



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

GODIŠNJI PROGRAM RADA ZA 2023. GODINU

U Vodicama, studeni 2022.

Sadržaj:

| | | |
|-----------|---|-----------|
| 1. | Uvod | 3 |
| 2. | Osnove i sadržaj programa rada | 4 |
| 3. | Turistički promet | 4 |
| 4. | Segmentacija emitivnih tržišta | 7 |
| 5. | Ciljevi marketinške politike | 8 |
| 6. | Procjena obujma turističkog prometa | 9 |
| 7. | Prihodi | 9 |
| 8. | Aktivnosti | 10 |
| 9. | Godišnji program rada za 2023 -tablični prikaz | 21 |
| | Zaključne odredbe | 24 |

1. UVOD

2022.g. od početka je krenula dobrim smjerom, iako je predsezona u odnosu na 2019. bila na 70% fizičkog prometa. U nastavku glavnog dijela turističke sezone, za koju su bila vrlo optimistična očekivanja, ostvareni su izvrsni rezultati i to iznad naših očekivanja. Posezona je također pokazala dobar pomak i zabilježila dobru posjećenost, te se do kraja 2022. godine očekuje razina fizičkog prometa od 91-92% u odnosu na rekordnu 2019. godinu.

Za 2023. godinu smatramo da bismo u predsezoni i posezoni mogli ostvariti dodatne pomake (ukoliko hoteli budu otvoreni), ne očekujemo značajne pomake u punoj sezoni, jer je ove godine punih pet i pol - šest tjedana špice bilo nemoguće naći slobodan smještaj, te je pretpostavka da je popunjenost bila gotovo 100% (iako to statističke brojke e-visitora nisu pokazivale - uočeno je manje prijava gostiju nego ukupno registriranih kreveta).

Planirane aktivnosti u 2022. godini ostvarene su u cjelosti.

Za plan 2023., očekujemo bez obzira na najavljenju recesiju, da ćemo u pred i posezoni ostvariti bolji fizički promet nego 2022.g., te ćemo bazirati fizički promet na 10% više što bi značilo približnom fizičkom prometu na razini 2019. (u 2022.g. smo bili planirali 80-85%, a ostvareno je 91-92%, s tim da je prošlogodišnji početak godine bio neizvjestan zbog poznatih okolnosti), te da će se aktivnosti pokrenuti puno ranije nego 2022.g. kada su pokrenute od ožujka.

Plan i program bazirati će se i ove godine na propisanim zadaćama, a prema novom Zakonu (NN 52/2019 i 52/2020), koji pretpostavlja glavne ciljeve:

- razvoj i marketing destinacije kroz koordinaciju ključnih aktivnosti turističkog razvoja (razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, planiranje i financiranje) u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma;
- osiguranje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih proizvoda;
- poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao potrebi i važnosti očuvanja i unapređenja svih elemenata turističke resursne osnove destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

U svakom slučaju, i sljedeće godine prioritet je na sigurnosti i zdravlju i u tom pogledu sve aktivnosti će se pažljivo promišljati.

Trendovi sljedećih godina bit će modificirani a posebno:

- priroda i ekologija - (čisti i zdravi okoliš, boravak u prirodi)- sadržaji važni za imidž u turizmu imati će još veću važnost,
- zdravstveni sadržaji, zdrav načina života, te pozitivno socijalno okruženje, popularizacija zdravog načina života,
- zatim sadržaji aktivnog odmora u prirodnom okruženju ostatak će privlačni turistima, a zahtijevaju i složene programe i određene mjere sigurnosti
- eno-gastronomija posebno važna u smislu lokalnih, ekoloških proizvoda i plasiranju proizvoda posebno u ugostiteljstvu, te predstavljaju sve važniji segment ponude

Trendovi prethodnih godina koji se odnose na kongresne i incentive ponudu vraćaju se u većem obimu, a vezana ili kružna putovanja iz udaljenijih tržišta ovisiti će o razvoju situacije na tim tržištima. Još uvijek ne očekujemo da će se u 2023.g. vratiti na velika vrata, ali smatramo da će se uvjeti održavanja ovog vida turističke ponude prilagoditi. Pandemija je u ovom segmentu turističke ponude uzrokovala ogromne štete i oporavak će trajati duže.

Održivi turistički razvoj u destinaciji glavni je cilj provedbe programa i definiranja strategije koja je pripremljena za sljedeće razdoblje do 2030.g..

Uz dugogodišnju tradiciju bavljenja turizmom, velikog broja kapaciteta, raznolikost ponude, bogate prirodne resursne osnove, Vodice kotiraju kao svestrano turističko odredište.

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 cjelogodišnjeg turizma, 2) Jačanje poduzetništva s fokusom na turizam.

2. Osnove i sadržaj Programa rada

Prilikom izrade plana i programa s financijskim planom za 2023. godinu polazi se od:

- ostvarenih rezultata i aktivnosti u 2022. godini
- strukture smještajnih kapaciteta
- Strategije turističkog razvoja grada Vodica
- Strategija razvoja turizma RH
- Strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma smjernice, te Strategije razvoja turizam TZŽ 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, stvaranje novih složenih proizvoda dionika, produžetka turističke sezone.

TZ grada Vodice posebno će provoditi projekte istraživanja i analize tržišta, mjerenja učinkovitosti, razvoja turističkih proizvoda, destinacijski menadžment koji su u skladu sa zadaćama TZ-a, te odrednicama i smjernicama planiranja u sustavu turističkih zajednica, a dio je projekta IQM Destination Vodice .

3. Turistički promet

U 2022. godini za prvih deset mjeseci u komercijalnom smještaju zabilježeno je 204.432 dolazaka i 1.147.740 noćenja, odnosno 39% dolazaka 29% noćenja više nego u istom razdoblju prošle godine. Nautika bilježi 5.756 dolazaka odnosno 14% više u odnosu na 2021., te 39.094 noćenja odnosno 12% više u odnosu na 2021. U nekomercijalnim objektima bilježimo 8.419 dolazaka (8% više od 2021.g.), te 157.461 (5% više od 2021.g.) noćenja.

Ukupno je ostvareno 218.607 dolazaka(37% više od 2021.g.) te 1.344.295 noćenja (25% više od 2021 g.). Većina ostvarenog fizičkog prometa odnosi se na srpanj i kolovoz.

Statistika siječanj-listopad 2022/2021

| Vrsta objekta | Dolasci 2022 | Dolasci 2021 | Indeks dolasci | Noćenja 2022 | Noćenja 2021 | Indeks noćenja |
|------------------------|--------------|--------------|----------------|--------------|--------------|----------------|
| Komercijalni objekti | 204.432 | 146.802 | 139 | 1.147.740 | 891.105 | 129 |
| Nautika | 5.756 | 5.043 | 114 | 39.094 | 34.953 | 112 |
| Nekomercijalni objekti | 8.419 | 7.831 | 108 | 157.461 | 149.649 | 105 |
| Ukupno: | 218.607 | 159.676 | 137 | 1.344.295 | 1.075.707 | 125 |

Izvor: e-visitor

| Država | Dolasci 2022 | Dolasci 2021 | Indeks dolasci | Noćenja 2022 | Noćenja 2021 | Indeks noćenja | Udio noćenja 2022 | Udio noćenja 2021 |
|-----------|--------------|--------------|----------------|--------------|--------------|----------------|-------------------|-------------------|
| Hrvatska | 52.745 | 41.803 | 126 | 211.308 | 198.568 | 106 | 18,4% | 22,3% |
| Njemačka | 21.808 | 18.964 | 115 | 164.416 | 147.485 | 111 | 14,3% | 16,6% |
| Slovačka | 18.696 | 9.920 | 188 | 128.296 | 70.198 | 183 | 11,2% | 7,9% |
| Poljska | 17.425 | 15.325 | 114 | 128.057 | 117.170 | 109 | 11,2% | 13,2% |
| Češka | 16.471 | 10.805 | 152 | 116.369 | 75.899 | 153 | 10,1% | 8,5% |
| Slovenija | 15.075 | 10.491 | 144 | 82.037 | 65.541 | 125 | 7,1% | 7,4% |
| Austrija | 12.185 | 9.313 | 131 | 63.377 | 51.484 | 123 | 5,5% | 5,8% |
| Mađarska | 10.021 | 7.535 | 133 | 57.185 | 44.321 | 129 | 5,0% | 5,0% |

| | | | | | | | | |
|---------------------------------------|-------|-------|------|--------|--------|------|------|------|
| Bosna i Hercegovina | 8.626 | 6.160 | 140 | 37.249 | 30.374 | 123 | 3,2% | 3,4% |
| Ujedinjena Kraljevina | 2.764 | 1.014 | 273 | 16.080 | 5.617 | 286 | 1,4% | 0,6% |
| Švedska | 2.464 | 1.160 | 212 | 14.741 | 7.607 | 194 | 1,3% | 0,9% |
| Nizozemska | 2.527 | 2.247 | 112 | 14.601 | 12.150 | 120 | 1,3% | 1,4% |
| Italija | 2.488 | 1.271 | 196 | 13.673 | 7.275 | 188 | 1,2% | 0,8% |
| Ukrajina | 1.688 | 961 | 176 | 13.460 | 6.691 | 201 | 1,2% | 0,8% |
| Švicarska | 2.713 | 1.769 | 153 | 11.678 | 8.114 | 144 | 1,0% | 0,9% |
| Francuska | 2.970 | 1.778 | 167 | 10.351 | 7.915 | 131 | 0,9% | 0,9% |
| Srbija | 1.658 | 1.040 | 159 | 8.498 | 7.145 | 119 | 0,7% | 0,8% |
| Norveška | 1.254 | 270 | 464 | 7.912 | 2.053 | 385 | 0,7% | 0,2% |
| Belgija | 1.194 | 806 | 148 | 7.080 | 4.678 | 151 | 0,6% | 0,5% |
| Finska | 1.003 | 36 | 2786 | 6.688 | 124 | 5394 | 0,6% | 0,0% |
| SAD | 2.210 | 789 | 280 | 5.180 | 2.708 | 191 | 0,5% | 0,3% |
| Danska | 611 | 321 | 190 | 4.038 | 2.288 | 176 | 0,4% | 0,3% |
| Rumunjska | 724 | 604 | 120 | 3.962 | 2.992 | 132 | 0,3% | 0,3% |
| Makedonija | 235 | 143 | 164 | 2.326 | 1.192 | 195 | 0,2% | 0,1% |
| Irska | 365 | 76 | 480 | 2.221 | 345 | 644 | 0,2% | 0,0% |
| Španjolska | 774 | 158 | 490 | 2.219 | 635 | 349 | 0,2% | 0,1% |
| Kanada | 465 | 94 | 495 | 1.966 | 377 | 521 | 0,2% | 0,0% |
| Litva | 406 | 226 | 180 | 1.738 | 1.069 | 163 | 0,2% | 0,1% |
| Australija | 283 | 115 | 246 | 1.308 | 633 | 207 | 0,1% | 0,1% |
| Letonija | 184 | 106 | 174 | 958 | 689 | 139 | 0,1% | 0,1% |
| Rusija | 134 | 465 | 29 | 902 | 2.703 | 33 | 0,1% | 0,3% |
| Ostale afričke zemlje | 114 | 104 | 110 | 634 | 605 | 105 | 0,1% | 0,1% |
| Ostale azijske zemlje | 147 | 88 | 167 | 604 | 469 | 129 | 0,1% | 0,1% |
| Estonija | 112 | 119 | 94 | 534 | 585 | 91 | 0,0% | 0,1% |
| Bugarska | 102 | 41 | 249 | 532 | 193 | 276 | 0,0% | 0,0% |
| Albanija | 257 | 31 | 829 | 523 | 51 | 1025 | 0,0% | 0,0% |
| Kosovo | 92 | 54 | 170 | 436 | 339 | 129 | 0,0% | 0,0% |
| Crna Gora | 262 | 46 | 570 | 373 | 148 | 252 | 0,0% | 0,0% |
| Ostale europske zemlje | 50 | 14 | 357 | 353 | 73 | 484 | 0,0% | 0,0% |
| Izrael | 138 | 59 | 234 | 342 | 172 | 199 | 0,0% | 0,0% |
| Portugal | 92 | 42 | 219 | 327 | 149 | 219 | 0,0% | 0,0% |
| Bjelorusija | 53 | 34 | 156 | 301 | 176 | 171 | 0,0% | 0,0% |
| Indija | 33 | 8 | 413 | 284 | 33 | 861 | 0,0% | 0,0% |
| Malta | 41 | 0 | 0 | 268 | 0 | 0 | 0,0% | 0,0% |
| Brazil | 41 | 24 | 171 | 263 | 133 | 198 | 0,0% | 0,0% |
| Turska | 53 | 51 | 104 | 251 | 270 | 93 | 0,0% | 0,0% |
| Koreja, Republika | 191 | 6 | 3183 | 216 | 10 | 2160 | 0,0% | 0,0% |
| Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike | 61 | 56 | 109 | 216 | 287 | 75 | 0,0% | 0,0% |
| Luksemburg | 40 | 51 | 78 | 213 | 290 | 73 | 0,0% | 0,0% |
| Grčka | 95 | 17 | 559 | 187 | 45 | 416 | 0,0% | 0,0% |
| Južnoafrička Republika | 45 | 5 | 900 | 128 | 14 | 914 | 0,0% | 0,0% |
| Novi Zeland | 21 | 6 | 350 | 93 | 22 | 423 | 0,0% | 0,0% |

| | | | | | | | | |
|--------------------------------|----------------|----------------|------------|------------------|----------------|------------|--------|--------|
| Kazahstan | 14 | 13 | 108 | 86 | 99 | 87 | 0,0% | 0,0% |
| Island | 17 | 2 | 850 | 83 | 13 | 638 | 0,0% | 0,0% |
| Kina | 28 | 16 | 175 | 77 | 34 | 226 | 0,0% | 0,0% |
| Tajland | 39 | 16 | 244 | 77 | 108 | 71 | 0,0% | 0,0% |
| Argentina | 20 | 7 | 286 | 60 | 20 | 300 | 0,0% | 0,0% |
| Ostale zemlje Sjeverne Amerike | 13 | 19 | 68 | 58 | 76 | 76 | 0,0% | 0,0% |
| Ostale zemlje Oceanije | 12 | 15 | 80 | 56 | 116 | 48 | 0,0% | 0,0% |
| Čile | 15 | 6 | 250 | 50 | 39 | 128 | 0,0% | 0,0% |
| Meksiko | 15 | 10 | 150 | 49 | 23 | 213 | 0,0% | 0,0% |
| Maroko | 10 | 5 | 200 | 45 | 21 | 214 | 0,0% | 0,0% |
| Lihtenštajn | 9 | 4 | 225 | 40 | 13 | 308 | 0,0% | 0,0% |
| Cipar | 10 | 4 | 250 | 30 | 16 | 188 | 0,0% | 0,0% |
| Japan | 9 | 11 | 82 | 29 | 50 | 58 | 0,0% | 0,0% |
| Tunis | 4 | 11 | 36 | 16 | 52 | 31 | 0,0% | 0,0% |
| Jordan | 3 | 2 | 150 | 13 | 12 | 108 | 0,0% | 0,0% |
| Ujedinjeni Arapski Emirati | 3 | 1 | 300 | 11 | 1 | 1100 | 0,0% | 0,0% |
| Hong Kong, Kina | 5 | 1 | 500 | 8 | 9 | 89 | 0,0% | 0,0% |
| Indonezija | 0 | 4 | 0 | 0 | 13 | 0 | 0,0% | 0,0% |
| Kuvajt | 0 | 6 | 0 | 0 | 9 | 0 | 0,0% | 0,0% |
| Tajvan, Kina | 0 | 1 | 0 | 0 | 7 | 0 | 0,0% | 0,0% |
| | | | | | | | | |
| Strani turisti: | 151.687 | 104.985 | 144 | 936.432 | 692.472 | 135 | 81,6% | 77,7% |
| Domaći turisti: | 52.745 | 41.817 | 126 | 211.308 | 198.633 | 106 | 18,4% | 22,3% |
| UKUPNO: | 204.432 | 146.802 | 139 | 1.147.740 | 891.105 | 129 | 100,0% | 100,0% |

izvor: e-visitor

Prema emitivnim tržištima, najviše dolazaka bilježe domaći gosti, slijede gosti iz Njemačke, Poljske, Češke, Slovenije, Slovačke, Austrije, Mađarske, BiH. Na svim emitivnim tržištima imamo porast dolazaka, posebno se u statistici ističe porast iz avio destinacija (u postotku) iako s obzirom na činjenicu da njih u 2020. g. nije bilo, u 2021.g. nisu postigle porast kao auto destinacije (tradicionalna i tržišta u okruženju). Posebno se to odnosi na skandinavske zemlje, UK, ali ne i na daleka istočna tržišta, koja se još uvijek nisu otvorila . U srpnju i kolovozu ostvarena je velika većina prometa, posebno 5,5 tjedana špice sezone, kada se tražio krevet više.

Statistika po vrsti objekta - komercijalni objekti - 01.01.-31.10.2022./2021

| Vrsta objekta | Dolasci 2022 | Dolasci 2021 | Indeks dolazaka | Noćenja 2022 | Noćenja 2021 | Indeks noćenja |
|--|----------------|----------------|-----------------|------------------|----------------|----------------|
| Objekti u domaćinstvu | 98.153 | 79.677 | 123 | 697.928 | 580.257 | 120 |
| Hoteli | 88.333 | 54.495 | 162 | 348.646 | 237.292 | 147 |
| Ostali ugostiteljski objekti za smještaj | 11.243 | 6.992 | 161 | 68.215 | 44.837 | 152 |
| Kampovi | 6.575 | 5.480 | 120 | 31.693 | 27.598 | 115 |
| Objekti na OPG-u | 128 | 158 | 81 | 1.258 | 1.121 | 112 |
| | | | | | | |
| Ukupno: | 204.432 | 146.802 | 139 | 1.147.740 | 891.105 | 129 |

izvor: e-visitor

Objekti u domaćinstvu su u 2022 g. ostvarili 23% više u dolascima i 20% više u noćenjima u odnosu na 2021. g.

Hotelski smještaj je u 2022.g. ostvario 62% više u dolascima i 47% više u noćenjima u odnosu na 2021.g.

Ostali ugostiteljski objekti za smještaj su 61%, odnosno 52% u porastu u odnosu na 2021.

Kampovi su 20% u dolascima i 15% u noćenjima u porastu u odnosu na 2021.

Objekti na OPG-ima imaju pad u dolascima za 19%, ali porast u noćenjima od 12% .

Možemo reći da je i ovogodišnji turistički promet počivao na individualnim dolascima gostiju. Organizirani vid dolazaka gostiju se oporavlja, ali još uvijek nije na razini predpandemijskih brojki, ali je pomak u vidu kongresa i manjih grupnih putovanja.

Statistika po naseljima - komercijalni objekti - 01.01.-31.10.2022/2021.

| Naselje | Dolasci 2022 | Dolasci 2021 | Indeks dolazaka | Noćenja 2022 | Noćenja 2021 | Indeks noćenja |
|----------------|----------------|----------------|-----------------|------------------|----------------|----------------|
| Vodice | 173.933 | 121.972 | 143 | 919.504 | 697.254 | 132 |
| Srima | 26.428 | 21.419 | 123 | 196.462 | 166.751 | 118 |
| Prvić Luka | 2.205 | 1.736 | 127 | 14.959 | 12.281 | 122 |
| Prvić Šepurine | 1.140 | 1.117 | 102 | 10.619 | 10.057 | 106 |
| Čista Velika | 267 | 300 | 89 | 2.096 | 2.294 | 91 |
| Čista Mala | 209 | 68 | 307 | 1.887 | 602 | 313 |
| Gaćezezi | 165 | 134 | 123 | 1.424 | 1.320 | 108 |
| Grabovci | 85 | 56 | 152 | 789 | 546 | 145 |
| | | | | | | |
| Ukupno | 204.432 | 146.802 | 139 | 1.147.740 | 891.105 | 129 |

Izvor:e-visitor

U usporedbi s prethodnom godinom, porast je i ove godine vidljiv u svim mjestima.

U gore navedene statistike nije uključena nautika.

Do kraja listopada ostvareno je 86% dolazaka i 91% noćenja od rekordne 2019.godine.

4. Segmentacija emitivnih tržišta

Struktura emitivnih tržišta djelomično je promijenjena iz razloga dostupnosti u novonastalim okolnostima. Veće udjele uzimaju tržišta dostupna automobilom, dok su avio-tržišta ove 2022.g. iako bilježimo veliki porast u odnosu na prethodne dvije (2020. i 2021.g.) ipak u manjem udjelu , jer još nije postignut puni obim letova.

U primarna emitivna tržišta za naše područje ulaze slijedeći:

Hrvatska, Njemačka, Poljska, Slovenija, Austrija, Češka, Slovačka, Mađarska

U sekundarna emitivna tržišta ubrajamo slijedeće:

UK, Švedska, Italija, Francuska, Nizozemska, Švicarska, BIH

U tercijarna emitivna tržišta ulaze tržišta: Norveška, Finska, Belgija, Srbija, Ukrajina..

Na primarna i sekundarna tržišta usmjeren je najveći dio promotivnih aktivnosti, od sajmova, prezentacija, oglašavanja i promotivnih kampanja, dok su tercijarna tržišta potencijal za dodatne promo aktivnosti.

5. Ciljevi turističke politike koji proizlaze iz strateških dokumentata

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 Vodica posebno će provoditi projekte istraživanja i analize tržišta, mjerenja učinkovitosti, razvoja turističkih proizvoda, destinacijski menadžment koji su u skladu sa zadaćama TZ-a, te odrednicama i smjernicama planiranja u sustavu turističkih zajednica.

Dugoročni strateški ciljevi turističke zajednice, prema SMPHT:

- povećanje dolazaka u periodu pred i postsezone 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 menadžment 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 Turističke zajednice grada Vodica

- nastavak afirmacije Vodica kao turistički atraktivne destinacije s posebnim naglaskom na pred i postsezoni
 - ostvarenje porasta fizičkog obujma turističkog prometa u sljedećem razdoblju s tendencijom rasta u pred i postsezoni
 - povećanje stupnja korištenja smještajnih kapaciteta
 - poticanje i razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste
 - razvoj turističkih proizvoda
 - podizanje kvalitete turističkog proizvoda
 - umrežavanje proizvoda i usluga i poticanje formiranja složenih proizvoda s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije
 - upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji
 - briga za očuvanje okoliša
 - daljnji razvoj selektivnih oblika turizma
 - optimizacija promidžbenih aktivnosti u sklopu sustava
 - 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
 - aktivnosti na realizaciji ciljeva i smjernica Strategije turističkog razvoja grada Vodica, posebno u prioritetima :
 - nastavak poticanja razvoja organiziranog plasmana smještajnih kapaciteta građana iznajmljivača, te motiviranje iznajmljivača u smislu ulaganja u podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta i usluge
 - 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 pass
- poseban program cikloturističkog razvoja;

posebni programi razvoja aktivnog odmora
 programi podizanja kvalitete ugostiteljstva i gastronomije:
 programi edukacije za ugostiteljstvo, zajednički promotivni projekti s ugostiteljstvom
 programi podizanja kvalitete ostalih djelatnosti vezanih za turizam

6. PROCJENA OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA U 2023.G.

Do kraja listopada 2022. godine ostvareno je ukupno 218.607 turističkih dolazaka i 1.344.295 turističkih noćenja.

Do kraja 2022. godine očekujemo promet u hotelima u studenom i prosincu - kongresi, te za vrijeme adventa i dočeka Nove godine.

Za sljedeću godinu očekujemo daljnji pomak u pred i posezoni.

prijedlog plana je povećanje dolazaka i noćenja (razdoblje lipanj - rujanj) na nivou do 95% od 2019.godine.

DOLASCI

| Vrsta objekta | Ostvareno 2021 | Ostvareno 2022 (do kraja 10.mj) | Procjena za 2022. | Plan za 2023 | Index 2023/2022 |
|----------------|----------------|------------------------------------|----------------------|----------------|-----------------|
| Komercijalni | 150.655 | 204.432 | 210.000 | 225.000 | 107 |
| nautika | 5.050 | 5.756 | 5.800 | 6.200 | 107 |
| nekomercijalni | 7.869 | 8.419 | 8.430 | 8.800 | 104 |
| Ukupno | 163.574 | 218.607 | 224.230 | 240.000 | 107 |

NOĆENJA

| Noćenja | Ostvareno 2021 | Ostvareno 2022 (do kraja 10. mj,) | Procjena za 2022. | Plan za 2023 | Index 2022/2021 |
|----------------|------------------|---|----------------------|------------------|--------------------|
| Komercijalni | 899.601 | 1.147.740 | 1.167.000 | 1.225.000 | 105 |
| nautika | 34.902 | 39.094 | 40.000 | 42.000 | 105 |
| nekomercijalni | 150.263 | 157.461 | 158.000 | 170.000 | 107 |
| Ukupno | 1.084.856 | 1.344.295 | 1.365.000 | 1.437.000 | 105 |

7. PRIHODI

1. Izvorni prihodi

1.1. **Turistička pristojba** - shodno procjeni turističkog prometa za 2023. godinu u komercijalnom dijelu procjena prihoda od turističke pristojbe iznosi 605.000 eura. Prihodi turističke pristojbe od nekomercijalnog dijela planiramo u iznosu od 45.000 eura. Prihodi turističke pristojbe od segmenta nautike planiramo u iznosu od 17.000 eura.

Ukupno turističku pristojbu za 2023.g. planiramo u iznosu od 667.000 eura.

1.2. **Turističku članarinu** planiramo za 2023. g. u iznosu od 97.500 eura.

2. Prihodi od sustava turističkih zajednica

odnosi se na sufinanciranje i potpore sustava: 8.000 eura.

3. Preneseni prihod iz prethodne godine : 103.500 eura.

4. Ostali prihodi: 1.000 eura

Ostali prihodi odnose se na prihode od zajedničkih aktivnosti s dionicima u turizmu, donacije, potpore i sl.

Ukupni planirani prihodi: 877.000 eura

8. AKTIVNOSTI

1. Istraživanje i strateško planiranje

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

Cilj aktivnosti: Istraživanje tržišta i analiza

Opis aktivnosti:

Istraživanje mišljenja turista u destinaciji, provoditi će se online anketom; prikupljanje podataka i njihova analiza prema pojedinačnim dionicima i destinacije ukupno, te marketinških aktivnosti.

Planirana sredstva: 3.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: rujan

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti provoditi će se kontinuirano i to online, putem analiza, izvješća, anketa. Koristiti će se informacijski sustavi. Analize i izvješća promotivnih aktivnosti prezentirati će se najmanje jednom godišnje.

Planirana sredstva: 0

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

2. Razvoj proizvoda

2.2. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

2.2.1. Cikloturizam

Cilj aktivnosti: Razvoj cikloturizma na području destinacije u smislu posebnog oblika aktivnog odmora, te općenito razvijanje svijesti o općoj dobrobiti aktivnog i rekreacijskog bavljenja sportom.

Opis aktivnosti:

Odnosi se na održavanje postojećih biciklističkih staza, kontinuirano ulaganje: uređenje putova u zaleđu, košnja, obnavljanje putokaza, valorizacija staza u suradnji s biciklističkim klubom i agencijom, te suradnja s TZŽ - bike & hike

Planirana sredstva: 6.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ, Grad, BBK

Rokovi realizacije: tokom godine

2.2.2. Novi turistički proizvodi

Cilj aktivnosti:

Konkretiziranje novih destinacijskih turističkih proizvoda

Opis aktivnosti:

Izrada, priprema i realizacija turističkih proizvoda. realizacija podrazumijeva postojeće i nove, a prije odluke o izboru novih proizvoda predviđenih za realizaciju, održati će se s dionicima, nakon čega slijedi razrada načina implementacije. Podrazumijeva pripremu tekstualnog dijela, fotografije, prijave, honorare, implementaciju na internet stranice, promotivne aktivnosti i sl.

Planirana sredstva: 4.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ, sudionici projekta - subjekti

Rokovi realizacije: tijekom godine

2.2 Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

2.2.1. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda - postavljanje standarda u destinaciji

Cilj aktivnosti:

Postavljanje sustava standarda u smislu podizanja kvalitete cjelokupne turističke ponude u destinaciji.

Opis aktivnosti:

Sukladno smjernicama i konceptualnim preporukama UNWTO-a, Iqm Destination standardi prilagođavaju se autentičnosti i pozicioniranju destinacije. Tijekom implementacije standarda prate se promjene u kvaliteti, održavaju se individualne i grupne koordinacije sa subjektima, proaktivno sudjelovanje u rješavanju izazova te inoviranje poslovnih rješenja individualnim pristupom i to u

vidu preporuka za poboljšanje poslovanja. Koncept je prilagođen potrebama gosta, potrebama stanovnika, trendovima u turizmu, te odgovornom i održivom upravljanju destinacijom.

Planirana sredstva: 5.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

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 podršku nastojanje uvođenja novih manifestacija.

2.3.1. Uskrсни doručak (Uskrсни ponedjeljak)

Cilj aktivnosti:

Uskrсни 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.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, nabave materijala za izradu, troškove prijevoza materijala i opreme, troškove najma produkcije (bina, rasvjeta, razglas), promotivne troškove, troškove izrade promotivnih materijala i sl.

Planirana sredstva: 9.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ u suradnji s hotelijerima i KU Perlice

Rokovi realizacije aktivnosti: travanj

2.3.2. Piknik u Rakitnici

Cilj aktivnosti:

Tradicionalna manifestacija u predsezoni, poticanje valorizacije kulturne baštine (materijalne i nematerijalne), promicanje tradicionalne gostoljubivosti, gastro ponude i posebne doživljaje.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, nabave materijala za izradu, troškove prijevoza materijala, opreme i posjetitelja, troškove pripreme i uređenja platoa u Rakitnici, troškove turističkih vodiča (kulturna tura Rakitnica- V: Mrdakovica), troškove promocije i izrade promo materijala.

Planirana sredstva: 6.500 eura

Nositelj projekta: TZ u suradnji s hotelijerima i KU Perlice

Rokovi realizacije : svibanj.

2.3.3. Bakanalije

Cilj aktivnosti:

Poseban program valorizacije kulturne baštine koji objedinjuje edukaciju, eno- gastro ponudu, te event u posebnom ambijentu u zaleđu Vodica podno V. Mrdakovice. Projekt je dio kulturne rute Voda - moćna stvoriteljica povijesti koji povezuje 20 atrakcija na području Županije, promiče kulturne i prirodne atrakcije, te unapređuje boravak turista.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, nabavu materijala za izradu, uređenje i održavanje lokaliteta i prilaza lokalitetu, troškove prijevoza materijala, opreme i posjetitelja, troškove produkcije (razglas, rasvjeta), troškove osiguranja, troškove turističkih vodiča, troškove izrade promotivnih materijala i promocije eventa.

Planirana sredstva: 8.500 eura

Nositelj projekta: TZ, POU, Muzej grada Šibenika

Rok: lipanj/kolovoz

2.3.4. Đardin je IN

Cilj aktivnosti:

program osmišljen radi disperzije programa u manje posjećene djelove grada i radi revitalizacije dijela starog dijela grada pokrenut je 2017.g. Oživljavanjem „dijela grada u drugom redu od rive“ disperzira se pritisak na rivu, turiste se upoznaje s drugačijim ambijentom i dugačijim programom lišenim gužve na obalnoj crti.

Opis aktivnosti:

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. Troškovi podrazumijevaju najam opreme (bina, razglas, rasvjeta), honorari izvođačima, promotivni materijal, promotivne aktivnosti za projekt, troškove smještaja i ugostiteljske usluge za izvođače.

Planirana sredstva: 35.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: lipanj - rujan

2.3.5. Ulični festival - Vodice Street festival

Cilj aktivnosti:

Projekt započet u 2016 .godini u smislu poboljšanja uvjeta boravka turista, stvaranja novih doživljaja, promicanja lokalnih kulturnjaka, umjetnika i kreativaca i stvaranja posebne atmosfere u starom dijelu grada. Program također obuhvaća i gostovanja artistskih skupina, glazbenih skupina, uličnih performera. Program potiče osjećaj ljetnog šušura i pozitivne atmosfere u gradu.

Opis aktivnosti:

Program se sastoji od radionica, umjetničkih izložbi, predstava za djecu, plesnih predstava, koncerata, performera, uličnih zabavljača i dr. Podrazumijeva troškove nabave materijala za radionice i izložbe, honorare za voditelje radionica, honorare za izvođače, troškove produkcije (bine, razglas, rasvjeta), rasvjeta za izlagačke prostore, troškove izložbi, troškove prijevoza materijala i postava, te održavanja, troškove smještaja izvođača i ugostiteljske usluge za izvođače, troškove promo materijala i promo aktivnosti.

Planirana sredstva: 25.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: početak srpnja

2.3.6. 21.Vodice jazz & blues festival

Cilj aktivnosti:

Tradicionalna manifestacija okuplja eminentne glazbenike koji njeguju poseban glazbeni stil, a ujedno doprinosi kulturnom životu grada, te pruža gostima i posjetiteljima kulturno sadržajni boravak.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara,najam produkcije (razglas, rasvjeta, binska oprema), troškove smještaja izvođača i ug.usluge za izvođače, troškove prijevoza opreme, troškove promo materijala i promo aktivnosti.

Planirana sredstva: 18.000 eura

Nositelj projekta: TZ

Rokovi realizacije: srpanj

2.3.7. Vodička fešta

Cilj aktivnosti:

Vodička fešta tradicionalna je manifestacija koju održavamo svake godine uoči Dana zahvalnosti, 04. kolovoza. Privlači veliki broj posjetitelja, te utječe na ekonomske učinke cjelokupne turističke ponude.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, najam produkcije (bine, razglas rasvjeta), smještaj i ug.usluge za izvođače, najam i prijevoz opreme, vatromet, troškove osiguranja, troškove promo materijala i promo aktivnosti i sl.

Planirana sredstva: 55.000 eura

Nositelj projekta: TZ

Rokovi realizacije: kolovoz

2.3.8 Večer dalmatinskih klapa

Cilj aktivnosti:

Večer dalmatinskih klapa tradicionalna je manifestacija kojom promičemo kulturno nasljeđe-nematerijanu baštinu - klapsko pjevanje.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, prijevoza, produkcije (bina, razglas, rasvjeta), troškove smještaja i ugost. usluga za izvođače, troškove promo materijala i promotivnih aktivnosti za event, troškove prijevoza opreme.

Planirana sredstva: 5.000 eura

Nositelj projekta: TZ

Rokovi realizacije: kolovoz

2.3.9. Klapske večeri srijedom

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje boravka turista, njegovanje tradicionalnih kulturnih običaja.

Opis aktivnosti:

Klupske večeri srijedom podrazumijevaju nastupe lokalnih klapa na rivi, kod bunara, ul. Mirka Zore i sl. Organizacija podrazumijeva troškove honorara i popratne troškove (zamp)

Planirana sredstva: 5.000 eura

Nositelj projekta: TZ

Rokovi realizacije: srpanj/kolovoz/rujan

2.3.10. Šaša i pulenta

Cilj aktivnosti:

Promicanje eno-gastronomije - tradicionalne i izvorne lokalne gastronomije i običaje u smislu poboljšanja uvjeta boravka turista i posebnih doživljaja.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, produkcije (razglas, rasvjeta), prijevoz materijala i opreme, promotivne materijale i promo aktivnosti.

Planirana sredstva: 3.000 eura

Nositelj projekta: TZ u suradnji s hotelijerima i KU Perlice

Rokovi realizacije: kolovoz/rujan

2.3.11. Koncerti, Predstave, plesne predstave

Cilj aktivnosti:

programi i događaji koji pridonose atmosferi i šušuru, promiču kulturu, utječu na poboljšanje boravka turista i stvaranja pozitivnih doživljaja destinacije.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, najma produkcije (bina, razglas, rasvjeta), troškove materijala, prijevozne troškove materijala i opreme, troškove smještaja i ug. usluge za izvođače, troškove promotivnih materijala, promo aktivnosti i sl.

Planirana sredstva: 30.000 eura

Nositelj projekta: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

2.3.12. Srimarska fešta

Cilj aktivnosti:

Tradicionalna manifestacija u naselju Srima. Poboljšanje uvjeta boravka turista, promicanje ponude, posebno lokalne eno-gastro ponude. Doprinosi posebnom ugođaju ljetnih večeri i doživljaju kod gostiju.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva troškove honorara, smještaj i ug. usluge izvođača, produkcija (bina, razglas, rasvjeta), vatromet, troškovi osiguranja, promo aktivnosti, prijevoz i najam opreme i sl.

Planirana sredstva: 10.000 eura

Nositelj projekta: TZ u suradnji s MO Srima i udrugama

Rokovi realizacije: kolovoz

2.3.13. Prvić - Fešte

Cilj aktivnosti:

Tradicionalne lokalne fešte u Luci i Šepurini utječe na poboljšanje uvjeta boravka turista, promicanje ponude, posebno lokalne eno-gastro ponude, Doprinosi posebnom ugođaju doživljaja turista.

Opis aktivnosti:

Fešte na otoku Prviću organiziraju se u suradnji s MO otoka i udrugama na otoku.

Planirana sredstva: 4.000 eura
Nositelj projekta: TZ, MO, otočke udruge
Rokovi realizacije: kolovoz

2.3.14. Srima - ostale manifestacije

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje boravka turista, stvaranje pozitivne atmosfere doživljaja malog mjesta.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva koncerte, predstave za djecu, sportske aktivnosti, klapske i pjesničke večeri. Troškovi se odnose na honorare izvođačima, troškove smještaja i ug. usluge, troškove produkcije (bina, razglas rasvjeta), promo aktivnosti, troškove prijevoza opreme i sl.

Planirana sredstva: 18.000 eura

Nositelj projekta: TZ, MO, udruge

Rokovi realizacije: srpanj, kolovoz

2.3.15. Prvić - ostale manifestacije

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje boravka turista, stvaranje pozitivne atmosfere doživljaja malog mjesta.

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva koncerte, program Prvinsko kulturno lito u suradnji s MO i otočkim udrugama.

Planirana sredstva: 10.000 eura

Nositelj projekta: TZ, MO, otočke udruge

Rokovi realizacije: srpanj, kolovoz

2.3.16 Advent u Vodicama

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista, stvaranje pozitivne atmosfere doživljaja, privlačenje gostiju i posjetitelja u periodu izvan ljetne sezone, podrška gospodarstvu (hoteli, ugostiteljstvo, lokalni proizvođači idr.)

Opis aktivnosti:

Organizacija podrazumijeva kulturno zabavni program (gastro ponuda, koncerti), produkcija, posebni programi za djecu (igraonica, radionica, predstave, sportske aktivnosti).

Nositelj: TZ, Grad Vodice, ugostitelji

Planirana sredstva: 40.000 eura

Rok realizacije: prosinac

2.3.17. Ostale manifestacije

Cilj aktivnosti:

Promicanje kulturnih, zabavnih i sportskih aktivnosti u smislu poboljšanja uvjeta boravka turista, poticanja pozitivnih doživljaja destinacije različitim programima. Doprinos kulturnim, zabavnim, sportskim sadržajima grada.

Opis aktivnosti:

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 (sportski događaji, potpore lokalnoj privredi - u vidu sajмова, skupova, prezentacija, pokladne svečanosti... i sl.) Troškovi podrazumijevaju ugovorne odnose s pojedinim organizatorima, honorare, smještaj i ug. usluge za izvođače, troškove nabave, prijevoza materijala i opreme, troškove produkcije (bina, razglas, rasvjeta), promotivni materijali i promotivne aktivnosti i dr.

Planirana sredstva: 18.000 eura

Nositelj projekta: TZ, Grad, udruge, nositelji projekta

Rokovi realizacije: tijekom godine

2.3.18. Sufinanciranje manifestacija u organizaciji drugih subjekata

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista, suradnja s lokalnim udrugama i organizatorima programa s posebnim naglaskom na pred i posezonu. Poticanje organizacije evenata koji svojim programom privlače turiste i posjetitelje, dopunjuju kulturno, zabavne i sportske sadržaje grada.

Opis aktivnosti:

Turistička zajednica grada Vodica podržava brojne projekte i manifestacije koje organiziraju kulturne i sportske udruge, fizičke i pravne osobe. Stoga predlažemo daljnju suradnju s pravnim, fizičkim osobama i udrugama, koje već nekoliko godina organiziraju tradicionalne programe. Raspisuje se natječaj za kulturne i sportske udruge za dodjelu sredstava, te Vijeće određuje 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, kulturni programi i sl.. Prednost programima u pred i posezoni.

Planirana sredstva ukupno: 40.000 eura

Sredstva se raspoređuju prema odluci TV.

Rokovi realizacije:tijekom godine

2.3.19. CMC festival

CMC festival održava se u lipnju. Festival traje dva dana i privlači veliki broj posjetitelja.

Cilj aktivnosti: poboljšanje uvjeta boravka turista, privlačenje dodatnih turista i stvaranje pozitivne atmosfere uoči glavnog dijela sezone.

Planirana sredstva: 53.000 eura

Nositelj: CMC TV, TZ, Grad

2.3.20. Svjetski dan turizma

Svjetski dan turizma održava se u rujnu. Predlaže se obilježiti u Vodicama kulturno-zabavnim programom .

Cilj projekta: poboljšanje uvjeta boravka turista prigodnim programom uz kulturno-eno-gastro i zabavni program. Podrazumijeva uključenje dionika u turizmu u projekt.

Planirana sredstva: 7.000 eura

Nositelj: TZ

rok realizacije: rujan

2.4. Podrška turističkoj industriji

2.4.1 Potpore za podizanje kvalitete privatnog smještaja

Cilj aktivnosti:

Poticaaj dionicima turističke industrije na ulaganje u podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta, usluga u turizmu, razvoja proizvoda,marketinških aktivnosti i sl. čime podižu kvalitetu cjelokupne ponude, proizvoda i usluga destinacije.

Opis aktivnosti:

Potpore za podizanje kvalitete privatnog smještaja podrazumijeva sufinanciranje marketinških aktivnosti iznajmljivača: promotivne aktivnosti, izrada profesionalnih fotografija objekata ili video uradaka. Osim toga - nastavak izrade Kartica za iznajmljivače u smislu poticanja na ulaganje u smještajne objekte. Kartica podrazumijeva ostvarenje popusta kod ugovornih dobavljača za nabavu opreme i uređenje smještajnih kapaciteta.

Planirana sredstva: 1.500 eura

2.4.2. Potpore za ugostitelje, OPG-ove, programe u kulturi

Cilj aktivnosti:

Poticaaj dionicima turističke industrije na ulaganje u podizanje kvalitete usluga u turizmu, marketinških aktivnosti i sl. čime podižu kvalitetu cjelokupne ponude, proizvoda i usluga destinacije.

Opis aktivnosti:

Potpore za podizanje kvalitete proizvoda i usluga, podrazumijeva sufinanciranje marketinških aktivnosti : promotivne aktivnosti, izrada profesionalnih fotografija objekata ili video uradaka, dizajna menua i sl.

Planirana sredstva: 4.000 eura

2.4.3. Potpore za ostale dionike

Cilj aktivnosti:

Poticaj ostalim dionicima turističke industrije na ulaganje u podizanje kvalitete usluga, potpore projektima DMK, marketinških aktivnosti i sl. čime podižu i proširuju kvalitetu cjelokupne ponude, proizvoda i usluga destinacije.

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva potpore i sufinanciranje programa DMK, promo aktivnosti dionika (OPG-i, suvenirnice, kućna radinost, umjetnički obrti i sl.) za foto, video materijale, dizajn promotivnih materijala i sl.

Planirana sredstva: 1.500 eura

Nositelji aktivnosti: dionici turističke industrije, Grad, TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

3. Komunikacija i oglašavanje

3.1. Definiranje brending sustava i brend arhitekture 0

3.2. Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda

3.2.1. Online oglašavanje i društvene mreže

Cilj aktivnosti:

Promotivne aktivnosti u cilju podizanja vidljivosti i promocije destinacije

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva izradu promo materijala samostalno i zajednički u suradnji s dionicima u turizmu destinacije, promotivne aktivnosti na platformama, (Google, Tripadvisor, Facebook, Instagram, online kampanje, advertorijali, oglašavanja MIDAS(Hr), Linker(Hr), Clicktag, lokalni portali) zatim izrada materijala i aktivnosti na društvenim mrežama s proizvodima na ciljane tržišta (Austrija, Slovenija, Njemačka, Skandinavija, Češka, Poljska, Italija).

Planirana sredstva: 55.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ, dionici u turizmu Vodica

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.2.2. Offline oglašavanje

Cilj aktivnosti:

Promotivne aktivnosti u cilju podizanja vidljivosti i prepoznatljivosti te promocije destinacije

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva izradu materijala samostalno i zajednički u suradnji s dionicima u turizmu destinacije, prezentacije i promocije u offline izdanjima - (npr: specijalizirani časopisi, turistički vodiči, turističke karte, posebna promotivna izdanja tiska: Vikend van Zagreba, Fokus, Turizmoteka, Turizamhr, Tip travel, Inyourpocket i Svet24 za slovensko i hrvatsko tržište, oglasi u Fokus plus za slovensko tržište i sl.), turističkim vodičima (Croatiaexplore, Dalmatiaexplore, In your pocket...), TV i sl.

Planirana sredstva: 15.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ, dionici u turizmu Vodica

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.3. Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR

Cilj aktivnosti:

Promotivne aktivnosti u cilju podizanja informiranosti, vidljivosti i prepoznatljivosti te promocije destinacije.

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva izradu i plasiranje priopćenja, promocije programa i aktivnosti na lokalnim, regionalnim ili nacionalnim medijima (radio, TV, časopisi)

Planirana sredstva: 1.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ, Grad, dionici u turizmu destinacije

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.4. Marketinške i poslovne suradnje - Udruženo oglašavanje

Cilj aktivnosti:

Zajedničke promotivne aktivnosti u cilju podizanja informiranosti, vidljivosti i prepoznatljivosti te promocije destinacije.

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva izradu materijala zajednički u suradnji s dionicima u turizmu, TZŽ. Udruženo oglašavanje provodi se na ciljanim emitivnim tržištima (Austrija, Slovenija, Njemačka, Skandinavija, Češka, Poljska, Italija...) sukladno dogovoru.

Planirana sredstva: 15.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ, TZŽ, dionici u turizmu destinacije

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

3.5.1 Nastupi na sajmovima

Cilj aktivnosti:

Aktivnosti na prezentaciji, promociji destinacije (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)

Opis aktivnosti:

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. Također ovisno o potrebama dionika u turizmu Vodica pripremiti će se prezentacija, materijali i prostor na tržištu od posebnog interesa. Troškovi podrazumijevaju sufinanciranje dijela najma prostora, prijevozni troškovi, smještaj i sl.

Nastupi će se realizirati sukladno situaciji i uvjetima u 2021.g.

Planirana sredstva: 18.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ, TZŽ, dionici u turizma destinacije

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.5.2. Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama

Cilj aktivnosti:

Posebne prezentacije ponude destinacije u suradnji s TZŽ, dionicima u turizmu, DMK u cilju podizanja vidljivosti i prepoznatljivosti destinacije.

Opis aktivnosti:

Priprema i izrada promotivnih materijala, programa zajednički u suradnji s dionicima u turizmu destinacije, te ovisno o mjestu prezentacije podrazumijevaju se troškovi prijevoza, smještaja i sl.

Planirana sredstva: 1.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ, TZŽ, dionici u turizmu destinacije

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja - studijska putovanja (TZŽ, HTZ)

Cilj aktivnosti:

Prezentacija i promocija destinacije sadržajima, programima, ponudom.

Opis aktivnosti:

Priprema, izrada i realizacija programa za sudionike - agente, novinare - koje TZ prihvaća od strane HTZ-a i TZŽ-a, a koji posjećuju destinaciju Vodice na studijskom putovanju.

Planirana sredstva: 1.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ, TZŽ, dionici u turizmu

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

Cilj aktivnosti:

Informiranje i prezentacija sadržaja, programa i projekata na području destinacije za turiste i posjetitelje.

Opis aktivnosti:

U smislu informiranja gostiju o ponudi, sadržajima i programima na destinaciji, TZ će izvršiti pripremu materijala za tisak kako slijedi:

Brošura Doživi Vodice (10 000 kom) - 3 jezične verzije: 10.000 eura

Plan grada (10 000 kom) : 2.500 eura

Plakati poster (prema programima): 1.500 eura

Suveniri i drugi promo materijali : 3.000 eura

Produkcija video materijala : 5.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.8. Internetske stranice

Cilj aktivnosti:

Informiranje i prezentacija sadržaja, programa i projekata na području destinacije

Opis aktivnosti:

Konstantno ažuriranje, dopunjavanje, unapređenje; održavanje web stranice.

Planirana sredstva: 6.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

3.9.1. Otkup fotografija

Cilj aktivnosti:

Konstatna dopuna kvalitetnim materijalima za promotivne aktivnosti

Opis aktivnosti:

Otkup i ažuriranje fotografija za promotivne aktivnosti.

Planirana sredstva: 3.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

3.10. Turističko informativne aktivnosti

3.10.1 TIC

Cilj aktivnosti

Pravovremene i ispravne informativne aktivnosti za turiste, posjetitelje i građane.

Opis aktivnosti:

Podrazumijeva poslove turističko informativnog centra. Prikupljanje, sortiranje i diseminacija informacija o ponudi, sadržajima i projektima destinacije. Poslovi vezani za e-visitor, pružanje informacija turistima, pružanje informacija građanima iznajmljivačima i gospodarskim subjektima, pružanje podrške pružateljima usluga smještaja pri korištenju e visitor sustava, vođenje dnevne, tjedne i mjesečne statistike i obrada podataka, koordinacija s izdvojenim podružnicama

Troškovi podrazumijevaju plaće i naknade djelatnika, najamnine i dr.

Plaće i naknade: 33.000 eura

najamnina i održavanje: 8.000 eura

ostali materijalni troškovi : 6.500 eura

3.10.2. Turistička signalizacija

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista i zadovoljenje gospodarskih interesa na području destinacije.

Opis aktivnosti:

Izrada novih i popravak oštećenih tabli signalizacije, prema prethodno definiranom planu po pozicijama. Izrada i postavljanje novih tabli za staze koje njoš nisu označene. Troškovi podrazumjevaju izradu, prijevoz i postavu tabli signalizacije. Predviđamo postaviti 30-tak tabli.

Planirana sredstva: 1.500 eura

Nositelj aktivnosti: TZ, Grad

Rokovi realizacije: travanj

3.10.3. Info table

Cilj aktivnosti:

Poboljšanje uvjeta boravka turista. Označavanje i dodatna vidljivost atrakcija.

Opis aktivnosti:

Popravak postojećih info tabli te izrada i postavljanje novih za atrakcije koje nisu označene.

Planiramo 10 izraditi 10 info tabli.

Planirana sredstva: 1.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ, Grad

Rokovi realizacije: travanj

4. Destinacijski menadžment

4.1 Turistički informacijski sustavi i aplikacije

Destination Loyalty program - IQM pass

Cilj aktivnosti: Osnaživanje destinacijskog menadžmenta

Opis aktivnosti:

Umrežavanje dionika posebnim informacijskim sustavom, promoviranje destinacijskih proizvoda, upravljanje cijenama, loyalty program i poticanje podizanja kvalitete. Aktivnosti podrazumijevaju stalnu suradnju i koordinaciju s dionicima u turizmu i poticaj na izvrsnost. Izrada posebnih programa, informacijski sustav, promo aktivnosti.

Planirana sredstva: 2.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ, dionici u projektu, suradnici

Rokovi realizacije: tijekom godine

4.2. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

4.2.1. Upravljanje kvalitetom

Cilj aktivnosti: Upravljanje kvalitetom u destinaciji

Opis aktivnosti:

Koordinacija svih dionika u projektu lqm, koji se temelji na održivom razvoju i odgovornom turizmu. Postavljanje standarda kvalitete. Koordinacija i razvijanje novih proizvoda i stvaranje nove ekonomske vrijednosti. Osnaživanje zajedničke suradnje, sinergije u destinaciji. Integralno upravljanje kvalitetom radi se prema metodologiji UNWTO-a. Praćenje i mjerenje rezultata.

Planirana sredstva: 7.000 eura

Nositelji aktivnosti: TZ, Grad, dionici u projektu

Rokovi realizacije: kontinuirano

4.2.2. Podizanje konkurentnosti destinacije

Cilj: Implementacija edukacija u smislu podizanja konkurentnosti

Opis aktivnosti:

Individualne i grupne edukacije. Postavljanje mjerenja učinkovitosti implementacije edukacija i znanja, izrada audit izvješća s implementacijom u praksi. Podrazumijeva troškove edukacije, edukatora, smještaja, materijala i sl.

Planirana sredstva: 1.500 eura

Nositelji aktivnosti: TZ, dionici u turizmu

Rokovi realizacije: kontinuirano

4.2.3. Suradnja s predstavnicima turističke ponude po proizvodima

Cilj aktivnosti: poticanje na kvalitativan iskorak i stvaranje prepoznatljivog proizvoda

Opis aktivnosti: koordinacije s predstavnicima turističke ponude, suport na brendiranju, izradi promo materijala i promo aktivnosti.

Planirana sredstva: 1.000 eura

Nositelji aktivnosti: predstavnici ponude, TZ

4.2.4. Nagrade i priznanja

Cilj aktivnosti:

Poticanje dionika turizma destinacije na izvrsnost

Opis aktivnosti:

Nagrade i priznanja dodijeliti će se najkvalitetnijim dionicima u turizmu jednom godišnje, kao potvrda kvalitetnom iskoraku u turističkoj ponudi. Također, osim dionicima, priznanja će se dodjeljivati i posebno vjernim gostima kao zahvalnost za dugogodišnju vjernost Vodicama tijekom godine.

Planirana sredstva: 1.000 eura

Nositelj aktivnosti: TZ

Rokovi realizacije: tijekom godine

4.3. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

Cilj aktivnosti: očuvanje i uređenje okoliša

Opis aktivnosti:

Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša u suradnji s Gradom, komunalnim poduzećem i ekološkim udrugama. Podrazumijava sudjelovanje na uređenju i održavanju plažnih prostora, popratnih sadržaja, sudjelovanje u uređenju cvjetnih aleja na javnim površinama.

Planirana sredstva:

Tuševi i WC i oprema : 7.000 eura;

Sadnice 7.000 eura;

vrećice: 2.500 eura.

Nositelji aktivnosti: TZ, Grad, komunalno poduzeće, ekološke udruge

Rokovi realizacije: kontinuirano

5. Administrativni poslovi

Skupština Turističke zajednice grada Vodica održati će u 2023. godini dvije sjednice. Na prvoj sjednici koja će se održati u ožujku 2023. raspravljati će se o Izvješću o izvršenju Programa rada, Financijskom izvješću, Izvješću o radu Turističkog vijeća. Na drugoj sjednici Skupštine koja će se održati do kraja 2023. razmatrati će se prijedlog godišnjeg Programa rada, Financijskog plana.

Turističko vijeće Turističke zajednice grada Vodica tijekom 2023. godine održati će najmanje 4 sjednice. Na svojim sjednicama Turističko vijeće će: izraditi prijedlog godišnjeg Plana i programa i financijskog plana; 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.

Turistički ured - ured direktora obavljati će slijedeće poslove: provoditi zadatke utvrđene Godišnjim programom rada i Financijskim planom 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, financijske 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 TIC-a i podružnica; obavljati kompletnu pripremu za marketinške aktivnosti, pripremu i realizaciju svih planom predviđenih projekata.

5.1. Plaće i naknade

5.1.1. Plaće : 78.000 (osnovica koja je vezana za minimalnu plaću se povisila odlukom vlade RH)

5.1.2. Naknade 2.800 (regres, božićnica, dar djeci, 1 jubilara)

5.2. Materijalni troškovi: 15.500 eura

5.2.1. najam i održavanje poslovnog prostora 3.500 eura

5.2.2. režijski troškovi 2.500 eura

5.2.3. uredska oprema i materijal 1.800 eura

5.2.4. prijevoz, telefon, poštarina 1.500 eura

5.2.5. stručno usavršavanje 1.500 eura

5.2.6. dnevnice i putni troškovi 800 eura

5.2.7. revizorske usluge 1.400 eura

5.2.8. troškovi platnog prometa 1.300 eura

5.2.9. ostali materijalni izdaci 2.000 eura

5.3. Tijela turističke zajednice 1.500 eura

6. Rezerva 20.000 eura

7. Višak prihoda za prijenos u sljedeću godinu: 117.400 eura

Sredstva za prijenos u sljedeću godinu koristiti će se za troškove u prvom dijelu godine za redovne aktivnosti prema programu rada za 2023.g.

Sveukupno: 877.000 eura

GODIŠNJI PROGRAM RADA ZA 2023. GODINU

| | | PRIHODI | Plan 2022. (u kn) | Plan 2022. (u €) | Plan 2023. (u €) | Udio % 2023 | Indeks '23/'22 |
|-----------|-------------|---|----------------------|---------------------|------------------------|-------------------|-------------------|
| 1. | | Izvorni prihodi | 4.461.200 | 592.103 | 764.500 | 87% | 129 |
| | 1.1. | Turistička pristojba | 3.801.200 | 504.506 | 667.000 | 76% | 132 |
| | 1.2. | Članarina | 660.000 | 87.597 | 97.500 | 11% | 111 |
| 2. | | Prihodi od sustava turističkih zajednica | 55.000 | 7.300 | 8.000 | 1% | 110 |
| 3. | | Preneseni prihod iz prethodne godine | 1.078.800 | 143.181 | 103.500 | 12% | 72 |
| 4. | | Ostali prihodi | 5.000 | 664 | 1.000 | 0% | 151 |
| | | SVEUKUPNO | 5.600.000 | 743.248 | 877.000 | 100% | 118 |

| | | AKTIVNOSTI | Plan 2022. (u kn) | Plan 2022. (u €) | Plan 2023. (u €) | Udio % 2023 | Indeks 2023/20 22 |
|-----------|-------------|---|----------------------|---------------------|------------------------|-------------------|-------------------------|
| 1. | | ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE | 20.000 | 2.654 | 3.000 | 0% | 113 |
| | 1.1. | Izrada strateških/operativnih dokumenata | 0 | 0 | 0 | 0% | #DIV/0! |
| | 1.2. | Istraživanje i analiza tržišta | 20.000 | 2.654 | 3.000 | 0% | 113 |
| | 1.3. | Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti | 0 | 0 | 0 | 0% | #DIV/0! |
| 2. | | RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA | 2.814.000 | 373.482 | 422.000 | 56% | 113 |
| | 2.1. | Identifikacija i vrednovanje resursa te strukt. tur. proizvoda | 50.000 | 6.636 | 10.000 | 1% | 151 |
| | | Cikloturizam | 40.000 | 5.309 | 6.000 | 1% | 113 |
| | | Novi turistički proizvodi | 10.000 | 1.327 | 4.000 | 1% | 301 |
| | 2.2. | Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda | 30.000 | 3.982 | 5.000 | 1% | 126 |
| | 2.3. | Podrška razvoju turističkih događanja | 2.684.000 | 356.228 | 400.000 | 53% | 112 |
| | | Uskrсни doručak | 63.000 | 8.362 | 9.000 | 1% | 108 |
| | | Piknik u Rakitnici | 46.000 | 6.105 | 6.500 | 1% | 106 |
| | | Bakanalije | 65.000 | 8.627 | 8.500 | 1% | 99 |
| | | Đardin je IN | 257.000 | 34.110 | 35.000 | 5% | 103 |
| | | Vodice Street Festival | 165.000 | 21.899 | 25.000 | 3% | 114 |
| | | 21. Vodice Jazz&Blues Festival | 118.000 | 15.661 | 18.000 | 2% | 115 |
| | | Vodička fešta | 405.000 | 53.753 | 55.000 | 7% | 102 |
| | | 21. Večer dalmatinskih klapa | 34.000 | 4.513 | 5.000 | 1% | 111 |
| | | Klupske večeri srijedom | 32.000 | 4.247 | 5.000 | 1% | 118 |
| | | Šaša i pulenta | 21.000 | 2.787 | 3.000 | 0% | 108 |
| | | Koncerti, predstave, plesne predstave | 156.000 | 20.705 | 30.000 | 4% | 145 |

| | | | | | | | |
|-----------|-------------|---|------------------|----------------|----------------|------------|----------------|
| | | Srimarska fešta | 58.000 | 7.698 | 10.000 | 1% | 130 |
| | | Srima - ostale manifestacije | 115.000 | 15.263 | 18.000 | 2% | 118 |
| | | Prvić - fešte | 20.000 | 2.654 | 4.000 | 1% | 151 |
| | | Prvić - ostale manifestacije | 50.000 | 6.636 | 10.000 | 1% | 151 |
| | | Ostale manifestacije | 130.000 | 17.254 | 18.000 | 2% | 104 |
| | | Advent u Vodicama | 285.000 | 37.826 | 40.000 | 5% | 106 |
| | | CMC | 400.000 | 53.089 | 53.000 | 7% | 100 |
| | | Sufinanciranje projekata u organizaciji drugih subjekata | 264.000 | 35.039 | 40.000 | 5% | 114 |
| | | Svjetski dan turizma | | | 7.000 | 1% | #DIV/0! |
| | 2.4. | Podrška turističkoj industriji | 50.000 | 6.636 | 7.000 | 1% | 105 |
| | | Potpore za podizanje kvalitete privatnog smještaja | 10.000 | 1.327 | 1.500 | 0% | 113 |
| | | Potpore za ugostitelje, OPG-ove, programe u kulturi | 30.000 | 3.982 | 4.000 | 1% | 100 |
| | | Potpore za ostale dionike | 10.000 | 1.327 | 1.500 | 0% | 113 |
| 3. | | KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE | 1.116.000 | 148.119 | 187.000 | 25% | 126 |
| | 3.1. | Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brand</i> arhitekture | 0 | 0 | | 0% | #DIV/0! |
| | 3.2. | Oglašavanje destinacijskog branda, tur. ponude i proizvoda | 462.000 | 61.318 | 70.000 | 9% | 114 |
| | | Online oglašavanje i društvene mreže | 378.000 | 50.169 | 55.000 | 7% | 110 |
| | | Offline oglašavanje | 84.000 | 11.149 | 15.000 | 2% | 135 |
| | 3.3. | Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR | 10.000 | 1.327 | 1.000 | 0% | 75 |
| | 3.4. | Marketinške i poslovne suradnje - Udruženo oglašavanje | 80.000 | 10.618 | 15.000 | 2% | 141 |
| | 3.5. | Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice | 40.000 | 5.309 | 19.000 | 3% | 358 |
| | | Nastupi na sajmovima | 40.000 | 5.309 | 18.000 | 2% | 339 |
| | | Organizacija i sudjelovanje na posebnim prezentacijama | 0 | 0 | 1.000 | 0% | #DIV/0! |
| | 3.6. | Suradnja s org. putovanja - studijska putovanja (TZŽ, HTZ) | 1.000 | 133 | 1.000 | 0% | 753 |
| | 3.7. | Kreiranje promotivnog materijala | 98.000 | 13.007 | 22.000 | 3% | 169 |
| | | Image brošura | 50.000 | 6.636 | 0 | 0% | 0 |
| | | Brošura Doživi Vodice | 0 | 0 | 10.000 | 1% | #DIV/0! |
| | | Plan grada | 18.000 | 2.389 | 2.500 | 0% | 105 |
| | | Info | 0 | 0 | 0 | 0% | #DIV/0! |
| | | Plakati i poster | 10.000 | 1.327 | 1.500 | 0% | 113 |
| | | Suveniri i drugi promo materijali | 20.000 | 2.654 | 3.000 | 0% | 113 |
| | | Produkcija video materijala | 0 | 0 | 5.000 | 1% | #DIV/0! |
| | 3.8. | Internetske stranice | 45.000 | 5.973 | 6.000 | 1% | 100 |
| | 3.9. | Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka | 15.000 | 1.991 | 3.000 | 0% | 151 |
| | | Otkup fotografija | 15.000 | 1.991 | 3.000 | 0% | 151 |
| | | Priprema i slanje podataka o ponudi destinacije | 0 | 0 | 0 | 0% | #DIV/0! |
| | 3.10 | Turističko-informativne aktivnosti | 365.000 | 48.444 | 50.000 | 7% | 103 |
| | | TIC | 352.000 | 46.718 | 47.500 | 6% | 102 |

| | | | | | | | |
|-----------|-------------|--|------------------|----------------|----------------|-------------|----------------|
| | | TIC - plaće i naknade | 254.000 | 33.712 | 33.000 | 4% | 98 |
| | | TIC - najamnina i održavanje | 56.000 | 7.432 | 8.000 | 1% | 108 |
| | | TIC - ostali materijalni troškovi | 42.000 | 5.574 | 6.500 | 1% | 117 |
| | | Turistička signalizacija | 8.000 | 1.062 | 1.500 | 0% | 141 |
| | | Info table | 5.000 | 664 | 1.000 | 0% | 151 |
| 4. | | DESTINACIJSKI MENADŽMENT | 211.000 | 28.005 | 29.000 | 4% | 104 |
| | 4.1. | Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor | 0 | 0 | 2.000 | 0% | #DIV/0! |
| | 4.2. | Upravljanje kvalitetom u destinaciji | 56.000 | 7.432 | 10.500 | 1% | 141 |
| | | Upravljanje kvalitetom | 40.000 | 5.309 | 7.000 | 1% | 132 |
| | | Podizanje konkurentnosti destinacije | 8.000 | 1.062 | 1.500 | 0% | 141 |
| | | Suradnja s predstavnicima tur. ponude po proizvodima | 4.000 | 531 | 1.000 | 0% | 188 |
| | | Nagrade i priznanja | 4.000 | 531 | 1.000 | 0% | 188 |
| | 4.3. | Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša | 155.000 | 20.572 | 16.500 | 2% | 80 |
| | | Čišćenje i održavanje plaža | 39.000 | 5.176 | 0 | 0% | 0 |
| | | Održavanje tuševa i WC-a na plaži | 50.000 | 6.636 | 7.000 | 1% | 105 |
| | | Sadnice za cvjetne aleje | 50.000 | 6.636 | 7.000 | 1% | 105 |
| | | Vrećice za smeće | 16.000 | 2.124 | 2.500 | 0% | 118 |
| | | Suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora | 0 | 0 | 0 | 0% | #DIV/0! |
| 5. | | ADMINISTRATIVNI POSLOVI | 659.000 | 87.464 | 98.600 | 13% | 113 |
| | 5.1. | Plaće i naknade | 533.000 | 70.741 | 80.800 | 11% | 114 |
| | | Plaće | | | 78.000 | 10% | |
| | | Naknade | | | 2.800 | 0% | |
| | 5.2. | Materijalni troškovi | 116.000 | 15.396 | 16.300 | 2% | 106 |
| | | Najam i održavanje poslovnog prostora | 25.000 | 3.318 | 3.500 | 0% | 105 |
| | | Režijski troškovi | 12.000 | 1.593 | 2.500 | 0% | 157 |
| | | Uredska oprema i materijal | 13.000 | 1.725 | 1.800 | 0% | 104 |
| | | Prijevoz, telefon, poštarina | 10.000 | 1.327 | 1.500 | 0% | 113 |
| | | Stručno usavršavanje | 10.000 | 1.327 | 1.500 | 0% | 113 |
| | | Dnevnice i putni troškovi | 5.000 | 664 | 800 | 0% | 121 |
| | | Revizorske usluge | 10.000 | 1.327 | 1.400 | 0% | 105 |
| | | Troškovi platnog prometa | 8.000 | 1.062 | 1.300 | 0% | 122 |
| | | Ostali materijalni izdaci | 23.000 | 3.053 | 2.000 | 0% | 66 |
| | 5.3. | Tijela turističke zajednice | 10.000 | 1.327 | 1.500 | 0% | 113 |
| 6. | | REZERVA | 0 | 0 | 20.000 | 3% | #DIV/0! |
| 7. | | POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE | 0 | 0 | 0 | 0% | #DIV/0! |
| | | SVEUKUPNO | 4.820.000 | 639.724 | 759.600 | 100% | 119 |
| | | VIŠAK PRIHODA ZA PRIENOS U SLJEDEĆU GODINU | 780.000 | 103.524 | 117.400 | 15% | |

Zaključne odredbe

Ovaj Godišnji program rada izrađen je prema jedinstvenoj metodologiji i obveznim uputama Ministarstva turizma i sporta.

Tijekom godine TZ grada Vodica može mijenjati i dopunjavati Program rada, a ako dođe do odstupanja u obujmu većem od 5%, TZ obvezno donosi izmjene odnosno dopune Programa rada na način i prema postupku kojim se donosi Program rada.

Ovaj Godišnji program rada usvojen je na 5. sjednici Skupštine održanoj ____19.12._____ 2022. godine.

TZ grada Vodica
Turističko vijeće
Predsjednik:
Ante Cukrov v.r.