



REGIÓN  TIRNAVIA



SPRÁVA O ČINNOSTI ORGANIZÁCIE (2015)

Obsah

IDENTIFIKÁCIA ORGANIZÁCIE.....	2
ČLENOVIA.....	2
ORGANIZAČNÁ ŠTRUKTÚRA	3
ČINNOSŤ TRNAVA TOURISM	5
PROJEKT PRE ROK 2015	8
MARKETINGOVÉ AKTIVITY DESTINÁCIE TIRNAVIA	15
1. MARKETING A PROPAGÁCIA.....	15
1A) ÚČASŤ NA VEĽTRHOCH, VÝSTAVÁCH A PREZENTÁCIÁCH.....	16
1B) POZNÁVACIE CESTY/ FAMTRIPY PRE B2B PARTNEROV	18
1C) ELEKTRONICKÝ MARKETING.....	21
1D) TVORBA PROPAGAČNÝCH A INFORMAČNÝCH TLAČOVÍN A PREDMETOV	23
1E) TVORBA IMIDŽOVEJ FOTOBANKY	24
1F) REKLAMA, INZERCIA A REKLAMNÉ KAMPANE.....	24
2. ČINNOSŤ TURISTICKÉHO INFORMAČNÉHO CENTRA.....	25
3. TVORBA A PREVÁDZKA REZERVAČNÉHO SYSTÉMU	27
5. PODPORA ATRAKTIVÍT DANEJ LOKALITY	28
5A) TEMATICKÉ PODUJATIA A PODPORA EVENTOV	28
5B) SHUTTLE BUS MEDZI ATRAKTIVITAMI V REGIÓNE TIRNAVIA.....	29
FINANČNÁ SPRÁVA A ÚČTOVNÁ ZÁVIERKA.....	32
SÚVAHA	36
VÝKAZ ZISKOV A STRÁT	39

IDENTIFIKÁCIA ORGANIZÁCIE

Trnava Tourism, oblasťná organizácia cestovného ruchu

- založená v zmysle zákona č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov dňa 23.2.2012
- zapísaná v Registri oblastných organizácií cestovného ruchu vedenom Ministerstvom dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR pod č. 09366/2012/SCR

Sídlo organizácie: Hlavná 5, 917 01 Trnava
Od 1.1.2016 Hospodárska 33, 917 01 Trnava
IČO: 422 88 924
DIČ: 2023490348

Bankové spojenie:

TATRABANKA, a.s. | 2923872025/1100 | IBAN SK95 1100 0000 0029 2387 2025

TATRABANKA, a.s. | 2923872033/1100 | IBAN SK73 1100 0000 0029 2387 2033

www.regiontirnavia.sk | info@trnavatourism.sk | +421 (0) 33 32 36 440



logo destinácie: REGIÓN



ČLENOVIA

Mesto Trnava	OLYMPIC CASINO SLOVAKIA s.r.o.
Obec Jaslovské Bohunice	MEDIAFLASH, s. r. o
Obec Ružindol	PANORÁMA ŠPORT HOTEL, a.s. HOTEL HOLIDAY INN
Obec Smolenice	Q100, s.r.o HOTEL IMPIQ
Obec Suchá nad Parnou	VÍNO MRVA & STANKO, a.s. VINÁRSTVO MRVA & STANKO
Obec Špačince	ZENAGRO, s.r.o. VINÁRSTVO TERRA PARNA
	KLASTER SMOLENICE, občianske združenie
	SLAVOMÍR DZVONÍK sprievodca cestovného ruchu
	GORO s.r.o. Hotel LONDON
	ING. PETER KUDLÁČ – APIMED APIMED
	HOTEL INKA (SPECTRUM)
	BAR.BAR, s.r.o. PENZIÓN PATRIOT
	Golf Trnava, s.r.o. GOLF TRNAVA

PARTNERI

VÍNA Z MLYNA | KARPATSKÁ PERLA | GALÉRIA J. KONIARKA | SYNAGÓGA CAFÉ

ORGANIZAČNÁ ŠTRUKTÚRA

Dozorná rada **Trnava Tourism**

predseda | Ing. Jozef Skubeň

podpredsedníčka | JUDr. Petra Klembarová

člen | Ing. Peter Stanko

člen | Anton Chrvala

Predstavenstvo **Trnava Tourism**

predseda | PhDr. Marcel Behro do 18.5.2015

predseda | Mgr. Peter Nízl od 19.5.2015

podpredseda | Ing. Marián Janov

člen | Ing. Vladimír Púčik

člen | Ivan Novotný, MBA.

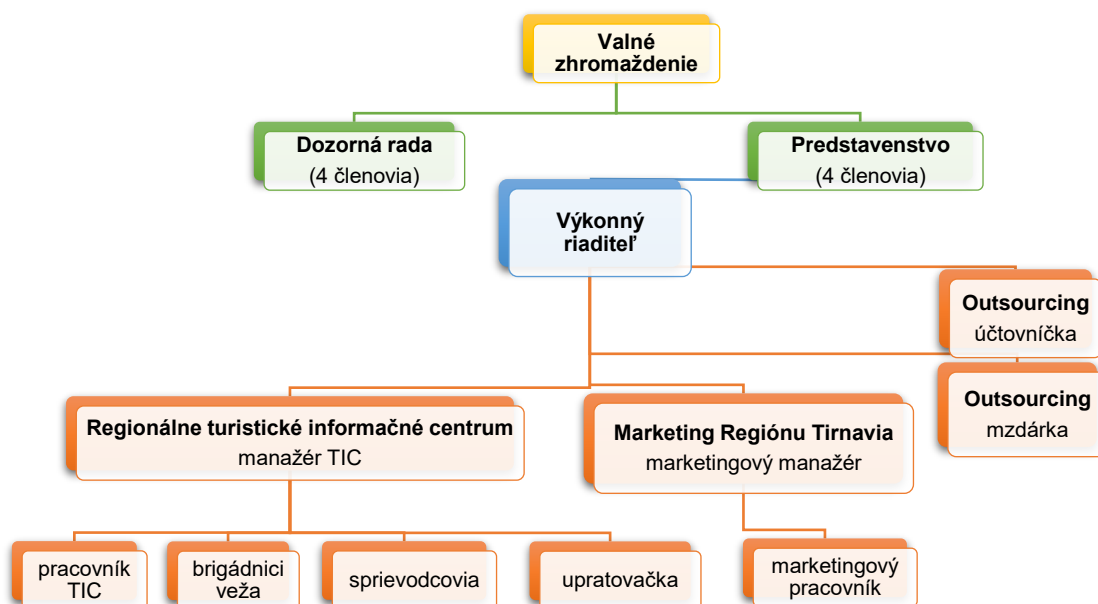
výkonná riaditeľka **Trnava Tourism**

Ing. Petra Blažejová

zastupujúca výkonná riaditeľka **Trnava Tourism**

Ing. Michaela Potočárová od 15.10.2014

ORGANIZAČNÁ ŠTRUKTÚRA



ZAMESTNANCI

Priemerný prepočítaný počet zamestnancov, a z toho počet vedúcich zamestnancov účtovnej jednotky za účtovné obdobie, za ktoré sa zostavuje účtovná závierka a za bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie.

	2015	2014	2013
Priemerný prepočítaný počet zamestnancov	11	11	10
z toho počet vedúcich zamestnancov	1	1	1

Na trvalý pracovný pomer na dobu neurčitú: 1 (MD)

Zamestnancov na trvalý pracovný pomer na dobu určitú: 4

Dohody o brigádnickej činnosti študenta: 12

Dohody o vykonaní práce: 2

Upratovačka (dohoda o pracovnej činnosti): 1

Sprievodcovia (dohoda o pracovnej činnosti): 8



ČINNOSTĚ TRNAVA TOURISM



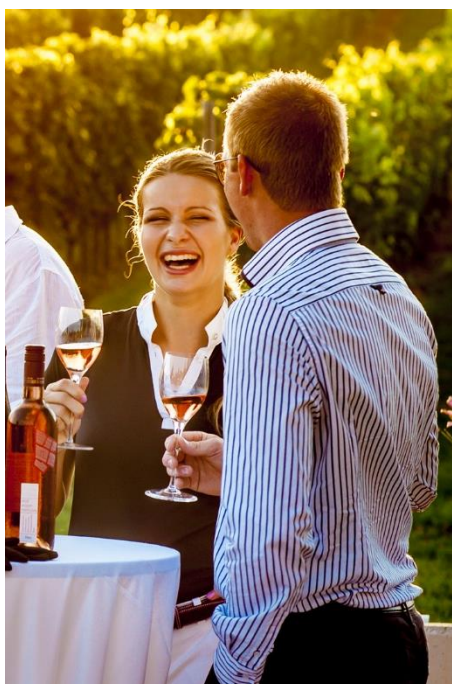
VÝSTUPY NA
MESTSKŮ VEŽU



TEMATICKÉ PREHLIADKY
SO SPRIEVODCOM



PO STOPÁCH MEDOVINY
DO DOLNEJ KRUPEJ



SOBOTNÉ VÍNNÉ TOUR PO
VINÁRSTVACH



ORGANIZOVANIE PODUJATÍ



SLADKÝ VÝLET DO
SMOLENÍC



PREMEŇTE PRÁCU NA ZÁŽITOK MEDZI VINICAMI

KONFERENCIE A STRETNUTIA V TIRNAVI,
REGIÓNE SVETOVÝCH VÍN

REGIÓN  TIRNAVIA

REZERVÁCIA UBYTOVANIA

PREDAJ VSTUPENIEK

PREDAJ SUVENÍROV

POSKYTOVANIE PROPAGAČNÝCH MATERIÁLOV

NEWSLETTER

PR DESTINÁCIE

Podpora členských aktivít, akcií a podujatí prostredníctvom destinačného portálu a online marketingu

V súlade s ustanovením § 15 zákona a čl. II Stanov Organizácia:

- a. podporuje činnosť svojich členov pri tvorbe a realizácii koncepcie rozvoja cestovného ruchu na území svojej pôsobnosti,

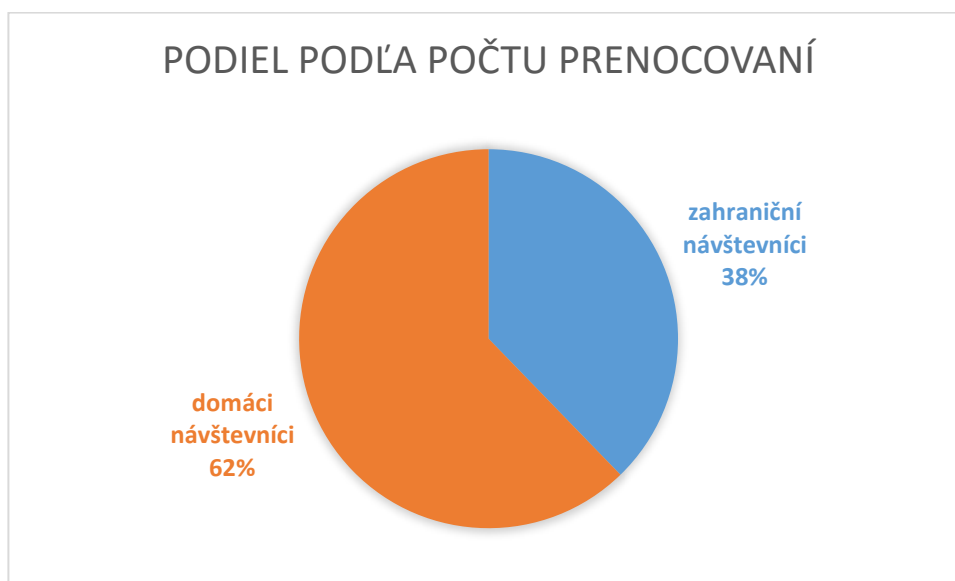
- b. tvorí a realizuje marketingové a iné propagačné aktivity cestovného ruchu pre svojich členov doma a v zahraničí,
- c. presadzuje spoločné záujmy svojich členov,
- d. spolupracuje s orgánmi obcí a inými osobami pri rozvoji územia v rámci svojej pôsobnosti vrátane spracúvania a realizácie programov jeho podpory a rozvoja,
- e. podporuje kultúrny, spoločenský a športový život a zachovanie prírodného a kultúrneho dedičstva,
- f. organizuje podujatia pre obyvateľov a návštevníkov,
- g. poskytuje poradensko-konzultačné služby svojim členom a iným klientom,
- h. spracúva a predkladá projekty rozvoja cestovného ruchu, zabezpečuje realizáciu podporených projektov rozvoja cestovného ruchu,
- i. presadzuje trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu tak, aby sa chránilo a zachovávalo životné prostredie zo všetkých jeho stránok a rešpektoval sa spôsob života miestneho obyvateľstva a rešpektovali sa vlastnícke práva,
- j. zostavuje a realizuje koncepciu rozvoja cestovného ruchu, pričom vychádza z vlastných analýz, krajskej koncepcie cestovného ruchu a národnej koncepcie cestovného ruchu,
- k. v spolupráci s orgánmi obcí, ktoré sú jej členmi, vypracúva a realizuje ročný plán aktivít a monitorovaciu správu o vývoji cestovného ruchu na svojom území,
- l. iniciuje alebo zabezpečuje tvorbu, manažment a prezentáciu produktov cestovného ruchu na svojom území,
- m. zostavuje ročný plán aktivít, ktorý schvaľuje valné zhromaždenie,
- n. aktualizuje integrovaný informačný systém vo svojej pôsobnosti,
- o. mapuje produkty, aktivity a hodnoty cieľového miesta vo svojom území v spolupráci s obcami, členmi oblastnej organizácie cestovného ruchu a zástupcami odbornej verejnosti,
- q. môže zriadiť alebo založiť turisticko-informačnú kanceláriu,
- t. realizuje iné aktivity schválené valným zhromaždením v rámci koncepčných dokumentov, na podporu dosiahnutia hlavného účelu – podpory a tvorby podmienok rozvoja cestovného ruchu.

PROJEKT PRE ROK 2015

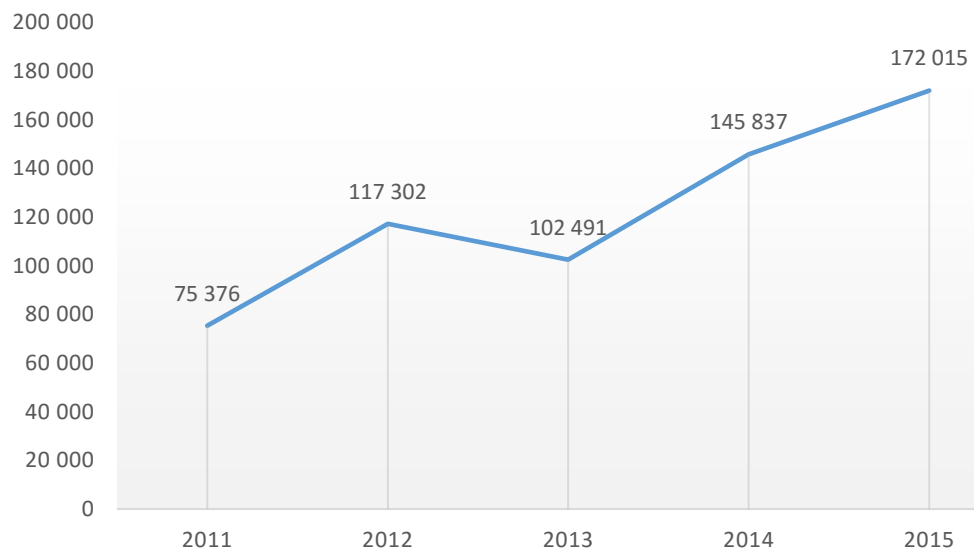
Trnava Tourism v roku 2015 žiadala o poskytnutie dotácie Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR (ďalej ako „MDVRRSR“). Účelom poskytnutej dotácie bolo spolufinancovanie vybraných aktivít súvisiacich s hlavným predmetom činnosti organizácie. V roku 2015 bol projekt zameraný na realizáciu aktivít, ktoré sú spojené s hlavným predmetom činnosti organizácie cestovného ruchu a tou je podpora rozvoja cestovného ruchu destinácie Región Trnava rozprestierajúca sa na území mesta Trnava a jej okolia a to v obciach Ružindol, Suchá nad Parnou, Jaslovské Bohunice, Špačince a Smolenice, ako aj na aktivity smerujúce k zvýšeniu počtu domácich a zahraničných návštevníkov, k predĺženiu ich pobytu na území destinácie, k zvýšeniu výdavkov počas ich pobytu a v súvislosti s tým aj k zvýšeniu prínosov, najmä ekonomických, nielen pre územie v pôsobnosti organizácie, ale aj pre národnú ekonomiku, vrátane udržania a zvyšovania zamestnanosti.

Projekt napomohol k vytváraniu nových produktov CR, ktoré zatriktívili destináciu TIRNAVIA so zámerom oslovenia nových návštevníkov destinácie s cieľom motivovania ich k zotrvaní v destinácii na predĺžené víkendy opakované v priebehu celého roka, nielen počas hlavnej turistickej sezóny. Zároveň jedným z prioritných cieľov projektu bolo zvyšovanie povedomia o Trnave a okolí ako o zaujímavom výletnom mieste na Slovensku, čo sa aj postupne darí naplňať vďaka prostriedkom poskytnutých MDVRR SR.

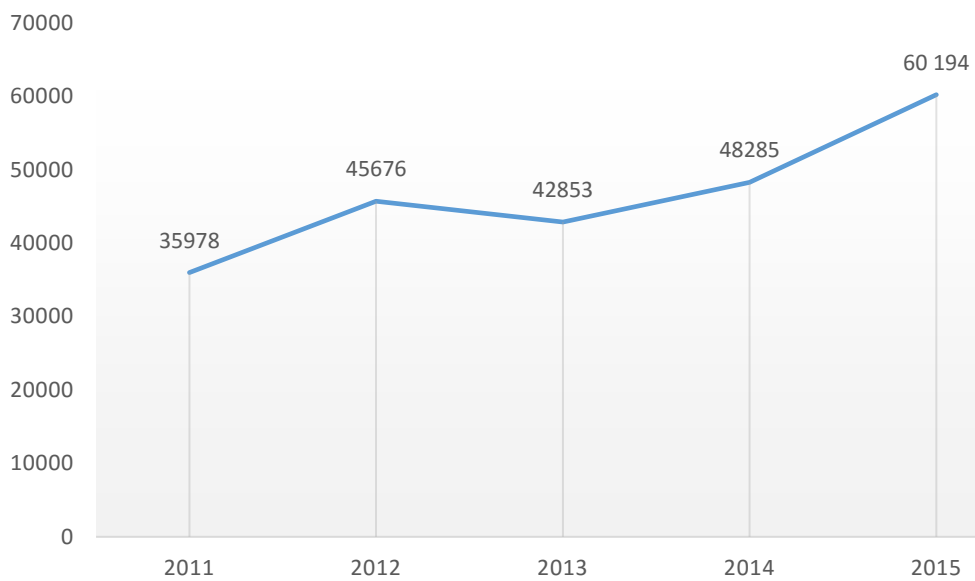
Cieľové ukazovatele projektu boli v mnohých smeroch naplnené nad očakávania. V roku 2015 bol zaznamenaný pozitívny štatistický vývoj, viď vývojové grafy výkonov ubytovacích zariadení v destinácii TIRNAVIA. Celkový vývoj destinácie mal rastúcu tendenciu, čo naznačujú aj štatistické výsledky nielen za výkony ubytovacích zariadení ako aj atraktivít mesta (na príklade Mestskej veže v Trnave).

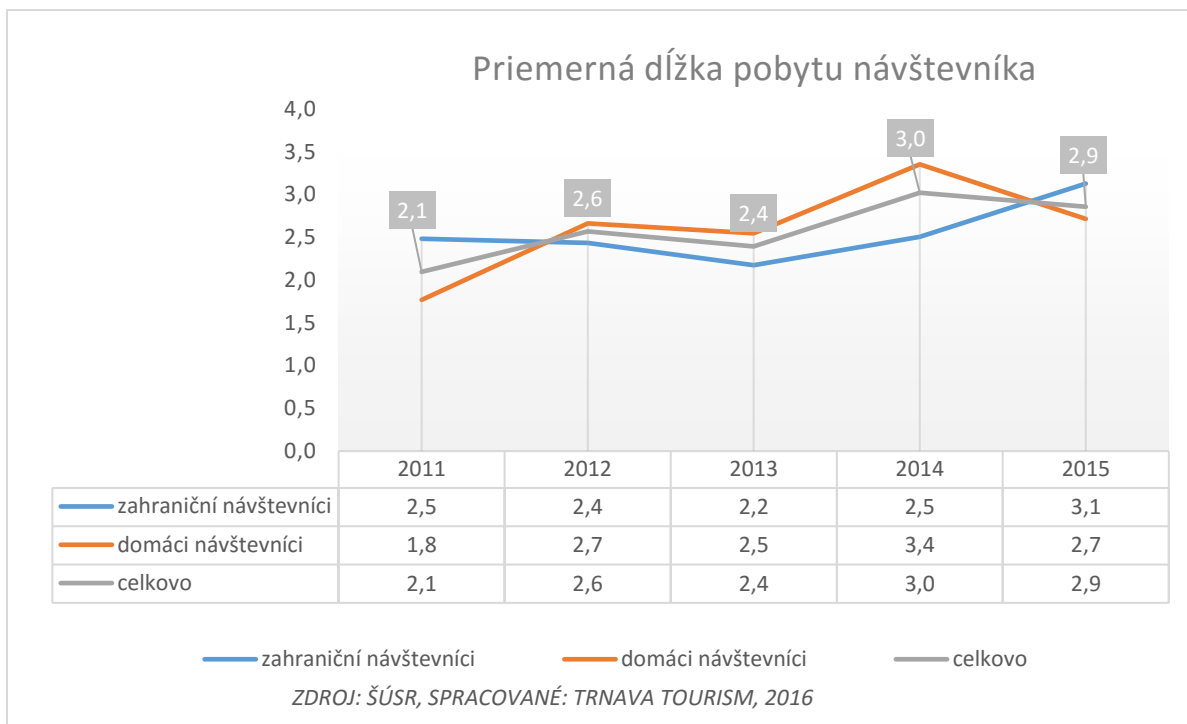


Vývoj počtu prenocovaní v Regióne TIRNAVIA

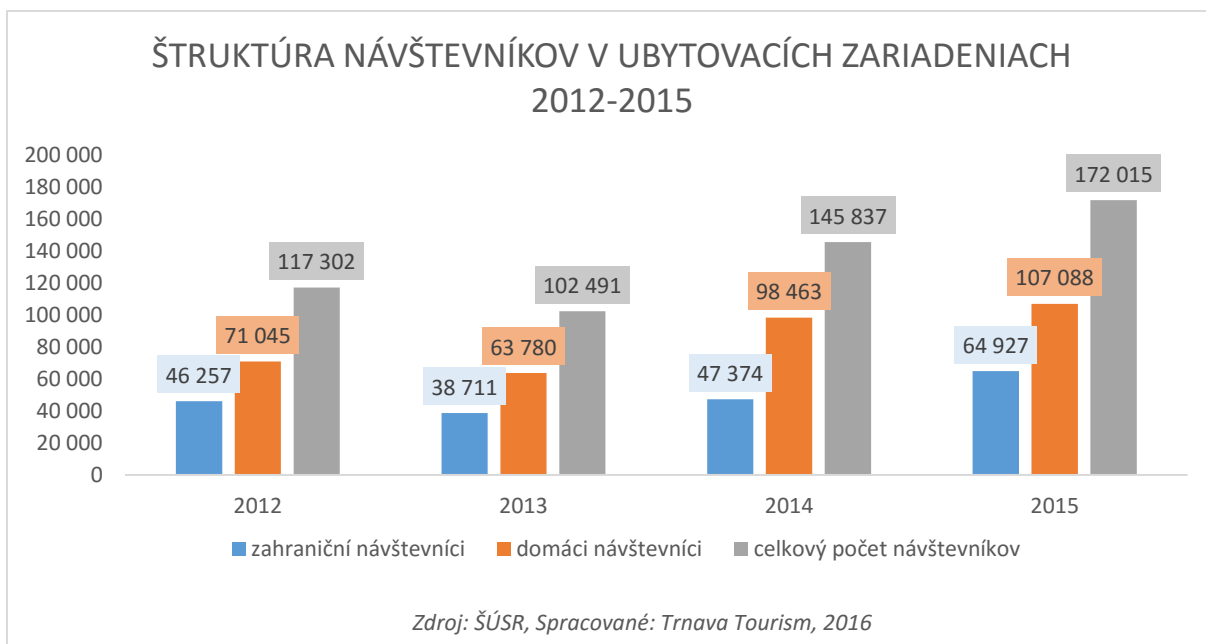


Vývoj počtu návštevníkov v Regióne TIRNAVIA

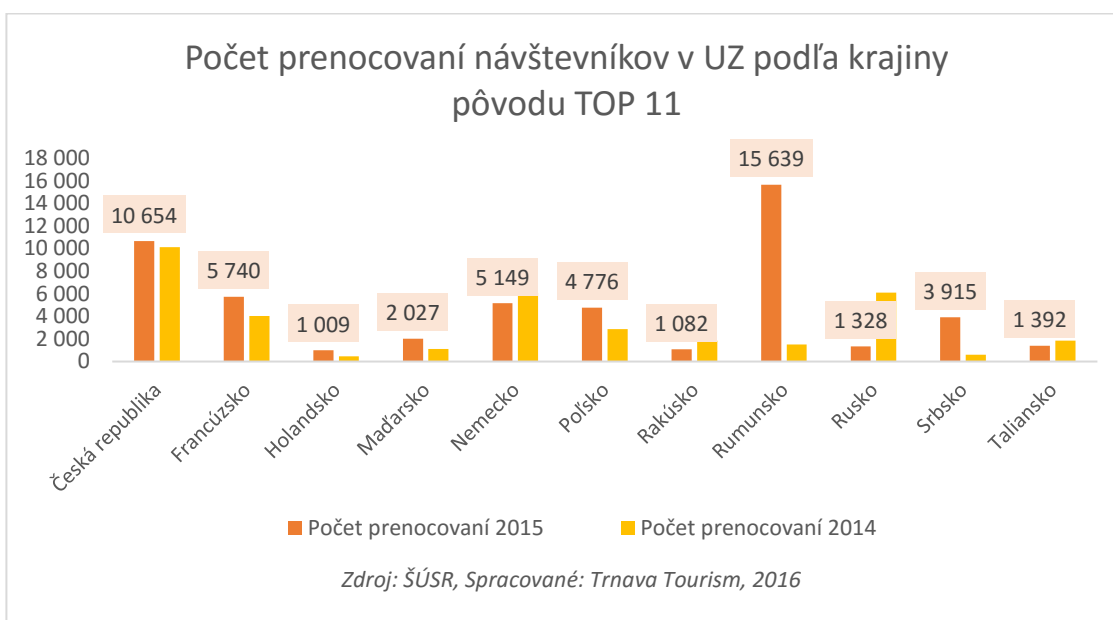
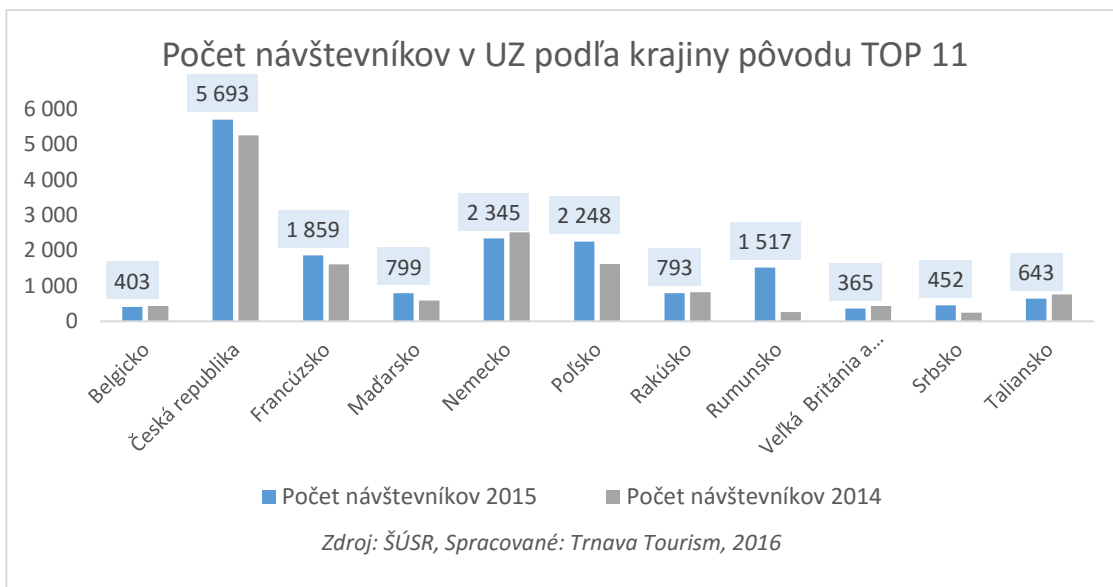




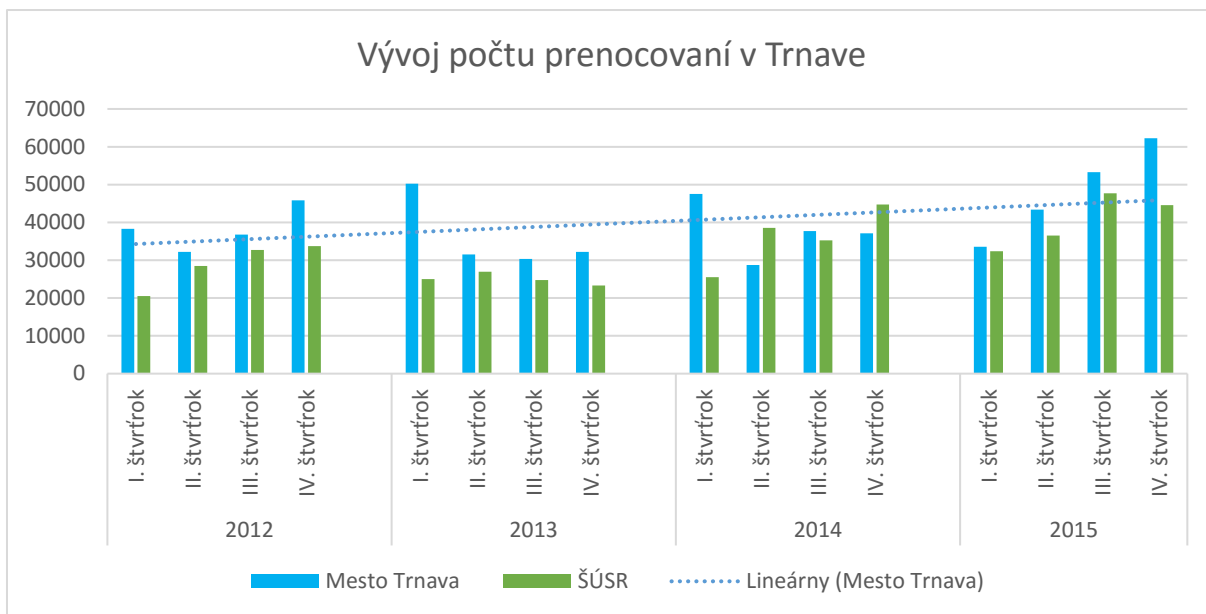
Priemerná dĺžka prenocovania sa výrazne zvýšila u zahraničných návštevníkoch medziročne z 2,5 na 3,1 dňa.



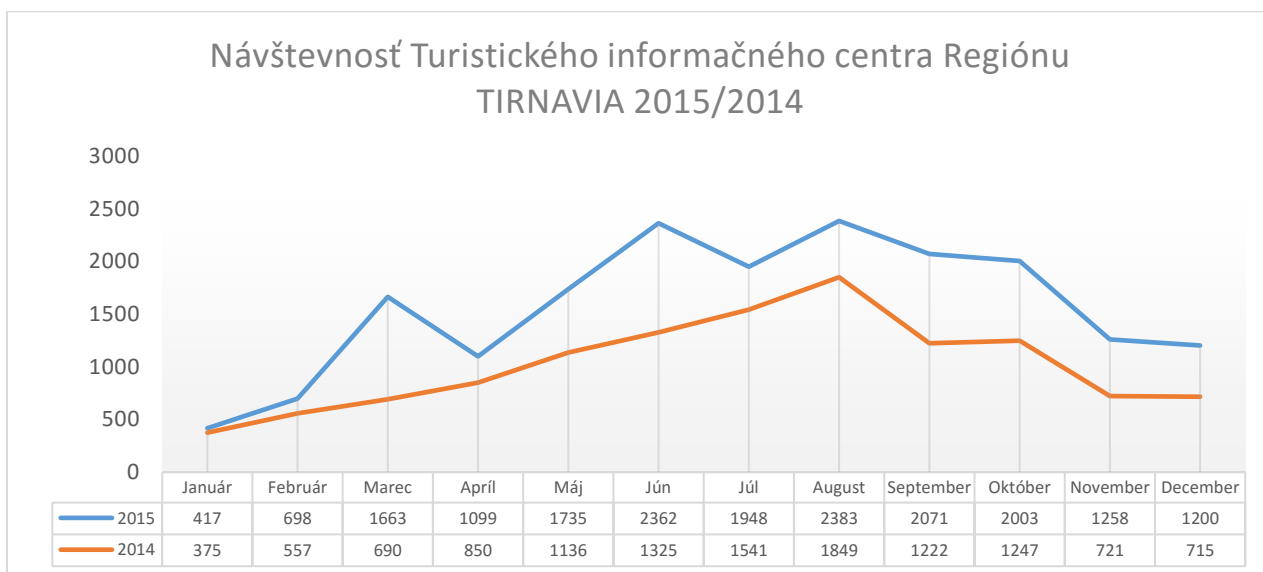
Najväčší počet zahraničných návštevníkov za rok 2015 do Regiónu TIRNAVIA prišlo z **Českej republiky** (5 693) +8 % z celkového počtu zahraničných návštevníkov, **Nemecka** (2 345) - 7 % z celkového počtu zahraničných návštevníkov, **Poľska** (2 248) +39 % z celkového počtu zahraničných návštevníkov, **Francúzska** (1 859) +15 % z celkového počtu zahraničných návštevníkov. V rámci Turistického informačného centra Regiónu Trnava bola zaznamenaná najvyššia návštevnosť turistov z Českej republiky a Nemecka. Návštevníci v TIC pochádzali prevažne zo susedných krajín SR, ale už boli zaznamenaní aj návštevníci z ázijských trhov.



V roku 2015 sa oficiálne údaje poskytnuté ŠÚ SR v počte prenocovaní líšia s evidenciou od samospráv podľa údajov za výber dane za ubytovanie. Samosprávy zaevidovali počet prenocovaní v roku 2015 v počte 216 890, ŠÚ SR zaevidoval 172 015 prenocovaní. Napríklad len v meste Trnava bol zaznamenaný nárast v počte prenocovaní podľa údajov poskytnutých od mesta o 27 %. Pre poukázanie vývoja počtu prenocovaní v meste Trnava od vzniku oblastnej organizácie cestovného ruchu Trnava Tourism (2012) poukazuje graf nižšie a súčasne poukazuje aj na rozdielne údaje podľa výkazov mesta Trnava a ŠÚ SR.

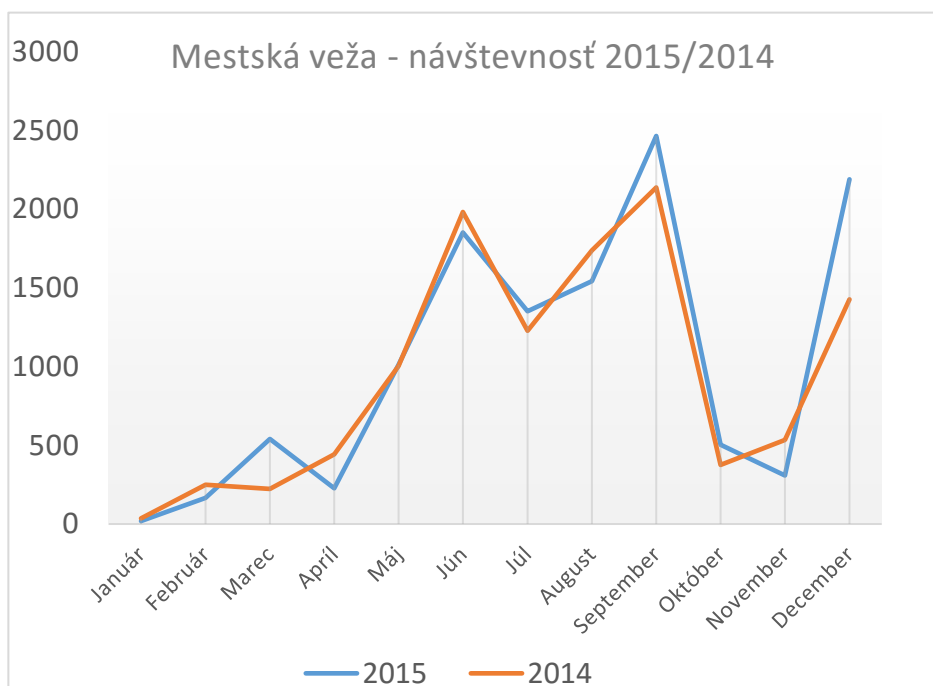


Návštevnosť Turistického informačného centra v medziročnom porovnaní 2015/2014:



Návštevnosť v TOP turisticky atraktívnych pamiatkach Regiónu TIRNAVIA:

veža	Počet turistov 2014	Počet turistov 2015
Január	36	19
Február	250	166
Marec	223	541
Apríl	442	228
Máj	1 003	1 012
Jún	1 983	1 852
Júl	1 227	1 352
August	1 738	1 542
September	2 138	2 465
Október	375	504
November	534	308
December	1 427	2 190
Spolu	11 376	12 179



Vyhodnotenie vybraných ukazovateľov indikátorov projektu za rok 2015 je uvedené v nasledovnej tabuľke. Už po 4 rokoch svojej činnosti zaznamenáva destinácia Trnava zvýšený záujem zo strany domácich návštevníkov, na ktorých boli aj marketingové aktivity primárne zamerané. Výber dane za ubytovanie vzrástol medziročne o 5,7 %. Niektoré z vybraných ukazovateľov neboli naplnené na cieľovú hodnotu roku 2015, z dôvodu že vybrané produkty Regiónu TIRNAVIA sú stále novinkou na trhu a svojich zákazníkov si hľadajú postupne formu budovania dôvery. Poznatelnosť oblastnej org. cestovného ruchu ako tvorcu produktov CR je zatiaľ nedostatočne známa na trhu, preto aj dôvera na strane potenciálnych návštevníkov sa buduje pomalšie. Spokojnosť účastníkov pobytových a výletných balíčkov bola hodnotená na výbornú, ako aj od tých, čo navštívili destináciu, zúčastnili sa podujatí, využili služby TIC, zakúpili si produktové balíky v Regióne TIRNAVIA. Viaceré kampane Trnava Tourism dosiahli svoj efekt a to zviditeľnenie destinácie, budovanie imidžu destinácie cestovného ruchu a postupného nárastu návštevnosti.

Navrhované indikátory	2014	2015 (plán)	2015 (skutočnosť)
Počet prenocovaní	143 931	145 000	172 015
Výška vybranej dane za ubytovanie	81 119,30 €	82 000 €	85 745,25 €
Počet turistov v ubytovacích zariadeniach	48 285	49 000	60 194
Počet návštevníkov v TIC	10 804	12 000	18 837
Počet návštevníkov podporených podujatí	4 980	1 000	1 050
Počet návštevníkov pamiatky v centre mesta Trnava – historickej mestskej veže	11 376	12 000	12 179
Počet návštevníkov destinačných produktov – Vínna tour, Sladký výlet do Smoleníc, Po stopách medoviny a prehliadok mesta	123	200	123
Počet návštevníkov destinačného portálu regiontrnava.sk	27 455	29 000	76 313

MARKETINGOVÉ AKTIVITY DESTINÁCIE TIRNAVIA

1. MARKETING A PROPAGÁCIA

Suma použitej dotácie: 53 294, 57 EUR

Spolufinancovania: 1 147,00 EUR

Percentuálne využitie poskytnutých zdrojov: 99,99 %

Vyhodnotenie časovej realizácie projektu a účelového použitia dotácie:

Časová realizácia projektu bola celoročná. Účel použitia finančných prostriedkov z dotácie je špecifikovaný nižšie. Cieľom bolo zvyšovať poznaťnosť destinácie a jej produktov na zdrojových trhoch a prilákať čo najväčší počet návštevníkov, ktorí čo najdlhšie strávajú čas v destinácii Regiónu Trnavia a na Slovensku. Za tým účelom zabezpečiť marketingové aktivity na domácom trhu ako aj okrajovo na zahraničnom trhu v rámci rozpočtových možností.

Táto aktivita sa prioritne sústredila na naplnenie týchto troch projektov OOCR Trnava Tourism zadaných v popise projektu na rok 2015:

Projekt: „Budovanie imidžu destinácie TIRNAVIA“

Cieľom projektu „Budovanie imidžu destinácie TIRNAVIA“ bola podpora cieleného vytvárania asociácie regiónu so sakrálnymi pamiatkami a stredovekým mestom Trnava – Malý Rím, regiónu s možnosťami turistiky a návštevou Smoleníc – perly Malých Karpát a regiónu s ponukou kvalitných vinárstiev a medovinárstiev na svetovej úrovni ako aj ďalšie úspešné dobudovanie imidžu a pozitívneho vnímania značky – Región TIRNAVIA u širokej skupiny nielen existujúcich, ale aj potenciálnych návštevníkov (prioritne B2C, ale aj B2B).

Projekt: „TIRNAVIA – Región svetových vín“ (3 rok)

Cieľom bolo pokračovanie v marketingovej propagácii produktovej línie „Vinárstvo a vinohradníctvo“, ktorú začala Trnava Tourism v roku 2013 pod sloganom „TIRNAVIA – Región svetových vín“. V ponuke boli sobotné zážitkové vínné tour so zabezpečenou dopravou s orientáciou na individuálnych návštevníkov (B2C) ako aj exkluzívna zážitková vínná tour „Cesta poznania vína Regiónu Trnavia“ s orientáciou pre skupiny a obchodných partnerov (B2B).

Projekt: „MICE“ v kombinácii s regionálnym vinárstvom (2 rok)

MICE - meetings, incentives, congress/conferences, events) je jedinečný projekt, ktorého cieľom bolo prepojenie ponuky kongresových a konferenčných ubytovacích zariadení s ponukou regionálnych vinárstiev a ďalších vybraných doplnkových služieb (golf, kasíno...) s orientáciou na firemnú a skupinovú klientelu (B2B) s prenocovaním. Cieľ tohto projektu je dlhodobý strategický, kedy rok 2014 bol pilotným rokom. V roku 2015 Trnava Tourism ponuku MICE intenzívne propagovala od začiatku roka a kontinuálne celoročne so sloganom marketingovej kampane Konferencie a stretnutia v TIRNAVII – regióne svetových vín“.

Tieto úlohy v priebehu celého roka podporovali a zabezpečovali viaceré marketingové nástroje:

1A) ÚČASŤ NA VEĽTRHOCH, VÝSTAVÁCH A PREZENTÁCIÁCH

Suma použitej dotácie: 7 865,52 EUR

OOCR Trnava Tourism sa vďaka dotácií na rok 2015 zúčastnila viacerých významných prezentácií, ako napríklad veľtrhu cestovného ruchu ITF SlovakiaTour 2015, kde sa prezentovala v samostatnom propagačnom stánku, veľtrhu cestovného ruchu Ferien Messe vo Viedni, viacerých regionálnych prezentácií priamo v destinácií Regiónu TIRNAVIA i mimo nej vo vybraných mestách a v rámci podujatí mimo územia regiónu. OOCR Trnava Tourism uhradila z poskytnutých zdrojov MDVRR SR na projekt zaplataenie registrácie a plochy samostatného stánku na veľtrhu cestovného ruchu ITF SlovakiaTour 2015 a stánku ako súčasť národnej expozície v súlade so schváleným plánom SACR – Ferien Messe Wien 2015. V rámci ITF SlovakiaTour 2015 sa OOCR Trnava Tourism vďaka dotácií spolupodieľala aj na príprave a organizácii prezentácie pred médiami v rámci projektu „Víkend v meste“ počas veľtrhu ITF SlovakiaTour 2015, kde prezentovala zaujímavosti, TOP podujatia a atraktívne služby pre návštevníkov Regiónu TIRNAVIA.

Medzinárodné veľtrhy CR:

29.1. – 1.2.2015, ITF SlovakiaTour 2015, Výstavisko Incheba, Bratislava, SR

Vlastná imidžovo ladená expozícia s vizuálnymi produktovými líniami destinácie: Trnava – Malý Rím, Smolenice – Perla Malých Karpát, TIRNAVIA – Región svetových vín, s cieľom vytvárania asociácie regiónu s jednotlivými produktovými líniami - so sakrálnymi pamiatkami Malého Ríma a stredovekým mestom Trnava, s možnosťou trávenia voľného času v členských obciach, v okolí Malých Karpát, turistiky prepojenou s návštevou jedinečného Smolenického zámku a s ponukou kvalitných vinárstiev na svetovej úrovni ako aj budovanie imidžu, pozitívneho vnímania značky destinácie Regiónu TIRNAVIA.

15.-18.1.2015 Ferien Messe, Viedeň, Rakúsko

Prezentácia Regiónu TIRNAVIA bola realizovaná v rámci národnej expozície Slovenskej agentúry cestovného ruchu počas medzinárodného veľtrhu cestovného ruchu FERIEN MESSE vo Viedni. Ferien Messe Wien je najväčším veľtrhom v Rakúsku pre širokú verejnosť a B2B stretnutia na základe predchádzajúcej dohody a zameraný pre oslovenie návštevníkov z oblasti Viedne, Dolného Rakúska a Burgenlandu. Z uvedeného dôvodu aj Trnava Tourism zvolila účasť na tomto veľtrhu CR s účelom prezentácie ponuky CR, nakoľko ide o prihraničný región TTSK. Počas 4 dní veľtrh navštívilo viac ako 150 000 návštevníkov, čo predstavuje jedinečnú možnosť pre subjekty cestovného ruchu prezentovať svoju značku a ponúkané produkty. Dopytové zameranie veľtrhu je na mestá a kultúru.

Z prostriedkov dotácie boli hrazené nasledovné náklady: nákup diaľničnej známky a prenájom osobného vozidla za účelom prepravy propagačných materiálov a prezentačnej techniky, ubytovanie 1 osoby počas trvania veľtrhu. V rámci expozície SACR mala OOCR Trnava Tourism vyhradený samostatný pult, kde bol návštevníkom odprezentovaný Región TIRNAVIA – jeho kompletná turistická ponuka. Počas veľtrhu bola zhromaždená databáza kontaktov B2C a B2B.

Miniveľtrh pútnických miest

27. a 28. marec 2015, Kromeríž, ČR

Trnava ako pútnické mesto bolo prezentované medzi historicky významnými pútnickými miestami v ČR a SR. Súčasťou tohto 2-dňového miniveľtrhu bolo aj zastúpenie CK zameraných na pútnický CR, kde sa prezentovala ponuka sakrálnej TRNAVY a významu mesta pre pútnikov v rámci produktovej komunikačnej línie Trnava – Malý Rím.

RegioTour Expo Trenčín

15. – 17.5.2015, Výstavisko TMM, Trenčín, SR

Prezentácie Regiónu TIRNAVIA pre návštevníkov zo susedného Trenčianskeho kraja s cieľom motivovania ich k návšteve atraktívnych produktov CR, Smolenice – Perla Malých karpát, TIRNAVIA – región svetových vín, Trnava – Malý Rím a pod.

Účasť na najvýznamnejších veľkých podujatiach priamo v destinácií s vysokou koncentráciou návštevníkov z celého Slovenska:

Víno Trnavia, 24. – 25.4.2015, Športová hala Slávia, Trnava, SR

Medzinárodná súťažná výstava vín s koncentráciou návštevníkom nielen zo Slovenska, ale aj zo zahraničia. Počas celej výstavy OOCR Trnava Tourism prezentovala návštevníkom ponuku produktového portfóliá Regiónu Trnavia v rámci samostatného prezentačného pultu.

Trnavská brána, 14. – 16.8.2015, Trojičné námestie a Hlavná ulica, Trnava, SR

Medzinárodný folklórny festival, ktorý prebieha každoročne v priamo v historickom centre mesta Trnava s návštevnosťou niekoľko tisíc nielen Trnavčanov, ale aj návštevníkov zo Slovenska a zahraničia. Počas festivalu OOCR Trnava Tourism prezentovala ponuku produktov cestovného ruchu v rámci regionálneho stánku Slovenskej agentúry pre cestovný ruch.

Tradičný Trnavský jarmok, 10. – 13.9.2015, Trojičné námestie a Hlavná ulica, Trnava, SR

Najvýznamnejšie kultúrno – spoločenské podujatie mesta Trnava, ktoré je návratom k tradíciám dávnych miestnych trhov a ktoré každoročne dosahuje viac ako dvadsaťtisícovú návštevnosť. OOCR Trnava Tourism prezentovala Región Trnavia, jeho atraktívnu turistickú ponuku v rámci samostatného stánku počas celého trvania jarmoku.

Stredoveká Prešovačka, 4.9.2015, nádvorie Trnavskej Radnice, Trnava, SR

Už tradičné podujatie, znázorňujúce otvorenie vinárskej sezóny, so stúpajúcou návštevnosťou a koncentráciou relevantnej cieľovej skupiny. OOCR Trnava Tourism prezentovala turistickú ponuku v samostatnom stánku počas celého dňa. Súčasťou podujatia bola prezentácia regionálnych vinárstiev a ponuka regionálnych gastrošpecialít.

Ružindolská Bosorka, 24.10.2015, nádvorie vinárstiev Rosenthal a Dobrý pocit, Ružindol, Región Trnavia, SR

Vinárske podujatie, rekonštruujúce historické udalosti zo života „bosorákov a bosoriek“ v obci Ružindol. Podujatie v obci Ružindol organizuje Trnava Tourism – oblasťná organizácia cestovného ruchu, ktorá podporuje a zabezpečuje marketing cestovného ruchu v Trnave a okolitých obciach – v tzv. Regióne TIRNAVIA.

Účasť na vybraných miestach a podujatiach mimo regiónu s prítomnosťou špecificky ladenej klientely:

Košice Gurmán Fest, 12. – 14.6.2015, Mestský park, Košice, SR

V Košiciach sa konal v poradí 6. ročník gastronomického podujatia roka na Východnom Slovensku. V atraktívnom prostredí mestského parku mali návštevníci možnosť vychutnať si skvelé jedlo, rozmanité vína, či relaxovať pri jazzovom koncerte. Región TIRNAVIA sa predstavil návštevníkom v rámci témy TIRNAVIA, región svetových vín, kde predstavil vinárstva, medovínárstva, ako aj programovú ponuku pre návštevníkov na predĺžený víkend s možnosťou ubytovania sa a ponuky atraktívnych podujatí. Podujatia sa zúčastnilo viac ako 40 vystavovateľov.

Dni otvorených dverí RTVS, 5.9.2015, Budova RTVS, Bratislava, SR

Redaktori, technici a vysielačie tímy Rádia Regina v Bratislave sa 5. septembra počas dňa otvorených dverí tešili zo stretnutí a z rozhovorov s poslucháčmi a fanúšikmi. Skvelá hudba, nabitý program a netradičné živé vysielačie vrátane prezentácie regiónov Slovenska, kde nechýbal so svojou prezentáciou ani Región TIRNAVIA, región svetových vín.

Finančné prostriedky dotácie boli na účely tejto kapitoly využité k úhrade realizácie prezentačných stánkov, prenájmov plôch, účastníckych poplatkov, vstupného, ostatných služieb spojených

s prezentáciou, na ubytovanie pre prezentátora za región TIRNAVIA, na nákup pohonných hmôt, prenájom motorového vozidla, ako aj nákup diaľničnej známky za účelom prepravy propagačných materiálov na prezentácie, cestovných lístkov za účelom prepravy zamestnanca na prezentáciu, veľtrhy CR, na nákup gastronomických špecialít využívaných pri prezentáciách, cateringu pre B2B partnerov počas prezentácii, potrebného vybavenia stánkov, pokrytie personálnych nákladov, nákup a zabezpečenie prezentačnej techniky, propagačných materiálov, nákup rámov na plagáty, tlač a spracovanie outdoorbannerov, tlač a spracovanie plagátov, grafické služby spojené s realizáciou prezentačných predmetov, bannerov, plagátov, propagačných nástrojov, prenájom stánkov, na nákup inventáru do stánkov, a iných nákladov súvisiacich s propagáciou.

V rámci budovania imidžu destinácie organizácia proaktívne pracovala na budovaní vzťahov a predstavovaní destinácie pred odbornou verejnosťou. Spolupracovala počas roka a aktívne sa prezentovala dva krát počas roka 2015 na Klube Incomingových cestových kancelárii SACKA s cieľom predstavenia komplexnej ponuky služieb CR, prezentovala destináciu na HORECA – JESENNÉ STRETNUTIE HOTELIEROV SLOVENSKA, prezentovala sa s novinkami na jesennom stretnutí členov Slovenskej spoločnosti sprievodcov CR a spolupracovala a aktívne prezentovala svoje výsledky práce aj pred študentami Ekonomickej fakulty Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, katedry cestovného ruchu a spoločného stravovania počas field study tour v Trnave, z ktorej vzniklo aj hodnotenie destinácie.

V rámci spolupráce so SACR boli materiály regiónu TIRNAVIA distribuované na nasledovných podujatiach:

Prezentácie v rámci vybraných podujatí nadregionálneho významu s vysokou koncentráciou návštevníkov na Slovensku v spolupráci so SACR, TIC		
Nitra	Pribinove a Cyrilometodské slávnosti	3.-5.7.2015
Sliač	Medzinárodné letecké dni	29.-30.8.2015
Kremnica	Kremnické gagy	28.-30.8.2015
Svätý Anton	Dni sv. Huberta	5.-6.9.2015
Bratislava	Račianske vinobranie	11.-13.9.2015
Skalica	Skalické dni	18.-19.9.2015
Pezinok	Pezinské vinobranie	18.-20.9.2015
Modra	Modranské vinobranie	25.-26.9.2015
Sebechleby	Oberačka po Sebechlebsky	3.10.2015

1B) POZNÁVACIE CESTY/ FAMTRIPY PRE B2B PARTNEROV

Suma použitej dotácie: 4 931,50 EUR

Vyhodnotenie časovej realizácie projektu a účelového použitia dotácie:

Okrem štandardných foriem reklamy formou media-mixu (vonkajšia a vnútorná reklama, inzercia v tlačенých a elektronických médiách, reklamná spolupráca pri podujatiach) sa Trnava Tourism v roku 2015 zamerala aj na budovanie vzťahov s odbornou verejnosťou, kde využila cielenejšie sa zameranie na vopred identifikovaných partnerov prostredníctvom organizovania infociest – fam tripov, press tripov pre novinárov a konkrétnych MICE inšpekčných ciest na základe prejaveneho záujmu o organizovanie kongresov, konferencií a iného typu podujatí na území regiónu TIRNAVIA.

Hlavným dôvodom organizovania poznávacích infociest/presstripov pre zahraničných novinárov je pre Trnava Tourism publikovanie informácií, reportáží, článkov alebo TV spotov o Regióne TIRNAVIA ako lákavej destinácii cestovného ruchu. Výstupy z poznávacích ciest sú dôveryhodným zdrojom

informácií pre cieľovú skupinu, pretože sú v skutočnosti opisom osobných skúsenosti a zážitkov účastníkov infociest priamo v destinácii. Infocesty sú finančne neporovnateľne menej náročné ako cieleňá platená inzercia v jednotlivých médiách a sú veľmi silným a efektívnym nástrojom komunikácie.

Pracovno-prezentačné cesty pre touroperátorov tzv. famtripy majú rovnaký cieľ ako infocesty pre médiá, avšak ich hlavným zámerom je predstavenie sekundárnej ponuky cestovného ruchu destinácie TIRNAVIA, z čoho možno najširšieho spektra ponúkaných služieb cestovného ruchu. Súčasťou programu sú aj rokovania s partnermi s cieľom nadviazania spolupráce s miestnymi komerčnými subjektmi a následné vytváranie zmluvných partnerských vzťahov. Hlavným cieľom je prezentovať Región TIRNAVIA ako atraktívnu destináciu CR a následne vyvolať záujem a pozitívnu motiváciu touroperátorov zaradiť destináciu, resp. konkrétne produkty CR do ponukových katalógov.

Za účelom **získavania skupinovej klientely (B2B)** do destinácie realizovala organizácia cieleňe v priebehu roka 2015 jeden famtrip pod názvom „Konferencie a stretnutia v TIRNAVII – regióne svetových vín“, ktorých sa zúčastnili zástupcovia potenciálnych B2B partnerov (HR manažéri) z okolia Bratislavy, ako aj ostatných častí Slovenska a v rámci potenciálu, ktorý bol vopred identifikovaný podľa typu produktu a cieľovej skupiny:

16.9.2015 Famtrip po Regióne Tirnavia pre zástupcov firemnej klientely

- účasť 12 B2B partnerov - zástupcov spoločností: RCPC, SLSP, PANX, Istrokapital, SPaP, Worwag Pharma, Penta Investments, Henkel Slovensko, Rajo, MEDIACENTRAL, ING Bank

19.9.2015 Korporátna návšteva vinárstiev Terra Parna a Karpatská Perla

- účasť 6 B2B partnerov

17.10.2015 Korporátna návšteva vinárstiev Vína z mlyna a Terra Parna

- účasť 1 B2B partnera

14.11.2015 Korporátna návšteva vinárstiev Karpatská perla a Vína z mlyna

- účasť 3 B2B partnerov

23.10.2015 Korporátna návšteva medovinárstva Apimed

- účasť 4 B2B partnerov

28.11.2015 Korporátna návšteva vinárstiev Terra Parna a Vína z mlyna

- účasť 1 B2B partnera

Počas celodenného programu bola B2B partnerom predstavená bohatá ponuka destinácie Regiónu Tirnavia, od možností ubytovania rôznej kategórie, usporiadania firemných eventov, seminárov, školení, teambuildingov nielen v hoteloch, ale aj vo vinárstvach. Účastníci infocesty spoznali vinárstva Regiónu Tirnavia a ich možnosti zorganizovania post programu v nich, ako aj možnosti doplnkového programu. Cieľom bolo oboznámiť kompetentných zástupcov spoločností s kompletnou ponukou destinácie a tak získať perspektívne dopyty pre realizáciu rôznych eventov práve v Regióne Tirnavia. V roku 2015 sa podarilo v rámci partnerstva s členmi usporiadať šesť firemných eventov. Podľa vypracovaných cenových ponúk, potencionálne číslo mohlo byť aj vyššie. Vďaka marketingovej podpore organizácie sa citeľne zvýšil dopyt o destináciu a upriamenie pozornosti na Trnavu a okolie ako zaujímavú „kongresovú a obchodnú“ destináciu s ponukou kvalitných služieb a netradičného zážitkového doplnkového programu, čo nám potvrdili aj samotné členské hotely. Naďalej sa organizácia bude zameriavať na cieleňe vyťaženie služieb hotelov a predlžovanie dĺžky pobytu firiem v regióne prostredníctvom atraktívneho kongresového a incentívneho programu a prostredníctvom rozširovania B2B spolupráce nielen na Slovensku.

Za účelom zabezpečenia kontinuálneho budovania imidžu, pozitívneho vnímania značky TIRNAVIA nielen na Slovensku, ale aj v zahraničí a za účelom predstavenia turisticky atraktívnej ponuky Regiónu Tirnavia realizovala OOCR Trnava Tourism v priebehu roka 2015 sedem famtripy a presstripy: pre poľských novinárov a touroperátorov, pre spisovateľov píšucich pre Expedia Tourism Destination z Austrálie, pre nemeckého novinára z vydavateľstva Michael Muller Verlag k pripravovanému

sprievodcovi po Slovensku, rakúsku TV ORF, pre zástupcov slovenských a českých médií, ako aj intenzívne spolupracovala na budovaní vzťahov s novinármi.

2.5. 2015 Korporátna návšteva vinárstiev Terra Parna a Vína z mlyna

- účasť 2 B2B partnerov – zástupcov slovenských médií

4. – 6.5.2015 Famtrip po Regióne Tarnavia pre poľských novinárov a touroperátorov

- účasť 8 B2B partnerov vrátane zahraničného zastúpenia SACR z Varšavy: CK Fatra, CK ACTIV, Toruń Meetings Konferencie a Kongresy, portál ONET PL, denník „Dziennik Zachodni“, lifestyleový týždenník Życie na Gorąco, turistický blog osiemstop.

15.- 16.5.2015 Famtrip pre zástupcov slovenských a českých médií

- účasť 8 B2B partnerov - zástupcov nasledovných médií: vkocke.sk, National Geographic, womanman.sk, womanman magazin, len po Slovensku, dromedar, topky.sk, glanc, InBar&Restaurant, inbar.sk, nicemagazine.cz, inspirovanikrasou.cz.

13.7.2015 TV MARKÍZA
Mediálny výstup Vo štvorici po Slovensku vlakom

23.7.2015 Mediálny výstup v ORF v spolupráci so zahraničným zastúpením SACR vo Viedni



<http://tvthek.orf.at/program/heute-leben/4660213/heute-leben/10251102>

12.10.2015 Famtrip pre zástupcu RTVS

- účasť 1 B2B partnera – zástupcu RTVS

V prípade famtripu pre poľských novinárov a touroperátorov ako aj pre zástupcov slovenských a českých médií išlo o viacdňovú poznávaciu infocestu po Regióne Tarnavia s cieľom oboznámenia B2B partnerov s turisticky atraktívnou ponuku destinácie Regiónu Tarnavia a prostredníctvom ich celoročných PR výstupov v relevantných médiách budovať pozitívny imidž a značku destinácie. V prípade famtripu pre zástupcu RTVS išlo o jednodňovú poznávaciu infocestu. Pre touroperátorov bola predstavená programová ponuka pre turistov, ubytovacie kapacity, produktové balíky.

Infocesty zahraničných novinárov a touroperátorov patria ku kľúčovým nástrojom marketingu a propagácie cestovného ruchu. Trnava Tourism ich považujú za jednoznačne najúčinnjší spôsob komunikácie s potenciálnymi partnermi. Hlavným cieľom pracovných ciest novinárov a touroperátorov je propagácia destinácie TIRNAVIA ako cieľového miesta cestovného ruchu a zároveň podpora predaja produktov destinácie.

Finančné prostriedky dotácie boli na účely tejto kapitoly využité k úhrade cateringové, degustačné programy, stravovacie služby, prezentačné presskity, USB kľúče, ubytovacie, sprievodné (doplnkové) služby v destinácii, sprievodcovské služby (odmeny a odvody pre dohodárov sprievodcov CR), upomienkové predmety, doprava a iné potrebné výdavky na prezentáciu Regiónu TIRNAVIA boli hrazené z poskytnutej dotácie na túto aktivitu.

1C) ELEKTRONICKÝ MARKETING

Suma použitej dotácie: 18 303,89 EUR

Z prostriedkov dotácie bolo v roku 2015 v rámci elektronického marketingu pre účely propagácie štyroch produktových línií realizované:

- ✓ **Kampaň „MICE“ – zameraná na propagáciu témy „Konferencie a stretnutia medzi vinicami. V TIRNAVII – regióne svetových vín“.**

Orientácia na firemnú a skupinovú klientelu – B2B.
Trh: Celé Slovensko (hlavne krajské mestá)

Obdobie nasadenia kampane celkovo v roku 2015: 27.apríla až 30.november

1. vlna - apríl až jún (27.4. – 14.6.)
2. vlna - august až november (17.8. – 30.11.)

- ✓ **Kampaň „Vinárstvo a vinohradníctvo“ – zameraná na propagáciu témy „TIRNAVIA - región svetových vín“**

Orientácia na individuálnu klientelu – B2C.
Trh: Celé Slovensko (hlavne krajské mestá) – gro západné a stredné Slovensko, východné Slovensko - cca po Poprad

Obdobie nasadenia kampane celkovo v roku 2015: 27.apríl až 25.november

1. vlna - apríl až máj (27.4. – 1.5.)
2. vlna - august až november (17.8. – 25.11)

- ✓ **Kampaň „Sakrálna Trnava“ – zameraná na propagáciu témy „Trnava - Malý Rím“**

Orientácia na individuálnu klientelu – B2C.
Trh: Celé Slovensko (hlavne krajské mestá) – pre západné a stredné Slovensko, východné Slovensko - cca po Poprad

Obdobie kampane celkovo v roku 2015: 15.jún – 28.august / prázdninová výletná sezóna

- ✓ **Kampaň „Smolenice – Perla Malých Karpát“ – zameraná na propagáciu Smoleníc so Smolenickým zámkom, jaskyňou Driny, turistických trás, degustáciou včeloviny, atď.**

Orientácia na individuálnu klientelu – B2C.
Trh: Celé Slovensko (hlavne krajské mestá) – gro západné a stredné Slovensko

Obdobie nasadenia kampane celkovo v roku 2015: 15.jún – 30.august / prázdninová výletná sezóna

Obdobie nasadenia kampane pre produkt „Sladký výlet do Smoleníc“ v roku 2015: 1.september – 26.november 2015

Súčasťou kampaní boli aj súťaže na sociálnych sieťach:



Súčasťou tejto aktivity bola aj realizácie týchto výdavkov:

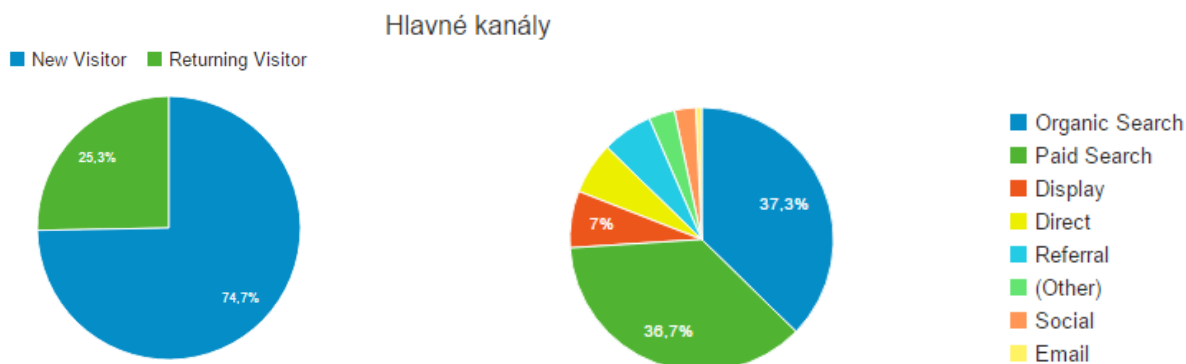
- naprogramovanie e-bannerov pre potrebu online kampaní v systéme Google (Google Search a Google Adwords) a na sociálnej sieti (Facebook) produktových línií destinácie Tirnavia, ako aj ich grafické spracovanie,
- správa online kampaní realizovaná dodávateľsky na základe zadanie prostredníctvom profesionálneho online manažmentu, online marketing cieleň na potenciálnych klientov B2C a B2B v rámci všetkých produktových línií v systéme Google a na sociálnej sieti (Facebook) s využitím nástrojov textovej a obrazovej PPC reklamy a remarketingu počas celého roka,
- nákup kreditov v systéme Google a sociálnej sieti Facebook realizovaný priamo organizáciou, neskôr dodávateľsky prostredníctvom online manažmentu.

Z prostriedkov dotácie boli v roku 2015 v rámci elektronického marketingu pre účely propagácie destinácie Regiónu Tirnavia ďalej realizované aktivity a služby:

- vytvorenie podstránok a úplné naplnenie novej nemeckej verzie destinačného portálu a postupne aj spracovávanie príprav na spustenie anglickej jazykovej verzie destinačného portálu www.regiontirnavia.sk začiatkom roka 2016,
- preklady potrebných imidžotvorných textov do jazykových mutácií (NJ/AJ),
- rozširovanie a aktualizovanie destinačného portálu prostredníctvom dodávateľskej spoločnosti,
- doprogramovanie potrebných úprav destinačného portálu: tematika cookies, duplikácia webkomponentov, a pod.
- spracovanie textov o pamiatkach, historicky významných objektoch a pod. pre destinačných systém deskline,
- spracovanie tematiky „Ochrany osobných údajov.“

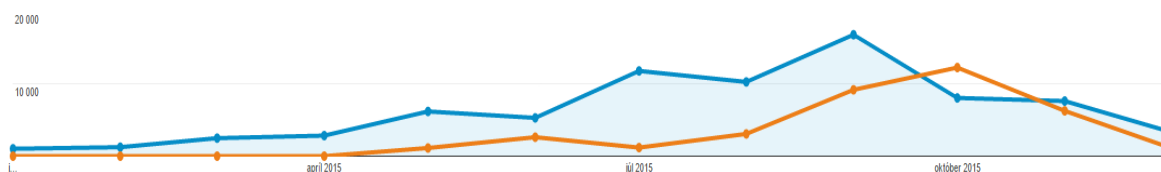
Nadalej sa realizoval v roku 2015 **DIRECT MAILING** – rozposielanie newsletterov, databáza cca 2000 B2B a B2C kontaktov.

Návštevnosť webového portálu www.regiontirnavia.sk od 1.1.2015 do konca roka 31.12. 2015
76 313 návštevníkov, ktorí navštívili destinačný web. portál 144 670 krát. Z celkového počtu 74,7 % tvorili noví návštevníci a 25,3 % vracajúci sa. Priemerný čas zotrvania na stránke 1 minúta 22 sekúnd.



Najviac návštevníkov 36,7 % navštívilo webovú stránku vďaka platenej reklame v systémoch Google Search, Google Display a prostredníctvom platených postov v sociálnej sieti facebook. Oproti minulému roku vzrástlo percento organického vyhľadávania a o to 25,4 %, čomu nasvedčuje silná marketingová podpora a PR podpora značky Región Tirnavia.

Porovnanie roka 2014 z rokom 2015



Obdobie od 1.1.2014 – 31.12.2014 s obdobím od 1.1.2015 – 31.12.2015

V roku 2015 sa oproti roku 2014 zvýšila návštevnosť destinačného webového portálu o 108,53%. Najvyššia návštevnosť webového portálu bola v mesiaci september 2016, kedy webovú stránku navštívilo 16 640 návštevníkov. Miera zotrvania v destinačnom webovom portáli sa oproti roku 2014 taktiež zvýšila a to o 7,9 %. V roku 2015 počet nových unikátnych návštevníkov klesol o 0,3%, naopak vzrástlo percento stálych vracajúcich sa návštevníkov o 0,3%.

1D) TVORBA PROPAGAČNÝCH A INFORMAČNÝCH TLAČOVÍN A PREDMETOV

Suma použitej dotácie: 7 746,39 EUR

Cieľom organizácie bolo zabezpečenie dostatočného množstva propagačných a informačných materiálov v požadovaných jazykových mutáciách, pre prezentačné účely na vlastnej expozícii na veľtrhu cestovného ruchu ITF SlovakiaTour 2015, výstavách, prezentačných miestach, na vybraných podujatiach v spolupráci so SACR, u členov a partnerov OOCR Trnava Tourism, v Turistickom informačnom centre – Regiónu Trnava.

Z prostriedkov dotácie sa zrealizovalo grafické spracovanie (DTP práce), textové revízie, preklady do jazykových mutácií AJ/NJ a následne tlač týchto propagačných materiálov:

	Počet kusov	Jazyky
Turistický minisprievodca Trnava	4 300	SJ
Turistický minisprievodca Trnava	1 000	NJ
Turistický minisprievodca Smolenice	1 000	NJ
Turistický minisprievodca Smolenice	2 000	SJ
Turistický minisprievodca Smolenice	1 000	AJ
Turistický minisprievodca Ružindol	300	SJ
Vinárska sezóna 2015	3 000	SJ
Vinárska sezóna 2015	1 000	NJ
Pobytový leták „Vínne tour 2015“	2 500	SJ
Výlet do Smoleníc	2 000	SJ
Výlet do Dolnej Krupěj	2 000	SJ
Prehliadky so sprievodcom	1 000	SJ
Prehliadky so sprievodcom	500	AJ
Prehliadky so sprievodcom	500	NJ
Adventné akcie v Mestskej veži	500	SJ
Malý Rím	500	SK
Turistická mapa Regiónu Trnava	15 000	SJ/AJ/NJ
Kalendár podujatí na rok 2016	3 000	SJ
Kalendár podujatí na rok 2016	3 000	AJ/NJ

Z tejto aktivity sme realizovali grafické spracovanie plagátov a ich tlač s témami:

- PRVÝ JARNÝ DEŇ NA VEŽI
- ZATMENIE SLNKA NA VEŽI
- SÚŤAŽ O NAJLEPŠIU SELFIE
- TRNAVSKÉ ORGANOVÉ DNI
- PREHLIADKY SO SPRIEVODCOM
- GARANTOVANÉ PREHLIADKY
- PERNIKIÁDA

1E) TVORBA IMIDŽOVEJ FOTOBANKY

Suma použitej dotácie: 0,- EUR

V roku 2015 OOCR Trnava Tourism nerozširovala imidžovú fotobanku destinácie. V tejto aktivite plánuje OOCR Trnava Tourism pokračovať v roku 2016.

1F) REKLAMA, INZERCIA A REKLAMNÉ KAMPANE

Suma použitej dotácie: 14 447,27 EUR

Z prostriedkov dotácie bola v roku 2015 realizovaná kúpa:

- ❖ mediálneho priestoru pre printovú inzerciu a grafická realizácia inzercie
 - **6.6.2015 Periodikum SME príloha „Potulky po Slovensku III.“** – v rámci PR kampane Sakrálna Trnava a Smolenice – Perla Malých Karpát,
 - **Katalóg k súťaži vín - Víno TIRNAVIA**

- ❖ mediálneho priestoru pre vysielanie reklamných rozhlasových spotov
 - Media RTVS, s.r.o – pre projekt MICE jar 2015, 26 oznamov, vrátane výroby 30 sekundového rozhlasového spotu,
 - Media RTVS, s.r.o – pre projekt MICE jeseň 2015, 8 oznamov,
 - Media RTVS, s.r.o – pre projekt Víno jar 2015, 13 oznamov, vrátane výroby 30 sekundového rozhlasového spotu.
 - Media RTVS, s.r.o – pre projekt Víno jeseň 2015, 18 oznamov.

- ❖ mediálneho priestoru pre distribúciu propagačných materiálov
 - **10. – 23.3.2015 umiestnenie city light plagátov v meste Trnava a Nitra** – pre projekt Víno. V rámci kampaní sa realizovala aj outdoorová kampaň v rámci ktorej sa z dotácie hradili prenájmy reklamných plôch, tlač a výlep plagátov. Účel bol motivovať k návšteve regiónu TIRNAVIA z okolitých regiónoch.

Vďaka poskytnutej dotácií spolupracovala OOCR Trnava Tourism s profesionálnou PR agentúrou, ktorá vytvárala vzťahy, odporúčania, ako aj identifikáciu vhodných novinárov zástupcov slovenských a českých médií na presstrip v dňoch 15. – 16.5.2015 píšucich pre cieľovú skupinu destinácie, presstrip dňa 16.9.2015 pre zástupcov potencionálnych B2B partnerov (HR manažérov), koordinovala mediálne výstupy po oboch presstripoch a spracovala monitoring mediálnych výstupov. Taktiež bola nápomocná pri zostavovaní PR kampaní, medialistu, monitorovaní mediálnych výstupov a pri editovaní tlačových správ.

Realizované boli pravidelné AUDIO POZVÁNKY na produkty destinácie, ako aj podujatia do Regiónu TIRNAVIA prostredníctvom RTVS a Rádia Regína celoročne. Počas roka 2015 sa vydalo viac ako 24 tlačových správ.

2. ČINNOSŤ TURISTICKÉHO INFORMAČNÉHO CENTRA

Suma použitej dotácie: 50,99 EUR

Spolufinancovanie: 95,72 EUR a zároveň mzdové a prevádzkové výdavky

Percentuálne využitie poskytnutých zdrojov: 100 %

Vyhodnotenie časovej realizácie projektu a účelového použitia dotácie:

Aktivita je spojená s hlavným predmetom činnosti organizácie cestovného ruchu a tou je podpora rozvoja cestovného ruchu na území regiónu TIRNAVIA, konkrétne zvýšenie informovanosti o produktovej a programovej ponuke čo najväčšieho počtu návštevníkov mesta TRNAVA a jeho okolia vrátane poskytovania odborného poradenstva ako aj šírenie osvetu medzi obyvateľmi Trnavského kraja. V roku 2015 organizácie Trnava Tourism rozšírila otváracie hodiny počas letnej sezóny. V TIC zamestnávala 2 zamestnancov na TPP a mnoho brigádnikov. V rámci TIC sa zabezpečovala aj činnosť vzdelávacia recepčných v ubytovacích zariadeniach o produktoch a atraktivitách regiónu TIRNAVIA. TIC realizuje aj podnikateľskú činnosť organizácie, je predajným miestom suvenírov, poskytuje sprievodcovskú činnosť prostredníctvom dohodárov sprievodcov CR a iné aktivity.

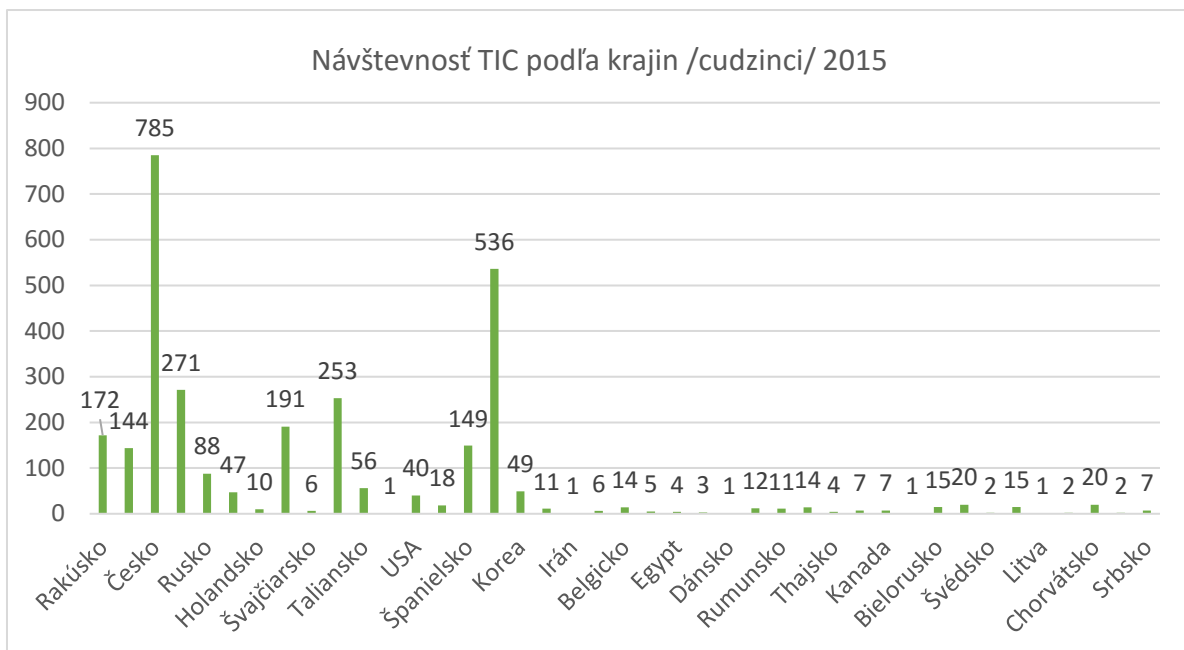
Prínosom tejto aktivity je predĺženie dĺžky pobytu a zvýšenie výdavkov na služby CR oslovením turistov atraktívnymi informáciami o ponuke a upriamením ich pozornosti na vyplnenie ich času v destinácii, ako aj motivovanie k opakovanej návšteve a zabezpečenie nezabudnuteľného zážitku, ktorý podporuje vytváranie pozitívneho imidžu o destinácií.

Vďaka poskytnutým prostriedkom z dotácie na rok 2015 sa zrealizovali viaceré prehliadky mesta Trnava s cieľom prilákania nových potenciálnych návštevníkov mesta, ako aj poskytnúť možnosť spoznať destináciu aj pre znevýhodnené skupiny so sprievodcom v dobovom kostýme a to pri príležitosti Svetového dňa sprievodcov cestovného ruchu 21.2.2015 ako aj pri príležitosti Svetového dňa cestovného ruchu 27.9.2015. Tieto osvetové aktivity boli úzko spojené s jednou z hlavných činností organizácie a tou je podpora informovanosti a zvýšenie povedomia domáceho obyvateľstva ako aj samotných návštevníkov o meste TRNAVA, jej historickom význame, ako aj okoliu mesta. Hlavným cieľom však bolo posilnenie pozitívneho imidžu a kontinuálne šírenie dobrého mena destinácie TIRNAVIA. Realizované aktivity v rámci projektu: Uhradenie personálnych nákladov na sprievodcu CR počas oboch osvetových akcií.

Turistické informačné centrum Regiónu TIRNAVIA poskytuje aj služby sprievodcov cestovného ruchu. Novinkou boli cykloprehliadky na bicykloch Kolo kolo.

V roku 2015 bol realizovaný nasledovný počet prehliadok pre organizované skupiny:

Prehliadky so sprievodcom	Slovenský jazyk	Cudzí jazyk
Január	2	0
Február	1	2
Marec	1	1
Apríl	2	3
Máj	5	6
Jún	2	6
Júl	2	3
August	5	2
September	1	5
Október	6	4
November	5	2
December	5	2
Spolu	37	36



Ukážka plagátov na vybrané akcie TIC:

Trnava
Stredoveké mesto kráľov

- prehliadky mesta so sprievodcom
- októbrové a novembrové soboty od 10³⁰ do 12⁰⁰ h
- návšteva tajuplných pamiatok dávnej histórie mesta

3€ dospelý
2€ študent, dieťa, senior, ZTP

Informácie a rezervácie na www.regiontrnavia.sk, v Turistickom informačnom centre - Región TRNAVIA, na t.l.: +421 33 3256440 alebo emailom: info@trnavatourism.sk

Májový kvet
13. a 14.5.2015

Zľavnené vstupné na Mestskú vežu:
dospelí - 2,00€
študenti/ZTP/dôchodci - 1,00€
deti /6-15rokov/ - 0,50€

27.9.2015
Svetový deň turizmu

Komentované prehliadky Mestskej veže so sprievodcom o 15:00 a o 16:30 hod.

Počet účastníkov je obmedzený, rezervácia vstupeniek telefonicky na tel. č. +421 33 32 36 440 alebo e-mailom na info@trnavatourism.sk.

Vstupné:
3€ dospelí, 1,5€ študenti/seniori, 0,5€ deti

3. TVORBA A PREVÁDZKA REZERVAČNÉHO SYSTÉMU

Suma použitej dotácie: 0,- EUR

Spolufinancovanie: 1 998,- EUR

Percentuálne využitie poskytnutých zdrojov: 0 %

Vyhodnotenie časovej realizácie projektu a účelového použitia dotácie:

Cieľom aktivity je pokračovať vo vytváraní komplexného destinačného portálu, ktoré súčasťou je funkčný rezervačný systém destinácie s atraktívne podanou informáciou. Spracovaná komplexná ponuka služieb s možnosťou okamžitej rezervácie resp. kúpy, vedie ku zvýšenej spotrebe služieb, ktoré destinácia ponúka. Zároveň sa vytvára prostredie pre tvorbu kombinovaných produktových balíčkov a ich predaja (ubytovanie, prehliadky mesta, vstupenky, ponuky degustácii a mnoho iných atraktívnych lákadiel). Možnosťou priameho objednania služieb, najmä ubytovacích, prostredníctvom rezervačného systému priamo na destinačnej web stránke zvyšovať motiváciu k návšteve, k predĺženiu pobytu na území destinácie a k zvýšeniu výdavkov počas pobytu.

V roku 2013 bol obstaraný softvér spĺňajúci funkciu content management systému, ktorý je jadrom všetkých aplikačných riešení komplexného turistického informačného portálu. V nasledujúcich rokoch sa naplňovala priebežne databáza, aktualizovala a využíval sa rezervačný systém, ktorého licenciu sme v roku 2015 hradili z vlastných zdrojov.

V roku 2015 sa táto aktivita realizovala formou interného naplňovania systému, tvorby textov, prekladov do jazykových mutácií, grafického spracovania obsahu, doplnenie fotodokumentácie obsahovej stránky, interná tvorba databáz, aktualizácia obsahu, školenia pre členov a partnerov tejto aktivity, vyhodnocovanie využiteľnosti systému (štatistiky návštevnosti), nastavenie marketingovej kampane systému, využívanie tohto softvéru na online rezervácie, Výdavky na tieto činnosti predstavovali prevažne personálne výdavky, preklady textov, grafické práce, a pod.

Prínosom aktivity je spracovaná komplexná ponuka služieb na destinačnom portáli s možnosťou ich priamej rezervácie resp. nákupu.

The screenshot shows a web interface for booking vacation packages. At the top, there's a navigation bar with 'Pobytové balíky' and social media links. Below it, a search bar is set to 'Slovenčina'. The main content area displays three packages:

- "Slacký" víkend s výletom do Smolenic:** Includes accommodation, a visit to Smolenice Castle and the Molpir Museum, and a honey tasting. Price: from 29,40 EUR per person.
- Zážitkový vinársky víkend v Tírnavi:** Includes accommodation, a wine tour with a visit to a winery, and free transport. Price: from 47,50 EUR per person.
- Za kráľovským nápojom do medvinárstva Apimed:** Includes a visit to Apimed winery, a degustation of 8 types of honey, and free transport. Price: from 12,00 EUR per person.

Each package has a 'DETAILY' button and a note about the availability of the package.

5. PODPORA ATRAKTIVÍT DANEJ LOKALITY

Suma použitej dotácie: 4 847,81 EUR

Spolufinancovanie: 80,16 EUR

Percentuálne využitie poskytnutých zdrojov: 100 %

Vyhodnotenie časovej realizácie projektu a účelového použitia dotácie:

Aktivita bola rozdelená na 2 podaktivity, ktorých realizácia bola celoročná a zameraná na trvalo udržateľný rozvoj destinácie Trnava a poskytovanie atraktívnych podujatí a výletov aj v mimosezónnom období, nielen v hlavnej letnej turistickej sezóne. Cieľom týchto aktivít bolo prilákať návštevníkov z rôznych kútov Slovenska a prihraničných oblastí za tradičnými podujatiami v Regióne TIRNAVIA.

5A) TEMATICKÉ PODUJATIA A PODPORA EVENTOV

Suma použitej dotácie: 3 953,81 EUR

Vyhodnotenie časovej realizácie projektu a účelového použitia dotácie:

Cieľom tohto projektu bolo zvýšenie návštevnosti a atraktívnosti destinácie Trnava. OOCR Trnava Tourism každoročne pracuje s výberom podujatí do skupiny tzv. TOP podujatí, ktoré sú dôvodom návštevy destinácie Trnava a zohrávajú dôležitú úlohu pri budovaní imidžu destinácie. Trnava Tourism za týmto účelom podporovala a spoluorganizovala viacero podujatí s nadregionálnym a turisticky atraktívnym charakterom.

❖ Trnavské organové dni, 31.7. – 17.9.2015 Bazilika sv. Mikuláša, Trnava

- ✓ realizácia hudobného otváracieho koncertu s organovým maestrom Davidom di Fiorem (USA) – 31.7.2015
- ✓ **forma podpory:** spolufinancovanie koncertu, online marketingová podpora, výroba grafického vizuálu plagátu pre otvárací koncert, grafický vizuál citylightu a e-banner,
- ✓ ponuka víkendových pobytových balíkov v spolupráci s členskými ubytovacími zariadeniami,
- ✓ **výsledok:** zvýšená návštevnosť oproti predchádzajúcemu ročníku, cca 300 návštevníkov.



❖ Stredoveká prešovačka, 4.9.2015 nádvorie Trnavskej radnice, Trnava

- ✓ príprava a realizácia historicky zameraného podujatia v spolupráci s Agentúrou Hector,
- ✓ 3. ročník – symbolické otvorenie vinárskej sezóny, s cieľom zaviesť tradíciu v Trnave a prinavrátiť mesto do čias vinárskej a vinohradníckej slávy,
- ✓ ponuka víkendových pobytových balíkov v spolupráci s členskými ubytovacími zariadeniami,
- ✓ **forma podpory:** spolufinancovanie – OOCR Trnava Tourism hlavný organizátor, online marketingová podpora,

✓ **výsledok:** návštevnosť 373 návštevníkov

❖ **Ružindolská bosorka, 24.10.2015, nádvorcia vinárstiev Rosenthal a Dobrý pocit, obec Ružindol**

- ✓ príprava a realizácia historicky zameraného podujatia v spolupráci s Občianskym združením Schattmansdorf,
- ✓ 2. ročník – historická rekonštrukcia troch na seba nadväzujúcich scén: rozsudky bez súdu , bezbožný súboj a pomsta bosoriek. Cieľom podujatia je zavedenie tradície v obci Ružindol, tento ročník bol obohatený o sprievodný program pre deti v podobe súťaže o bosorácku medailu,
- ✓ **forma podpory:** financovanie podujatia – OOCR Trnava Tourism hlavný organizátor, online marketingová podpora,
- ✓ **výsledok:** návštevnosť - 415 návštevníkov.



❖ **Pernikiáda, 13.12.2015 Kultúrne stredisko, obec Suchá nad Parnou**

- ✓ jedinečné podujatie zamerané na všetky vekové kategórie, ktoré otvorilo svoje brány aj pre návštevníkov z iných častí Slovenska. Hlavnou aktivitou na podujatí bolo zdobenie medovníkov, organizovanie rôznych workshopov zameraných na výrobu tradičných vianočných ozdôb, svietnikov, ikebán, vianočných oblátok a pod. Počas podujatia sa návštevníci mali možnosť zoznámiť s tradíciami regiónu a vyskúšať si zdobenie medovníkov za pomoci profesionálov. Podujatie má niekoľkoročnú tradíciu.
- ✓ **forma podpory:** spolufinancovanie – nákup materiálu potrebného na pečenie a zdobenie medovníkov, online marketingová podpora, grafický vizuál plagátu,
- ✓ **výsledok:** zvýšená návštevnosť o návštevníkov mimo obce - 250 návštevníkov.

5B) SHUTTLE BUS MEDZI ATRAKTIVITAMI V REGIÓNE TIRNAVIA

Suma použitej dotácie: 894,00 EUR

Vyhodnotenie časovej realizácie projektu a účelového použitia dotácie:

Cieľom a účelom aktivity bolo zabezpečiť prepravu pre individuálnych návštevníkov destinácie počas víkendov. Hlavným motívom bolo zabezpečenie dostupnosti vinárstiev a medovinárstva z Trnavy do okolia pre individuálnych návštevníkov po Regióne Tirnavia v rámci jarných a jesenných sobotných

vínných tour a piatkových výletov do medovinárstva Apimed s cieľom zvýšenia ich návštevnosti a atraktívnosti. Doprava do vinárstiev bola zabezpečovaná v týchto termínoch v čase od 14:00 – 18:30:

VÍNNE TOUR JAR A JESEŇ 2015		
MAREC	14.3.	Víno Mrva&Stanko
		Karpatská perla
MÁJ	2.5.	Karpatská perla
		Terra Parna
SEPTEMBER	19.9.	Karpatská perla
		Terra Parna
OKTÓBER	10.10.	Víno Mrva&Stanko
		Vína z mlyna
	17.10.	Vína z mlyna
		Terra Parna
	24.10.	Víno Mrva&Stanko
		Karpatská perla
NOVEMBER	14.11.	Vína z mlyna
		Karpatská perla
	28.11.	Terra Parna
		Vína z mlyna

V roku 2015 bola zabezpečovaná aj obojsmerná doprava z Trnavy do Dolnej Krupej do medovinárstva Apimed, v čase od 18.00 do 20.00 hod.

VÝLET DO MEDOVINÁRSTVA APIMED		
MÁJ	29.5.	Radlinského ul., Trnava
		Apimed a späť
SEPTEMBER	25.9.	Radlinského ul., Trnava
		Apimed a späť
OKTÓBER	23.10.	Radlinského ul., Trnava
		Apimed a späť



FINANČNÁ SPRÁVA A ÚČTOVNÁ ZÁVIERKA

Výška vybratých členských príspevkov od 1.1.2015 do 31.12.2015:	69 688,80 €
--	--------------------

Výška celkovej dotácie v r. 2015:	66 478,37 €
--	--------------------

Príjmy OOCR v r. 2015:	Stav k 31.12.2015
Zostatok na B.Ú.	7 941,- €
Členské príspevky obcí v r. 2015	60 588,80 €
Členské príspevky podnikateľských subjektov v r. 2015	8 500,00 €
Členské príspevky ostatných subjektov v r. 2015	600,00 €
Príjmy z vlastnej činnosti v r. 2015	70 695,82 €
Ostatné príjmy v r. 2015	17,87 €
<i>Štátna dotácia v r. 2013 - zúčtovanie dlhodobých častí dotácie</i>	792 €
<i>Štátna dotácia v r. 2015</i>	66 478,37 €
Spolu príjmy v r. 2015:	207 672,92 €

Výdavky OOCR v r. 2015:	Stav k 31.12.2015
Prevádzkové výdavky	48 904,09 €
<i>z toho napr.:</i>	
<i>Spotreba energie</i>	1 107,97 €
<i>Predaný tovar</i>	8 148,44 €
<i>Účtovníctvo</i>	4 303,89 €
<i>BOZP, PO</i>	914,16 €
<i>Členské AICES</i>	165 €
Mzdové a ostatné osobné náklady	91 730,99 €
Dotácia	58 193,37 €
Spolu výdavky v r. 2015	198 828,45 €

Hospodársky výsledok k 31.12.2015 v €:	8 844,47 €
--	------------

Príjmy z vlastnej činnosti v r. 2015

Prehľad tržieb za vlastné výkony a tovar s uvedením ich opisu a vyčíslením hodnoty tržieb podľa jednotlivých hlavných druhov výrobkov, služieb hlavnej činnosti a podnikateľskej činnosti účtovnej jednotky.

z toho:

<i>Sprievodcovské služby</i>	16 183,18 €
<i>Provízia za predpredaj a vstupné na MV</i>	18 329,25 €
<i>Prenájom priestorov</i>	133,33 €
<i>Sprostredkovanie a ost</i>	17 707,32 €
<i>Predaj tovaru TTI</i>	18 342,74 €

Informácia o zmenách vlastných zdrojov krytia neobežného majetku a obežného majetku (v €)	Stav na začiatku bežného účtovného obdobia (2015)	Prírastky (+)	Úbytky (-)	Presuny (+, -)	Stav na konci bežného účtovného obdobia (2015)
Fondy zo zisku					
Rezervný fond					
Fondy tvorené zo zisku					
Ostatné fondy					
Nevysporiadaný výsledok hospodárenia minulých rokov	10 139	-9 910			229
Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie	-9 910	8 844			-1 066
Spolu	229	-1 066			-837

Tvorba a použitie rezerv (v €)					
Druh rezervy	Stav na začiatku bežného účtovného obdobia (2015)	Tvorba rezerv	Použitie rezerv	Zrušenie alebo zníženie rezerv	Stav na konci bežného účtovného obdobia (2015)
Jednotlivé druhy krátkodobých zákonných rezerv	1 807	4 333	1 807		4 333
Jednotlivé druhy dlhodobých zákonných rezerv					
Zákonné rezervy spolu	1 807	4 333	1 807		4 333
Jednotlivé druhy krátkodobých ostatných rezerv					
Jednotlivé druhy dlhodobých ostatných rezerv					
Ostatné rezervy spolu					
Rezervy spolu	1 807	4 333	1 807		4 333

Stav záväzkov k 31.12.2015

Druh záväzkov	Stav na konci (v €)		
	2015	2014	2013
Záväzky po lehote splatnosti	461	976	890
Záväzky do lehoty splatnosti so zostatkovou dobou splatnosti do jedného roka	8 473	1050	1414
Krátkodobé a dlhodobé záväzky spolu	9533	2026	2304

Druh záväzkov	Stav na konci (v €)		
	2015	2014	2013
dodávateľa		2026	1060
Ostatné záväzky a nevyfaktur.dodávky		1711	1136
Záväzky voči zamestnancom		3768	3831
Záväzky voči štátnym inštitúciám		2255	2732
Daňové záväzky		230	212

Vývoj sociálneho fondu

Sociálny fond (v €)	2015	2014	2013
Stav k prvému dňu účtovného obdobia	428	252	57
Tvorba na ťarchu nákladov	313	315	274
Tvorba zo zisku			
Čerpanie	142	139	79
Stav k poslednému dňu účtovného obdobia	599	428	252

<i>Aktivity (hlavný predmet činnosti)</i>	Financovanie (v €)		
	Dotácia		
	BV		
	12.3.2015 schválené VZ	úprava rozpočtu 26.11.2015	čerpanie k 31.12.2015
AKTIVITA 1: MARKETING A PROPAGÁCIA	53 133,52 €	53 295,56 €	53 294,57 €
1 a.) veľtrhy, výstavy a prezentácie - účasť, náklady na cestovné, dohodára, prezentačná technika	7 785,40 €	7 865,52 €	7 865,52 €
1 b.) Famtripy pre B2B partnerov, touroperátorov a infocesty pre novinárov	3 500,00 €	4 926,97 €	4 931,50 €
1 c.) Elektronický marketing	19 530,00 €	18 303,89 €	18 303,89 €
1 d.) Tvorba propagačných, informačných tlačovín, predmetov, roll-upov a iné	6 565,20 €	7 738,71 €	7 746,39 €
1 e.) Tvorba imidžovej fotobanky pre propagačné účely ponuky destinácie TIRNAVIA	400,00 €	0,00 €	0,00 €
1 f.) Reklama, inzercia a reklamné kampane: v printových médiách, rozhlas, direct mailing a marketingu a iné	15 352,92 €	14 460,47 €	14 447,27 €
AKTIVITA 2: ČINNOSŤ TURISTICKÉHO INFORMAČNÉHO CENTRA	60,84 €	50,99 €	50,99 €
2 b.) Osvetové aktivity TIC	60,84 €	50,99 €	50,99 €
AKTIVITA 5: PODPORA ATRAKTIVÍT DANEJ LOKALITY	5 000,00 €	4 847,81 €	4 847,81 €
5 a.) Tematické podujatia a podpora eventov	4 200,00 €	3 953,81 €	3 953,81 €
5 b.) Shuttle bus - preprava návštevníkov medzi atrakciami v regióne	800,00 €	894,00 €	894,00 €
Spolu aktivity	58 194,36 €	58 194,36 €	58 193,37 €

SÚVAHA

Strana aktív	č.r.	Bežné účtovné obdobie			Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
		Brutto	Korekcia	Netto	Netto
a	b	1	2	3	4
A. NEOBEŽNÝ MAJETOK SPOLU r. 002 + r. 009 + r. 021	001	3960,00	1584,00	2376,00	3168,00
1. Dlhodobý nehmotný majetok r. 003 až r. 008	002	3960,00	1584,00	2376,00	3168,00
Nehmotné výsledky z vývojovej a obdobnej činnosti 012-(072+091AÚ)	003				3168,00
Softvér 013 - (073+091AÚ)	004	3960,00	1584,00	2376,00	
Oceniteľné práva 014 - (074 + 091AÚ)	005				
Ostatný dlhodobý nehmotný majetok (018+ 019)-(078 + 079 + 091 AÚ)	006				
Obstaranie dlhodobého nehmotného majetku (041-093)	007				
Poskytnuté preddavky na dlhodobý nehmotný majetok (051-095AÚ)	008				
2. Dlhodobý hmotný majetok r. 010 až r. 020	009				
Pozemky (031)	010		x		
Umelecké diela a zbierky (032)	011		x		
Stavby 021 - (081 + 092AÚ)	012				
Samostatné hnutelné veci a súbory hnutelných vecí 022 - (082 + 092AÚ)	013				
Dopravné prostriedky 023 - (083 + 092AÚ)	014				
Pestovateľské celky trvalých porastov 025 - (085 + 092AÚ)	015				
Základné stádo a ťažné zvieratá 026 - (086 + 092AÚ)	016				
Drobný dlhodobý hmotný majetok 028 - (088 + 092AÚ)	017				
Ostatný dlhodobý hmotný majetok 029 - (089 +092AÚ)	018				
Obstaranie dlhodobého hmotného majetku (042 - 094)	019				
Poskytnuté preddavky na dlhodobý hmotný majetok (052 - 095AÚ)	020				
3. Dlhodobý finančný majetok r. 022 až r. 028	021				
Podielové cenné papiere a podiely v obchodných spoločnostiach v ovládanej osobe (061- 096 AÚ)	022				
Podielové cenné papiere a podiely v obchodných spoločnostiach s podstatným vplyvom (062 - 096 AÚ)	023				
Dlhové cenné papiere držané do splatnosti (065 - 096 AÚ)	024				
Pôžičky podnikom v skupine a ostatné pôžičky (066 + 067) - 096 AÚ	025				
Ostatný dlhodobý finančný majetok (069 - 096 AÚ)	026				
Obstaranie dlhodobého finančného majetku (043 - 096 AÚ)	027				
Poskytnuté preddavky na dlhodobý finančný majetok (053 - 096 AÚ)	028				

Strana aktiv	č.r.	Bežné účtovné obdobie			Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
		Brutto	Korekcia	Netto	Netto
a	b	1	2	3	4
B. OBEŽNÝ MAJETOK SPOLU r. 030+ r. 037+ r. 042 + r. 051	029	22843,53		22843,53	16361,92
1. Zásoby r. 031 až r. 036	030	4824,76		4824,76	2903,26
Materiál (112 + 119) - 191	031				
Nedokončená výroba a polotovary vlastnej výroby (121+122)-(192+193)	032				
Výrobky (123 - 194)	033				
Zvieratá (124 - 195)	034				
Tovar (132 + 139) - 196	035	4824,76		4824,76	2903,26
Poskytnuté prevádzkové preddavky na zásoby (314 AÚ - 391 AÚ)	036				
2. Dlhodobé pohľadávky r. 038 až r. 041	037				
Pohľadávky z obchodného styku (311 AÚ až 314 AÚ) - 391 AÚ	038				
Ostatné pohľadávky (315 AÚ - 391AÚ)	039				
Pohľadávky voči účastníkom združení (358AÚ - 391AÚ)	040				
Iné pohľadávky (335 AÚ + 373 AÚ + 375 AÚ + 378AÚ) - 391AÚ	041				
3. Krátkodobé pohľadávky r. 043 až r. 050	042	3071,91		3071,91	6635,94
Pohľadávky z obchodného styku (311AÚ až 314 AÚ) - 391AÚ	043	3071,91		3071,91	6635,94
Ostatné pohľadávky (315 AÚ - 391 AÚ)	044				
Zúčtovanie so Sociálnou poisťovňou a zdravotnými poisťovňami (336)	045		x		
Daňové pohľadávky (341 až 345)	046		x		
Pohľadávky z dôvodu finančných vzťahov k štátnemu rozpočtu a rozpočtom územnej samosprávy (346+ 348)	047		x		
Pohľadávky voči účastníkom združení (358 AÚ - 391AÚ)	048				
Spojovací účet pri združení (396 - 391AÚ)	049				
Iné pohľadávky (335AÚ + 373AÚ + 375AÚ + 378AÚ) - 391AÚ	050				
4. Finančné účty r. 052 až r. 056	051	14946,86		14946,86	6822,72
Pokladnica (211 + 213)	052	2755,86	x	2755,86	2664,69
Bankové účty (221 AÚ + 261)	053	12191,00	x	12191,00	4158,03
Bankové účty s dobou viazanosti dlhšou ako jeden rok (221 AÚ)	054		x		
Krátkodobý finančný majetok (251+ 253 + 255 + 256 + 257) - 291AÚ	055				
Obstaranie krátkodobého finančného majetku (259 - 291AÚ)	056				
C. ČASOVÉ ROZLIŠENIE SPOLU r. 058 a r. 059	057	95,34		95,34	127,47
1. Náklady budúcich období (381)	058	95,34		95,34	127,47
Príjmy budúcich období (385)	059				
MAJETOK SPOLU r. 001 + r. 029 + r. 057	060	26898,87	1584,00	25314,87	19657,39

Strana pasív	č.r.	Bežné účtovné obdobie	Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
a	b	5	6
A. VLASTNÉ ZDROJE KRYTIA MAJETKU SPOLU			
r. 062+ r. 068 + r. 072 + r. 073	061	9073,27	229,19
1. Imanie a peňažné fondy r. 063 až r. 067	062		
Základné imanie (411)	063		
Peňažné fondy tvorené podľa osobitného predpisu (412)	064		
Fond reprodukcie (413)	065		
Oceňovacie rozdiely z precenenia majetku a záväzkov (414)	066		
Oceňovacie rozdiely z precenenia kapitálových účastín (415)	067		
2. Fondy tvorené zo zisku r. 069 až r. 071	068		
Rezervný fond (421)	069		
Fondy tvorené zo zisku (423)	070		
Ostatné fondy (427)	071		
3. Nevysporiadaný výsledok hospodárenia minulých rokov (+; - 428)	072	229,19	10139,21
4. Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie r. 060 - (r. 062 + r. 068 + r. 072 + r. 074 + r. 101)	073	8844,08	-9910,02
B. CUDZIE ZDROJE SPOLU r. 075 + r. 079 + r. 087 + r. 097	074	13865,60	12226,19
1. Rezervy r. 076 až r. 078	075	4333,25	1806,71
Rezervy zákonné (451AÚ)	076		
Ostatné rezervy (459AÚ)	077		
Krátkodobé rezervy (323 + 451AÚ + 459AÚ)	078	4333,25	1806,71
2. Dlhodobé záväzky r. 080 až r. 086	079	598,55	428,17
Záväzky zo sociálneho fondu (472)	080	598,55	428,17
Vydané dlhopisy (473)	081		
Záväzky z nájmu (474 AÚ)	082		
Dlhodobé prijaté preddávky (475)	083		
Dlhodobé nevyfakturované dodávky (476)	084		
Dlhodobé zmenky na úhradu (478)	085		
Ostatné dlhodobé záväzky (373 AÚ + 479 AÚ)	086		
3. Krátkodobé záväzky r. 088 až r. 096	087	8933,80	9991,31
Záväzky z obchodného styku (321 až 326) okrem 323	088	228,59	3737,13
Záväzky voči zamestnancom (331+ 333)	089	4945,18	3767,62
Zúčtovanie so Sociálnou poisťovňou a zdravotnými poisťovňami (336)	090	2825,99	2254,71
Daňové záväzky (341 až 345)	091	932,11	229,92
Záväzky z dôvodu finančných vzťahov k štátnemu rozpočtu a rozpočtom územnej samosprávy (346+348)	092	1,93	1,93
Záväzky z upísaných nesplatených cenných papierov a vkladov (367)	093		
Záväzky voči účastníkom združení (368)	094		
Spojovací účet pri združení (396)	095		
Ostatné záväzky (379 + 373 AÚ + 474 AÚ + 479 AÚ)	096		
4. Bankové výpomoci a pôžičky r. 098 až r. 100	097		
Dlhodobé bankové úvery (461AÚ)	098		
Bežné bankové úvery (231+ 232 + 461AÚ)	099		
Prijaté krátkodobé finančné výpomoci (241+ 249)	100		
C. ČASOVÉ ROZLIŠENIE SPOLU r. 102 a r. 103	101	2376,00	7202,01
1. Výdavky budúcich období (383)	102		0,00
Výnosy budúcich období (384)	103	2376,00	7202,01
VLASTNÉ ZDROJE A CUDZIE ZDROJE SPOLU r.061+ r.074 + r.101	104	25314,87	19657,39

VÝKAZ ZISKOV A STRÁT

Číslo účtu	Náklady	Číslo riadku	Činnosť			Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie	
			Hlavná nezdaňovaná	Zdaňovaná	Spolu		
a	b	c	1	2	3	4	
501	Spotreba materiálu	01	9190,22	961,04	10151,26	8216,32	
502	Spotreba energie	02	1044,00	63,97	1107,97	3078,77	
504	Predaný tovar	03		8148,44	8148,44	8190,23	
511	Opravy a udržiavanie	04				501,02	
512	Cestovné	05	612,00		612,00	93,24	
513	Náklady na reprezentáciu	06	172,29	1,85	174,14	109,95	
518	Ostatné služby	07	57429,60	27023,32	84452,92	78363,36	
521	Mzdové náklady	08	43111,27	25099,28	68210,55	67662,49	
524	Zákonné sociálne poistenie a zdravotné poistenie	09	13841,89	7616,71	21458,60	21939,85	
525	Ostatné sociálne poistenie	10					
527	Zákonné sociálne náklady	11	2239,28	972,89	3212,17	2274,77	
528	Ostatné sociálne náklady	12					
531	Daň z motorových vozidiel	13	50,55		50,55		
532	Daň z nehnuteľností	14					
538	Ostatné dane a poplatky	15	118,68	13,00	131,68	97,18	
541	Zmluvné pokuty a penále	16					
542	Ostatné pokuty a penále	17		2,73	2,73	26,30	
543	Odpísanie pohľadávky	18				12,03	
544	Úroky	19					
545	Kurzové straty	20				0,31	
546	Dary	21					
547	Osobitné náklady	22					
548	Manká a škody	23					
549	Iné ostatné náklady	24		323,44	323,44	925,56	
551	Odpisy dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého hmotného majetku	25		792,00	792,00	792,00	
552	Zostatková cena predaného dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého hmotného majetku	26					
553	Predané cenné papiere	27					
554	Predaný materiál	28					
555	Náklady na krátkodobý finančný majetok	29					
556	Tvorba fondov	30					
557	Náklady na precenenie cenných papierov	31					
558	Tvorba a zúčtovanie opravných položiek	32					
561	Poskytnuté príspevky organizačným zložkám	33					
562	Poskytnuté príspevky iným účtovným jednotkám	34					
563	Poskytnuté príspevky fyzickým osobám	35				-0,01	
565	Poskytnuté príspevky z podielu zaplatenej dane	36					
567	Poskytnuté príspevky z verejnej zbierky	37					
Účtová trieda 5 spolu		r. 01 až r. 37	38	127809,78	71018,67	198828,45	192283,37

Číslo účtu	Výnosy	Číslo riadku	Činnosť			Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
			Hlavná nezdaňovaná	Zdaňovaná	Spolu	
a	b	c	1	2	3	4
601	Tržby za vlastné výrobky	39				
602	Tržby z predaja služieb	40		52353,08	52353,08	29935,38
604	Tržby za predaný tovar	41		18342,74	18342,74	12445,78
611	Zmena stavu zásob nedokončenej výroby	42				
612	Zmena stavu zásob polotovarov	43				
613	Zmena stavu zásob výrobkov	44				
614	Zmena stavu zásob zvierat	45				
621	Aktivácia materiálu a tovaru	46				
622	Aktivácia vnútroorganizačných služieb	47				
623	Aktivácia dlhodobého nehmotného majetku	48				
624	Aktivácia dlhodobého hmotného majetku	49				
641	Zmluvné pokuty a penále	50				
642	Ostatné pokuty a penále	51				
643	Platby za odpísané pohľadávky	52				
644	Úroky	53		2,27	2,27	2,23
645	Kurzové zisky	54				
646	Prijaté dary	55				
647	Osobitné výnosy	56				
648	Zákonné poplatky	57				
649	Iné ostatné výnosy	58		15,66	15,66	110,63
651	Tržby z predaja dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého hmotného majetku	59				
652	Výnosy z dlhodobého finančného majetku	60				
653	Tržby z predaja cenných papierov a podielov	61				
654	Tržby z predaja materiálu	62				
655	Výnosy z krátkodobého finančného majetku	63				
656	Výnosy z použitia fondu	64				
657	Výnosy z precenenia cenných papierov	65				
658	Výnosy z nájmu majetku	66				
661	Prijaté príspevky od organizačných zložiek	67				
662	Prijaté príspevky od iných organizácií	68				
663	Prijaté príspevky od fyzických osôb	69				
664	Prijaté členské príspevky	70	69688,80		69688,80	67997,20
665	Príspevky z podielu zaplatenej dane	71				
667	Prijaté príspevky z verejných zbierok	72				
691	Dotácie	73	67270,37		67270,37	71885,49
Účtová trieda 6 spolu r. 39 až r. 73		74	136959,17	70713,75	207672,92	182376,71
Výsledok hospodárenia pred zdanením r. 74 - r. 38		75	9149,39	-304,92	8844,47	-9906,66
591	Daň z príjmov	76		0,39	0,39	0,36
595	Dodatočné odvody dane z príjmov	77				
Výsledok hospodárenia po zdanení (r. 75 - (r. 76 + r. 77)) (+/-)		78	9149,39	-305,31	8844,08	-9907,02



TRNAVA  TOURISM

Hospodárska 33

917 01 Trnava

www.regiontrnavia.sk

Spracované, 2016

Schválené VZ dňa 29.6.2016 uznesením č. 71

Zdroj fotografií: archív Trnava Tourism, TERRA PARNA, APIMED, Koprda, partneri a iní