



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

**PLAN I PROGRAM RADA
SA FINANCIJSKIM PLANOM
TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA VODICA
ZA 2018. GODINU**

U Vodicama, listopad 2017.

Sadržaj:

A		
1.	UVOD	3
2.	Turistički promet	4
3.	Segmentacija emitivnih tržišta	7
4.	Osnove i sadržaj plana	7
5.	Ciljevi marketinške politike	8
6.	Procjena obujma turističkog prometa	9
7.	Smještajni kapaciteti na području grada Vodica	10
8.	Plan prihoda	11
B	MARKETINŠKE AKTIVNOSTI	
I.	Administrativni marketing	11
II.	Dizajn vrijednosti	12
III.	Komunikacija vrijednosti	16
IV.	Distribucija i prodaja vrijednosti	18
V.	Interni marketing	19
VI.	Marketinška infrastruktura	19
VII.	Posebni programi	20
VIII.	Ostalo	20
IX.	Transfer boravišne pristojbe	20
	Razrada plana za TD Srima	20
	Razrada plana za TD Prvić Luka	21
	Razrada plana za TD Šepurine	22
C	Financijski plan za 2018. godinu	
	Financijski plan TZ grada Vodica za 2018.	23
	Financijski plan TD Srima za 2018.	25
	Financijski plan TD Prvić Luka za 2018.	27
	Financijski plan TD Šepurine za 2018.	29
	Zaključne odredbe - izvješćivanje	31

1. UVOD

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. 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 depadansi hotela Punta više nisu u sastavu hotela kao i vile hotela Imperial) se smanjio. Ove godine je početkom srpnja otvoren novi hotel Olympia Sky (u sklopu Olympia dd) sa 144 sobe i 22 apartmana i predstavlja prvo veliko ulaganje u nove hotelske kapacitete u zadnjih 50 godina.

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 prije dvije godine od velikog značaja za turizam grada Vodica. Strategija je putem detaljne analize stanja na terenu detektirala glavne probleme i nedostatke te pruža glavne odrednice budućeg razvoja.

Uz glavne ciljeve Strategije: 1) Turizam kao pokretač razvoja, 2) Kvalitetno upravljanje prostorom, definira i glavne prioritete: 1) Stvaranje uvjeta za razvoj 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 i za 2018. godinu.

U prvom dijelu daje se prikaz i analiza turističkog prometa do kraja rujna 2017.

U 2017. godini za prvih devet mjeseci zabilježeno je 205.706 dolazaka i 1.200.837 noćenja, odnosno 15% više dolazaka i 15% više noćenja nego u istom razdoblju prošle godine (26.110 dolazaka i 153.044 noćenja više). Shodno ovim podacima možemo govoriti o jako uspješnoj turističkoj sezoni.

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

Statistički podaci ne obuhvaćaju ostvarene dolaske i noćenja u nautici.

Na gotovo svim emitivnim tržištima bilježimo značajan porast noćenja i dolazaka (osim slovenskog - lagani pad od 2%).

2. Turistički promet

Statistika pream državama za razdoblje siječanj - rujna 2017/2016

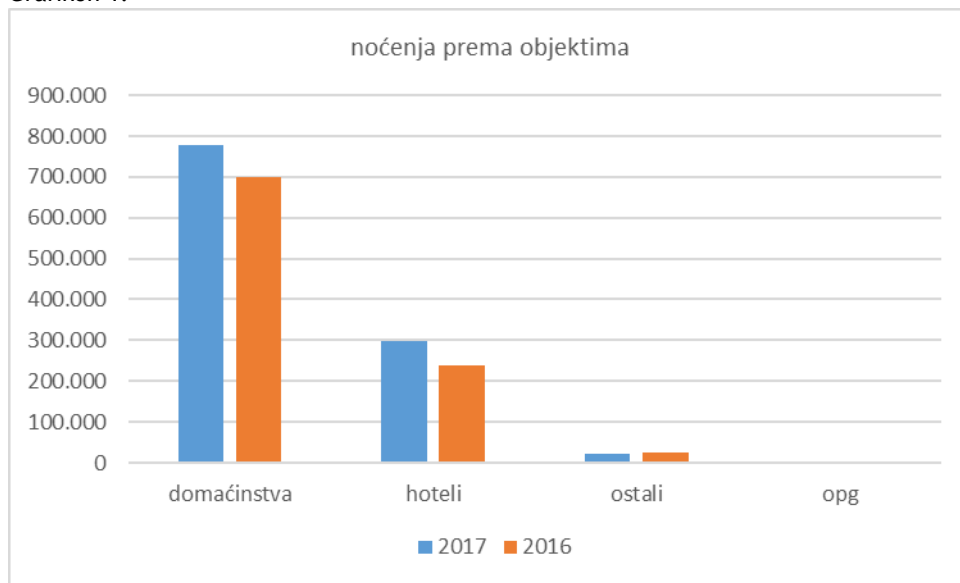
Država prebivališta	Dolasci 2017	Dolasci 2016	Indeks dolazaka	Noćenja 2017	Noćenja 2016	Indeks noćenja	Udio noćenja 2017	Udio noćenja 2016
Njemačka	20.322	17.075	119	157.520	135.130	117	13,12%	12,90%
Hrvatska	31.630	26.947	117	151.815	132.752	114	12,64%	12,67%
Poljska	22.211	21.210	105	140.682	126.228	111	11,72%	12,05%
Slovačka	17.339	15.562	111	119.727	110.064	109	9,97%	10,50%
Češka	15.595	14.643	107	113.046	105.352	107	9,41%	10,05%
Slovenija	16.679	17.130	97	101.974	104.514	98	8,49%	9,97%
Austrija	11.769	11.102	106	65.950	59.860	110	5,49%	5,71%
Mađarska	10.826	9.651	112	65.423	57.969	113	5,45%	5,53%
Bosna i Hercegovina	10.477	9.321	112	51.015	45.916	111	4,25%	4,38%
Francuska	6.216	3.751	166	39.498	13.725	288	3,29%	1,31%
Švedska	4.545	3.369	135	30.079	22.407	134	2,50%	2,14%
Italija	3.853	3.425	113	19.114	17.663	108	1,59%	1,69%
Norveška	2.515	1.661	151	19.110	13.172	145	1,59%	1,26%
Švicarska	3.428	3.090	111	15.595	13.319	117	1,30%	1,27%
Nizozemska	2.522	2.222	114	14.326	13.507	106	1,19%	1,29%
Finska	2.069	1.488	139	13.858	10.369	134	1,15%	0,99%
Ujedinjena Kraljevina	2.833	2.151	132	12.359	8.906	139	1,03%	0,85%
Belgija	1.630	1.019	160	9.568	5.852	164	0,80%	0,56%
Srbija	1.257	1.025	123	7.389	6.444	115	0,62%	0,62%
Ukrajina	832	801	104	6.637	6.805	98	0,55%	0,65%
Rusija	737	593	124	6.200	5.412	115	0,52%	0,52%
Koreja, Republika	4.339	2.374	183	4.599	2.447	188	0,38%	0,23%
Danska	656	685	96	3.647	3.273	111	0,30%	0,31%
SAD	833	615	135	3.505	2.733	128	0,29%	0,26%
Rumunjska	497	629	79	2.815	3.810	74	0,23%	0,36%
Tajvan, Kina	2.362	2.548	93	2.380	2.690	88	0,20%	0,26%
Australija	525	441	119	2.362	2.096	113	0,20%	0,20%
Kanada	394	308	128	2.074	1.100	189	0,17%	0,10%

Ostale azijske zemlje	1.191	749	159	1.801	1.273	141	0,15%	0,12%
Litva	249	272	92	1.355	1.282	106	0,11%	0,12%
Španjolska	562	487	115	1.266	953	133	0,11%	0,09%
Bjelorusija	148	130	114	1.219	1.266	96	0,10%	0,12%
Letonija	218	188	116	1.111	1.041	107	0,09%	0,10%
Ostale afričke zemlje	168	127	132	1.022	783	131	0,09%	0,07%
Makedonija	201	225	89	1.014	1.507	67	0,08%	0,14%
Island	200	14	1429	1.011	39	2592	0,08%	0,00%
Estonija	168	99	170	999	466	214	0,08%	0,04%
Kina	770	732	105	873	782	112	0,07%	0,07%
Irska	154	91	169	780	441	177	0,06%	0,04%
Tajland	740	199	372	776	281	276	0,06%	0,03%
Grčka	493	363	136	655	499	131	0,05%	0,05%
Portugal	86	126	68	378	327	116	0,03%	0,03%
Turska	79	119	66	362	387	94	0,03%	0,04%
Kosovo	86	58	148	361	276	131	0,03%	0,03%
Luksemburg	65	39	167	358	220	163	0,03%	0,02%
Hong Kong, Kina	327	19	1721	341	29	1176	0,03%	0,00%
Albanija	122	70	174	295	150	197	0,02%	0,01%
Bugarska	53	120	44	289	291	99	0,02%	0,03%
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike	55	58	95	263	309	85	0,02%	0,03%
Crna Gora	86	127	68	253	319	79	0,02%	0,03%
Kazahstan	42	23	183	225	164	137	0,02%	0,02%
Ostale europske zemlje	29	39	74	202	262	77	0,02%	0,03%
Japan	188	33	570	199	59	337	0,02%	0,01%
Ostale zemlje Oceanije	22	7	314	165	56	295	0,01%	0,01%
Izrael	69	57	121	148	155	95	0,01%	0,01%
Argentina	31	19	163	138	45	307	0,01%	0,00%
Brazil	39	43	91	129	116	111	0,01%	0,01%
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	29	18	161	125	129	97	0,01%	0,01%
Novi Zeland	39	23	170	124	105	118	0,01%	0,01%
Južnoafrička Republika	24	11	218	87	57	153	0,01%	0,01%
Indija	28	13	215	61	30	203	0,01%	0,00%
Maroko	13	5	260	52	16	325	0,00%	0,00%
Čile	12	6	200	45	21	214	0,00%	0,00%
Ujedinjeni Arapski Emirati	8	11	73	33	20	165	0,00%	0,00%
Meksiko	11	4	275	26	5	520	0,00%	0,00%
Indonezija	3	3	100	9	6	150	0,00%	0,00%
Kuvajt	2	0	0	8	0	0	0,00%	0,00%
Malta	1	8	13	5	14	36	0,00%	0,00%
Katar	1	2	50	4	10	40	0,00%	0,00%
Lihtenštajn	2	6	33	2	21	10	0,00%	0,00%
Oman	1	1	100	1	13	8	0,00%	0,00%
Cipar	0	3	0	0	29	0	0,00%	0,00%
Jordan	0	5	0	0	10	0	0,00%	0,00%
Makao, Kina	0	0	0	0	0	0	0,00%	0,00%
Tunis	0	8	0	0	14	0	0,00%	0,00%
Strani turisti:	174.076	152.649	114	1.049.022	915.041	115	87,36%	87,33%
Domaći turisti:	31.630	26.947	117	151.815	132.752	114	12,64%	12,67%
UKUPNO:	205.706	179.596	115	1.200.837	1.047.793	115	100,00%	100,00%

Statistika prema objektima za razdoblje siječanj - rujan 2017/2016

Vrsta objekta	Dolasci 2017	Dolasci 2016	<i>Indeks dolasci</i>	Noćenja 2017	Noćenja 2016	<i>Indeks noćenja</i>
Objekti u domaćinstvu	108.571	97.220	112	777.745	697.978	111
Hoteli	75.200	62.056	121	297.407	238.493	125
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	17.327	15.184	114	103.813	87.498	119
Kampovi	4.596	5.123	90	21.744	23.654	92
Objekti na OPG-u	12	13	92	128	170	75
Ukupno:	205.706	179.596	115	1.200.837	1.047.793	115

Grafikon 1.

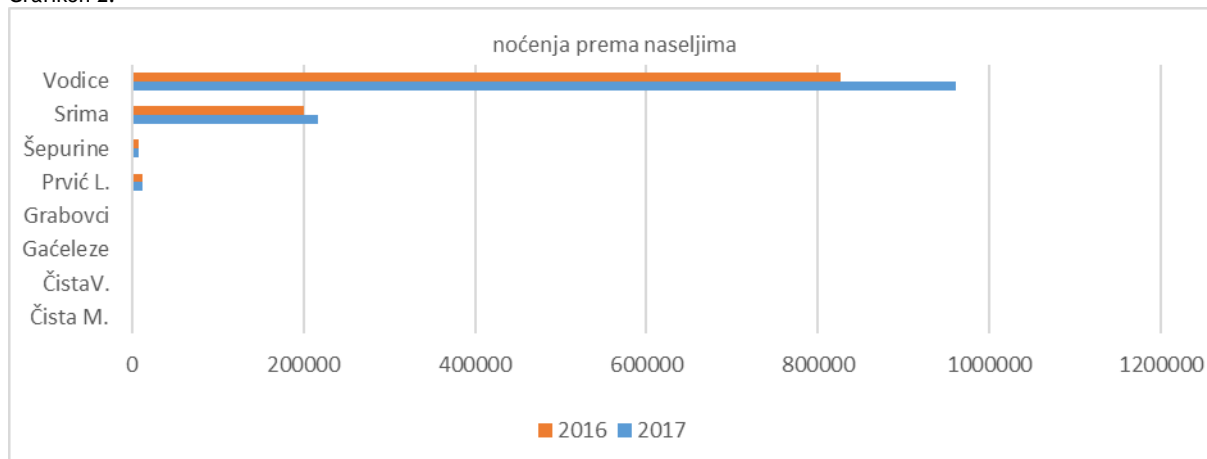


Izvor: e-visitor

Statistika prema naseljima za razdoblje siječanj - rujan 2017/2016

Naselje	Dolasci 2017	Dolasci 2016	<i>Indeks dolasci</i>	Noćenja 2017	Noćenja 2016	<i>Indeks noćenja</i>
Čista Mala	12	13	92	128	170	75
Čista Velika	109	55	198	852	680	125
Gaćezezi	36	24	150	516	269	192
Grabovci	34	0	0	252	0	0
Prvić Luka	1.824	1.663	110	13.053	11.990	109
Prvić Šepurine	988	816	121	8.612	7.507	115
Srima	29.526	26.985	109	216.479	201.179	108
Vodice (Vodice)	173.177	150.040	115	960.945	825.998	116
Ukupno:	205.706	179.596	115	1.200.837	1.047.793	115

Grafikon 2.



3. Segmentacija emitivnih tržišta

U primarna emitivna tržišta za naše područje ulaze sljedeći:

- Hrvatska s udjelom od 12,64% -
- Njemačka s udjelom od 13,12%
- Slovačka s udjelom od 9,97 %
- Poljska s udjelom od 11,72%
- Češka s udjelom od 9,41%
- Slovenija s udjelom od 8,49 %
- Austrija s udjelom od 5,49%

U sekundarna emitivna tržišta ubrajamo sljedeće:

- Mađarska s udjelom od 5,45%
- BiH s udjelom 4,25%
- Švedska s udjelom od 2,5%
- Italija s udjelom od 1,59 %
- Francuska s udjelom od 3,29%
- Nizozemska s udjelom od 1,19%
- Norveška s udjelom od 1,59%
- Švicarska s udjelom od 1,30%
- Finska s udjelom od 1,15%
- UK s udjelom 1,03%

U tercijarna emitivna tržišta ulaze tržišta ispod 1% udjela u ukupnim noćenjima, a posebno se odnose na Belgiju, Rusiju, Srbiju, Ukrajinu i Dansku 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 2018. godini.

4. Osnove i sadržaj Programa rada

Prilikom izrade plana i programa s financijskim planom za 2018. godinu polazi se od:

- ostvarenih rezultata i aktivnosti u 2017. godini
- stanja na emitivnim tržištima i procjeni za 2018.

- strukture smještajnih kapaciteta
- strategije turističkog razvoja grada Vodica
- Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine
- Strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma 2014. - 2020. - smjernice
- stanja turističke ponude

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

Prijedlog Plana i programa sadrži:

- Ciljeve marketinške politike u turizmu u 2018. godini
- Procjenu registriranog fizičkog obujma turističkog prometa u 2017.godini i plan fizičkog prometa za 2018. godinu, te procjenu prihoda od boravišne pristojbe za 2018. godinu
- Marketinške aktivnosti prema vrstama i projektima sukladno operativnom marketing planu - smjernicama
- Procjenu plana prihoda i rashoda za Srimu, Prvić Luku i Šepurine za 2018. godinu prema vrstama i projektima
- Financijski plan s planom prihoda i rashoda Turističke zajednice grada Vodica za 2018. godinu s usporedbom na 2017. godinu

5. CILJEVI MARKETINŠKE POLITIKE U TURIZMU 2018. GODINE

Ciljevi marketinške politike u turizmu u 2018. 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 2018. godini

- nastavak afirmacije Vodica kao turistički atraktivne destinacije s posebnim naglaskom na pred i postsezonu
- ostvarenje fizičkog obujma turističkog prometa s tendencijom povećanja od 5%
- 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 smjericama 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 smjericama 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;
posebni programi razvoja aktivnog odmora
programi podizanja kvalitete ugostiteljstva i gastronomije:
programi edukacije za ugostiteljstvo, zajednički promotivni projekti s ugostiteljstvom

6. PROCJENA OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA

Do kraja rujna 2017. godine ostvareno je ukupno 205.706 turističkih dolazaka i 1.200.837 turističkih noćenja, odnosno 15% više dolazaka i 15% više noćenja.

Dvoznamenkasti porast u prvih 9 meseci ostvaren je u gotovo svim smještajnim kapacitetima osim u kampovima i OPG-ima (registriran samo 1 OPG). Shodno novom sustavu - evisitor, struktura kapaciteta je drukčija od nekadašnjeg 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 2017. godine očekujemo da će Vodice ostvariti do 1.235.000 noćenja bez nautike, te 221.000 dolazaka, što je više od planiranih veličina, a očekujemo da će do kraja godine ukupan rast fizičkog prometa ostati na nivou +15%.

S obzirom na strukturu smještajnih kapaciteta, ostvarene rezultate do kraja rujna 2017. godine, za 2018. godinu porast fizičkog prometa planiramo 5% iz razloga povećanja iskorištenosti kapaciteta u predsezoni i posezoni (posebno veću popunjenost u hotelima - npr. Olympia Sky, ali i u obiteljskom smještaju koji iz godine i godinu podiže razinu popunjenosti)

DOLASCI

Dolasci	Ostvareno 2016	Procjena 2017	2017/2016	Plan za 2018	Index 2018/2017
Domaći	31.396	36.000	115	37.800	105
Strani	161.026	185.000	115	194.200	102
Ukupno	192.422	221.000	115	232.000	105

NOĆENJA

Noćenja	Ostvareno 2016	Procjena 2017	2017/2016	Plan za 2018	Index 2018/2017
Domaći	143.339	165.000	115	174.000	105
Strani	932.852	1.070.000	115	1.126.000	105
Ukupno	1.076.191	1.235.000	115	1.300.000	105

Planirani fizički promet (ukupni broj noćenja) za 2018. godinu prema naseljima daje se u sljedećem pregledu uključujući i planirani prihod od boravišne pristojbe.

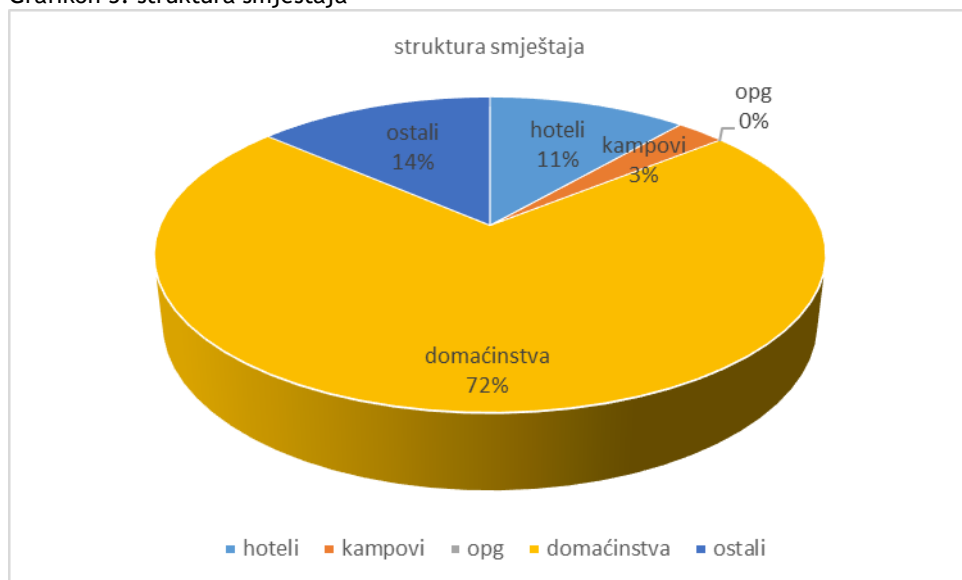
Naselje	Procjena 2017	Index	Plan za 2018.	Planirani bruto prihod od BP u kn
Vodice	990.000	105	1.040.000	5.500.000
Srima	222.000	107	237.000	1.000.000
Prvić Luka	14.400	108	14.000	110.000
Šepurine	8.600	106	9.000	48.000
Ukupno	1.235.000	105	1.300.000	6.658.000

7. Smještajni kapaciteti na području TZ grada Vodica 2016.

izvor podataka: eVisitor

Objekt Vrsta objekta	Broj kreveta 30.09.2017.	Broj kreveta 30.09.2016.	<i>veta Indeks</i>	Broj dodatnih kreveta 30.09.2017.	Broj dodatnih kreveta 30.09.2016.	<i>Broj dodatnih kreveta Indeks</i>	Broj objekata 30.09.2017.	Broj objekata 30.09.2016.	<i>Broj objekata Indeks</i>
Hoteli	2.056	1.565	131	25	18	139	18	16	113
Kampovi	513	513	100	0	0	0	2	2	100
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	2	2	100	0	0	0	1	1	100
Objekti u domaćinstvu	12.983	12.349	105	4.970	4.568	109	1.891	1.790	106
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	2.462	2.383	103	416	390	107	121	115	105
Ukupno	18.016	16.812	107	5.411	4.976	109	2.033	1.924	106

Grafikon 3. struktura smještaja



U odnosu na 2016. godinu, porast kapaciteta iznosi 7%, s tim da je praćenje strukture kapaciteta različito od prethodnih godina (sukladno kategorijama u e-visitoru). Hotelski kapaciteti bilježe porast od 31% u odnosu na prošlu godinu, objekti u domaćinstvu bilježe rast od 5% u odnosu na 2016., te ostali ugostiteljski objekti bilježe rast od 3%.

Marine

290 vezova na moru
60 vezova na kopnu

8. PLAN PRIHODA:

VODICE

1. Prihodi od boravišne pristojbe	3.650.000 kn
2. Prihodi od turističke članarine	450.000 kn
3. Prijenos prihoda prethodne godine	310.000 kn
4. Ostali nespomenuti prihodi	250.000 kn
UKUPNO PRIHODI	4.660.000 kn

SRIMA

1. Prihodi od boravišne pristojbe	620.000 kn
2. Prihodi od turističke članarine	30.000 kn
UKUPNI PRIHODI	650.000 kn

PRVIĆ LUKA

1. Prihodi od boravišne pristojbe	68.000 kn
2. Prihodi od turističke članarine	4.000 kn
UKUPNI PRIHODI	72.000 kn

ŠEPURINE

1. Prihodi od boravišne pristojbe	28.000 kn
2. Prihodi od turističke članarine	2.000 kn
UKUPNI PRIHODI	30.000 kn

B MARKETINŠKE AKTIVNOSTI

I. Administrativni rashodi

795.000 kn

Skupština Turističke zajednice grada Vodica održati će u 2018. godini dvije sjednice. Na prvoj sjednici koja će se održati u veljači/ožujku 2018. raspravljati će se o Prijedlogu godišnjeg financijskog izvješća, o Izvješću Nadzornog odbora o obavljenom nadzoru poslovanja u 2017. godini, o Izvješću o radu Turističkog vijeća, te donijeti odluke o usvajanju navedenih izvješća. Na drugoj sjednici Skupštine koja će se održati do kraja 2018. 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 2018. 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 2018. 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	570.000 kn
Izdaci za radnike ureda	390.000
Izdaci za radnike TIC-a	180.000

Rashodi ureda	225.000 kn
----------------------	-------------------

Materijalni izdaci	80.000
--------------------	--------

Za materijalne izdatke izdvojiti će se:

Uredski materijal 20.000;

Režijski troškovi 20.000;

Dnevnice i putni troškovi 10.000,

Reprezentacija 10.000,

Ostali materijalni izdaci 20.000.

Izdaci za usluge	135.000
-------------------------	----------------

Za izdatke za usluge izdvojiti će se:

Prijevoz, telefon, poštarina 20.000,

Najam poslovnog prostora 74.000,

Ostali izdaci za usluge 41.000

Financijski izdaci	10.000
---------------------------	---------------

Rok: tokom godine

II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	1.695.000 kn
------------	---------------------------	---------------------

1.	Unapređenje i sudjelovanje u uređenju grada	510.000 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	340.000 kn
1.2.	Održavanje tuševa i WC-a	50.000 kn
1.3.	Voda	40.000 kn
1.4.	Sadnice	70.000 kn
1.5.	Vrećice	10.000 kn

Planirana sredstva: 510.000 kn
Nositelj projekta: direktor ureda
Rok: tokom godine

2. Manifestacije

1.075.000 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

775.000 kn

Uskrсни doručak 02.04. 2018

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 2018

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

Planirana sredstva: 35.000 kn
Nositelj projekta: direktor ureda
Rok: svibanj 2018

Ljetne Bakanalije - 23. 06. 2018

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

Planirana sredstva: 30.000 kn
Nositelj projekta: direktor ureda
Rok: lipanj 2018.

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

Planirana sredstva: 150.000 kn
Nositelj: direktor ureda
Rok: lipanj - rujan

Ulični festival - Vodice Street festival - u prvom tjednu srpnja - između 02 - 08.07. 2018.

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

Planirana sredstva: 100.000 kn
Nositelj: direktor ureda
Rok: početak srpnja 2018

16. Vodice jazz & blues festival

Vodice Jazz i blues festival, 20.-22.07. Festival okuplja eminentne glazbenike koji njeguju poseban glazbeni stil, a ujedno doprinosi kulturnom životu grada. Organizacija ove 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 2018

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.

Planirana sredstva: 200.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: kolovoz 2018

18. Večer dalmatinskih klapa 12. 08. 2018

Večer dalmatinskih klapa tradicionalna je manifestacija koju održavamo 12. kolovoza. Večer se održava na otvorenom, ugošćuje oko 100 izvođača, a predstavlja jedan od prepoznatljivih projekata koji se održava u mjesecu kolovozu.

Planirana sredstva: 30.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: kolovoz 2018

Klupske večeri srijedom

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

Planirana sredstva: 40.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: srpanj/kolovoz 2018

Folklorna večer /srpanj/kolovoz

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

Planirana sredstva: 25.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: srpanj, kolovoz 2018

Jesenske Bakanalije /22.9/

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 2018

2.2. Ostale manifestacije

Ova stavka podrazumijeva razne kulturne i zabavne programe koji se tijekom godine upriliće, a tiču se gostovanja glazbenih društava ili ansambla, izložbi i sl. Jedna od ovakvih manifestacija bi bila „Aktivna Hrvatska“ u lipnju - sudjelovanje u sufinanciranju, zatim Festival hrvatskih kazališnih amatera u svibnju .

Planirana sredstva: 110.000 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 zadatke turističke zajednice kao što su poticanje i razvoj selektivnih oblika turističkih proizvoda . Ovdje ulazi CMC, biciklizam, jedrenje, ronjenje, ribolov. Prednost programima u pred i posezoni.

Planirana sredstva ukupno: 190.000 kn

Sredstva se raspoređuju prema odluci TV.

3. Razvoj proizvoda 110.000

TZ nastavlja poticati razvoj novih proizvoda, posebno onih koji utječu na produženje turističke sezone i podizanje kvalitete usluga proizvoda i to:

Projekt Cikloturizam 50.000

Projekt Like Home 30.000

Projekti za ugostiteljstvo 20.000

Ostali projekti 10.000

TZ i u sljedećoj godini nastavlja suradnju sa TZ Županijske u razvoju projekta Cikloturizam. Na području grada Vodica - zona 3 - za sljedeću godinu predviđamo označavanje staza (novim oznakama) - one koje još nisu označene, te izradu i postavu informativnih tabli s prikazom staza na 3 pozicije i sufinanciranje izrade biciklističkih mapa.

Projekt Like home podrazumijeva nastavak poticanja uključenja obiteljskog smještaja u ovaj projekt, te edukativne radionice, seminare i tečajeve za vlasnike obiteljskih smještaja.

Projekti za ugostiteljstvo podrazumijevaju organizaciju edukacija i radionica u suradnji i prema interesu ugostiteljskih objekata, a u cilju podizanja znanja, vještina i kvalitete pružanja ugostiteljskih usluga.

Ostali projekti podrazumijevaju poticanje razvoja selektivnih oblika turizma: posebno razvoj pješačkih i poučnih staza i dr.

Planirana sredstva: 110.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: tijekom godine

III. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI**655.000 kn****1. Online komunikacije****340.000 kn****1.1. Internet oglašavanje**

Sukladno smjernicama Operativnog marketing plana turizma Hrvatske, pojaćati će se on line oglašavanje, prisutnost na društvenim mrežama s naglaskom na predsezonu i posezonu, poboljšati pozicioniranje internet stranica na pretraživaćima. To podrazumijeva i oglašavanje na portalima, te internetskim vodićima, mobilne aplikacije, oglašavanje Google adwords, Tripadvisor, Facebook (pay per klick), mX Croatia, Arrivalguides i sl.na ciljanim tžištima (Austrija, Slovenija, Njemaćka, Ćeška, Poljska, Italija, Skandinavija). Online oglašavanje prijavljeno je na Udruženo odlašavanje na HTZ i oćekujemo sufinanciranje u visini od 188.000 kn (vrijednost kandidiranog projekta je 342.000 kn)

Planirana sredstva: 330.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: tokom godine

1.2. Internet stranice i upravljanje internet stranicama

- Dopuna stranica - (dodatni prijevod)
- Redovno odrđavanje internet stranica, kreiranje novih sadržaja, unapređenje multimedijalnih materijala
- Optimizacija pozicioniranja Internet stranica - SEM optimizacija
- Analiza odabira ključnih rijeći, ispitivanje tržišta, odabir ključnih rijeći za komercijalne kampanje - SEO

Planirana sredstva: 10.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: tokom godine

2. Offline komunikacije**295.000 kn****2.1. Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora**

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

Planirana sredstva: 50.000 kn

2.2. Opće oglašavanje (oglašavanje u tisku)

TZ grada Vodica oglašavati će se u specijaliziranim časopisima (UTM, Vikend van Zagreba..), turistićkim vodićima (Croatiaexplore, Dalmatiaexplore...), TV i sl.

Planirana sredstva: 70.000 kn

Rok: tokom godine

2.3. Brošure i tiskani materijali

Planirana sredstva: 145.000 kn

Nositelj : direktor ureda

Rok: tokom godine

Image brošura

A obzirom na novu vizuru i nove sadržaje na području grada, predlaže se izrada nove Image brošure, za koju bi se priprema počela odvijati već od kraja ove godine (raspolažemo i s novim fundusom fotografija). Brošura bi se realizirala (priprema, tisak) u sljedećoj godini, išla bi u više jezićnih verzija i kolićina bi trebala biti dostatna za sljedeću godinu (za potrebe ureda, te sajmove i prezentacije u 2019).

Planirana sredstva: 60.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: tijekom godine

Biciklistička karta

Izradom nove biciklističke karte iz projekta Cikloturizam, TZG Vodice će tiskati količine sukladno godišnjim potrebama.

Planirana sredstva: 15.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: prema planu projekta Cikloturizam 2018

Plan grada Vodica

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

Planirana sredstva: 12.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: svibanj /lipanj 2018

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: 20.000 kn

Nositelj projekta: direktor ureda

Rok: travanj/svibanj 2018

Plakati i poster

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

Planirana sredstva: 18.000 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 2018

2.4. Suveniri 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: 10.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: travanj/svibanj 2018

3. Smeđa signalizacija

20.000 kn

Ovdje podrazumijevamo nadopunu i zamjenu postojećih te izradu i postavu novih tabli signalizacije, manjih dimenzija na području Vodica.

Planirana sredstva: 20.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: prema potrebi tokom godine

IV. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI**100.000 kn****1. Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ) 85.000 kn**

Program sajamskih nastupa u 2018. 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:

Vakantiebeurs Utrecht	09. - 14.01. 2018
Ferienmesse - Beč	11. - 14.01. 2018.
Paris - MAP	15. - 18.03. 2018.
ITB Berlin	07. - 11.03.2018.
F.Re.E Munchen	21. -25.02. 2018.

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

Destination - London	01. - 04.02. 2018.
Fietsen Wandelbeurs - Utrecht	02. - 04.03. 2018.
B travel - Barcelona	20. - 22.04. 2018.
CMT Stuttgart	13. - 21.01. 2018.
Dusseldorf Caravaning	25.08. - 02.09. 2018.
Parma Kamping	rujan 2018.
Allt for sjorn Stockholm	02. -11.03. 2018.
Fiets en Wandelbeurs Gent	10. - 11. 02.2018.
Salon des Vacances Bruxelles	01. - 04.02. 2018.
Cosmobike Verona	08. - 10.09. 2018.
Bike - Friedrichhafen	
JATA Tokyo	rujan . 2018.
HANA Seoul	lipanj 2018.
RDA Koeln	03. - 05.07. 2018. (ovisno o interesu subjekata)

Planirana sredstva: 85.000 kn

Rok: Prema planu prezentacija i sajмова

2. Studijska putovanja 5.000 kn

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

3. Posebne prezentacije 10.000 kn

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.

Krakow, Ljubljana, Munchen, Prag.

Planirana sredstva: 10.000 kn

Prema dogovorenom planu TZŽ-a.

V. INTERNI MARKETING

30.000 kn

1. Edukacija 20.000 kn

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

Rok: tokom godine;

Nositelj: direktor ureda

2. Koordinacija djelovanja i nadzor sustava turističkih zajednica

U svrhu djelotvornijeg izvršavanja ciljeva i zadaća turističke zajednice, koordinacije promotivnih aktivnosti, TZ grada Vodica sudjelovati će na sastancima koje će organizirati TZ županije. Na sastancima će se raspravljati o analizi i ocjeni izvršenja programa rada i procjeni učinka planiranih aktivnosti, 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 kn

I u 2018. TZ grada Vodica nastaviti će s programom nagrađivanja lojalnosti gostiju, odnosno organizirati će se prijem i prigodni pokloni za dugogodišnje goste Vodica.

Rok: tokom godine

Nositelj: direktor ureda

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

50.000 kn

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

Planirana sredstva: 20.000 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: 15.000

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

Planirana sredstva: 10.000 kn

Nositelj: direktor ureda

Rok: tokom godine

5. Jedinstveni turistički informacijski sustav

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

Planirana sredstva : 5.000 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) 0

IX. TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE GRADU 1.035.000 kn

Transfer boravišne pristojbe gradu 1.035.000 kn

SVEUKUPNI RASHODI 4.360.000 kn

Prijenos viška u iduću godinu u iznosu od 300.000 kn
odnositi će se na stanje računa i blagajne na kraju godine, a prenosi se za komunikacijske vrijednosti (troškovi promotivnih aktivnosti - online aktivnosti u prvom dijelu godine) i poslovanje u prvom dijelu godine.

RAZRADA PLANA ZA SRIMU

Program rada za Srimu integralni je dio Plana i programa TZ grada Vodica za 2018. godinu u tekstualnom dijelu. U nastavku se daje razrada sredstava.

I	ADMINISTRATIVNI RASHODI		80.000 kn
	1. Rashodi za radnike	60.000 kn	
	2. Rashodi ureda	20.000 kn	
	a) materijalni izdaci l	10.000 kn	
	b) izdaci za usluge	10.000 kn	
	b.1.) izdaci za usluge (prijevozni,tel)	3.000 kn	
	b.2.) najam prostora	7.000 kn	
II	DIZAJN VRIJEDNOSTI		205.000 kn
	1. Program unapređenja i uređenja	100.000 kn	
	2. Manifestacije	95.000 kn	
	2.1. Kulturno zabavne manifestacije	85.000 kn	
	Srimarska fešta	30.000 kn	
	Ostalo(koncert, klapska večer)	55.000 kn	
	2.2.. Sportske manifestacije	10.000 kn	
	Balotaški turinir	10.000 kn	
	3.Razvoj proizvoda	10.000 kn	
III	KOMUNIKACIJSKE VRIJEDNOSTI		150.000 kn
	1. Online komunikacije	90.000 kn	
	1.1. Internet oglašavanje	85.000 kn	
	1.1. Internet stranice (participacija troškova)	5.000 kn	
	2. Off line komunikacije	60.000 kn	
	2.1. Participacija u troškovima izrade brošura	30.000 kn	
	2.2. Oglašavanje u promotivnim kampanjama	10.000 kn	
	2.3. Opće oglašavanje	20.000 kn	
IV	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI		20.000 kn
	1. Sajmovi (participacija troškova)	20.000 kn	
V	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA		10.000 kn
	Multimedija	5.000 kn	
	Istraživanje tržišta	2.000 kn	
	Banka fotografija	3.000 kn	

IX **TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE** **185.000 kn**

Ukupno troškovi	650.000 kn
------------------------	-------------------

RAZRADA PLANA ZA PRVIĆ LUKU

Program rada za Prvić Luku integralni je dio Plana i programa TZ grada Vodica za 2018. godinu. U nastavku daje se razrada rashoda.

I ADMINISTRATIVNI RASHODI 10.000 kn

- 1. Rashodi za radnika 8.500 kn
- 2. Rashodi ureda (materijalni) 1.500 kn

II DIZAJN VRIJEDNOSTI 22.000 kn

- 1. Poticanje i sudjelovanje u uređenju 5.000 kn
- 2. Manifestacije (kulturno-zabavne) 17.000 kn
 - Fešta u Prvić Luci 7.000 kn
- 3. Potpore: 10.000 kn

III KOMUNIKACIJSKE VRIJEDNOSTI 15.000 kn

- 1. Online komunikacije 9.000 kn
 - Internet oglašavanje 8.500 kn
 - (Internet stranice - participacija) 500 kn
- 2. Off line komunikacije 6.000 kn
 - brošure - participacija 4.500 kn
 - oglašavanje - participacija 500 kn
 - opće oglašavanje 1.000 kn

IV DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI 2.000 kn

- 1. Sajmovi - participacija 2.000 kn
- 2. Posebne prezentacije- participacija 0

V INTERNI MARKETING 0

VI MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA 3.000 kn

- Multimedija 3.000 kn

VIII OSTALO 0

IX TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE 20.000 kn

Ukupno troškovi	72.000 kn
------------------------	------------------

RAZRADA PLANA ZA ŠEPURINE

Program rada za Šepurine također je integralni dio Plana i programa TZ grada Vodica za 2018. godinu. U nastavku daje se razrada rashoda.

I	ADMINISTRATIVNI RASHODI		4.600 kn
	1. Rashodi za radnika	4.000 kn	
	2. Rashodi za ured (materijalni)	600 kn	
II	DIZAJN VRIJEDNOSTI		9.000 kn
	1. Unapređenje boravka	2.000 kn	
	2. Manifestacije	7.000 kn	
	Fešta	2.000 kn	
	3. Potpore:	5.000 kn	
III	KOMUNIKACIJSKA VRIJEDNOST		5.000 kn
	1. On line komunikacije (Internet stranice - participacija)	2.200 kn	
	2. Off line komunikacije (brošure- participacija)	2.800 kn	
IV	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI		1.000 kn
	1. Sajmovi - participacija	1.000 kn	
V	INTERNI MARKETING	0	
VI	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA		2.000 kn
	Multimedija	2.000 kn	
VII	POSEBNI PROGRAMI	0	
VIII	OSTALO	0	
IX	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE		8.400 kn

Ukupno troškovi	30.000 kn
------------------------	------------------

FINANCIJSKI PLAN TZ GRADA VODICA ZA 2018.

u kn

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2017	PLAN 2018	indeks	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	3.400.000	3.650.000	107	78,3
2.	Prihodi od turističke članarine	400.000	450.000	112	9,7
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)	610.000	310.000	51	6,7
6.	Ostali nespomenuti prihodi	230.000	250.000	100	5,3
	SVEUKUPNO PRIHODI	4.640.000	4.660.000	105	100
RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2017	Plan 2018	index	Struktura %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	893.000	795.000	89	18,2
1.	Rashodi za radnike	553.000	570.000	103	13,1
2.	Rashodi ureda	340.000	225.000	67	5,1
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	1.739.000	1.695.000	97	38,9
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	520.000	510.000	98	11,7
1.1.	Plaže	334.000	340.000	102	7,8
1.2.	Tuševi i WC	55.000	50.000	91	1,2
1.3.	Voda za tuševe i WC	50.000	40.000	80	0,9
1.4.	Sadnice	70.000	70.000	100	1,6
1.5.	Vrećice	6.000	10.000	167	0,2
2.	Manifestacije	1.089.000	1.075.000	99	24,7
2.1.	Kulturno-zabavne	756.000	775.000	103	17,8
2.2.	Sportske manifestacije				
2.3.	Ekološke manifestacije				
2.4.	Ostale manifestacije	90.000	110.000	122	2,5
2.5.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)	243.000	190.000	78	4,4
3.	Razvoj proizvoda	130.000	110.000	85	2,5
4.	Potpore razvoju DMK-a		-		
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	564.000	655.000	116	15
1.	Online komunikacije	308.000	340.000	110	7,8
1.1.	Internet oglašavanje	295.000	330.000	112	7,6
1.4.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	13.000	10.000	77	0,2
2.	Offline komunikacije	191.000	295.000	154	6,8
2.1.	Oglašavaje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	36.000	50.000	139	1,1
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	70.000	70.000	100	1,7

2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	50.000	145.000	290	3,4
2.4.	Suveniri i promo materijali	25.000	20.000	80	0,4
2.5.	Info table	10.000	10.000	100	0,2
3.	Smeđa signalizacija	65.000	20.000	33	0,4
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	85.000	100.000	118	2,3
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	80.000	85.000	106	2
2.	Studijska putovanja	5.000	5.000	100	0,1
3.	Posebne prezentacije	0	10.000	/	0,2
V.	INTERNI MARKETING	30.000	30.000	100	0,6
1.	Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	20.000	20.000	100	0,4
2.	Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi	0	0		
3.	Nagrade i priznanja (Projekt. vjernosti i ostalo)	10.000	10.000	100	0,2
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	45.000	50.000	111	1,1
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	3.000	20.000	667	0,4
2.	Istraživanje tržišta	12.000	15.000	125	0,3
3.	Formiranje baze podataka	0	0		
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama	0	0		
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	30.000	10.000	33	0,2
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)	0	5.000	/	0,1
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)	0	0		
IX.	TRANSFER BORA VIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)	975.000	1.035.000	106	23,7
X.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)	0	0	0	0
	SVEUKUPNO RASHODI	4.331.000	4.360.000	100	100
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU – POKRIVANJE MANJKA U IDUĆUJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)	309.000	300.000	97	

FINANCIJSKI PLAN TD SRIMA ZA 2018.

u kn

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	Plan 2017	PLAN 2018	indeks	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	610.000	620.000	102	95
2.	Prihodi od turističke članarine	30.000	30.000	100	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	650.000	102	100
RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2017	Plan 2018	indeks	STRUKTURA %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	80.000	80.000	100	12
1.	Rashodi za radnike	56.000	60.000	107	9,2
2.	Rashodi ureda	24.000	20.000	83	3,1
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	231.000	205.000	89	31,5
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	135.000	100.000	74	15,4
1.1.	Unapređenje boravka turista	135.000	95.000	70	14,6
2.	Manifestacije	96.000	95.000	103	14,6
2.1.	Kulturno-zabavne	86.000	85.000	99	13,1
2.2.	Sportske manifestacije	10.000	10.000	100	1,5
2.3.	Ekološke manifestacije				
2.4.	Ostale manifestacije				
2.5.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije)				
3.	Razvoj proizvoda	0	10.000	0	1,5
4.	Potpore razvoju DMK-a				
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	130.000	150.000	115	23,1
1.	Online komunikacije	92.000	90.000	98	13,8
1.1.	Internet oglašavanje	88.000	85.000	97	13,1
1.4.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	4.000	5.000	125	07
2.	Offline komunikacije	38.000	60.000	158	9,2
2.1.	Oglašavaje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	7.000	10.000	143	1,5
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	20.000	20.000	100	3,1
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	11.000	30.000	273	4,6
2.4.	Suveniri i promo materijali				
2.5.	Info table				
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	20.000	20.000	100	3,1
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	20.000	20.000	100	3,1
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	9.000	10.000	111	1,5
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	0	5.000	0	0,7
2.	Istraživanje tržišta	0	2.000	0	0,3
3.	Formiranje baze podataka				
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama				
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	0	3.000	0	0,4
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%)	170.000	185.000	109	28,5
X.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)				
	SVEUKUPNO RASHODI	640.000	650.000	102	100
	PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU – POKRIVANJE MANJKA U IDUĆUJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)				

FINANCIJSKI PLAN ZA TD PRVIĆ LUKA 2018.

u kn

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	PLAN 2017	PLAN 2018	indeks	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	68.000	68.000	100	94
2.	Prihodi od turističke članarine	4.800	4.000	83	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	72.800	72.000	99	100
RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2017	Plan 2018	indeks	STRUKTURA %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	9.500	10.000	105	13,9
1.	Rashodi za radnike	8.500	8.500	100	11,8
2.	Rashodi ureda	1.000	1.500	150	2,1
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	22.300	22.000	99	30,6
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	5.300	5.000	94	6,9
1.1.	Unapređenje boravka turista	5.300	5.000	94	6,9
2.	Manifestacije	17.000	17.000	100	23,6
2.1.	Kulturno-zabavne	7.000	7.000	100	9,7
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	10.000	100	13,9
3.	Novi proizvodi				
4.	Potpورا razvoju DMK-a				
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	15.600	15.000	104	20,8
1.	Online komunikacije	9.000	9.000	100	12,5
1.1.	Internet oglašavanje	9.000	8.500	94	11,8
1.4.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	500	500	100	0,7
2.	Offline komunikacije	6.600	6.000	91	8,3
2.1.	Oglašavaje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	1.100	500	45	0,6
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	2.000	1.000	50	1,4
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	3.500	4.500	128	6,3
2.4.	Suveniri i promo materijali				
2.5.	Info table				
3.	Smeđa signalizacija				
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	2.000	2.000	100	2,7
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	2.000	2.000	100	2,7
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	4.400	3.000	68	4,1
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala	0	3.000	0	4,1
2.	Istraživanje tržišta				
3.	Formiranje baze podataka				
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama				
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	4.400	0	0	
6.	Jedinstveni turistički informacijski sustav (prijava i odjava gostiju, statistika i dr.)				
VII.	POSEBNI PROGRAMI				
1.	Projekti poticanje i pomaganje razvoja turizma na područjima koja nisu turistički razvijena				
VIII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)				
IX.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI/GRADU (30%)	19.000	20.000	105	27,8
X.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)				
	SVEUKUPNO RASHODI	72.800	72.000	99	100
	PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU – POKRIVANJE MANJKA U IDUĆUJ GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)				

FINANCIJSKI PLAN ZA TD ŠEPURINE ZA 2018.

u kn

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	Plan 2017	Plan 2018	indeks	STRUKTURA %
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	26.000	28.000	108	93,3
2.	Prihodi od turističke članarine	2.000	2.000	100	6,7
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	30.000	107	100
RB	RASHODI PO VRSTAMA	Plan 2017	Plan 2018	indeks	STRUKTURA %
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	4.500	4.600	102	15,3
1.	Rashodi za radnike	4.000	4.000	100	13,3
2.	Rashodi ureda	500	600	120	2
3.	Rashodi za rad tijela Turističke zajednice				
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	11.300	9.000	80	30
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju grada/općine/mjesta/ (osim izgradnje komunalne infrastrukture)	4.300	2.000	47	6,7
1.1.	Unapređenje boravka turista	4.300	2.000	47	6,7
2.	Manifestacije	7.000	7.000	100	23,3
2.1.	Kulturno-zabavne	2.000	2.000	100	6,6
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	5.000	100	16,7
3.	Novi proizvodi				
4.	Potpore razvoju DMK-a				
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	8.800	5.000	57	16,7
1.	Online komunikacije	4.500	2.200	49	7,3
1.1.	Internet oglašavanje	4.400	2.200	50	7,3
1.4.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	100	0	0	0
2.	Offline komunikacije	4.300	2.800	65	9,4
2.1.	Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora	300	0	0	0
2.2.	Opće oglašavanje (Oglašavanje u tisku, TV oglašavanje...)	1.000	0	0	0
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	3.000	2.800	93	9,4
2.4.	Suveniri i promo materijali				
2.5.	Info table				
3.	Smeđa signalizacija				
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	1.000	1.000	100	3,3
1.	Sajmovi (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)	1.000	1.000	100	3,3
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	4.4000	2.000	45	6,7
1.	Proizvodnja multimedijalnih materijala				
2.	Istraživanje tržišta				
3.	Formiranje baze podataka				
4.	Suradnja s međunarodnim institucijama				
5.	Banka fotografija i priprema u izdavaštvu	4.400	2.000	45	6,7
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	8.400	108	28
X.	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)				
	SVEUKUPNO RASHODI	37.800	30.000	79	100
	PRIENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU - POKRIVANJE MANJKA U IDUĆU GODINI (SVEUKUPNI PRIHODI UMANJENI ZA SVEUKUPNE RASHODE)*	-9.800			

*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 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 7. sjednici Skupštine TZ grada Vodica od 01.12. 2017. godine.

TZ grada Vodica
Turističko vijeće
Predsjednica:
dr. Nelka Tomić