putem četiri projekta apliciranih na natječaj objavljen od strane Hrvatske turističke zajednice za potpore turističkim zajednicama na nerazvijenim područjima ostvarila je ukupna sredstva od **128.500,00 kn**. Odobreni iznos Hrvatska turistička zajednica je doznačila po realizaciji svih projekata.

U nastavku slijede projekti i odobreni pojedinačni iznosi:

**1. Dopuna funkcionalnosti mobilne aplikacije "Panonia tour" i izrada elektronske destinacijske informacijske baze atrakcijske osnove PSŽ**

- traženi iznos – 75.810,00 kn

\* odobreni iznos 35.000,00 kn;

**2. Implementacija alata e-marketinga i integracija web 2.0 i web 3.0 elemenata na web stranice sa izgradnjom web shopa "Slavonska korpa"**

- traženi iznos – 74.250,00 kn

\* odobreni iznos 45.000,00 kn;

**3. Izrada projektne dokumentacije za turističku smeđu signalizaciju za Geopark – Park prirode Papuk i prateće sadržaje**

- traženi iznos – 42.000,00 kn

\* odobreni iznos 42.000,00 kn;

**4. Seminari za dionike turističkog razvoja u Požeško-slavonskoj županiji**

- traženi iznos – 78.050,00 kn

\* odobreni iznos 6.500,00 kn;

S obzirom da je svaki projekt podijeljen na nekoliko aktivnosti, od kojih svaka ima svoj vremenski tijek i različiti su izvođači pojedinih usluga, postupno se krenulo u realiziranje. Projekti su realizirani, te smo zatražili i primili sufinancirani dio od Hrvatske turističke zajednice.

<b>Ukupan iznos troškova svih projekata:</b>	<b>148.466,28 kn</b>
<b>Potpore Hrvatske turističke zajednice:</b>	<b>128.500,00 kn</b>
<b>Vlastita sredstva:</b>	<b>19.966,28 kn</b>

### 2.1. Sufinanciranje projekata sustava TZ

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije pruža logističku podršku lokalnim turističkim zajednicama na području Požeško-slavonske županije, pri pripremanju natječajne dokumentacije i svim pitanjima koja se tiču samih projekata, realizacije projekata i slično. Isto tako kroz udruženo oglašavanje čiji je nositelj bila Turistička zajednica Požeško-slavonske županije, LTZ su imale mogućnost oglašavanja manifestacija u omjeru 25% LTZ, 75% HTZ čime su smanjili svoje troškove oglašavanja manifestacija. Osim svakodnevne suradnje s lokalnim turističkim zajednicama, zbog interesa subjekata s područja Požeško-slavonske županije, TZ Požeško-slavonske županije član je Klastera "Slavonska košarica" iz Slavonskog Broda, kako bi pomogla proizvođačima proizvoda pri plasiranju i njihovoj prezentaciji proizvoda izvan granica Požeško-slavonske županije.

### 2.2. Potpora rada i razvoja vinskih cesta

Vinske ceste uključuju 60 subjekata (poduzetnika, obrtnika, OPG-a, dioničkih društava...) na području sva tri vinogorja u Požeško-slavonskoj županiji, gdje Turistička zajednica Požeško-slavonske županije na web stranici [www.slavonski-puti.hr](http://www.slavonski-puti.hr) objavljuje ponudu, kontakte, fotografije, poziciju na karti svakog pojedinog člana, te kroz projekte radimo na unapređenju stranice, gdje je u 2013.g. web stranica prevedena na talijanski jezik, te je izrađena tražilica radi lakše i brže pretrage sadržaja, a na istoj stranici izrađena je priprema za web shop "Slavonska korpa" koja će pružati mogućnost kupnje autohtonih i domaćih proizvoda s područja Požeško-slavonske županije putem Interneta.

### 2.3. Novi turistički proizvodi

Novi turistički proizvodi su oni proizvodi koji se mogu kontinuirano komercijalno koristiti tijekom cijele turističke sezone i prvi put su uvedeni na tržište u tekućoj godini. TZ Požeško-slavonske županije napravila je slijed aktivnosti kako bi kreirala i realizirala nove turističke proizvode.

### 2.3.1. Dopuna funkcionalnosti mobilne aplikacije i izrada elektronske destinacijske informacijske baze atrakcijske osnove PSŽ

Cilj projekta bio je promovirati i predstaviti turističku ponudu Požeško-slavonske županije pomoću suvremene tehnologije dopunom funkcionalnosti i baze informacija destinacije u digitalnom obliku u postojećoj mobilnoj aplikaciji *Panonia tour*. Na taj način radi se na unapređenju turističke ponude županije i kvalitete turističkog proizvoda/ponude. Svrha mobilne aplikacije je da turistima pruži pouzdane informacije, nužne prije njihova putovanja, odnosno prilikom planiranja putovanja, te za vrijeme boravka u destinaciji pomoću geolokacije, ali i nimalo manje bitnu stavku nakon putovanja dajući mogućnost dijeljenja informacija i doživljaja putem društvenih mreža. Na taj način se daje relevantna korisnički generirana informacija i budućim posjetiteljima. S obzirom na naglasak na upravljanje mobilnom aplikacijom, pomoću CMS-a (sustav za upravljanje sadržajima na Internetu) imamo pristup ažuriranja, dopune i kontinuiranog upravljanja postojećih sadržaja na mobilnoj aplikaciji, te smo projektom izradili nove sadržaje i funkcionalnosti, kako bismo pružili više informacija i ostvarili sve veće korištenje mobilne aplikacije.

Ovim projektom smo:

- 1) mobilnu aplikaciju prilagodili novijim verzijama iPhone i Android uređaja (podržavani operativni sustavi aplikacije proširuju se na Android OS 2.1 verziju i novije, te iOS verzije 4.3 i novije što uključuje proširenje podržanih verzija OS-a i prilagodbu elemenata starijim verzijama OS-a), nadogradili sustav ažuriranja podataka (aplikacija će svake minute provjeravati dostupnost Interneta, te ažurirati aplikaciju prema potrebi), nadogradili administraciju i korisničko sučelje (kako bismo omogućili dodavanje prijevoda aplikacije na dodatna dva jezika, njemački i talijanski jezik), te prilagodili dizajn aplikacije za pet različitih veličina ekrana (kako bismo omogućili brže i lakše izvođenje aplikacije, te prikaz u točnom omjeru na ekranima različitih razlučivosti);
- 2) napravili prijevod sadržaja mobilne aplikacije i CMS-a mobilne aplikacije Panonia tour na njemački i talijanski jezik;
- 3) pružili kvalitetniji multimedijalni sadržaj putem digitalne destinacijske informacijske baze podataka gdje je obavljeno snimanje na terenu kroz nekoliko dana i izrađen je "timelaps" video uradak za dvije rute na području Požeško-slavonske županije. Materijal je prilagođen za korištenje u digitalnom obliku putem naših web stranica, mobilne aplikacije i drugih kanala.

### 2.3.2. Personalizirani itinerari "Slavonskih puta"

Cilj projekta Personalizirani itinerari "Slavonskih puta" bio je poticati jedinstvene personalizirane itinerare načinjene na Internet stranici [www.slavonski-puti.hr](http://www.slavonski-puti.hr), a korištene u prostoru. Itinerari se mogu isprintati, downloadati ili koristiti u off line modu na mobilnom uređaju.

Subjekti ponude koje pojedinac izabere u svoj jedinstveni itinerar, u prostoru su označeni istim simbolom (fizička oznaka). Oznaka je postavljena i vidno istaknuta kod svakog od članova na samom ulazu u objekt. Oznaka bi mogla biti ušivena i na stolnjake, ubruse, pregače i majice koje su svakodnevno u upotrebi kod članova vinskih cesta. U svakom slučaju, težiti će se izradi i

apliciranju oznake na ekološki prihvatljivom materijalu. Ista oznaka na ovaj način ukazuje svakom turistu ili posjetitelju na to da se nalazi na području neke od tri vinske ceste i kod domaćina koji je član vinske ceste.

Dodatna pogodnost koja nadopunjava ovaj projekt je mobilna aplikacija TZ Požeško-slavonske županije koja sadržava sve podatke o eno-gastro ponudi web portala *Slavonski puti*, ali i o prirodnim, kulturnim, eko, etno i drugim atrakcijama područja.

Ukratko, turisti mogu između 60 subjekata ponude *Slavonskih puta*, kreirati vlastite itinerare posjeta (2,3,4 ili više subjekata koje izaberu), o čemu će dobiti informaciju:

1. na web stranici,
2. kroz mobilnu aplikaciju i
3. u samome prostoru (fizička oznaka), gdje su pri tome sigurni da pri svakome odabiru imaju zagarantiranu određenu razinu pružanja usluge.

### 2.3.3. Projekt slavonska korpa

Cilj projekta bio je povezati subjekte koji proizvode različite prehrambene proizvode, te uporabne predmete i slično, kako bismo na jednom mjestu dobili cjelokupnu ponudu domaćih proizvoda koji bi na taj način bili predstavljeni i promovirani, te dostupni zainteresiranim kupcima, turistima, posjetiteljima, kao i subjektima koji pružaju ugostiteljsko-turističke usluge i imaju potrebu za korištenjem domaćih proizvoda u sklopu svoje ponude.

Kako bismo što bolje prezentirali i promovirali domaće proizvode koji su sastavni dio turističke ponude, te omogućili bolju komunikaciju između proizvođača i potencijalnih kupaca – turista, posjetitelja, subjekata koji pružaju ugostiteljsko-turističke usluge i ostalih ovim projektom omogućeno je njihovo povezivanje pomoću prepoznatljivog i inovativnog proizvoda pod nazivom "Slavonska korpa".

Slavonska korpa je ikona na web stranici Turističke zajednice Požeško-slavonske županije [www.slavonski-puti.hr](http://www.slavonski-puti.hr) koja sadržava prehrambene proizvode, pića i napitke, te tradicijske proizvode. Naime, ikona omogućuje pregled ponude po "korpama". Odabirom više proizvoda biti će složena korpa proizvoda koji se proizvode i nastaju na području Požeško-slavonske županije, te bi ista predstavljala i promovirala domaće proizvode i proizvođače koji rade i izrađuju proizvode po starim recepturama i tradiciji s primjenom ponegdje moderne tehnologije van granica Požeško-slavonske županije. Slavonska korpa će pružati mogućnosti slaganja poklon paketa iz Požeško-slavonske županije od raznih proizvoda koji predstavljaju tradiciju, kulturu, vrijednost i bogatstvo ovog područja npr. u jednoj korpi nalaziti će se kulen, ovčji sir, butelja vina, svježe voće, čips od jabuke, kosi stalak za butelju, ručno rađeni stolnjak i replika srednjovjekovne hrvatske monete Slavenskog banovca. Odabirom "korpe" dobiti će se pregled koliko proizvoda se nalazi i na koji način naručiti.

### **3. Potpora razvoju DMK-a**

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije je sukladno upitima Hrvatske turističke zajednice pomogla pri identifikaciji potencijalnih kandidata za sudjelovanje na seminarima za mogućnost razvoja lokalnih destinacijskih proizvoda kroz destinacijske menadžment kompanije (DMK).

### **4. Projekt : Volim Hrvatsku**

Projekt Volim Hrvatsku je ekološko-edukativna akcija koja je sastavni dio Programa rada Hrvatske turističke zajednice i cijelog sustava turističkih zajednica, a odvija se s ciljem poticanja različitih aktivnosti i djelovanja na unapređenju elemenata turističkog proizvoda i podizanja razine gostoljubivosti uz stvaranje klime dobrodošlice.

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije provela je izbor najboljih likovnih i literarnih radova djece i učenika, te dostavila kandidature za izbor djelatnika godine.

## **III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI**

Komunikacija vrijednosti podijeljena je na Online komunikacije i Offline komunikacije s time da se veći naglasak stavlja na Online komunikacije.

### **1. Online komunikacije**

#### **1.1. Internet oglašavanje**

Po uzoru na Hrvatsku turističku zajednicu koja upotrebljava slijedeće kanale: različite društvene mreže, YouTube kanal, geolokacijske portale, portale za upravljanje i dijeljenje fotografija i prikaz na portalima, te njenoj povećanoj prisutnost na društvenim mrežama, idealnim za poruke o pred i post sezoni kao i/ili kontinentalnim destinacijama, Turistička zajednica Požeško-slavonske županije koristila je društvene mreže, te vlastitu web stranicu za predstavljanje turističke ponude županije. Kao indikatore uspješnosti pratili smo povećanje broja jedinstvenih posjeta na Internet stranici TZ Požeško-slavonske županije, putem Google Analytics alata, radili na poboljšanom pozicioniranju Internet stranice na pretraživačima putem SEO aktivnosti, pratiti aktivnosti na društvenim mrežama (like-ovi, komentari, postovi, itd.) i činili napore putem navedenih web 2.0 alata za povećanjem interaktivnosti, te pratili povećanje click through pokazatelja.

#### **1.2. Internet stranice i upravljanje Internet stranicama**

Oblikovanje Internet stranica kvalitetnog višejezičnog sadržaja sa izravnim i konkretnim informacijama o destinaciji bitan su element koji prvi virtualni kontakt sa nekim krajem može pretvoriti u izlet, posjet ili boravak u tom području.

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije radila je na održavanju Internet stranica [www.tzzps.hr](http://www.tzzps.hr) i [www.slavonski-puti.hr](http://www.slavonski-puti.hr) (usluge najma web poslužitelja, redovito održavanje, nadogradnja programskog koda, itd.). Nadogradnja Internet stranica važna je za bolje praćenje korisnika, brže pretraživanje sadržaja i uređivanje dizajna Internet stranica.

Dosadašnji pokazatelji govore o povećanju posjeta na stranici Turističke zajednice Požeško-slavonske županije koja pruža cjeloviti pregled turističke ponude po kategorijama, svakodnevno donosi novosti, pruža brojne korisne informacije i ostalo vezano za sve vidove turizma, a zaposlenici Turističkog ureda sami unose na dnevnoj bazi sve dopune i promjene na Internet stranicu koje mogu pridonijeti većem interesu javnosti i boljoj posjećenosti naše županije.

U razdoblju od 01.siječnja do 31.prosinca 2013.g. web portal [www.tzzps.hr](http://www.tzzps.hr) posjetilo je 32.850 posjetitelja (24.071 novi posjetitelj). Prema statistici broj pregleda stranice iznosi 113.838 puta (najviše smještaj, događanja, atrakcije, eno-gastro ponuda). 90% posjeta dolazi s područja Hrvatske (29.352), a zatim slijede Njemačka (488), Bosna i Hercegovina (478), Srbija (393), Slovenija (329) i dr. Web portal dostupan je na engleskom i njemačkom jeziku.

Obje stranice su povezane s društvenim mrežama, a na Facebook profilu planiramo omogućiti posjetiteljima da putem profila interaktivno sudjeluju u radu turističke zajednice sa svojim prijedlozima i mišljenjima, putem anketa, pitanja i svega što međusobnim djelovanjem može unaprijediti rad, poslovanje i djelovanje turističke zajednice.

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije poduzela je sve aktivnosti kako bi održavala navedene dvije stranice i kako bi uspješno upravljala njima.

## **2. Offline komunikacije**

Offline komunikacije su oglašavanja u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora, opća oglašavanja, brošure i ostali tiskani materijali, suveniri i promo materijali, te info table.

### **2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora**

Udruženo oglašavanje podrazumijeva zajedničku promociju privatnog i javnog turističkog sektora. Turistička zajednica Požeško-slavonske županije prijavila se na natječaj za udruženo oglašavanje u 2013. godini putem tiskovnih medija, televizije, radija, Interneta i plakatiranja, kojeg objavljuje Hrvatska turistička zajednica koja planira udruživanja sa sustavom turističkih zajednica, gospodarskim subjektima i organizatorima putovanja.

U sklopu media plana udruženog oglašavanja u 2013.g. u ožujku je Slobodna Dalmacija u prilogu Vina objavila članak Vrhunska vinska priča, te je isti prilog osim uz izdanje Slobodne Dalmacije bio dostupan i na sajmu Gast koji je specijalizirani sajam prehrane, pića, hotelske i ugostiteljske opreme, vina, kave, namještaja i turizma, a održao se u Splitu od 06. do 10.ožujka 2013.g.

U sklopu media plana udruženog oglašavanja na web portalu 034 postavili smo nekoliko puta banner koji je upućivao na web stranice [www.slavonski-puti.hr](http://www.slavonski-puti.hr) i [www.tzzps.hr](http://www.tzzps.hr) kako bismo predstavili i promovirali ponudu vinskih cesta i turističku ponudu Požeško-slavonske županije.

Kroz udruženo oglašavanje Turistička zajednica Požeško-slavonske županije u suradnji sa Turističkom zajednicom Virovitičko-podravske županije i Javnom ustanovom Park prirode Papuk u poznatom stručnom časopisu „Way to Croatia“ objavila je reportažu o Parku prirode Papuk. Reportaža je izašla na 16 stranica, te uz opis na engleskom jeziku i fotografije zorno dočarava jedinstveno područje poznatog svjetskog geoparka. U sklopu reportaže nalazi se i intervju s direktoricom Javne ustanove Park prirode Papuk Kristinom Kožić, te brojne znamenitosti i karakteristike cijelog područja Parka prirode Papuk.

U suradnji s Poljoprivrednom TV izrađen je promo spot koji predstavlja posebnosti područja Požeško-slavonske županije.

Na Soundset radiju smo unutar udruženog oglašavanja u 2013.g. objavili najavu za nekoliko manifestacija s ciljem animiranja posjetitelja na dolazak i sudjelovanje u istima, te promicanje i prezentiranje turističke.

Kroz udruženo oglašavanje postavili smo nekoliko tematski izrađenih plakata na ulazima u županiju kako bismo na taj način pružili dobrodošlicu gostima i posjetiteljima, te ujedno provirali i prezentirali turističku ponudu.

Prema Hrvatskoj turističkoj zajednici upućen je zahtjev za isplatu sredstava udruženog oglašavanja u 2013. u kojemu su sudjelovale TZ Požeško-slavonske županije, te TZG Pakrac, TZO Velika i TZG Lipik.

1.	TZ Požeško-slavonske županije	<b>Hrvatska turistička zajednica (75%) - 35.137,50 kn</b> TZ Požeško-slavonske županije (25%) - 11.712,50 kn UKUPNO(100%) - 46.850,00 kn
2.	TZG Pakrac	<b>Hrvatska turistička zajednica (75%) - 2.699,44 kn</b> TZG Pakraca (25%) - 899,81 kn UKUPNO (100%) - 3.599,25 kn
3.	TZO Velika	<b>Hrvatska turistička zajednica (75%) - 15.667,41 kn</b> TZO Velika (25%) - 5.222,47 kn UKUPNO (100%) - 20.889,88 kn
4.	TZG Lipik	<b>Hrvatska turistička zajednica (75%) - 12.240,47 kn</b> TZG Lipik (25%) - 4.080,16 kn UKUPNO (100%) - 16.320,63 kn
	Sustav TZ na području Požeško-slavonske županije UKUPNO	<b>Hrvatska turistička zajednica (75%) - 65.744,82 kn</b> Sustav TZ (25%) -21.914,94 kn UKUPNO (100%) - 87.659,76 kn

## 2.2. Opće oglašavanje

Oglašavanje na lokalnim radio postajama (čija je slušanost nadrasla lokalne okvire) i u programima na nacionalnim frekvencijama, te predstavljanje turističkih karakteristika ili pojedinih lokaliteta i programa u lokalnom i regionalnom tisku, časopisima s područja turizma, vodičima i turističkim katalozima predstavlja izravan oblik informacije o turističkom proizvodu ili području, koji daje konkretne rezultate.

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije potiče i ostvaruje suradnju s razni subjektima vezano za objavljivanje članaka i priloga o turističkoj ponudi, stoga je turistička ponuda Požeško-slavonske županije predstavljena u nizu publikacija, TV emisija i web portala, radio emisija i dr.

### 2.2.1. Oglašavanje u tisku

Oglašavanje u tisku je tematizirano, putem njega dolazi do predstavljanja turističkih karakteristika ili pojedinih lokaliteta i programa u lokalnom i regionalnom tisku, časopisima s područja turizma, vodičima i turističkim katalozima što je izravan oblik informacije o turističkom proizvodu ili području.

U suradnji Turističke zajednice Požeško-slavonske županije s Hrvatskom turističkom zajednicom organizirali smo snimanje reportaže u Parku prirode Papuk gdje je 24sata u formi putopisa u srpnju prezentirao Park prirode Papuk kroz dnevne novine i micro web stranicu, te su članci i fotografije objavljeni kroz kategoriju "Turistički putokaz". Putopis je sniman s voditeljicom Sanjom Doležal i turističkim vodičem Parka prirode Papuk u formi razgovora, te je sve popraćeno video kadrovima, a 19. kolovoza 2013.g. reportaža o Parku prirode Papuk emitirana je na 24 sata TV.

U suradnji Turističke zajednice Požeško-slavonske županije s Hrvatskom turističkom zajednicom Večernji list je u sklopu serije članaka objavljenih pod nazivom Hrvatska u riječima i slikama objavio članak o turističkoj ponudi Požeško-slavonske županije koji je objavljen u srpnju na web portalu Večernjeg lista.

Na web portalu LIKE CROATIA koji je namijenjen stranim gostima, posjetiteljima, objavili smo u kolovozu članak o vinskim cestama Požeško-slavonske županije. Isti portal ranije je objavio članke o turističkim atrakcijama na području Požege, Kutjeva i Lipika.

U sklopu posebnih tržišnih aktivnosti koje provodi Hrvatska turistička zajednica za potrebe izrade reportaža dostavljeni su materijali prema slijedećim medijima: Geo Magazin, Restaurant & Hotel i Putovanja za dvoje, koji su potom objavljivali reportaže u istoimenim časopisima.

Osim navedenih članke o turističkoj ponudi objavljuje i Hrvatska turistička zajednica kao i brojni drugi web portali.



Turistička zajednica Požeško-slavonske županije otvorena je za suradnju i nastaviti će dobru suradnju sa brojnim novinarima i urednicima novina, časopisa, vodiča i kataloga u okviru financijskih mogućnosti i po ocjeni važnosti i značaja koji će doprinijeti oglašavanje u tisku.

### **2.2.2. TV oglašavanje**

Tijekom 2013.godine TZ PSŽ izvršila je TV oglašavanje u suradnji sa Poljoprivrednom TV Požega i to u svrhu promocije gastronomije i enologije našega kraja. Zbog nedostatnih financijskih sredstava nismo bili u prilici jače se oglašavati se putem TV oglašavanja koja iziskuju velika novčana sredstva, no preko Hrvatske turističke zajednice u 2013.g. odradili smo snimanje reportaže za 24sata TV. U planu imamo objavljivati reportaže o turističkoj ponudi Požeško-slavonske županije na TV kanalima regionalnih TV kuća u selektivnim emisijama (Slavskobrodsko TV, Vinkovačka TV, HTV studio Bjelovar...) kako bismo privukli posjetitelje iz obližnjih županija, odnosno gradova koji su dobro povezani sa našom županijom, te bi dolazili automobilima na izlete i slično.

### **2.2.3. Vanjsko oglašavanje**

Vanjsko oglašavanje uključuje jumbo postere, billboarde, city lights, itd. sa ciljem povećanja pozitivnih emocija o županiji.

## **2.3. Brošure i ostali tiskani materijali**

Sukladno planu Hrvatske turističke zajednice koja je smanjila stavku tiskanja brošura, odnosno ne sufinancira tiskanje promotivnih materijala, Turistička zajednica Požeško-slavonske županije ima od promotivnih materijala brošuru Slavonska paleta (dostupnu i na web-u), te brošuru o mobilnoj aplikaciji Panonia Tour. U planu je izraditi brošuru turističke ponude Požeško-slavonske županije u 2014.g. Kod izrade novih brošura poduzeti ćemo aktivnosti vezane za dostupnost brošura na mobilnim uređajima i drugim elektroničkim prijenosnim uređajima.

Na promotivnim materijalima istaknuti ćemo i QR kod Turističke zajednice Požeško-slavonske županije koji može očitati svaki mobitel s fotoaparatom i pristupom Internetu koji ima instaliranu aplikaciju za čitanje QR kodova.

### **2.3.1. Multimedija i e-brošure**

Na web stranici [www.tzzps.hr](http://www.tzzps.hr) pod kategorijom Multimedija objavili smo promo video "U zagrljaju Požeško-slavonske županije", brošuru "Slavonska paleta", video "Slavonija", virtualne šetnje i panoramske snimke turističkih odredišta unutar Požeško-slavonske županije.

### **2.3.2. Biciklističko-turistička karta**

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije prikupljala je podatke vezane uz biciklističke staze, njihovu lokaciju, uređenje s namjerom izrade karte. Biciklističko-turistička karta bila bi karta Požeško-slavonske županije sa ucrtanim biciklističkim, planinarskim i tematskim

stazama kao što su tri vinske ceste. Karta bi sadržavala turističku ponudu za ljubitelje prirode i aktivnog boravka u prirodi, te informacije o smještaju i prehrani.

### 2.3.3. Gastro brošura

Ideja o nastanku ove brošure temeljena je na Pravilniku o hrvatskoj autohtonoj kuhinji donesenom od strane Ministarstva turizma, a sadržavala bi jela tradicionalne kuhinje s područja Požeško-slavonske županije u kombinaciji sa poznatim vinima iz Zlatne doline. Za tu svrhu Turistička zajednica Požeško-slavonske županije prikupljala je podatke o pružateljima gastronomskih usluga i njihovoj ponudi.

Kako bismo autohtonu gastronomiju i enologiju sa iznimno kvalitetnim foto i video pregledom čitavoga područja približili potencijalnim posjetiteljima načinili smo gastro video materijal koji je distribuiran putem naših web stranica, PTV Požega i njihova YouTube kanala, a sukladno tendenciji povećanja napora usmjerenima na online komunikaciju.

### 2.3.4. Dopisni katalog "Mozaik uspomena" i "Slavonska paleta"

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije tijekom 2012.g. izradila je brošuru Slavonska paleta u kojoj se nalaze suveniri s područja Požeško-slavonske županije, a brošura je dostupna i u digitalnom obliku na web stranici [www.tzzps.hr](http://www.tzzps.hr). U katalogu "Mozaik uspomena" nalazi se 6 suvenira s područja Požeško-slavonske županije, dok se u katalogu "Slavonska paleta" nalaze 42 suvenira sa etno tematikom. Ovaj materijal je prijeko potreban kako bi prezentirao Požeško-slavonsku županiju, te budio asocijaciju na nju, kroz jedinstvenu očuvanu živuću baštinu.

### 2.3.5. Promotivni materijali TZ PSŽ

Plakati, panoji, odnosno banneri (tematski), fotografsko snimanje, arhiviranje i prezentiranje fotografskog materijala sa cijelog područja naše županije spada u trajnu promotivnu zadaću.

### 2.3.6. Izrada skupnih promotivnih materijala

Za svrhu izrade skupnih promotivnih materijala Turistička zajednica Požeško-slavonske županije prikupljala je podatke o cjelokupnoj turističkoj ponudi koja je podijeljena po tematskim kategorijama na web stranici [www.tzzps.hr](http://www.tzzps.hr) i mobilnoj aplikaciji Panonia Tour.

## 2.4. Suveniri i promo materijali

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije osigurala je majice, vrećice i ostali promotivni materijal kako bi imala promotivne materijale koji će se koristiti prilikom promocije i predstavljanja na sajmovima, kao nagrade za sudjelovanje subjekata u nagradnim igrama ili natjecanjima objavljenim od strane Turističke zajednice Požeško-slavonske županije i slično.

## 2.5. Info table

Info table su važan i bitan segment predstavljanja pojedine destinacije. One su prvi kontakt posjetitelja i turista sa pojedinom znamenitosti ili pružateljem usluga, jer pomažu turistima i posjetiteljima u snalaženju u prostoru i pronalaženju ciljanog odredišta ili dovođenju turista i posjetitelja koji se slučajno zateknu na području, a zainteresiraju se za neki subjekt prilikom viđenja same table, znaka.

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije je tijekom 2012.g. na temelju podnesenog natječajnog prijedloga prema Hrvatskoj turističkoj zajednici ostvarila sufinanciranje izrade smeđe signalizacije na području Požeško-slavonske županije. Ostvarena su sredstva u iznosu od 120.000,00 kuna, dok je preostali dio u iznosu od 120.000,00 kuna sufinancirala Požeško-slavonska županija (24.000,00 kn po pojedinoj JLS). Tijekom 2012. i 2013.g. Turistička zajednica Požeško-slavonske županije, Zavod za prostorno uređenje i Županijska uprava za ceste PSŽ obavili su terenski rad za izradu elaborata smeđe signalizacije, a Zavod za prostorno uređenje i Županijska uprava za ceste izradi su glavne elaborate za 8 JLS (elaborati nisu izrađeni za Grad Požegu i Grad Kutjevo). Izrađeni elaborati iziskivali su troškove koje su besplatno odradili Zavod za prostorno uređenje i Županijska uprava za ceste Požeško-slavonske županije kako bi se sva dobivena sredstva utrošila na izradu i postavljanje znakova, te je u prvom krugu Turistička zajednica Požeško-slavonske županije izradila 600 znakova.

Za izrađenih 8 elaborata JLS zatražene su suglasnosti za postavljanje znakova od pojedinih JLS, Županijske uprave za ceste Požeško-slavonske županije, Hrvatskih cesta d.o.o. – Ispostavi Slavonski Brod, Županijske uprave za ceste Brodsko-podravске županije ovisno o ingerenciji navedenih subjekata na pojedinim cestama, te su povratno dobivene sve suglasnosti za postavljanje znakova.

Sukladno tome, na području Općine Velika i Općine Kaptol postavljeni su znakovi koji se nalaze na cestama u ingerenciji JLS ili ŽUC-a Požeško-slavonske županije, te je navedenim općinama dostavljena specifikacija izrađenih/ ne izrađenih znakova kako bi na temelju dobivenih elaborata mogli naručiti preostale znakove na svom području. Turistička zajednica Požeško-slavonske županije u potpunosti je provela sve radnje vezane za smeđu signalizaciju za područje Općine Velika i Općine Kaptol.

Kako je u 2013.g. za nadalje nabavka dodatne smeđe signalizacije omogućena lokalnim turističkim zajednicama, za sve subjekte koji ne budu označeni, upozorili smo lokalne turističke zajednice da apliciraju smeđu signalizaciju na natječaje Hrvatske turističke zajednice.

## IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

### 1. Sajmovi

Samostalno, posredstvom ili u suradnji s različitim odjelima Požeško-slavonske županije, gradovima i općinama, institucijama, ustanovama ili udrugama s područja županije, ili pak sa srodnim sustavima poput Hrvatske gospodarske komore i Hrvatske obrtničke komore, Turistička zajednica Požeško-slavonske županije predstavila je turističku ponudu Požeško-slavonske županije putem promotivnih materijala na sajmovima, poslovnim radionicama i prezentacijama. Isto tako Turistička zajednica Požeško-slavonske županije obavještavala je sve

subjekte koji se bave pružanjem ugostiteljskih i turističkih usluga ili posreduju kod istih, o održavanjima sajмова, te mogućnosti i načinu sudjelovanja svih potencijalno zainteresiranih subjekata, ovisno o tematici sajma, odnosno poslovne radionice, u zemlji i inozemstvu kako bi predstavili svoje proizvode i usluge.

## **2. Studijska putovanja**

Studijska putovanja Hrvatske turističke zajednice organizirana su u suradnji sa inozemnim turoperatorima i njihovim domaćim partnerima. Sukladno planu HTZ za profesionalizacijom studijskih putovanja i organizacije radionica ("Buy Croatia"), gdje žele postići veću posjećenost radionicama od strane lokalnih turističkih subjekata, omogućiti atraktivan program aktivnosti i iskustava, veću involviranost i suradnja privatnog sektora, Turistička zajednica Požeško-slavonske županije uključila se u provedbu planiranih studijskih putovanja na području naše županije, te u informiranje subjekata o mogućnosti sudjelovanja na radionicama "Buy Croatia".

U svrhu promocije ali i izravnog upoznavanja s turističkim atrakcijama i karakteristikama prostora Požeško-slavonske županije, a u suradnji s Glavnim uredom Hrvatske turističke zajednice, organizirali smo studijska putovanja po naknadno utvrđenom itinereru i terminu. Studijska putovanja bila su prvenstveno namijenjena turističkim novinarima i predstavnicima turističkih agencija.

Ugostili smo nekoliko manjih grupa stranih novinara, tako je na studijskom putovanju Blog trip – Croatia's inland and island gastronomy blogerica Fiona Maclean iz Velike Britanije posjetila Vinski podrum Kutjevo d.d. 12.lipnja 2013.g. Švedski novinar specijaliziran za područje enologije, Jan Rosborn posjetio je 16.rujna 2013.g. Vinski podrum Kutjevo d.d. i Vinarstvo i podrumarstvo Krauthaker. Dva danska novinara će na studijskom putovanju 23.rujna 2013. Posjetiti Zlatni lug, Vilu Vinkomir i Vinski podrum Kutjeva d.d. U studenom je provedeno studijsko putovanje za domaće novinare na temu Kultura, gastronomija i enologija.

## **3. Posebne prezentacije**

U 2013.g. nije bilo predstavljanja putem posebnih prezentacija zbog izostanka modela spajanja turističkih zajednica županija klastera Slavonija i njihovog zajedničkog predstavljanja. Turistička zajednica Požeško-slavonske županije sudjelovala je na Danima turizma 2013. održanima u Zadru i radnim sastancima turističkih zajednica u sklopu istih.

## **V. INTERNI MARKETING**

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije sudjelovala je aktivno u radu koordinacija sustava turističkih zajednica na regionalnoj i nacionalnoj razini, te je na koordinacijama direktora TZ gradova i općina dogovarala aktivnosti, te pratila kretanja i promjene vezane za razvoj turizma na području županije. Komunikacija se razvijala i sa subjektima koji pružaju ugostiteljske i turističke usluge, kako bi se aktivnosti i projekti Turističke zajednice Požeško-slavonske županije usuglasili i s njihovim radom i djelovanjem, a zajednički u granicama svojih mogućnosti utjecali na poboljšanje uvjeta za rast i razvoj cjelokupne turističke

ponude. Požeško-slavonska županija ostaje strateški partner za osiguranje preduvjeta za jačanje i razvoj turizma u županiji.

## 1. Edukacija

Edukacija zaposlenih djelatnika jedna je od osnovnih potreba za uspješnost provedbe svakog programa i projekta.

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije redovno je obavještavala i pozivala predstavnike sustava turističkih zajednica s područja županije, te javne i privatne subjekte o serijama edukacija u organizaciji HTZ-a.

➤ U srpnju su u Zagrebu i Osijeku održane slijedeće edukacije:

1. Razvoj složenih turističkih proizvoda za tržište posebnih interesa u destinaciji,
2. Internet prodaja za pojedine segmente turističke industrije,
3. Prodaja i distribucija,
4. Marketinška komunikacija,
5. Osnove primjene i korištenja informacijsko komunikacijskih tehnologija i interneta u poslovanju turističkog sektora (ICT i CRM),
6. Poslovni bonton i komuniciranje u turizmu; Poslovno pregovaranje i prezentacijske vještine u turizmu,
7. Mobilni Internet u turizmu.

➤ U rujnu su u Zagrebu i Osijeku održane slijedeće edukacije:

1. Društvene mreže – osnovno,
2. Društvene mreže – napredno,
3. Organiziranje manifestacija (Zg),
4. Upravljanje poslovnim procesima, projektima i promjenama u turizmu (Zg).

➤ U listopadu su u Zagrebu i Osijeku održane slijedeće edukacije:

1. Upravljanje marketingom, 1.dio,
2. Upravljanje marketingom, 2.dio,
3. Organiziranje manifestacija (Os),
4. Upravljanje poslovnim procesima, projektima i promjenama u turizmu (Os).

U listopadu je Turistička zajednica Požeško-slavonske županije organizirala u suradnji s UHPA–om seminar namijenjen dionicima turističkog razvoja u Požeško-slavonskoj županiji gdje su bile obrađene dvije radionice "Animacija kao alat za stvaranje doživljaja" i "Upravljanje destinacijom kroz tematsku ugostiteljsku i suvenirsku ponudu".

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije sudjelovala je u različitim edukacijskim aktivnostima poput koordinacija, radionica, foruma, edukativnih seminara i okruglih stolova.

## 2. Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica na području županije

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije tijekom 2013.g. održavala je koordinacije turističkih zajednica na području županije na kojima se dogovaraju aktivnosti, te se prate kretanja i promjene vezane za razvoj turizma na području županije.

Vezano za nadzor sustava turističkih zajednica na području županije, Turistička zajednica Požeško-slavonske županije poduzimala je aktivnosti kako bi sve lokalne turističke zajednice pravovremeno bile upućene u sve obveze i svu dokumentaciju koju su obavezne redovito prikupljati, analizirati i dostavljati, te nastavno na neizvršavanje navedenih radnji od strane TZO/TZG, sukladno zakonskim odredbama provoditi nadzor u istima.

Koordinacija TZ služi tome da nadzor od strane MINT-a i HTZ-a bude uspješan.

## 3. Nagrade i priznanja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo)

### 3.1. Volim Hrvatsku

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije u sklopu ekološko-edukativne akcije Volim Hrvatsku 2013. Hrvatske turističke zajednice, provela je u osnovnim školama i dječjim vrtićima natječaj za izbor najboljih likovnih i literarnih radova djece i učenika na temu "Ljepote mogeg zavičaja", za koje je dodijelila nagrade i priznanja. Na natječaj se prijavilo deset osnovnih škola u konkurenciji literarnih radova, te deset u konkurenciji likovnih radova (ukupno 12 osnovnih škola je sudjelovalo u natječaju), gdje se prijavilo i devet vrtića s područja Požeško-slavonske županije.

Članice tročlanoga povjerenstva, Dr.sc. Vesna Vlašić, Vera Čuže Abramović, prof. i slikarica Anita Grbavac Jakobović izabrale su najbolje radove, koji su 16. svibnja 2013.g. u Velikoj vijećnici Požeško-slavonske županije primili novčane nagrade i priznanja. Naime, škole i vrtići čiji su radovi bili među prva tri mjesta, dobili su pet tisuća kuna za prvo mjesto, tri tisuće kuna za drugo, te dvije tisuće kuna za treće mjesto. Ukupno se na taj način dodijelilo 30.000 kuna, što su osnovne škole dobile za podršku rada likovnih i literarnih grupa, a vrtići za kupnju didaktičkih pomagala. Turistička zajednica Požeško-slavonske županije osim novčanih nagrada, osigurala je za sve sudionike natječaja, djecu, učenike i njihove mentore priznanja, te su svi učenici dobili poklon paket školskog pribora i promotivnog materijala Turističke zajednice Požeško-slavonske županije, a djeca vrtića pakete pribora za crtanje.

Najbolji, odnosno prvoplasirani učenički i dječji radovi s ovoga natjecanja izborili su pravo sudjelovanja na nacionalnoj završnici HTZ-a, te smo prva mjesta u svakoj kategoriji prosljedili u Glavni ured HTZ.

Prvo mjesto po kategorijama osvojili su:

- LIKOVNI RADOVI – OSNOVNE ŠKOLE:  
KATOLIČKA OSNOVNA ŠKOLA, POŽEGA  
Učenica: Tena Korov, 3.a.  
Mentorica: Zrinka Bešlić

- LITERARNI RADOVI – OSNOVNE ŠKOLE  
OŠ VILIMA KORAJCA, KAPTOL  
Učenica: Anamarija Mutić, 8.a.  
Mentorica: Milica Šljubura

- LIKOVNI RADOVI DJECE DJEČJIH VRTIĆA  
DV SVETOG LEOPOLDA MANDIĆA, POŽEGA  
Lucija Sajfert 6,2.g.  
Mentorica: Mirela Tunić

## **Čovjek ključ uspjeha u turizmu – Izbor djelatnika godine**

U sklopu projekta Volim Hrvatsku 2013.g. provodio se izbor za djelatnika godine. Turistička zajednica Požeško-slavonske županije kandidirala je Mariju Šarić iz putničke agencije APP Turizam u kategoriji agencijski djelatnik.

### 3.2. Ostale nagrade i priznanja

Ovdje smo predvidjeli sve nagrade i priznanja koja bismo dodjeljivali iz akcija koje sami osmislimo i provodimo, kao i nagrade za povjerenstva koja sudjeluju pri odabiru najboljih i najkvalitetnijih.

## **VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA**

Jedna od primarnih zadataka Turističke zajednice Požeško-slavonske županije je suradnja s institucijama, ustanovama, udrugama, tvrtkama i pojedincima u svrhu poboljšanja kvalitete i proširenja turističke ponude. Kontinuirano evidentiranje i praćenje svih kretanja na području turizma i na području s turizmom povezanih djelatnosti u svrhu ostvarivanja usklađenosti turističkih projekata i aktivnosti s ukupnim aktivnostima u svrhu razvoja turizma, te posebice praćenje novih turističkih proizvoda svakodnevni je posao Turističke zajednice Požeško-slavonske županije.

Nastavak rada na upotpunjavanju baze fotografskih i tekstualnih podataka odvijao se sukladno potrebama u kontekstu realizacije pojedinih programskih zadataka i provođenja projekata.

### **1. Proizvodnja multimedijalnih materijala**

U multimedijalne sadržaje ubrajaju se filmovi, video snimci, spotovi, Internet stranica, društvena mreža, a u okviru ove aktivnosti vrši se i priprema za nove elektroničke brošure, letke, postere, karte, itd. (grafička priprema, prijevodi, ažuriranje). Turistička zajednica Požeško-

slavonske županije radila je na učinkovitijoj online komunikaciji, gdje nastoji sve turističke sadržaje učiniti što dostupnijima krajnjim korisnicima.

## **2. Istraživanje tržišta**

S obzirom na planove HTZ-a o poboljšanom sustavu informiranja kojim započinje prikupljanje relevantnih i svježih informacija o turističkom sustavu Hrvatske (potražnja, ponuda, konkurencija, posrednici, itd.) kao i ostalih informacija važnih za razvoj i promociju turizma u cjelini i/ili pojedinih proizvoda, Turistička zajednica Požeško-slavonske županije uključila se u aktivnosti oko istraživanja tržišta.

## **3. Formiranje baze podataka**

Prilikom redizajniranja i ažuriranja Internet stranice Turističke zajednice Požeško-slavonske županije imali smo bazu podataka turističke ponude koja je sadržavala podatke o znamenitostima, kulturi i umjetnosti, pružateljima usluga sportsko-rekreativnih aktivnosti, pružateljima usluga hrane i pića (restorani, barovi, kušaonice), vinarima, te proizvođačima OPG i eko proizvoda. Navedenu bazu smo nadogradili i podijelili u nekoliko kategorija, ali u planu imamo daljnje popunjavanje baze podataka cjelokupne turističke ponude.

## **4. Suradnja s međunarodnim institucijama**

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije u suradnji s klasterom Slavonija ostvarivaruje suradnju s međunarodnim institucijama, bilo prilikom predstavljanja i prezentacije regije Slavonija, bilo prilikom ostvarivanja suradnje oko provedbe projekata i slično.

## **5. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu**

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije posjeduje bazu fotografija koja se redovito dopunjava novim fotografijama, te će istu koristiti prilikom izdavanja tiskanim materijala.

## **6. Jedinstveni turistički informacijski sustav**

S obzirom na kreiranje uniformnog informacijskog sustava od strane HTZ-a za prijavu/odjavu turista, te kreiranje uniformnog informacijskog sustava za praćenje, prikupljanje i distribuciju uplata boravišne pristojbe (završetak tijekom 2014.g.), Turistička zajednica Požeško-slavonske županije poduzela je sve aktivnosti oko informiranja LTZ, a dotad izvršava i izvršavati će svoje obaveze prikupljanja podataka, izrade i grupiranja raznih statističkih podataka i ostalo.



## VII. POSEBNI PROGRAMI

### 1. Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena

Planiran je efikasniji sustav potpore gdje je financijska pomoć usmjerena na područja sa najvećim potencijalom za razvoj (potencijal se može tehnički odrediti analizom turističkih resursa i atrakcija regije, ponude usluga u smještajnim kapacitetima, restoranima, trgovinama, kao i analizom uvjeta dostupnosti, pamtljivosti turističkih doživljaja koji se u destinaciji mogu doživjeti, razine "pozitivnih" asocijacija na regiju, nastojanja kompanija za razvoj turizma, itd.), gdje Turistička zajednica Požeško-slavonske županije prati i pravovremeno prijavljuje projekte, kao i informira LTZ i sve subjekte koji obavljaju djelatnosti indirektno ili direktno povezane sa turizmom, a udovoljavaju uvjetima objavljenih natječaja o mogućnosti prijavljivanja na natječaje.

## VIII. OSTALO

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije sudjeluje u izradi planova razvoja turizma, strateških marketinških planova i ostalih dokumenata, te prikupljanju podataka.

## IX. POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE

Manjka nije bilo.

## DODATAK 1.

### Podaci o turističkom prometu u 2013.godini

#### Turistički promet u razdoblju siječanj-prosinac 2013.

TZ Požeško-slavonske županije evidentirala je za razdoblje siječanj-prosinac 2013.godine **10326 dolazaka** što je povećanje za **18%** u odnosu na isto razdoblje 2012.g. (8748 dolazaka), te **25382 noćenja** što je povećanje za **30%** u odnosu na isto razdoblje 2012.g. (19533 noćenja).

**Domaći turisti** ostvarili su **8066 dolazaka**, te **20435 noćenja** (80% ukupnih noćenja), dok je zabilježeno **2260 dolazaka stranih turista** koji su ostvarili **4947 noćenja** (20% ukupnih noćenja).

Ukupan broj **dolazaka** turista u razdoblju siječanj-prosinac 2013.g. povećan je za **18%** nego u istom razdoblju 2012.g., gdje su domaći dolasci povećani za **27%**, a dolasci stranih turista smanjeni za **5%**.

Ukupan broj **noćenja** u razdoblju siječanj-prosinac 2013.godine u usporedbi s razdobljem siječanj-prosinac 2012.g., povećan je za **30%** pri čemu su ostvarena noćenja domaćih gostiju povećana za **42%**, dok su strana noćenja smanjena za **4%**

Siječanj - prosinac 2013.					
			2013.g.	2012.g.	postotak
Kutjevo	dolasci	domaći	581	379	povećanje za 53%
		strani	186	125	povećanje za 49%
	<b>UKUPNO</b>		<b>767</b>	<b>504</b>	<b>povećanje za 52%</b>
	noćenja	domaći	851	735	povećanje za 16%
		strani	360	279	povećanje za 29%
	<b>UKUPNO</b>		<b>1211</b>	<b>1014</b>	<b>povećanje za 19%</b>
Lipik	dolasci	domaći	458	537	smanjenje za 15%
		strani	255	308	smanjenje za 17%
	<b>UKUPNO</b>		<b>713</b>	<b>845</b>	<b>smanjenje za 16%</b>
	noćenja	domaći	1804	2104	smanjenje za 14%
		strani	468	603	smanjenje za 22%
	<b>UKUPNO</b>		<b>2272</b>	<b>2707</b>	<b>smanjenje za 16%</b>
Ostala p.	dolasci	domaći	38	0	-
		strani	7	0	-
	<b>UKUPNO</b>		<b>45</b>	<b>0</b>	<b>-</b>
	noćenja	domaći	59	0	-
		strani	7	0	-
	<b>UKUPNO</b>		<b>66</b>	<b>0</b>	<b>-</b>
Pakrac	dolasci	domaći	404	45	povećanje za 798%
		strani	55	165	smanjenje za 67%
	<b>UKUPNO</b>		<b>459</b>	<b>210</b>	<b>povećanje za 119%</b>
	noćenja	domaći	758	89	povećanje za 752%
		strani	115	451	smanjenje za 75%
	<b>UKUPNO</b>		<b>873</b>	<b>540</b>	<b>povećanje za 62%</b>
Požeга	dolasci	domaći	3709	3339	povećanje za 11%
		strani	1505	1525	smanjenje za 1%
	<b>UKUPNO</b>		<b>5214</b>	<b>4864</b>	<b>povećanje za 7%</b>
	noćenja	domaći	8027	5138	povećanje za 56%
		strani	3476	3327	povećanje za 4%
	<b>UKUPNO</b>		<b>11503</b>	<b>8465</b>	<b>povećanje za 36%</b>
Velika	dolasci	domaći	2876	2072	povećanje za 39%
		strani	252	253	0%
	<b>UKUPNO</b>		<b>3128</b>	<b>2325</b>	<b>povećanje za 35 %</b>
	noćenja	domaći	8936	6289	povećanje za 42%
		strani	521	518	povećanje za 1%
	<b>UKUPNO</b>		<b>9457</b>	<b>6807</b>	<b>povećanje za 39%</b>
TZ PSŽ	dolasci	domaći	8066	6372	povećanje za 27%
		strani	2260	2376	smanjenje za 5%
	<b>UKUPNO</b>		<b>10326</b>	<b>8748</b>	<b>povećanje za 18%</b>
	noćenja	domaći	20435	14355	povećanje za 42%
		strani	4947	5178	smanjenje za 4%
	<b>UKUPNO</b>		<b>25382</b>	<b>19533</b>	<b>povećanje za 30%</b>

## Po lokalnim turističkim zajednicama:

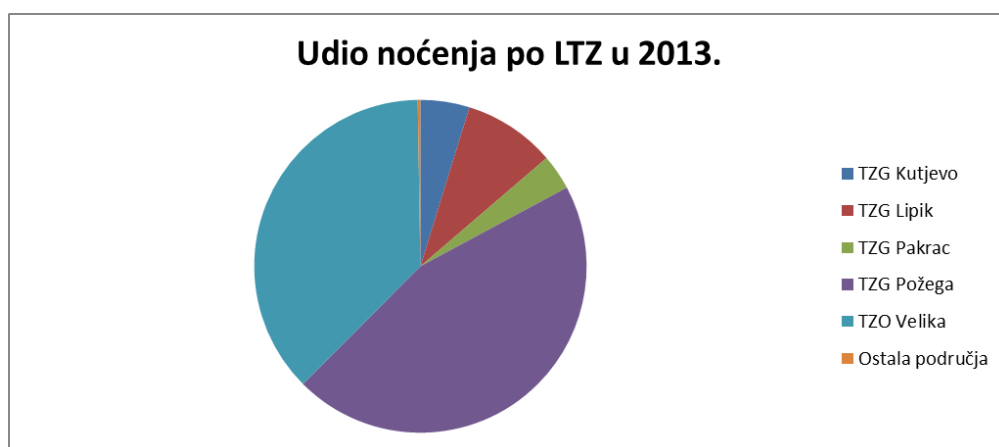
### ➤ dolasci

U razdoblju siječanj-prosinac 2013.g. TZG Požege ostvarila je 5214 dolazaka (što je 50,49% udjela u županijskim dolascima), slijedi TZO Velika sa 3128 (30,29% udjela u županijskim dolascima), TZG Kutjeva sa 767 (7,43% udjela u županijskim dolascima), TZG Lipik sa 713 (6,90% udjela u županijskim dolascima), TZG Pakraca 459 (4,45% udjela u županijskim dolascima), te područje Općine Čaglin (ostala područja) 45 (0,44% udjela u županijskim dolascima).



### ➤ noćenja

U razdoblju siječanj-prosinac 2013.g. TZG Požege ostvarila je 11503 noćenja (što je 45,32% udjela u županijskim noćenjima), slijedi TZO Velika sa 9457 (37,26% udjela u županijskim noćenjima), TZG Lipika sa 2272 (8,95% udjela u županijskim noćenjima), TZG Kutjeva sa 1211 (4,77% udjela u županijskim noćenjima), TZG Pakraca 873 (3,44% udjela u županijskim noćenjima), te područje Općine Čaglin (ostala područja) 66 (0,26% udjela u županijskim noćenjima).



Usporedba TZ Požeško-slavonske županije s ŽTZ iz Klastera Slavonije u razdoblju siječanj-prosinac 2013./2012.g.:

		DOLASCI		
	ZTZ	2013.	2012.	postotak
1.	Osječko-baranjska	64.247	63.217	Povećanje za 2%
2.	Vukovarsko-srijemska	46.039	37.611	Povećanje za 22%
3.	Brodsko-posavska	18.325	14.851	Povećanje za 23%
4.	Požeško-slavonska	10.326	8.748	Povećanje za 18%
5.	Virovitičko-podravsko	7.965	8.672	Smanjenje za 8%

		NOĆENJA		
	ZTZ	2013.	2012.	postotak
1.	Osječko-baranjska	137.573	117.399	Povećanje za 17%
2.	Vukovarsko-srijemska	82.517	65.859	Povećanje za 25%
3.	Brodsko-posavska	39.471	33.457	Povećanje za 18%
4.	Požeško-slavonska	25.382	19.533	Povećanje za 30%
5.	Virovitičko-podravsko	15.808	16.106	Smanjenje za 2%

Po tržištima:

Po **dolascima** turista u razdoblju siječanj-prosinac 2013.g. domaći turisti ostvarili su 78% (8066 dolazaka), dok su strani turisti ostvarili 22% (2260 dolazaka) od ukupnog broja dolazaka u Požeško-slavonsku županiju. TZ Požeško-slavonske županije bilježi najviše dolazaka iz Slovenije (277) što čini 12,25% od broja stranih dolazaka i 2,68% od ukupnih dolazaka, zatim iz Njemačke (269) što čini 11,90% od broja stranih dolazaka i 2,60% od ukupnih dolazaka, te Italije (241) što čini 10,66% od stranih dolazaka i 2,33% od ukupnih dolazaka.

	DOLASCI			Domaći	Strani	Ukupno
	Njemačka	Slovenija	Austrija			
Osječko-baranjska	Njemačka 2.519	Slovenija 2.485	Austrija 1.744	42.301	21.946	64.247
Vukovarsko-srijemska	Njemačka 2.144	Italija 1.541	BIH 1.356	29.132	16.907	46.039
Brodsko-Posavska	Njemačka 1.245	Italija 981	Bugarska 839	9.424	8.901	18.325
Požeško-slavonska	Slovenija 277	Njemačka 269	Italija 241	8.066	2.260	10.326
Virovitičko-podravsko	Italija 390	Slovenija 274	Njemačka 257	5.414	2.551	7.965

Sve ŽTZ Klastera Slavonije bilježe dolaske turista sa istih ili sličnih inozemnih emitivnih tržišta, kao što su Njemačka, Slovenija, Italija, pa nastoje svoje zajedničke prezentacije održavati na tržištima od zajedničkog interesa.

	NOĆENJA			Domaći	Strani	Ukupno
<b>Osječko-baranjska</b>	Njemačka 7.089	Slovenija 3.910	Austrija 3.568	86.767	50.806	137.573
<b>Vukovarsko-srijemska</b>	Njemačka 3.086	Italija 2.948	BIH 2.137	53.051	29.466	82.517
<b>Brodsko-Posavska</b>	Italija 3.876	Njemačka 2.058	Rumunjska 1.445	21.816	17.655	39.471
<b>Požeško-slavonska</b>	<b>Njemačka 743</b>	<b>Slovenija 568</b>	<b>Italija 463</b>	<b>20.435</b>	<b>4.947</b>	<b>25.382</b>
<b>Virovitičko-podravska</b>	Italija 989	Njemačka 487	Slovenija 480	8.855	4.314	13.169

Prema podacima za **noćenja** turista u razdoblju od siječnja-prosinca 2013.g. domaći turisti ostvarili su 80% (20435 noćenja), dok su strani turisti ostvarili 20% (4947) od ukupnog broja noćenja u Požeško-slavonsku županiju. TZ Požeško-slavonske županije bilježi najviše noćenja iz Njemačke (743) što čini 15,02% od broja stranih dolazaka i 2,93% od ukupnih dolazaka, zatim iz Slovenije (568) što čini 11,48% od broja stranih dolazaka i 2,24% od ukupnih dolazaka, te Italije (463) što čini 9,35% od stranih dolazaka i 1,82% od ukupnih dolazaka.

Sve ŽTZ Klastera Slavonije bilježe noćenja turista sa istih ili sličnih inozemnih emitivnih tržišta, kao što su Njemačka, Slovenija, Italija, pa nastoje svoje zajedničke prezentacije održavati na tržištima od zajedničkog interesa.

#### **Prema smještajnim kapacitetima:**

Ukupan broj ležaja u Požeško-slavonskoj županiji u 2013.g. bio je 418. Privatni smještaj bilježi 94,68% od ukupnog broja noćenja, dok hoteli bilježe 5,32%.

Najviše noćenja ostvareno je u prenoćistima 16.809 što je 66,22% ukupnih noćenja, zatim slijede vile sa 14,82% (3.761), sobe za iznajmljivanje sa 7,00% (1.777), hoteli sa 5,32% (1.350), apartmani 1,89% (480), nekategorizirani objekti 0,86%(219) i seljačka kućanstva sa 0,45%(113).

# FINANCIJSKO IZVJEŠĆE

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	Izvršenje za 12 mj.			Saldo (1+2-3)	PLAN 2013	REBALANS
		PS	Iznos	Plaćeno			
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	0,00	13.655,93	13.655,93	0,00	20.000,00	20.000,00
2.	Prihodi od turističke članarine	0,00	87.035,60	87.035,60	0,00	70.000,00	70.000,00
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog	0,00	480.000,00	480.000,00	0,00	500.000,00	470.000,00
3.1.	za programske aktivnosti	0,00	200.000,00	200.000,00	0,00	300.000,00	170.000,00
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda	0,00	280.000,00	280.000,00	0,00	200.000,00	300.000,00
4.	Prihodi od drugih aktivnosti	0,00	30.000,00	30.000,00	0,00	51.000,00	30.000,00
5.	Ostali nespomenuti prihodi	0,00	128.500,00	128.500,00	0,00	142.000,00	164.500,00
6.	Priljev kamate	0,00	48,00	48,00			118,56
7.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	#####	0,00	173.381,44	0,00		173.381,44
7.1.	VIŠAK PRIHODA IZ 2012. - NENAMJENSKA SREDSTVA	3.381,44	0,00	3.381,44	0,00		
7.2.	VIŠAK PRIHODA IZ 2012.- NAMJENSKA SREDSTVA	#####	0,00	170.000,00	0,00		
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>#####</b>	<b>739.239,53</b>	<b>912.620,97</b>		<b>783.000,00</b>	<b>928.000,00</b>
RB	RASHODI PO VRSTAMA	PS Obveze	Iznos	Plaćeno		PLAN 2013	
I.	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>27.450,16</b>	<b>322.399,37</b>	<b>349.849,53</b>	<b>0,00</b>	<b>405.000,00</b>	<b>370.000,00</b>
1.	<b>Rashodi za radnike</b>	<b>24.093,21</b>	<b>264.712,70</b>	<b>288.805,91</b>	<b>0,00</b>	<b>304.000,00</b>	<b>294.500,00</b>
1.1.	Bruto plaće zaposlenih	22.716,21	250.202,07	272.918,28	0,00	279.000,00	279.000,00
1.2.	Ostale naknade zaposlenih (cipelarina, božićnica, uskrsnica, regres)	1.377,00	14.220,00	15.597,00	0,00	24.000,00	15.000,00
1.3.	Troškovi osiguranja	0,00	290,63	290,63	0,00	1.000,00	500,00
2.	<b>Rashodi ureda</b>	<b>3.356,95</b>	<b>49.291,24</b>	<b>52.648,19</b>	<b>0,00</b>	<b>76.000,00</b>	<b>52.500,00</b>
2.1.	<b>Materijalni izdaci</b>	<b>0,00</b>	<b>17.163,48</b>	<b>17.163,48</b>	<b>0,00</b>	<b>28.000,00</b>	<b>19.500,00</b>
2.1.1.	Uredski materijal	0,00	3.206,14	3.206,14	0,00	5.000,00	4.000,00
2.1.2.	Trošak reprezentacije	0,00	1.041,00	1.041,00	0,00	6.000,00	3.000,00
2.1.3.	Putni troškovi i dnevnice	0,00	12.801,34	12.801,34	0,00	12.000,00	12.000,00
2.1.4.	Izdaci za reprezentaciju (suvvenir)	0,00	0,00	0,00	0,00	3.000,00	0,00
2.1.5.	Sitni inventar	0,00	115,00	115,00	0,00	2.000,00	500,00
2.2.	<b>Izdaci za usluge</b>	<b>3.215,17</b>	<b>27.642,77</b>	<b>30.857,94</b>	<b>0,00</b>	<b>34.000,00</b>	<b>30.500,00</b>
2.2.1.	Usluge telefona, pošte i prijevoza	246,03	2.825,94	3.071,97	0,00	4.000,00	3.500,00
2.2.2.	Usluge tekućeg održavanja	1.995,00	10.972,50	12.967,50	0,00	12.000,00	12.000,00
2.2.3.	Usluge raznih servisa	0,00	2.714,99	2.714,99	0,00	4.000,00	3.000,00
2.2.4.	Ostale intelektualne usluge - knjigovodstvo	0,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00	0,00
2.2.5.	Ugovori o djelu	974,14	11.129,34	12.103,48	0,00	12.000,00	12.000,00
2.3.	<b>Nematerijalni izdaci</b>	<b>141,78</b>	<b>3.045,99</b>	<b>3.187,77</b>	<b>0,00</b>	<b>1.500,00</b>	<b>2.500,00</b>
2.3.1.	Bankovne usluge	141,78	3.045,99	3.187,77	0,00	1.500,00	2.500,00
2.4.	Uredski namještaj	0,00	0,00	0,00	0,00	7.000,00	0,00
2.5.	Tehnička oprema	0,00	1.439,00	1.439,00	0,00	5.500,00	0,00
3.	<b>Rashodi za rad tijela Turističke zajednice</b>	<b>0,00</b>	<b>8.395,43</b>	<b>8.395,43</b>	<b>0,00</b>	<b>25.000,00</b>	<b>23.000,00</b>
3.1.	Troškovi održavanja sjednica tijela (administracija)	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	1.000,00
3.2.	Troškovi povjerenstva	0,00	0,00	0,00	0,00	6.000,00	4.000,00
3.3.	Troškovi za sudjelovanje u radu članova tijela (prijevoz)	0,00	8.395,43	8.395,43	0,00	14.000,00	14.000,00
3.4.	Najam i troškovi hrane i pića (catering)	0,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00	2.000,00

3.5.	Putni troškovi i dnevnice	0,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00	2.000,00
<b>II.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>0,00</b>	<b>141.021,80</b>	<b>141.021,80</b>	<b>0,00</b>	<b>88.000,00</b>	<b>133.000,00</b>
<b>1.</b>	<b>Potpora događanjima</b>	<b>0,00</b>	<b>7.712,00</b>	<b>7.712,00</b>	<b>0,00</b>	<b>35.000,00</b>	<b>9.000,00</b>
1.1.	Sufinanciranje manifestacija, vanjski organizator	0,00	7.000,00	7.000,00	0,00	15.000,00	7.000,00
1.2.	Sufinanciranje manifestacija, sustav TZ	0,00	712,00	712,00	0,00	20.000,00	2.000,00
<b>2.</b>	<b>Potpora razvoju DMO-a</b>	<b>0,00</b>	<b>133.309,80</b>	<b>133.309,80</b>	<b>0,00</b>	<b>37.000,00</b>	<b>123.000,00</b>
2.1.	Sufinanciranje projekata sustava TZ	0,00	80,00	80,00	0,00	5.000,00	1.000,00
2.2.	Potpora rada i razvoja vinskih cesta	0,00	96,00	96,00	0,00	10.000,00	2.000,00
2.3.	Novi turistički proizvodi	0,00	133.133,80	133.133,80	0,00	22.000,00	120.000,00
2.3.1.	Dopuna funkcionalnosti mobilne aplikacije i izrada elektronske destinacijske informacijske baze atrakcijske osnove PSŽ	0,00	44.380,36	44.380,36	0,00	1.000,00	39.000,00
2.3.2.	Personalizirani itinereri "Slavonskih puta"	0,00	33.003,44	33.003,44	0,00	20.000,00	34.000,00
2.3.3.	Projekt slavonska korpa	0,00	55.750,00	55.750,00	0,00	1.000,00	47.000,00
<b>3.</b>	<b>Potpora razvoju DMK-a</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>9.000,00</b>	<b>500,00</b>
<b>4.</b>	<b>Projekt: Volim Hrvatsku</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>7.000,00</b>	<b>500,00</b>
4.1.	Promocija i prezentacija projekta	0,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00	250,00
4.2.	Putni troškovi i dnevnice	0,00	0,00	0,00	0,00	5.000,00	250,00
<b>III.</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>30.950,00</b>	<b>296.807,31</b>	<b>327.757,31</b>	<b>0,00</b>	<b>49.000,00</b>	<b>327.100,00</b>
<b>1.</b>	<b>Online komunikacije</b>	<b>30.000,00</b>	<b>3.608,50</b>	<b>33.608,50</b>	<b>0,00</b>	<b>12.000,00</b>	<b>34.100,00</b>
1.1.	Internet oglašavanje	0,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00	0,00
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	30.000,00	3.608,50	33.608,50	0,00	10.000,00	34.100,00
1.2.1.	Najam web poslužitelja	0,00	2.037,50	2.037,50	0,00	2.000,00	2.100,00
1.2.2.	Redovno održavanje	0,00	0,00	0,00	0,00	3.000,00	0,00
1.2.3.	Nadogradnja programskog koda	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00
1.2.4.	Nadogradnja za bolje praćenje korisnika	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00
1.2.5.	Kreiranje novih sadržaja na društvenim medijima	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00
1.2.6.	Mobilne aplikacije i geo-lokalizacija	30.000,00	1.571,00	31.571,00	0,00	1.000,00	32.000,00
1.2.7.	E-brošure	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00
<b>2.</b>	<b>Offline komunikacije</b>	<b>950,00</b>	<b>293.198,81</b>	<b>294.148,81</b>	<b>0,00</b>	<b>37.000,00</b>	<b>293.000,00</b>
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	0,00	48.213,81	48.213,81	0,00	20.000,00	47.000,00
2.2.	Opće oglašavanje	0,00	0,00	0,00	0,00	6.000,00	0,00
2.2.1.	Oglašavanje u tisku	0,00	0,00	0,00	0,00	3.000,00	0,00
2.2.2.	TV oglašavanje	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00
2.2.3.	Vanjsko oglašavanje	0,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00	0,00
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	0,00	0,00	0,00	0,00	7.000,00	0,00
2.3.1.	Multimedija i e-brošure	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00
2.3.2.	Biciklističko-turistička karta	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00
2.3.3.	Gastro brošura	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00
2.3.4.	Doprint kataloga "Mozaik uspomena" i "Slavonska paleta"	0,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00	0,00
2.3.5.	Promotivni materijali TZ PSŽ	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00
2.3.6.	Izrada skupnih promotivnih materijala	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00
2.4.	Suveniri i promo materijali	0,00	0,00	0,00	0,00	3.000,00	0,00
2.5.	Info table	950,00	244.985,00	245.935,00	0,00	1.000,00	246.000,00
<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>0,00</b>	<b>6.440,96</b>	<b>6.440,96</b>	<b>0,00</b>	<b>110.000,00</b>	<b>12.000,00</b>
<b>1.</b>	<b>Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)</b>	<b>0,00</b>	<b>939,00</b>	<b>939,00</b>	<b>0,00</b>	<b>5.000,00</b>	<b>1.000,00</b>
1.1.	Sajmovi HTZ (organizacija)	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00
1.2.	Sajmovi HTZ (sudjelovanje)	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00

1.3.	Sajmovi organizirani od strane raznih subjekata	0,00	939,00	939,00	0,00	1.000,00	1.000,00
1.4.	Poslovne radionice	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00
1.5.	Ostali sajmovi	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00
<b>2.</b>	<b>Studijska putovanja</b>	<b>0,00</b>	<b>841,85</b>	<b>841,85</b>	<b>0,00</b>	<b>10.000,00</b>	<b>3.000,00</b>
2.1.	Studijska putovanja agenata	0,00	841,85	841,85	0,00	6.000,00	2.000,00
2.2.	Studijska putovanja za sustav TZ	0,00	0,00	0,00	0,00	3.000,00	0,00
2.3.	Studijska putovanja HTZ-a	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	1.000,00
<b>3.</b>	<b>Posebne prezentacije</b>	<b>0,00</b>	<b>4.660,11</b>	<b>4.660,11</b>	<b>0,00</b>	<b>95.000,00</b>	<b>8.000,00</b>
3.1.	Vanjske prezentacije	0,00	0,00	0,00	0,00	80.000,00	0,00
3.2.	Unutarnje prezentacije	0,00	0,00	0,00	0,00	7.000,00	0,00
3.3.	Dani hrvatskog turizma	0,00	4.660,11	4.660,11	0,00	5.000,00	8.000,00
3.4.	Poslovno turistička burza	0,00	0,00	0,00		3.000,00	0,00
<b>V.</b>	<b>INTERNI MARKETING</b>	<b>0,00</b>	<b>55.048,42</b>	<b>55.048,42</b>	<b>0,00</b>	<b>87.000,00</b>	<b>71.000,00</b>
<b>1.</b>	<b>Edukacija (turističke zajednice na području županije, zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)</b>	<b>0,00</b>	<b>22.732,00</b>	<b>22.732,00</b>	<b>0,00</b>	<b>18.000,00</b>	<b>29.000,00</b>
1.1.	Edukacije za sustav TZ-a	0,00	4.768,08	4.768,08	0,00	12.000,00	9.000,00
1.1.1.	Interno organiziranje edukacija	0,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00	0,00
1.1.2.	Organiziranje edukacija od strane HTZ-a	0,00	3.912,50	3.912,50	0,00	5.000,00	5.000,00
1.1.3.	Edukacije od strane vanjskih organizatora	0,00	655,58	655,58	0,00	3.000,00	3.000,00
1.1.4.	Literatura	0,00	200,00	200,00	0,00	2.000,00	1.000,00
1.2.	Edukacije za javni i privatni sektor	0,00	17.963,92	17.963,92		6.000,00	20.000,00
1.2.1.	Interno organiziranje edukacija	0,00	7.774,92	7.774,92	0,00	2.000,00	9.000,00
1.2.2.	Organiziranje edukacija od strane HTZ-a	0,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00	0,00
1.2.3.	Edukacije od strane vanjskih suradnika	0,00	10.189,00	10.189,00	0,00	2.000,00	11.000,00
<b>2.</b>	<b>Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica na području županije</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>8.000,00</b>	<b>8.000,00</b>
2.1.	Koordinacija turističkih zajednica	0,00	0,00	0,00	0,00	3.000,00	
2.2.	Nadzor nad LTZ	0,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00	
2.3.	Putni troškovi i dnevnice	0,00	0,00	0,00	0,00	3.000,00	
<b>3.</b>	<b>Nagrade i priznanja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo)</b>	<b>0,00</b>	<b>32.316,42</b>	<b>32.316,42</b>	<b>0,00</b>	<b>61.000,00</b>	<b>34.000,00</b>
3.1.	Volim Hrvatsku	0,00	31.816,42	31.816,42	0,00	51.000,00	33.000,00
3.2.	Ostale nagrade i priznanja	0,00	500,00	500,00	0,00	10.000,00	1.000,00
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>24.000,00</b>	<b>11.400,00</b>
<b>1.</b>	<b>Proizvodnja multimedijalnih materijala</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>10.000,00</b>	<b>3.000,00</b>
<b>2.</b>	<b>Istraživanje tržišta</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.000,00</b>	<b>1.000,00</b>
<b>3.</b>	<b>Formiranje baze podataka</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.000,00</b>	<b>1.000,00</b>
<b>4.</b>	<b>Suradnja s međunarodnim institucijama</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.000,00</b>	<b>1.000,00</b>
<b>5.</b>	<b>Banka fotografija i priprema u izdavaštvu</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>5.000,00</b>	<b>4.400,00</b>
<b>6.</b>	<b>Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>6.000,00</b>	<b>1.000,00</b>
<b>VII.</b>	<b>POSEBNI PROGRAMI</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>10.000,00</b>	<b>1.100,00</b>
1.	Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	0,00	0,00	0,00	0,00	10.000,00	
<b>VIII.</b>	<b>OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>10.000,00</b>	<b>2.400,00</b>
<b>IX.</b>	<b>POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>		
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>58.400,16</b>	<b>821.717,86</b>	<b>880.118,02</b>	<b>0,00</b>	<b>783.000,00</b>	<b>928.000,00</b>
	PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆOJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)			<b>32.502,95</b>			