



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

**PLAN I PROGRAM RADA SA FINACIJSKIM PLANOM
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA VODICA
ZA 2017. GODINU**

U Vodicama, listopad 2016.

Sadržaj:

A		
1.	UVOD	3
2.	Turistički promet	4
3.	Segmentacija emitivnih tržišta	6
4.	Osnove i sadržaj plana	6
5.	Ciljevi marketinške politike	7
6.	Procjena obujma turističkog prometa	8
7.	Smještajni kapaciteti na području grada Vodica	9
8.	Plan prihoda	10
B	MARKETINŠKE AKTIVNOSTI	
I.	Administrativni marketing	11
II.	Dizajn vrijednosti	12
III.	Komunikacija vrijednosti	15
IV.	Distribucija i prodaja vrijednosti	17
V.	Interni marketing	18
VI.	Marketinška infrastruktura	18
VII.	Posebni programi	19
VIII.	Ostalo	19
IX.	Transfer boravišne pristojbe	19
	Razrada plana za TD Srima	19
	Razrada plana za TD Prvić Luka	20
	Razrada plana za TD Šepurine	20
C	Financijski plan za 2017. godinu	
	Financijski plan TZ grada Vodica za 2017.	22
	Financijski plan TD Srima za 2017.	24
	Financijski plan TD Prvić Luka za 2017.	26
	Financijski plan TD Šepurine za 2017.	28
	Zaključne odredbe - izvješćivanje	30

1. UVOD

U 2016. godini za prvih devet mjeseci zabilježeno je 179.608 dolazaka i 1.045.505 noćenja, odnosno 4% više dolazaka i 5% više noćenja nego u istom razdoblju prošle godine (7.304 dolazaka i 48.858 noćenja više). Shodno ovim podacima možemo govoriti o uspješnoj turističkoj sezoni. U godini obilježenoj smanjenim hotelskim kapacitetima, teškoćama u realizaciji naplate potraživanja, ostvareno je 6% više dolazaka i 3% više noćenja.

Turizam je najosjetljivija grana gospodarstva na koji veliki utjecaj imaju promjene na tržištu, a osobito gospodarska kriza, sociodemografska kretanja koja utječu na turističku potražnju, vrijeme, klima, sigurnost, politička kretanja, nove tehnologije i dr.

Ne manje važno, na turizam u Vodicama utječe i struktura prihvatnog kapaciteta, koja je najnepovoljnija do sada, ako uzmemo u obzir da od 70-tih i 80-tih godina nije izgrađen niti jedan novi hotel osim rekonstrukcije, obnove postojećih i nekoliko malih hotela. Od 2005. godine, privatni smještaj raste na uštrb hotelskog smještaja. Tako je 2005. godine privatni smještaj činio 67% ukupnih kapaciteta, a danas gotovo 84% ukupnih kapaciteta. U razdoblju 2005 - 2015. kapacitet privatnog smještaja porastao je za 40%, dok se hotelski nije mijenjao, čak štoviše dio kapaciteta (dio depandansi hotela Punta i vila hotela Imperial nije u funkciji) se smanjio. U sljedećoj 2017. godini očekuje se dovršetak novog hotela Olympije sa 144 sobe i 22 apartmana, čime će se struktura hotelskih kapaciteta poboljšati.

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 sezonska 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 traženija a obuhvaćaju i posebne atraktivne sadržaje i doživljaje (orijentacija hotela Olympia na MICE turizam otvaranjem novih hotelskih kapaciteta)
- vezana ili kružna putovanja posebno su atraktivna, obuhvaćaju paket aranžmane, kao i posjeti gradovima 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 (DINKS, Empty nesters, LOHAS)

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

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

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

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

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

Uz dugogodišnju tradiciju bavljenja turizmom, velikog broja kapaciteta, povećanja dolazaka i noćenja, raznolikost ponude, bogate prirodne resursne osnove, Vodice za sada kotiraju kao svestrano turističko odredište, kojem je potreban novi zamah u turističkom razvoju, te je Strategija turističkog razvoja donešena prošle godine od velikog značaja za turizam grada Vodica. Strategija je putem detaljne analize stanja na terenu detektirala glavne probleme i nedostatke te pruža glavne odrednice budućeg razvoja.

Uz glavne ciljeve Strategije: 1) Turizam kao pokretač razvoja, 2) Kvalitetno upravljanje prostorom, definira i glavne prioritete: 1) Stvaranje uvjeta za razvoj cjelogodišnjeg 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 za 2017. godinu.

U prvom dijelu daje se prikaz i analiza turističkog prometa do kraja rujna 2016.

2. Turistički promet

Lokalna turistička zajednica: Vodice (Šibensko-kninska) / Vremenski period Siječanj - Rujan 2016									
		Siječanj - Rujan 2016			Siječanj - Rujan 2015			indeks 2016/2015	
	zemlja	dolasci	noćenja	% noć.	dolasci	noćenja	% noć.	dolasci	noćenja
	Ukupno	179.608	1.048.505	100,0	172.304	999.647	100,0	104	105
	Domaći turisti	26.942	132.841	12,7	26.830	134.465	13,5	100	99
	Strani turisti	152.666	915.664	87,3	145.474	865.182	86,5	105	106
DOLASCI I NOĆENJA STRANIH TURISTA PREMA ZEMLJI PREBIVALIŠTA									
1	Njemačka	17.083	135.266	12,9	16.663	129.561	13,0	103	104
2	Hrvatska	26.942	132.841	12,7	26.830	134.465	13,5	100	99
3	Poljska	21.209	126.230	12,0	19.878	116.803	11,7	107	108
4	Slovačka	15.562	110.072	10,5	17.263	119.999	12,0	90	92
5	Češka	14.647	105.387	10,1	15.497	110.604	11,1	95	95
6	Slovenija	17.131	104.566	10,0	14.614	91.070	9,1	117	115
7	Austrija	11.106	59.988	5,7	9.288	52.961	5,3	120	113
8	Mađarska	9.651	57.980	5,5	8.726	51.719	5,2	111	112
9	BiH	9.323	45.961	4,4	7.840	38.326	3,8	119	120
10	Švedska	3.369	22.454	2,1	2.849	17.351	1,7	118	129
11	Italija	3.425	17.670	1,7	3.262	17.738	1,8	105	100
12	Francuska	3.751	13.766	1,3	3.317	14.859	1,5	113	93
13	Nizozemska	2.222	13.514	1,3	2.018	13.546	1,4	110	100
14	Švicarska	3.090	13.322	1,3	2.756	11.107	1,1	112	120
15	Norveška	1.661	13.176	1,3	1.870	13.527	1,4	89	97
16	Finska	1488	10.369	1,0	219	1.036	0,1	679	1001
17	Ujedinjena Kraljevina	2.151	8.925	0,9	1.997	8.061	0,8	108	111
18	Ukrajina	801	6.805	0,6	528	3.458	0,3	152	197
19	Srbija	1.025	6.451	0,6	1.060	7.404	0,7	97	87
20	Belgija	1.019	5.852	0,6	1.225	6.822	0,7	83	86
21	Rusija	593	5.411	0,5	599	5.627	0,6	99	96
22	Rumunjska	629	3.810	0,4	442	2.416	0,2	142	158
23	Danska	685	3.323	0,3	666	3.626	0,4	103	92
24	SAD	615	2.746	0,3	651	2.618	0,3	94	105
25	Tajvan, Kina	2.548	2.691	0,3	4.193	4.194	0,4	61	64
26	Koreja, Republika	2.374	2.447	0,2	1.784	1.797	0,2	133	136
27	Australija	441	2.097	0,2	374	1.711	0,2	118	123
28	Makedonija	225	1508	0,1	112	736	0,1	201	205

29	Litva	272	1.282	0,1	215	1.155	0,1	127	111
30	Ostale azijske zemlje	748	1269	0,1	223	721	0,1	335	176
31	Bjelorusija	130	1266	0,1	122	769	0,1	107	165
32	Kanada	308	1.101	0,1	296	1.322	0,1	104	83
33	Letonija	188	1.041	0,1	204	1.022	0,1	92	102
34	Španjolska	487	953	0,1	1.400	1.849	0,2	35	52
35	Ostale afričke zemlje	127	784	0,1	126	780	0,1	101	101
36	Kina	732	782	0,1	649	789	0,1	113	99
37	Grčka	363	501	0,0	378	829	0,1	96	60
38	Estonija	99	466	0,0	140	756	0,1	71	62
39	Irska	91	442	0,0	159	786	0,1	57	56
40	Turska	119	387	0,0	70	389	0,0	170	99
41	Portugal	126	327	0,0	95	415	0,0	133	79
42	Crna Gora	127	320	0,0	92	278	0,0	138	115
43	Ost.zem. Juz. i Sre. Amerike	58	310	0,0	79	430	0,0	73	72
44	Bugarska	120	291	0,0	64	364	0,0	188	80
45	Tajland	199	281	0,0	616	665	0,1	32	42
46	Kosovo	58	276	0,0	17	92	0,0	341	300
47	Ostale europske zemlje	39	264	0,0	194	1.139	0,1	20	23
48	Luksemburg	39	220	0,0	75	355	0,0	52	62
49	Kazahstan	23	164	0,0	23	215	0,0	100	76
50	Izrael	57	155	0,0	93	158	0,0	61	98
51	Albanija	70	150	0,0	51	176	0,0	137	85
52	Ostale zemlje Sjeverne Amerike	18	129	0,0	3	18	0,0	600	717
53	Brazil	43	116	0,0	51	155	0,0	84	75
54	Novi Zeland	23	105	0,0	21	46	0,0	110	228
55	Japan	33	60	0,0	65	82	0,0	51	73
56	Južnoafrička Republika	11	57	0,0	27	112	0,0	41	51
57	Ostale zemlje Oceanije	7	56	0,0	40	199	0,0	18	28
58	Argentina	19	45	0,0	11	45	0,0	173	100
59	Island	14	39	0,0	3	15	0,0	467	260
60	Indija	13	30	0,0	29	65	0,0	45	46
61	Hong Kong, Kina	19	29	0,0	104	108	0,0	18	27
62	Cipar	3	29	0,0	5	34	0,0	60	85
63	Čile	6	21	0,0	12	43	0,0	50	49
64	Lihtenštajn	6	21	0,0	1	1	0,0	0	0
65	Ujedinjeni Arapski Emirati	11	20	0,0	7	26	0,0	157	77
66	Maroko	5	16	0,0	10	47	0,0	50	34
67	Tunis	8	14	0,0	3	14	0,0	267	100
68	Malta	8	14	0,0	1	3	0,0	0	0
69	Oman	1	13	0,0	1	1	0,0	0	0
70	Katar	2	10	0,0	2	12	0,0	0	0
71	Jordan	5	10	0,0	0	0	0,0	0	0
72	Indonezija	3	6	0,0	0	0	0,0	0	0
73	Meksiko	4	5	0,0	7	26	0,0	57	19

3. Segmentacija emitivnih tržišta

U primarna emitivna tržišta za naše područje ulaze sljedeći:

- Hrvatska s udjelom od 12,7% -
- Njemačka s udjelom od 12,9%
- Slovačka s udjelom od 10,5 %
- Poljska s udjelom od 12%
- Češka s udjelom od 10,1%
- Slovenija s udjelom od 10 %
- Austrija s udjelom od 5,7%

U sekundarna emitivna tržišta ubrajamo sljedeće:

- Mađarska s udjelom od 5,5%
- Švedska s udjelom od 2,1%
- BiH s udjelom od 4,4 %
- Italija s udjelom od 1,7 %
- Francuska s udjelom od 1,3%
- Nizozemska s udjelom od 1,3%
- Norveška s udjelom od 1,3%
- Švicarska s udjelom od 1,3%
- Finska s udjelom od 1%

U tercijarna emitivna tržišta ulaze tržišta ispod 1% udjela u ukupnim noćenjima, a posebno se odnose na Veliku Britaniju, Rusiju, Srbiju i Belgiju i čine nešto više od 3% ukupnih noćenja.

Na primarna i sekundarna tržišta usmjeren je najveći dio promotivnih aktivnosti, od sajmova, prezentacija, oglašavanja i promotivnih kampanja, posebno na tržišta koja su u proteklom razdoblju imala pad, dok je na tercijarna tržišta kao potencijal usmjeren dio promotivnih kampanja i prezentacija u 2017. godini.

4. Osnove i sadržaj Programa rada

Prilikom izrade plana i programa s financijskim planom za 2017. godinu polazi se od:

- ostvarenih rezultata i aktivnosti u 2016. godini
- stanja na emitivnim tržištima i procjeni za 2017.
- strukture smještajnih kapaciteta
- strategije turističkog razvoja grada Vodica
- Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine
- Strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma 2014. - 2020. - smjernice
- stanja turističke ponude

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

Prijedlog Plana i programa sadrži:

- Ciljeve marketinške politike u turizmu u 2017. godini
- Procjenu registriranog fizičkog obujma turističkog prometa u 2016.godini i plan fizičkog prometa za 2017. godinu, te procjenu prihoda od boravišne pristojbe za 2017 godinu

- Marketinške aktivnosti prema vrstama i projektima sukladno operativnom marketing planu - smjernicama
- Procjenu plana prihoda i rashoda za Srimu, Prvić Luku i Šepurine za 2017. godinu prema vrstama i projektima
- Financijski plan s planom prihoda i rashoda Turističke zajednice grada Vodica za 2017. godinu s usporedbom na 2016. godinu

5. CILJEVI MARKETINŠKE POLITIKE U TURIZMU 2017. GODINE

Ciljevi marketinške politike u turizmu u 2017. godini:

- povećanje dolazaka u periodu pred i postsezone i povećanje dolazaka u kontinentalnim destinacijama
- promocija novog 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 marketinške politike u turizmu grada Vodica u 2017. godini

- nastavak afirmacije Vodica kao turistički atraktivne destinacije s posebnim naglaskom na pred i postsezonu
- ostvarenje fizičkog obujma turističkog prometa s tendencijom povećanja od 3%
- povećanje stupnja korištenja smještajnih kapaciteta
- podizanje kvalitete turističkog proizvoda
- nastavak razvoja organiziranog plasmana smještajnih kapaciteta građana iznajmljivača, te motiviranje iznajmljivača u smislu ulaganja u podizanje kvalitete smještajnih kapaciteta
- 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
- daljnje intenziviranje zajedničkih aktivnosti u promidžbi u poticanju organiziranih turističkih dolazaka
- zadržavanje pozicije privlačne, očuvane i sigurne destinacije u koju se gosti rado vraćaju
- u skladu sa smjernicama Zakona, SMPHT-a poticati osnivanje destinacijskih menadžment kompanija,
- pozicioniranje turističkih zajednica kao destinacijskih menadžment organizacija koje preuzimaju ulogu upravljanja destinacijom,
- jačanje promotivnih aktivnosti na primarnim i sekundarnim inozemnim tržištima s posebnim naglaskom na tržišta sklona našoj destinaciji, te jačanje tercijarnih tržišta
- nastavak aktivnosti na stvaranju identiteta regije u skladu sa smjernicama Strateškog marketing plana hrvatskog turizma 2014. - 2020.
- aktivnosti na realizaciji ciljeva i smjernica Strategije turističkog razvoja grada Vodica, posebno u prioritetima :
stvaranje uvjeta za razvoj cjelogodišnjeg turizma i jačanje poduzetništva s fokusom na turizam, podizanje kvalitete ponude destinacije:
program vjernosti, programi edukacije za iznajmljivače, poseban projekt Like home za iznajmljivače;
poseban program cikloturističkog razvoja;
programi podizanja kvalitete ugostiteljstva i gastronomije:
programi edukacije za ugostiteljstvo, zajednički promotivni projekti s ugostiteljstvom

6. PROCJENA OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA

Do kraja rujna 2016. godine ostvareno je ukupno 179.608 turističkih dolazaka i 1.048.505 turističkih noćenja, odnosno 4% više dolazaka i 5% više noćenja.

Porast u prvih 9 meseci ostvaren je u gotovo svim smještajnim kapacitetima osim u hotelima i pansionima. Shodno novom sustavu - evisitor, struktura kapaciteta je drukčija od dosadašnjeg načina praćenja kao i praćenje fizičkog prometa.

Ovi podaci i dalje se odnose na statistiku bez nautike, jer od 2010. godine luke nautičkog turizma nisu više izvještajne jedinice ni vrsta smještajnog objekta u mjesečnom istraživanju o dolascima i noćenjima turista.

Do kraja 2016. godine očekujemo da će Vodice ostvariti do 1.065.000 noćenja bez nautike, te 188.000 dolazaka, što je više od planiranih veličina (za 2%, odnosno 4% ukupno u odnosu na 2015.), a porast se odnosi na smještaj u domaćinstvu, smještaj u obrtima i firmama (npr. 2 depandanse koje su ponovo otvorene, dodatni ležaji Fensterhema i sl.).

S obzirom na strukturu smještajnih kapaciteta, ostvarene rezultate do kraja rujna 2016. godine, za 2017. godinu porast fizičkog prometa planiramo 3% iz razloga povećanja broja ležaja u hotelima (očekujemo da će se do početka turističke sezone otvoriti novi hotel u sklopu h. Olympia), te povećanje iskorištenosti kapaciteta u predsezoni i posezoni.

DOLASCI

Dolasci	Ostvareno 2015	Procjena 2016	2016/2015	Plan za 2017	Index 2017/2016
Domaći	30.859	31.000	100	32.500	105
Strani	151.583	157.000	103	160.000	102
Ukupno	182.442	188.000	103	192.500	103

NOĆENJA

Noćenja	Ostvareno 2015	Procjena 2016	2016/2015	Plan za 2017	Index 2017/2016
Domaći	142.159	145.000	102	152.000	104
Strani	878.596	920.000	105	948.000	103
Ukupno	1.020.755	1.065.000	104	1.100.000	103

Planirani fizički promet (ukupni broj noćenja) za 2017. godinu prema naseljima daje se u slijedećem pregledu uključujući i planirani prihod od boravišne pristojbe.

Naselje	Procjena 2016	Index	Plan za 2017.	Planirani bruto prihod od BP u kn
Vodice	843.500	104	874.000	5.000.000
Srima	202.000	101	205.000	900.000
Prvić Luka	12.000	108	13.000	100.000
Šepurine	7.500	106	8.000	40.000
Ukupno	1.065.000	103	1.100.000	6.040.000

7. Smještajni kapaciteti na području TZ grada Vodica 2016.

izvor podataka: eVisitor

Kategorija	Naziv	Objekti	Kapacitet	Napomena
HOTELI				
****	PUNTA + depadanse	2	286	161 hotel + 125 depadanse
****	OLYMPIA	1	486	
***	IMPERIAL + depadanse	3	688	225 hotel + 463 depadanse
	ukupno	6	1.460	
APARTMANSKO NASELJE				
***	VILLE MATILDE	1	176	
MALI HOTELI				
****	MIRAMARE	1	118	
****	VILLA RADIN	1	26	
****	DUJE	1	48	
***	JADRAN PLAVI	1	47	
***	ORION	3	98	33 hotel + 65 depadanse
***	NIKOLA	1	58	
***	MAESTRAL	1	27	
**	KRISTINA	1	46	
**	DALMATINO	1	36	
	ukupno	11	504	
KAMPOVI I KAMPIRALIŠTA				
	IMPERIAL	1	453	
	BONACA	1	60	
	KAMPOVI U DOMAĆINSTVU - VODICE	5	135	
	KAMPOVI U DOMAĆINSTVU - SRIMA	5	111	
	ukupno	12	759	
HOSTELI				
	HOSTEL VODICE INN	1	25	
	HOSTEL COOL	1	60	
	ukupno	2	85	
PANSIONI				
	VODICE	2	55	
	SRIMA	1	23	
	ukupno	3	78	
OBJEKTI U DOMAĆINSTVU - SOBE, APARTMANI, KUĆE ZA ODMOR				
	VODICE	1.390	9.629	
	SRIMA	345	2.352	
	PRVIĆ LUKA	31	129	
	ŠEPURINE	45	172	
	ČISTA VELIKA	2	12	
	ukupno	1.813	12.294	
SELJAČKO DOMAĆINSTVO				
	ČISTA MALA	1	2	

FIRME I OBRTI - SOBE, APARTMANI, KUĆE ZA ODMOR				
	VODICE	64	842	
	SRIMA	33	466	
	PRVIĆ LUKA	4	268	
	ŠEPURINE	4	26	
	ukupno	105	1.602	

UKUPNO KAPACITETI:

16.960

U odnosu na 2016. godinu, porast kapaciteta iznosi 6,9%, s tim da je praćenje strukture kapaciteta različito od prethodnih godina (sukladno kategorijama u e-visitoru).

Marine

290 vezova na moru

60 vezova na kopnu

8. PLAN PRIHODA:

1. VODICE

2. Prihodi od boravišne pristojbe	3.300.000 kn
3. Prihodi od turističke članarine	400.000 kn
4. Prijenos prihoda prethodne godine	300.000 kn
5. Ostali nespomenuti prihodi	220.000 kn
UKUPNO PRIHODI	4.220.000 kn

SRIMA

1. Prihodi od boravišne pristojbe	570.000 kn
2. Prihodi od turističke članarine	30.000 kn
UKUPNI PRIHODI	600.000 kn

PRVIĆ LUKA

1. Prihodi od boravišne pristojbe	64.000 kn
2. Prihodi od turističke članarine	4.000 kn
UKUPNI PRIHODI	68.000 kn

ŠEPURINE

1. Prihodi od boravišne pristojbe	26.000 kn
2. Prihodi od turističke članarine	2.000 kn
UKUPNI PRIHODI	28.000 kn

B MARKETINŠKE AKTIVNOSTI

I. Administrativni rashodi

880.000 kn

Skupština Turističke zajednice grada Vodica održati će u 2017. godini dvije sjednice. Na prvoj sjednici koja će se održati u veljači/ožujku 2017. raspravljati će se o Prijedlogu godišnjeg financijskog izvješća, o Izvješću Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru poslovanja u 2016. godini, o Izvješću o radu Turističkog vijeća, te donijeti odluke o usvajanju navedenih izvješća. Na drugoj sjednici Skupštine koja će se održati do kraja 2017. razmatrati će se prijedlog godišnjeg Programa rada s financijskim planom, te će donijeti odluku o usvajanju predloženog dokumenta.

Turističko vijeće Turističke zajednice grada Vodica tijekom 2017. godine održati će najmanje 4 sjednice. Na svojim sjednicama Turističko vijeće će:

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

Nadzorni odbor TZ grada Vodica održati će 2 sjednice tijekom 2017. godine, na kojoj će nadzirati vođenje poslova zajednice, materijalno i financijsko poslovanje i raspolaganje sredstvima zajednice, te izvršenje Programa rada i financijskog plana. O obavljenom nadzoru Nadzorni odbor će podnijeti izvješća Turističkom vijeću, Skupštini i TZ Šibensko-kninske županije. Predviđeni termin održavanja sjednica NO je ožujak i listopad.

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, 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 i nadzirati izvršavanje ciljeva i zadaća izdvojenih turističkih ureda na području TZ-a

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

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

Planirana sredstva rasporediti će se kako slijedi:

Rashodi za radnike	520.000 kn
Izdaci za radnike ureda	355.000
Izdaci za radnike TIC-a	165.000

Rashodi ureda **360.000 kn**

Materijalni izdaci 65.000

Za materijalne izdatke izdvojiti će se:

Uredski materijal 15.000;

Režijski troškovi 20.000;

Dnevnice i putni troškovi 10.000,

Reprezentacija 10.000,
Ostali materijalni izdaci 10.000.
Izdaci za usluge 145.000
Za izdatke za usluge izdvojiti će se:
Prijevoz, telefon, poštarina 25.000,
Najam poslovnog prostora 74.000,
Ostali izdaci za usluge 46.000
Financijski izdaci 150.000

Rok: tokom godine

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI 1.360.000 kn

1. Unapređenje i sudjelovanje u uređenju grada 500.000 kn

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

1.1.	Čišćenje i održavanje plaža	280.000 kn
1.2.	Održavanje tuševa i WC-a	60.000 kn
1.3.	Voda	40.000 kn
1.4.	Sadnice	80.000 kn
1.5.	Vrećice	15.000 kn
1.6.	Plažne ograde	25.000 kn

Planirana sredstva: 500.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: tokom godine

2. Manifestacije 760.000 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 554.000 kn

Uskrсни doručak 17.04. 2017

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.

Planirana sredstva: 30.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: travanj 2017

Piknik - 1 svibnja 2017.- Piknik bi se odvijao u Rakitnici, uz sudjelovanje KU Perlice i klape.

Planirana sredstva: 24.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: svibanj 2017

Ljetne Bakanalije - 24. 06. 2017

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

Planirana sredstva: 20.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: lipanj 2017.

Ulični festival 07. -09.07. 2017 projekt započet prošle godine, proširili bismo na tri dana zbivanja pod nazivom Vodice Street festival. U projektu bi sudjelovale umjetničke udruge i druge osobe uz organizaciju radionica, izložba, zatim gostovanje artistskih skupina, glazbenih skupina. za 2017 bismo proširili i na druge ulice u centru.

Planirana sredstva: 40.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: početak srpnja 2017

15. Vodice jazz & blues festival

Vodice Jazz i blues festival, 21.-23.07. 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 zahtjevnija.

Planirana sredstva: 70.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: srpanj 2017

Vodička fešta 04.08.

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

Najveći dio troškova ove manifestacije odnositi će 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, te prikaz običaja (tu sudjeluju Perlice), a moguće je uključiti i određene sportske udruge. Iz stavke Vodička fešta isplatit će se udruzi Torcida 6.146,06 kn za Bakljadu, a prema Odluci Turističkog vijeća.

Planirana sredstva: 170.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: kolovoz 2017

17. Večer dalmatinskih klapa 12. 08. 2017

Večer dalmatinskih klapa tradicionalna je manifestacija koju održavamo 12. kolovoza. Večer se održava na otvorenom, ugošćuje oko 120 izvođača, a predstavlja jedan prepoznatljivih projekata koji se održava u mjesecu kolovozu.

Planirana sredstva: 30.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: kolovoz 2017

Klupske večeri srijedom

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

Planirana sredstva: 30.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: srpanj/kolovoz

Šaša i pulenta - 23.08.

Šaša i pulenta organizirati će se u suradnji s kulturnom udrugom Perlice, uz tehničku podršku hotelijera krajem mjeseca kolovoza. Prezentirati će se tradicionalni običaji uz degustaciju starih recepata i zvuke izvorne dalmatinske pjesme. Ovaj atraktivni program rado posjećuju gosti i građani.

Planirana sredstva: 20.000 kn
Nositelj projekta: direktor ureda
Rok: kolovoz 2017

Folklorna večer /srpanj/

U smislu njegovanja kulturnih i tradicionalnih običaja i prikaza istih, održati će se folklorna večer - ukoliko bude moguće gostovanje Ansambla Lado. 2016. godine Lado je gostovao u Vodicama u sklopu turneje, za sljedeću godinu osim troškova honorara, pozornice, razglasa, puta, treba dodatno uključiti i troškove noćenja.

Planirana sredstva: 60.000 kn
Nositelj projekta: direktor ureda
Rok: srpanj, kolovoz 2017

Jesenske Bakanalije /23.9/

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: 60.000 kn
Nositelj projekta: direktor ureda
Rok: rujan 2017

2.2. Ostale manifestacije

Ova stavka podrazumijeva razne kulturne i zabavne programe koji se tijekom godine upriliče, a tiču se gostovanja glazbenih društava ili ansambla, izložbi i sl. Jedna od ovakvih manifestacija bi bila „Aktivna Hrvatska“ .

Planirana sredstva: 30.000 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 sa udrugama koje već nekoliko godina organiziraju tradicionalne programe. Ove godine je raspisan natječaj za kulturne i sportske udruge za dodjelu sredstava, te će Vijeće odrediti što će se sufinancirati i u kojim iznosima. Predlažemo da se uzmu u obzir tradicionalni projekti i oni koji direktno utječu na turističke učinke. Posebno je bitno podržati projekte koji doprinose turističkoj ponudi našeg grada, a iste su ugrađene u ciljeve i zadaće turističke zajednice kao što su poticanje i razvoj selektivnih oblika turističkih proizvoda . Ovdje ulazi CMC, biciklizam, jedrenje, ronjenje, ribolov.

Planirana sredstva ukupno: 176.000 kn
Sredstva se raspoređuju prema odluci TV.

CMC	50.000
RK Olympia - Memorijalni turnir	10.000
PZ Lira - 2 koncerta	5.000
JK Tijat Regata Jabuka	15.000
MK Okit - 2 projekta	7.000
LD Sokol - Dvije lovačke večeri	12.000
Udruga umirovljenika - Susret	5.000
Udruga Traulik - Večer maslinara	6.000
Udruga Bolywood	2.000
Vodička glazba Koncert	10.000

BBK Orlov krug MTB Weekend	10.000
BBK Orlov krug - Gabrin maraton	5.000
DVD Prvić Šepurine- Regata Burtiž	7.500
UHBDDR	10.000
AK Okit - 2 projekta	10.000
KGU Longplejka	3.000
Mali porat - Ribarska	7.000
Mali porat (eko akcija)	1.500

3. Razvoj proizvoda 100.000
 TZ nastavlja poticati razvoj novih proizvoda, posebno onih koji utječu na produženje turističke sezone i podizanje kvalitete usluga proizvoda i to:
 Projekt Cikloturizam 30.000
 Projekt Like Home 20.000
 Kultura i Projekti za ugostiteljstvo 30.000
 Projekti aktivnog odmora 20.000

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI 525.000

1. Online komunikacije 220.000,00

1.1. Internet oglašavanje

Sukladno smjernicama Operativnog marketing plana turizma Hrvatske, pojačati će se on line oglašavanje, prisutnost na društvenim mrežama s naglaskom na predsezonu i posezonu, poboljšati pozicioniranje internet stranica na pretraživačima. To podrazumijeva i oglašavanje na portalima, te internetskim vodičima, tip travel magazin, mobilne aplikacije, oglašavanje Google adwords, Tripadvisor, Facebook (pay per klick), mX Croatia i sl.

Planirana sredstva: 200.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: tokom godine

1.2. Internet stranice i upravljanje internet stranicama

- Dopuna stranica - (dodatni prijevod)
- 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: 20.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: tokom godine

2. Offline komunikacije 275.000,00

2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora

TZ grada Vodica poseban će akcent dati oglašavanju u promotivnim kampanjama, promotivno-prodajnim kanalima sustava TZ-a i organizatora putovanja. U oglašavanju u promotivnim kampanjama sudjelovati će gospodarski subjekti u turizmu-, agencije, HTZ, županijska TZ, a odnosi se pretežno na organizaciju dolazaka u predsezoni i posezoni.

Planirana sredstva: 30.000 kn

2.2. Opće oglašavanje (oglašavanje u tisku)

TZ grada Vodica oglašavati će se u specijaliziranim časopisima, turističkim vodičima, Tv i sl.

Planirana sredstva: 50.000 kn

Rok: tokom godine

2.3. Brošure i tiskani materijali

Planirana sredstva: 155.000 kn

Nositelj : direktor ureda

Rok: tokom godine

Image brošura

TZ grada Vodica dotiskati će image brošuru u jezičnim verzijama a sukladno dinamici korištenja tijekom godine. Jedan dio brošure tiskati će se u nakladi dostatnoj za sljedeću godinu, sajmove, prezentacije, ured, TIC i potrebe centralnog skladišta, u nakladi cca 30.000 kom ukupno.

Planirana sredstva: 30.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: prema potrebi sukladno zalihama

Biciklistička karta

Biciklistička karta će se dotiskati sukladno potrebama. Ujedno u suradnji s TZ Županije sudjelovati ćemo u županijskoj biciklističkoj karti, koja je prikaz svih staza našeg područja, a međusobno su povezane. Biciklistička karta tiskati će se u nakladi od 5 - 8.000 kom.

Planirana sredstva: 25.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: prema planu projekta Cikloturizam 2017

Plan grada Vodica

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

Planirana sredstva: 20.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: svibanj 2017

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)

Planirana sredstva: 30.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: svibanj 2017

Plakati i poster

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

Planirana sredstva: 20.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: tokom godine

Brošura privatni smještaj

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

Planirana sredstva: 20.000

Nositelj: direktor ureda

Rok: sukladno zalihama tokom 2017

Kulturni vodič

TZ grada tiskati će dopunjenu i izmijenjenu brošuru Kulturna baština.

Planirana sredstva: 10.000

Nositelj: direktor ureda

Rok: lipanj 2017

2.4. Suvenir i ostali promidžbeni materijali

Promidžbeni materijali obuhvaćaju tiskanje majica, vrećica s logom TZ grada Vodica i ostali prigodni materijal.

Planirana sredstva: 20.000 kn
Nositelj projekta: direktor ureda
Rok: tokom godine

2.5. Info table

Ovdje podrazumijevamo nastavak, izradu i postavu informativnih i interpretacijskih tabli za kvalitetno obilježavanje kulturno-povijesne baštine.

Planirana sredstva: 20.000 kn
Nositelj: direktor ureda
Rok: travanj/svibanj 2017

3. Smeđa signalizacija 30.000

Ovdje podrazumijevamo nadopunu i zamjenu postojećih te izradu i postavu novih tabli signalizacije na području Vodica, uključujući i dopunu znakova za biciklističke staze.

Planirana sredstva: 30.000 kn
Nositelj: direktor ureda
Rok: prema potrebi tokom godine

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI 105.000

1. Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ) 85.000

Program sajamskih nastupa u 2017. godini usklađen sa zainteresiranim turističkim subjektima - hotelima, agencijama, kao i potrebama privatnog smještaja imajući u vidu primarna i sekundarna emitivna tržišta, a program je usuglašen s planom TZ Županije. TZ Vodice će participirati u troškovima zakupa i opreme.

Shodno strukturi tržišta i potrebama turističkih subjekata, za tržišta Poljske, Češke, Slovačke, Mađarske i Slovenije - pripremiti će se nastupi na sajmu ili na prezentaciji sukladno dogovoru s TZ Županije. U koordinaciji s turističkim zajednicama Zadarske, Splitsko-dalmatinske, Dubrovačko-neretvanske i Ličko -senjske zakupljeni zajednički prostor na sajmovima, na kojima će se shodno interesu i mogućnostima pripremiti prezentacija, sudjelovati ćemo u ulozi informatora ili ćemo sudjelovati samo promotivnim materijalima.

Na sajmovima na kojima TZ grada Vodica neće nastupiti participirati će u vidu dostave promidžbenih materijala.

Sajmovi na kojima nastupa HTZ- a, TZŽ u koordinaciji s turističkim zajednicama gradova i općina zakupila je prostor:

Ferienmesse - Beč	12. -15.01. 2017.
Paris - SMT	16. -19.03. 2017.
ITB Berlin	08. - 12.03.2017.
f.re.e Munchen	22. -26.02. 2017.

Nastupi tri i više TZ Županija na sajmovima na kojima ne nastupa HTZ:

Destination - London	04. - 07.02. 2017.
Vakantiebeurs Utrecht	12. -17.01. 2017.
Fietsen Wandelbeurs - Utrecht	veljača/ožujak 2017.
B travel - Barcelona	15. - 17.04. 2017.
CMT Stuttgart	16. -24.01. 2017.
Dusseldorf Caravaning	kolovoz/rujan 2017.
Parma Kamping	rujan 2017.
Allt for sjorn Stockholm	03. -12.03. 2017.
Fiets en Wandelbeurs Gent	18. - 19. 02.2017.
Salon des Vacances Bruxelles	02. - 05.02. 2017.
JATA Tokyo	21. -24.09. 2017.
HANA Seoul	lipanj 2017.
Cosmobike Verona	16. - 19.09. 2017.
RDA Koeln	04. - 06.07. 2017.

Planirana sredstva: 85.000 kn

Rok: Prema planu prezentacija i sajмова

2. Studijska putovanja 5.000

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

3. Posebne prezentacije 15.000

U organizaciji TZ Županijske (5 TZ) oraganizirati će se road show prezentacije. TZ županije planira 6 promotivnih nastupa , a odvijati će se na frekventnim mjestima uz glazbenu pratnju, animaciju, dekoraciju turističkim motivima i ev. prigodne nagrade.

Bratislava, Krakow, Ljubljana, Munchen, Prag, Vannes.

Planirana sredstva: 15.000 kn

Prema dogovorenom planu TZŽ-a.

V. INTERNI MARKETING 30.000

1. Edukacija 20.000 kn

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

Osim edukacije djelatnika i slijedeće godine nastaviti ćemo s edukacijama i radionicama za privatne iznajmljivače i turističke subjekte, shodno smjernicama Strategije i provedenoj anketi među iznajmljivačima.

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, dogovori 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 10.000

I u 2017. TZ grada Vodica nastaviti će s programom nagrađivanja lojalnosti gostiju, odnosno organizirati će se prijem i prigodni pokloni za dugogodišnje goste Vodica.

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA 70.000

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

Planirana sredstva: 10.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: tokom godine

2. Istraživanje tržišta

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

Planirana sredstva: 20.000

Nositelj: direktor ureda

Rok: tokom godine

3. Formiranje baze podataka

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

Planirana sredstva: 0 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: tokom godine

4.. Banka fotografija i priprema u izdavaštvu

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

Planirana sredstva: 30.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: tokom godine

5. Jedinstveni turistički informacijski sustav

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

Planirana sredstva : 10.000 kn

Nositelj: HTZ

Rok: tokom godine

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) 14.000

IX. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU 936.000,00
Transfer boravišne pristojbe gradu 936.000 kn

SVEUKUPNI RASHODI 3.920.000

Prijenos viška u iduću godinu u iznosu od 300.000 kn,
odnositi će se na stanje računa i blagajne na kraju godine.

RAZRADA PLANA ZA SRIMU

Program rada za Srimu integralni je dio Plana i programa TZ grada Vodica za 2017. godinu u tekstualnom dijelu. U nastavku se daje razrada sredstava.

I	ADMINISTRATIVNI RASHODI		85.000
	1. Rashodi za radnike	64.000	
	2. Rashodi ureda	21.000	
	a) materijalni izdaci l	5.000	
	b) izdaci za usluge	16.000	
	b.1.) izdaci za usluge (prijezovni,tel)	4.000	
	b.2.) najam prostora	12.000	
II	DIZAJN VRIJEDNOSTI		225.000
	1. Program unapređenja i uređenja	135.000	
	2. Kulturno zabavne manifestacije	72.000	
	Srimarska fešta	30.000	
	Ostalo(koncert, klapska večer)	42.000	
	3. Sportske manifestacije	18.000	
	Balotaški turinir	18.000	

III	KOMUNIKACIJSKE VRIJEDNOSTI		95.000
	1. Online komunikacije	50.000	
	1.1. Internet oglašavanje		45.000
	1.1. Internet stranice (participacija troškova)		5.000
	2. Off line komunikacije	40.000	
	2.1. Participacija u troškovima izrade brošura		28.000
	2.2. Oglašavanje u promotivnim kampanjama		2.000
	2.3. Opće oglašavanje		10.000
	3. Smeđa signalizacija	5.000	
IV	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI		20.000
	1. Sajmovi (participacija troškova)		18.000
	2. Posebne prezentacije (participacija troškova)		2.000
V	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA		5.000
	Banka fotografija	5.000	
IX	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE		170.000

Ukupno troškovi	600.000
------------------------	----------------

RAZRADA PLANA ZA PRVIĆ LUKU

Program rada za Prvić Luku integralni je dio Plana i programa TZ grada Vodica za 2017. godinu. U nastavku daje se razrada rashoda.

I	ADMINISTRATIVNI RASHODI		11.500
	1. Rashodi za radnika	8.500	
	2. Rashodi ureda (materijalni)	3.000	
II	DIZAJN VRIJEDNOSTI		19.000
	1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju	2.000	
	2. Manifestacije (kulturno-zabavne)	17.000	
	Fešta u Prvić Luci	6.000 kn	
	Ostalo	1.000 kn	
	3. Potpore: Kreativni dani Fausta V.	10.000 kn	
III	KOMUNIKACIJSKE VRIJEDNOSTI		13.500
	1. Online komunikacije	4.500	
	Internet oglašavanje	4.000	
	(Internet stranice - participacija	500	
	2. Off line komunikacije	9.000	
	brošure - participacija	7.500	
	oglašavanje - participacija	500	
	opće oglašavanje	1.000	
IV	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI		2.000
	1. Sajmovi - participacija	2.000	
	2. Posebne prezentacije- participacija	0	
V	INTERNI MARKETING	0	
VI	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA		3.000
	Banka fotografija	3.000	
VIII	OSTALO	0	
IX	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE		19.000

Ukupno troškovi	68.000
------------------------	---------------

RAZRADA PLANA ZA ŠEPURINE

Program rada za Šepurine također je integralni dio Plana i programa TZ grada Vodica za 2017. godinu. U nastavku daje se razrada rashoda.

I	ADMINISTRATIVNI RASHODI		4.500
	1. Rashodi za radnika	4.000	
	2. Rashodi za ured (materijalni)	500	
II	DIZAJN VRIJEDNOSTI		9.000
	1. Unapređenje boravka	2.000	
	2. Manifestacije	7.000	
	Fešta	2.000	
	3. Potpore: Prvić Grooves	5.000	
III	KOMUNIKACIJSKA VRIJEDNOST		2.800
	1. On line komunikacije (Internet stranice - participacija)	0	
	2. Off line komunikacije (brošure- participacija)	2.800	
IV	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI		900
	1. Sajmovi - participacija	900	
V	INTERNI MARKETING	0	
VI	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA		3.000
	Banka fotografija	3.000	
VII	POSEBNI PROGRAMI	0	
VIII	OSTALO	0	
IX	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE		7.800

Ukupno troškovi	28.000
------------------------	---------------

PRIJENOS - MANJAK (SVEUKUPNI PRIHODI

UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE) -6.700

FINANCIJSKI PLAN TZ GRADA VODICA ZA 2017.

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2016	PLAN 2017	indeks PLAN 2017/ PLAN 2016	STRUKT URA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	3.250.000	3.300.000	102	78,2
2.	Prihodi od turističke članarine	400.000	400.000	100	9,5
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)	245.000	300.000	122	7,1
6.	Ostali nespomenuti prihodi	140.000	220.000	157	5,2
	SVEUKUPNO PRIHODI	4.035.500	4.220.000	105	100
RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2016	Plan 2017		
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	869.000	880.000	101	22,4
1.	Rashodi za radnike	510.000	520.000	102	13,2
2.	Rashodi ureda	359.000	360.000	100	9,2
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	1.326.000	1.360.000	103	34,5
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	500.000	500.000	100	12,7
1.1.	Plaže		280.000		7,1
1.2.	Tuševi i WC		60.000		1,5
1.3.	Voda za tuševe i WC		40.000		1
1.4.	Sadnice		80.000		2
1.5.	Vrećice		15.000		0,3
1.6.	Plazne ograde		25.000		0,6
2.	Manifestacije	776.000	760.000	98	19,4
2.1.	Kulturno-zabavne	579.000	554.000	96	14,1
2.2.	Sportske manifestacije				
2.3.	Ekološke manifestacije				
2.4.	Ostale manifestacije	30.000	30.000	100	0,7
2.5.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)	167.000	176.000	105	4,5
3.	Razvoj proizvoda	50.000	100.000	200	2,5
4.	Potpore razvoju DMK-a		-		
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	432.000	525.000	121	13,4
1.	Online komunikacije	175.000	220.000	126	5,6
1.1.	Internet oglašavanje	150.000	200.000	133	5,1
1.4.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	25.000	20.000	80	0,5
2.	Offline komunikacije	232.000	275.000	118	7

2.1.	Oglašavaje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	20.000	30.000	150	0,7
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	45.000	50.000	111	1,3
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	132.000	155.000	117	3,9
2.4.	Suveniri i promo materijali	20.000	20.000	100	0,5
2.5.	Info table	15.000	20.000	133	0,5
3.	Smeđa signalizacija	25.000	30.000	120	0,7
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	83.500	105.000	126	2,7
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	78.500	85.000	108	2,1
2.	Studijska putovanja	0	5.000		
3.	Posebne prezentacije	5.000	15.000	300	0,3
V.	INTERNI MARKETING	25.000	30.000	120	0,7
1.	Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	20.000	20.000	100	0,5
2.	Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi	0	0		
3.	Nagrade i priznanja (Projekt. vjernosti i ostalo)	5.000	10.000	0200	0,2
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	50.000	70.000	140	1,8
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	10.000	10.000	100	0,2
2.	Istraživanje tržišta	0	20.000		0,5
3.	Formiranje baze podataka	0	0		
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama	0	0		
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	30.000	30.000	100	0,7
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)	10.000	10.000	100	0,2
VII.	POSEBNI PROGRAMI	0	0	0	0
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	0	0		0
VIII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)	30.000	14.000	47	0,3
IX.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)	920.000	936.000	102	23,9
X.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)	0	0	0	0
	SVEUKUPNO RASHODI	3.735.500	3.920.000	105	100
	PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆUJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)	300.000	300.000	100	

FINANCIJSKI PLAN TD SRIMA ZA 2017.

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	Plan 2016	PLAN 2017	indeks PLAN 2017/ PLAN 2016	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	565.000	570.000	101	95
2.	Prihodi od turističke članarine	35.000	30.000	86	5
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog				
3.1.	za programske aktivnosti				
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda				
4.	Prihodi od drugih aktivnosti				
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)				
6.	Ostali nespomenuti prihodi				
	SVEUKUPNO PRIHODI	600.000	600.000	100	100
RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2016	Plan 2017	indeks PLAN 2017/ PLAN 2016	STRUKTURA %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	82.000	85.000	104	14
1.	Rashodi za radnike	61.000	64.000	105	10,5
2.	Rashodi ureda	21.000	21.000	100	3,5
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	230.000	225.000	98	37,5
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	141.000	135.000	96	22,5
1.1.	Unapređenje boravka turista	141.000	135.000	96	22,5
2.	Manifestacije	89.000	90.000	101	15
2.1.	Kulturno-zabavne	72.000	72.000	100	12
2.2.	Sportske manifestacije	17.000	18.000	106	3
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.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	91.000	95.000	104	15,8
1.	Online komunikacije	45.000	50.000	111	8,3
1.1.	Internet oglašavanje	40.000	45.000	112	7,5
1.4.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	5.000	5.000	100	0,8
2.	Offline komunikacije	41.000	40.000	98	6,7
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	2.000	2.000	100	0,3
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	11.000	10.000	91	1,7
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	28.000	28.000	100	4,7
2.4.	Suveniri i promo materijali				
2.5.	Info table				
3.	Smeđa signalizacija	5.000	5.000	100	0,8
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	20.000	20.000	100	3,3

1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	18.000	18.000	100	3
2.	Posebne prezentacije	2.000	2.000	100	0,3
V.	INTERNI MARKETING				
1.	Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)				
2.	Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi				
3.	Nagrade i priznaja (Projekt. Volim Hrvatsku i ostalo)				
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	7.000	5.000	71	0,8
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala				
2.	Istraživanje tržišta				
3.	Formiranje baze podataka				
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama				
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	7.000	5.000	71	0,8
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)				
VII.	POSEBNI PROGRAMI				
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena				
VIII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)				
IX.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)	170.000	170.000	100	28,3
X.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)				
	SVEUKUPNO RASHODI	600.000	600.000	100	100
	PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆUJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)				

FINANCIJSKI PLAN ZA TD PRVIĆ LUKA 2017.

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2016	PLAN 2017	indeks PLAN 2017/ PLAN 2016	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	62.000	64.000	103	94
2.	Prihodi od turističke članarine	4.500	4.000	89	6
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog				
3.1.	za programske aktivnosti				
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda				
4.	Prihodi od drugih aktivnosti				
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)				
6.	Ostali nespomenuti prihodi				
	SVEUKUPNO PRIHODI	66.500	68.000	102	100
RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2016	Plan 2017	indeks PLAN 2017/ PLAN 2016	STRUKTURA %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	11.000	11.500	105	16,9
1.	Rashodi za radnike	8.000	8.500	106	12,5
2.	Rashodi ureda	3.000	3.000	100	4,4
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	19.000	19.000	100	27,9
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	2.000	2.000	100	2,9
1.1.	Unapređenje boravka turista	2.000	2.000	100	2,9
2.	Manifestacije	17.000	17.000	100	25
2.1.	Kulturno-zabavne	17.000	7.000	41	10,3
2.2.	Sportske manifestacije				
2.3.	Ekološke manifestacije				
2.4.	Ostale manifestacije				
2.5.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)		10.000	-	14,7
3.	Novi proizvodi				
4.	Potpore razvoju DMK-a				
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	13.500	13.500	100	19,8
1.	Online komunikacije	4.500	4.500	100	6,6
1.1.	Internet oglašavanje	4.000	4.000	100	5,9
1.4.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	500	500	100	0,7
2.	Offline komunikacije	9.000	9.000	100	13,2
2.1.	Oglašavaje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	1.000	1.000	100	1,4
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	500	500	100	0,7
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	7.500	7.500	100	11
2.4.	Suvenir i promo materijali				
2.5.	Info table				
3.	Smeđa signalizacija				
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	2.000	2.000	100	2,9

1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	2.000	2.000	100	2,9
2.	Posebne prezentacije				
V.	INTERNI MARKETING				
1.	Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)				
2.	Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi				
3.	Nagrade i priznaja (Projekt. Volim Hrvatsku i ostalo)				
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	3.000	3.000	100	4,4
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala				
2.	Istraživanje tržišta				
3.	Formiranje baze podataka				
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama				
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	3.000	3.000	100	4,4
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)				
VII.	POSEBNI PROGRAMI				
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena				
VIII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)				
IX.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)	18.000	19.000	105	28
X.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)				
	SVEUKUPNO RASHODI	66.500	68.000	102	100
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆUJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)				

FINANCIJSKI PLAN ZA TD ŠEPURINE ZA 2017.

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2016	PLAN 2017	indeks PLAN 2017/ PLAN 2016	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	26.000	26.000	100	92,9
2.	Prihodi od turističke članarine	2.000	2.000	100	7,1
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog				
3.1.	za programske aktivnosti				
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda				
4.	Prihodi od drugih aktivnosti				
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)				
6.	Ostali nespomenuti prihodi				
	SVEUKUPNO PRIHODI	28.000	28.000	100	100
RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2016	PLAN 2017	indeks PLAN 2017/ PLAN 2016	STRUKTURA %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	4.500	4.500	100	16,1
1.	Rashodi za radnike	4.000	4.000	100	14,3
2.	Rashodi ureda	500	500	100	1,8
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	9.000	9.000	100	32,1
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	2.000	2.000	100	7,1
1.1.	Unapređenje boravka turista	2.000	2.000	100	7,1
2.	Manifestacije	7.000	7.000	100	25
2.1.	Kulturno-zabavne	7.000	2.000	29	7.1
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)		5.000	-	17,9
3.	Novi proizvodi				
4.	Potpورا razvoju DMK-a				
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	9.500	2.800	29	10
1.	Online komunikacije	2.500			
1.1.	Internet oglašavanje	2.000			
1.4.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	500			
2.	Offline komunikacije	7.000	2.800	40	10
2.1.	Oglašavaje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	200			
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	1.000			
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	5.800	2.800	48	10
2.4.	Suveniri i promo materijali				
2.5.	Info table				
3.	Smeđa signalizacija				
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	900	900	100	3,2

1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	900	900	100	3,2
2.	Posebne prezentacije				
V.	INTERNI MARKETING				
1.	Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)				
2.	Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi				
3.	Nagrade i priznaja (Projekt. Volim Hrvatsku i ostalo)				
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	3.000	3.000	100	10,7
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala				
2.	Istraživanje tržišta				
3.	Formiranje baze podataka				
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama				
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	3.000	3.000	100	10,7
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)				
VII.	POSEBNI PROGRAMI				
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena				
VIII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)				
IX.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)	7.800	7.800	100	28
X.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)				
	SVEUKUPNO RASHODI	34.700	28.000	81	100
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆUJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)*	-6.700			

*Manjak pokriven sredstvima Vodica.

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 financijskom planu do 5% u приходima i rashodima donosi Turističko vijeće, a iznad 5% se radi rebalans koji usvaja Skupština Turističke zajednice grada Vodica.

Ovaj plan i program rada s financijskim planom usvojen je na 5. sjednici Skupštine TZ grada Vodica od 02. 12. 2016. godine.

TZ grada Vodica
Turističko vijeće
Predsjednica:
Branka Juričev Martinčev v.r.