

FINANCIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA/OPĆINE/MJESTA

Prijedlog financijskog plana TZ Ilok za 2017.g. i rebalansa 2016.

RB	PRIHODI PO VRSTAMA	2015.	2016.	rebalans 2016.	plan 2017.
1.	Prihodi od boravišne pristojbe	27,000	28,000	30,000	31,000
2.	Prihodi od turističke članarine	66,000	65,000	60,000	59,000
3.	Prihodi iz proračuna /grada/državnog(HTZ/TZŽ):				
3.1.	za programske aktivnosti	10,000	15,000	17,500	17,000
3.2.	za funkcioniranje turističkog ureda-plaća/Grad	132,372	132,372	132,372	132,372
4.	Prihodi od drugih aktivnosti	32,000	8,000	27,000	7,000
5.	Prijenos prihoda prethodne godine	25,000	28,000	29,000	16,000
6.	Ostali nespomenuti prihodi	200	150	150	150
	SVEUKUPNO PRIHODI	292,572	276,522	296,022	262,522
RB	RASHODI PO VRSTAMA	2015.	2016.	reb.2016.	plan 2017.
I.	ADMINISTRATIVNI RASHODI	148,372	148,372	152,372	147,372
1.	Rashodi za radnike (porezi,prirez,doprinosi,netto/brutto)	132,372	132,372	132,372	132,372
2.	Uredski rashodi poslovanja (banka, fina, pošta,telefon/internet,pošta,ured.materijal,knjigovodstvo,ostalo..)	16,000	16,000	20,000	20,000
II.	DIZAJN VRIJEDNOSTI	52,000	50,000	52,000	51,000
1.	Poticanje i sudjelovanje u uređenju,tradicija,ekologija..	10,000	10,000	3,000	4,000
2.	Manifestacije	32,000	30,000	44,000	40,000
2.1.	Kulturno-zabavne-Iločka berba grožđa	17,000	17,000	18,000	20,000
2.2.	Potpore manifestacijama (suorganizacija s drugim subjektima te donacije drugima za manifestacije,događanja.)	15,000	13,000	26,000	20,000
3.	Projekti, novi proizvodi	10,000	10,000	5,000	7,000
III.	KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI	35,000	39,000	53,000	35,500
1.	Online komunikacije	7,000	6,000	5,000	5,500
1.1.	Internet oglašavanje	3,000	3,000	2,000	2,000
1.2.	Internet stranice i upravljanje Internet stranicama	4,000	3,000	3,000	3,500
2.	Offline komunikacije	28,000	33,000	48,000	27,500
2.1.	Udruženo Oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora,udruženo oglašavanje	11,000	12,000	11,000	12,000
2.2.	Opće oglašavanje	7,000	7,000	4,000	6,000
2.3.	Brošure i ostali tiskani materijali	5,000	5,000	3,000	4,000
2.4.	Suveniri i promo materijali	2,000	2,000	1,000	1,500
3.	Smeđa signalizacija	2,000	7,000	29,000	4,000
IV.	DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI	8,500	9,000	11,000	9,000

FINANCIJSKI PLAN TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA/OPĆINE/MJESTA

1.	Sajmovi	2,000	2,000	4,000	3,000
2.	Studijske posjete	2,500	2,500	4,000	3,000
3.	Posebne prezentacije i promocije	4,000	4,500	3,000	3,000
V.	INTERNI MARKETING	2,700	2,500	3,000	2,500
1.	Edukacija (zaposleni, subjekti javnog i privatnog sektora)	1,000	1,250	2,000	1,500
2.	Koordinacija subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet	1,700	1,250	1,000	1,000
VI.	MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA	1,500	1,500	1,000	1,000
VII.	OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi, ostalo, pokriće, tekuća rezerva)	36,400	17,750	12,650	4,350
VIII.	TRANSFER BORAVIŠNE PRISTOJBE /GRADU (30%)	8,100	8,400	9,000	9,300
IX:	POKRIVANJE MANJKA IZ PRETHODNE GODINE (ukoliko je isti ostvaren)				
	SVEUKUPNO RASHODI	292,572	276,522	296,022	262,522