



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 2016. GODINU**

U Vodicama, listopad 2015.

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

B MARKETINŠKE AKTIVNOSTI

I.	Administrativni marketing	9
II.	Dizajn vrijednosti	10
III.	Komunikacija vrijednosti	14
IV.	Distribucija i prodaja vrijednosti	16
V.	Interni marketing	17
VI.	Marketinška infrastruktura	17
VII.	Posebni programi	18
VIII.	Ostalo	18
IX.	Transfer boravišne pristojbe	18
	Razrada plana za TD Srima	18
	Razrada plana za TD Prvić Luka	19
	Razrada plana za TD Šepurine	20

C	Financijski plan za 2016. godinu	
	Financijski plan TZ grada Vodica za 2016.	21
	Financijski plan TD Srima za 2016.	23
	Financijski plan TD Prvić Luka za 2016.	25
	Financijski plan TD Šepurine za 2016.	27

	Zaključne odredbe - izvješćivanje	29
--	-----------------------------------	----

1. UVOD

U 2015. godini, 60 godina od osnutka Turističkog društva u Vodicama, za prvih devet mjeseci zabilježeno je 172 tisuće dolazaka i gotovo milijun noćenja (999.647). 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 80% ukupnih kapaciteta. U razdoblju 2005 - 2015. kapacitet privatnog smještaja porastao je za 40%, dok se hotelski nije mijenjao, čak štoviše dio kapaciteta (dio depadansi hotela Punta i vila hotela Imperial nije u funkciji) se smanjio.

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 - ljudi treće životne dobi su u stalnom porastu, način života i rada 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
- 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.

Kraća putovanja postaju sve popularnija, raste i potražnja za ekološki čistim područjima, zatim pojačana je briga za vlastito zdravlje, ali isto tako je i 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 stoga izrada Strategije turističkog razvoja upravo ove 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 2016. godinu.

U prvom dijelu daje se prikaz i analiza turističkog prometa do kraja rujna 2015.

2. Turistički promet

Lokalna turistička zajednica: Vodice (Šibensko-kninska) / Vremenski period Siječanj - Rujan 2015									
		Siječanj - Rujan 2015			Siječanj - Rujan 2014			indeks 2015 / 2014	
	zemlja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja	% noćenja	dolasci	noćenja
	Ukupno	172.304	999.647	100,0	161.870	966.185	100,0	106	103
	Domaći turisti	26.830	134.465	13,5	22.989	119.193	12,3	117	113
	Strani turisti	145.474	865.182	86,5	138.881	846.992	87,7	105	102
DOLASCI I NOĆENJA STRANIH TURISTA PREMA ZEMLJI PREBIVALIŠTA									
1	Hrvatska	26.830	134.465	13,5	22.989	119.193	12,3	117	113
2	Njemačka	16.663	129.561	13,0	15.960	124.183	12,9	104	104
3	Slovačka	17.263	119.999	12,0	17.704	122.565	12,7	98	98
4	Poljska	19.878	116.803	11,7	16.611	109.666	11,4	120	107
5	Češka	15.497	110.604	11,1	14.855	105.709	10,9	104	105
6	Slovenija	14.614	91.070	9,1	13.601	84.792	8,8	107	107
7	Austrija	9.288	52.961	5,3	10.503	58.324	6,0	88	91
8	Mađarska	8.726	51.719	5,2	6.673	38.792	4,0	131	133
9	BiH	7.840	38.326	3,8	5.715	29.850	3,1	137	128
10	Italija	3.262	17.738	1,8	3.653	18.508	1,9	89	96
11	Švedska	2.849	17.351	1,7	4.995	31.912	3,3	57	54
12	Francuska	3.317	14.859	1,5	3.847	16.160	1,7	86	92
13	Nizozemska	2.018	13.546	1,4	2.251	14.857	1,5	90	91
14	Norveška	1.870	13.527	1,4	1.872	14.168	1,5	100	95
15	Švicarska	2.756	11.107	1,1	2.758	11.263	1,2	100	99
16	Ujedinjena Kraljevina	1.997	8.061	0,8	1.454	6.218	0,6	137	130
17	Srbija	1.060	7.404	0,7	1.087	8.660	0,9	98	85
18	Belgija	1.225	6.822	0,7	1.180	7.144	0,7	104	95
19	Rusija	599	5.627	0,6	783	9.179	1,0	77	61
20	Tajvan, Kina	4.193	4.194	0,4	1.562	1.630	0,2	268	257
21	Danska	666	3.626	0,4	635	3.432	0,4	105	106
22	Ukrajina	528	3.458	0,3	455	3.657	0,4	116	95
23	SAD	651	2.618	0,3	560	2.888	0,3	116	91
24	Rumunjska	442	2.416	0,2	326	1.821	0,2	136	133
25	Španjolska	1.400	1.849	0,2	1.712	2.317	0,2	82	80
26	Koreja, Republika	1.784	1.797	0,2	2.325	2.339	0,2	77	77
27	Australija	374	1.711	0,2	298	1.644	0,2	126	104
28	Kanada	296	1.322	0,1	338	1.263	0,1	88	105
29	Litva	215	1.155	0,1	133	654	0,1	162	177
30	Ostale europske zemlje	194	1.139	0,1	42	190	0,0	462	599

31	Finska	219	1.036	0,1	217	1.310	0,1	101	79
32	Letonija	204	1.022	0,1	182	1.009	0,1	112	101
33	Grčka	378	829	0,1	360	630	0,1	105	132
34	Kina	649	789	0,1	1.049	1.106	0,1	62	71
35	Irska	159	786	0,1	84	440	0,0	189	179
36	Ostale afričke zemlje	126	780	0,1	88	567	0,1	143	138
37	Bjelorusija	122	769	0,1	70	614	0,1	174	125
38	Estonija	140	756	0,1	107	436	0,0	131	173
39	Makedonija	112	736	0,1	197	1.723	0,2	57	43
40	Ostale azijske zemlje	223	721	0,1	740	1.008	0,1	30	72
41	Tajland	616	665	0,1	906	969	0,1	68	69
42	Ost.zem. Juz. i Sre. Amerike	79	430	0,0	44	185	0,0	180	232
43	Portugal	95	415	0,0	62	220	0,0	153	189
44	Turska	70	389	0,0	67	352	0,0	104	111
45	Bugarska	64	364	0,0	46	212	0,0	139	172
46	Luksemburg	75	355	0,0	40	199	0,0	188	178
47	Crna Gora	92	278	0,0	123	253	0,0	75	110
48	Kazahstan	23	215	0,0	31	286	0,0	74	75
49	Ostale zemlje Oceanije	40	199	0,0	36	125	0,0	111	159
50	Albanija	51	176	0,0	43	137	0,0	119	128
51	Izrael	93	158	0,0	81	252	0,0	115	63
52	Brazil	51	155	0,0	51	316	0,0	100	49
53	Južnoafrička Republika	27	112	0,0	13	50	0,0	208	224
54	Hong Kong, Kina	104	108	0,0	149	149	0,0	70	72
55	Kosovo	17	92	0,0	3	12	0,0	567	767
56	Japan	65	82	0,0	33	76	0,0	197	108
57	Indija	29	65	0,0	22	78	0,0	132	83
58	Maroko	10	47	0,0	5	29	0,0	200	162
59	Novi Zeland	21	46	0,0	41	134	0,0	51	34
60	Argentina	11	45	0,0	7	30	0,0	157	150
61	Čile	12	43	0,0	9	29	0,0	133	148
62	Cipar	5	34	0,0	36	42	0,0	14	81
63	Meksiko	7	26	0,0	16	61	0,0	44	43
64	Ujedinjeni Arapski Emirati	7	26	0,0	4	17	0,0	175	153
65	Ostale zemlje Sjeverne Amerike	3	18	0,0	6	28	0,0	50	64
66	Island	3	15	0,0	20	113	0,0	15	13
67	Tunis	3	14	0,0	4	9	0,0	75	156
68	Katar	2	12	0,0	0	0	0,0	0	0
69	Malta	1	3	0,0	0	0	0,0	0	0
70	Oman	1	1	0,0	0	0	0,0	0	0
71	Indonezija	0	0	0,0	1	1	0,0	0	0

3. Segmentacija emitivnih tržišta

U primarna emitivna tržišta za naše područje ulaze sljedeći:

- Hrvatska s udjelom od 13,5% -
- Njemačka s udjelom od 13%
- Slovačka s udjelom od 12 %
- Poljska s udjelom od 11,7%
- Češka s udjelom od 11,1%
- Slovenija s udjelom od 9,1 %
- Austrija s udjelom od 5,3%

U sekundarna emitivna tržišta ubrajamo sljedeće:

- Mađarska s udjelom od 5,2%
- Švedska s udjelom od 1,7%
- BiH s udjelom od 3,8 %
- Italija s udjelom od 1,8 %
- Francuska s udjelom od 1,5%
- Nizozemska s udjelom od 1,4%
- Norveška s udjelom od 1,4%
- Švicarska s udjelom od 1,1%

.

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 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 2016. godini.

4. Osnove i sadržaj Programa rada

Prilikom izrade plana i programa s financijskim planom za 2016. godinu polazi se od:

- ostvarenih rezultata i aktivnosti u 2015. godini
- stanja na emitivnim tržištima i procjeni za 2016.
- 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

Shodno gore navedenih postavki 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 2016. godini
- Procjenu registriranog fizičkog obujma turističkog prometa u 2015.godini i plan fizičkog prometa za 2016. godinu, te procjenu prihoda od boravišne pristojbe za 2016 godinu
- Marketinške aktivnosti prema vrstama i projektima sukladno operativnom marketing planu - smjernicama
- Procjenu plana prihoda i rashoda za Srimu, Prvić Luku i Šepurine za 2016. godinu prema vrstama i projektima
- Financijski plan s planom prihoda i rashoda Turističke zajednice grada Vodica za 2016. godinu s usporedbom na 2015. godinu

5. CILJEVI MARKETINŠKE POLITIKE U TURIZMU 2016. GODINE

Ciljevi marketinške politike u turizmu u 2016. 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 2016. godini

- nastavak afirmacije Vodica kao turistički atraktivne destinacije s posebnim naglaskom na pred i postsezonu
- ostvarenje fizičkog obujma turističkog prometa najmanje na razini 2015. godine
- 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 one koja su 2015. bila u padu , te otvaranje i jačanje novih 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

6. PROCJENA OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA

Do kraja rujna 2015. godine ostvareno je ukupno 172.304 turističkih dolazaka i 999.647 turističkih noćenja, odnosno 6% više dolazaka i 3% više noćenja.

Unatoč smanjenim hotelskim kapacitetima, ostvaren je porast u prvih 9 meseci i to u svim vidovima smještaja, osim u kampovima.

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 2015. godine očekujemo da će Vodice ostvariti do 1.020.000 noćenja bez nautike, te 176.000 dolazaka.

S obzirom na strukturu smještajnih kapaciteta, ostvarene rezultate do kraja rujna 2015. godine, predviđamo za 2016. godinu stabilizaciju u ostvarenju fizičkog obujma prometa i to na razini 2015. godine uz minimalno povećanje, a na osnovi bolje iskorištenosti kapaciteta u predsezoni i posezoni, te bolje popunjenosti hotelskog smještaja (posebno se odnosi na hotele Vodice i hotel Imperijal), te aktivnostima na pred i posezoni.

DOLASCI

Dolasci	Ostvareno 2014	Procjena 2015	2015/2014	Plan za 2016	Index 2016/2015
Domaći	27.775	28.500	103	30.000	105
Strani	146.106	147.500	101	150.000	101
Ukupno	173.881	176.000	101	180.000	102

NOĆENJA

Noćenja	Ostvareno 2014	Procjena 2015	2015/2014	Plan za 2016	Index 2016/2015
Domaći	131.664	145.000	110	150.000	103
Strani	864.910	875.000	101	885.000	101
Ukupno	996.574	1.020.000	102	1.035.000	101

Planirani fizički promet (ukupni broj noćenja) za 2015. godinu prema naseljima daje se u slijedećem pregledu uključujući i planirani prihod od boravišne pristojbe.

Naselje	Procjena 2015	Index	Plan za 2016.	Planirani bruto prihod od BP u kn
Vodice	802.000	101	810.000	4.400.000
Srima	199.000	101	200.000	800.000
Prvić Luka	12.600	103	13.000	90.000
Šepurine	6.400	109	7.000	35.000
Ukupno	1.020.000	101	1.030.000	5.325.000

7. Smještajni kapaciteti na području TZ grada Vodica

Za smještajne kapacitete uzimaju se u obzir glavni ležaji.

Prema vrsti kapaciteta

Vrsta kapaciteta	2014	2015	index
Hoteli i app naselja	2.653	2.653	100
a) hoteli	1.825	1.825*	100
b) mali hoteli	526	526	100
c) app (ville)	302	302	100
Privatni smještaj	12.216	12.441	102
a) Vodice	9.146	9.317	102
b)Srima	2.525	2.567	102
c)P.Luka	368	370**	100
d) Šepurine	169	173	102
e) Čista Velika	6	12	200
f) Čista Mala	2	2	100
Kampovi	652	652	100
Hosteli	112	112	100
Ukupno:	15.633	15.858	101

*podatak koji isključuje depandanse hotela Punta koje nisu u funkciji

**Od ukupnog broja ležaja 250 ležaja se odnosi na odmaralište Požega

Uz glavne ležaje, nude se i pomoćni ležaji kojih na području grada Vodica u privatnom smještaju ukupno ima 3.502, što je u odnosu na 2014. kada je takvih ležaja bilo 3.363, za 4% više.

Marine

290 vezova na moru

60 vezova na kopnu

B MARKETINŠKE AKTIVNOSTI

I. Administrativni rashodi

850.000 kn

Skupština Turističke zajednice grada Vodica održati će u 2016. godini dvije sjednice. Na prvoj sjednici koja će se održati u veljači/ožujku 2016. raspravljati će se o Prijedlogu godišnjeg financijskog izvješća, o Izvješću Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru poslovanja u 2015. godini, o Izvješću o radu Turističkog vijeća, te donijeti odluke o usvajanju navedenih izvješća. Na drugoj sjednici Skupštine koja će se održati u listopadu/studenom 2016. 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 2016. 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 2016. 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
- prijava i odjava turista
- 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 510.000

Izdaci za radnike ureda 350.000

Izdaci za radnike TIC-a 160.000

Rashodi ureda 340.000

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 5.000, ostali materijalni izdaci 15.000.

Izdaci za usluge 125.000

Za izdatke za usluge izdvojiti će se: Prijevoz, telefon, poštarina 25.000, najam poslovnog prostora 74.000, ostali izdaci za usluge 26.000

Financijski izdaci 150.000

Rok: tokom godine

II. DIZAJN VRIJEDNOSTI 1.205.000,00

1. Unapređenje i sudjelovanje u uređenju grada 500.000

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, a čiji su osnovni ciljevi:

- nastavak unapređenja pješačkih i biciklističkih staza -održavanje

- postojećih staza, dodatno označavanje staza, zamjena ev. uništenih znakova,
- čišćenje i održavanje plaža
- održavanje wc-a na plaži, troškovi uređenja, troškovi materijala za wc
- troškovi redovitog održavanja tuševa
- troškovi vode na plaži
- nabava sadnica za uređenje grada
- troškovi vrećica za koševе
- troškovi održavanja, skladištenja, postave i podizanja ograda za kupače

Planirana sredstva: 500.000 kn
 Nositelj projekta: direktor ureda
 Rok: tokom godine

2. Manifestacije 695.000,00

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 510.000,00

Uskrсни doručak 28.03. 2016

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: 25.000 kn
 Nositelj projekta: direktor ureda
 Rok: ožujak 2016

Piknik - 1 svibnja - Za ponovno uvođenje zainteresiran je hotel Olympia. Piknik bi se odvijao u Rakitnici, uz sudjelovanje KU Perlice i klape.

Planirana sredstva: 30.000 kn
 Nositelj projekta: direktor ureda
 Rok: 01. svibnja 2016

Ljetne Bakanalije - 03. srpnja

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 pripremljala u rimsko vrijeme.

Planirana sredstva: 30.000 kn
 Nositelj projekta: direktor ureda
 Rok: srpanj 2016.

Ulični festival -/početkom srpnja/ novi projekt (radni naslov: Vodice art, riva art ili nešto drugo) koji bi se održao u prvoj polovici srpnja. Organizirali bismo ga u suradnji s umjetničkim udrugama i osobama koje bi trebale pripremiti radionice i izložbe, te uz gostovanje umjetničke artistske skupine koji bi duž rive izvodili performans (trapez, svila, vatre).

Sredstva potrebna za realizaciju - min. 25.000 kn
 Nositelj: direktor ureda
 Rok: početak srpnja

14. Vodice jazz & blues festival

Ovaj projekt koji se tradicionalno održava krajem mjeseca srpnja, 18. - 25. srpnja, ove godine održati će se ranije ukoliko bude moguće s partnerima dogovoriti ovu promjenu. Festival okuplja eminentne glazbenike koji njeguju poseban glazbeni stil, a ujedno doprinosi kulturnom životu grada. Organizacija ove manifestacija zahtijeva i posebne troškove koji se odnose na najam tehničke opreme, smještaj izvođača, tiskanje programa i plakata. Festival se održava na otvorenom te je stoga i sama organizacija zahtjevna.

Planirana sredstva: 75.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: srpanj 2016

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.

Planirana sredstva: 180.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: kolovoz 2016

16. Večer dalmatinskih klapa 12. 08. 2016

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

„Večer“ se održava na otvorenom, ugošćuje oko 120 izvođača, a predstavlja jedan od prepoznatljivih projekata koji se održava u mjesecu kolovozu.

Planirana sredstva: 35.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: kolovoz 2015

Klupske večeri srijedom

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

Planirana sredstva: 25.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: srpanj/kolovoz

Ribarska večer

Projekt podrazumijeva suradnju sa ŠRK Mali porat. Predviđeno je da se uz tradicionalnu Ribarsku večer 10. 7. i sudjelovanje udruge na fešti, te na big game fishingu, održi dodatna ribarska večer.

Planirana sredstva: 10.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: srpanj, kolovoz 2016

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 2016

Folklorne večeri

U smislu njegovanja kulturnih i tradicionalnih običaja i prikaza istih, održati će se po jedna folklorna večer u mjesecu srpnju i kolovozu (ukoliko bude moguće). Podrazumijevaju cjelovečernje gostovanje KUD-a.

Planirana sredstva: 25.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: srpanj, kolovoz 2015

Jesenske Bakanalije /23.,24,25.9/

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.

Planirana sredstva: 30.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: rujan 2015

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 „Pokreni se“ 28. svibnja.

Planirana sredstva: 40.500 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 biciklizam, jedrenje, ronjenje, ribolov.

Planirana sredstva ukupno: 144.500 kn

Prema odluci TV sredstva se raspodjeljuju na slijedeći način:

Lag More 249	Festival fritula i kroštula	5.000 kn
Vodička glazba	90. obljetnica Vod.glazbe	15.000 kn
UHDDR,HVIDRA, UHBDDR	Festival domoljubnih pjesama	10.000 kn
BBK Orlov krug	MTB weekend	10.000 kn
BBK Orlov krug	9. MTB Gabrin maraton	5.000 kn
JK Tijat	Regata Jabuka 2016	15.000 kn
Udruga Traulik	Večer maslinova ulja Vodice 2016	4.000 kn
PZ Lira	2 koncerta	5.000 kn
ŠRK Mali porat	Ribarska večer	5.000 kn
KU Perlice	2 programa	10.500 kn

AK Okit	Trekking urka Vodice	5.000 kn
MK Okit	18. Ljetni moto susret	5.000 kn
CMC	festival	50.000 kn

Rok: tokom godine

3. Novi proizvodi 10.000
TZ će poticati razvoj novih proizvoda, posebno onih koji utječu na produženje turističke sezone.

III. **KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI** 325.000

1. **Online komunikacije** 75.000,00

1.1. Internet oglašavanje

Sukladno smjernicama Operativnog marketing plana turizma Hrvatske, povećati će se 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: 50.000 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: 25.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: tokom godine

2. **Offline komunikacije** 225.000,00

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- hoteli (Olympia), agencije, HTZ, županijska TZ, a odnosi se pretežno na organizaciju dolazaka u predsezoni i posezoni.

Planirana sredstva: 50.000 kn

2.2. Opće oglašavanje (oglašavanje u tisku)

TZ grada Vodica oglašavati će se u specijaliziranim časopisima UT (za kongresnu ponudu), turističkim vodičima, Tv i sl.

Planirana sredstva: 30.000 kn

Rok: tokom godine

2.3. Brošure i tiskani materijali

Planirana sredstva: 100.000 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: travanj 2015

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: 20.000 kn
Nositelj projekta: direktor ureda
Rok: travanj 2015

Plan grada Vodica

Plan grada Vodica tiskati će se u dvije verzije u nakladi dostatnoj za cijelu godinu 20.000 kom. Ovdje treba napomenuti da se 50% troškova dijeli na Srimu i Prvić.

Planirana sredstva: 10.000 kn
Nositelj projekta: direktor ureda
Rok: lipanj 2015

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 dvije jezične verzije (hrv - eng)

Planirana sredstva: 20.000 kn
Nositelj projekta: direktor ureda
Rok: travanj/svibanj 2015

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

2.4. Suveniri i ostali promidžbeni materijali

Promidžbeni materijali obuhvaćaju tiskanje majica, vrećica s logom TZ grada Vodica i ostali prigodni materijal. Nakon ovogodišnjeg izbora suvenira, za slijedeću godinu možemo raspisati novi natječaj koji bi imao za cilj potaknuti izradu novih inovativnih suvenira, a kao nagradu bismo dodijelili poticajna sredstva za izradu suvenira. TZ bi povezivala proizvođače i suvenirnice i time poticala izradu i prodaju izvornih suvenira.

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

2.5. Info table

Ovdje podrazumijevamo izradu i postavu informativnih i interpretacijskih tabli za kvalitetno obilježavanje kulturno-povijesne baštine, za koje je dio pripreme obavljen, ali zbog nedostatka sredstava nije bilo moguće realizirati u cjelosti.

Planirana sredstva: 25.000 kn
Nositelj: direktor ureda
Rok: travanj/svibanj 2015

3. Smeđa signalizacija

25.000

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: 25.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: prema potrebi tokom godine

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

85.000

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

Program sajamskih nastupa u 2016. godini uskladiti će se sa zainteresiranim turističkim subjektima - hotelima, agencijama, kao i potrebama privatnog smještaja imajući u vidu primarna i sekundarna emitivna tržišta, te usuglasiti s planom TZ Županije.

Shodno mišljenju hotela i agencija namjerava se nastupiti na sajmovima: Utrecht, Beč, Munchen, Prag, Stuttgart, i Berlin, te Italija (sajam Borsa mediteranea i Trst ili Milano). Shodno strukturi tržišta i potrebama privatnog smještaja, za tržišta Poljske, Češke, Slovačke, Mađarske i Slovenije - pripremiti će se nastupi na sajmu ili na prezentaciji sukladno dogovoru s TZ Županije. Osim ovdje navedenih, interes je i za norveško i švedsko tržište, s obzirom da je otvorena mogućnost suradnje s turoperatorom koji počinje suradnju s hotelima u Vodicama.

U koordinaciji s turističkim zajednicama Zadarske, Splitsko-dalmatinske, Dubrovačko-neretvanske i Ličko -senjske zakupljen je prostor na sajmovima: London, Dublin, Lyon, Paris, Amsterdam, Barcelona, Goteborg, Dusseldorf, Parma, te će se za ove sajmove shodno interesu i mogućnostima pripremiti prezentacija ili 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:

Vakantiebeurs - Utrecht	12. -17. 01. 2016.
Ferienmesse - Beč	15. -18.01. 2016.
CMT Stuttgart	16. - 24.01. 2016.
Holiday World Prag	18. - 21.02.2016.
ITB Berlin	04. - 08.03.2016.
f.re.e Munchen	10. -14.02. 2016.

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

Mahana - Lyon	04. - 06.03. 2016.
Destination - London	04. - 07.02. 2016.
Turistički sajam Dublin	22. - 24.01. 2016.
Fietsen Wandelbeurs - Amsterdam	veljača 2016.
B travel - Barcelona	15. - 17.04. 2016.
Dusseldorf Caravaning	kolovoz/rujan 2016
Parma Kamping	rujan 2016.
Batmassan Goteborg	06. -.14.02.2016.
Fiets en Wandelbeurs Antwerpen	27. - 28. 02.2016.
Boot Tulln	03.-06.03.2016.
Kotfa Seoul Korea	lipanj 2016.

Planirana sredstva: 85.000 kn

Rok: Prema planu prezentacija i sajmovova

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 20.000

U organizaciji TZ Županijske (5 TZ) oraganizirati će se road show prezentacije. TZ županije planira 7 promotivnih nastupa , a odvijati će se na frekventnim mjestima uz glazbenu pratnju, animaciju, dekoraciju turističkim motivima i ev. prigodne nagrade. Bruxelles, Krakow, Budimpešta, Ljubljana, Bratislava/ Plzen, Munchen, Prag.

Planirana sredstva: 20.000 kn
Prema dogovorenom planu TZŽ-a.

V. INTERNI MARKETING 25.000

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.

3. Nagrade i priznanja 5.000

I u 2016. 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 40.000

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. 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, pomoćije na web-u, prezentacija i plasiranja materijala potrebnih novinarima i partnerima potrebno je obnavljati fondus fotografija.

Planirana sredstva: 20.000 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) 30.000

IX. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU 870.000,00

Transfer boravišne pristojbe gradu 870.000 kn

Prijenos viška u iduću godinu u iznosu od 100.000 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 2015. godinu u tekstualnom dijelu. U nastavku se daje razrada sredstava.

I	ADMINISTRATIVNI RASHODI		65.000
	1. Rashodi za radnike	45.000	
	2. Rashodi ureda	20.000	
	a) materijalni izdaci l	5.000	
	b) izdaci za usluge	15.000	
	b.1.) izdaci za usluge (prijevozni,tel)	3.000	
	b.2.) najam prostora	12.000	
II	DIZAJN VRIJEDNOSTI		230.000
	1. Program unapređenja i uređenja	165.000	
	2. Kulturno zabavne manifestacije	55.000	
	Srimarska fešta	30.000	
	Ostalo(koncert, klapska večer)	25.000	
	3. Sportske manifestacije	10.000	
	Balotaški turinir	10.000	
III	KOMUNIKACIJSKE VRIJEDNOSTI		60.000
	1. Online komunikacije	20.000	
	1.1. Internet oglašavanje	15.000	
	1.1. Internet stranice (participacija troškova)	5.000	
	2. Off line komunikacije	40.000	
	2.1. Participacija u troškovima izrade brošura	25.000	

	2.2. Oglašavanje u promotivnim kampanjama	5.000
	2.3. Opće oglašavanje	5.000
	3. Smeđa signalizacija	5.000
IV	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	20.000
	1. Sajmovi (participacija troškova)	15.000
	2. Posebne prezentacije (participacija troškova)	5.000
V	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	5.000
	Banka fotografija	5.000
IX	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE	150.000
Ukupno troškovi		530.000

RAZRADA PLANA ZA PRVIĆ LUKU

Program rada za Prvić Luku integralni je dio Plana i programa TZ grada Vodica za 2015. godinu. U nastavku daje se razrada rashoda.

I	ADMINISTRATIVNI RASHODI		11.000
	1. Rashodi za radnika	9.500	
	2. Rashodi ureda (materijalni)	1.500	
II	DIZAJN VRIJEDNOSTI		14.000
	2. Manifestacije (kulturno-zabavne)	14.000	
	Fešta u Prvić Luci	6.000 kn	
	Kreativni dani Fausta Vrančića (Udruga Otok)	5.000 kn	
	Uduga otok - Prvić Grooves	3.000 kn	
III	KOMUNIKACIJSKE VRIJEDNOSTI		13.000
	1. Online komunikacije		
	(Internet stranice - participacija	4.000	
	2. Off line komunikacije		
	brošure - participacija	6.000	
	oglašavanje - participacija	3.000	
IV	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI		6.000
	1. Sajmovi - participacija	5.000	
	2. posebne prezentacije- participacija	1.000	
IX	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE		18.000
Ukupno troškovi			62.000

RAZRADA PLANA ZA ŠEPURINE

Program rada za Šepurine također je integralni dio Plana i programa TZ grada Vodica za 2015. godinu. U nastavku daje se razrada rashoda.

I	ADMINISTRATIVNI RASHODI		5.500
	1. Rashodi za radnika	5.000	
	2. Rashodi za ured (materijalni)	500	
II	DIZAJN VRIJEDNOSTI		8.500
	1. Unapređenje boravka	1.500	
	2. Manifestacije	7.000	

	i DVD P.Šepurine -- BURTIŽ	5.000 kn	
	Udruga Otok (Prvić Grooves dio)	2.000kn	
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	
IX	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE		6.300
Ukupno troškovi			24.000

FINANCIJSKI PLAN TZ GRADA VODICA ZA 2016.

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2015	PLAN 2016	indeks PLAN 2016/ PLAN 2015	STRUKT URA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	2.800.000	3.000.000	107	85
2.	Prihodi od turističke članarine	330.000	330.000	100	9
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog				
3.1.	za programske aktivnosti				
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda				
4.	Prihodi od drugih aktivnosti				
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)	204.500	200.000	98	5
6.	Ostali nespomenuti prihodi	15.500	20.000	129	1
	SVEUKUPNO PRIHODI	3.350.000	3.550.000	106	100
RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2015	Plan 2016	indeks PLAN 2016/ PLAN 2015	STRUKT URA %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	873.000	850.000	97	24
1.	Rashodi za radnike	510.000	510.000	100	14
2.	Rashodi ureda	363.000	340.000	94	10
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	1.104.000	1.205.000	109	34
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	450.000	500.000	111	14
1.1.	Unapređenje i sudjelovanje u uređenju grada	450.000	500.000	111	14
2.	Manifestacije	654.000	695.000	106	20
2.1.	Kulturno-zabavne	459.000	510.000	111	14
2.2.	Sportske manifestacije				
2.3.	Ekološke manifestacije				
2.4.	Ostale manifestacije	48.000	40.500	84	1
2.5.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)	147.000	144.500	98	4
3.	Novi proizvodi	0	10.000		0
4.	Potpora razvoju DMK-a	0	0		
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	364.000	325.000	89	9
1.	Online komunikacije	80.000	75.000	94	2
1.1.	Internet oglašavanje	25.000	50.000	200	1
1.4.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	55.000	25.000	45	1
2.	Offline komunikacije	260.000	225.000	87	6
2.1.	Oglašavaje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	45.000	50.000	111	1
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	18.000	30.000	167	1
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	150.000	100.000	67	3
2.4.	Suveniri i promo materijali	15.000	20.000	133	1

2.5.	Info table	32.000	25.000	78	1
3.	Smeđa signalizacija	24.000	25.000	104	1
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	80.000	110.000	138	3
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	75.000	85.000	113	2
2.	Studijska putovanja	5.000	5.000	100	0
3.	Posebne prezentacije	0	20.000		1
V.	INTERNI MARKETING	25.000	25.000	100	1
1.	Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	15.000	20.000	133	1
2.	Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi	0	0		
3.	Nagrade i priznaja (Projekt. Volim Hrvatsku i ostalo)	10.000	5.000	100	0
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	19.000	40.000	210	1
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	3.000	10.000	333	0
2.	Istraživanje tržišta	0	0		
3.	Formiranje baze podataka	0	0		
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama	0	0		
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	11.000	20.000	182	1
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)	5.000	10.000	200	0
VII.	POSEBNI PROGRAMI	0	0		
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena	0	0		
VIII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)	75.000	30.000	40	1
IX.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)	810.000	870.000	107	25
X.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)				
	SVEUKUPNO RASHODI	3.350.000	3.450.000	103	97
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆUJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)		100.000		3

FINANCIJSKI PLAN TD SRIMA ZA 2016.

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	Plan 2015	PLAN 2016	indeks PLAN 2016/ PLAN 2015	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	520.000	520.000	100	98
2.	Prihodi od turističke članarine	12.000	10.000	83	2
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	532.000	530.000	100	100
RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2015	Plan 2016	indeks PLAN 2016/ PLAN 2015	STRUKTURA %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	70.000	65.000	93	13
1.	Rashodi za radnike	50.000	45.000	90	8
2.	Rashodi ureda	20.000	20.000	100	4
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	230.000	230.000	100	44,12
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	165.000	165.000	100	31
1.1.	Unapređenje boravka turista	165.000	165.000	100	31
2.	Manifestacije	65.000	65.000	100	12
2.1.	Kulturno-zabavne	65.000	55.000	85	10
2.2.	Sportske manifestacije		10.000		2
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	59.000	60.000	102	11
1.	Online komunikacije	15.000	20.000	133	4
1.1.	Internet oglašavanje	5.000	15.000	300	3
1.4.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	10.000	5.000	50	1
2.	Offline komunikacije	39.000	40.000	103	8
2.1.	Oglašavaje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	10.000	5.000	50	1
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	5.000	5.000	100	1
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	22.000	25.000	114	5
2.4.	Suvenir i promo materijali				
2.5.	Info table	2.000			
3.	Smeđa signalizacija	5.000	5.000	100	1
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	15.000	20.000	133	4

1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	12.000	15.000	125	3
2.	Posebne prezentacije	3.000	5.000	167	1
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		5.000		1
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala				
2.	Istraživanje tržišta				
3.	Formiranje baze podataka				
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama				
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu		5.000		1
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)				
VII.	POSEBNI PROGRAMI				
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena				
VIII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)				
IX.	TRANSFER BORA VIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)	158.000	150.000	100	28
X.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)				
	SVEUKUPNO RASHODI	532.000	530.000	100	100
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆUJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)				

FINANCIJSKI PLAN ZA TD PRVIĆ LUKA 2016.

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2015	PLAN 2016	indeks PLAN 2016/ PLAN 2015	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	62.000	60.000	97	97
2.	Prihodi od turističke članarine	2.000	2.000	100	3
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog				
3.1.	za programske aktivnosti				
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda				
4.	Prihodi od drugih aktivnosti				
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)				
6.	Ostali nespomenuti prihodi				
	SVEUKUPNO PRIHODI	64.000	62.000	97	100
RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2015	Plan 2016	indeks PLAN 2016/ PLAN 2015	STRUKTURA %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	11.000	11.000	100	18
1.	Rashodi za radnike	9.100	9.500	104	15
2.	Rashodi ureda	1.900	1.500	79	2
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	21.000	14.000	100	25,00
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)				
1.1.	Unapređenje boravka turista				
2.	Manifestacije	21.000	14.000	67	23
2.1.	Kulturno-zabavne	21.000	14.000	67	23
2.2.	Sportske manifestacije				
2.3.	Ekološke manifestacije				
2.4.	Ostale manifestacije				
2.5.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)				
3.	Novi proizvodi				
4.	Potpore razvoju DMK-a				
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	11.000	13.000	118	21
1.	Online komunikacije	3.000	4.000	133	6
1.1.	Internet oglašavanje	3.000	4.000	133	6
1.4.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama				
2.	Offline komunikacije	8.000	9.000	112	14
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora				
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	2.000	3.000	150	5
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	6.000	6.000	100	10
2.4.	Suvenir i promo materijali				
2.5.	Info table				
3.	Smeđa signalizacija				
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	3.000	6.000	200	10

1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	3.000	5.000	167	8
2.	Posebne prezentacije		1.000		2
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				
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala				
2.	Istraživanje tržišta				
3.	Formiranje baze podataka				
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama				
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu				
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	18.000	100	29
X.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)				
	SVEUKUPNO RASHODI	64.000	62.000	97	100
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆUJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)				

FINANCIJSKI PLAN ZA TD ŠEPURINE ZA 2016.

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2015	PLAN 2016	indeks PLAN 2016/PLAN 2015	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	22.000	22.000	100	92
2.	Prihodi od turističke članarine	2.000	2.000	100	8
3.	Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog				
3.1.	za programske aktivnosti				
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda				
4.	Prihodi od drugih aktivnosti				
5.	Prijenos prihoda prethodne godine (Višak prethodne godine ukoliko je isti ostvaren)				
6.	Ostali nespomenuti prihodi				
	SVEUKUPNO PRIHODI	24.000	24.000	100	100,00
RB	RASHODI PO VRSTAMA	PLAN 2015	PLAN 2016	indeks PLAN 2016/PLAN 2015	STRUKTURA %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	5.500	5.500	100	23
1.	Rashodi za radnike	4.900	5.000	102	21
2.	Rashodi ureda	600	500	83	2
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	8.400	8.500	1	35
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	1.400	1.500	107	6
1.1.	Unapređenje boravka turista	1.400	1.500	107	6
2.	Manifestacije	7.000	7.000	100	29
2.1.	Kulturno-zabavne	7.000	7.000	100	29
2.2.	Sportske manifestacije				
2.3.	Ekološke manifestacije				
2.4.	Ostale manifestacije				
2.5.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)				
3.	Novi proizvodi				
4.	Potpورا razvoju DMK-a				
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	2.700	2.800	104	12
1.	Online komunikacije				
1.1.	Internet oglašavanje				
1.4.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama				
2.	Offline komunikacije	2.700	2.800	104	12
2.1.	Oglašavaje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	0			
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	0			
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	2.700	2.800	104	12
2.4.	Suvenir i promo materijali				
2.5.	Info table	0			
3.	Smeđa signalizacija				
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	900	900	100	4

1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	900	900	100	4
2.	Posebne prezentacije	0			
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				
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala				
2.	Istraživanje tržišta				
3.	Formiranje baze podataka				
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama				
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu				
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%)	6.500	6.300	97	26
X.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)				
	SVEUKUPNO RASHODI	24.000	24.000	100	100
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆUJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)				

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 prihodima i rashodima donosi Turističko vijeće, a iznad 5% se radi rebalans koji usvaja Skupština Turističke zajednice grada Vodica.

Ovaj plan i program rada s financijskim planom usvojen je na 3. sjednici Skupštine TZ grada Vodica od 03. prosinca 2015. godine.

TZ grada Vodica
Turističko vijeće
Predsjednica:
Branka Juričev Martinčev

Na temelju čl 5. Zakona o financijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija (NN 121/14), TZ grada Vodica za 2016. godinu po prvi put donosi i plan prihoda i rashoda na razini skupine iz računskog plana za neprofitne organizacije (prihodi i rashodi priznati uz primjenu računovodstvenog načela nastanka događaja); te posebni plan zaduživanja i otplate:

Plan prihoda i rashoda za 2016. godinu

Razred/ Skupina	Naziv	Planirani iznos
3	Prihodi	3.966.000
31	Prihodi od prodaje roba i pružanja usluga	0
32	Prihodi od članarina i članskih doprinosa	343.500
33	Prihodi po posebnim propisima	3.602.000
34	Prihodi od imovine	500
35	Prihodi od donacija	15.000
36	Ostali prihodi	5.000
37	Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija	0
Razred/ Skupina	Naziv	Planirani iznos
4	Rashodi	3.966.000
41	Rashodi za radnike	483.000
42	Materijalni rashodi	2.139.000
43	Rashodi amortizacije	120.000
44	Financijski rashodi	29.000
45	Donacije	150.000
46	Ostali rashodi	1.045.000
47	Rashodi vezani uz financ. povezanih neprof. organizacija	0

Plan zaduživanja i otplate za 2016. godinu

Planirana zaduživanja	0
Planirane otplate	120.000

Obrazloženja:

- skupina 32 - odnosi se na prihode od turističke članarine;
- skupina 33 - odnosi se na prihode od neto boravišne pristojbe;
- skupina 34 - odnosi se na a-vista kamate po žiro-računu;
- skupina 35 - odnosi se na primljene donacije za projekte TZ grada Vodica;
- skupina 36 - odnosi se na refundacije za troškove tiska kataloga priv. smještaja i info vodiča
- skupina 41 - odnosi se na bruto plaće radnika i doprinose na plaće;

- skupina 42 - odnosi se na troškove službenih putovanja, stručnu literaturu, usluge telefona i Interneta, poštanske i prijevozne usluge, tekuće održavanje, oglašavanje, usluge na izradi promo materijala, komunalne usluge, održavanje plaža, zakup prostora, najam pokretnih stvari, autorske honorare i druge troškove za rad po ugovoru, usluge studentskih i učeničkih servisa, usluge glazbenih izvođača, usluge prijevoda, računalne usluge, čišćenje, grafičke usluge, usluge tiska, usluge razglasa i rasvjete, usluge smještaja, te ostale nespomenute usluge; uredski materijal, materijal za promidžbu, robu, energiju, reprezentaciju, članarine, pristojbe, te ostale nespomenute materijalne rashode;
- skupina 43 - odnosi se na rashod amortizacije proizvedene i neproizvedene dugotrajne imovine;
- skupina 44 - odnosi se na kamate za primljeni dugoročni kredit i bankarske usluge platnog prometa;
- skupina 45 - odnosi se na donacije sportskim društvima, udrugama i ostalim primateljima;
- skupina 46 - odnosi se na transfer 30% boravišne pristojbe Gradu Vodicama (čl. 20. Zakona o boravišnoj pristojbi)
- planirana otplata - odnosi se na otplatu dijela glavnice primljenog dugoročnog kredita Erste Bank d.d.

Sukladno članku 26. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08) i članku 20. Zakona o boravišnoj pristojbi (NN 152/08),

Turistička zajednica grada Vodica i Grad Vodice donose

**ZAJEDNIČKI PLAN KORIŠTENJA
SREDSTAVA OD TRANSFERA 30 % BORAVIŠNE PRISTOJBE
ZA 2016. GODINU**

- Planirani prihod od boravišne pristojbe u proračunu Grada Vodica: 1.030.000,00 kn

- Planirani rashodi za poboljšanje uvjeta boravka turista na cijelom području Grada koji će se financirati iz sredstava boravišne pristojbe:

1. CMC festival	300.000,00 kn
2. zabavne, kulturne i sportske manifestacije	100.000,00 kn
3. održavanje plaža	200.000,00 kn
4. rashodi za djelatnost vatrogastva tijekom ljetnih mjeseci	100.000,00 kn
5. nabava gradske urbane opreme	100.000,00 kn
6. pometanje i čišćenje javno prometnih površina	100.000,00 kn
7. sufinanciranje tima hitne medicinske pomoći tijekom turističke sezone	80.000,00 kn
8. arheološka istraživanja na području Grada	40.000,00 kn
9. sufinanciranje redovne djelatnosti Gorske službe spašavanja	10.000,00 kn

UKUPNO RASHODI: 1.030.000,00 kn

TZ grada Vodica
Predsjednica
Branka Juričev Martinčev

Grad Vodice
Gradonačelnica
Branka Juričev Martinčev