

GODIŠNJE IZVJEŠĆE O RADU  
S FINANCIJSKIM IZVJEŠĆEM ZA 2014.GODINU

Veljača 2015.

## 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.....	5
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 .....	6
I. ADMINISTRATIVNI RASHODI .....	6
1. Rashodi za radnike.....	6
2. Rashodi za ured .....	7
3. Rashodi za rad tijela Turističke zajednice.....	7
II. DIZAJN VRIJEDNOSTI .....	7
1. Potpora događanjima .....	8
2. Potpora razvoju DMO-a.....	8
3. Potpora razvoju DMK-a .....	12
4. Projekt : Volim Hrvatsku .....	12
III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI.....	12
1. Online komunikacije .....	13
1.1. Internet oglašavanje .....	13
1.2. Internet stranice i upravljanje Internet stranicama .....	13
2. Offline komunikacije .....	13
2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora.....	14
2.2. Opće oglašavanje .....	15

2.2.1. Oglašavanje u tisku.....	15
2.2.2. TV oglašavanje.....	15
2.2.3. Vanjsko oglašavanje.....	15
2.3. Brošure i ostali tiskani materijali .....	15
2.4. Suveniri i promo materijali .....	17
2.5. Info table .....	17
IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI .....	18
1. Sajmovi.....	18
2. Studijska putovanja .....	18
3. Posebne prezentacije.....	19
V. INTERNI MARKETING.....	20
1. Edukacija .....	20
2. Koordinacija i nadzor sustava turističkih zajednica na području županije.....	21
3. Nagrade i priznanja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo) .....	21
VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA .....	22
1. Proizvodnja multimedijalnih materijala.....	22
2. Istraživanje tržišta .....	22
3. Formiranje baze podataka .....	22
4. Suradnja s međunarodnim institucijama .....	23
5. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu.....	23
6. Jedinstveni turistički informacijski sustav .....	23
VII. POSEBNI PROGRAMI.....	23
1. Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena .....	23
VIII. OSTALO .....	23
IX. POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE.....	24
DODATAK 1. ....	24
FINANCIJSKO IZVJEŠĆE .....	29

## UVOD

Izvešće o radu i financijskom poslovanju Turističke zajednice Požeško-slavonske županije za razdoblje od 1. siječnja do 31. prosinca 2014.g. daje prikaz ostvarenih aktivnosti proizašlih iz usvojenog Programa rada za 2014.g. kao i odluka Skupštine, Turističkog vijeća i Nadzornog odbora Turističke zajednice.

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije u 2014. 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 2014. 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 2014. 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, 6 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 2014.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, no akcija nije realizirana u 2014.g. od strane Hrvatske turističke zajednice.

### **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 2014.g.

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

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije imala je prijenos viška prihoda iz 2013.g.

## **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

zaposlenica, 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), te najam i troškovi hrane i pića (catering).

Sva tijela turističke zajednice obavljala su svoje zadaće propisane zakonom i u 2014. godini. U razdoblju siječanj-prosinac 2014. godine:

- **2 sjednice Skupštine** (10.sjednica - 28.ožujka; te izborna sjednica za mandatno razdoblje 2014.-2018. 19.prosinca);
- **4 sjednice Turističkog vijeća** (14.sjednica - 26.veljače; 15.sjednica - 09.lipnja; 16.sjednica - 31.listopada; 17.sjednica - 18.prosinca);
- **2 sjednice Nadzornog odbora** (7.sjednica - 04.ožujka; 8.sjednica - 30.listopada).

## II. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Kao ključna komponenta marketinga ovdje se ističu povećani napor u razvoju proizvoda (dizajn vrijednosti). Ovdje se kroz potpore događanjima, potpore razvoju destinacijske menadžment organizacije (DMO), potpore razvoju destinacijske menadžment kompanije (DMK) 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, te forumima vezanim za razvoj DMK-a.

## 1. Potpora događanjima

Na području Požeško-slavonske županije postoji duga tradicija održavanja manifestacija različitih profila i karaktera, u kojim se ogleda bogatstvo tradicije, folklor, 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, kao i trud brojnih organizacija i udruga koje nastoje 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, te promoviranjem događanja putem udruženog oglašavanja.

Putem udruženog oglašavanja i lokalne turističke zajednice su imale mogućnost promocije i oglašavanja događanja i manifestacija, gdje LTZ sufinanciraju troškove oglašavanja sa 20%, a Hrvatska turistička zajednica sa 80%.

## 2. Potpora razvoju DMO-a

U 2014.g. Ministarstvo turizma je objavilo natjecaje po kojima su odobrena slijedeća sredstva:

- Financiranje projekata strukovnih udruga u turizmu i/ili ugostiteljstvu;
- Program Konkurentnost turističkog gospodarstva - odobreno: 50.000,00 kn mjera A2 Požeška dolina d.d.; 100.000,00 kn mjera A3 (OPG Darko Larva 30.000,00 kn; OPG Pandžić Thomas-Heinz 70.000,00 kn); 40.000,00 kn mjera A4 Leo Pandžić – ukupno: 190.000,00 kn;
- Promocija i jačanje kompetencija strukovnih zanimanja za turizam – odobreno: 24.440,00 kn (Tehnička škola – Obrtnička škola (partner) za projekt Skriveno blago Požege);
- Program poticanja slobodnog pristupa Internetu – Hotspot Croatia odobreno: 18.000,00 kn (Grad Požega 6.000,00 kn; Grad Pleternica 12.000,00 kn);
- Program poticanja razvoja centara za posjetitelje;
- Fond za razvoj turizam - Odluka II. Grad Požega – Požeška Kuća 500.000,00 kn.

**UKUPNO: 732.440,00 kn**



Hrvatska turistička zajednica objavila je natječaj po kojima su odobrena slijedeća sredstva:

- Potpore top događanjima;
- Potpore nacionalnim i regionalnim događanjima – odobreno: 30.000,00 kn Aurea fest;
- Potpore razvoju DMK;
- Kandidiranje projekata turističkih inicijativa i proizvoda na turistički nerazvijenim područjima – odobreno: 11.000,00 kn Seoski turizam na OPG Larva; 120.000,00 kn Unapređenje turističke ponude na stazama lipicanca i kune,
- Kandidiranje programa za potpore turističkim zajednicama na turistički nerazvijenim područjima – odobreno: 130.000,00 TZG Lipik, 25.000,00 TZG Požega, 24.000,00 TZG Kutjevo, 70.000,00 TZ Požeško-slavonske županije – ukupno: 249.000,00 kn.
- Dodjela bespovratnih sredstava turističkim zajednicama na turistički nerazvijenim područjima za turističke projekte za koje koriste sredstva ili će aplicirati za korištenje sredstava iz fondova Europske unije.

**UKUPNO: 410.000,00 kn**

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

U 2014.g. TZ Požeško-slavonske županije ostvarila je putem dva projekta apliciranih na natječaj objavljen od strane Hrvatske turističke zajednice za potpore turističkim zajednicama na nerazvijenim područjima ukupna sredstva od **70.000,00 kn**. Odobreni iznos HTZ doznačen je nakon realizacije projekata:

1. Bike & hike interactive trails – odobreni iznos 50.000,00 kn - za izradu prijedloga lokacija koje treba označiti na karti i dopunu interaktivne karte na webu TZ Požeško-slavonske županije,
2. Croatian 45 paralel of wine tour – odobreni iznos 20.000,00 kn - za izradu prijedloga lokacija koje treba označiti na karti i dopunu interaktivne karte na web stranici Slavonskih puta.

Projektima smo biciklističke i planinarske rute i staze prenijeli u digitalni oblik na postojeću web stranicu <http://karta.tzzps.hr/> i postojeću mobilnu aplikaciju Panonia Tour, te u tiskanom obliku, a kako bismo svima omogućili što bolje snalaženje u prostoru i lakšu dostupnost svih dodatnih informacija koje posjetitelju mogu koristiti.

TZ Požeško-slavonske županije osmislila je i provela i neke druge projekte koji za cilj imaju prezentirati i promovirati cjelokupnu ponudu proizvoda:

- projekt Slavonska korpa - koji objedinjuje karakteristične autohtone slavonske delicije uz istaknuto njegovanje tradicije. Riječ je o prvom gastro projektu koji je dostupan svima u Hrvatskoj, a koji objedinjuje enologiju, gastronomiju (suhomesnate proizvode, sireve, med, kolače, bučino ulje, rakije) i suvenire. Slavonska korpa poticaj je domaćim proizvođačima u prodaji njihovih proizvoda, dostupnosti istih i promociji proizvoda i destinacije. Sadržaj osam korpi dostupan je na <http://www.slavonski-puti.hr/slavonska-korpa>, gdje korisnik može naručiti (poslati automatski generiranu poruku) i na taj način

dobiti originalni poklon na adresu stanovanja ili adresu prijatelja ili poslovnih partnera u obliku HP Ekspres pošiljke zaštićene HP kutijom. TZ PSŽ izradila je web shop i letak s uputama o sadržaju korpi i naručivanju; dogovorena je prodaja i distribucija korpi preko Agroturističke zadruge Klaster kuna iz Pakraca koji su se obvezali sudjelovati u marketinškim aktivnostima (predstavljanje medijima, geomarketing - distribucija letaka). TZ PSŽ je u potpunosti financirala predstavljanje projekta u Zagrebu na posebnoj prezentaciji (13.351,19 kn), izradila letak i distribuirala ga sukladno učinjenom geomarketingu (21.750,00 kn + trošak poštanskih usluga slanja 1.200 ponuda); oglas u Slobodnoj Dalmaciji (3.312,50 kn); te organizacija press konferencije na kojoj je ista predstavljena.

- projekt za vinare i voćare – distribucija vina koji je realiziran s Hrvatskom poštom. Riječ je o pilot projektu direktne prodaje i brze dostave, koji se pokazao izvrsnim po pitanju plasmana vina do krajnjih korisnika. Cijena paletirane pošiljke do 700 kg težine, koja zahtijeva specifično rukovanje i koja od vrata proizvođača do vrata kupca stiže u roku 24 sata, iznosi manje od 300,00 kuna. Ovaj projekt predstavlja klasični bussiness to bussiness koncept i stvarna je podrška poslovanju. Ovom prilikom pozvani su svi zainteresirani da se uključe i olakšaju svoje poslovanje, odnosno distribuciju proizvoda diljem RH.

TZ Požeško-slavonske županije kandidirala je nekoliko atrakcija s područja Požeško-slavonske županije na natječaj za dobitnika nagrade Simply the best. Simply the best nagrade dodjeljuje Udruga hrvatskih putničkih agencija i časopis Way to Croatia za kreativan razvoj turističkih proizvoda, te oblikovanje i unapređenje sadržaja turističke ponude u nekoliko kategorija.

S obzirom da se nagrada dodjeljuje u nekoliko kategorija, i Požeško-slavonska županija imala je dva dobitnika, a dobitnici nagrade su:

- u kategoriji *Muzejske ustanove* Gradski muzej Požega/projekt Muzej u loncu – 1.mjesto,
- u kategoriji *Razvoj novih proizvoda i unapređenje usluga* OPG Štefica Pilaš, odnosno turistički proizvod Kukuruzni labirint iz Viškova – 3. mjesto.

## 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, LTZ su imale mogućnost oglašavanja manifestacija u omjeru 20% LTZ, 80% HTZ čime su smanjili svoje troškove oglašavanja manifestacija. Osim svakodnevnih 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 u 2014.g. postavljen je web shop "Slavonska korpa" koja pruža mogućnost kupnje autohtonih i domaćih proizvoda s područja Požeško-slavonske županije putem Interneta, te je izrađena i postavljena interaktivna karta <http://karta.slavonski-puti.hr/> radi boljeg pregleda ponude i lokacija turističkih subjekata.

## 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. 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.

Slavonska korpa je projekt koji objedinjuje karakteristične autohtone slavonske delicije uz istaknuto njegovanje tradicije. Riječ je o prvom gastro projektu koji je dostupan svima u Hrvatskoj, a koji objedinjuje enologiju, gastronomiju (suhomesnate proizvode, sireve, med, kolače, bučino ulje, rakije) i suvenire. Slavonska korpa poticaj je domaćim proizvođačima u prodaji njihovih proizvoda, dostupnosti istih i promociji proizvoda i destinacije. Sadržaj osam korpi dostupan je na <http://www.slavonski-puti.hr/slavonska-korpa>, gdje korisnik može naručiti (poslati automatski generiranu poruku) i na taj način dobiti originalni poklon na adresu stanovanja ili adresu prijatelja ili poslovnih partnera u obliku HP Ekspres pošiljke zaštićene HP kutijom. TZ PSŽ izradila je web shop i letak s uputama o sadržaju korpi i naručivanju; dogovorena je prodaja i distribucija korpi preko Agroturističke zadruge Klaster kuna iz Pakraca koji su se obvezali sudjelovati u marketinškim aktivnostima (predstavljanje medijima, geomarketing - distribucija letaka). TZ PSŽ je u potpunosti financirala predstavljanje projekta u Zagrebu na posebnoj prezentaciji (13.351,19 kn), izradila letak i distribuirala ga sukladno učinjenom geomarketingu (21.750,00 kn + trošak poštanskih usluga slanja 1.200 ponuda); oglas u Slobodnoj Dalmaciji (3.312,50 kn); te organizacija press konferencije na kojoj je ista predstavljena.

### 2.3.2. Hike&Bike

Cikloturizam u Požeško-slavonskoj županiji kao selektivni oblik turizma dobiva sve više na važnosti. Mogućnosti i potencijala za daljnji razvoj cikloturizma ima u znatnoj mjeri. Požeško-slavonska županija obiluje ljepotama nedirnete prirode, gostoprimstvo lokalnog stanovništva pruža nezaboravan doživljaj, a ceste i staze za namjenu cikloturizma prilagođene su za rekreativne i profesionalne bicikliste, jer ovaj teren pruža vožnju ravnicom, brdskim usponima, šumovitim predjelima, ovisno o fizičkoj kondiciji svakog pojedinca i o njegovim željama i potrebama s obzirom na područje koje želi upoznati.

Kako bismo što bolje i kvalitetnije povezali turističku ponudu i na što bolji način istu prezentirali na web stranici TZ Požeško-slavonske županije izradili smo detaljnu interaktivnu kartu (<http://karta.tzzps.hr/>) na kojoj su markirani svi subjekti, odnosno njihova ponuda (po kategorijama Znamenitosti, OPG proizvodi, Vinarije, Restorani, Smještaj, Suvenirnice). Klikom na subjekt iz pojedine kategorije, korisnik dolazi do informacije o nazivu subjekta, kontakt podacima, opisu ponude i fotografijama. Karta pruža mogućnost filtriranja same ponude. S obzirom da je web stranica prilagođena pregledu putem mobitela (prilagođena je na prikaz na pet ekrana), a karta olakšavala snalaženje u prostoru i pruža jednostavniji odabir željenog odredišta.

S obzirom da na području Požeško-slavonske županije postoji nekoliko biciklističkih, te planinarskih društava, u suradnji s istima, TZ Požeško-slavonske županije izradila je gpx formate biciklističkih, te planinarskih staza koje su ucrtane na interaktivnu kartu na web stranici (kategorije Biciklističke rute, Planinarske rute, Ostale aktivnosti), te su korisnicima ponuđene detaljne informacije o istima.

Dakle projektom smo izradili interaktivnu kartu na web stranici, te u mobilnoj aplikaciji, gdje smo označili biciklističke i planinarske staze, dopunili funkcionalnosti mobilne aplikacije, te napravili tiskane karte biciklističkih i planinarskih staza.

## 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 i forumima za mogućnost razvoja lokalnih destinacijskih proizvoda kroz destinacijske menadžment kompanije (DMK).

## 4. Projekt : Volim Hrvatsku

Projekt Volim Hrvatsku je ekološko-edukativna akcija koja se od strane Hrvatske turističke zajednice nije provodila u 2014.g., te nismo imali aktivnosti vezane za provedbu natječaja u dječjim vrtićima i osnovnim školama.

## 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, pratili 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 2014.g. web portal [www.tzzps.hr](http://www.tzzps.hr) posjetilo je 33.131 posjetitelj (23.674 novih posjetitelja). Prema statistici broj pregleda stranice iznosi 100.618 puta (najviše događanja, smještaj, eno-gastro ponuda, atrakcije). 90% posjeta dolazi s područja Hrvatske (29.401), a zatim slijede Njemačka (517), Slovenija (413), Bosna i Hercegovina (378), Srbija (364) i dr. Web portal dostupan je na engleskom i njemačkom jeziku.

Obje web stranice su povezane s društvenim mrežama.

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 2014. 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 2014.g. u travnju je Slobodna Dalmacija u prilogu Sretan put objavila članak Za ljubitelje dobre hrane i vrhunskih vina, te je prilog izašao uz izdanje Slobodne Dalmacije 18.travnja 2014.g. pred sam Uskrs (20.travnja).

U sklopu media plana udruženog oglašavanja na web portalu 034 postavili smo nekoliko bannerova vezanih za manifestacije na području Požeško-slavonske županije.

Na Soundset radiju smo unutar udruženog oglašavanja u 2014.g. objavili najavu za nekoliko manifestacija s ciljem animiranja posjetitelja na dolazak i sudjelovanje u istima, te promicanja i prezentiranja turističke ponude.

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.

Kroz udruženo oglašavanje TZ Požeško-slavonske županije u suradnji sa TZ Grada Požege u poznatom stručnom časopisu „Way to Croatia“ u mjesecu studenome objavljena je reportaža na 36 stranica o turističkim sadržajima na području grada Požege i županije. Časopis je dostupan u tiskanom i on-line izdanju, a besplatno se dostavlja u 47 zemalja svijeta. Korisnici su putničke agencije i organizatori putovanja, turistički novinari i redakcije turističkih medija. Prva ga gotovo pet tisuća profesionalaca iz turističkog sektora Europe i svijeta. Do sada je izdavan samo na engleskom jeziku, a 18. broj časopisa (lipanj 2014.) je ujedno i prva tiskana hrvatska verzija časopisa pod nazivom Putujmo Hrvatskom, te je reportaža o turističkoj ponudi Požeško-slavonske županije objavljena u oba časopisa, Way to Croatia 19.broj (studen 2014.) i Putujmo Hrvatskom 2.broj (19.).

Osim navedenih članke o turističkoj ponudi objavljuje i Hrvatska turistička zajednica kao i brojni drugi web portali, kojima redovito dostavljamo materijale o turističkoj ponudi, turističkim sadržajima, događanjima, te dajemo fotografije u svrhu promocije.

U listopadu je prema Hrvatskoj turističkoj zajednici poslana kandidatura za udruženo oglašavanje, promotivnu kampanju u 2015.g.

Realizacija udruženog oglašavanja u 2014.g.:

TZ Požeško-slavonske županije	<b>Hrvatska turistička zajednica (80%) – 100.000,00 kn</b> TZ Požeško-slavonske županije (20%) – 25.438,13 kn UKUPNO(100%) - 125.438,13 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 (dostava materijala prema časopisu BizDirekt, Lonely Planet Croatia, Putovanja za dvoje...).

Članke o turističkoj ponudi objavljuje i Hrvatska turistička zajednica kao i brojni 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**

Zbog nedostatnih financijskih sredstava nismo bili u prilici jače se oglašavati putem TV oglašavanja koja iziskuju velika novčana sredstva. U planu je objavljivati reportaže o turističkoj ponudi Požeško-slavonske županije na TV kanalima regionalnih TV kuća u selektivnim emisijama (Slavonskobrodsko 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 imala je od promotivnih materijala brošuru Slavenska paleta (dostupna i na web-u), a u 2014.g. izradila je brošuru Zlatna Slavonija u kojoj je prezentirana cjelokupna turistička ponuda

ovog kraja. U brošuri se nalaze detaljne informacije i kontakti o pružateljima turističkih usluga i proizvoda, smještajnim kapacitetima, a prezentirana je kulturna i prirodna baština našega kraja, eno-gastronomija, te sportski i rekreacijski sadržaji. Na zadnjim koricama nalazi se i karta županije s naznačenim lokacijama pružatelja turističkih usluga i proizvoda, a uz hrvatski, prevedena je na engleski i njemački jezik. Za sam tisak brošure prikupljene su tri ponude, te je prihvaćena najjeftinija ponuda, a sav urednički dio (koncept brošure, tekstovi, fotografije) odradile su djelatnice TZ Požeško-slavonske županije. Brošura je dostupna u tiskanom i digitalnom obliku, te je predstavljena medijima i široj javnosti, a zbog velike potražnje i potrebe za nadopunom turističke ponude (sadržaja) krajem godine izrađena je priprema za dotisak brošure (ažuriranje podataka i dopuna sadržaja).

Na promotivnim materijalima istaknuli smo 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, te smo u svrhu promocije izradili i brošuru o mobilnoj aplikaciji Panonia Tour.

### 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", brošure "Slavonska paleta" i "Zlatna Slavonija", video "Slavonija", virtualne šetnje i panoramske snimke turističkih odredišta unutar Požeško-slavonske županije, te najnovije tri karte biciklističkih i planinarskih staza koje se nalaze kao u pdf. obliku tako i u potpunom digitalnom obliku na interaktivnoj karti na web-u i mobilnoj aplikaciji.

### 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 je karta Požeško-slavonske županije sa ucrtanim biciklističkim i planinarskim stazama. Karta je podijeljena na tri područja, odnosno kako su staze tematizirane, podijeljena je prema Vinogorjima te na taj način obuhvaća područje cijele županije. Spomenute tri karte sadržavaju turističku ponudu podijeljenu po kategorijama (znamenitosti, smještaj, restorani, vinarije, OPG proizvodi...).

### 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.

### 2.3.4. Doprint kataloga "Slavonska paleta"

Turistička zajednica Požeško-slavonske županije tijekom 2014.g. nije radila doprint brošure 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 brošuri "Slavonska paleta" nalaze se 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 natjecajima 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.

Tijekom 2014.g. smeđa signalizacija je postavljena na području Općine Brestovac, Općine Čaglin, Općine Jakšić, Grada Lipika, Grada Pleternice, Grada Pakraca i Grada Kutjeva, ranije je tijekom 2013.g. postavljena na području Općine Velika i Općine Kaptol, te je još ostalo postavljanje smeđe signalizacije na području Grada Požege, gdje je izrađen elaborat, zatražena je suglasnosti za postavljanjem znakova, te su naručeni znakovi.

Sve jedinice lokalne samouprave dobile su Odluku o vlasništvu nad znakovima smeđe signalizacije, radi daljnje nabave preostalih znakova, vođenja evidencije o postavljenim znakovima i promjena na terenu, te radi održavanja samih znakova, osim Grada Požege koji će dobiti Odluku nakon postavljanja znakova.

TZ Požeško-slavonske županije završetkom postavljanja smeđe signalizacije za područje Grada Požege, zaključno je izradila elaborate za sve jedinice lokalne samouprave, po kojima se mogu naručiti znakovi koji nisu ulazili u financirani dio od strane TZ PSŽ (70 znakova po JLS), te postavila 700 znakova smeđe signalizacije na području Požeško-slavonske županije.

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 sredstava utrošila na izradu i postavljanje znakova.

S obzirom da je od 2013.g. nabavka dodatne smeđe signalizacije omogućena samo lokalnim turističkim zajednicama, za sve subjekte koji nisu dosad označeni, upozorili smo lokalne turističke zajednice da apliciraju izradu i nabavu znakova turističke/smeđe signalizacije na natječaj 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 sajmova, 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.

TZ Požeško-slavonske županije putem organiziranja studijskih putovanja za domaće i strane novinare, djeluje u vidu promocije i prezentacije turističke ponude županije, pri čemu predstavnici medija stvaraju reportaže o doživljenome, bivaju im predstavljene atrakcije i zanimljivosti, gastronomija/enologija i kultura, sve kako bi svoje slušatelje, gledatelje i čitatelje upoznali s turističkom ponudom destinacija koje nisu dovoljno prisutne u medijima, te ih potakli i pozvali na dolazak u pojedinu turističku destinaciju.

➤ Studijsko putovanje domaćih novinara

Dana 23. svibnja 2014.g. TZ Požeško-slavonske županije bila je domaćin studijskog putovanja za domaće novinare, gdje su se novinari upoznali sa Stazom lipicanca i kune, ponudom Omanovca i Zlatnog luga, te povijesnim i kulturnim znamenitostima grada Požege.

➤ Studijsko putovanje stranih novinara

Španjolska novinaraka iz časopisa Lonely Planet u sklopu reportaže o kontinentalnoj Hrvatskoj, dana 12. svibnja 2014.g. posjetila je vinski podrum Kutjeva d.d.

Od 06. – 08. kolovoza 2014.g. TZ Požeško-slavonske županije bila je domaćin studijskog putovanja za dva francuska novinara koji su tijekom kolovoza prikupljali materijal za reportažu o kontinentalnoj Hrvatskoj (Press trip for a filmed report in Continental Croatia), te tom prilikom posjetili slijedeće sadržaje: Zlatni lug, OPG Larva, PP Papuk, Kutjevo d.d., Stari fenjeri.

Dana 28. kolovoza 2014.g. dvoje nizozemskih novinara posjetilo je grad Požegu. Novinari su prikupljali materijal i zanimljivosti za potrebe tiskanog turističkog vodiča Hrvatske (Croatia Tourist Guide) s naglaskom na kontinentalni dio, gdje je izdavač izdavačka kuća Elmar. Tom prilikom posjetili su i Zlatni lug.

TZ Požeško-slavonske županije bila je domaćin od 06. do 10. listopada 2014.godine njemačkim novinarima (područje Bavarske) koji su na području županije snimali turistički i informativni film na temu lova u Slavoniji. Prije toga snimali su sličan uradak u Škotskoj vezno uz lov na jelene, dok je kod nas tema bila divlja svinja. Domaćin u samom lovu bilo je Lovačko društvo Jelen, a u sklopu posjete novinari su se upoznali i s ponudom Zlatnog luga, Vina Markota, proizvodnjom Mljekare Biz, ponudom Vina Tandara, te znamenitostima (dvorac u Kutjevu, srednjovjekovnu utvrdu u Kaptolu, razgled jezgre grada Požege).

### 3. Posebne prezentacije

U 2014.g. samostalno i u suradnji s županijskim turističkim zajednicama s područja Slavonije, održane su slijedeće prezentacije:

➤ Posebna prezentacija u Zagrebu

Dana 05. travnja 2014.g. održana je posebna prezentacija u Zagrebu u sklopu 2. Hrvatskog festivala hrane i vina, pri čemu je direktorica Maja Jakobović ispred TZ Požeško-slavonske županije predstavila novu brošuru i projekt Slavonska korpa, direktorica TZG Požege Silvija Podoljak Aurea fest, a ravnateljica Gradskog muzeja Požega projekt Muzej u loncu, te turističke projekte s kojima je Muzej u loncu povezan, kao što je istoimena turistička tura i dr. Na prezentaciji su bili predstavljeni slijedeći proizvođači: Antonija Zelenika (pekmezi), OPG Carpinus (kulen), Zvečevo d.d. (čokolade), Mljekara Biz (sir), Willijams (rakije), Kutjevo d.d. (vina), Grbić d.o.o. (bučino ulje).

➤ Posebne prezentacije u Njemačkoj i Austriji

Dana 08. travnja 2014.g. održane su posebne prezentacije u Münchenu (Njemačka) i Beču (Austrija) u suradnji s TZ Vukovarsko-srijemske i TZ Osječko-baranjske županije, te sukladno odobrenju Hrvatske turističke zajednice i suradnji s predstavništvima HTZ-a u Münchenu i Beču.

Županijske turističke zajednice održale su prezentaciju pred novinarima, te predstavili turističku ponudu i sadržaje pojedine županije. Novinari su u sklopu prezentacije imali priliku degustirati delicije s područja Slavonije, gdje su iz Požeško-slavonske županije bili zastupljeni slijedeći proizvođači: Mljekara Biz (sir), OPG Carpinus (kulen), Grbić d.o.o. (bučino ulje), Kutjevo d.d. (vina), Zvečevo d.d. (čokolade), Hotel Grgin dol (Požeški pijanci), Willijams (rakije), Zlatni lug (domaći kruh s natpisom).

➤ Posebna prezentacija u Sloveniji

TZ Požeško-slavonske županije, u suradnji s TZ Osječko-baranjske i TZ Vukovarsko-srijemske županije, održala je dana 09.listopada 2014.g. posebnu prezentaciju u predstavništvu Hrvatske turističke zajednice u Sloveniji, Ljubljani. Tom prilikom županijske turističke zajednice upoznale su slovenske novinare s turističkom ponudom pojedine županije, te su u sklopu prezentacije novinari imali priliku degustirati delicije s područja Slavonije, gdje su iz Požeško-slavonske županije predstavljeni Grbić d.o.o. (bučino ulje), Zvečevo d.d. (čokolade), Kutjevo d.d. (vina), BIZ Mljekara (sirevi) i OPG Antonija Zelenika (pekmezi). Prezentacija je bila vrlo uspješna, te smo povratno na upite novinara dostavili podatke o turističkim sadržajima, koji bi bili dio paket aranžmana, a medijska kuća Dnevnik d.d. iskazala je interes za sastanak u Zvečevu d.d. i Kutjevu d.d. i ostvarivanje suradnje, te su u pratnji direktorice Maje Jakobović predstavnici medijske kuće posjetili Zvečevo d.d. i Kutjevo d.d. dana 29.listopada 2014.g.

U rujnu su prema Hrvatskoj turističkoj zajednici poslane kandidature za posebne prezentacije i sajmove u 2015.g.

## 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 svibnju i lipnju održane su slijedeće edukacije:

1. Online marketing (Zagreb, Osijek);

2. Društvene mreže (Zagreb, Osijek);
3. Sustav upravljanja posjetiteljima (Zagreb, Osijek).

U rujnu i listopadu održane su slijedeće edukacije:

1. Evaluacija destinacijskog lanca vrijednosti (Zagreb);
2. Razvoj i menadžment kulturnog turizma (Osijek);
3. Kontrola doživljaja posjetitelja (Zagreb);
4. Razvoj i menadžment zdravstvenog turizma (Daruvar);
5. Razvoj turističkih proizvoda posebnih interesa na destinaciji (Zagreb).

U studenom su održane slijedeće edukacije:

1. Razvoj i menadžment eno-gastro turizma – 17.11. (Zagreb);
2. Evaluacija destinacijskog lanca vrijednosti – 18.11. (Osijek);
3. Kontrola doživljaja posjetitelja – 19.11. (Osijek);
4. Razvoj turističkih proizvoda posebnih interesa na destinaciji – 20.11. (Osijek);
5. Razvoj i menadžment eno-gastro turizma – 21.11. (Osijek);
6. Razvoj i menadžment kulturnog turizma – 21.11. (Zagreb).

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 2014.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. Prema navedenom, tijekom 2014.godine, a sukladno i uputi GU HTZ, intenzivirana je suradnja sa Carinskom upravom koja je preuzimanjem poslova Državnog inspektorata preuzela nadležnost nad praćenjem naplate boravišne pristojbe.

HTZ je tijekom 2014.godine proveo nadzor nad poslovanjem TZ Grada Kutjevo, te je ustanovljeno nekoliko većih i niz drugih nepravilnosti na koje je tu lokalnu TZ ranije upozorila i TZ Županije u sklopu svojih ovlasti. Trenutno se provodi otklanjanje uočenih nepravilnosti, a pri tome Gradska uprava Grada Kutjevo i TZ Grada Kutjevo surađuju sa TZŽ, HTZ i Min.turizma.

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**

Projekt Volim Hrvatsku je ekološko-edukativna akcija koja se od strane Hrvatske turističke zajednice nije provodila u 2014.g., te nismo imali aktivnosti vezane za provedbu natječaja u dječjim vrtićima i osnovnim školama.

### 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, te smo svakodnevno u mogućnosti promijeniti sadržaj o turističkim subjektima ili unijeti nove turističke subjekte u bazu podataka.

#### **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 tiskanih 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, Turistička zajednica Požeško-slavonske županije poduzela je sve aktivnosti oko informiranje LTZ, a dotad izvršava i izvršavati će svoje obaveze prikupljanja podataka, izrade i grupiranja različitih statističkih podataka i ostalih potrebnih radnji i materijala..

### **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 2014.godini

##### Turistički promet u razdoblju siječanj-prosinac 2014.

TZ Požeško-slavonske županije evidentirala je za razdoblje siječanj-prosinac 2014.godine **11032 dolazaka** što je povećanje za **7%** u odnosu na isto razdoblje 2013.g. (10326 dolazaka), te **27889 noćenja** što je povećanje za **9%** u odnosu na isto razdoblje 2013.g. (25555 noćenja).

**Domaći turisti** ostvarili su **8907** dolazaka, te **22419** noćenja (80% ukupnih noćenja), dok je zabilježeno **2125** dolazaka **stranih turista** koji su ostvarili **5470** noćenja (20% ukupnih noćenja).

Ukupan broj **dolazaka** turista u razdoblju siječanj-prosinac 2014.g. povećan je za **7%** nego u istom razdoblju 2013.g., gdje su domaći dolasci povećani za **10%**, a dolasci stranih turista smanjeni za **6%**.

Ukupan broj **noćenja** u razdoblju siječanj-prosinac 2014.godine u usporedbi s razdobljem siječanj-prosinac 2013.g., povećan je za **9%** pri čemu su ostvarena noćenja domaćih gostiju povećana za **9%**, dok su strana noćenja povećana za **11%**.

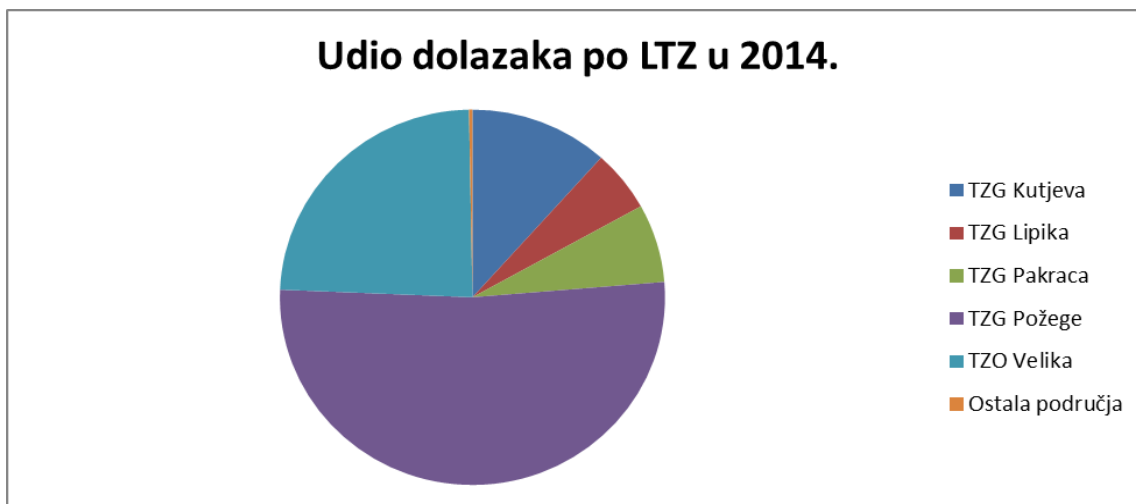


Siječanj - prosinac 2014.					
			2014.g.	2013.g.	postotak
Kutjevo	dolasci	domaći	1101	581	povećanje za 90%
		strani	184	186	smanjenje za 1%
	<b>UKUPNO</b>		<b>1285</b>	<b>767</b>	<b>povećanje za 68%</b>
	noćenja	domaći	3095	851	povećanje za 264%
		strani	312	360	smanjenje za 13%
	<b>UKUPNO</b>		<b>3407</b>	<b>1211</b>	<b>povećanje za 181%</b>
Lipik	dolasci	domaći	368	458	smanjenje za 20%
		strani	216	255	smanjenje za 15%
	<b>UKUPNO</b>		<b>584</b>	<b>713</b>	<b> smanjenje za 18%</b>
	noćenja	domaći	1304	1804	smanjenje za 28%
		strani	446	468	smanjenje za 5%
	<b>UKUPNO</b>		<b>1750</b>	<b>2.272</b>	<b> smanjenje za 23%</b>
Ostala p.	dolasci	domaći	32	38	smanjenje za 16%
		strani	0	7	0
	<b>UKUPNO</b>		<b>32</b>	<b>45</b>	<b> smanjenje za 29%</b>
	noćenja	domaći	91	59	povećanje za 54%
		strani	0	7	0
	<b>UKUPNO</b>		<b>91</b>	<b>66</b>	<b>povećanje za 38%</b>
Pakrac	dolasci	domaći	633	404	povećanje za 57%
		strani	112	55	povećanje za 104%
	<b>UKUPNO</b>		<b>745</b>	<b>459</b>	<b>povećanje za 62 %</b>
	noćenja	domaći	1289	758	povećanje za 70%
		strani	240	115	povećanje za 109%
	<b>UKUPNO</b>		<b>1529</b>	<b>873</b>	<b>povećanje za 75 %</b>
Požega	dolasci	domaći	4276	3709	povećanje za 15%
		strani	1455	1505	smanjenje za 3 %
	<b>UKUPNO</b>		<b>5731</b>	<b>5214</b>	<b>povećanje za 10 %</b>
	noćenja	domaći	8708	8200	povećanje za 6%
		strani	4132	3476	povećanje za 19%
	<b>UKUPNO</b>		<b>12840</b>	<b>11676</b>	<b>povećanje za 10%</b>
Velika	dolasci	domaći	2497	2876	smanjenje za 13%
		strani	158	252	smanjenje za 37 %
	<b>UKUPNO</b>		<b>2655</b>	<b>3128</b>	<b> smanjenje za 15%</b>
	noćenja	domaći	7932	8936	smanjenje za 11%
		strani	340	521	smanjenje za 35%
	<b>UKUPNO</b>		<b>8272</b>	<b>9457</b>	<b> smanjenje za 13%</b>
TZ PSŽ	dolasci	domaći	8907	8066	povećanje za 10%
		strani	2125	2260	smanjenje za 6%
	<b>UKUPNO</b>		<b>11032</b>	<b>10326</b>	<b>povećanje za 7%</b>
	noćenja	domaći	22419	20608	povećanje za 9%
		strani	5470	4947	povećanje za 11%
	<b>UKUPNO</b>		<b>27889</b>	<b>25555</b>	<b>povećanje za 9%</b>

## Po lokalnim turističkim zajednicama:

### ➤ Dolasci

U razdoblju siječanj-prosinac 2014.g. TZG Požege ostvarila je 5731 dolazak (što je 51,95% udjela u županijskim dolascima), slijedi TZO Velika sa 2655 (24,07% udjela u županijskim dolascima), TZG Kutjeva sa 1285 (11,65% udjela u županijskim dolascima), TZG Pakrac sa 745 (6,75% udjela u županijskim dolascima), TZG Lipik 584 (5,29% udjela u županijskim dolascima), te područje Općine Čaglin (ostala područja) 32 (0,29% udjela u županijskim dolascima).



### ➤ Noćenja

U razdoblju siječanj-prosinac 2014.g. TZG Požege ostvarila je 12840 noćenja (što je 46,04% udjela u županijskim noćenjima), slijedi TZO Velika sa 8272 (29,67% udjela u županijskim noćenjima), TZG Kutjeva sa 3407 (12,22% udjela u županijskim noćenjima), TZG Lipika sa 1750 (6,27% udjela u županijskim noćenjima), TZG Pakraca 1529 (5,48% udjela u županijskim noćenjima), te područje Općine Čaglin (ostala područja) 91 (0,32% udjela u županijskim noćenjima).



Usporedba TZ Požeško-slavonske županije s ŽTZ iz Klastera Slavonije u razdoblju siječanj-prosinac 2014./2013.g.:

		DOLASCI		
	ZTZ	2014.	2013.	postotak
1.	Osječko-baranjska	64.539	64.294	-
2.	Vukovarsko-srijemska	50.690	46.039	Povećanje za 10%
3.	Brodsko-posavska	17.802	18.325	Smanjenje za 3%
4.	Požeško-slavonska	11.032	10.326	Povećanje za 7%
5.	Virovitičko-podravska	8.992	7.965	Povećanje za 13%

		NOĆENJA		
	ZTZ	2014.	2013.	postotak
1.	Osječko-baranjska	120.729	137.771	Smanjenje za 12 %
2.	Vukovarsko-srijemska	93.702	82.517	Povećanje za 14%
3.	Brodsko-posavska	32.771	39.471	Smanjenje za 17%
4.	Požeško-slavonska	27.889	25.555	Povećanje za 9%
5.	Virovitičko-podravska	18.058	15.808	Povećanje za 14%

Po tržištima:

Po dolascima turista u razdoblju siječanj-prosinac 2014.g. domaći turisti ostvarili su 80% (8907 dolazaka), dok su strani turisti ostvarili 20% (2125 dolazaka) od ukupnog broja dolazaka u Požeško-slavonsku županiju. TZ Požeško-slavonske županije bilježi najviše dolazaka iz Njemačke (309) što čini 14,54% od broja stranih dolazaka i 3,47% od ukupnih dolazaka, zatim iz Austrije (250) što čini 11,76% od broja stranih dolazaka i 2,80% od ukupnih dolazaka, te Italije (183) što čini 8,61% od stranih dolazaka i 2,05% od ukupnih dolazaka.

	DOLASCI			Domaći	Strani	Ukupno
	Njemačka	Slovenija	Srbija			
Osječko-baranjska	2.656	2.090	1.642	41.899	22.640	64.539
Vukovarsko-srijemska	2.125	1.514	1.344	35.007	15.683	50.690
Brodsko-Posavska	1.268	991	919	9.137	8.665	17.802
Požeško-slavonska	309	250	183	8.907	2.125	11.032
Virovitičko-podravska	591	373	369	5.963	3.029	8.992

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 6.535	Slovenija 3.092	Srbija 3.074	75.534	45.195	120.729
<b>Vukovarsko-srijemska</b>	Njemačka 3.806	Italija 2.449	BIH 2.198	68.140	25.562	93.702
<b>Brodsko-Posavska</b>	Njemačka 2.174	Italija 1.678	Bugarska 1.010	18.325	14.446	32.771
<b>Požeško-slavonska</b>	<b>Njemačka 986</b>	<b>Austrija 690</b>	<b>Italija 556</b>	<b>22.419</b>	<b>5.470</b>	<b>27.889</b>
<b>Virovitičko-podravska</b>	Italija 1.891	Njemačka 767	Slovenija 494	11.634	6.424	18.058

Prema podacima za **noćenja** turista u razdoblju od siječnja-prosinca 2014.g. domaći turisti ostvarili su 80% (22419 noćenja), dok su strani turisti ostvarili 20% (5470) od ukupnog broja noćenja u Požeško-slavonsku županiju. TZ Požeško-slavonske županije bilježi najviše noćenja iz Njemačke (986) što čini 18,03% od broja stranih dolazaka i 3,54% od ukupnih dolazaka, zatim iz Austrije (690) što čini 12,61% od broja stranih dolazaka i 2,47% od ukupnih dolazaka, te Italije (556) što čini 10,16% od stranih dolazaka i 2,00% 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 2014.g. bio je 449. Privatni smještaj bilježi 98,50% od ukupnog broja noćenja, dok hoteli bilježe 1,50%.

Najviše noćenja ostvareno je u prenoćistima 19.074 što je 68,54% ukupnih noćenja, zatim slijede vile 10,24% (2.851), sobe za iznajmljivanje 9,25% (2.573), planinarski dom 3,70% (1.029), apartmani 2,58% (719), hoteli sa 1,50% (417), apartman 1,39% (388), seljačka kućanstva 1,04% (290), nekategorizirani objekti 0,91%(253), lovački dom 0,74% (207), kućanstvo-kamp jedinice 0,10% (29).

# FINANCIJSKO IZVJEŠĆE

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	Izvršenje za 12 mj.			Saldo (1+2-3)	PLAN 2014	REBALANS
		PS	Iznos	Uplate			
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	0,00	16.561,06	16.561,06	0,00	20.000,00	20.000,00
2.	Prihodi od turističke članarine	0,00	94.862,31	94.862,31	0,00	70.000,00	92.000,00
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog	0,00	457.125,00	457.125,00	0,00	470.000,00	470.000,00
4.	Prihodi od drugih aktivnosti	0,00	0,00	0,00	0,00	30.000,00	0,00
5.	Ostali nespomenuti prihodi	0,00	216.797,61	216.797,61	0,00	180.000,00	210.000,00
	HTZ - posebne prezentacije	0,00	34.101,79	34.101,79	0,00		
	TZ OBŽ/TZ VSŽ - posebne prezentacije	0,00	13.000,00	13.000,00	0,00		
	HTZ - udruženo oglašavanje (2013)	0,00	65.744,82	65.744,82	0,00		
	HTZ - udruženo oglašavanje (2014)		33.951,00	33.951,00			
	HTZ - potpore TZN		70.000,00	70.000,00			
6.	Priljev kamate	0,00	28,54	28,54	0,00		
7.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	32.503,45	0,00	32.503,45	0,00		32.500,00
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>32.503,45</b>	<b>785.374,52</b>	<b>817.877,97</b>	<b>0,00</b>	<b>770.000,00</b>	<b>824.500,00</b>
RB	RASHODI PO VRSTAMA	PS Obveze	Iznos	Plaćeno	Saldo (1+2-3)	PLAN 2014	REBALANS
I.	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>27.866,04</b>	<b>323.674,76</b>	<b>351.540,80</b>	<b>0,00</b>	<b>383.000,00</b>	<b>387.500,00</b>
1.	<b>Rashodi za radnike</b>	<b>25.031,03</b>	<b>251.309,00</b>	<b>276.340,03</b>	<b>0,00</b>	<b>304.000,00</b>	<b>299.000,00</b>
1.1.	Bruto plaće zaposlenih	23.902,03	239.873,66	263.775,69	0,00	284.000,00	284.000,00
1.2.	Ostale naknade zaposlenih (cipelarina)	1.129,00	11.198,00	12.327,00	0,00	19.000,00	14.000,00
1.3.	Troškovi osiguranja	0,00	237,34	237,34	0,00	1.000,00	1.000,00
2.	<b>Rashodi ureda</b>	<b>2.835,01</b>	<b>65.021,28</b>	<b>67.856,29</b>	<b>0,00</b>	<b>60.000,00</b>	<b>72.500,00</b>
2.1.	Materijalni izdaci	0,00	32.652,71	32.652,71	0,00	20.000,00	33.500,00
2.1.1.	Uredski materijal	0,00	8.365,90	8.365,90	0,00	4.000,00	9.000,00
2.1.2.	Trošak reprezentacije	0,00	7.753,38	7.753,38	0,00	1.500,00	8.000,00
2.1.3.	Putni troškovi i dnevnice	0,00	14.210,57	14.210,57	0,00	12.000,00	14.000,00
2.1.4.	Izdaci za reprezentaciju (suvenir)	0,00	787,89	787,89	0,00	1.500,00	1.000,00
2.1.5.	Sitni inventar	0,00	1.534,97	1.534,97	0,00	1.000,00	1.500,00
2.2.	Izdaci za usluge	1.971,64	27.162,14	29.133,78	0,00	31.000,00	32.000,00
2.2.1.	Usluge telefona, pošte i prijevoza	0,00	3.256,96	3.256,96	0,00	4.000,00	4.000,00
2.2.2.	Usluge tekućeg održavanja	997,50	10.691,21	11.688,71	0,00	12.000,00	13.000,00
2.2.3.	Usluge raznih servisa	0,00	694,99	694,99	0,00	3.000,00	1.000,00
2.2.4.	Ostale intelektualne usluge - knjigovodstvo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.2.5.	Ugovori o djelu	974,14	12.518,98	13.493,12	0,00	12.000,00	14.000,00
2.3.	Nematerijalni izdaci	863,37	3.744,41	4.607,78	0,00	3.000,00	5.000,00
2.3.1.	Bankovne usluge	863,37	3.744,41	4.607,78	0,00	3.000,00	5.000,00
2.4.	Uredski namještaj	0,00	1.194,86	1.194,86	0,00	5.000,00	1.500,00
2.5.	Tehnička oprema	0,00	267,16	267,16	0,00	1.000,00	500,00

<b>3.</b>	<b>Rashodi za rad tijela Turističke zajednice</b>	<b>0,00</b>	<b>7.344,48</b>	<b>7.344,48</b>	<b>0,00</b>	<b>23.000,00</b>	<b>16.000,00</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	5.000,00	0,00
3.3.	Troškovi za sudjelovanje u radu članova tijela (prijevoz)	0,00	6.896,35	6.896,35	0,00	14.000,00	14.000,00
3.4.	Najam i troškovi hrane i pića (catering)	0,00	448,13	448,13	0,00	3.000,00	1.000,00
<b>II.</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>0,00</b>	<b>109.940,93</b>	<b>109.940,93</b>	<b>0,00</b>	<b>126.000,00</b>	<b>139.000,00</b>
<b>1.</b>	<b>Potpورا događanjima</b>	<b>0,00</b>	<b>16.355,39</b>	<b>16.355,39</b>	<b>0,00</b>	<b>9.000,00</b>	<b>14.000,00</b>
1.1.	Sufinanciranje manifestacija, vanjski organizator	0,00	14.238,39	14.238,39	0,00	4.000,00	11.000,00
1.2.	Sufinanciranje manifestacija, sustav TZ	0,00	2.117,00	2.117,00	0,00	5.000,00	3.000,00
<b>2.</b>	<b>Potpورا razvoju DMO-a</b>	<b>0,00</b>	<b>93.585,54</b>	<b>93.585,54</b>	<b>0,00</b>	<b>115.000,00</b>	<b>125.000,00</b>
2.1.	Sufinanciranje projekata sustava TZ	0,00	0,00	0,00	0,00	5.000,00	0,00
2.2.	Potpura rada i razvoja vinskih cesta	0,00	0,00	0,00	0,00	10.000,00	0,00
2.3.	Novi turistički proizvodi	0,00	93.585,54	93.585,54	0,00	100.000,00	125.000,00
2.3.1.	Projekt Slavenska korpa	0,00	20.030,00	20.030,00	0,00		21.000,00
2.3.2.	Projekt Hike&Bike	0,00	73.555,54	73.555,54	0,00		104.000,00
<b>3.</b>	<b>Potpura razvoju DMK-a</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.000,00</b>	<b>0,00</b>
<b>4.</b>	<b>Projekt: Volim Hrvatsku (prom./prezent. - putni troš. i dnevnice)</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.000,00</b>	<b>0,00</b>
<b>III.</b>	<b>KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>0,00</b>	<b>183.050,71</b>	<b>183.050,71</b>	<b>0,00</b>	<b>85.000,00</b>	<b>213.000,00</b>
<b>1.</b>	<b>Online komunikacije</b>	<b>0,00</b>	<b>3.287,50</b>	<b>3.287,50</b>	<b>0,00</b>	<b>15.000,00</b>	<b>4.000,00</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	0,00	3.287,50	3.287,50	0,00	13.000,00	4.000,00
1.2.1.	Najam web poslužitelja	0,00	2.037,50	2.037,50	0,00	2.500,00	2.500,00
1.2.2.	Redovno održavanje	0,00	1.250,00	1.250,00	0,00	1.000,00	1.500,00
1.2.3.	Nadogradnja programskog koda	0,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00	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	2.000,00	0,00
1.2.6.	Mobilne aplikacije i geo-lokalizacija	0,00	0,00	0,00	0,00	2.500,00	0,00
1.2.7.	E-brošure	0,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00	0,00
<b>2.</b>	<b>Offline komunikacije</b>	<b>0,00</b>	<b>179.763,21</b>	<b>179.763,21</b>	<b>0,00</b>	<b>70.000,00</b>	<b>209.000,00</b>
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	0,00	93.415,45	93.415,45	0,00	40.000,00	95.000,00
2.1.1.	TZ PSŽ - promotivna kampanja	0,00	62.808,13	62.808,13	0,00		64.000,00
2.1.2.	Refundacija prema LTZ (24.01.) - 2013.g.	0,00	30.607,32	30.607,32	0,00		31.000,00
<b>2.2.</b>	<b>Opće oglašavanje</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.000,00</b>	<b>0,00</b>
2.2.1.	Oglašavanje u tisku	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
2.2.2.	TV oglašavanje	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
2.2.3.	Vanjsko oglašavanje	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00

2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	0,00	31.587,50	31.587,50	0,00	20.000,00	62.000,00
2.3.1.	Multimedija i e-brošure	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
2.3.2.	Biciklističko-turistička karta	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
2.3.3.	Gastro brošura	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
2.3.4.	Doprint kataloga "Slavonska paleta"	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
2.3.5.	Promotivni materijali TZ PSŽ	0,00	31.587,50	31.587,50	0,00		62.000,00
2.3.6.	Izrada skupnih promotivnih materijala	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
2.4.	Suveniri i promo materijali	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00
2.5.	Info table	0,00	54.760,26	54.760,26	0,00	8.000,00	52.000,00
<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>0,00</b>	<b>64.066,46</b>	<b>64.066,46</b>	<b>0,00</b>	<b>92.000,00</b>	<b>66.500,00</b>
<b>1.</b>	<b>Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)</b>	<b>0,00</b>	<b>277,00</b>	<b>277,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.000,00</b>	<b>500,00</b>
1.1.	Sajmovi HTZ (organizacija)	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
1.2.	Sajmovi HTZ (sudjelovanje)	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
1.3.	Sajmovi organizirani od strane raznih subjekata	0,00	277,00	277,00	0,00		500,00
1.4.	Poslovne radionice	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
1.5.	Ostali sajmovi	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
<b>2.</b>	<b>Studijska putovanja</b>	<b>0,00</b>	<b>1.831,00</b>	<b>1.831,00</b>	<b>0,00</b>	<b>6.000,00</b>	<b>2.000,00</b>
2.1.	Studijska putovanja agenata	0,00	1.831,00	1.831,00	0,00		2.000,00
2.2.	Studijska putovanja za sustav TZ	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
2.3.	Studijska putovanja HTZ-a	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
<b>3.</b>	<b>Posebne prezentacije</b>	<b>0,00</b>	<b>61.958,46</b>	<b>61.958,46</b>	<b>0,00</b>	<b>85.000,00</b>	<b>64.000,00</b>
3.1.	Vanjske prezentacije	0,00	40.345,18	40.345,18	0,00		41.000,00
3.2.	Unutarnje prezentacije	0,00	13.844,78	13.844,78	0,00		14.000,00
3.3.	Dani hrvatskog turizma	0,00	4.363,00	4.363,00	0,00		5.000,00
3.4.	Poslovno turistička burza	0,00	3.405,50	3.405,50	0,00		4.000,00
<b>V.</b>	<b>INTERNI MARKETING</b>	<b>0,00</b>	<b>8.330,90</b>	<b>8.330,90</b>	<b>0,00</b>	<b>60.000,00</b>	<b>11.000,00</b>
<b>1.</b>	<b>Edukacija (turističke zajednice na području županije, zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)</b>	<b>0,00</b>	<b>8.330,90</b>	<b>8.330,90</b>	<b>0,00</b>	<b>18.000,00</b>	<b>11.000,00</b>
1.1.	Edukacije za sustav TZ-a	0,00	7.474,90	7.474,90	0,00	12.000,00	9.000,00
1.1.1.	Interno organiziranje edukacija	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00
1.1.2.	Organiziranje edukacija od strane HTZ-a	0,00	4.261,90	4.261,90	0,00	6.000,00	5.000,00
1.1.3.	Edukacije od strane vanjskih organizatora	0,00	3.213,00	3.213,00	0,00	4.000,00	4.000,00
1.1.4.	Literatura	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00
1.2.	Edukacije za javni i privatni sektor	0,00	856,00	856,00	0,00	6.000,00	2.000,00
1.2.1.	Interno organiziranje edukacija	0,00	0,00	0,00	0,00	4.000,00	0,00
1.2.2.	Organiziranje edukacija od strane HTZ-a	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00
1.2.3.	Edukacije od strane vanjskih suradnika	0,00	856,00	856,00	0,00	1.000,00	2.000,00
<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>0,00</b>
2.1.	Koordinacija turističkih zajednica	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00

2.2.	Nadzor nad LTZ	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
2.3.	Putni troškovi i dnevnice	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
<b>3.</b>	<b>Nagrade i priznanja (Projekt Volim Hrvatsku i ostalo)</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>34.000,00</b>	<b>0,00</b>
3.1.	Volim Hrvatsku	0,00	0,00	0,00	0,00	33.000,00	0,00
3.2.	Ostale nagrade i priznanja	0,00	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>14.000,00</b>	<b>3.000,00</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>5.000,00</b>	<b>500,00</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>500,00</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>500,00</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>500,00</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>500,00</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>1.000,00</b>	<b>500,00</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>5.000,00</b>	<b>3.500,00</b>
<b>1.</b>	<b>Poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>5.000,00</b>	<b>3.500,00</b>
<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>5.000,00</b>	<b>1.000,00</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>27.866,04</b>	<b>689.063,76</b>	<b>716.929,80</b>	<b>0,00</b>	<b>770.000,00</b>	<b>824.500,00</b>
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆOJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)						