



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

---

**PLAN I PROGRAM RADA  
SA FINANCIJSKIM PLANOM  
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA VODICA  
ZA 2020. GODINU**

**U Vodicama, listopad 2019.**

**Sadržaj:**

<b>A</b>		
1.	<b>UVOD</b>	<b>3</b>
2.	<b>Turistički promet</b>	<b>4</b>
3.	<b>Segmentacija emitivnih tržišta</b>	<b>8</b>
4.	<b>Osnove i sadržaj plana</b>	<b>8</b>
5.	<b>Ciljevi marketinške politike</b>	<b>9</b>
6.	<b>Procjena obujma turističkog prometa</b>	<b>10</b>
7.	<b>Plan prihoda</b>	<b>11</b>
<b>B</b>	<b>MARKETINŠKE AKTIVNOSTI</b>	
I.	<b>Administrativni marketing</b>	<b>11</b>
II.	<b>Dizajn vrijednosti</b>	<b>12</b>
III.	<b>Komunikacija vrijednosti</b>	<b>16</b>
IV.	<b>Distribucija i prodaja vrijednosti</b>	<b>18</b>
V.	<b>Interni marketing</b>	<b>18</b>
VI.	<b>Markelinška infrastruktura</b>	<b>19</b>
VII.	<b>Posebni programi</b>	<b>19</b>
VIII.	<b>Ostalo</b>	<b>19</b>
IX.	<b>Transfer turističke pristojbe</b>	<b>19</b>
	<b>Razrada plana za TD Srima</b>	<b>20</b>
	<b>Razrada plana za TD Prvić Luka</b>	<b>21</b>
	<b>Razrada plana za TD Šepurine</b>	<b>21</b>
<b>C</b>	<b>Financijski plan za 2020. godinu (novčani tijek)</b>	
	<b>Financijski plan TZ grada Vodica za 2020.</b>	<b>23</b>
	<b>Financijski plan TD Srima za 2020.</b>	<b>25</b>
	<b>Financijski plan TD Prvić Luka za 2020.</b>	<b>27</b>
	<b>Financijski plan TD Šepurine za 2020.</b>	<b>29</b>
<b>D</b>	<b>Financijski plan za 2020. godinu (računski plan za neprofitne organizacije)</b>	<b>31</b>
	<b>Zaključne odredbe - izvješćivanje</b>	<b>32</b>

## 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.

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

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 prihvataju 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 turizmu i 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, koji postaju najvažniji motiv dolaska na destinaciju.

Uz dugogodišnju tradiciju bavljenja turizmom, velikog broja kapaciteta, povećanja dolazaka i noćenja, raznolikost ponude, bogate prirodne resursne osnove, Vodice kotiraju kao svestrano turističko odredište, kojem je potreban novi zamah u turističkom razvoju, te je Strategija turističkog razvoja 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 2020. godinu.

U prvom dijelu daje se prikaz i analiza turističkog prometa do kraja rujna 2019.

U 2019. godini za prvi devet mjeseci u komercijalnom smještaju zabilježeno je 226.520 dolazaka i 1.229.778 noćenja, odnosno 5% više dolazaka i 1% više noćenja nego u istom razdoblju prošle godine (11.401 dolazaka i 10.848 noćenja više). Shodno ovim podacima možemo govoriti o uspješnoj turističkoj sezoni.

U prvih devet mjeseci zabilježili smo još 8.757 dolazaka i 202.306 noćenja u nekomercijalnom smještaju.

Statistički podaci za nautiku - dolasci 4.768 (+ 28%) i noćenja 30.147 (+ 32%).

## 2. Turistički promet

### 1. Statistika ukupno za razdoblje siječanj - rujan 2019/2018

Vrsta objekta	Dolasci 2019	Dolasci 2018	Indeks dolasci	Noćenja 2019	Noćenja 2018	Indeks noćenja
Komercijalni objekti	226.520	215.119	105	1.229.778	1.218.930	101
Nautika	4.768	3.719	128	30.147	22.787	132
Nekomercijalni objekti	8.757	8.751	100	202.306	203.424	99
<b>Ukupno:</b>	<b>240.045</b>	<b>227.589</b>	<b>105</b>	<b>1.462.231</b>	<b>1.445.141</b>	<b>101</b>

### 2. Statistika - komercijalni smještaj za razdoblje siječanj - rujan 2019/2018

Država	Dolasci 2019	Dolasci 2018	Indek s dolas ci	Noćenja 2019	Noćenja 2018	Indek s noćen ja	Udio noćenja 2019	Udio noćenja 2018
Hrvatska	42.516	37.097	115	198.374	179.017	111	16,1%	14,7%
Njemačka	20.521	20.963	98	155.605	158.519	98	12,7%	13,0%
Poljska	20.234	20.809	97	136.818	140.207	98	11,1%	11,5%
Slovačka	17.227	16.789	103	119.667	118.935	101	9,7%	9,8%
Češka	15.863	15.980	99	111.244	113.020	98	9,0%	9,3%
Slovenija	18.375	17.850	103	108.772	105.691	103	8,8%	8,7%
Mađarska	11.262	10.814	104	66.819	65.204	102	5,4%	5,3%
Austrija	11.765	12.307	96	63.973	67.137	95	5,2%	5,5%
Bosna i Hercegovina	12.529	11.257	111	57.931	55.153	105	4,7%	4,5%
Švedska	3.162	4.033	78	20.510	26.896	76	1,7%	2,2%
Italija	3.816	3.763	101	19.970	18.538	108	1,6%	1,5%
Ujedinjena Kraljevina	3.108	3.291	94	16.728	15.914	105	1,4%	1,3%
Francuska	5.204	4.724	110	16.508	15.786	105	1,3%	1,3%
Nizozemska	3.078	3.093	100	16.392	17.457	94	1,3%	1,4%
Švicarska	3.342	3.725	90	14.285	14.957	96	1,2%	1,2%
Norveška	1.481	2.300	64	11.206	17.681	63	0,9%	1,5%
Finska	1.662	1.700	98	10.602	11.399	93	0,9%	0,9%
Srbija	1.364	1.486	92	8.264	8.409	98	0,7%	0,7%
Belgija	1.492	1.618	92	8.107	8.618	94	0,7%	0,7%
Ukrajina	1.043	1.451	72	7.681	10.054	76	0,6%	0,8%
Koreja, Republika	5.928	4.865	122	6.038	4.886	124	0,5%	0,4%
SAD	2.726	887	307	4.960	3.281	151	0,4%	0,3%
Španjolska	1.619	1.974	82	4.754	3.234	147	0,4%	0,3%
Rusija	656	677	97	4.702	5.689	83	0,4%	0,5%
Tajvan, Kina	4.347	2.934	148	4.355	3.039	143	0,4%	0,2%
Rumunjska	717	485	148	3.691	2.625	141	0,3%	0,2%
Danska	549	583	94	3.362	3.736	90	0,3%	0,3%
Ostale azijske zemlje	2.791	1.166	239	3.170	1.504	211	0,3%	0,1%
Australija	667	776	86	2.840	3.220	88	0,2%	0,3%
Litva	452	294	154	2.523	1.730	146	0,2%	0,1%
Kina	2.265	1.339	169	2.379	1.411	169	0,2%	0,1%
Kanada	527	649	81	2.164	2.325	93	0,2%	0,2%

Irska	303	176	172	1.714	996	172	0,1%	0,1%
Makedonija	221	212	104	1.392	1.411	99	0,1%	0,1%
Albanija	200	118	169	1.380	450	307	0,1%	0,0%
Ostale afričke zemlje	219	169	130	1.202	944	127	0,1%	0,1%
Letonija	213	164	130	1.047	1.052	100	0,1%	0,1%
Bjelorusija	149	188	79	993	1.872	53	0,1%	0,2%
Kosovo	89	88	101	741	441	168	0,1%	0,0%
Bugarska	299	119	251	668	382	175	0,1%	0,0%
Grčka	329	223	148	643	336	191	0,1%	0,0%
Tajland	535	596	90	574	659	87	0,0%	0,1%
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike	118	97	122	489	412	119	0,0%	0,0%
Island	72	16	450	359	119	302	0,0%	0,0%
Izrael	97	95	102	348	263	132	0,0%	0,0%
Portugal	101	114	89	346	426	81	0,0%	0,0%
Indija	269	19	1416	328	44	745	0,0%	0,0%
Crna Gora	115	165	70	315	437	72	0,0%	0,0%
Estonija	117	131	89	314	860	37	0,0%	0,1%
Turska	58	106	55	314	382	82	0,0%	0,0%
Brazil	61	62	98	303	168	180	0,0%	0,0%
Ostale evropske zemlje	60	68	88	295	310	95	0,0%	0,0%
Luksemburg	48	67	72	274	385	71	0,0%	0,0%
Hong Kong, Kina	150	15	1000	215	46	467	0,0%	0,0%
Japan	143	110	130	190	143	133	0,0%	0,0%
Kazahstan	25	16	156	174	113	154	0,0%	0,0%
Argentina	46	15	307	137	68	201	0,0%	0,0%
Ostale zemlje Oceanije	30	16	188	114	87	131	0,0%	0,0%
Čile	10	30	33	93	105	89	0,0%	0,0%
Južnoafrička Republika	33	66	50	89	274	32	0,0%	0,0%
Novi Zeland	30	62	48	78	156	50	0,0%	0,0%
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	12	18	67	45	77	58	0,0%	0,0%
Maroko	7	5	140	43	26	165	0,0%	0,0%
Indonezija	33	29	114	42	33	127	0,0%	0,0%
Lihtenštajn	10	4	250	34	11	309	0,0%	0,0%
Tunis	6	0	0	30	0	0	0,0%	0,0%
Kuvajt	10	0	0	18	0	0	0,0%	0,0%
Meksiko	6	7	86	14	26	54	0,0%	0,0%
Jordan	3	2	150	13	4	325	0,0%	0,0%
Katar	2	0	0	12	0	0	0,0%	0,0%
Cipar	1	3	33	2	6	33	0,0%	0,0%
Malta	1	38	3	1	104	1	0,0%	0,0%
Ujedinjeni Arapski Emirati	1	6	17	1	17	6	0,0%	0,0%
Oman	0	5	0	0	13	0	0,0%	0,0%
<b>Strani turisti:</b>	<b>184.004</b>	<b>178.022</b>	<b>103</b>	<b>1.031.404</b>	<b>1.039.913</b>	<b>99</b>	<b>83,9%</b>	<b>85,3%</b>
<b>Domaći turisti:</b>	<b>42.516</b>	<b>37.097</b>	<b>115</b>	<b>198.374</b>	<b>179.017</b>	<b>111</b>	<b>16,1%</b>	<b>14,7%</b>
<b>UKUPNO:</b>	<b>226.520</b>	<b>215.119</b>	<b>105</b>	<b>1.229.778</b>	<b>1.218.930</b>	<b>101</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Izvor: e-visitor

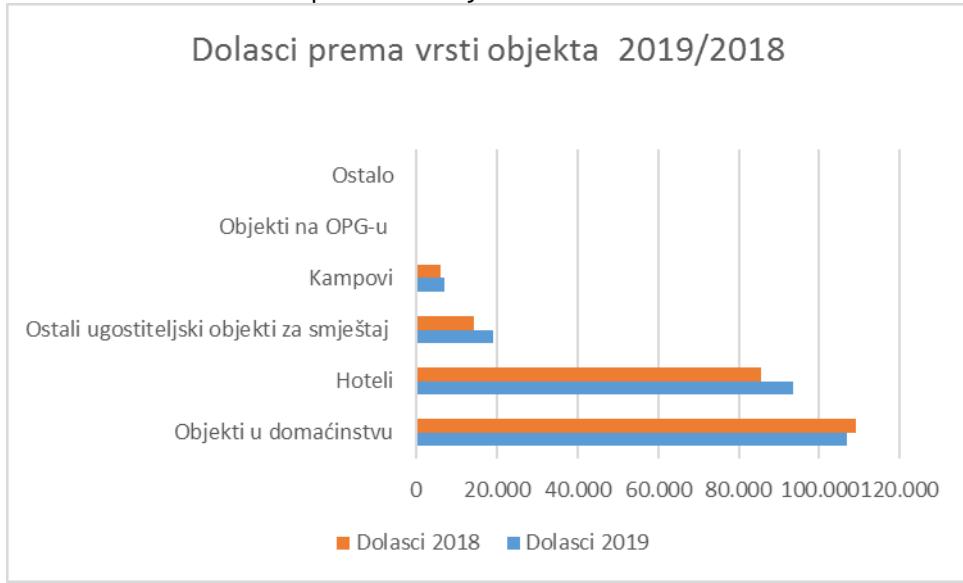
Prema emitivnim tržištima, najviše gostiju bilježi domaći gosti, slijede gosti iz Njemačke, Poljske, Slovenije, Slovačke, Češke, BiH, Austrije, Mađarske. Porast je ostvaren na domaćem tržištu, zatim s tržišta Slovenije, Slovačke, Mađarske, BIH, Koreja, Kina, Italije, UK, Francuske, dok su u padu bila tržišta: Njemačka, Poljska, Češka, Austrija, Švedska.

3. Statistika prema objektima za razdoblje siječanj - rujan 2019/2018

Vrsta objekta	Dolasci 2019	Dolasci 2018	Indeks dolasci	Noćenja 2019	Noćenja 2018	Indeks noćenja
Objekti u domaćinstvu	107.027	109.258	98	746.193	778.506	96
Hoteli	93.666	85.606	109	345.246	320.087	108
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	18.921	14.240	133	101.444	87.661	116
Kampovi	6.851	5.887	116	36.526	32.244	113
Objekti na OPG-u	55	27	204	369	266	139
Ostalo	0	101	0	0	166	0
<b>Ukupno:</b>	<b>226.520</b>	<b>215.119</b>	<b>105</b>	<b>1.229.778</b>	<b>1.218.930</b>	<b>101</b>

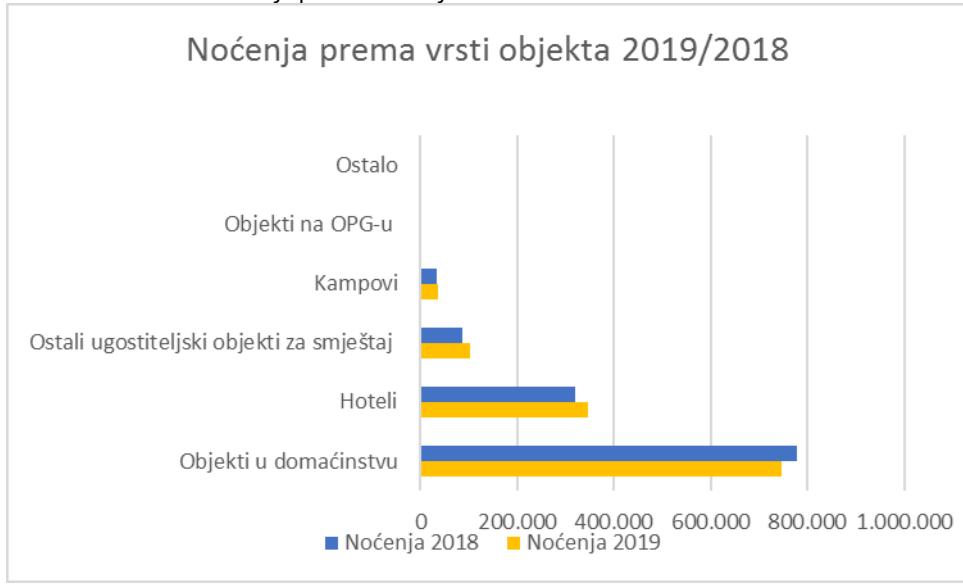
izvor: e-visitor

Grafikon 1. Dolasci prema vrsti objekata



Izvor: e-visitor

Grafikon 2. Noćenja prema vrsti objekta



Izvor: e-visitor

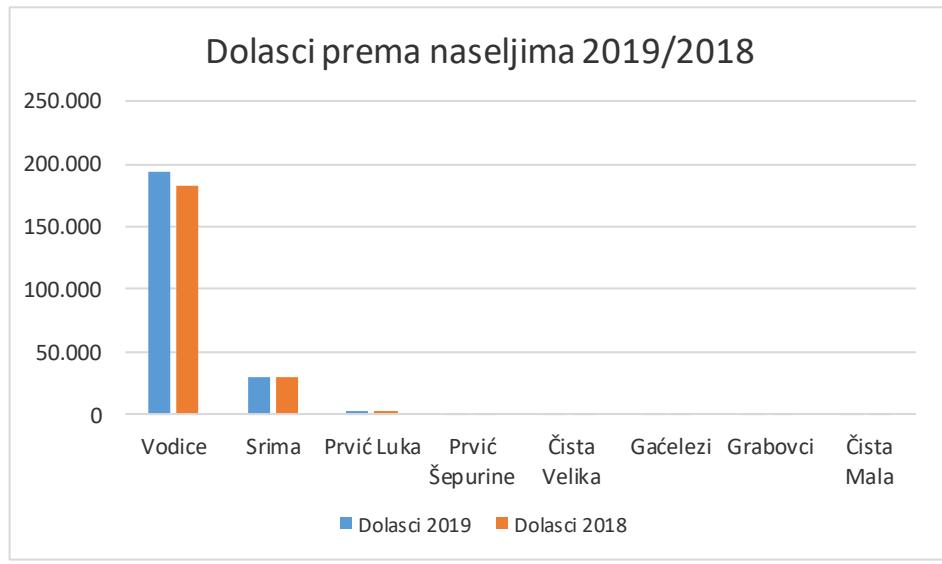
Izvor: e-visitor

4. Statistika prema naseljima za razdoblje siječanj - rujan 2019/2018

Naselje	Dolasci 2019	Dolasci 2018	Indeks dolazaka	Noćenja 2019	Noćenja 2018	Indeks noćenja
Vodice	193.344	182.219	106	986.726	975.914	101
Srima	29.276	29.395	100	213.461	215.330	99
Prvić Luka	2.153	2.046	105	15.278	14.302	107
Prvić Šepurine	1.203	1.143	105	10.516	10.794	97
Čista Velika	384	186	206	2.374	1.437	165
Gaćezezi	82	80	103	750	793	95
Grabovci	43	23	187	348	94	370
Čista Mala	35	27	130	325	266	122
<b>Ukupno</b>	<b>226.520</b>	<b>215.119</b>	<b>105</b>	<b>1.229.778</b>	<b>1.218.930</b>	<b>101</b>

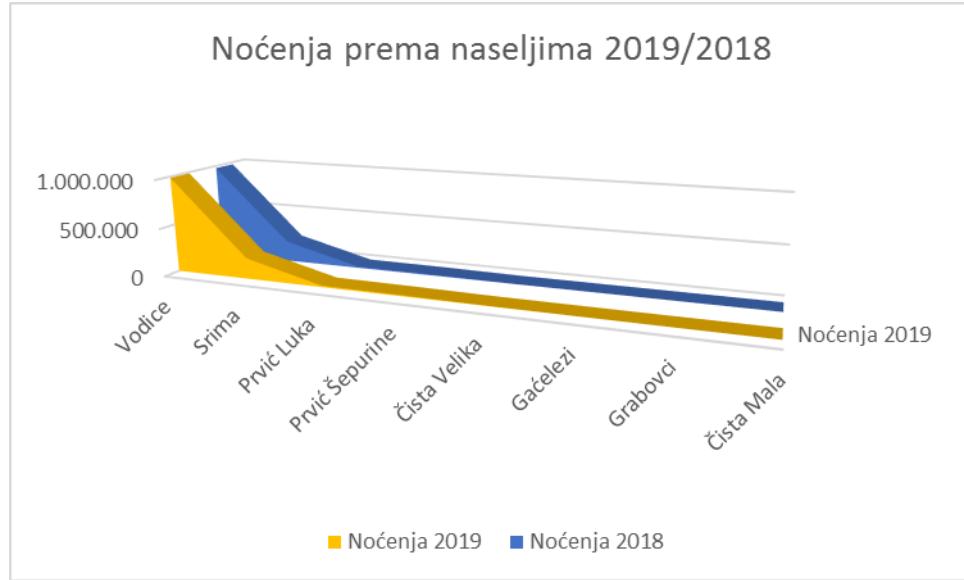
Izvor: e-visitor

Grafikon 3. Dolasci prema naseljima 2019/2018



Izvor: e-visitor

Grafikon 4.



Izvor: e-visitor

### **3. Segmentacija emitivnih tržišta**

U primarna emitivna tržišta za naše područje ulaze slijedeći:

- Hrvatska s udjelom od 16,1%
- Njemačka s udjelom od 12,7%
- Poljska s udjelom od 11,1 %
- Slovačka s udjelom od 9,7%
- Češka s udjelom od 9,0%
- Slovenija s udjelom od 8,8 %
- Mađarska s udjelom od 5,4%
- Austrija s udjelom od 5,2%

U sekundarna emitivna tržišta ubrajamo slijedeće:

- BIH s udjelom 4,7%
- Švedska s udjelom od 1,7%
- Italija s udjelom od 1,6 %
- UK s udjelom od 1,4%
- Francuska s udjelom od 1,3%
- Nizozemska s udjelom od 1,3%
- Švicarska s udjelom od 1,2%

U tercijarna emitivna tržišta ulaze tržišta ispod 1% udjela u ukupnim noćenjima, a posebno se odnose na Norvešku, Finsku, Belgiju, Rusiju, Srbiju, Ukrajinu i Koreju i čine oko 4% 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 2020. godinu polazi se od:

- ostvarenih rezultata i aktivnosti u 2019. godini
- stanja na emitivnim tržištima i procjeni za 2019.
- 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 podizanja kvalitete proizvoda i usluga, produžetka turističke sezone.  
TZ grada Vodice posebno će provoditi projekte Razvoja novih proizvoda, posebno ili u sklopu novog projekta IQM Vodice, koji je usklađu s odrednicama Strategije turističkog razvoja grada Vodica.

Prijedlog Plana i programa sadrži:

- Ciljeve marketinške politike u turizmu u 2020. godini
- Procjenu registriranog fizičkog obujma turističkog prometa u 2019. godini i plan fizičkog prometa za 2020. godinu, te procjenu prihoda od turističke pristojbe za 2020. godinu
- Marketinške aktivnosti prema vrstama i projektima sukladno operativnom marketing planu - smjernicama
- Procjenu plana prihoda i rashoda za Srimu, Prvić Luku i Šepurine za 2020. godinu prema vrstama i projektima
- Financijski plan s planom prihoda i rashoda Turističke zajednice grada Vodica za 2020. godinu s usporedbom na 2019. godinu

## 5. CILJEVI MARKETINŠKE POLITIKE U TURIZMU 2020. GODINE

Ciljevi marketinške politike u turizmu u 2020. 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 2020. godini

- nastavak afirmacije Vodica kao turistički atraktivne destinacije s posebnim naglaskom na pred i postsezonom
- ostvarenje fizičkog obujma turističkog prometa najmanje na razini 2019. s tendencijom rasta u pred i postsezoni
- povećanje stupnja korištenja smještajnih kapaciteta
- podizanje kvalitete turističkog proizvoda
- nastavak poticanja razvoja organiziranog plasmana smještajnih kapaciteta građana iznajmljivača, te motiviranje iznajmljivača u smislu ulaganja u podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta i usluge
- 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 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 2019. godine ostvareno je ukupno 240.045 turističkih dolazaka i 1.462.231 turističkih noćenja, odnosno 5% više dolazaka i 1% više noćenja u svim vidovima kapaciteta. Porast u prvih 9 meseci ostvaren je u komercijalnim kapacitetima i u nautici, dok je u nekomercijalnim kapacitetima zabilježeno dolazaka na razini prošle godine, a u noćenjima lagani pad.

Do kraja 2019. godine očekujemo da će Vodice ukupno ostvariti 1.507.000 noćenja, te 260.000 dolazaka.

### DOLASCI

Vrsta objekta	Ostvareno 2018	Procjena 2019	2019/2018	Plan za 2020	Index 2020/2019
Komercijalni	235.566	246.400	104	250.000	101
nautika	3.807	4.800	126	5.000	104
nekomercijalni	8.751	8.800	100	8.000	91
Ukupno	248.124	260.000	105	263.000	101

### NOĆENJA

Noćenja	Ostvareno 2018	Procjena 2019	2019/2018	Plan za 2020	Index 2020/2019
Komercijalni	1.262.784	1.274.000	101	1.280.000	100
nautika	23.063	30.500	132	32.000	105
nekomercijalni	203.712	202.500	100	198.000	98
Ukupno	1.489.559	1.507.000	101	1.510.000	100

Planirani fizički promet ( ukupni broj noćenja ) za 2020. godinu prema naseljima daje se u sljedećem pregledu uključujući i planirani prihod od turističke pristojbe (bruto).

Naselje	Plan za 2020. - fizički promet	Planirani bruto prihod od TP u kn
Vodice	1.194.500	8.610.000
Srima	270.500	1.350.000
Prvić Luka	25.500	155.000
Šepurine	15.600	98.000
Čista Velika	2.400	17.500
Gaćelezi	750	6.100
Čista Mala	350	7.000
Grabovci	400	1.400
Ukupno	1.510.000	10.245.000

## **7. PLAN PRIHODA:**

U nastavku daje se plan prihoda koji podrazumijeva prihode od turističke pristojbe (bez HTZ-a, TZŽ-a i ostalih ), prihodi od članarine TZ-u, prijenosa i ostalih prihoda.

### **VODICE**

1. Prihodi od turističke pristojbe	5.235.000 kn
2. Prihodi od turističke članarine	672.000 kn
3. Prijenos prihoda prethodne godine	543.000 kn
4. Ostali nespomenuti prihodi	50.000 kn
<b>UKUPNO PRIHODI</b>	<b>6.500.000 kn</b>

### **SRIMA**

1. Prihodi od turističke pristojbe	820.000 kn
2. Prihodi od turističke članarine	35.000 kn
<b>UKUPNI PRIHODI</b>	<b>855.000 kn</b>

### **PRVIĆ LUKA**

1. Prihodi od turističke pristojbe	95.000 kn
2. Prihodi od turističke članarine	5.000 kn
<b>UKUPNI PRIHODI</b>	<b>100.000 kn</b>

### **ŠEPURINE**

1. Prihodi od turističke pristojbe	60.000 kn
2. Prihodi od turističke članarine	5.000 kn
<b>UKUPNI PRIHODI</b>	<b>65.000 kn</b>

## **B MARKETINŠKE AKTIVNOSTI**

### **I. Administrativni rashodi**

**900.000 kn**

Skupština Turističke zajednice grada Vodica održati će u 2020. godini tri sjednice. Na prvoj sjednici koja će se održati u veljači/ožujku 2020. raspravljati će se o prijedlogu godišnjeg finansijskog izvješća, o Izvješću Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru poslovanja u 2019. godini, o Izvješću o radu Turističkog vijeća, te donijeti odluke o usvajanju navedenih izvješća. Druga sjednica Skupštine predviđena je kao Izborna Skupština shodno odredbama novog Zakona o Turističkim zajednicama. Na trećoj sjednici Skupštine koja će se održati do kraja 2020. 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 2020. 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 1 sjednicu tijekom 2020. 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 2020.

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
- vodenje dnevne, tjedne i mjesecne statistike i obrada podataka
- koordinacija s izdvojenim uredima u turističkim društvima

S obzirom da se pokazuje potreba za cijelogodišnjim radom TIC-a, za 2020. planiramo zaposliti osobu - voditelja TIC-a.

Planirana sredstva raspoređiti će se kako slijedi:

**Rashodi za radnike** 670.000 kn

Izdaci za radnike ureda 430.000

Izdaci za radnike TIC-a 240.000

**Rashodi ureda** 230.000 kn

**Materijalni izdaci** 103.000

Za materijalne izdatke izdvojiti će se:

Uredski materijal 20.000;

Režijski troškovi 23.000;

Dnevnice i putni troškovi 15.000,

Reprezentacija 15.000,

Ostali materijalni izdaci 30.000.

**Izdaci za usluge** 117.000

Za izdatke za usluge izdvojiti će se:

Prijevoz, telefon, poštarnina 12.000,

Najam poslovnog prostora 75.000,

Ostali izdaci za usluge 30.000

**Financijski izdaci** 10.000

Rok: tokom godine

**II. DIZAJN VRIJEDNOSTI** 2.680.000 kn

#### 1. Unapređenje i sudjelovanje u uređenju grada

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 gostoprимstva 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 plaže 350.000 kn

1.2.	Održavanje tuševa i WC-a	30.000 kn
1.3.	Voda	20.000 kn
1.4.	Sadnice	70.000 kn
1.5.	Vrećice	10.000 kn
	Planirana sredstva:	480.000 kn
	Nositelj projekta:	tur. ured
	Rok:	tokom godine

## 2. Manifestacije 1.790.000 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 1.190.000 kn

#### Uskršnji doručak 13.04. (Uskršnji ponедjeljak)

Uskršnji 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: 50.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: travanj

Piknik - 1. 05.- Piknik bi se odvijao u Rakitnici, uz sudjelovanje KU Perlice, agencije i glazbenika.

Planirana sredstva: 40.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: svibanj

#### Ljetne bakanalije - 20. 06.

Ljetnim bakanalijama nastavlja se suradnja s Pučkim učilištem i Muzejom grada Šibenika. Program će se odvijati na lokaciji Rimski 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: 60.000 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: 210.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: lipanj - rujan

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

Projekt započet 2016., prošle godine proširen, i ove godine planiramo dodatne programe. U projektu bi sudjelovali umjetnici i umjetničke udruge koji bi vodili radionice, umjetničke izložbe, zatim gostovanje artističkih skupina, glazbenih skupina, uličnih performeru.

Planirana sredstva: 150.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: početak srpnja

### **18. Vodice jazz & blues festival**

Vodice Jazz i blues festival, 18.-20.07. 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: 90.000 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: 330.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: kolovoz

### **20. 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. Klapske srijede bismo produžili i u 9.mjesec

Planirana sredstva: 40.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: srpanj/kolovoz/rujan

### **Večeri folklora i baštine /srpanj/kolovoz**

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

Planirana sredstva: 20.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: srpanj, kolovoz

### **Jesenske Bakanalije 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: 50.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: rujan

Koncerti, Predstave, plesne predstave - događaj koji pridonose atmosferi i šušuru, realiziraju se na rivi - Ob. V: Nazora

Planirana sredstva: 100.000 kn

Nositelj: dir.ureda

Rok: tijekom godine

Šaša i pulenta- 06.09. -gastro događanje koje njeguje tradiciju i kulturu vodičkog kraja. Sudjeluju lokalna kulturna udruga i klapa, a hoteli daju suport u pripremi jela.

Planirana sredstva: 20.000

Nositelj: tur. ured

Rok: rujan 2020

## 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 (MTB maraton Dalmatiner, program Run - trčanje sl., pokladne svečanosti... i sl.)

Planirana sredstva: 250.000 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 raspisani 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: 350.000 kn

Sredstva se raspoređuju prema odluci TV.

## 3. Razvoj proizvoda

**410.000**

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), promocija cikloturizma

Planirana sredstva 60.000

Nositelj projekta: dir.ureda

Rok: cijelu godinu

Projekti za podizanje kvalitete obiteljskog smještaja: Like home, edukacije, sufinanciranje marketinskih 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, projekti vezani za promicanje kulture i kulturnih ruta.

Planirana sredstva 50.000

Nositelj: tur.ured

Rok: cijelu godinu

IQM Vodice- nastavak aktivnosti 3. 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

#### Novi proizvodi

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; priprema za druge tematske programe - putevi maslinara...

Planirana sredstva: 50.000

Nositelj: dir.tur. ured

Rok: tokom godine

### III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI 800.000 kn

#### 1. Online komunikacije 380.000 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 posezonu, 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), Linker(Hr), lokalni portali i sl. na ciljanim tržištima (Austrija, Slovenija, Njemačka, Skandinavija, Češka, Poljska, Italija).

Planirana sredstva: 350.000 kn

Nositelj: dir. ureda

Rok: tokom godine

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

- Dopuna stranica - ( redizajn i novi sadržaji: gastro, proizvodi, suveniri, IQM)
- 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: 30.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: tokom godine

#### 2. Offline komunikacije 410.000 kn

##### 2.1. Oглаšavanje 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, Inyourpocket i Svet24 za slovensko i hrvatsko tržište, oglasi u Fokus plus za slovensko tržište,  
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: 240.000 kn

Nositelj : direktor ureda

Rok: tokom godine

Image brošura - odnosi se na tisak i pripremu.

Planirana sredstva: 60.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: tijekom godine

Plan grada Vodica

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

Planirana sredstva: 15.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: svibanj

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: 15.000

Nositelj: direktor ureda

Rok: travanj

Brošura Doživi Vodice - dopuna i reprint programske, prezentacijske brošure.

Planirana sredstva 100.000

Nositelj: dir. tur. ured

Rok: sukladno zalihamu prethodnog izdanja - tokom godine

## 2.4. Suveniri i ostali promidžbeni materijali

Promidžbeni materijali obuhvaćaju tiskanje majica, vrećica s logom TZ grada Vodica i ostali prigodni materijal. Zatim i sklopu 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 info table na ulazu.

Planirana sredstva: 10.000 kn  
Nositelj: direktor ureda  
Rok: ožujak

#### 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 150.000 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.

Planirana sredstva: 100.000 kn

Nositelj: TZ

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 ili na nivou grada - posebne prezentacije organizirati će se u suradnji sa subjektima na području destinacije.

Prezentacije u suradnji sa subjektima

Planirana sredstva: 30.000 kn

Nositelj: tur.ured

Prema dogovoru sa subjektima (hoteli, agencije)

### V. INTERNI MARKETING 30.000 kn

#### 1. Edukacija

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

Planirana sredstva: 15.000

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 2020. 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, prezentacijski i prema programima.

Planirana sredstva: 50.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: tokom godine

**2. Istraživanje tržišta**

TZ će tokom godine provoditi ankete, u smislu podizanja kvalitete usluge i proizvoda.

Planirana sredstva: 0

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, društvenim mrežama, 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 primjenjuje program e- visitor, koji je izradio HTZ u svrhu prijave, odjave turista i informacija u smislu umreženja, pojednostavljenja i praćenja statistike. Troškovi podrazumijevaju eventualnu prilagodbu, nabavu opreme i održavanje.

Planirana sredstva : 5.000

**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 TURISTIČKE PRISTOJBE GRADU 1.540.000 kn**

Transfer boravišne pristojbe gradu 1.540.000 kn

**SVEUKUPNI RASHODI 6.180.000 kn**

**Prijenos viška u iduću godinu u iznosu od 320.000 kn**

odnositi će se na stanje računa i blagajne na kraju godine, a prenosi se za komunikacijske vrijednosti i distribuciju ( troškovi promotivnih aktivnosti - online i offline 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 2020. godinu u tekstuallnom dijelu. U nastavku se daje razrada sredstava.

<b>I</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>69.000 kn</b>
1.	1. Rashodi za radnike	50.000 kn
2.	2. Rashodi ureda	19.000 kn
	a) materijalni izdaci l	9.000 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
<b>II</b>	<b>DIZAJN VRIJEDNOSTI</b>	<b>320.000 kn</b>
1.	1. Program unapređenja i uređenja	80.000 kn
2.	2. Manifestacije	230.000 kn
2.1.	Kulturno zabavne manifestacije	220.000 kn
	Srimarska fešta	60.000 kn
	Ostalo( koncert, klapska večer)	160.000 kn
2.2..	Sportske manifestacije	10.000 kn
	Balotaški turinir	10.000 kn
3.	Razvoj proizvoda	10.000 kn
<b>III</b>	<b>KOMUNIKACIJSKE VRIJEDNOSTI</b>	<b>170.000 kn</b>
1.	1. Online komunikacije	90.000 kn
	1.1. Internet oglašavanje	80.000 kn
	1.1. Internet stranice ( participacija troškova)	10.000 kn
2.	2. Off line komunikacije	80.000 kn
	2.1. Participacija u troškovima izrade brošura	50.000 kn
	2.2. Ovlašavanje u promotivnim kampanjama	10.000 kn
	2.3. Opće oglašavanje	20.000 kn
<b>IV</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>30.000 kn</b>
1.	Sajmovi (participacija troškova)	25.000 kn
2.	Posebne prezentacije ( participacija troškova)	5.000 kn
<b>V</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>20.000 kn</b>
	Multimedija	15.000 kn
	Banka fotografija	5.000 kn
<b>IX</b>	<b>TRANSFER TURISTIČKE PRISTOJBE</b>	<b>246.000 kn</b>
<b>Ukupno troškovi</b>		<b>855.000 kn</b>

## RAZRADA PLANA ZA PRVIĆ LUKU

Program rada za Prvić Luku integralni je dio Plana i programa TZ grada Vodica za 2020. godinu. U nastavku daje se razrada rashoda.

<b>I</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>10.000 kn</b>
1.	Rashodi za radnika	8.500 kn
2.	Rashodi ureda (materijalni)	1.500 kn
<b>II</b>	<b>DIZAJN VRJEDNOSTI</b>	<b>40.000 kn</b>
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju	5.000 kn
2.	Manifestacije (kulturno-zabavne)	35.000 kn
	Fešta u Prvić Luci	10.000 kn
	Potpore:	25.000 kn
<b>III</b>	<b>KOMUNIKACIJSKE VRJEDNOSTI</b>	<b>16.000 kn</b>
1.	Online komunikacije	9.000 kn
	Internet oglašavanje	8.500 kn
	(Internet stranice - participacija)	500 kn
2.	Off line komunikacije	7.000 kn
	brošure - participacija	4.000 kn
	oglašavanje - participacija	1.000 kn
	opće oglašavanje	2.000 kn
<b>IV</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRJEDNOSTI</b>	<b>2.500 kn</b>
1.	Sajmovi - participacija	2.500 kn
2.	Posebne prezentacije- participacija	0
<b>V</b>	<b>INTERNAL MARKETING</b>	<b>0</b>
<b>VI</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>3.000 kn</b>
	Multimedija	3.000 kn
<b>VIII</b>	<b>OSTALO</b>	<b>0</b>
<b>IX</b>	<b>TRANSFER TURISTIČKE PRISTOJBE</b>	<b>28.500 kn</b>
<b>Ukupno troškovi</b>		<b>100.000 kn</b>

## RAZRADA PLANA ZA ŠEPURINE

Program rada za Šepurine također je integralni dio Plana i programa TZ grada Vodica za 2020. godinu. U nastavku daje se razrada rashoda.

<b>I</b>	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>4.500 kn</b>
1.	Rashodi za radnika	4.000 kn
2.	Rashodi za ured (materijalni)	500 kn
<b>II</b>	<b>DIZAJN VRJEDNOSTI</b>	<b>32.000 kn</b>
1.	Unapređenje boravka	2.000 kn
2.	Manifestacije	30.000 kn
	Fešta	10.000 kn
	Potpore:	20.000 kn
<b>III</b>	<b>KOMUNIKACIJSKA VRJEDNOST</b>	<b>7.000 kn</b>
1.	On line komunikacije (Internet stranice - participacija)	2.000 kn
2.	Off line komunikacije	5.000 kn

(brošure- participacija)

IV	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	1.500 kn
	1. Sajmovi - participacija	1.500 kn
V	INTERNI MARKETING 0	
VI	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	2.000 kn
	Multimedija	2.000 kn
VII	POSEBNI PROGRAMI 0	
VIII	OSTALO 0	
IX	TRANSFER TURISTIČKE PRISTOJBE	18.000 kn

<b>Ukupno troškovi</b>	<b>65.000 kn</b>
------------------------	------------------

## FINANCIJSKI PLAN TZ GRADA VODICA ZA 2020.

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	Plan 2019	PLAN 2020	indeks	STRUKTURA %
1.	Prihodi od turističke pristojbe	4.900.000	5.235.000	107	80,5
2.	Prihodi od turističke članarine	620.000	672.000	108	10,3
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)	500.000	543.000	109	8,4
6.	Ostali nespomenuti prihodi	90.000	50.000	56	0,8
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>6.110.000</b>	<b>6.500.000</b>	<b>106</b>	<b>100</b>
RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2019	Plan 2020		
I.	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>778.000</b>	<b>900.000</b>	<b>116</b>	<b>14,5</b>
1.	Rashodi za radnike	576.000	670.000	116	10,8
2.	Rashodi ureda	202.000	230.000	114	3,7
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
II.	<b>DIZAJN VRJEDNOSTI</b>	<b>2.568.000</b>	<b>2.680.000</b>	<b>104</b>	<b>43,4</b>
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ ( <b>osim izgradnje komunalne infrastrukture</b> )	480.000	480.000	100	7,8
1.1.	Plaže	350.000	350.000	100	5,7
1.2.	Tuševi i WC	30.000	30.000	100	0,5
1.3.	Voda za tuševe i WC	20.000	20.000	100	0,3
1.4.	Sadnice	70.000	70.000	100	1,1
1.5.	Vrećice	10.000	10.000	100	0,2
2.	Manifestacije	1.793.000	1.790.000	100	29
2.1.	Kulturno-zabavne	1.163.000	1.190.000	102	19,3
2.2.	Sportske manifestacije				
2.3.	Ekološke manifestacije				
2.4.	Ostale manifestacije	280.000	250.000	89	4
2.5.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)	350.000	350.000	100	5,7
3.	Razvoj proizvoda	295.000	410.000	139	6,6
III.	<b>KOMUNIKACIJA VRJEDNOSTI</b>	<b>669.000</b>	<b>800.000</b>	<b>120</b>	<b>12,9</b>
1.	<b>Online komunikacije</b>	<b>320.000</b>	<b>380.000</b>	<b>119</b>	<b>6,1</b>
1.1.	Internet oglašavanje	300.000	350.000	117	5,6
1.4.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	20.000	30.000	150	0,5
2.	<b>Offline komunikacije</b>	<b>349.000</b>	<b>410.000</b>	<b>117</b>	<b>6,7</b>
2.1.	Oglašavaće u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	40.000	50.000	125	0,8
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	80.000	80.000	100	1,3
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	199.000	240.000	121	3,9

2.4.	Suveniri i promo materijali	30.000	30.000	100	0,5
2.5.	Info table	0	10.000	#	0,2
<b>3.</b>	<b>Smeđa signalizacija</b>	<b>0</b>	<b>10.000</b>	<b>#</b>	<b>0,2</b>
<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRJEDNOSTI</b>	<b>129.000</b>	<b>150.000</b>	<b>116</b>	<b>2,4</b>
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	90.000	100.000	111	1,6
2.	Studijska putovanja	28.000	20.000	71	0,3
3.	Posebne prezentacije	11.000	30.000	272	0,5
<b>V.</b>	<b>INTERNAL MARKETING</b>	<b>10.000</b>	<b>30.000</b>	<b>300</b>	<b>0,5</b>
1.	Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	5.000	15.000	300	0,2
2.	Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi				
3.	Nagrade i priznanja (Projekt. vjernosti i ostalo)	5.000	15.000	300	0,2
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>23.000</b>	<b>80.000</b>	<b>348</b>	<b>1,3</b>
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	5.000	50.000	1000	0,8
2.	Istraživanje tržišta				
3.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	15.000	25.000	167	0,4
4.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)	3.000	5.000	167	0,1
<b>VII.</b>	<b>POSEBNI PROGRAMI</b>	<b>0</b>			
<b>VIII.</b>	<b>OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)</b>	<b>0</b>			
<b>IX.</b>	<b>TRANSFER TURISTIČKE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)</b>	<b>1.390.000</b>	<b>1.540.000</b>	<b>111</b>	<b>25</b>
<b>X.</b>	<b>POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE ( ukoliko je isti ostvaren)</b>	<b>0</b>			
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>5.567.000</b>	<b>6.180.000</b>	<b>111</b>	<b>100</b>
	<b>PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU – POKRIVANJE MANJKA U IDUĆU GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)</b>	<b>543.000</b>	<b>320.000</b>	<b>59</b>	

FINANCIJSKI PLAN ZA TD SRIMA ZA 2020.

U kn					
RB	PRIHODI PO VRSTAMA	Plan 2019	PLAN 2020	indeks	STRUKTURA %
1.	Prihodi od turističke pristojbe	740.000	820.000	111	96
2.	Prihodi od turističke članarine	35.000	35.000	100	4
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				
<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>		<b>775.000</b>	<b>855.000</b>	<b>110</b>	<b>100</b>
RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2019	Plan 2020	index	Struktura %
I.	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>67.000</b>	<b>69.000</b>	<b>103</b>	<b>8,1</b>
1.	Rashodi za radnike	47.000	50.000	106	5,9
2.	Rashodi ureda	20.000	19.000	95	2,2
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
II.	<b>DIZAJN VRJEDNOSTI</b>	<b>280.000</b>	<b>320.000</b>	<b>114</b>	<b>37,4</b>
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ ( <b>osim izgradnje komunalne infrastrukture</b> )	100.00	80.000	80	9,4
1.1.	Unapređenje boravka turista	100.000	80.000	80	9,4
2.	Manifestacije	170.000	230.000	135	26,9
2.1.	Kulturno-zabavne	160.000	220.000	137	25,7
2.2.	Sportske manifestacije	10.000	10.000	100	1,2
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	1,2
4.	Potpore razvoju DMK-a				
III.	<b>KOMUNIKACIJA VRJEDNOSTI</b>	<b>170.000</b>	<b>170.000</b>	<b>100</b>	<b>19,9</b>
1.	<b>Online komunikacije</b>	<b>90.000</b>	<b>90.000</b>	<b>100</b>	<b>10,5</b>
1.1.	Internet oglašavanje	85.000	80.000	94	9,4
1.4.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	5.000	10.000	200	1,1
2.	<b>Offline komunikacije</b>	<b>80.000</b>	<b>80.000</b>	<b>100</b>	<b>9,4</b>
2.1.	Oglašavaje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	7.500	10.000	133	1,1
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	20.500	20.000	98	2,4
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	52.000	50.000	96	5,9
2.4.	Suveniri i promo materijali				
2.5.	Info table				

<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>26.000</b>	<b>30.000</b>	<b>115</b>	<b>3,5</b>
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	23.000	25.000	107	2,9
2.	Prezentacije	3.000	5.000	167	0,6
<b>V.</b>	<b>INTERNAL MARKETING</b>				
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)				
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>10.000</b>	<b>20.000</b>	<b>200</b>	<b>2,3</b>
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala		15.000	#	1,7
2.	Istraživanje tržišta	2.000		#	
3.	Formiranje baze podataka				
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama				
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštву	8.000	5.000	62	0,6
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)				
<b>VII.</b>	<b>POSEBNI PROGRAMI</b>				
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena				
<b>VIII.</b>	<b>OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)</b>				
<b>IX.</b>	<b>TRANSFER TURISTIČKE PRISTOJBVE OPĆINI/GRADU (30%)</b>	<b>222.000</b>	<b>246.000</b>	<b>111</b>	<b>28,8</b>
<b>X.</b>	<b>POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE ( ukoliko je isti ostvaren)</b>				
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>775.000</b>	<b>855.000</b>	<b>110</b>	<b>100</b>
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU – POKRIVANJE MANJKA U IDUĆU GODINU (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)				

FINANCIJSKI PLAN ZA TD PRVIĆ LUKA 2020.

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	Plan 2019	Plan 2020	indeks	U KN
					Struktur a %
1.	Prihodi od turističke pristojbe	84.000	95.000	113	95
2.	Prihodi od turističke članarine	6.000	5.000	83	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				
<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>		<b>90.000</b>	<b>100.000</b>	<b>111</b>	<b>100</b>
RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2019	Plan 2020	indeks	Struktur a %
I.	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>10.000</b>	<b>10.000</b>	<b>100</b>	<b>10</b>
1.	Rashodi za radnike	10.000	10.000	100	10
2.	Rashodi ureda				
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
II.	<b>DIZAJN VRJEDNOSTI</b>	<b>29.000</b>	<b>40.000</b>	<b>138</b>	<b>40</b>
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ ( <b>osim izgradnje komunalne infrastrukture</b> )	5.000	5.000	5	5
1.1.	Unapređenje boravka turista	5.000	5.000	100	5
2.	Manifestacije	<b>24.000</b>	<b>35.000</b>	<b>146</b>	<b>35</b>
2.1.	Kulturno-zabavne	24.000	35.000	146	35
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)				
3.	Novi proizvodi				
4.	Potpore razvoju DMK-a				
III.	<b>KOMUNIKACIJA VRJEDNOSTI</b>	<b>20.000</b>	<b>16.000</b>	<b>80</b>	<b>16</b>
1.	<b>Online komunikacije</b>	<b>9.000</b>	<b>9.000</b>	<b>100</b>	<b>9</b>
1.1.	Internet oglašavanje	8.500	8.500	100	8,5
1.4.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	500	500	100	0,5
2.	<b>Offline komunikacije</b>	<b>11.000</b>	<b>7.000</b>	<b>64</b>	<b>7</b>
2.1.	Oglašavaje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	1.000	1.000	100	1
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	3.000	2.000	67	2
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	7.000	4.000	57	4
2.4.	Suveniri i promo materijali				
2.5.	Info table				

3.	Smeđa signalizacija				
<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>2.000</b>	<b>2.500</b>	<b>125</b>	<b>2,5</b>
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	2.000	2.500	125	2,5
2.	Posebne prezentacije				
<b>V.</b>	<b>INTERNAL MARKETING</b>				
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)				
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>3.000</b>	<b>3.000</b>	<b>100</b>	<b>3</b>
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	3.000	3.000	100	3
2.	Istraživanje tržišta				
3.	Formiranje baze podataka				
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama				
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštву				
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)				
<b>VII.</b>	<b>POSEBNI PROGRAMI</b>				
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena				
<b>VIII.</b>	<b>OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)</b>				
<b>IX.</b>	<b>TRANSFER TURISTIČKE PRISTOJBVE OPĆINI/GRADU (30%)</b>	<b>26.000</b>	<b>28.500</b>	<b>110</b>	<b>28,5</b>
<b>X.</b>	<b>POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE ( ukoliko je isti ostvaren)</b>				
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>90.000</b>	<b>100.000</b>	<b>111</b>	<b>100</b>
	<b>PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU – POKRIVANJE MANJKA U IDUĆU GODINU (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)</b>				

FINANCIJSKI PLAN ZA TD ŠEPURINE ZA 2020.

u kn

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	Plan 2019	Plan 2020	indeks	Struktura %
1.	Prihodi od turističke pristojbe	42.000	60.000	143	92
2.	Prihodi od turističke članarine	6.000	5.000	83	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				
	<b>SVEUKUPNO PRIHODI</b>	<b>48.000</b>	<b>65.000</b>	<b>135</b>	<b>100</b>
RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2019	Plan 2020	indeks	Struktura %
I.	<b>ADMINISTRATIVNI RASHODI</b>	<b>4.600</b>	<b>4.500</b>	<b>98</b>	<b>6,9</b>
1.	Rashodi za radnike	4.000	4.000	100	6,1
2.	Rashodi ureda	600	500	83	0,8
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
II.	<b>DIZAJN VRJEDNOSTI</b>	<b>21.700</b>	<b>32.000</b>	<b>147</b>	<b>49,2</b>
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ ( <b>osim izgradnje komunalne infrastrukture</b> )		2.000	#	3,1
1.1.	Unapređenje boravka turista				
2.	Manifestacije	<b>21.700</b>	<b>30.000</b>	<b>138</b>	<b>46,1</b>
2.1.	Kulturno-zabavne	21.700	30.000	138	46,1
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)				
3.	Novi proizvodi				
4.	Potpore razvoju DMK-a				
III.	<b>KOMUNIKACIJA VRJEDNOSTI</b>	<b>7.000</b>	<b>7.000</b>	<b>100</b>	<b>10,8</b>
1.	<b>Online komunikacije</b>	<b>2.400</b>	<b>2.000</b>	<b>83</b>	<b>3,1</b>
1.1.	Internet oglašavanje	2.400	2.000	83	3,1
1.4.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama				
2.	<b>Offline komunikacije</b>	<b>4.600</b>	<b>5.000</b>	<b>109</b>	<b>7,7</b>
2.1.	Oglašavaće u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora				

2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)				
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	4.600	5.000	109	7,7
2.4.	Suveniri i promo materijali				
2.5.	Info table				
3.	Smeđa signalizacija				
<b>IV.</b>	<b>DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI</b>	<b>1.000</b>	<b>1.500</b>	<b>150</b>	<b>2,3</b>
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	1.000	1.500	150	2,3
2.	Posebne prezentacije				
<b>V.</b>	<b>INTERNI MARKETING</b>				
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)				
<b>VI.</b>	<b>MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA</b>	<b>1.200</b>	<b>2.000</b>	<b>167</b>	<b>3,1</b>
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala				
2.	Istraživanje tržišta				
3.	Formiranje baze podataka				
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama				
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštву				
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)				
<b>VII.</b>	<b>POSEBNI PROGRAMI</b>				
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena				
<b>VIII.</b>	<b>OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)</b>				
<b>IX.</b>	<b>TRANSFER TURISTIČKE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)</b>	<b>12.500</b>	<b>18.000</b>	<b>144</b>	<b>27,7</b>
<b>X.</b>	<b>POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE ( ukoliko je isti ostvaren)</b>				
	<b>SVEUKUPNO RASHODI</b>	<b>48.000</b>	<b>65.000</b>	<b>135</b>	<b>100</b>
	<b>PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆU GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)*</b>				

**FINANCIJSKI PLAN ZA 2020. GODINU (računski plan za neprofitne organizacije)**

Razred/ Skupina	Naziv	Planirani iznos
<b>3</b>	<b>Prihodi</b>	<b>6.977.500</b>
31	Prihodi od prodaje roba i pružanja usluga	0
32	Prihodi od članarina i članskih doprinosa	717.000
33	Prihodi po posebnim propisima	6.210.000
34	Prihodi od imovine	500
35	Prihodi od donacija	50.000
36	Ostali prihodi	0
37	Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija	0
Razred/ Skupina	Naziv	Planirani iznos
<b>4</b>	<b>Rashodi</b>	<b>6.977.500</b>
41	Rashodi za radnike	670.000
42	Materijalni rashodi	4.322.500
43	Rashodi amortizacije	120.000
44	Finansijski rashodi	15.000
45	Donacije	350.000
46	Ostali rashodi	1.500.000
47	Rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija	0
Razred/ Skupina	Naziv	Planirani iznos
<b>52</b>	<b>Rezultat poslovanja</b>	<b>575.000</b>
522111	Višak prihoda prethodne godine	575.000
522110	Višak prihoda tekuće godine	0

**Plan zaduživanja i otplata za 2020. 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 3. sjednici Skupštine održanoj 02.12.2019. godine.

TZ grada Vodica  
Turističko vijeće  
Predsjednica:  
dr. Nelka Tomić, v.r.