



TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA VODICA
Ob. Vladimira Nazora bb - 22211 Vodice
tel: +385 22 443 888 fax: 022 442 111
www.vodice.hr info@vodice.hr

**PLAN I PROGRAM RADA
SA FINANCIJSKIM PLANOM
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA VODICA
ZA 2019. GODINU**

U Vodicama, listopad 2018.

Sadržaj:

A

1.	UVOD	3
2.	Turistički promet	4
3.	Segmentacija emitivnih tržišta	7
4.	Osnove i sadržaj plana	8
5.	Ciljevi marketinške politike	8
6.	Procjena obujma turističkog prometa	9
7.	Smještajni kapaciteti na području grada Vodica	10
8.	Plan prihoda	11

B MARKETINŠKE AKTIVNOSTI

I.	Administrativni marketing	12
II.	Dizajn vrijednosti	13
III.	Komunikacija vrijednosti	16
IV.	Distribucija i prodaja vrijednosti	18
V.	Interni marketing	19
VI.	Marketinška infrastruktura	20
VII.	Posebni programi	20
VIII.	Ostalo	20
IX.	Transfer boravišne pristojbe	20
	Razrada plana za TD Srima	21
	Razrada plana za TD Prvić Luka	22
	Razrada plana za TD Šepurine	22

C Financijski plan za 2019. godinu

Financijski plan TZ grada Vodica za 2019.	24
Financijski plan TD Srima za 2019.	26
Financijski plan TD Prvić Luka za 2019.	28
Financijski plan TD Šepurine za 2019.	30

X. Plan prihoda i rashoda prema pozicijama iz računskog plana	32
---------------------------------------------------------------	----

Zaključne odredbe - izvješćivanje	33
-----------------------------------	----

1. UVOD

Turizam je Vodicama glavna gospodarska djelatnost, koja neposredno i posredno utječe na životni standard stanovništva, odnosno i na ukupne socio-ekonomske prilike.

Vodice su poznata destinacija, poznata po raznolikoj ponudi, koju preferiraju turisti mlađe životne dobi, obitelji s djecom, turisti koji vole aktivni odmor, turisti starije životne dobi.

U posljednje vrijeme prisutno je sve više novih trendova u turizmu poput:

- priroda i ekologija - sadržaji koji su važni za imidž u turizmu (čisti okoliš, boravak u prirodi),
- zatim sadržaji aktivnog odmora koji su sve privlačniji turistima, a zahtijevaju i složene programe i određene mjere sigurnosti
- zdravstveni sadržaji - popularizacija zdravog načina života, ljudi treće životne dobi koji su u stalnom porastu, te socijalno okruženje otvara nove trendove u popularizaciji zdravog načina života,
- kongresni sadržaji i incentive ponuda je sve traženja a obuhvaćaju i posebne atraktivne sadržaje i doživljaje (orientacija hotela Olympia na MICE turizam otvaranjem novih hotelskih kapaciteta)
- vezana ili kružna putovanja posebno su atraktivna, obuhvaćaju paket aranžmane, kao i posjeti gradovima, atrakcijama i događajima,

Osim toga, jako bitan utjecaj imaju i demografski i socijalni trendovi, kao što su: starenje populacije, porast samačkih domaćinstava, te novi stilovi života.

Umirovljenici, su boljeg zdravstvenog i imovinskog stanja, obrazovaniji su i imaju veće mogućnosti za putovanja te slobodno vrijeme.

Sigurnost je pri izboru destinacije jedan od najbitnijih faktora, traže se destinacije sigurnog i pouzdanog društvenog i gospodarskog okruženja te poznata okolina.

Nove tehnologije, internet u zadnjih nekoliko godina ima najveći učinak na turističku industriju. Promocija je u ovom segmentu doživjela najveću transformaciju. Dolazi do personalizacije prodaje, te turisti i domaćini sve više direktno komuniciraju, posebno privatni iznajmljivači, koji prihvaćaju nove kanale komunikacije i u njima vide nove mogućnosti bolje popunjenošti svojih kapaciteta.

Osim toga Internet pruža mnoštvo komplementarnih informacija i priliku za upoznavanje s novim trendovima općenito u ugostiteljstvu, a tako i našim iznajmljivačima kojima može biti poticaj u učenju od drugih, sve kako bi napravili svoje kapacitete konkurentnijima.

Kraća putovanja postaju sve popularnija, raste i potražnja za ekološki čistim područjima, zatim pojačana je briga za vlastito zdravlje, ali isto tako je jako pojačana potražnja za doživljajima.

Uz dugogodišnju tradiciju bavljenja turizmom, velikog broja kapaciteta, povećanja dolazaka i noćenja, raznolikost ponude, bogate prirodne resursne osnove, Vodice za sada kotiraju kao svestrano turističko odredište, kojem je potreban novi zamah u turističkom razvoju, te je Strategija turističkog razvoja donešena prije dvije godine od velikog značaja za turizam grada Vodica.

Strategija je putem detaljne analize stanja na terenu detektirala glavne probleme i nedostatke te pruža glavne odrednice budućeg razvoja.

Uz glavne ciljeve Strategije: 1) Turizam kao pokretač razvoja, 2) Kvalitetno upravljanje prostorom, definira i glavne prioritete: 1) Stvaranje uvjeta za razvoj cijelogodišnjeg turizma, 2) Jačanje poduzetništva s fokusom na turizam

Upravo ove smjernice, Zakon o TZ, propisanim zadaćama za TZ, te SMPHT do 2020. temelj su za izradu programa rada i za 2019. godinu.

U prvom dijelu daje se prikaz i analiza turističkog prometa do kraja rujna 2018.

U 2018. godini za prvih devet mjeseci zabilježeno je 214.979 dolazaka i 1.217.608 noćenja, odnosno 5% više dolazaka i 1% više noćenja nego u istom razdoblju prošle godine (9.290 dolazaka i 16.987 noćenja više). Shodno ovim podacima možemo govoriti o jako uspješnoj turističkoj sezoni.

U prvih devet mjeseci zabilježili smo još 8.798 dolazaka i 199.951 noćenje u nekomercijalnom smještaju.

Statistički podaci za nautiku (od ove godine dostupni): dolasci 3697 i noćenja 22647, odnosno 33% više nego u istom razdoblju prošle godine.

2. Turistički promet

1. Statistika ukupno za razdoblje siječanj - rujan 2018/2017.

Vrsta objekta	Dolasci 2018	Dolasci 2017	Indeks dolasci	Noćenja 2018	Noćenja 2017	Indeks noćenja
Komercijalni objekti	214.979	205.689	105	1.217.608	1.200.621	101
Nautika	3.697	2.785	133	22.647	17.038	133
Nekomercijalni objekti	6.949	6.827	102	186.127	181.166	103
Ukupno:	225.625	215.301	105	1.426.382	1.398.825	102

2. Statistika prema državama (komercijalni) za razdoblje siječanj - rujan 2018/2017

Država	Dolasci 2018	Dolasci 2017	Indeks dolasci	Noćenja 2018	Noćenja 2017	Indeks noćenja	Udio noćenja 2018	Udio noćenja 2017
Hrvatska	37.097	31.630	117	178.920	151.815	118	14,7%	12,6%
Njemačka	20.927	20.303	103	158.154	157.292	101	13,0%	13,1%
Poljska	20.795	22.208	94	140.109	140.649	100	11,5%	11,7%
Slovačka	16.783	17.339	97	118.895	119.727	99	9,8%	10,0%
Češka	15.956	15.595	102	112.852	113.046	100	9,3%	9,4%
Slovenija	17.840	16.679	107	105.573	101.974	104	8,7%	8,5%
Austrija	12.297	11.769	104	67.065	65.950	102	5,5%	5,5%
Mađarska	10.794	10.826	100	65.069	65.423	99	5,3%	5,4%
Bosna i Hercegovina	11.257	10.479	107	55.064	51.033	108	4,5%	4,3%
Švedska	4.033	4.545	89	26.896	30.079	89	2,2%	2,5%
Italija	3.743	3.853	97	18.398	19.114	96	1,5%	1,6%
Norveška	2.300	2.515	91	17.681	19.110	93	1,5%	1,6%
Nizozemska	3.093	2.522	123	17.457	14.326	122	1,4%	1,2%
Ujedinjena Kraljevina	3.291	2.833	116	15.914	12.359	129	1,3%	1,0%
Francuska	4.724	6.216	76	15.786	39.498	40	1,3%	3,3%
Švicarska	3.725	3.428	109	14.957	15.595	96	1,2%	1,3%
Finska	1.700	2.069	82	11.399	13.858	82	0,9%	1,2%
Ukrajina	1.451	832	174	10.054	6.637	151	0,8%	0,6%
Belgija	1.618	1.630	99	8.618	9.568	90	0,7%	0,8%
Srbija	1.486	1.257	118	8.409	7.389	114	0,7%	0,6%
Rusija	677	737	92	5.689	6.200	92	0,5%	0,5%
Koreja, Republika	4.865	4.339	112	4.886	4.599	106	0,4%	0,4%
Danska	583	656	89	3.736	3.647	102	0,3%	0,3%
SAD	887	833	106	3.281	3.505	94	0,3%	0,3%
Španjolska	1.974	562	351	3.234	1.266	255	0,3%	0,1%
Australija	776	525	148	3.220	2.362	136	0,3%	0,2%

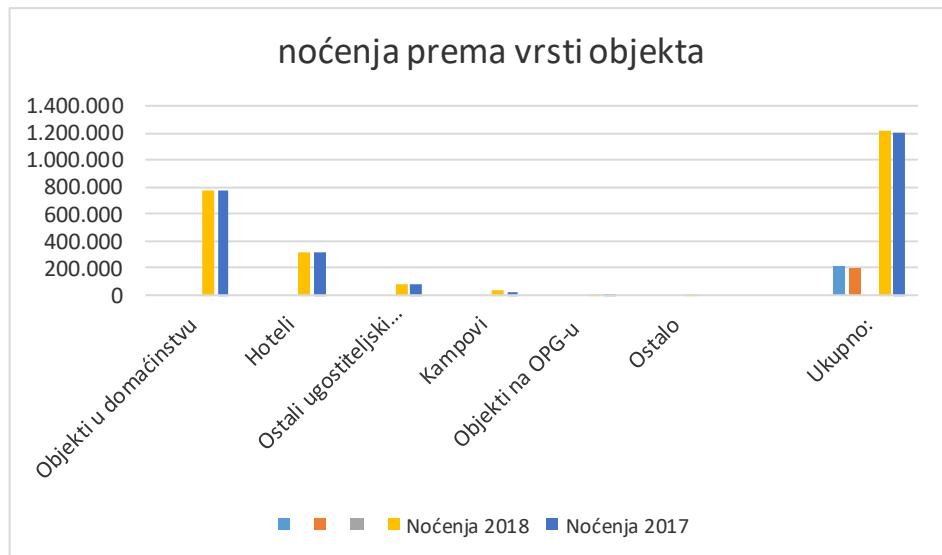
Tajvan, Kina	2.934	2.362	124	3.039	2.380	128	0,2%	0,2%
Rumunjska	485	497	98	2.625	2.815	93	0,2%	0,2%
Kanada	649	397	163	2.325	2.101	111	0,2%	0,2%
Bjelorusija	188	148	127	1.872	1.219	154	0,2%	0,1%
Litva	294	249	118	1.730	1.355	128	0,1%	0,1%
Ostale azijske zemlje	1.166	1.191	98	1.504	1.801	84	0,1%	0,2%
Kina	1.339	770	174	1.411	873	162	0,1%	0,1%
Makedonija	212	201	105	1.411	1.014	139	0,1%	0,1%
Letonija	164	218	75	1.052	1.111	95	0,1%	0,1%
Irska	176	154	114	996	780	128	0,1%	0,1%
Ostale afričke zemlje	169	168	101	944	1.022	92	0,1%	0,1%
Estonija	131	168	78	860	999	86	0,1%	0,1%
Tajland	596	740	81	659	776	85	0,1%	0,1%
Albanija	118	122	97	450	295	153	0,0%	0,0%
Kosovo	88	86	102	441	361	122	0,0%	0,0%
Crna Gora	165	86	192	437	253	173	0,0%	0,0%
Portugal	114	86	133	426	378	113	0,0%	0,0%
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike	97	55	176	412	263	157	0,0%	0,0%
Luksemburg	67	65	103	385	358	108	0,0%	0,0%
Bugarska	119	53	225	382	289	132	0,0%	0,0%
Turska	106	79	134	382	362	106	0,0%	0,0%
Grčka	223	493	45	336	655	51	0,0%	0,1%
Ostale evropske zemlje	68	29	234	310	202	153	0,0%	0,0%
Južnoafrička Republika	66	24	275	274	87	315	0,0%	0,0%
Izrael	95	69	138	263	148	178	0,0%	0,0%
Brazil	62	39	159	168	129	130	0,0%	0,0%
Novi Zeland	62	39	159	156	124	126	0,0%	0,0%
Japan	110	188	59	143	199	72	0,0%	0,0%
Island	16	200	8	119	1.011	12	0,0%	0,1%
Kazahstan	16	42	38	113	225	50	0,0%	0,0%
Čile	30	12	250	105	45	233	0,0%	0,0%
Malta	38	1	3800	104	5	2080	0,0%	0,0%
Ostale zemlje Oceanije	16	22	73	87	165	53	0,0%	0,0%
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	18	29	62	77	125	62	0,0%	0,0%
Argentina	15	31	48	68	138	49	0,0%	0,0%
Hong Kong, Kina	15	327	5	46	341	13	0,0%	0,0%
Indija	19	28	68	44	61	72	0,0%	0,0%
Indonezija	29	3	967	33	9	367	0,0%	0,0%
Maroko	5	13	38	26	52	50	0,0%	0,0%
Meksiko	7	11	64	26	26	100	0,0%	0,0%
Ujedinjeni Arapski Emirati	6	8	75	17	33	52	0,0%	0,0%
Oman	5	1	500	13	1	1300	0,0%	0,0%
Lihtenštajn	4	2	200	11	2	550	0,0%	0,0%
Cipar	3	0	0	6	0	0	0,0%	0,0%
Jordan	2	0	0	4	0	0	0,0%	0,0%
Katar	0	1	0	0	4	0	0,0%	0,0%
Kuvajt	0	2	0	0	8	0	0,0%	0,0%
Strani turisti:	177.882	174.059	102	1.038.688	1.048.806	99	85,3%	87,4%
Domaći turisti:	37.097	31.630	117	178.920	151.815	118	14,7%	12,6%
UKUPNO:	214.979	205.689	105	1.217.608	1.200.621	101	100,0%	100,0%

3. Statistika prema objektima za razdoblje siječanj - rujan 2018/2017

Vrsta objekta	Dolasci 2018	Dolasci 2017	Indeks dolasci	Noćenja 2018	Noćenja 2017	Indeks noćenja
Objekti u domaćinstvu	109.195	108.432	101	777.902	776.625	100
Hoteli	85.606	78.563	109	320.086	314.815	102
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	14.163	14.086	101	86.944	87.309	100
Kampovi	5.887	4.596	128	32.244	21.744	148
Objekti na OPG-u	27	12	225	266	128	208
Ostalo	101	0	0	166	0	0
Ukupno:	214.979	205.689	105	1.217.608	1.200.621	101

Izvor: e-visitor

Grafikon 1. noćenja prema vrsti objekata



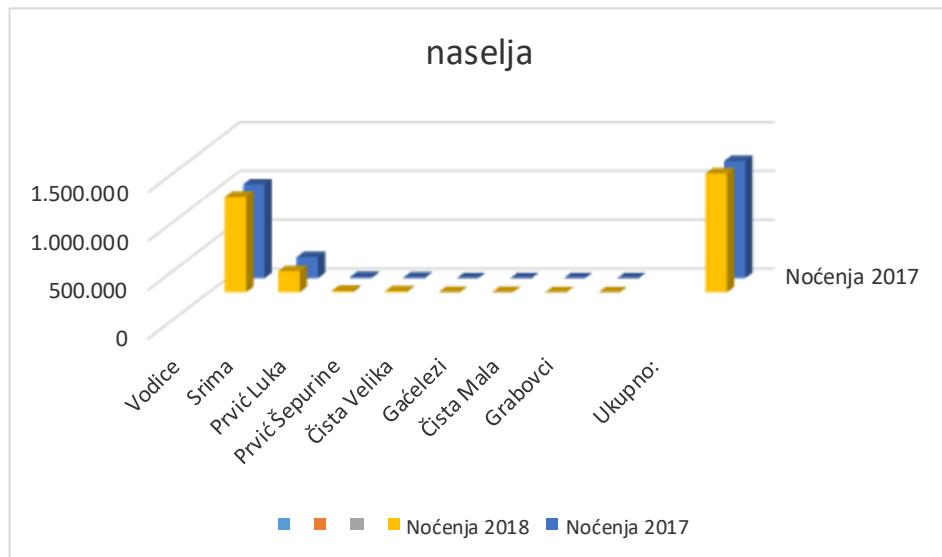
Izvor: e-visitor

4. Statistika prema naseljima za razdoblje siječanj - rujan 2018/2017

Naselje	Dolasci 2018	Dolasci 2017	Indeks dolasci	Noćenja 2018	Noćenja 2017	Indeks noćenja
Vodice	182.079	173.155	105	974.592	960.659	101
Srima	29.395	29.531	100	215.330	216.549	99
Prvić Luka	2.046	1.824	112	14.302	13.053	110
Prvić Šepurine	1.143	988	116	10.794	8.612	125
Čista Velika	186	109	171	1.437	852	169
Gaćezezi	80	36	222	793	516	154
Čista Mala	27	12	225	266	128	208
Grabovci	23	34	68	94	252	37
Ukupno:	214.979	205.689	105	1.217.608	1.200.621	101

Izvor: e-visitor

Grafikon 2.



izvor: e-visitor

3. Segmentacija emitivnih tržišta

U primarna emitivna tržišta za naše područje ulaze slijedeći:

- Hrvatska s udjelom od 14,7% -
- Njemačka s udjelom od 13,%
- Poljska s udjelom od 11,5 %
- Slovačka s udjelom od 10%
- Češka s udjelom od 9,4%
- Slovenija s udjelom od 8,5 %
- Austrija s udjelom od 5,5%

U sekundarna emitivna tržišta ubrajamo slijedeće:

- Mađarska s udjelom od 5,4%
- BIH s udjelom 4,3%
- Francuska s udjelom od 3,3%
- Švedska s udjelom od 2,5%
- Italija s udjelom od 1,6 %
- Norveška s udjelom od 1,6%
- Nizozemska s udjelom od 1,2%
- UK s udjelom od 1,0%
- Švicarska s udjelom od 1,3%
- Finska s udjelom od 1,2%

U tercijarna emitivna tržišta ulaze tržišta ispod 1% udjela u ukupnim noćenjima, a posebno se odnose na Belgiju, Rusiju, Srbiju, Ukrajinu i Koreju i čine oko 3% ukupnih noćenja.

Na primarna i sekundarna tržišta usmjeren je najveći dio promotivnih aktivnosti, od sajmova, prezentacija, oglašavanja i promotivnih kampanja, posebno na tržišta koja su u proteklom razdoblju imala pad.

4. Osnove i sadržaj Programa rada

Prilikom izrade plana i programa s finansijskim planom za 2019. godinu polazi se od:

- ostvarenih rezultata i aktivnosti u 2018. godini
- stanja na emitivnim tržištima i procjeni za 2018.
- strukture smještajnih kapaciteta
- Strategije turističkog razvoja grada Vodica
- Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine
- Strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma 2014. - 2020. - smjernice
- stanja turističke ponude

Turistička zajednica grada Vodica će i dalje provoditi promidžbu turističke ponude grada Vodica, poticati, koordinirati i konstantno raditi na poboljšanju općih uvjeta boravka turista, na zaštiti okoliša i promicanju kulturnih vrijednosti grada i okolice, te poticati na suradnju dionike u turizmu, povezivanje javnog i privatnog sektora, posebno u svrhu produžetka turističke sezone.

TZ grada Vodice posebno će provoditi projekte Razvoja novih proizvoda, posebno ili u sklopu novog projekta IQM Vodice, koji je uskluđu s odrednicama Strategije turističkog razvoja grada Vodica.

Prijedlog Plana i programa sadrži:

- Ciljeve marketinške politike u turizmu u 2019. godini
- Procjenu registriranog fizičkog obujma turističkog prometa u 2018. godini i plan fizičkog prometa za 2019. godinu, te procjenu prihoda od boravišne pristojbe za 2019. godinu
- Marketinške aktivnosti prema vrstama i projektima sukladno operativnom marketing planu - smjernicama
- Procjenu plana prihoda i rashoda za Srimu, Prvić Luku i Šepurine za 2019. godinu prema vrstama i projektima
- Finansijski plan s planom prihoda i rashoda Turističke zajednice grada Vodica za 2019. godinu s usporedbom na 2018. godinu

5. CILJEVI MARKETINŠKE POLITIKE U TURIZMU 2019. GODINE

Ciljevi marketinške politike u turizmu u 2019. godini:

- povećanje dolazaka u periodu pred i postsezona i povećanje dolazaka u kontinentalnim destinacijama
- promocija identiteta hrvatskog turizma s prepoznatljivim brandom
- podizanje kvalitete proizvoda
- poticanje korištenja e-marketinga u turističkoj promidžbi Hrvatske
- poticanje osnivanja destinacijskih manadžment kompanija, te davanje potpore projektima koji stvaraju uvjete za efikasnu suradnju javnog i privatnog sektora
- pozicioniranje turističkih zajednica kao destinacijskih menadžment organizacija koje trebaju preuzeti ulogu upravljanja destinacijom,
- učinkovito trošenje sredstava cjelokupnog sustava HTZ-a
- afirmacija nacionalnog branda i brandova turističkih regija

Ciljevi marketinške politike u turizmu grada Vodica u 2019. godini

- nastavak afirmacije Vodica kao turistički atraktivne destinacije s posebnim naglaskom na pred i postsezonom
- ostvarenje fizičkog obujma turističkog prometa s tendencijom povećanja 2%
- povećanje stupnja korištenja smještajnih kapaciteta
- podizanje kvalitete turističkog proizvoda
- nastavak razvoja organiziranog plasmana smještajnih kapaciteta građana iznajmljivača, te motiviranje iznajmljivača u smislu ulaganja u podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta
- umrežavanje proizvoda i usluga i poticanje formiranja složenih proizvoda
- briga za očuvanje okoliša
- daljnji razvoj selektivnih oblika turizma
- poticanje e-marketinga u turističkoj promociji i izravnoj prodaji usluga
- povećanje prihoda iz ukupnih aktivnosti vezanih za turizam
- optimizacija promidžbenih aktivnosti u sklopu sustava
- zadržavanje pozicije privlačne, očuvane i sigurne destinacije u koju se gosti rado vraćaju
- u skladu sa smjernicama Zakona, SMPHT-a poticati osnivanje destinacijskih menadžment kompanija,
- pozicioniranje turističkih zajednica kao destinacijskih menadžment organizacija koje preuzimaju ulogu upravljanja destinacijom,
- jačanje promotivnih aktivnosti na primarnim i sekundarnim inozemnim tržištima s posebnim naglaskom na tržišta sklona našoj destinaciji, te jačanje tercijarnih tržišta
- nastavak aktivnosti na stvaranju identiteta regije u skladu sa smjernicama Strateškog marketing plana hrvatskog turizma 2014. - 2020.
- aktivnosti na realizaciji ciljeva i smjernica Strategije turističkog razvoja grada Vodica, posebno u prioritetima :
stvaranje uvjeta za razvoj cjelogodišnjeg turizma i jačanje poduzetništva s fokusom na turizam, podizanje kvalitete ponude destinacije:
program vjernosti, programi edukacije za iznajmljivače, poseban projekt Like home za iznajmljivače, program sufinanciranja marketinških aktivnosti, program Kartice za iznajmljivače, IQM Vodice;
poseban program cikloturističkog razvoja;
posebni programi razvoja aktivnog odmora
programi podizanja kvalitete ugostiteljstva i gastronomije:
programi edukacije za ugostiteljstvo, zajednički promotivni projekti s ugostiteljstvom

6. PROCJENA OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA

Do kraja rujna 2018. godine ostvareno je ukupno 214.979 turističkih dolazaka i 1.217.608 turističkih noćenja, odnosno 5% više dolazaka i 1% više noćenja.

Porast u prvih 9 meseci ostvaren je u gotovo svim smještajnim kapacitetima osim u ostalim vidovima smještaja, gdje je na razini prošle godine.

Uz ove podatke posebno se od ove godine iskazuju podaci za nautiku i nekomercijalne kapacitete.

Do kraja 2018. godine očekujemo da će Vodice ostvariti do 1.280.000 noćenja bez nautike, te 235.000 dolazaka.

DOLASCI

Dolasci	Ostvareno 2017	Procjena 2018	2018/2017	Plan za 2019	Index 2019/2018
Domaći	40.136	44.000	110	45.000	102
Strani	182.002	186.000	102	190.000	102
Ukupno	222.138	230.000	104	235.000	102

NOĆENJA

Noćenja	Ostvareno 2017	Procjena 2018	2018/2017	Plan za 2019	Index 2019/2018
Domaći	170.731	187.000	110	190.000	102
Strani	1.067.009	1.070.000	100	1.090.000	102
Ukupno	1.237.740	1.257.000	101	1.280.000	102

Planirani fizički promet (ukupni broj noćenja) za 2019. godinu prema naseljima daje se u slijedećem pregledu uključujući i planirani prihod od boravišne pristojbe.

Naselje	Procjena 2018	Index	Plan za 2019.	Planirani bruto prihod od BP u kn
Vodice	1.009.0000	102	1.028.000	6.600.000
Srima	220.200	102	223.500	1.150.000
Prvić Luka	14.390	102	14.600	125.000
Šepurine	10.800	102	11.220	58.000
Čista Velika	1.450	102	1.480	
Gaćelezi	790	102	800	
Čista Mala	270	102	280	
Grabovci	100	102	120	
Ukupno	1.257.000	102	1.280.000	7.930.000

7. Smještajni kapaciteti na području TZ grada Vodica 2018.

Grafikon 3. struktura smještaja

Objekt Vrsta objekta	Objekt Podvrsta objekta	Objekt Kategorija	Broj kreveta 2018	Broj kreveta 2017	Broj kreveta Indeks	Broj dodatnih kreveta 2018	Broj dodatnih kreveta 2017	Broj dodatnih kreveta Indeks	Broj objekata 2018	Broj objekata 2017	Broj objekata Indeks
Hoteli	Hotel	2 zvjezdice	36	82	44	0	0	0	1	2	50
Hoteli	Hotel	3 zvjezdice	165	165	100	0	0	0	4	4	100
Hoteli	Hotel	4 zvjezdice	1.160	1.147	101	0	0	0	6	6	100
Hoteli	Hotel	Nema kategorizacije	439	380	116	0	0	0	2	1	200
Hoteli	Pansion	Komfor	387	106	365	25	25	100	7	4	175
Hoteli	Turistički apartmani	3 zvjezdice	176	176	100	0	0	0	1	1	100
Kampovi	Kamp odmorište	Nema kategorizacije	36	0	0	0	0	0	1	0	0
Kampovi	Kamp	3 zvjezdice	453	453	100	0	0	0	1	1	100
Kampovi	Kampiralište	Nema kategorizacije	60	60	100	0	0	0	1	1	100
Objekti na OPG-u	Objekti na OPG-u	1 sunce	2	2	100	0	0	0	1	1	100
Objekti u domaćinstvu	Objekti u domaćinstvu	1 zvjezdica	291	295	99	29	29	100	27	28	96
Objekti u domaćinstvu	Objekti u domaćinstvu	2 zvjezdice	659	675	98	139	140	99	104	106	98
Objekti u domaćinstvu	Objekti u domaćinstvu	3 zvjezdice	11.715	11.156	105	4.701	4.415	106	1.723	1.634	105
Objekti u domaćinstvu	Objekti u domaćinstvu	4 zvjezdice	709	598	119	366	309	118	109	91	120
Objekti u domaćinstvu	Objekti u domaćinstvu	5 zvjezdica	30	28	107	14	12	117	3	2	150

Objekti u domaćinstvu	Objekti u domaćinstvu	Nema kategorizacije	59	59	100	0	0	0	3	3	100
Ostali ugostiteljski objekti	Apartman	2 zvjezdice	23	23	100	9	9	100	2	2	100
Ostali ugostiteljski objekti	Apartman	3 zvjezdice	730	746	98	349	359	97	74	76	97
Ostali ugostiteljski objekti	Apartman	4 zvjezdice	54	54	100	44	44	100	4	4	100
Ostali ugostiteljski objekti	Hostel	Nema kategorizacije	85	85	100	0	0	0	2	2	100
Ostali ugostiteljski objekti	Kuća za odmor	2 zvjezdice	2	2	100	0	0	0	1	1	100
Ostali ugostiteljski objekti	Kuća za odmor	3 zvjezdice	14	14	100	4	4	100	2	2	100
Ostali ugostiteljski objekti	Kuća za odmor	4 zvjezdice	21	21	100	4	6	67	3	3	100
Ostali ugostiteljski objekti	Soba za iznajmljivanje	1 zvjezdica	250	250	100	0	0	0	1	1	100
Ostali ugostiteljski objekti	Soba za iznajmljivanje	2 zvjezdice	174	174	100	2	2	100	4	4	100
Ostali ugostiteljski objekti	Soba za iznajmljivanje	3 zvjezdice	614	849	72	0	0	0	11	13	85
Ostali ugostiteljski objekti	Soba za iznajmljivanje	4 zvjezdice	187	175	107	6	0	0	4	3	133
Ostali ugostiteljski objekti	Studio apartman	3 zvjezdice	77	77	100	0	0	0	11	11	100
Ukupno			18.608	17.852	104	5.692	5.354	106	2.113	2.007	105

U odnosu na 2017. godinu, porast kapaciteta iznosi 4% u osnovnim krevetima i 5% u pomoćnim krevetima.

Marine 290 vezova na moru
60 vezova na kopnu

8. PLAN PRIHODA:

VODICE

- | | |
|--------------------------------------|---------------------|
| 1. Prihodi od boravišne pristojbe | 4.300.000 kn |
| 2. Prihodi od turističke članarine | 400.000 kn |
| 3. Prijenos prihoda prethodne godine | 500.000 kn |
| 4. Ostali nespomenuti prihodi | 250.000 kn |
| UKUPNO PRIHODI | 5.450.000 kn |

SRIMA

- | | |
|------------------------------------|-------------------|
| 1. Prihodi od boravišne pristojbe | 700.000 kn |
| 2. Prihodi od turističke članarine | 35.000 kn |
| UKUPNI PRIHODI | 735.000 kn |

PRVIĆ LUKA

- | | |
|------------------------------------|------------------|
| 1. Prihodi od boravišne pristojbe | 78.000 kn |
| 2. Prihodi od turističke članarine | 4.000 kn |
| UKUPNI PRIHODI | 82.000 kn |

ŠEPURINE

1. Prihodi od boravišne pristojbe 37.000 kn

2. Prihodi od turističke članarine	3.000 kn
UKUPNI PRIHODI	40.000 kn

B MARKETINŠKE AKTIVNOSTI

I. Administrativni rashodi **820.000 kn**

Skupština Turističke zajednice grada Vodica održati će u 2019. godini dvije sjednice. Na prvoj sjednici koja će se održati u veljači/ožujku 2019. raspravljati će se o Prijedlogu godišnjeg finansijskog izvješća, o Izvješću Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru poslovanja u 2018. godini, o Izvješću o radu Turističkog vijeća, te donijeti odluke o usvajanju navedenih izvješća. Na drugoj sjednici Skupštine koja će se održati do kraja 2019. razmatrati će se prijedlog godišnjeg Programa rada s finansijskim planom, te će donijeti odluku o usvajanju predloženog dokumenta.

Turističko vijeće Turističke zajednice grada Vodica tijekom 2019. godine održati će najmanje 4 sjednice. Na svojim sjednicama Turističko vijeće će:

- izraditi prijedlog godišnjeg Plana i programa i finansijskog plana
- razmatrati izvješća Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru nad poslovanjem TZ grada Vodica
- razmatrati Izvješće o radu direktora i ureda, te donijeti odluku o njegovom prihvaćanju ili neprihvaćanju
- razmatrati tekuću problematiku, tijek turističke sezone i statističke pokazatelje
- raspravljati i donositi mišljenja, zaključke i odluke o svim bitnim pitanjima iz domene ciljeva i zadaća TZ grada Vodica u skladu sa Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma.

Nadzorni odbor TZ grada Vodica održati će 2 sjednice tijekom 2019. godine, na kojoj će nadzirati vođenje poslova zajednice, materijalno i finansijsko poslovanje i raspolažanje sredstvima zajednice, te izvršenje Programa rada i finansijskog plana. O obavljenom nadzoru Nadzorni odbor će podnijeti izvješća Turističkom vijeću, Skupštini i TZ Šibensko-kninske županije. Predviđeni termin održavanja sjednica NO je ožujak i listopad/studeni.

Turistički ured TZ grada Vodica obavljati će slijedeće poslove:

- provoditi zadatke utvrđene Planom i programom rada TZ-a
- obavljati stručne i administrativne poslove u svezi pripremanja sjednica tijela TZ-a
- obavljati stručne i administrativne poslove u svezi s izradom i izvršavanjem akata tijela TZ-a
- obavljati pravne, finansijske i knjigovodstvene poslove, kadrovske i opće poslove, voditi evidenciju i statističke podatke utvrđene propisima i aktima TZ-a
- izrađivati analize, informacije i druge materijale za potrebe tijela TZ
- davati tijelima TZ-a kao i drugim zainteresiranim stručna mišljenja o pitanjima iz djelokruga TZ-a
- koordinirati rad i nadzirati izvršavanje ciljeva i zadaća izdvojenih turističkih ureda na području TZ-a

Turističko informativni centar djeluje u zajedničkom prostoru s uredom TZ-a. U TIC-u se posebno obavljaju poslovi koji počinju od mjeseca travnja do kraja listopada, a odnose se na:

- pružanje informacija turistima
- pružanje informacija građanima iznajmljivačima i gospodarskim subjektima
- pružanje podrške pružateljima usluga smještaja pri korištenju e visitor sustava
- vođenje dnevne, tjedne i mjesecne statistike i obrada podataka
- koordinacija s izdvojenim uredima u turističkim društvima

Planirana sredstva raspoređiti će se kako slijedi:

Rashodi za radnike 580.000 kn

Izdaci za radnike ureda 410.000

Izdaci za radnike TIC-a 170.000

Rashodi ureda	240.000 kn
Materijalni izdaci	95.000
Za materijalne izdatke izdvojiti će se:	
Uredski materijal 20.000;	
Režijski troškovi 25.000;	
Dnevnice i putni troškovi 15.000,	
Reprezentacija 15.000,	
Ostali materijalni izdaci 20.000.	
Izdaci za usluge	135.000
Za izdatke za usluge izdvojiti će se:	
Prijevoz, telefon, poštarnica 20.000,	
Najam poslovnog prostora 75.000,	
Ostali izdaci za usluge 40.000	
Financijski izdaci	10.000

Rok: tokom godine

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI **2.320.000 kn**

1. Unapređenje i sudjelovanje u uređenju grada **520.000 kn**

Turistička zajednica grada Vodica u sklopu sustava radi kontinuirano na unapređenju proizvoda podizanjem kvalitete turističkih i drugih usluga, stvaranjem privlačnog i prepoznatljivog turističkog okruženja, očuvanjem i i unapređenjem turističkog gostoprimstva u gradu. U sklopu projekta Volim Hrvatsku, te u suradnji s lokalnom upravom, gospodarskim subjektima, udrugama i građanima, Turistička zajednica će i dalje provoditi aktivnosti koje pridonose unapređenju općih uvjeta boravka gostiju.

1.1. Čišćenje i održavanje plaža	350.000 kn
1.2. Održavanje tuševa i WC-a	40.000 kn
1.3. Voda	50.000 kn
1.4. Sadnice	70.000 kn
1.5. Vrećice	10.000 kn

Planirana sredstva: 520.000 kn

Nositelj projekta: tur. ured

Rok: tokom godine

2. Manifestacije **1.400.000 kn**

Poticanje i organiziranje kulturnih, zabavnih i sportskih manifestacija Turistička zajednica grada Vodica i nadalje će raditi na poticanju i organiziranju kulturnih, zabavnih i sportskih manifestacija koje predstavljaju važan dio turističke ponude grada i stvaraju poseban imidž destinacije.

Programi će se odvijati tijekom cijele godine s posebnim naglaskom na projekte u predsezoni i posezoni. I ove godine ćemo organizirati i pratiti tradicionalne, dobro posjećene i prepoznatljive manifestacije, uz nastojanje uvođenja novih manifestacija.

2.1. Kulturno - zabavne **1.020.000 kn**

Uskrsni doručak

Uskrsni doručak tradicionalna je manifestacija koja je postala prepoznatljiv projekt Vodica. Održava se u predsezoni, na otvorenom - na trgu, a predstavlja zajedničko druženje domaćina i gostiju, te prikazuje tradicionalnu vodičku gostoljubivost, dio kulturne baštine i dio gastro ponude Vodica.

Planirana sredstva: 40.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: travanj

Piknik - 1 svibnja 2018.- Piknik bi se odvijao u Rakitnici, uz sudjelovanje KU Perlice, agencije i glazbenika.

Planirana sredstva: 45.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: svibanj

Ljetne Bakanalije - 22. 06.

Ljetnim bakanalijama nastavlja se suradnja s Pučkim učilištem i Muzejom grada Šibenika. Program će se odvijati na lokaciji Rimska cisterna u večernjim satima, uz sudjelovanje plesnih i glazbenih skupina i zabavljača, te ponudu spize koja se pripravljala u rimsko vrijeme. TZ sudjeluje dijelom u troškovima manifestacije.

Planirana sredstva: 50.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: lipanj

Đardin je IN - program osmišljen radi disperzije programa u manje posjećene djelove grada i radi revitalizacije starog parka pokrenut je 2017.g. Program bi se odvijao u razdoblju lipanj - rujan, a sastojao bi se od: pjesničkih večeri, kantautorskih , glazbenih, kazališnih večeri (prilagođenih prostoru), umjetničkih performansa i sl.

Planirana sredstva: 180.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: lipanj - rujan

Ulični festival - Vodice Street festival - u prvom tjednu srpnja - između 01 - 07.07. 2019.

Projekt započet 2016., proširili bismo na više zbivanja pod nazivom Vodice Street festival. U projektu bi sudjelovali umjetnici i umjetničke udruge koji bi vodili radionice, umjetničke izložbe, zatim gostovanje artističkih skupina, glazbenih skupina, uličnih performera, a zbivanja bi se proširila i na druge ulice u centru.

Planirana sredstva: 120.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: početak srpnja

17. Vodice jazz & blues festival

Vodice Jazz i blues festival, 20.-22.07. Festival okuplja eminentne glazbenike koji njeguju poseban glazbeni stil, a ujedno doprinosi kulturnom životu grada. Organizacija ove manifestacije zahtijeva i posebne troškove koji se odnose na najam tehničke opreme, smještaj izvođača, tiskanje programa i plakata. Festival se održava na otvorenom te je stoga i sama organizacija zahtjevna.

Planirana sredstva: 80.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: srpanj

Vodička fešta 04.08.

Vodička fešta tradicionalna je manifestacija koju održavamo svake godine uoči Dana zahvalnosti, 04. kolovoza.

Najveći dio troškova ove manifestacije odnosi se na najam opreme: pozornica, rasvjeta, razglas, prijevozne troškove, izvođače, tehničko osoblje, troškove osiguranja, vatromet i sl. Uz glazbeni program, na fešti se pokazuje i gastro ponuda Vodica.

Planirana sredstva: 260.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: kolovoz

18. Večer dalmatinskih klapa 12. 08.

Večer dalmatinskih klapa tradicionalna je manifestacija koju održavamo 12. kolovoza.

Večer se održava na otvorenom, ugošćuje oko 100 izvođača, a predstavlja jedan od

prepoznatljivih projekata koji se održava u mjesecu kolovozu. Večer je natjecateljskog karaktera

Planirana sredstva: 30.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: kolovoz

Klapske večeri srijedom

Klapske večeri srijedom podrazumijevaju nastupe lokalnih klapa na rivi, kod bunara, ul.Mirka Zore i sl.

Planirana sredstva: 40.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: srpanj/kolovoz

Večeri folklora i baštine /srpanj/kolovoz

U smislu njegovanja kulturnih i tradicionalnih običaja i prikaza istih, održati će se cjelovečernji folklorni programi.

Planirana sredstva: 30.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: srpanj, kolovoz

Jesenske Bakanalije /22.9/ ili drugi događaj (POU ne sudjeluje u Jesenskim Bakanalijama) Projekt se realizira u suradnji s Pučkim učilištem i Muzejem grada Šibenika, na specifičnoj lokaciji - kod Rimske cisterne. Radi nestabilnih vremenskih uvjeta predlaže se održavanje krajem rujna. Podrazumijeva sudjelovanje skupine koja će svojim prikazom obnoviti dio proslave (glazba, ples, igrokaz), odnosno festival prijelaza godišnjeg doba ljeta u jesen, uz jela i delicije tog doba: kruh, voda, vino, med, te razgled arheološkog nalazišta Velika Mrdakovca - Arauzona uz stručno vodstvo. Troškove jesenskih Bakanalija odnose se na TZ u cjelosti.

Planirana sredstva: 65.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: rujan

Koncerti, Predstave, plesne predstave - događaj koji pridonose atmosferi i šušuru

Planirana sredstva: 50.000 kn

Nositelj: dir.ureda

Rok: tijekom godine

Šaša i pulenta- 08.09. -gastro događanje koje njeguje tradiciju i kulturu vodičkog kraja

Planirana sredstva: 30.000

Nositelj: tur. ured

Rok: rujan 2019

Osim navedenih eventa, prijedlog novog sportskog događaja "Vodice RUN" još je u pregovorima, odvijao bi se u predsezoni (svibanj, ev. lipanj) u suradnji s RUN Croatia.

2.2. Ostale manifestacije

Ova stavka podrazumijeva razne kulturne i zabavne programe koji se tijekom godine upriliče, a tiču se gostovanja posebnih sportskih i kulturnih eventa. Jedna od ovakvih manifestacija bi bila „Aktivna Hrvatska“ u lipnju - sudjelovanje u sufinanciranju, zatim Festival hrvatskih kazališnih amatera u svibnju, sufinanciranje projekta Pogled u plavo u lipnju, dodatno sudjelovanje u sufinanciranju posebnih eventa (Dani maslinovog ulja Dalmacije i sl., pokladne svečanosti, Advent na poljani i sl.)

Planirana sredstva: 130.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: tokom turističke sezone

2.3. Potpore projektima i manifestacijama

Turistička zajednica grada Vodica podržava brojne projekte i manifestacije koje organiziraju kulturne i sportske udruge. Stoga predlažemo daljnju suradnju s udrugama koje već nekoliko godina organiziraju tradicionalne programe. Ove godine je raspisan natječaj za kulturne i sportske udruge za dodjelu sredstava, te će Vijeće odrediti što će se sufinancirati i u kojim iznosima. Predlažemo da se uzmu u obzir tradicionalni projekti i oni koji direktno utječu na turističke učinke. Posebno je bitno podržati projekte koji doprinose turističkoj ponudi našeg grada, a iste su ugrađene u ciljeve i zadaće turističke zajednice kao što su poticanje i razvoj selektivnih oblika turističkih proizvoda. Ovdje ulazi CMC, biciklizam, jedrenje, ronjenje, ribolov, tradicionalni običaji i sl.. Prednost programima u pred i posezoni.

Planirana sredstva ukupno: 250.000 kn

Sredstva se raspoređuju prema odluci TV.

3. Razvoj proizvoda 400.000

TZ nastavlja poticati razvoj novih proizvoda, posebno onih koji utječu na produženje turističke sezone i podizanje kvalitete usluga i proizvoda, nastavak realizacije IQM Vodice projekta.

Projekt Cikloturizam

Dopunjavanje dodatnim oznakama, izrada interpretacijskih tabli (na mjestima gdje nedostaju), participacija za izradu biciklističkih karti, promocija cikloturizma

Planirana sredstva 50.000

Nositelj projekta: dir.ureda

Rok: cijelu godinu

Projekti za podizanje kvalitete obiteljskog smještaja: Like home, edukacije, sufinanciranje marketinških aktivnosti vlasnika obiteljskog smještaja, Kartice za iznajmljivače,

Planirana sredstva 50.000

Nositelj: dir.ureda

Rok: cijelu godinu

Projekti za poticanje ugostiteljstva, kulture, eno gastro ponude, standardizacija i popis proizvoda OPG-ova, umrežavanje usluga i proizvoda, promocija, izrada posebne podstranice i brošure domaćih proizvoda, edukacije, radionice prema interesu sudionika.

Planirana sredstva 50.000

Nositelj: tur.ured

Rok: cijelu godinu

IQM Vodice- nastavak aktivnosti 2. godine provedbe sporazuma iz 2018.g. - definiranje plana aktivnosti, rok izvršenja, kontrola i sustav mjerena kvalitete, edukacija, savjetovanje, izrada i implementacija IQM destination Vodice standarda prema grupama: privatni smještaj, hoteli, ugostiteljski objekti, SPA i kozmetički saloni, suvenirnice i trgovine, turističke agencije, kampovi, prometna infrastruktura. Projekt podrazumijeva kontinuirano mjerjenje kvalitete, implementaciju standarda, unapređenje, komunikaciju, promociju i marketing nositelja IQM markica- odnosno sudionika koji prihvataju IQM standarde. Implementacija podrazumijeva umrežavanje proizvoda, usluga i sudionika, poticanje na izvrsnost dodatnim programima suporta, kvalitetu prezentacije destinacijske ponude, informiranost i proaktivnost svih sudionika.

Planirana sredstva: 200.000

Nositelj: tur. ured

Rok: cijelu godinu

Izrada idejnog rješenja tematskim pješačkim putova s vidikovcima: Okit, Mrdakovica, Brdo (Prvić), spajanje na mrežu pješačko - biciklističkih staza, oprema, edukativne table, znakovi, promocija, priprema za izradu karte, umrežavanje u složene proizvode

Planirana sredstva: 50.000

Nositelj: dir.tur. ured

Rok: tokom godine

III.	KOMUNIKACIJA VRJEDNOSTI	780.000 kn
-------------	--------------------------------	-------------------

1.	Online komunikacije	400.000 kn
-----------	----------------------------	-------------------

1.1.	Internet oglašavanje
-------------	-----------------------------

Sukladno smjernicama Operativnog marketing plana turizma Hrvatske, pojačati će se on line oglašavanje, prisutnost na društvenim mrežama s naglaskom na predsezonom i posezonom, poboljšati pozicioniranje internet stranica na pretraživačima. To podrazumijeva i oglašavanje na portalima, internetskim vodičima, mobilne aplikacije, oglašavanje Google adwords, Tripadvisor, Facebook , mX Croatia, online kampanje, advertorijali, oglašavanja MIDAS(Hr), Clicktag(Hr), lokalni portali i sl. na ciljanim tržištima (Austrija, Slovenija, Njemačka, Skandinavija, Češka, Poljska, Italija).

Planirana sredstva: 390.000 kn

Nositelj: dir. ureda

Rok: tokom godine

1.2.	Internet stranice i upravljanje internet stranicama
-------------	------------------------------------------------------------

- Dopuna stranica - (novi sadržaji: gastro, proizvodi, suveniri)
- Redovno održavanje internet stranica, kreiranje novih sadržaja, unapređenje multimedijalnih materijala
- Optimizacija pozicioniranja Internet stranica - SEM optimizacija
- Analiza odabira ključnih riječi, ispitivanje tržišta, odabir ključnih riječi za komercijalne kampanje - SEO

Planirana sredstva: 10.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: tokom godine

2.	Offline komunikacije	370.000 kn
-----------	-----------------------------	-------------------

2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora
-------------	------------------------------------------------------------------------

TZ grada Vodica poseban će akcent dati oglašavanju u promotivnim kampanjama, promotivno-prodajnim kanalima sustava TZ-a i organizatora putovanja. U oglašavanju u promotivnim kampanjama sudjelovati će gospodarski subjekti u turizmu-, agencije, HTZ, županijska TZ, a odnosi se pretežno na organizaciju dolazaka u predsezoni i posezoni. U offline promo kampanje ulaze oglašavanja poput Tip travel, oglasi Inflight magazina, Inyourpocket za slovensko i hrvatsko tržište, oglasi u Fokus plus za slovensko tržište, UT

Planirana sredstva: 50.000 kn

2.2.	Opće oglašavanje (oglašavanje u tisku)
-------------	-----------------------------------------------

TZ grada Vodica oglašavati će se u specijaliziranim časopisima (UTM, Vikend van Zagreba, Fokus, Turizmoteka, Turizamhr..), turističkim vodičima (Croatiaexplore, Dalmatiaexplore...), TV i sl.

Planirana sredstva: 80.000 kn

Rok: tokom godine

2.3.	Brošure i tiskani materijali
-------------	-------------------------------------

Planirana sredstva: 190.000 kn

Nositelj : direktor ureda

Rok: tokom godine

Image brošura - odnosi se na tisk i pripremu.

Planirana sredstva: 50.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: tijekom godine

Plan grada Vodica

Plan grada Vodica tiskati će se u nakladi dostatnoj za cijelu godinu - 20.000 kom.

Planirana sredstva: 15.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: svibanj /lipanj

Turističke informacije

Info Vodice praktični je vodič kroz grad koji obuhvaća informacije o kulturnim, zabavnim i sportskim manifestacijama, gastro ponudi, servisnim informacijama, dio koji opisuje kulturne i povijesne vrijednosti Vodica, atrakcije i mogućnosti aktivnog odmora te informacije o smještaju. Info će biti tiskan u 8.000 primjeraka u tri jezične verzije (hrv - eng-njem), te redizajniran.

Planirana sredstva: 30.000 kn

Nositelj projekta: dir. ureda

Rok: travanj/svibanj

Plakati i posteri

Ovdje ulaze troškovi pripreme i izrade plakata i postera za potrebe promocije i oglašavanja programa.

Planirana sredstva: 20.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: tokom godine

Brošura privatni smještaj

Brošura će se tiskati sukladno zalihamu, odnosno nakon potrošene zalihe. Osim u tiskanom obliku, brošura je dostupna i u online obliku.

Planirana sredstva: 25.000

Nositelj: direktor ureda

Rok: sukladno zalihamu tokom 2018

Brošura Vodice to do - programska, prezentacijska brošura. Podrazumijeva pripremu, dizajn, tisk u nekoliko jezičnih verzija, prijevode i distribuciju i dio je realizacija IQM Vodice.

Planirana sredstva 50.000

Nositelj: dir. tur. ured

Rok: veljača 2019

2.4. Suvremeni i ostali promidžbeni materijali

Promidžbeni materijali obuhvaćaju tiskanje majica, vrećica s logom TZ grada Vodica i ostali prigodni materijal. Zatim i sklop projekta IQM - prikupljanje i standardizacija lokalnih suvenira, promocija na web-u i tisk prezentacijskih letaka sa sadržajem.

Planirana sredstva: 30.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: tokom godine

2.5. Info table

Ovdje podrazumijevamo izmjenu folija i popravak info tabli na ulazu.

Planirana sredstva: 20.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: ožujak 2019

3. Smeđa signalizacija

Ovdje podrazumijevamo nadopunu i zamjenu postojećih te izradu i postavu novih tabli signalizacije.

Planirana sredstva: 10.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: prema potrebi tokom godine

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI 140.000 kn

1. Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)

Shodno strukturi tržišta i potrebama turističkih subjekata, pripremiti će se promo materijali za nastupe na sajmu ili na prezentaciji sukladno dogovoru s TZ Županije. U koordinaciji s drugim turističkim zajednicama i subjektima na zajedničkom prostoru na sajmovima će se shodno interesu i mogućnostima pripremiti promo materijali i prezentacija.

Sajmovi na kojima nastupa HTZ- a, TZŽ u koordinaciji s turističkim zajednicama gradova i općina - **okvirni program:**

Vakantiebeurs Utrecht	09. - 13.01. 2019
Ferienmesse - Beč	10. - 13.01. 2019.
ITB Berlin	06. - 10.03.2019.
F.Re.E Munchen	20. -24.02. 2019.

Nastupi tri i više TZ Županija na sajmovima na kojima ne nastupa HTZ - **okvirni program**

Destination - London
Fietsen Wandelbeurs - Utrecht
Parma Kamping
Allt for sjorn Stockholm
Cosmobike Verona
Bike - Friedrichhafen

Sajam u Dublinu sukladno prijedlogu Olympia hoteli Vodice - zajednički nastup zainteresiranih subjekata (hoteli, agencije u Vodicama) 25.01. -27.01. 2019

Planirana ukupna sredstva: 90.000 kn

Nositelj: tur.ured

Rok: Prema planu prezentacija i sajmova

2. Studijska putovanja

TZ će prihvati novinare i agente na studijskom putovanju, te djelomične troškove vezane za program posjete našoj destinaciji.

Planirana sredstva: 20.000

Nositelj: tur.ured

Rok: tokom godine

3. Posebne prezentacije

U organizaciji TZ Županijske organizirati će se road show prezentacije. TZ županije planira 6 promotivnih nastupa , a odvijati će se na frekventnim mjestima uz glazbenu pratnju, animaciju, dekoraciju turističkim motivima i ev. prigodne nagrade.

Prezentacije u suradnji sa subjektima (Maribor, Varaždin)

Planirana sredstva: 30.000 kn

Nositelj: tur.ured

Prema dogovoru sa subjektima (hoteli, agencije)

V. INTERNI MARKETING 40.000 kn

1. Edukacija

Sukladno novom SMPTH i Strategiji tursitičkog razvoja provesti će se daljnja edukacija djelatnika u turističkim zajednicama.

Planirana sredstva: 25.000

Rok: tokom godine;

Nositelj: direktor ureda

2. Koordinacija djelovanja i nadzor sustava turističkih zajednica

U svrhu djelotvornijeg izvršavanja ciljeva i zadaća turističke zajednice, koordinacije promotivnih aktivnosti, TZ grada Vodica sudjelovati će na sastancima koje će organizirati TZ županije. Na sastancima će se raspravljati o analizi i ocjeni izvršenja programa rada i procjeni učinka planiranih aktivnosti, dogовори oko zajedničkih promotivnih aktivnosti s posebnim naglaskom na zajedničkim nastupima na domaćim i inozemnim sajmovima i promotivnim prezentacijama. Nakon prikupljenih programa rada, raspravljati će se o ispunjenju Zakonom propisanih zadaća turističkih zajednica.

Planirana sredstva: 0

3. Nagrade i priznanja

I u 2019. TZ grada Vodica nastaviti će s programom nagrađivanja lojalnosti gostiju, odnosno organizirati će se prijem i prigodni pokloni za dugogodišnje goste Vodica, nagrade na kraju godine za najuspješnije subjekte i turističke djelatnike.

Planirana sredstva: 15.000

Rok: tokom godine

Nositelj: direktor ureda

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

80.000 kn

1. Proizvodnja multimedijalnih sadržaja - snimanje i izrada spota, izrada DVD-a. Snimanjem materijala stvara se kvalitetna osnova za izradu multimedijalnih sadržaja.

Planirana sredstva: 30.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: tokom godine

2. Istraživanje tržišta

TZ će tokom godine provoditi ankete, program Tajnog gosta, sve u smislu podizanja kvalitete usluge i proizvoda.

Planirana sredstva: 25.000

Nositelj: direktor ureda

Rok: tokom godine

3. Formiranje baze podataka

Ovdje podrazumijevamo prikupljanje podataka radi što točnije i učinkovitije obrade, a za potrebe statistike, obračuna, analiza, studija.

Planirana sredstva: 0 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: tokom godine

4.. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu

Za potrebe tiskanih publikacija, pomocije na web-u, prezentacija i plasiranja materijala potrebnih novinarima i partnerima potrebno je obnavljati fundus fotografija.

Planirana sredstva: 25.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: tokom godine

5.Jedinstveni turistički informacijski sustav

TZ grada Vodica primjeniti će program e- visitor, koji je izradio HTZ u svrhu prijave, odjave turista i informacija u smislu umreženja, pojednostavljenja i praćenja statistike. Realizacija je u tijeku, a troškovi podrazumijevaju nabavu opreme, održavanje i dodatne trošove umreženja postojećeg programa.

Planirana sredstva : 0

VII. POSEBNI PROGRAMI

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

TZ grada Vodica će poticati razvoj turizma u slabije razvijenom zaleđu i na području otoka.

VIII. OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo) 0

IX. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU 1.170.000 kn

Transfer boravišne pristojbe gradu 1.170.000 kn

SVEUKUPNI RASHODI	5.350.000 kn
--------------------------	---------------------

Prijenos viška u iduću godinu u iznosu od 100.000 kn
odnosiće se na stanje računa i blagajne na kraju godine, a prenosi se za komunikacijske vrijednosti i distribuciju (troškovi promotivnih aktivnosti - online aktivnosti u prvom dijelu godine) i poslovanje u prvom dijelu godine.

RAZRADA PLANA ZA SRIMU

Program rada za Srimu integralni je dio Plana i programa TZ grada Vodica za 2019. godinu u tekstualnom dijelu. U nastavku se daje razrada sredstava.

I	ADMINISTRATIVNI RASHODI	100.000 kn
1.	Rashodi za radnike	80.000 kn
2.	Rashodi ureda	20.000 kn
	a) materijalni izdaci l	10.000 kn
	b) izdaci za usluge	10.000 kn
	b.1.) izdaci za usluge (prijevozni,tel)	3.000 kn
	b.2.) najam prostora	7.000 kn
II	DIZAJN VRJEDNOSTI	240.000 kn
1.	Program unapređenja i uređenja	100.000 kn
2.	Manifestacije	130.000 kn
2.1.	Kulturno zabavne manifestacije	120.000 kn
	Srimarska fešta	40.000 kn
	Ostalo(koncert, klapska večer)	80.000 kn
2.2..	Sportske manifestacije	10.000 kn
	Balotaški turinir	10.000 kn
3.	Razvoj proizvoda	10.000 kn
III	KOMUNIKACIJSKE VRJEDNOSTI	150.000 kn
1.	Online komunikacije	90.000 kn
1.1.	Internet oglašavanje	85.000 kn
1.1.	Internet stranice (participacija troškova)	5.000 kn
2.	Off line komunikacije	60.000 kn
2.1.	Participacija u troškovima izrade brošura	30.000 kn
2.2.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama	10.000 kn
2.3.	Opće oglašavanje	20.000 kn
IV	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRJEDNOSTI	25.000 kn
1.	Sajmovi (participacija troškova)	23.000 kn
2.	Posebne prezentacije (participacija troškova)	2.000 kn
V	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	10.000 kn
	Istraživanje tržišta	2.000 kn
	Banka fotografija	8.000 kn
IX	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE	210.000 kn
Ukupno troškovi		735.000 kn

RAZRADA PLANA ZA PRVIĆ LUKU

Program rada za Prvić Luku integralni je dio Plana i programa TZ grada Vodica za 2019. godinu. U nastavku daje se razrada rashoda.

I	ADMINISTRATIVNI RASHODI	10.000 kn
1.	Rashodi za radnika	8.500 kn
2.	Rashodi ureda (materijalni)	1.500 kn
II	DIZAJN VRIJEDNOSTI	29.000 kn
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju	5.000 kn
2.	Manifestacije (kulturno-zabavne)	24.000 kn
	Fešta u Prvić Luci	7.000 kn
	Potpore:	17.000 kn
III	KOMUNIKACIJSKE VRIJEDNOSTI	15.000 kn
1.	Online komunikacije	9.000 kn
	Internet oglašavanje	8.500 kn
	(Internet stranice - participacija	500 kn
2.	Off line komunikacije	6.000 kn
	brošure - participacija	4.500 kn
	oglašavanje - participacija	500 kn
	opće oglašavanje	1.000 kn
IV	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	2.000 kn
1.	Sajmovi - participacija	2.000 kn
2.	Posebne prezentacije- participacija	0
V	INTERNAL MARKETING	0
VI	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	3.000 kn
	Multimedija	3.000 kn
VIII	OSTALO	0
IX	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE	23.000 kn
Ukupno troškovi		82.000 kn

RAZRADA PLANA ZA ŠEPURINE

Program rada za Šepurine također je integralni dio Plana i programa TZ grada Vodica za 2019. godinu. U nastavku daje se razrada rashoda.

I	ADMINISTRATIVNI RASHODI	4.600 kn
1.	Rashodi za radnika	4.000 kn
2.	Rashodi za ured (materijalni)	600 kn
II	DIZAJN VRIJEDNOSTI	16.400 kn
1.	Unapređenje boravka	2.000 kn
2.	Manifestacije	14.400 kn
	Fešta	4.400 kn
	Potpore:	10.000 kn

III	KOMUNIKACIJSKA VRIJEDNOST	5.000 kn
1.	On line komunikacije (Internet stranice - participacija)	2.200 kn
2.	Off line komunikacije (brošure- participacija)	2.800 kn
IV	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	1.000 kn
1.	Sajmovi - participacija	1.000 kn
V	INTERNAL MARKETING 0	
VI	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	2.000 kn
	Multimedija	2.000 kn
VII	POSEBNI PROGRAMI 0	
VIII	OSTALO 0	
IX	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE	11.000 kn
Ukupno troškovi		40.000 kn

FINANCIJSKI PLAN TZ GRADA VODICA ZA 2019.

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	Plan 2018	PLAN 2019	indeks	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	3.650.000	4.300.000	118	78,9%
2.	Prihodi od turističke članarine	450.000	400.000	89	7,3%
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog				
3.1.	za programske aktivnosti				
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda				
4.	Prihodi od drugih aktivnosti				
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	310.000	500.000	161	9,2%
6.	Ostali nespomenuti prihodi	250.000	250.000	100	4,6%
	SVEUKUPNO PRIHODI	4.660.000	5.450.000	117	100,0%
RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2018	Plan 2019	index	Struktura %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	795.000	820.000	103	15,3%
1.	Rashodi za radnike	570.000	580.000	102	10,8%
2.	Rashodi ureda	225.000	240.000	107	4,5%
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	1.695.000	2.320.000	137	43,4%
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	510.000	520.000	102	9,7%
1.1.	Plaže	340.000	350.000	103	6,5%
1.2.	Tuševi i WC	50.000	40.000	80	0,7%
1.3.	Voda za tuševe i WC	40.000	50.000	125	0,9%
1.4.	Sadnice	70.000	70.000	100	1,3%
1.5.	Vrećice	10.000	10.000	100	0,2%
2.	Manifestacije	1.075.000	1.400.000	130	26,2%
2.1.	Kulturno-zabavne	775.000	1.020.000	132	19,1%
2.2.	Sportske manifestacije				
2.3.	Ekološke manifestacije				
2.4.	Ostale manifestacije	110.000	130.000	118	2,4%
2.5.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)	190.000	250.000	132	4,7%
3.	Razvoj proizvoda	110.000	400.000	364	7,5%
4.	Potpore razvoju DMK-a				
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	655.000	780.000	119	14,6%
1.	Online komunikacije	340.000	400.000	118	7,5%
1.1.	Internet oglašavanje	330.000	390.000	118	7,3%
1.4.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	10.000	10.000	100	0,2%

2.	Offline komunikacije	295.000	370.000	125	6,9%
2.1.	Oglašavaje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	50.000	50.000	100	0,9%
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	70.000	80.000	114	1,5%
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	145.000	190.000	131	3,6%
2.4.	Suveniri i promo materijali	20.000	30.000	150	0,6%
2.5.	Info table	10.000	20.000	200	0,4%
3.	Smeđa signalizacija	20.000	10.000	50	0,2%
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	100.000	140.000	140	2,6%
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	85.000	90.000	106	1,7%
2.	Studijska putovanja	5.000	20.000	400	0,4%
3.	Posebne prezentacije	10.000	30.000	300	0,6%
V.	INTERNAL MARKETING	30.000	40.000	133	0,7%
1.	Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	20.000	25.000	125	0,5%
2.	Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi	.0	0		
3.	Nagrade i priznanja (Projekt. vjernosti i ostalo)	10.000	15.000	150	0,3%
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	50.000	80.000	160	1,5%
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	20.000	30.000	150	0,6%
2.	Istraživanje tržišta	15.000	25.000	167	0,5%
3.	Formiranje baze podataka				
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama				
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštву	10.000	25.000	250	0,5%
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)	5000	0	0	
VII.	POSEBNI PROGRAMI	0	0	0	0,0%
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena				
VIII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)	0	0	0	0,0%
IX.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)	1.035.000	1.170.000	113	21,9%
X.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)	0	0	0	0,0%
	SVEUKUPNO RASHODI	4.360.000	5.350.000	123	100,0%
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU – POKRIVANJE MANJKA U IDUĆUJU GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)	300.000	100.000	33	1,9%

FINANCIJSKI PLAN ZA TD SRIMA ZA 2019.

U kn

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	Plan 2018	PLAN 2019	indeks	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	620.000	700.000	113	95,2%
2.	Prihodi od turističke članarine	30.000	35.000	117	4,8%
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog				
3.1.	za programske aktivnosti				
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda				
4.	Prihodi od drugih aktivnosti				
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)				
6.	Ostali nespomenuti prihodi				
SVEUKUPNO PRIHODI		650.000	735.000	113	100,0%
RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2018	Plan 2019	index	Struktura %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	80.000	100.000	125	13,6%
1.	Rashodi za radnike	60.000	80.000	133	10,9%
2.	Rashodi ureda	20.000	20.000	100	2,7%
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
II.	DIZAJN VRJEDNOSTI	205.000	240.000	117	32,7%
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	100.000	100.000	100	13,6%
1.1.	Unapređenje boravka turista	100.000	100.000	100	13,6%
2.	Manifestacije	95.000	130.000	137	17,7%
2.1.	Kulturno-zabavne	85.000	120.000	141	16,3%
2.2.	Sportske manifestacije	10.000	10.000	100	1,4%
2.3.	Ekološke manifestacije				
2.4.	Ostale manifestacije				
2.5.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)				
3.	Razvoj proizvoda	10.000	10.000	100	1,4%
4.	Potpore razvoju DMK-a				
III.	KOMUNIKACIJA VRJEDNOSTI	150.000	150.000	100	20,4%
1.	Online komunikacije	90.000	90.000	100	12,2%
1.1.	Internet oglašavanje	85.000	85.000	100	11,6%
1.4.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	5.000	5.000	100	0,7%
2.	Offline komunikacije	60.000	60.000	100	8,2%
2.1.	Oglašavaje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	10.000	10.000	100	1,4%
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	20.000	20.000	100	2,7%

2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	30.000	30.000	100	4,1%
2.4.	Suveniri i promo materijali				
2.5.	Info table				
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	20.000	25.000	125	3,4%
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	20.000	25.000	125	3,4%
V.	INTERNI MARKETING				0,0%
1.	Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)				
2.	Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi				
3.	Nagrade i priznaja (Projekt. Volim Hrvatsku i ostalo)				
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	10.000	10.000	100	1,4%
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	5.000	0	0	0,0%
2.	Istraživanje tržišta	2.000	2.000	100	0,3%
3.	Formiranje baze podataka				
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama				
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštву	3.000	8.000	267	1,1%
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)				
VII.	POSEBNI PROGRAMI				
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena				
VIII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)				
IX.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)	185.000	210.000	114	28,6%
X.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)				
	SVEUKUPNO RASHODI	650.000	735.000	113	100,0%
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU – POKRIVANJE MANJKA U IDUĆU GODINU (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)				

FINANCIJSKI PLAN ZA TD PRVIĆ LUKA 2019.

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	Plan 2018	Plan 2019	indeks	U KN
					Struktur a %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	68.000	78.000	115	95,1%
2.	Prihodi od turističke članarine	4.000	4.000	100	4,9%
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog				
3.1.	za programske aktivnosti				
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda				
4.	Prihodi od drugih aktivnosti				
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)				
6.	Ostali nespomenuti prihodi				
SVEUKUPNO PRIHODI		72.000	82.000	114	100,0%
RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2018	Plan 2019	indeks	Struktur a %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	10.000	10.000	100	12,2%
1.	Rashodi za radnike	8.500	8.500	100	10,4%
2.	Rashodi ureda	1.500	1.500	100	1,8%
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	22.000	29.000	132	35,4%
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	5.000	5.000	100	6,1%
1.1.	Unapređenje boravka turista	5.000	5.000	100	6,1%
2.	Manifestacije	17.000	24.000	141	29,3%
2.1.	Kulturno-zabavne	7.000	7.000	100	8,5%
2.2.	Sportske manifestacije				
2.3.	Ekološke manifestacije				
2.4.	Ostale manifestacije				
2.5.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)	10.000	17.000	170	20,7%
3.	Novi proizvodi				
4.	Potpore razvoju DMK-a				
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	15.000	15.000	100	18,3%
1.	Online komunikacije	9.000	9.000	100	11,0%
1.1.	Internet oglašavanje	8.500	8.500	100	10,4%
1.4.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	500	500	100	0,6%
2.	Offline komunikacije	6.000	6.000	100	7,3%
2.1.	Oglašavaje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	500	500	100	0,6%
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	1.000	1.000	100	1,2%
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	4.500	4.500	100	5,5%

2.4.	Suveniri i promo materijali				
2.5.	Info table				
3.	Smeđa signalizacija				
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRJEDNOSTI	2.000	2.000	100	2,4%
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	2.000	2.000	100	2,4%
2.	Posebne prezentacije				
V.	INTERNI MARKETING				
1.	Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)				
2.	Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi				
3.	Nagrade i priznaja (Projekt. Volim Hrvatsku i ostalo)				
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	3.000	3.000	100	3,7%
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	3.000	3.000	100	3,7%
2.	Istraživanje tržišta				
3.	Formiranje baze podataka				
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama				
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	0	0		
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)				
VII.	POSEBNI PROGRAMI				
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena				
VIII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)				
IX.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)	20.000	23.000	115	28,0%
X.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)				
	SVEUKUPNO RASHODI	72.000	82.000	114	100,0%
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU – POKRIVANJE MANJKA U IDUĆU GODINU (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)				

FINANCIJSKI PLAN ZA TD ŠEPURINE ZA 2019.

u kn

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	Plan 2018	Plan 2019	indeks	Struktura %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	28.000	37.000	132	92,5%
2.	Prihodi od turističke članarine	2.000	3.000	150	7,5%
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog				
3.1.	za programske aktivnosti				
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda				
4.	Prihodi od drugih aktivnosti				
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)				
6.	Ostali nespomenuti prihodi				
SVEUKUPNO PRIHODI		30.000	40.000	133	100,0%
RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2018	Plan 2019	indeks	Struktura %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	4.600	4.600	100	11,5%
1.	Rashodi za radnike	4.000	4.000	100	10,0%
2.	Rashodi ureda	600	600	100	1,5%
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
II.	DIZAJN VRJEDNOSTI	9.000	16.400	182	41,0%
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	2.000	2.000	100	5,0%
1.1.	Unapređenje boravka turista	2.000	2.000	100	5,0%
2.	Manifestacije	7.000	14.400	206	36,0%
2.1.	Kulturno-zabavne	2.000	4.400	220	11,0%
2.2.	Sportske manifestacije				
2.3.	Ekološke manifestacije				
2.4.	Ostale manifestacije				
2.5.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)	5.000	10.000	200	25,0%
3.	Novi proizvodi				
4.	Potpore razvoju DMK-a				
III.	KOMUNIKACIJA VRJEDNOSTI	5.000	5.000	100	12,5%
1.	Online komunikacije	2.200	2.200	100	5,5%
1.1.	Internet oglašavanje	2.200	2.200	100	5,5%
1.4.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	0			
2.	Offline komunikacije	2.800	2.800	100	7,0%

2.1.	Oglašavaje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	0			
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	0			
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	2.800	2.800	100	7,0%
2.4.	Suveniri i promo materijali				
2.5.	Info table				
3.	Smeđa signalizacija				
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	1.000	1.000	100	2,5%
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	1.000	1.000	100	2,5%
2.	Posebne prezentacije				
V.	INTERNI MARKETING				
1.	Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)				
2.	Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi				
3.	Nagrade i priznaja (Projekt. Volim Hrvatsku i ostalo)				
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	2.000	2.000	100	5,0%
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala				
2.	Istraživanje tržišta				
3.	Formiranje baze podataka				
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama				
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštву	2.000	2.000	100	5,0%
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)				
VII.	POSEBNI PROGRAMI				
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena				
VIII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)				
IX.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)	8.400	11.000	131	27,5%
X.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)				
	SVEUKUPNO RASHODI	30.000	40.000	133	100,0%
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆU GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)*				

X. Plan prihoda i rashoda za 2019. godinu - prema pozicijama iz računskog plana za neprofitne organizacije

Razred/ Skupina	Naziv	Planirani iznos
3	Prihodi	5.807.500
31	Prihodi od prodaje roba i pružanja usluga	0
32	Prihodi od članarina i članskih doprinosa	442.000
33	Prihodi po posebnim propisima	5.115.000
34	Prihodi od imovine	500
35	Prihodi od donacija	150.000
36	Ostali prihodi	100.000
37	Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija	0
Razred/ Skupina	Naziv	Planirani iznos
4	Rashodi	5.807.500
41	Rashodi za radnike	670.000
42	Materijalni rashodi	3.147.500
43	Rashodi amortizacije	120.000
44	Financijski rashodi	15.000
45	Donacije	250.000
46	Ostali rashodi	1.605.000
47	Rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija	0
Razred/ Skupina	Naziv	Planirani iznos
522	Preneseni višak / manjak prihoda	500.000
522111	Višak prihoda prethodne godine	500.000

Plan zaduživanja i otplata za 2019. godinu

Planirana zaduživanja	0
Planirane otplate	0

ZAKLJUČNE ODREDBE - IZVJEŠĆIVANJE

Turistički ured podnosi Turističkom vijeću izvješće 2 puta godišnje, a Turističko vijeće podnosi Skupštini konačno izvješće, uz prethodni nadzor Nadzornog odbora dva puta godišnje.
Izmjene u Programu rada i finansijskom planu do 5% u prihodima i rashodima donosi Turističko vijeće, a iznad 5% se radi rebalans koji usvaja Skupština Turističke zajednice grada Vodica.

Ovaj plan i program rada s finansijskim planom usvojen je na 1. sjednici Skupštine TZ grada Vodica održanoj 11. prosinca 2018. godine.

TZ grada Vodica
Skupština
Predsjednica
Nelka Tomić, dr. med.