



Številka: 90000-2/2017-1
Datum: 21. 2. 2017

Mestna občina Ljubljana
Mestni svet

ZADEVA: Predlog za obravnavo na seji Mestnega sveta Mestne občine Ljubljana

PRIPRAVIL: Javni zavod Turizem Ljubljana, Mestna občina Ljubljana, Mestna uprava, Oddelek za gospodarske dejavnosti in promet

NASLOV: Letno poročilo javnega zavoda Turizem Ljubljana za poslovno leto 2016

POROČEVALCA: Petra Stušek, direktorica javnega zavoda Turizem Ljubljana
David Polutnik, vodja Oddelka za gospodarske dejavnosti in promet

PRISTOJNO DELOVNO TELO: Odbor za gospodarske dejavnosti, turizem in kmetijstvo

PREDLOG SKLEPA:

Mestni svet Mestne občine Ljubljana sprejema Letno poročilo javnega zavoda Turizem Ljubljana za poslovno leto 2016.

Župan
Mestne občine Ljubljana
Zoran Jankovič

Priloga:
- Letno poročilo javnega zavoda Turizem Ljubljana 2016



Turizem Ljubljana

Turizem Ljubljana
Krekov trg 10
1000 Ljubljana, Slovenija
T 01 306 45 83
F 01 306 45 94
www.visitljubljana.com

Datum: 24.2.2017
Številka: ZTL 40/2017

ZADEVA: IZVLEČEK IZ ZAPISNIKA 22. SEJE SVETA JAVNEGA ZAVODA TURIZEM LJUBLJANA

Svet javnega zavoda TURIZEM LJUBLJANA je na 22. seji, ki je bila v ponedeljek, 20.2.2016 ob 13. uri, v Banketni dvorani Mestne hiše, Mestni trg 1, Ljubljana pri 5. točki dnevnega reda - Obravnava in sprejem Letnega poročila JZ Turizem Ljubljana za poslovno leto 2016 soglasno sprejel naslednji

SKLEP:

Svet zavoda Turizem Ljubljana je obravnaval in sprejel Letno poročilo JZ Turizem Ljubljana za poslovno leto 2016. Skupni presežek prihodkov nad odhodki izkazan v višini 28.469,81 EUR se ne razporedi in pripada ustanovitelju.

predsednica Sveta
Javnega zavoda Turizem Ljubljana
Jadranka Dakič

PREDLOG

Na podlagi 4. točke prvega odstavka 16. člena Sklepa o ustanovitvi javnega zavoda Turizem Ljubljana (Uradni list RS, št. 79/09) in 27. člena Statuta Mestne občine Ljubljana (Uradni list RS, št. 24/16 – uradno prečiščeno besedilo) je Mestni svet Mestne občine Ljubljana na seji dne 2017 ob obravnavi točke z naslovom »**LETNO POROČILO JAVNEGA ZAVODA TURIZEM LJUBLJANA ZA POSLOVNO LETO 2016**« sprejel naslednji

SKLEP

Mestni svet Mestne občine Ljubljana sprejme Letno poročilo javnega zavoda Turizem Ljubljana za poslovno leto 2016.

Št.
Ljubljana,

Župan
Mestne občine Ljubljana
Zoran Janković

OBRAZLOŽITEV**Pravni temelj za sprejem akta**

Pravni temelj za sprejem Letnega poročila javnega zavoda Turizem Ljubljana za poslovno leto 2016 sta 27. člen Statuta Mestne občine Ljubljana (Uradni list RS, št. 24/16 - uradno prečiščeno besedilo; v nadaljevanju: statut) in 4. točka prvega odstavka 16. člena Sklepa o ustanovitvi javnega zavoda Turizem Ljubljana (Uradni list RS, št. 79/09).

Statut v 27. členu določa pristojnosti Mestnega sveta, med drugim tudi, da le-ta izvaja ustanoviteljske pravice do zavodov, če ni glede izvrševanja določenih ustanoviteljskih pravic z zakonom, statutom, ustanovitvenim ali drugim aktom Mestnega sveta drugače določeno. Sklep o ustanovitvi javnega zavoda Turizem Ljubljana v 4. točki prvega odstavka 16. člena določa, da ustanovitelj sprejme poslovno poročilo, obračune in zaključni račun zavoda.

Razlogi in cilji, zaradi katerih je akt potreben

V letnem poročilu so opredeljeni vsi temeljni vidiki poslovanja javnega zavoda, tako iz poslovnega kot računovodskega stališča, poročilo o doseženih ciljih, ocena uspeha pri doseganju zastavljenih ciljev v primerjavi z doseženimi cilji iz preteklega leta in učinki poslovanja javnega zavoda na druga področja. V računovodskem delu skladno z zakonodajo, ki je bila upoštevana pri vodenju poslovnih knjig, podajamo obrazložitev k postavkam bilance stanja, izkazu prihodkov in odhodkov in predlog razporeditve ugotovljenega poslovnega izida. Poslovni načrt predstavlja pregled stanja poslovanja javnega zavoda za preteklo leto in je pripravljen skladno s temeljnimi akti zavoda in veljavnimi zakonskimi akti in predpisi.

Ocena stanja na področju, ki ga akt ureja

V skladu s sprejeto Strategijo razvoja in trženja turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2014 do 2020 in Strategijo razvoja in trženja turizma za regijo Osrednja Slovenija 2017 do 2022, je javni zavod pristojen za realizacijo oziroma izvedbo kvalitativnih in kvantitativnih ciljev le te znotraj poslovnega leta 2016 dosegel. Dosežena raven storitev je visoka in predvideni ukrepi za nadaljevanje rasti in razvoja turizma začrtani tudi v prihodnje.

Poglavitne ugotovitve

Poglavitne ugotovitve so predstavljene v priloženem dokumentu Letno poročilo javnega zavoda Turizem Ljubljana za poslovno leto 2016.

Pojasnilo o ugotovitvi presežkov in predlog razporeditve ugotovljenega presežka prihodkov v letu 2016

Zaradi dodatnih zahtev o poročanju v skladu s ZIPRS1718 Turizem Ljubljana ugotavlja, da ima v letu 2016 presežek odhodkov nad prihodki po denarnem toku vključujoč izračun po ZIPRS v znesku 701.358,81 EUR. Izračun vključuje vse kratkoročne obveznosti, ne vključuje pa terjatev, ki jih ima Turizem Ljubljana na isti dan.

Turizem Ljubljana ugotavlja, da je presežek ugotovljen po obračunskem načelu za leto 2016, ki je zmanjšan za presežek izračunan v skladu s ZIPRS1718 negativen, zato ga v poslovnih knjigah ne evidentira.

Ljubljana, februar 2017

Javni zavod TURIZEM LJUBLJANA

Direktorica
mag. Petra Stušek

LETNO POROČILO

**javnega zavoda
TURIZEM LJUBLJANA**

ZA POSLOVNO LETO 2016

POSLOVNO POROČILO

I. Splošni del

I./1. PREDSTAVITEV javnega zavoda TURIZEM LJUBLJANA

- Ustanovitev
- Organiziranost
- Splošni akti
- Dejavnost

I./2. OPIS RAZVOJA javnega zavoda TURIZEM LJUBLJANA

- Povzetek vidnejših rezultatov

I./3. ORGANI javnega zavoda TURIZEM LJUBLJANA

- Predstavitev Sveta zavoda
- Predstavitev Strokovnega sveta zavoda

II. Posebni del

II./1. POROČILO O DOSEŽENIH CILJIH IN REZULTATIH V 2016

- Zakonske in druge pravne podlage, ki pojasnjujejo delovno področje javnega zavoda Turizem Ljubljana
- Dolgoročni cilji
- Letni cilji
- Ocena uspeha pri doseganju zastavljenih ciljev
- Nastanek morebitnih nedopustnih in neupravičenih posledic pri izvajanju programa
- Ocena uspeha pri doseganju zastavljenih ciljev v primerjavi z doseženimi cilji iz preteklega leta
- Ocena gospodarnosti in učinkovitosti poslovanja glede na opredeljene standarde in merila z ukrepi za izboljšanje učinkovitosti in kakovosti poslovanja
- Pojasnila na področjih, na katerih zastavljeni cilji niso bili doseženi
- Ocena učinkov poslovanja javnega zavoda Turizem Ljubljana na druga področja
- Uresničevanje srednjeročnega plana po Strateški usmeritvi razvoja in trženja turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2014 – 2020

II./ 2. OBRAZLOŽITEV IZVAJANJA NAČRTA RAZVOJNIH PROGRAMOV V 2016

II./ 3. OBRAZLOŽITVE REALIZACIJE PRIHODKOV IN ODHODKOV IZ ODLOKA O PRORAČUNU MOL ZA 2016

- Obrazložitev prihodkov, ki so bili realizirani v 2016
- Pojasnilo večjih odstopanj med planiranimi in realiziranimi prihodki v 2016
- Poročilo o realizaciji finančnega načrta javnega zavoda Turizem Ljubljana za 2016

RAČUNOVODSKO POROČILO

1. ZAKONODAJA, KI JE BILA UPOŠTEVANA PRI VODENJU POSLOVNIH KNJIG

- Slovenski računovodski standardi
- Zakon o javnih financah
- Zakon o računovodstvu
- Pravilnik o vodenju registra neposrednih in posrednih uporabnikov državnega in občinskih proračunov

2. POJASNILA K POSTAVKAM BILANCE STANJA

Sredstva

- Dolgoročna sredstva in sredstva v upravljanju
- Kratkoročna sredstva in kratkoročne časovne razmejitve

Obveznosti do virov sredstev

- Kratkoročne obveznosti in pasivne časovne razmejitve
- Lastni viri in dolgoročne obveznosti

3. POJASNILA K IZKAZOM PRIHODKOV IN ODHODKOV

4. PREDLOG RAZPOREDITVE UGOTOVLJENEGA POSLOVNEGA IZIDA ZA LETO 2016

POSLOVNO POROČILO

I. Splošni del:

I./1. PREDSTAVITEV javnega zavoda TURIZEM LJUBLJANA

1.1. Ustanovitev

Odlok o ustanovitvi javnega gospodarskega zavoda Javni zavod Turizem Ljubljana je bil sprejet na Mestnem svetu MOL in objavljen v Uradnem listu RS št. 26 dne 12. 04. 2001. V letu 2007 je bil po istem postopku sprejet Odlok o spremembah in dopolnitvah odloka o ustanovitvi javnega gospodarskega zavoda Javni zavod Turizem Ljubljana, ki je bil objavljen v Uradnem listu RS 10. 10. 2007. Bistvene spremembe ustanovitvenega akta se nanašajo na razvojno vlogo na področju turizma na območju MOL, ki jo je MOL prenesla na zavod.

Pri ažuriranju registra proračunskih uporabnikov je maja 2009 Uprava RS za javna plačila ugotovila neskladje organizacijske oblike zavoda s *Pravilnikom o določitvi neposrednih in posrednih uporabnikov državnega in občinskih proračunov* ter s sklepom naložila preoblikovanje zavoda iz javnega gospodarskega zavoda v javni zavod, javno agencijo ali javni sklad do 30. 09. 2009, sicer bi sledila izključitev iz registra proračunskih uporabnikov. Iz tega razloga je bil sprožen postopek uskladitve z veljavno zakonodajo. Mestni svet MOL je 28. 09. 2009 sprejel Sklep o ustanovitvi javnega zavoda Turizem Ljubljana, ki je bil objavljen v Uradnem listu RS št. 79 dne 09. 10. 2009. Na ta način je bilo ugodeno zahtevi Uprave RS za javna plačila, hkrati pa je bila to tudi priložnost za ureditev drugih zadev (sprememba imena v Turizem Ljubljana, uskladitev dejavnosti zavoda z zadnjo Uredbo o standardni klasifikaciji dejavnosti, drugo). Vpis Turizma Ljubljana v sodni register je bil izveden na dan 31. 12. 2009. Matična in davčna številka sta ostali nespremenjeni.

Po Sklepu o ustanovitvi javnega zavoda Turizem Ljubljana zavod kot javno službo opravlja osnovno dejavnost načrtovanja, organiziranja in izvajanja politike spodbujanja razvoja turizma v Mestni občini Ljubljana, ki obsega naslednje dejavnosti in storitve, ki se izvajajo v javnem interesu:

1. informacijsko turistično dejavnost
2. spodbujanje razvoja in promocija celovitih turističnih proizvodov v Mestni občini Ljubljana
3. načrtovanje, oblikovanje in trženje celovite turistične ponudbe v Mestni občini Ljubljana
4. spodbujanje razvoja in urejanje objektov turistične infrastrukture
5. organizacija in izvajanje prireditev
6. ozaveščanje in vzpodbujanje lokalnega prebivalstva za pozitiven odnos do turistov in turizma
7. druge storitve, ki se v Mestni občini Ljubljana brezplačno nudijo turistom
8. in druge naloge na podlagi predpisov Mestne občine Ljubljana

Dejavnost zavoda, navedena zgoraj, je v skladu z *Uredbo o standardni klasifikaciji dejavnosti* razvrščena v skupino O/84.1 Dejavnost državne uprave ter ekonomska in socialna politika skupnosti, podrazred O/84.130 Urejanje gospodarskih področij za učinkovitejše poslovanje.

Turizem Ljubljana ima matično številko 1622035 in ID za DDV: SI 85321389. Številka podračuna, odprtega pri banki Slovenije je 01261-6030365162.

Turizem Ljubljana ima svoj sedež na Krekovem trgu 10 v Ljubljani, telefon: 01 306 45 83, telefaks: 01 306 45 94 in naslov elektronske pošte: info@visitljubljana.si ter naslov spletnega mesta: www.visitljubljana.com.

Povprečno število zaposlenih v letu 2016 je znašalo 30,96 oseb. V to število je zajeta odsotnost zaradi porodniške (1,17 zaposlene v letu 2016).

Zavod od 07. 04. 2014 dalje vodi direktorica Petra Stušek.

1.2. Organiziranost

Delo zaposlenih v zavodu je glede na vsebino, zahtevnost, vrsto in medsebojno povezanost nalog organizirano tako, da se opravlja

- na Krekovem trgu 10 v Ljubljani, kjer je sedež zavoda
- v turistično informacijskem centru – TIC na Adamič Lundrovem nabrežju 2 v Ljubljani
- v slovenskem turističnem informacijskem centru – STIC na Krekovem trgu 10 v Ljubljani

1.3. Splošni akti

Po 49. členu Statuta javnega zavoda Turizem Ljubljana so splošni akti zavoda statut zavoda, pravilniki, poslovniki, organizacijski in drugi akti, s katerimi se ureja način uresničevanja pravic, obveznosti in odgovornosti delavcev, notranja organizacija in druga vprašanja, pomembna za delovanje zavoda.

1.4. Dejavnost

Dejavnost zavoda je v skladu z *Uredbo o standardni klasifikaciji dejavnosti* razvrščena v skupino O/84.1 Dejavnost državne uprave ter ekonomska in socialna politika skupnosti, podrazred O/84.130 Urejanje gospodarskih področij za učinkovitejše poslovanje.

I./2. OPIS RAZVOJA javnega zavoda TURIZEM LJUBLJANA

Javni zavod Turizem Ljubljana je v letu 2016 dopolnil petnajst let svojega delovanja. V tem času se je zavod izkazal kot učinkovita in fleksibilna organizacijska oblika izvajanja javne službe, z notranjo organizacijo pa je doseženo, da imamo pokrite vse temeljne aktivnosti, ki jih pred nas postavlja zakonodaja na tem področju. Svoje delo zavod usmerja skladno z razvojnimi dokumenti in sicer:

- 2001 je Mestni svet MOL sprejel Strateške usmeritve razvoja turizma v Ljubljani in akcijski načrt nalog za obdobje 2001 – 2004.
- 2004 je bila sprejeta Strategija Zavoda za turizem Ljubljana za obdobje 2005 – 2008. Dokument je predstavljal temelj projekta Turistične destinacija Ljubljana – razvoj organizacijskih struktur, s katerim je zavod skupaj s 27 partnerji (glavnimi nosilci ljubljanske turistične ponudbe Ljubljane) uspešno kandidiral za evropska sredstva za spodbujanje razvoja turističnih destinacij. Pogodba z Ministrstvom za gospodarstvo je bila podpisana marca 2005. Konec leta 2007 se je projekt iztekel in izdelano je bilo končno poročilo o izvajanju tega projekta, ki je med drugim prinesel tudi dokument, ki ga je leta 2006 sprejel Mestni svet MOL - Strateški razvojni in marketinški načrt turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2007 – 2013, dokument, ki jasno opredeljuje smernice razvoja turizma v Ljubljani za navedeno obdobje in ima v svoji sestavi tudi akcijski načrt.
- V letu 2009 je bila izvedena sprememba organiziranosti zavoda. Mestni svet MOL je ustanovil javni zavod Turizem Ljubljana, ki je pravni naslednik Zavoda za turizem Ljubljana. Spremembe so stopile v veljavo s 01. 01. 2010.
- V letu 2011 je bil zasnovan Osnutek modela vzpostavitve in delovanja regionalne destinacijske organizacije za Osrednjeslovensko regijo, s katerim je Turizem Ljubljana v soglasju s 25 občinami, ki skupaj z MOL tvorijo Ljubljansko urbano regijo, uspešno kandidiral za pridobitev sredstev ESRR za izvedbo aktivnosti regionalnih destinacijskih organizacij. Turizem Ljubljana je po sklepu Sveta LUR postal nosilec funkcije Regionalne destinacijske organizacije za Osrednjeslovensko regijo.

- V 2011 je bila izdelana Strategija razvoja in trženja turizma regije osrednja Slovenija za obdobje 2012 do 2016. Strategijo je novembra 2011 sprejel Svet LUR, pred tem pa tudi Svet zavoda.
- Konec leta 2011 je Svet zavoda Turizem Ljubljana sprejel še en strateški dokument: Razvojno politiko kongresne destinacije Ljubljana do leta 2020, ki med drugim predvideva ustanovitev Kongresnega urada Ljubljane kot nadgradnje kongresne dejavnosti v zavodu.
- V začetku 2013 so stekle aktivnosti za pripravo strateških usmeritev razvoja in trženja turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2014 do 2020. V prvi fazi je bil izdelan analitični del, ki je predstavljal podlago za drugi del – usmeritve razvoja in trženja.
- V januarju 2014 je Mestni svet Mestne občine Ljubljana sprejel in potrdil dokument Strategija razvoja in trženja turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2014 do 2020.
- V letu 2016 smo kot nosilci regionalne organizacije za regijo Osrednja Slovenija začeli z aktivnostmi za oblikovanje načrta za novo strateško obdobje 2017 do 2022. Po nekajmesečnem procesu priprave, v sodelovanju z vsemi 26 občinami, ki tvorijo regijo, je dokument Strategija razvoja in trženja turizma za regijo Osrednja Slovenija 2017 - 2022 dne 7. decembra 2016 obravnaval in potrdil Svet LUR.
- Konec leta 2016 smo v sodelovanju z Oddelkom za kulturo Mestne občine Ljubljana in ključnimi kulturnimi institucijami zaključili proces dela in redakcijo Strateških smernic razvoja kulturnega turizma v Ljubljani za obdobje 2017 – 2020, ki dopolnjujejo in nadgrajujejo dva druga ključna dokumenta: Strategijo razvoja in trženja turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2014 – 2020 in Strategijo razvoja kulture v MOL za obdobje 2016 – 2019. Vsi dokumenti vključujejo tudi mednarodne trende pri razvoju kulturnega turizma.

I./3. ORGANI javnega zavoda Turizem Ljubljana

Po 18. členu ustanovitvenega akta zavoda Turizem Ljubljana naslednje organe:

- Svet zavoda
- direktorja
- Strokovni svet zavoda.

3.1. Predstavitev Sveta javnega zavoda Turizem Ljubljana

Svet zavoda ima 11 članov, od tega je eden predstavnik delavcev.

9. septembra 2013 je bila ustanovna seja Sveta zavoda (četrti mandat) v naslednji sestavi: Jadranka Dakić (predsednica), Aleš Kardelj (podpredsednik), Matic Bizjak, Vasja Butina, Gregor Jamnik, Anton Kranjc, Marko Koprivc, Anže Logar, Tanja Mihalič, Aleksander Valentin. Predstavnica delavcev v Svetu zavoda je Polona Dolžan.

25. januarja 2016 je župan Mestne občine Ljubljana izdal sklep o prenehanju mandata Anžeta Logarja in imenovanju nadomestne predstavnice Ide Medved, kot članice Sveta zavoda.

Odgovornosti in pristojnosti Sveta zavoda so opredeljene v 18. členu Statuta javnega zavoda Turizem Ljubljana.

3.2. Predstavitev Strokovnega sveta javnega zavoda Turizem Ljubljana

Člani Strokovnega sveta javnega zavoda Turizem Ljubljana so od 1. septembra 2014: dr. Janez Bogataj, Dominik S. Černjak, Tatjana Juriševič in Miha Rakar.

II. Posebni del:

II./1. POROČILO O DOSEŽENIH CILJIH IN REZULATIH V 2016

1.1. Zakonske in druge pravne podlage, ki pojasnjujejo delovno področje javnega zavoda Turizem Ljubljana

Temeljni zakon, ki na ravni Republike Slovenije ureja področje turizma, je **Zakon o spodbujanju razvoja turizma**, ki je stopil v veljavo v začetku leta 2004 in ureja načrtovanje in izvajanje politike spodbujanja razvoja turizma, določa organiziranost izvajanja turistične politike tako na nacionalni ravni, kot na ravni turističnega območja, določa turistično takso in druga sredstva za izvajanje politike spodbujanja razvoja turizma, določa pa tudi pogoje za opravljanje dejavnosti organiziranja in prodaje turističnih aranžmajev, turističnega vodenja in spremljanja ter turističnih športnih storitev kot pridobitne dejavnosti.

Poleg omenjenega zakona so pravne podlage za naše delo še:

- Sklep o ustanovitvi javnega zavoda Turizem Ljubljana (Ur. l. RS 79/2009)
- Odlok o določitvi višine turistične takse v Mestni občini Ljubljana (Ur. l. RS 14/2009)
- Odlok o turističnem vodenju v Mestni občini Ljubljana (Ur. l. RS 54/2010)
- Zakon o igrah na srečo (Ur.l. RS 134/2003- UPB 1, 10/2010, 106/2010 in 14/2011)

1.2. Dolgoročni cilji javnega zavoda Turizem Ljubljana

Dolgoročni kvalitativni in kvantitativni cilji na področju promocije in razvoja turizma in gostinstva so opredeljeni v *Strategiji razvoja in trženja turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2014 – 2020*. Kvalitativne cilje in kvantitativne rezultate v ZTL spremljamo redno na strateških koordinacijah in prilagajamo aktivnosti aktualnim razmeram.

Vizija, kateri sledijo aktivnosti zavoda, je:

- Ljubljana bo do leta 2020 na mednarodnem trgu prepoznana kot doživljajsko bogata evropska mestna turistična destinacija, mesto za aktivna in romantična doživetja ter poslovna srečanja skozi vse leto.
- Ljubljana bo ostala mesto z visoko kakovostjo bivanja in prijetno atmosfero za njene vse prebivalce, obiskovalce in turiste.

Ljubljana kot turistična destinacija bo do leta 2020 dosegla naslednje strateške cilje:

Kvantitativni cilji so:

- rast števila nočitev za 5% povprečno letno,
- rast števila prihodov obiskovalcev za 3,5% povprečno letno,
- rast povprečne dobe bivanja 1,5 % povprečno letno,
- povečanje dnevne potrošnje na turista za 3 % povprečno letno,
- povprečna letna zasedenost sob v hotelih nad 60 % (v celotnem strateškem obdobju naj povprečna letna zasedenost sob v hotelih znaša vsaj 60 %).

Kvalitativna cilja sta:

- povečanje konkurenčnosti skozi novo vrednost za turista in
- povečanje mednarodne prepoznavnosti destinacije v skladu z identiteto turistične destinacije Ljubljane.

Strateški cilji se bodo dosegali skozi delovanje na temeljnih politikah, z uresničevanjem operativnih ciljev:

- operativni cilj 1: boljše sodelovanje med javnim in zasebnim sektorjem za konkurenčnejšo turistično destinacijo Ljubljana,
- operativni cilj 2: izboljšanje pogojev za gospodarsko rast,
- operativni cilj 3: razvoj celovite turistične ponudbe Ljubljane,
- operativni cilj 4: dvig konkurenčnosti destinacije z izboljšanjem prometne dostopnosti in povezanosti Ljubljane,
- operativni cilj 5: udejanjanje strateških usmeritev kongresne dejavnosti – Kongresna Ljubljana 2020,
- operativni cilj 6: bolj usmerjeno trženje ponudbe turistične destinacije Ljubljane,
- operativni cilj 7: dvig prepoznavnosti destinacije Ljubljane,
- operativni cilj 8: boljša informiranost turistov ob uporabi novih tehnologij,
- operativni cilj 9: dvig privlačnosti destinacije z inovativnimi turističnimi proizvodi,
- operativni cilj 10: dvig kakovosti turistične ponudbe in infrastrukture,
- operativni cilj 11: boljša usposobljenost v turizmu zaposlenih in s turizmom povezanih zaposlenih v turistični destinaciji Ljubljana,
- operativni cilj 12: informiranost deležnikov na turistični destinaciji Ljubljana,
- operativni cilj 13: udejanjanje trajnostnega pristopa pri razvoju destinacije,
- operativni cilj 14: umeščenost koncepta turizem za vse v turistično ponudbo destinacije.

1.3. Letni cilji javnega zavoda Turizem Ljubljana v 2016

Letni izvedbeni cilj je uspešno in učinkovito izvajanje zastavljenih nalog:

- izvedba javnega razpisa za sofinanciranje turističnih prireditev na javnih površinah in prireditev turističnih društev na območju MOL in v nadaljevanju izvedba vseh aktivnosti, potrebnih za realizacijo plana turističnih prireditev v Ljubljani;
- nadaljevanje povezovanja glavnih nosilcev kongresne dejavnosti v Ljubljani s ciljem skupnega pridobivanja čim večjega števila kongresov v Ljubljano;
- izvedba plana nastopov na turističnih in kongresnih borzah v tujini in na t.i. workshopih oz. delavnicah;
- izvedba plana oglaševanja in pospeševanja prodaje turistične destinacije Ljubljana;
- izvajanje programov za področje odnosov z javnostmi, tujimi in domačimi;
- stalna skrb za vizualno podobo tiskovin s turistično ponudbo destinacije, izvedba novih in ponatisi obstoječih tiskovin;
- razvoj receptivne dejavnosti;
- dopolnjevanje turistične signalizacije in sofinanciranje vsakoletne tradicionalne akcije »Za lepšo Ljubljano«;
- sodelovanje v projektu Ljubljana – Zelena prestolnica Evrope 2016 in predstavitev Ljubljane kot trajnostne destinacije na številnih nastopih v okviru vseh aktivnosti zavoda tako doma kot v tujini;
- izvedba meseca trajnostnega turizma v informacijski točki Točka.Zate. pred Mestno hišo v katerem smo povezali številne deležnike iz Ljubljane, ožje in širše regije in celotne Slovenije, ki so obiskovalcem ponudili vsebinsko bogat in zanimiv program njihovih turističnih destinacij;
- nadaljnji razvoj in nadgradnja projekta »Okusi Ljubljane«, ki uveljavlja večjo zastopanost značilnih ljubljanskih jedi v gostinski ponudbi, njihovo sodobno pripravo in ustrezno promocijo.
- nadaljevanje implementacije blagovne znamke turistične destinacije Ljubljana;
- organizacija fotografskih razstav na Jakopičevem sprehajališču in na Krakovskem nasipu;

- nadaljevanje vlaganj sredstev turistične infrastrukture v odpravljanje tako imenovanih prezrtih detajlov in v ocvetličanje starega mestnega jedra;
- nadaljevanje izpopolnjevanja in razvoja informacijske infrastrukture turistične destinacije in širitev na regionalni nivo;
- nadaljevanje povezovanja turistične ponudbe 26 občin, ki tvorijo Osrednjeslovensko regijo ter izvajanje promocijske in distribucijske funkcije za regijo.

V 2016 smo kot javni zavod, skladno z veljavnim Zakonom o javnem naročanju, izvedli sledeča javna naročila:

- Storitve Google oglaševanja
- Storitve grafičnega oblikovanja in digitalnega tiska
- Storitve nadgradnje destinacijskega portala
- Storitve prevajanja
- Storitve tiska promocijskih gradiv

Za leto 2016 je bilo načrtovano:

- Število prihodov gostov, ki bodo v Ljubljani prenočili: 935.274
- Število nočitev: 1.838.097
- Načrtovan priliv turistične takse na MOL: 1.862.120 EUR, od tega načrtovan priliv na turizem Ljubljana 925.500 EUR po rebalansu
- Načrtovan priliv koncesijskih dajatev od posebnih iger na srečo na MOL: 1.030.000 EUR, od tega priliv na Turizem Ljubljana 800.000 EUR
- Skupno višino namenskih sredstev za izvajanje programa dela: 2.892.120 EUR

1.4. Ocena uspeha pri doseganju zastavljenih ciljev

PODROČJE PRIREDITEV

V mesecu februarju smo v Uradnem listu RS objavili javni razpis za sofinanciranje turističnih prireditev in javni razpis za sofinanciranje programov turističnih društev za leto 2016. Na prvega, s katerim smo razpisali 170.000 EUR sredstev za sofinanciranje, smo prejeli 103 vloge prijaviteljev, njihove vloge pa so presegle vrednost 782.000 EUR. Izmed prispelih vlog smo izbrali 52 projektov oz. prireditev, tako tradicionalnih kot tudi takšnih, ki so z novimi kakovostnimi vsebinami poudarile posebnosti Ljubljane in obeležile leto prestižnega naslova Ljubljane - Zelene prestolnice Evrope 2016.

Tradicionalnim prireditvam kot npr. Festival Junij v Ljubljani, Ana Desetnica, Noči v Stari Ljubljani, Letni kino na Kongresnem trgu, Ljubljanska vinska pot, Knjižnica pod krošnjami, umetniškim sejmom in sejmu starin, so se pridružile prireditve s poudarjenimi trajnostnimi vsebinami kot npr. modna revija Zelena moda v Tivoliju, Zeleni tek nazaj, Glasba pod krošnjami, Sprehodi po uglasbljeni Ljubljani. Pri izboru prireditev smo skrbno pazili, da so bile vsebine prireditev in lokacije zanimive in sprejemljive tako za obiskovalce kot tudi prebivalce mesta. Prednost smo dali akustičnim glasbenim prireditvam številnih žanrov, ki so čim manj obremenjevala okolje s hrupom, prireditvam, ki so širile prireditveni prostor izven mestnega središča in tudi takšnim, ki so se odvijale v turistično manj obiskanih mesecih.

Za programe aktivnosti turističnih društev smo razpisali 55.000 EUR sredstev, za katere se je potegovalo 13 turističnih društev, ki so se pravočasno odzvala na naš razpis. Poleg stalnih aktivnosti v okolju, v katerem delujejo, so pripravila več odmevnih in tradicionalnih prireditev kot so Jagodne nedelje, Pohod po Ljubljanskem barju, Komarjeva nedelja, Zeljada, Kostanjeve nedelje, Barjanske žabarije, prav tako pa so aktivno sodelovala na predstavitev četrtnih skupnosti pred Točko.Zate., v okviru projekta Ljubljana – Zelena prestolnica Evrope 2016.

Akcija ZA LEPŠO LJUBLJANO, ki jo vsako leto koordiniramo skupaj s turističnimi društvi, je med 22. marcem, Svetovnim dnevom voda, in 22. aprilom, Svetovnim dnevom Zemlje, obsegala blizu 100 lokalnih čistilnih akcij v vseh predelih mesta. Zaključili smo jo s čistilno akcijo Ljubljanice, kjer smo med mimoidoče razdelili 1.500 lončkov balkonskega cvetja.

Jakopičevo sprehajališče in Krakovski nasip sta že uveljavljeni galeriji na prostem, kjer smo poskrbeli za skupno 18 fotografskih razstav z različnimi tematikami, ki so bile neposredno ali posredno povezane z Ljubljano – Zeleno prestolnico Evrope 2016.

Aktivno smo sodelovali v projektih MOL - izbor NAJ BLOK in Evropski teden mobilnosti.

V zadnjem tromesečju je bil poudarek na pripravah vsebin prazničnega programa DECEMBER 2016 V LJUBLJANI, ki smo ga pričeli 25. novembra 2016, petek pred prvim adventnim vikendom, zaključili pa 8. januarja 2017. Praznična podoba mesta s številnimi prireditvami je tudi tokrat predvsem ob vikendih in prazničnih dneh privabila veliko število domačih in tujih obiskovalcev. Ocena je, da je bilo v okviru decembrskih prireditev v Ljubljani milijon obiskovalcev.

PODROČJE KONGRESNE DEJAVNOSTI

Eden od ključnih trženjskih projektov v poslovnem segmentu je tradicionalno januarska borza kongresnega turizma Nove Evrope, Conventa, ki smo jo osmič podprli kot strateški partnerji. V njenem okviru smo izvedli tudi študijski program Ljubljane za 18 vabljenih gostov iz 11 držav. V času borze smo s Kongresnim uradom Slovenije partnersko sodelovali pri gostiteljstvu SITE Incentive Forum – srečanje vodilnih predstavnikov globalnega združenja v segmentu motivacijskih potovanj.

V vlogi partnerja oz. soorganizatorja smo podprli še dva projekta, katerih namen je bilo tudi povečanje mednarodne prepoznavnosti Ljubljane in Slovenije v strokovnih krogih. Prvo je bilo srečanje ECTAA (Evropsko združenje tour operatorjev in potovalnih agentov) v maju, obsežnejši projekt pa je bila soorganizacija konference o trajnostnem turizmu Global Green Destinations Day – GGDD 2016, z izvedbo v septembru. Koordinirali smo pridobivanje strateškega B2B projekta Private MICE Forum v organizaciji britanskega podjetja World Wide Events, z realizacijo avgusta 2017. Ključna partnerja iz gospodarstva sta Intours DMC in Union Hoteli, na dogodku v Ljubljani pa se bo srečalo 160 tujih klientov in 80 ponudnikov.

V različnih vlogah smo s ključnimi partnerji sodelovali pri pripravi kandidatur, uradnih predstavitev kandidatur in obenem organizirali ali aktivno sodelovali pri številnih oglednih obiskih tujih organizatorjev mednarodnih kongresov v fazi izbire, odločanja ali po potrditvi Ljubljane kot kraja srečanja. Večjo podporo smo nudili tudi tujim organizatorjem večjih kongresov v Ljubljani, posebej v zadnjih mesecih priprav. Izpostavljamo PCO agencijo Dekon Group iz Turčije, ki je v kratkem roku preselila dva jesenska kongresa iz Istanbula v Ljubljano in ima potencial, da tudi v bodoče pripelje dogodke v Ljubljano. Delali smo raziskavo baze združenja ICCA (International Congress and Convention Association) s ciljem prepoznavanja kongresov s potencialom za Ljubljano.

V kongresnem koledarju na spletu smo evidentirali rekordnih 88 mednarodnih znanstveno-strokovnih srečanj (merilo: min. 50 udeležencev, od tega vsaj pol tujih in 2-dnevnim trajanjem). Od teh jih je bilo 16 med 200 in 500 udeležencev ter 7 med 500 in 1.000 udeležencev. Za l. 2016 na osnovi oddanih podatkov pričakujemo tudi višje število priznanih mednarodnih kongresov za Ljubljano v statistiki ICCA in izboljšano uvrstitev na svetovni in evropski lestvici kongresnih mest. Izsledki bodo objavljeni spomladi 2017.

Izpeljali smo številne trženjske nastope v tujini in kongresno Ljubljano predstavili na šestih dogodkih za organizatorje poslovnih srečanj in predstavnike mednarodnih združenj v Bruslju, Parizu, Berlinu

in Zürichu. Udeležili smo se tudi ključnih borz globalne industrije srečanj - IMEX v Frankfurtu in IBTM World v Barceloni, ter nastopili še na The Meetings Show UK v Londonu. Novost v 2016 je premik na trg severne Amerike, saj smo sodelovali pri prvi predstavitvi kongresne Slovenije na borzi IMEX America v Las Vegasu. Vključili smo se tudi v organizacijo in izvedbo več študijskih obiskov za tuje organizatorje srečanj. Osrednji program je bila študijska tura KUS s partnerji v juliju, z udeležbo preko 30 klientov iz evropskih trgov.

Spomladi smo lansirali strukturno, vsebinsko in vizualno prenovljen zavihek Kongresnega urada Ljubljana (www.meetinljubljana.com) na portalu Visit Ljubljana, ki ima tudi nadgrajeno vsebino v slovenskem jeziku (sklop motivacijskih potovanj). To je bil obsežen projekt, ki je precej izboljšal informativnost in uporabniško izkušnjo.

V sklopu dodatnih trženjskih aktivnosti s KUS in STO smo sodelovali v projektu digitalnega marketinga z nemško agencijo Tmf dialogmarketing. V okviru družabnih medijev smo se osredotočili predvsem na Twitter račun za Kongresni urad Ljubljana in dosegli nove kakovostne sledilce iz mednarodnih strokovnih krogov.

PODROČJE ODNOSOV Z JAVNOSTMI

V 2016 smo z vsemi novostmi in novicami domačo javnost obveščali z mesečnim novičnikom "Pisma iz Ljubljane". Tekom leta smo poslali 53 obvestil za domačo javnost in posredovali odgovore na 169 vprašanj domačim medijem. V domačih medijih smo zasledili 788 objav, neposredno vezanih na delovanje Turizma Ljubljana.

V 2016 smo gostili 352 tujih novinarjev, od teh smo jih 130 popeljali v regijo Osrednja Slovenija. Tudi letos smo podprli novinarje, ki so pokrivali Drugo godbo in Jazz festival. Maja smo v sodelovanju z ILTS in STO gostili 19 novinarjev in blogerjev v sklopu Pink week. V sklopu septembrskega dogodka GGDD smo v sodelovanju s STO gostili 11 novinarjev. Oddali smo 38 besedil tekstov za oglaševanje v tujih publikacijah.

Za nastope na sejmi, borzah, delavnicah in PR dogodkih v Londonu, Manchestru, Berlinu, Madridu, San Sebastianu, Tel Avivu, Zagrebu, Beogradu, Amsterdamu, New Yorku, Moskvi, Istanbulu, Tokiu, Seulu smo pripravili materiale (obvestila za javnost in »press kit«) v lokalnem jeziku. Ljubljano smo v prvi vrsti predstavljali kot trajnostno in doživljajsko bogato destinacijo ter nosilko prestižnega naziva Zelena prestolnica Evrope 2016. Hkrati smo izpostavljali tudi kulinarično ponudbo in regijo Osrednja Slovenija. Za promocijo ljubljanskih poletnih festivalov in turističnih programov v vrhuncu turistične sezone smo skupaj z Ljubljana Festivalom opravili predstavitev na novinarski konferenci v Celovcu.

Januarja 2016 je bila Ljubljana uvrščena med »must visit« destinacije po mnenju The Guardian in Rough guides, kasneje jo je na listo uvrstil še The Independent. Oktobra smo oddali tudi opis destinacije za nominacijo Ljubljane za listo New York Times "52 Places to Go in 2017". Junija smo organizirali predajo nagrade Zlato jabolko v Narodni galeriji s strani predstavnikov Svetovnega združenja turističnih novinarjev in piscev FIJET, obenem pa zasadili jablano v Spominskem parku. Za gostujoče predstavnike FIJET smo organizirali tudi krajšo spoznavno turo po Ljubljani in regiji Osrednje Slovenije.

Ljubljano kot Zeleno prestolnico Evrope 2016 smo februarja predstavili ključnim izraelskim novinarjem na sprejemu v rezidenci v Tel Avivu, aprila pa smo v okviru mednarodne konference Zero Waste predstavljali zelene prakse pri izvajanju projektov Turizma Ljubljana. Junija smo se udeležili predstavitve Ljubljane v sklopu CSD v Berlinu z nagovorom v rezidenci veleposlanice. Novembra smo sodelovali na prestižni konferenci Eco Forum v Barceloni, kjer je bila Ljubljana predstavljena kot primer dobre prakse in protiutež predstavljenim primerom Barcelone, Berlina in Benetk.

V okviru delavnic za strategijo kulturnega turizma smo predstavnikom MOL in kulturnih institucij v Ljubljani predstavljali način in prednosti sodelovanja s tujimi novinarji in blogerji.

Udeležili smo se tudi dveh PR dogodkov: aprila v Amsterdamu (BALTUS) in oktobra v New Yorku (VEMEX) – pri obeh je bilo zanimanje za zelene dosežke Ljubljane in obisk izjemno, novinarji in blogerji pa so za pogovor čakali »v vrsti«. Oktobra smo se v New Yorku udeležili tudi uspešnega dogodka Taste Slovenia.

Junija smo izpeljali izredno uspešno akcijo z blogerji platforme Travel Dudes, s čimer smo presegli pol milijona ogledov, udeleženi mednarodni blogerji pa Ljubljano navajajo kot referenco za tovrstne kampanje ter kot primer, kako je mogoče preseči načrtovane rezultate. Pri promociji Ljubljane je sodeloval tudi legendarni Casey Stoner, ki je delil novičko Turizma Ljubljana na svojem twitterju in s tem pa poskrbel za izjemen doseg.

Okuse Ljubljane smo v medijih podprli z dvema akcijama: zadnji teden avgusta z bloggersko akcijo »Meet the dragon and taste Ljubljana« v sodelovanju z Odprto kuhno, decembra pa s kampanjo »Okusi Ljubljane v decembru« v sodelovanju s priznanimi ljubljanskimi restavracijami in ponudniki razširjenega nabora jedi pod blagovno znamko Okusi Ljubljane. V restavraciji JB smo za vabljene kulinarčne pisce izvedli inovativno novinarsko konferenco v obliki skupnega kosila.

Sodelovali smo pri izvedbi dogodkov FACE (First aid convention in Europe), Zlati boben, projektu »Od vzhoda do vzhoda« in Levstikova pot, aprila pa sami organizirali prireditev na Krekovem trgu ob 15-letnici javnega zavoda Turizem Ljubljana.

V 2016 je na Turizmu Ljubljana opravljal 5-mesečno prakso nizozemski študent Joery Schotanus, ki študira na univerzi Hanze University Groningen. V okviru programa mednarodne izmenjave je na Turizmu Ljubljana pripravil analizo tržišča za nizozemske obiskovalce in izpostavil prednosti in možnosti razvoja.

PODROČJE PROMOCIJE IN POSPEŠEVANJA PRODAJE

V letu 2016 smo na vseh nastopih v tujini promovirali Ljubljano preko nosilnega produkta Zelene prestolnice Evrope 2016. Intenziven plan nastopov na sejmih in borzah ter delavnicah v tujini, ki smo ga začrtali za leto 2016, smo tudi uspešno realizirali. Tako smo v sodelovanju s Slovensko turistično organizacijo nastopili v Avstriji, Belgiji, na Češkem, na Finskem, na Hrvaškem, v Italiji, v Izraelu, na Madžarskem, v Nemčiji, na Nizozemskem, v Rusiji, na Slovaškem, v Srbiji, Španiji, Turčiji, Veliki Britaniji, ZDA. Prvič smo se udeležili sejma v Dubaju in dogodka v Seulu, drugič WTM Latin America in na Japonskem ter tretjič na Kitajskem. V nekaterih državah smo nastopili večkrat; skupaj smo imeli v tujini 40 nastopov - uspešni nastopi na 22 sejmih in borzah, 12 delavnicah, 6 posebnih dogodkih.

Za vsak nastop smo pripravili posebej izdelane zgibanke s predstavitvijo aktualne turistične ponudbe Ljubljane in sicer v jeziku dežele, kjer smo nastopali. V 2016 smo izpolnili tudi plan oglaševanja za leto 2016 in oglaševali v več kot 30 tujih in nekaj domačih medijih.

Poleg klasičnega oglaševanja smo se dogovorili tudi za izmenjavo spletnih povezav ali drugih oblik direktnega oglaševanja na relevantnih spletnih straneh partnerjev. Več prisotnosti je bilo v elektronskih medijih, na portalih, ki nam prinesejo še več obiskov, ker digitalni marketing osvaja vse trge. Oglaševali smo Ljubljano – Zelena prestolnico Evrope 2016, kulinariko in novoletne prireditve v okviru Prazničnega sejma.

Tudi v 2016 smo v Ljubljani gostili več kot 500 organizatorjev potovanj z vsega sveta, in sicer iz Italije, Avstrije, Hrvaške, Srbije, Irana, Rusije, Češke, Nemčije, Madžarske, Norveške, Malte, Indije, Nizozemske, Kitajske, Turčije, Velike Britanije, Arabskih držav, ZDA, Azerbajdžana, Gruzije, prvič iz Filipinov, Nove Zelandije, ZAE in Avstralije v okviru SIW 2016. Številnim obiskom in študijskim turam smo predstavili mesto in regijo, našo organizacijo, način dela in povezovanja z drugimi turističnimi subjekti v okolici in drugimi turističnimi destinacijami v Sloveniji. Povabili smo tudi hotelirje – prodajnike in receptorje in jim predstavili novosti v Ljubljani ter jih povabili na nove ogledе – kulinarčni, pivovski in s kolesom na odkrivanje Ljubljane. Udeležba je bila velika, saj se je ogledov udeležilo več kot 100 povabljenih.

Pomemben del področja je ustrezna distribucija promocijskih gradiv destinacije, ki jo izvajamo na osnovi sodelovanja z različnimi inštitucijami in posamezniki, ki potujejo v tujino in želijo promovirati Slovenijo in glavno mesto. Na tem področju je že utečeno sodelovanje z različnimi državnimi inštitucijami, na mestnem nivoju in s strokovnimi javnostmi. Gre za odličen način dodatne promocije, ki jo z rednimi aktivnostmi sicer ne bi mogli doseči.

PODROČJE PRODUKCIJE PROMOCIJSKIH SREDSTEV

Skoraj vsa področja Turizma Ljubljana, zlasti pa tista, vezana na nastope v tujini in seveda delovanje turističnih informacijskih centrov, so tesno povezana s področjem priprave in izvedbe promocijskih sredstev, predvsem turističnih tiskovin. Tako smo v 2016 izdali številne turistične tiskovine v različnih jezikovnih izvedbah (npr. zgibanko At a glance v 18 jezikovnih različicah).

V letu 2016 smo naročali tisk po izvedenem javnem naročilu za tisk promocijskih tiskovin v letih 2016 in 2017, ki smo ga izvedli v začetku leta 2016. Obseg tiskovin, ki jih izdajamo na letnem nivoju, je velik, poleg mesečnikov »Kam« in njegove angleške inačice »Events« vključuje tudi turistične zemljevide, turistične vodnike, zgibanke Ljubljana na kratko, sejemske zloženke, v jeziku države, kjer se predstavljamo (v lanskem letu je bilo to na 17ih sejemsko-borznih nastopih v tujini). Celotna produkcija turističnih tiskovin za regijo Osrednja Slovenija prav tako nastaja v okviru tega področja, čeprav so viri financiranja različni. V 2016, ki je bilo posvečeno promociji Zelene prestolnice Evrope 2016, je bila večina podpornih tiskovin za naše nastope v tujini obarvana na to temo. Izdali smo tudi Vodnik po Zeleni Ljubljani v slovenskem in angleškem jeziku in zloženko Ljubljana Zelena prestolnica. Od novih publikacij v letu 2016 velja posebej izpostaviti Katalog namestitev v Ljubljani, Katalog vodenih ogledov Ljubljane v slovenskem, angleškem, italijanskem in nemškem jeziku, karto za voznike avtobusov in katalog spominkov. Seveda smo ponatisnili tudi obstoječe edicije ter pred tiskom poskrbeli še za popravke. Ljubljana je izredno živo mesto, ki se hitro spreminja in vse spremembe je potrebno pri pripravi ponatisov upoštevati. Nekatere publikacije izdamo tudi v elektronski obliki, ker gre marsikdaj za ekonomsko primernejšo obliko.

K področju produkcije promocijskih sredstev ne sodijo zgolj tiskovine: urejanje fototeke je ena od pomembnih nalog, ki jo potrebno ves čas izvajati, dopolnjevati in aktualizirati.

PODROČJE RECEPTIVNE DEJAVNOSTI

Delo na področju receptivne dejavnosti so v letu 2016 zaznamovale dejavnosti povezane s pripravo programov prilagojenim željam zaključenih skupin in z razvojem novih vodenih doživetij po Ljubljani.

Spomladi smo lansirali dve novi doživetji, in sicer »Pivovsko doživetje Ljubljane« in »S kolesom na odkrivanje Ljubljane«, za katerega smo kupili tudi sodobna trekking kolesa. Jeseni smo intenzivno delali na razvoju dveh novih doživetij za Plečnikovo leto 2017, in sicer »Sprehod po Plečnikovi Ljubljani« in kolesarski ogled »S kolesom po Plečnikovi Ljubljani« ter na razvoju »vinske ture po Ljubljani«, ki jo bomo obiskovalcem ponudili v 2017.

Spomladi smo izdali katalog vodenih ogledov in izletov, kjer smo zbrali vse programe, ki jih ponujamo zaključenim skupinam ter zemljevid za voznike turističnih avtobusov z informacijami o vseh vstopno-izstopnih točkah ter parkiriščih v Ljubljani.

Pred Slovenskih turističnim informacijskim centrom smo slovenskih turističnim regijam, destinacijam in ponudnikom ponudili brezplačno stojnico za organizacijo promocijskih dogodkov. Od aprila do oktobra se je zvrstilo okoli 35 promocijskih dogodkov.

Koordinirali smo projekt predstavitve Ljubljane v okviru Olimpijskih iger 2016 v Riu de Janeiru in aktivno sodelovali pri naslednjih projektih: predstavitve Ljubljane v Evropski prestolnici kulture 2016 San Sebastian, Ljubljana – Zelena prestolnica Evrope 2016, priprava strategije kulturnega turizma in strategije RDO Osrednja Slovenija.

PODROČJE RAZVOJA IN KAKOVOSTI

Za nami je izjemno zeleno leto, ko smo na področju razvoja in kakovosti turistične ponudbe Ljubljane intenzivno soustvarjali aktivnosti in pospeševali trajnostno delovanje destinacije in turističnih ponudnikov. Temu ostajamo zavezani tudi naprej, saj je to temeljna identiteta in vizija Ljubljane kot turistične destinacije.

Ljubljana je osvojila še nekaj iz niza pomembnih mednarodnih okoljskih nagrad. Evropska komisija je aprila 2016 v Bruslju Ljubljano nagradila v kategoriji Okolje in dostopnost kot osnova za trajnosten in odgovoren razvoj s poudarkom na dostopnosti za ljudi s posebnimi potrebami. Sledile so še tri nagrade na strokovnem trajnostnem dogodku Global Green Destinations Day, kjer smo z zelenimi dosežki navdušili mednarodno strokovno javnost in se že drugič uvrstili na seznam 100 najbolj trajnostnih destinacij na svetu (Global TOP 100 Sustainable Destinations 2016) in prvič na seznam najboljših 10 zelenih rešitev (TOP 10 Green Solutions) s projektom Turizma Ljubljana Okusi Ljubljane ter okolju in lokalnim skupnostim prijazna ponudba iz regije Osrednja Slovenija: Terme Snovik in Posestvo Trnulja na Ljubljanskem barju.

Zelo smo bili ponosni na pohvale domače javnosti: Ljubljana je na prireditvi Moja dežela – lepa in gostoljubna 2016, ki poteka pod okriljem Turistične zveze Slovenije, prejela dve nagradi: prvo mesto v kategoriji večjih mest in prvo mesto v kategoriji mestnih jeder, pri čemer so poudarili, da »Ljubljana postaja vse bolj mesto po meri njenih prebivalcev in narave«.

Zeleni certifikati za nastanitve in zelene nabavne verige

Skladno z vizijo razvoja trajnostnega turizma si prizadevamo povečati število ekološko certificiranih ponudnikov nastanitvev v Ljubljani in regiji Osrednja Slovenija. V Turizmu Ljubljana jih spodbujamo k pridobivanju okoljskih znakov in uvajanju zelenih praks, s čimer lahko izboljšajo svojo ponudbo na okolju prijazen način. V postopek certificiranja za pridobitev zelenega certifikata Travelife se je v preteklem letu vključilo osem ljubljanskih hotelov (Park, City, Slon, Union Executive in Business, Central, Lev) in Hostel Celica. Vsi se nahajajo v središču mesta. Postopek s pridobitvijo certifikata Travelife Gold sta uspešno do zdaj že zaključila Hotel Park Ljubljana, kot prvi hotel v Sloveniji s tovrstnim certifikatom in hostel Celica kot prvi trajnostno certificiran hostel na svetu.

V sodelovanju z Oddelkom za varstvo okolja Mestne občine Ljubljana, Tovarno trajnostnega turizma GoodPlace in zadrugo Jarina želimo hotelirjem in restavracijam v regiji Osrednja Slovenija ponuditi možnost preproste, organizirane nabave stoodstotno lokalno – oziroma kadar to ni mogoče, regionalno ali nacionalno pridelanih živil po ugodnih cenah. Model smo v 2016 preizkušali tudi v praksi. V pilotno izvedbo so bili vključeni trije hoteli (Hotel Park, Hostel Celica in Terme Snovik) in tri restavracije (Gostilna pod Gradom, Gostilna dela in Druga violina). V okviru celotnega projekta je bila vzpostavljena tudi spletna tržnica www.zelene-verige.si, grosistična prodaja lokalnih pridelkov, ki so glede na to, kje so pridelani, označeni z znakom Ljubljana, regija Osrednja Slovenija ali pa

Slovenija. Cilj projekta je, da do gostov dejansko pridejo pridelki lokalnih kmetov »iz lokalne njive na lokalno mizo«.

Ocvetličenje mesta

V mestnem jedru smo v letu 2016 obesili deset novih obešank na Križevniški ulici in šest dvojnih obešank na Stritarjevi ulici. Decembra 2016 bilo skupno obešenih 205 cvetličnih obešank, ki jih redno vzdržujemo in trikrat letno zamenjamo zasaditev. V 2. fazi smo posadili tudi 250 vrtnic Ljubljana, in sicer na Ljubljanskem gradu, pred MGLC in Pediatrično kliniko, v Botaničnem vrtu in v parku Arboretum volčji potok. Tako je bilo konec leta 2016 v Ljubljani posajenih 1.350 vrtnic Ljubljana.

Ljubljanska kakovost

Ocenjevanje turistične ponudbe v mestu izvajamo že 16 let bienalno, torej vsaki dve leti, po metodi skritega gosta. Projekt Ljubljanska kakovost (LQ) je razdeljen na dva dela: ocenjevanje gostinskih lokalov ter ocenjevanje trgovin. Projekt zajema restavracije, kavarne in slaščičarne v Ljubljani in regiji Osrednje Slovenije ter trgovine v mestnem jedru Ljubljane. Strokovna komisija ponudnike ocenjuje po skrbno pripravljenih kriterijih, ki so razdelani pod sledečimi štirimi krovnimi sklopi: kakovost ponudbe, kakovost storitev, urejenost lokalov in razmerje cena/kakovost. Najbolje ocenjeni med njimi prejmejo Znak ljubljanske kakovosti.

Leta 2016 je bilo ocenjenih 89 restavracij in 10 kavarn, od tega 68 restavracij in 10 kavarn iz Ljubljane, 21 restavracij iz ostalih občin v regiji Osrednja Slovenija ter 200 trgovin v centru Ljubljane.

Pri ocenjevanju trgovin je skriti kupec ocenjeval raznovrstnost oz. pestrost ponudbe, njeno avtentičnost in izvirnost, obenem pa tudi založenost in dostopnost blaga. Poseben poudarek smo v tokratnem ocenjevanju namenili izdelkom oz. ponudbi z lokalno (slovensko, ljubljansko) vsebino, saj tuji in domači obiskovalci povprašujejo po lokalni ponudbi. Znak Ljubljanske kakovosti 2017 prejme 41 trgovin, 33 restavracij in 7 kavarn. Od vseh nagrajenih ima lokalno ponudbo kar 35 trgovin. Bistvo projekta ni tekmovanje, ampak zagotavljanje visoke kakovosti ponudbe in storitev v destinaciji, kar je pomembno tako za meščane, kot tudi za domače in tuje obiskovalce. Najbolje ocenjeni ponudniki so objavljeni tudi na spletnem portalu in v brošurah.

Okusi Ljubljane

V letu 2016 smo projekt Okusi Ljubljane okrepili in nadgrajevali s ciljem, da je ponudba lokalne ljubljanske hrane dostopna turistom in da turistom odgovorimo na vprašanje, kje se lahko v Ljubljani poje kaj tipično lokalnega. V projektu je trenutno aktivnih 45 ljubljanskih gostinskih ponudnikov, ki v svojih gostinskih lokalih ponujajo jedi pod blagovno znamko Okusi Ljubljane in z njimi sodelujemo individualno. V sodelovanju s prof. Janezom Bogatajem smo nekoliko razširili nabor lokalnih jedi in ponatilsili lokalni kulinarčni vodič Okusi Ljubljane.

S promocijo ljubljanskih jedi pod blagovno znamko Okusi Ljubljane smo sodelovali pri izvedbi številnih dogodkih, prireditvah in promocijskih nastopih doma in v tujini, kot so: Odprta kuhna, Kulinarčni festival Eat!Brussels2016, Ljubljanska vinska pot, Festival vina in kulinarike, Dinner in the sky, Teden jabolka iz Ljubljane, Noč Puljskih galerij, ... in zasnovali dve odmevni promocijski kampanji. Avgusta 2016 smo izvedli inovativno kampanjo »Meet the Dragon & Taste Ljubljana« oziroma »Spoznajte zmaja in okusite Ljubljano«, v okviru katere smo s premišljeno kombinacijo aktivnosti na terenu in spletu z majhnimi vložki dosegli kar največje možno število ljudi. Ljubljano smo predstavili kot mesto doživetij in kulinarčno prestolnico, ki sta strateški smernici Turizma Ljubljana. Decembra smo pri Turizmu Ljubljana zasnovali kulinarčno kampanjo Okusi Ljubljane decembra, s katero smo želeli Okuse Ljubljane tekom celotnega prazničnega meseca še dodatno približati vsem, ki so obiskali adventno Ljubljano, in še posebej tistim, ki iščejo okusne jedi z zgodbo.

Strategije in raziskave

Kot podpoglavje naš krovne Strategije razvoja in trženja turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2014-2020 smo pripravili strateške smernice za razvoj kulturnega turizma 2017-2020 v sodelovanju z ostalimi deležniki v ljubljanskem kulturnem turizmu (oddelek za kulturo MOL, kulturne institucije, nevladne organizacije in turistično gospodarstvo). Model razvoja predvideva pet ključnih gradnikov: (1) partnerstvo in komunikacija, (2) razvoj produktov in povezovanje ponudbe, (3) trženje kulturno-turistične ponudbe, (4) dvig ravni znanja in konkurenčnosti ter (5) osnovni sistem merjenja in zbiranja podatkov.

Ključni razvojni ukrepi, ki jih predvideva dokument, so tesnejše povezovanje med kulturnimi institucijami in turističnim gospodarstvom (agencije, hoteli, gostinski ponudniki), razširitev ponudbe kulturnih dogodkov in doživetij skozi vse leto in tudi izven mestnega središča (več namenskih kulturnih turistov je po podatkih Interstata v Ljubljani v jesenskem času), razvoj delnih in integralnih turističnih produktov s tematiko kulture, sistematično zbiranje podatkov o obisku, državah izvora in motivih za prihod domačih in tujih obiskovalcev in turistov ter intenzivnejša promocija vrhuncev kulturno-turistične ponudbe v Ljubljani, kulturni prestolnici Slovenije, ki jo je po uvrstitvi med najbolj zelene mestne destinacije Evrope (Zelena prestolnica Evrope 2016) pričakovati tudi na seznamih najzanimivejših kulturnih prestolnic.

Analize

Izvedli smo dve analizi, in sicer Analizo turistične potrošnje tujih turistov v Ljubljani in Analizo zadovoljstva meščanov s turizmom v Ljubljani, ki sta nam dobra osnova za strateško ukrepanje pri naših aktivnostih, ko razmišljamo, kako bi izboljšali kakovost bivanja meščanov v mestu in našli prave tržne kanale za tuje turiste, da bi da bi se turisti zadržali dlje in potrošili več.

Športni turizem

V Ljubljani so se v letu 2016 zvrstili trije mednarodni športni dogodki, ki smo jim na Turizmu Ljubljana v skladu s strategijo kot podpora razvoju le-teh namenili sredstva: 35. tradicionalni kolesarski maraton Franja junija in konec julija mednarodno prvenstvo v odbojki na mivki Ljubljana Beach Volley Challenge 2016 na Kongresnem trgu. Ljubljana je oktobra gostila 21. Volkswagen Ljubljanski maraton, ki je z več kot 20.000 aktivnimi udeleženci in še veliko večjim številom navijačev, spremljevalcev in gledalcev danes najpomembnejši množično športno-rekreativni dogodek v Sloveniji, hkrati pa močno prepoznaven tudi v mednarodni javnosti.

Regionalna destinacijska organizacija Osrednja Slovenija

Na Turizmu Ljubljana smo že šesto sezono intenzivno in uspešno realizirali plan aktivnosti RDO v skladu s Strategijo razvoja in trženja turizma za regijo Osrednja Slovenija 2012 – 2016, ki je prinašala jasno definicijo regijskega modela za področje turizma, jasne cilje, jasen trženjski koncept in funkcionalen način delovanja Regionalne destinacijske organizacije. Ljubljana je na ta način bolje izkoristila privlačno ponudbo v zaledju in s konkretnimi turističnimi programi spodbujala in usmerjala obiskovalce v odkrivanju Osrednjeslovenske regije, zaledje Ljubljane (posamezni turistični kraji, ponudniki oz. destinacije iz regije). S skupnim trženjem smo lažje, hitreje, z manj vlaganji in z večjimi učinki dosegali prepoznavnost in prodajo na mednarodnem turističnem trgu, kjer samostojno ne bi bili tako konkurenčni in privlačni.

V celoti realizirane aktivnosti RDO so v letu 2016 potekale znotraj treh funkcij: promocijske, razvojne in operativne.

Med programskimi poudarki pri promocijski funkciji velja omeniti produktno povezovanje znotraj Osrednjeslovenske regije, kjer je bila izredno močan vezni člen kulinarika, ki se je prepletala z osrednjimi turističnimi točkami v regiji. Okusi Osrednje Slovenije, Okusi Kamnika, Okusi Ljubljane, Dobrote blagajevе dežele, Le Potica,... je le nekaj regijskih blagovnih znamk, ki so iz dneva v dan

intenzivneje zastopane skozi vse promocijske kanale na domačem in tujem trgu. Da bi dvignili prepoznavnost destinacije, smo intenzivno delali tudi z novinarji in blogerji ter na digitalnemu trženju, ki se je tesno prepletalo s promocijsko funkcijo.

Operativna funkcija je zajemala izobraževanje lokalnih turističnih ponudnikov v 26. regijskih občinah in povezovanje lokalne turistične ponudbe v turistične produkte, kar je ključno za razvoj kvalitetne ponudbe na turistični destinaciji. V Turizmu Ljubljana smo v letu 2015 izvedli serijo osmih delavnic za identificiranje in oblikovanje integralnih turističnih proizvodov (ITP) v regiji Osrednja Slovenija, v okviru regijskih aktivnosti pa smo delo v letu 2016 nadaljevali. Iz nabora šestnajstih ITP-jev, ki so nastali na delavnicah, smo izbrali štiri najobetavnejše, da bi razvili nekaj kakovostnih in tržno zanimivih prodajnih programov, ki se lahko že kmalu vključijo v distribucijske kanale Turizma Ljubljana.

V prvi fazi smo posamezne elemente doživetij testirali na terenu, kar nam je predstavljalo pomembno izhodišče za delo na delavnicah, ki so potekale ločeno za štiri doživetja: v Kamniku (za doživetje na Veliki planini), Polhovem Gradcu (za produkt Grofa Blagaja), Šmartnem pri Litiji (za doživetje Valvazorja na gradu Bogenšperk) in na Vrhniki (za doživetje največjega slovenskega pisatelja Ivana Cankarja). Na podlagi izobraževalno-razvojnega dela na delavnicah so nastali osnutki programov, ki smo jih skupaj s sodelujočimi ponudniki in nosilci dodelovali, nato na terenu tudi testirali, v obliki simulacije doživetja, kot ga bo doživel kupec programa. Sledila so priporočila in predlogi za izboljšave, nato pa končno oblikovanje programov. Ob štirih ITPjih je bil v procesu opredeljen tudi model trženja integralnih turističnih produktov, ki se bo v prihodnjih letih postopoma nadgrajeval. Pripravili smo tudi temeljne standarde, ki jih morajo vsa organizirana doživetja izpolnjevati za vključitev v krovne regijske distribucijske kanale.

Pomladi smo začeli z aktivnostmi za oblikovanje načrta za novo strateško obdobje od 2017 do 2022 in po nekajmesečnem procesu priprave v sodelovanju z vsemi 26 občinami, ki tvorijo regijo, je dokument 7. decembra 2016 obravnaval Svet LUR. Strategija razvoja in trženja turizma za regijo Osrednja Slovenija 2017-2022 je nadgradnja prejšnje, ki je bila odlično zastavljena in se na podlagi opredeljenih izzivov aktivnosti osredotoča na pet prioritet oziroma strateških področij delovanja: 1 - Produkti, 2 - Trajnostni razvoj, 3 - Trajnostna mobilnost, 5 - Trženje in 6 - Coaching, znotraj njih pa so opredeljeni glavni ukrepi in indikativne aktivnosti na ravni regije.

Regija je v preteklem obdobju beležila nadpovprečno rast, pri čemer je bila osrednja nosilka rasti Mestna občina Ljubljana, ki v zadnjih letih niza številne nagrade, prestižne nazive in medijsko pokritost. Praksa in analiza kažeta, da je sodelovanje občin članic v razvojnih in trženjskih aktivnosti regije različno aktivno – kar je razumljivo, saj turizem ni in tudi v prihodnjem obdobju ne bo med glavnimi prioritetami v vseh občinah v regiji. Koncept dela je zato zasnovan tako, da regija nudi temeljne aktivnosti za vse sodelujoče občine, hkrati pa odpira še dodatne priložnosti za tiste, ki v tem procesu želijo biti aktivnejši.

Naša skupna vizija je, da regija Osrednja Slovenija postane najbolj povezana in inovativna zelena turistična regija v Sloveniji.

PODROČJE INFORMIRANJA IN AGENCIJSKE DEJAVNOSTI

Leto 2016 je bilo v znamenju pozitivnih indeksov na vseh področjih informiranja in agencijske dejavnosti. Pri obisku obeh TIC smo zabeležili porast, saj je v letu 2016 obiskalo naše informacijske centre 371.209 obiskovalcev, kar je 18% več kot leta 2015. V povprečju nas je obiskalo 1.014 obiskovalcev na dan. Tudi na področju skupin, ki so preko Turizma Ljubljane naročile voden ogled mesta, beležimo porast za 8% in sicer smo organizirali vodenje za 1.916 skupin, katerih skupno število udeležencev je bilo 39.244 oseb.

Zabeležili smo rekordno število nočitev, saj smo presegli mejo 1.300.000 nočitev, kar pomeni porast za približno 10% v primerjavi z letom 2015. Pri prodaji turistične kartice prav tako beležimo 21% porast prodaje in sicer smo prodali 3.151 kartic.

V začetku decembra je v Ljubljani začel voziti krožno vožnjo električni vlakec Urban, katerega smo zvočno opremili z razlago poti. Gostom je v slovenščini in angleščini na kratko predstavljena Ljubljana in Slovenija, pridobijo pa tudi osnovne informacije o postajališčih in izhodiščih za nadaljnje raziskovanje Ljubljane. Razvili smo nove vodene ogledde; dve vodeni po Plečnikovi Ljubljani, eno peš drugo s kolesom, ki se bo izvajalo od aprila. Razvili smo Pivovsko turo, s katero predstavljamo mikro pivovarje Osrednje Slovenije. Posodobili smo kolesarki ogled Ljubljane. Razvili smo tudi plišastega zmajčka kot spominek in dopolnili linijo spominkov zmajčka Ljuba avtorice Jagode Jejčič.

PODROČJE TURISTIČNEGA SPLETNEGA PORTALA

Prvo polovico leta 2016 je zaznamovala tehnična prenova spletnega mesta in selitev s platforme Ažur na odprtokodno platformo Silver Stripe. Tehnično prilagajanje spletnega mesta je intenzivno zaznamovalo tudi prve mesece po objavi. V drugi polovici leta je postalo očitno, da bo naša naslednja prioriteta po uspešni tehnični prenovi morala postati temeljita prenova vsebin spletnega mesta, s poudarkom na ciljni usmerjenosti, učinkovitosti in merjenju ključnih kazalnikov uspešnosti. Ker so se navade spletnih uporabnikov spremenile, je prišlo do potrebe, da redefiniramo spletni nastop, kar je prioriteta, ki se ji bomo intenzivno posvečali v letu 2017. Obiskanost uradnih turističnih spletnih mest v času, ko so mobilniki postali vodilna spletna platforma, v splošnem upada, saj se turistične vsebine v splošnem niso prilagodile novim razmeram, medtem ko si organizacije kakršna je naša, prizadevajo ostati relevanten vir informacij o svojih destinacijah. Poleg tehničnih posegov in temeljitega razmisleka o načrtovanju prihodnjih vsebinskih usmeritev so leto zaznamovali predvsem izjemno odmevna kampanja z blogerji Travel Dudes, uspešno spletno oglaševanje ter močna prisotnost na družbenih omrežjih, podprta s posebnimi dogodki kakršen je bila mini kampanja Meet the Dragon and Taste Ljubljana.

Razvoj spletnega mesta www.visitljubljana.com

Prenovljeno spletno mesto je bilo objavljeno sredi aprila. Najbolj opazni nadgradnji ob objavi sta bili prenovljeno poglavje Kongresni urad Ljubljane in prenovljen planer MyVisit. Novi vsebinski modul foto galerije je omogočil objavo mehkejših, bolj zgodbarskih vsebin, ki se učinkovito delijo na družbenih omrežjih. Nova oblikovna zasnova ciljnih strani v poglavju Aktivnosti je omogočila bolj privlačno predstavitev že obstoječih vsebin. Izvedena je bila še vrsta drugih izboljšav, med njimi prehod na nov sistem za e-novice ter povezava zemljevida z navodili za pot v aplikaciji Google Maps.

- 1) Nove strani Kongresnega urada Ljubljane so prinesle sodobno in vsebinsko bogato predstavitev Ljubljane in njene ponudbe za to ciljno javnost.
- 2) Planer obiska MyVisit smo temeljito prenovili in ga osmislili povsem na novo. MyVisit je z dodajanjem priljubljenih vsebin v osebni vodnik ter z novostjo, možnostjo izdelave osebnega PDF vodnika, postal učinkovito orodje za shranjevanje ter takojšen dostop do informacij.

Po objavi spletnega mesta smo do konca leta izvedli še naslednje nadgradnje:

- 3) Razpoložljivost produktov v spletni trgovini: to je bil tehnično najzahtevnejši projekt. Vzpostavili smo podatkovno povezavo med sistemom spletne trgovine in sistemom, ki ga na TIC uporabljamo za izpis vavčerjev ter omogočili prikaz dejanske razpoložljivosti produktov po datumih in urah.
- 4) Razvoj platforme za blog: v skladu s potrebo po drugačnih vsebinah je bila razvita platforma za blog, pri katerem bomo sodelovali z zunanjimi pisci, poznavalci lokalnih doživetij v Ljubljani in regiji. Platforma v letu 2016 še ni bila lansirana z vsebinami, saj se je projekt pridobivanja sodelavcev in vsebin pričel po njeni izdelavi.

- 5) Oglasne pasice za pospeševanje prodaje: zaradi potrebe po izpostavitvi ključnih vsebin ter produktov smo uvedli notranje pasice, ki se pojavljajo pod vsebinami spletnega mesta. Ugotovljamo, da pasice niso povsod dovolj opazne, zato glede tega načrtujemo izboljšave.
- 6) Skrbniški sistem: na spletnem mestu smo vprašalnike o turistični ponudbi nadomestili s sistemom za prevzem skrbništva. Turistični ponudniki imajo možnost, da si na spletu "prisvojijo" svoj objekt ter izpolnijo spletni vprašalnik s podatki o svoji ponudbi. Skrbniški sistem bomo pričeli uporabljati v letu 2017, po redefiniciji naše uredniške politike.
- 7) Modul za poti: za promocijo pohodništva in kolesarjenja v regiji smo razvili tudi sistemski modul za izpis poti in njihov prikaz na zemljevidu. Tovrstnih vsebin tudi še nimamo in bodo predmet ločenega projekta. Platforma za poti deluje tako, da je na spletno mesto mogoče vnesti podatke o pohodni ali kolesarski poti, v sistem zemljevida pa GPX datoteko, v kateri je zapisan potek poti za prikaz na zemljevidu in uporabo na mobilnih GPS napravah.

Obisk spletnega mesta ter spletna prodaja izdelkov in storitev

Obisk našega spletnega mesta tako kljub trendom, zaradi katerih obiskanost uradnih turističnih spletnih mest na splošno upada, še vedno raste. Podatek o številu sej je, tako kot vsako leto, ponovno blizu podatku o realiziranih nočitvah v Ljubljani. Glede na to, da naše spletno mesto še zdaleč ni edini relevanten vir podatkov za turiste, ki prenočijo v Ljubljani, je to zelo dober rezultat.

Na letni ravni smo zabeležili:

- 939.465 obiskovalcev spletnega mesta: +8% glede na leto 2015
- 1.360.442 sej (obiskov) na spletnem mestu: +11% glede na leto 2015
- Kazalci kvalitete obiska so v splošnem nekoliko upadli: ogledi strani spletnega mesta: +3%; trajanje sej na spletnem mestu: -8%, stopnja obiska ene strani: +1,7%.

Kar zadeva spletno prodajo v primerjavi z lanskim letom, je bila glede na realiziran prihodek višja kar za 118% (5.855,60 € proti 2.668,90 €).

Hotels Combined: na spletnem mestu gostimo meta iskalnik, ki omogoča primerjavo cen in rezervacijo prek skoraj vseh uveljavljenih svetovnih rezervacijskih sistemov. V letu 2016 smo realizirali 12.299 uporab sistema, skozi pridočili 8.073 veljavnih *leadov* in s provizijo zaslužili 3.840 dolarjev. V primerjavi z letom 2015 to pomeni 62% povečanje zaslužka (3.840 proti 2.376 dolarjev).

Vsebine na spletnem mestu

Na spletnem mestu smo v letu 2016 temeljito prenovili strani Kongresnega urada Ljubljane. Med drugim so bile strani zasnovane veliko bolj interaktivno, prenovili smo iskalnik konferenčnih zmogljivosti, uvedli predstavitev motivacijskih programov, opremljene s spletnimi obrazci za povpraševanje po informacijah neposredno pri ponudnikih ter predstavitev uspešnih zgodb o dogodkih iz preteklih let.

Odpri smo pristajalno stran Zelena Ljubljana, kjer smo predstavljali Ljubljano kot Zeleno prestolnico Evrope 2016 ter zelena doživetja v Ljubljani, ki jih je mogoče tudi rezervirati. Prenovili smo vsebino na temo LGBT turizma. V poletni sezoni smo vzpostavili vsebine Doživetja na Ljubljani, Odkrijte Slovenijo na dnevnih izletih iz Ljubljane, Doživite Osrednjo Slovenijo, ki so vključevale produkte iz spletne trgovine in smo jih zato tudi oglaševali. V povezavi z oglaševanjem v sistemu Google Adwords smo vzpostavljali tudi različne pristajalne strani, na katerih smo kombinirali različne pomembne vsebine. Prenovili smo vsebino o projektih Okusi Ljubljane in Okusi Osrednje Slovenije. Za zimski čas smo pripravili vsebino Zabavne aktivnosti in igre v Ljubljani, kjer smo predstavili hiše pobega in druga notranja doživetja. V decembru smo pričeli z delom na novem uradnem blogu Stories, ki ga pripravljamo v sodelovanju z lokalnimi blogerji. Dali smo izdelati tudi tri promocijske videe: Plečnikova Ljubljana, Znamenitosti Ljubljane ter Poletne prireditve v Ljubljani.

Mobilna aplikacija: odločili smo se, da bomo našo zastarelo mobilno aplikacijo postopoma opustili. Namesto tega smo se odločili sodelovati pri inovativnem projektu, mobilni aplikaciji Nexto, ki ponuja možnost geolokacijsko podprtega avdio vodenja po Ljubljani. V okviru sodelovanja bomo vsebine pripravili sami, v zameno za uporabo platforme Nexto pa bomo slednjo promocijsko podprli. Z delom na vsebinah za Nexto smo pričeli jeseni, nadaljevali pa bomo v letu 2017. Cilj je pokriti praktično znamenitosti celotne Ljubljane (tudi deloma izven mestnega jedra) ter ponuditi izkušnjo avdio vodenja v sedmih jezikih, delno z brezplačnimi, delno pa s plačljivimi vsebinami.

Spletno oglaševanje

Oglaševanje v sistemu Google Adwords je izbrani izvajalec pričel izvajati 8. 7. 2016 in je potekalo do 31. 12. 2016. Vežano na oglaševanje v sistemu Google Adwords smo ustvarili nekaj vsebin na spletnem mestu, ki so bile bolj ciljno usmerjene od ostalih in so bile zato primernejše za oglaševanje na ciljnih trgih. Določene vsebine smo tudi kombinirali v sklopu različnih pristajalnih strani, ki so bile namenjene zgolj oglaševanju. Kampanja v Google Adwords je bila najuspešnejša doslej. Rezultati so bili v primerjavi z letom 2015, ko je bil proračun skoraj enak, v večini segmentov višji za več kot polovico. Iz naslova oglaševanja smo pridobili 162.258 sej, 133 nakupov na spletnem mestu, 559 prenosov mobilne aplikacije ter 87.449 ogledov video vsebin.

Oglaševanje na Twitterju je potekalo v več ločenih kampanjah skozi celotno leto. Med njimi je bil tudi zakup oglasnega prostora v okviru kampanje Meet the Dragon and Taste Ljubljana. Skozi plačane objave smo pridobili skupaj 520 novih sledilcev, pridobili 164.844 ogledov videov ter realizirali 26.680 ostalih interakcij (retviti, všečki, odgovori, kliki na povezave, prijave na e-novice).

Oglaševanje na Facebooku: Facebook je zasebno podjetje, zato vse bolj zahteva oglaševanja in promoviranje objav, da jih privrženci lahko vidijo. Doseg je bil letos (še bolj kot lani) odvisen od oglaševanja in nima več tolikšne zveze s kakovostjo in priljubljenostjo objav, kot jo je imel nekoč. Poleg pridobivanja privržencev je bilo oglaševanje usmerjeno tudi v povečevanje dosega naših objav, poskusno pa tudi v povečanje obiska našega spletnega mesta, a smo tisti del kampanje kmalu zaustavili, saj se nam ni zdel učinkovit. Glavni cilj kampanje v letu 2016, pridobiti 12.000 novih privržencev, je bil presežen. Pridobili smo jih nekaj več kot 18.000 in oglaševanje v terminu od 21.5. do 21.12. zaključili z 121.492 privrženci strani.

Družbena omrežja

V 2016 je bil naš nastop na družbenih omrežjih zelo uspešen. Ljubljana je bila tudi sicer odlično pokrita s strani tako vplivnih globalnih medijev kot tudi vrste odmevnih blogov. Za razliko od preteklih let, ko smo gradili prisotnost razpršeno, na kar devetih platformah, smo se v letu 2016 osredotočili predvsem na tri najmočnejše, Facebook, Twitter in Instagram.

Na Facebooku redno objavljamo aktualne in zanimive vsebine, ki jih uporabniki prepoznavajo kot kakovostne. Svojo aktivnost podpiramo z oglasi in s promoviranjem objav, veliko pozornosti pa posvečamo tudi odgovarjanju na zasebna sporočila, kamor prejemamo vprašanja obiskovalcev, ki so pogosto zelo konkretna in zahtevna. Dosegli smo število 121.492 privržencev. Poleg števila privržencev sproti merimo tudi kakovost odzivov na objave oz. t.i. stopnjo vpletenosti. Številni članki navajajo, da je povprečna stopnja vpletenosti okoli 1 % in če presega % je to že dobra stopnja vpletenosti. Facebook stran Visit Ljubljana ima odlično stopnjo vpletenosti - običajno objave dosegajo 5 - 6%, res redko pa se stopnja vpletenosti spusti pod 3%.

Na Twitterju smo na angleškem profilu @VisitLjubljana pridobili 4.888 novih sledilcev in leto zaključili s 15.990 sledilci. Oglaševanje je močno vplivalo na prirast in četudi kasneje nismo oglaševali, je bila rast odlična. Največ objav je uredništvo objavilo maja in junija – maja so bili v Ljubljani blogerji Travel Dudes, v juniju pa so objavili večino zapisov. Največ omemb smo imeli v

času sezone. Uredništvo je prejelo številne pohvale s strani uporabnikov, na festivalu vsebinskega marketinga POMP pa smo prejeli posebno pohvalo žirije.

Tudi v 2016 je bil slovenski profil @TurizemLJ ključna povezava za Ljubljano na Twitterju. Na naše uredništvo so se obračali uporabniki s številnimi pripombami in pohvalami, četudi Turizem Ljubljana ni povezan z njimi. Skozi vse leto je število sledilcev raslo. Realno število pa se giblje od 60 do 80 novih sledilcev na mesec. Leto smo zaključili z 2.519 sledilci.

Instagram: V 2016 je uredništvo sledilo zastavljenemu cilju in dnevno objavljalo zanimive in lepe fotografije iz Ljubljane. Uredništvu ni nič potrebno spodbujati uporabnikov, naj objavljajo fotografije Ljubljane in uporabljajo hashtag #visitljubljana, ker to že počnejo. Glede na lansko leto je bilo manj interakcij z uporabniki (npr. komentarji, lajki). Rezultati so se zaradi nenehne rasti sledilcev in enakomernega večanja popularnosti izboljševali. V zadnjem letu je Instagram profil @VisitLjubljana brez oglaševanja pridobil kar 7.760 sledilcev. Ob koncu leta smo imeli 2,4-krat več sledilcev kot na začetku leta! Rekordna sta bila meseca december in marec, ko je profil @VisitLjubljana pridobil največ sledilcev.

Kampanja z blogerji Travel Dudes

Med 24. in 31.5. smo organizirali obisk mednarodno priznane skupine potovalnih blogerjev Travel Dudes. Kampanja, ki je bila med drugim na turistični borzi WTM London predstavljena kot primer dobre prakse, je širši mednarodni javnosti zelo uspešno predstavila še neodkrite turistične cilje in doživetja v regiji Osrednja Slovenija. Blogerji Travel Dudes, ki so trajnostno ozaveščeni in naravnani k raziskovanju in avanturam, so bili navdušeni nad vsem, kar so videli in doživeli. Rezultati so bili temu ustrezno impresivni:

Bogate in verodostojne vsebine z odličnim globalnim dosegom:

- 26 blog objav - nasveti in članki na blogu www.TravelDudes.org
- 67 fotografij na FB strani (123K sledilcev)
- 15 fotografij na Instagramu (41.3K sledilcev)
- 6 video posnetkov na YouTube in na FB strani
- 59 tweetov v času kampanje na profilu @TravelDudes (249K naročnikov)
- 100+ tweetov po kampanji na profilu @TravelDudes (249K naročnikov)

Interakcija z vsebinami je bila izjemna:

- Ogledi: 524,086 (Twitter, Facebook)
- Interakcije na objavah (všečki, komentarji, deljenja, retviti ...): 70.769 (Twitter, Facebook, Instagram)
- kliki na članke: 50.879 (Facebook)
- ogledi video vsebin: 37.882

Ocenjena vrednost spletnih interakcij: 522.254 €

Kampanja Meet the Dragon and Taste Ljubljana

19. in 26.8. smo v sodelovanju z Odprto kuhno izvedli kampanjo s tem imenom. Osnova kampanje sta bila stojnica s kuponi za brezplačno pokušino jedi iz projekta Okusi Ljubljane ter naša maskota Zmajček, s katero so se obiskovalci lahko slikali. V primeru, da so svojo fotografijo ali video objavili na enem od družbenih omrežij (Twitter, Facebook, Instagram) s hashtagom #TasteLjubljana, so na stojnici Turizma Ljubljana prejeli kupon. Kampanjo smo podprli z objavami na vseh treh zgoraj omenjenih družbenih omrežjih. Na Facebooku in Twitterju je šlo tudi za plačane objave, s katerimi smo lahko dosegli večje število ljudi. Kampanja, ki je bila hkrati digitalna (online), a je vseeno povsem temeljila na interakciji z ljudmi na terenu (offline), je dobro uspela in jo nameravamo v prihodnosti še kdaj ponoviti.

1.5. Nastanek morebitnih nedopustnih in nepričakovanih posledic pri izvajanju programa

Tovrstnih posledic pri izvajanju programa nismo zaznali.

1.6. Ocena uspeha pri doseganju zastavljenih ciljev v primerjavi z doseženimi cilji iz preteklega leta

Primerjava rezultatov v 2016 z rezultati, ki smo jih dosegli v 2015 in planom 2016, pokaže naslednje:

	real. 2015	real. 2016	Indeks 1
Število prihodov:	655.846	704.970*	107
Število nočitev:	1.186.191	1.304.194	109
Število obiskovalcev v TIC	313.875	371.209	118

*OPOMBA: za 2016 navajamo začasne podatke, ki niso uradni. SURS uradne podatke posreduje šele v mesecu marcu.

V 2016 se je število obiskovalcev, ki so v Ljubljani prespali (=prihodi), v primerjavi z letom 2015 povečalo za 7 odstotkov. Število nočitev je bilo glede na leto 2015 višje za 9 odstotkov. Za 18 odstotkov se je povečal obisk v naših turističnih informacijskih centrih.

1.7. Ocena gospodarnosti in učinkovitosti poslovanja glede na opredeljene standarde in merila z ukrepi za izboljšanje učinkovitosti in kakovosti poslovanja

Posebni standardov in meril, po katerih bi lahko spremljali gospodarnost in učinkovitost svojega poslovanja, v Turizmu Ljubljana nimamo.

V 2016 smo revidirali številne pogodbe in z vsemi izvajalci izvedli pogajanja o opravljanju storitev in cenah. Tako smo znižali in optimizirali stroške delovanja na sledečih področjih: dobava računalniške opreme, nakup mobilnih telefonov, vzdrževanje računalniške in IT opreme in prenosa internetnih podatkov. Največji prihranek smo dosegli po pogajanjih za izvedbo javnega naročila »Storitve prevajanja Turizma Ljubljana«, v okviru katerega so se cene storitev znižale za približno 40 odstotkov, pri tem pa se kakovost storitve ni znižala. Pogajali smo se tudi v ostalih postopkih javnega naročanja in s tem dosegli večjo gospodarnost poslovanja s sredstvi zavoda.

1.8. Pojasnila na področjih, na katerih zastavljeni cilji niso bili doseženi

Dosegli smo vse zastavljene cilje, zato pojasnila niso potrebna.

1.9. Ocena učinkov poslovanja Turizma Ljubljana na druga področja

Ocenjujemo, da so učinki našega dela na druga področja pozitivni. Merimo turistični obisk Ljubljane, ki ga lokalni prebivalci zaznavajo, vendar ne opredeljujejo kot motečega. Iz ankete o meščanih in njihovem zadovoljstvu s turizmom, ki smo jo izvedli v letu 2016, ter povratne komunikacije na družabnih medijih izhaja, da je turizem v okvirih, ki je za prebivalke in prebivalce Ljubljane sprejemljiv. Strategija, ki ji sledimo pri vsakdanjem delu, je trajnostno usmerjena tudi pri odnosu do lokalnega prebivalstva, ki je eden naših najpomembnejših deležnikov. Prireditve usmerjamo tudi izven strogega mestnega jedra, snujemo doživljajsko ponudbo in nenehno osvežujemo ponudbo izletov, ki tuje goste odpeljejo v regijo in druge konce Slovenije, nočitve pa še vedno realizirajo v Ljubljani.

Glavna komunikacijska sporočila v 2016 so bila povezana s trajnostno usmerjenostjo, Zeleno prestolnico Evrope 2016, osvojeno nagrado Zlato jabolko s strani Svetovnega združenja turističnih novinarjev in piscev FIJET in številnimi omembami priznanih tujih medijih kot so Independent, The Guardian, Rough guides. Poleg tega je bila Ljubljana lansko leto ponovno uvrščena na lestvico 100 najbolj trajnostnih destinacij na svetu po mnenju mednarodne organizacije Green Destinations, nagrajena pa je bila tudi s strani domače strokovne javnosti – na prireditvi Moja dežela lepa in gostoljubna, kjer je Ljubljana osvojila dve priznanji in sicer v kategoriji večjih mest in najlepše urejenih mestnih jeder.

Kampanja popotniških bloggerjev Travel Dudes, ki so Ljubljano obiskali med 24. in 31. majem, je širši mednarodni javnosti zelo uspešno predstavila še neodkrите turistične cilje in doživetja v regiji Osrednja Slovenija. To smo izvedli v skladu s strateškim ciljem spodbujanja obiskovalcev k odkrivanju ponudbe izven centra Ljubljane in bolj trajnostne razporeditve turističnih tokov. Tovrsten učinkovit promocijski pospešek obenem deluje tudi kot spodbuda turističnim ponudnikom k nadaljnjemu razvoju ponudbe destinacij kot so Velika Planina, Ljubljansko barje itd. Vse bolj živahno delovanje turističnega gospodarstva na terenu kaže, da so naša tovrstna prizadevanja, med katera sodi tudi omenjena kampanja, uspešna tudi v tej smeri.

V Ljubljani prepoznavamo tudi pomen mednarodnih športnih dogodkov, zato smo v letu 2016 pristopili k oblikovanju sistema financiranja in promocije tovrstnih dogodkov, ki podaljšujejo dobo bivanja, večajo prepoznavnost, obisk in potrošnjo v mestu.

Turizem Ljubljana je zaradi učinkov svojega delovanja tudi partner v širšem smislu – povezujemo turistično gospodarstvo v Ljubljani in regiji, se povezujemo s kulturnimi ustanovami tako na mestnem, kot državnem nivoju (zelo različnih profilov, kot npr. s Kinodvorom, Festivalom Ljubljana, Botaničnim vrtom). Kot primer dobre praks nas povzema Direktorat za turizem in internacionalizacijo, nacionalna turistična organizacija in ostala turistična središča Slovenije.

V letu 2016 je bila izdelana tudi Regijska turistična strategija, ki izhaja iz dosedanjih temeljev in se nadgrajuje na tistih področjih, kjer se je pokazalo, da potrebujemo spodbudo oziroma nadaljnji razvoj. Med vsebinskimi poudarki nove strategije so: razvojno produktno delo in ukrepi za pospeševanje oblikovanja prodajnih programov, trajnostni razvoj, trajnostna mobilnost, spodbujanje inovativnosti ter krepitev razvojne in trženjske (coaching) podpore lokalnim skupnostim pri razvoju in trženju lokalne turistične ponudbe. Naša cilj do 2022 je, da regija Osrednja Slovenija postane najbolj povezana in inovativna zelena turistična regija v Sloveniji, kjer se turisti zadržijo dlje in potrošijo več.

1.10. Uresničevanje srednjeročnega plana po Strateški usmeritvi razvoja in trženja turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2014 – 2020

Ljubljana bo do leta 2020 na mednarodnem trgu prepoznana kot doživljajsko bogata evropska mestna turistična destinacija, mesto za aktivna in romantična doživetja in poslovna srečanja skozi vse leto. Ljubljana bo ostala mesto z visoko kakovostjo bivanja in prijetno atmosfero za vse njene prebivalce, obiskovalce in turiste. Zapisano vizijo uresničujemo s strateškimi cilji in ukrepi, ki smo si jih zadali v strateškem dokumentu Strategija razvoja in trženja turistične destinacije Ljubljana za obdobje 2014-2020.

Pri pregledu ciljev za srednjeročni plan ugotavljamo, da so določeni cilji že doseženi oz. preseženi, drugi še ne.

Izhodiščni in ciljni podatki, navedeni v strategiji, so sledeči:

- turistična destinacija Ljubljana izhodiščni podatki 2012:
število turistov: 456.659, število nočitev: 851.386, povprečna doba bivanja: 1,9 dneva
- turistična destinacija Ljubljana realizacija 2015:
število turistov: 655.846, število nočitev: 1.186.191, povprečna doba bivanja: 1,8 dneva
- turistična destinacija Ljubljana plan 2020:
število turistov: 604.237, število nočitev: 1.257.885, povprečna doba bivanja: 2,08 dneva

Kvantitativni cilji, ki smo si jih zastavili so:

- rast števila nočitev za 5 % povprečno letno; cilj presegamo glede na plan, saj je bilo konec 2015 že 1.186.191 nočitev.
- rast števila turistov za 3,5 % povprečno letno; cilj presegamo glede na plan, saj je bilo konec 2015 že 655.846 prihodov.
- rast povprečne dobe bivanja 1,5 % povprečno letno; cilj ne dosegamo. To je eden naših večjih izzivov do leta 2020, saj je konec 2015 znašala 1,8 dni, kar je manj kot leta 2012, 2013 in 2014, ko smo imeli 1,9 dni.
- povprečna letna zasedenost sob v hotelih nad 60 % (v celotnem strateškem obdobju naj povprečna letna zasedenost sob v hotelih znaša vsaj 60 %); cilj dosegamo. Leta 2015 smo že dosegli 59.6 %

Kvalitativna cilja, ki smo si ju zastavili sta:

- povečanje konkurenčnosti skozi novo vrednost za turista; cilj dosegamo, saj se na destinaciji povezujemo z lokalnimi ponudniki s ciljem obiskovalcu narediti nepozabno lokalno doživetje v Ljubljani in regiji
- povečanje mednarodne prepoznavnosti destinacije v skladu z identiteto turistične destinacije Ljubljane (Ljubljana – Zelena prestolnica Evrope 2016, preko mednarodnih športnih tekmovanj in na ostalih promocijskih nastopih v tujini, preko družbenih omrežij in digitalnega marketinga); cilj dosegamo

Pri pregledu akcijskega načrta strategije 2014-2020 in realiziranih ukrepov, ugotavljamo, da že izvajamo veliko večino ukrepov. Ostajajo nam izzivi do leta 2020, med katerimi je naš ključni izziv v povečanju donosa obstoječih obiskovalcev in sicer:

- prvi izziv vseh deležnikov v destinaciji je, da še naprej povečujemo zasedenost, s poudarkom na krepitvi izven sezonskih mesecev. Na tem področju tako trendi v mestih kot rezultati Ljubljane kažejo nadpovprečno rast obiska v izven sezonskih mesecih, v počitniškem segmentu (mestni oddih). V Ljubljani beležimo rekorde, ki so veljali zgolj za klasične sezonske mesece – samo v novoletni noči je bilo na primer v ljubljanskih hotelih realiziranih rekordnih skoraj 5.900 nočitev, kar pomeni zasedenost 98,2 odstotka, v TIC-u smo imeli zadnje dni decembra skoraj 2.000 obiskovalcev dnevno, na ljubljanskem gradu pa so na eno decembrsko soboto v prvi tretjini decembra zabeležili rekordno število prepeljanih potnikov s tirno vzpenjačo (3.080). Januarja smo beležili 20 odstotno rast nočitev.
- Drugi izziv je, da skupaj s ponudniki delamo na povečevanju kakovosti ponudbe in izkušnje.
- Tretji izziv je podaljševanje povprečne dobe bivanja v Ljubljani – ki ga naslavljamo z aktivnostmi za povečevanje pestrosti in privlačnosti doživetij, s katerimi bi turista v Ljubljani zadržali dlje, ob tem pa bi potrošil tudi več za dodatno ponudbo (od hrane in pijače, nakupovanja, spominkov, izletov po regiji in Sloveniji do dodatnih aktivnosti).

Predstavljene izzive naslavljamo s krepitvijo kakovosti in raznolikosti ponudbe v Ljubljani. Turistu želimo ponuditi več razlogov, da bo v prestolnici bival dlje. V okviru regijskih aktivnosti razvijamo

doživetja in produkte v zaledju Ljubljane, pri čemer poudarek dajemo njihovemu organiziranemu izvajanju, ki omogoča preprost nakup in dostop. Zadnja leta smo skupaj s partnerji oblikovali tudi izredno raznolik in stalen nabor izletov po Sloveniji, med katerimi lahko turist izbira vse leto.

V Ljubljani razvijamo raznolika doživetja – ob klasičnih ogledih tudi doživljajska vodenja in različne tematske načine spoznavanja prestolnice (voden ogled v obliki jogginga ali nordijske hoje, kulinarčne ture, čebelja pot in podobno). Razveseljuje nas tudi zelo pozitivni trend ustvarjanja novih doživetij pri obstoječih in novih turističnih ponudnikih.

Prizadevamo si širiti aktivnosti iz mestnega središča, tudi na trenutno še manj obiskana območja, kar je mogoče zgolj z vzporednim delom na ureditvi infrastrukture (na kateri uspešno dela Mestna občina Ljubljana) in razvoju vsebin. Nedavna raziskava med tujimi turisti v Ljubljani v 2016 je pokazala smer gibanja turistov po centru. Zato si prizadevamo širiti prireditve izven mestnega središča, kar usmerjamo tudi s kriteriji v okviru razpisov za sofinanciranje turističnih prireditev v Ljubljani. Prizadevamo si za oblikovanje infrastrukture, ki turista popeljejo izven starega dela mesta – kolesarske steze, tematske poti in drugo. Med zadnjimi tovrstnimi produkti je na primer ogled S kolesom po Plečnikovi Ljubljani, ki obiskovalca popelje tudi za Bežigrad in v Šiško.

Pomemben del naših aktivnosti je tudi aktivnejše delo na področju kulturnega turizma. Sodobni turist si namreč želi vedno bolj intenzivno in avtentično lokalno izkušnjo, ki je v največji meri zaznamovana prav s kulturo destinacije. Kot kažejo naše raziskave, je več namenskih kulturnih turistov v Ljubljani v jesenskem času.

Temeljna platforma za vse naše aktivnosti ostaja zaveza trajnostnemu razvoju mesta in turizma, ki jo pri Turizmu Ljubljana partnersko uresničujemo z Mestno občino Ljubljana – dokaz, da smo na pravi poti, je poleg številnih mednarodnih nagrad tudi naziv Ljubljana – Zelena prestolnica Evrope 2016, ki ni zgolj naziv, ampak naša stalna zaveza.

Najbolj ključni in temeljni del upravljanja obiska je zavedanje, da turizem ne sme negativno vplivati na družbeno okolje – in še posebej na prebivalstvo. Rezultati nedavne raziskave evropskega statističnega urada Eurostat o zadovoljstvu z življenjem v evropskih mestih za leto 2015 kažejo, da je kar 92 odstotkov meščank in meščanov Ljubljane zadovoljnih z življenjem v našem mestu, kar naše mesto uvršča med prvo deseterico evropskih prestolnic. Prav tako je nedavna raziskava zadovoljstva meščanov, ki smo jo izvedli v sodelovanju s podjetjem Valicon d.o.o., pokazala, da je več kot 90 odstotkov anketiranih meščanov z dogajanjem v mestu in razvojem turizma zadovoljnih.

II/ 2. OBRAZLOŽITEV IZVAJANJA NAČRTA RAZVOJNIH PROGRAMOV V 2016

Turizem Ljubljana je imel v 2016 v načrtu razvojnih programov projekt REGIONALNA DESTINACIJSKA ORGANIZACIJA (RDO) – LJUBLJANA-OSREDNJA SLOVENIJA. Projekt se financira iz naslednjih virov: sredstva 25 občin v okviru LUR v skupni višini 37.834,02 EUR, namenska sredstva turistične takse v višini 50.000,00 EUR in namenska sredstva koncesijskih dajatev od posebnih iger na srečo v višini 54.000,00 EUR.

3. NRP 429 – REGIONALNA DESTINACIJSKA ORGANIZACIJA (RDO) – LJUBLJANA-OSREDNJA SLOVENIJA

CILJ: Nadgradnja trženjskega modela RDO Ljubljana-Osrednja Slovenija, ki temelji na sodelovanju in iskanju sinergij med Ljubljano in 25. občinami tako, da:

- Ljubljana bolje izkoristi privlačno ponudbo v njenem zaledju in s konkretnimi turističnimi programi spodbuja in usmerja obiskovalce Ljubljane v odkrivanje regije;

- zaledje Ljubljane (posamezni turistični kraji, ponudniki oz. destinacije) s skupnim trženjem v sodelovanju z Ljubljano lažje, hitreje, z manj vlaganji in z večjimi učinki dosega prepoznavnost in prodajo na mednarodnem turističnem trgu, kjer samostojno ne bi bilo konkurenčno in privlačno.

NAMEN: Izvajanje aktivnosti RDO Ljubljana-Osrednja Slovenija znotraj treh funkcij (promocijska, razvojna in operativna funkcija) **po potrjenemu planu aktivnosti 2016** v skladu s Strategijo razvoja in trženja turizma za regijo Osrednja Slovenija 2012-2016.

NAČRTOVANA SREDSTVA V 2016: skupaj 141.834,02 EUR, od tega: **104.000 EUR Turizem Ljubljana** in 37.834,02 EUR občine v LUR (razen Ljubljane).

REALIZACIJA: 141.834,02 EUR, od tega **104.000 EUR Turizem Ljubljana**.

Za izvedbo aktivnosti regionalne turistične destinacije Osrednja Slovenija so v letu 2016 občine (brez Ljubljane) iz regije prispevale 37.834,02 EUR, namenska sredstva Turizma Ljubljana pa so znašala 104.000,00 EUR, od tega namenska sredstva turistične takse v višini 50.000,00 EUR in namenska sredstva koncesijskih dajatev od posebnih iger na srečo v višini 54.000,00 EUR.

V skladu s tem smo v 2016 predvideli aktivnosti znotraj treh funkcij v skupni vrednosti 141.834,02 EUR bruto, in sicer:

- Promocijska funkcija: 87.834,02 EUR
- Razvojna funkcija: 38.000,00 EUR
- Operativna funkcija: 16.000 EUR

Predvidene aktivnosti za leto 2016 so bile v celoti realizirane.

Struktura porabe sredstev:

- **promocijska funkcija:** 87.834,02 EUR bruto (**od tega 50.000 Turizem Ljubljana, namenska sredstva turistične takse**) zajema izvedbo regijskega nastopa na domačem sejmu Natour Alpe Adria in promocijskih dogodkih v tujini, študijske ture po regiji za novinarje in blogerje, oblikovanje in tisk promocijskih gradiv ter izvedbo oglaševalske akcije v tujih medijih.
- **razvojna funkcija:** 39.311,50 EUR bruto (**namenska sredstva koncesijskih dajatev od posebnih iger na srečo**) zajema zagon pilotnega projekta »zelene nabavne verige« in nadgradnjo obstoječe strategije (2012-2016), ki se je 2016 leta iztekla in naredili smo nov strateški dokument Strategija razvoja in trženja turizma za regijo Osrednja Slovenija 2017-2022.
- **operativna funkcija:** 14.688,50 EUR bruto (**namenska sredstva koncesijskih dajatev od posebnih iger na srečo**) zajema razvoj in oblikovanje integralnih turističnih proizvodov na lokalni ravni in njihovo vključevanje v regijske, izobraževanje lokalnih turističnih ponudnikov v regijskih občinah ter povezovanje lokalne turistične ponudbe s ciljem pripeljati produkte do tujih turistov.

II./ 3. OBRAZLOŽITVE REALIZACIJE PRIHODKOV IN ODHODKOV ODLOKA O PRORAČUNU MOL ZA 2016

3.1 Obrazložitev prihodkov, ki so bili realizirani v letu 2016

Javni zavod Turizem Ljubljana je v 2016 realiziral naslednje prihodke po virih:

- iz naslova proračuna: 1.008.797,86 EUR (načrtovano: 1.039.504 EUR);
- iz naslova namenskih sredstev koncesijskih dajatev od posebnih iger na srečo: 621.004,35 EUR (načrtovano: 800.000,00 EUR);
- iz naslova namenskih sredstev turistične takse: 901.921,57 EUR (načrtovano: 925.500 EUR).

Prihodke iz proračuna MOL smo s proračunom načrtovali v višini 2.765.004 EUR, realizacija pa je znašala za 8,44 % manj in sicer 2.531.723,78 EUR (I=91,56).

3.2 Pojasnilo večjih odstopanj med planiranimi in realiziranimi prihodki v 2016

Večjih odstopanj med planiranimi in realiziranimi prihodki v letu 2016 ni bilo.

Poročilo o realizaciji finančnega načrta javnega zavoda Turizem Ljubljana za 2016

Proračunska sredstva

Javni zavod Turizem Ljubljana je za 2016 iz proračuna MOL načrtoval sredstva v višini **1.039.504 EUR**, in prejel skupaj **1.008.797,86 EUR** proračunskih sredstev:

- za plače in druge izdatke zaposlenim: 653.575,27 EUR (plan: 680.755 EUR)
- za prispevke delodajalca: 103.014,57 EUR (plan: 104.700 EUR)
- za blago in storitve: 250.478,00 EUR (plan: 250.478 EUR)
- za premije kolektivnega dodatnega pokojninskega zavarovanja: 1.730,02 EUR (plan: 3.571 EUR)

Poraba (podatki so iz glavne knjige zavoda) proračunskih sredstev za stroške dela in delovanje zavoda je znašala **1.028.289,64 EUR**:

- za plače in druge izdatke zaposlenim: 653.391,50 EUR
- za prispevke delodajalca: 102.979,98 EUR
- za blago in storitve: 270.204,41 EUR
- za premije kolektivnega dodatnega pokojninskega zavarovanja: 1.713,75 EUR

Namenska sredstva koncesijskih dajatev od posebnih iger na srečo so bila s proračunom načrtovana v višini **800.000 EUR**. Turizem Ljubljana je iz tega naslova prejel **621.004,35 EUR**, poraba sredstev pa je znašala **762.663,36 EUR** (podatki iz glavne knjige) in je razvidna iz specifikacije v nadaljevanju. Razlika med prejetimi sredstvi in porabo znaša 141.532,99 EUR.

Do razlike med višino prejetih in porabljenih sredstev prihaja vsako leto zaradi časovnega zamika med prejetimi in s strani ustanovitelja refundiranimi računi, ki bremenijo proračun tekočega leta. Poleg tega smo v letu 2016 prejeli refundirana sredstva po pogodbi za leto 2015 v višini 129.094,19 EUR, zahtevki po pogodbi za leto 2016 v višini 178.995,65 EUR pa bodo plačani v letu 2017.

Poraba prejetih sredstev koncesijskih dajatev v 2016 je bila naslednja:

- dopolnjevanje projekta turistične signalizacije (8.323,42 EUR)
- odhodki, vezani na izvedbo akcije Za lepšo Ljubljano 2016 (39.076,70 EUR)
- odhodki, vezani na informacijsko infrastrukturo TDL (195.673,83 EUR)
- odhodki, vezani na investicije v javno turistično infrastrukturo in inovativno turistično ponudbo (143.693,47 EUR)
- odhodki, vezani na razvoj novih turističnih produktov (43.864,30 EUR)
- ugotavljanje in sprotno odpravljanje prezrtih problematičnih detajlov v Ljubljani, ki nam niso v ponos (45.489,64 EUR)
- odhodki, vezani na implementacijo blagovnih znamk (56.902,64 EUR)
- odhodki, vezani na razvojne projekte in raziskave (56.308,54 EUR)
- odhodki, vezani na oživitev dogajanj na Kongresnem trgu (28.000,00 EUR)
- odhodki, vezani na organizacijo in izvedbo razstav v Tivoliju in na Krakovskem nasipu (36.312,68 EUR)
- odhodki, vezani na vzpostavitev turistične infrastrukture za OI Ljubljana partner (13.662,15 EUR)

- Ljubljanska kakovost/Ljubljana Quality (41.355,99 EUR)
- razvojne aktivnosti RDO Ljubljana-Osrednja Slovenija – NRP 429 (39.311,50 EUR)
- operativne aktivnosti RDO Ljubljana-Osrednja Slovenija – NRP 429 (14.688,50 EUR)

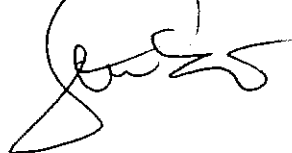
Namenska sredstva turistične takse so bila s proračunom načrtovana v višini **925.500 EUR**. Turizem Ljubljana je iz tega naslova prejel **901.921,57 EUR**. Sredstva turistične takse so namenska sredstva, ki jih Turizem Ljubljana usmerja v promocijo in pospeševanje prodaje. Poraba je znašala **905.291,19 EUR** (podatki iz glavne knjige). Razlika med prejetimi in porabljenimi sredstvi znaša 20.208,81 EUR.

Tudi pri namenskih sredstvih turistične takse prihaja do časovnega zamika med prejetimi in s strani ustanovitelja refundiranimi računi, ki bremenijo proračun tekočega leta. Poleg tega bodo zahtevki po pogodbi za leto 2016 v višini 23.578,43 EUR s strani ustanovitelja plačani v letu 2017.

Poraba sredstev turistične takse v 2016 je bila naslednja:

- sofinanciranje turističnih prireditev na javnih površinah v MOL (161.069,78 EUR)
- sofinanciranje programov turističnih društev na območju MOL (49.320,00 EUR)
- založniške in tiskarske storitve (151.738,30 EUR)
- promocija na turističnih sejmih in borzah (97.429,27 EUR)
- kongresna dejavnost in promocija na kongresnih borzah (157.809,40 EUR)
- partnerske aktivnosti (31.496,52 EUR)
- oglaševanje (45.212,18 EUR)
- odnosi z javnostmi (74.077,90 EUR)
- članarine v mednarodnih organizacijah in združenjih (7.900,09 EUR)
- sodelovanje v mednarodnih projektih in organizacijah (12.619,42 EUR)
- sodelovanje in promocija pri športnih dogodkih (17.958,93 EUR)
- nastopi Ljubljanskega zmajčka (8.290,28 EUR)
- spletno oglaševanje (32.980,92 EUR)
- promocijski artikli (7.388,20 EUR)
- promocijske aktivnosti RDO Ljubljana-Osrednja Slovenija (50.000,00 EUR)

Turizem Ljubljana
mag. Petra Stušek,
direktorica




PPP/GPR/PPR	Postavka	Konto	Naziv postavke	proračun	realizacija	Indeks 1
				2016	31.12.2016	
				1	2	3=2/1*100
TURIZEM						
14	GOSPODARSTVO			2.765.004	2.531.724	91,56
	1403	Promocija Slovenije, razvoj turizma in gostinstva		2.765.004	2.531.724	91,56
	14039002	Spodbujanje razvoja turizma in gostinstva		2.765.004	2.531.724	91,56
	47301	Javni zavod Turizem Ljubljana		1.039.504	1.008.798	97,05
	4133	0	Tekoči transferi v javne zavode - sredstva za plače in druge izdatke zaposlenim	680.755	653.575	96,01
	4133	1	Tekoči transferi v javne zavode - sredstva za prispevke delodajalcev	104.700	103.015	98,39
	4133	2	Tekoči transferi v javne zavode - za izdatke za blago in storitve	250.478	250.478	100,00
	4133	10	Tekoči transferi v javne zavode - za premije kolektivnega dodatnega pokojninskega zavarovanja	3.571	1.730	48,45
	47304	Koncesijske dajatve od posebnih iger na srečo-Spodbujanje razvoja turistične Infrastrukture-namenska		800.000	621.004	77,63
	4133	2	Tekoči transferi v javne zavode - za izdatke za blago in storitve	800.000	621.004	77,63
	47312	Sredstva turistične takse za pospeševanje turizma- namenska		925.500	901.922	97,45
	4133	2	Tekoči transferi v javne zavode - za izdatke za blago in storitve	925.500	901.922	97,45
SKUPAJ TURIZEM				2.765.004	2.531.724	91,56

RAČUNOVODSKO POROČILO

1. ZAKONODAJA, KI JE BILA UPOŠTEVANA PRI VODENJU POSLOVNIH KNJIG

- Slovenski računovodski standardi
- Zakon o javnih financah
- Zakon o računovodstvu
- Pravilnik o vodenju registra neposrednih in posrednih uporabnikov državnega in občinskih proračunov

2. POJASNILA K POSTAVKAM BILANCE STANJA

Sredstva

- Dolgoročna sredstva in sredstva v upravljanju
- Kratkoročna sredstva in kratkoročne časovne razmejitve

Obveznosti do virov sredstev

- Kratkoročne obveznosti in pasivne časovne razmejitve
- Lastni viri in dolgoročne obveznosti

3. POJASNILA K IZKAZOM PRIHODKOV IN ODHODKOV

4. PREDLOG RAZPOREDITVE UGOTOVLJENEGA POSLOVNEGA IZIDA ZA LETO 2016

RAČUNOVODSKO POROČILO

RAČUNOVODSKO POROČILO VSEBUJE NASLEDNJE PRILOGE:

IZKAZE TER PRILOGE za določene uporabnike in sicer:

- a. bilanco stanja
- b. izkaz stanja in gibanja neopredmetenih dolgoročnih in opredmetenih osnovnih sredstev
- c. izkaz stanja in gibanja dolgoročnih finančnih naložb in posojil
- d. izkaz prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov
- e. izkaz prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov po načelu denarnega toka
- f. izkaz računa finančnih terjatev in naložb določenih uporabnikov
- g. izkaz računa financiranja določenih uporabnikov
- h. izkaz prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov po vrstah dejavnosti

POJASNILA

k računovodskim izkazom vsebujejo naslednje sklope:

Pojasnila k postavkam **BILANCE STANJA** ter postavkam njegovih obveznih prilog:

- Pregled stanja in gibanja neopredmetenih dolgoročnih sredstev in opredmetenih osnovnih sredstev
- Pregled stanja in gibanja dolgoročnih kapitalskih naložb in posojil.

Pojasnila k postavkam **IZKAZA PRIHODKOV IN ODHODKOV** določenih uporabnikov ter k postavkam njegovih obveznih prilog:

- Pojasnila k postavkam **IZKAZA PRIHODKOV IN ODHODKOV DOLOČENIH UPORABNIKOV PO NAČELU FAKTURIRANE REALIZACIJE**
- Pojasnila k postavkam **IZKAZA PRIHODKOV IN ODHODKOV DOLOČENIH UPORABNIKOV PO NAČELU DENARNEGA TOKA**
- Pojasnila k **IZKAZU RAČUNA FINANČNIH TERJATEV IN NALOŽB DOLOČENIH UPORABNIKOV**
- Pojasnila k **IZKAZU RAČUNA FINANCIRANJA DOLOČENIH UPORABNIKOV**
- Pojasnila k **IZKAZU PRIHODKOV IN ODHODKOV DOLOČENIH UPORABNIKOV PO VRSTAH DEJAVNOSTI**

1. ZAKONODAJA, KI JE BILA UPOŠTEVANA PRI VODENJU POSLOVNIH KNJIG

Poslovne knjige so vodene v skladu z Zakonom o računovodstvu, Zakonom o javnih financah ter Slovenskimi računovodskimi standardi (SRS). Kontni plan je razdeljen na način, ki ga je za določene uporabnike proračunskih sredstev predlagal Slovenski inštitut za revizijo.

Slovenski računovodski standardi

Pri izdelavi izkazov smo upoštevali SRS 34 – Računovodske rešitve v nepridobitnih organizacijah – pravnih osebah zasebnega prava. SRS 34 ureja tiste posebnosti pri vrednotenju in izkazovanju sredstev in obveznosti do njihovih virov ter merjenju in izkazovanju odhodkov, prihodkov ter poslovnega in finančnega izida, ki so značilne tako za javne, kot za zasebne zavode. Pri odločanju o zadevah, za katere nismo našli pojasnil v navedenem standardu, smo poiskali rešitve v ostalih računovodskih standardih.

Zakon o javnih financah

Zakon o javnih financah se s svojimi določili o sestavi, pripravi in izvrševanju proračuna Republike Slovenije (v nadaljnjem besedilu: državni proračun) in proračunov lokalnih samoupravnih skupnosti (v nadaljnjem besedilu: občinski proračuni), upravljanju s premoženjem države in občin, zadolževanju države oziroma občin, poroštvu države oziroma občin, upravljanju njihovih dolgov, računovodstvu in proračunskemu nadzoru, nanaša tudi na neposredne uporabnike občinskega proračuna. Zakon o javnih financah določa tudi pravila, ki se uporabljajo za javne sklade, javne zavode in agencije pri sestavi in predložitvi finančnih načrtov, upravljanju z denarnimi sredstvi, zadolževanju, dajanju poroštev, računovodstvu, predložitvi letnih poročil in proračunskemu nadzoru. Javni zavod Turizem Ljubljana je javni zavod, kar pomeni, da mora slediti določbam Zakona o javnih financah.

Zakon o računovodstvu

Sledili smo določbam 13. člena Zakona o računovodstvu, kjer je zapisano, da proračun, proračunski uporabniki in pravne osebe javnega prava pri vodenju poslovnih knjig upoštevajo enotni kontni načrt, ki ga predpiše minister, pristojen za finance, pravne osebe zasebnega prava pa kontni okvir, ki ga predpiše Slovenski inštitut za revizijo.

Prav tako smo pri vodenju poslovnih knjig upoštevali 15. člen Zakona o računovodstvu, ki pravi:

- a) da se prihodki in odhodki razčlenjujejo v skladu z določbami tega zakona in predpisi, izdanimi na njegovi podlagi ter računovodskimi standardi;
- b) da merjenje in razčlenjevanje prihodkov in odhodkov uporabnikov enotnega kontnega načrta predpiše minister, pristojen za finance;
- c) da se prihodki in odhodki uporabnikov enotnega kontnega načrta priznavajo v skladu z računovodskim načelom denarnega toka (plačane realizacije);
- d) da se upošteva določilo, da se prihodki in odhodki izkažejo tudi po fakturirani realizaciji in zato sta v prilogi oba izkaza.

Po drugem odstavku 3. člena Zakona o javnih financah je minister, pristojen za finance, zadolžen, da izda seznam neposrednih in posrednih uporabnikov državnega proračuna in da ta seznam spreminja ter dopolnjuje ob pripravi proračuna za posamezno leto.

Pravilnik o vodenju registra neposrednih in posrednih uporabnikov državnega in občinskih proračunov

Po tem pravilniku se pravna oseba, ki sodi med posredne oziroma neposredne uporabnike državnih in občinskih proračunov, prične oziroma preneha obravnavati kot neposredni in posredni uporabnik z vključitvijo v register proračunskih uporabnikov, oziroma z izključitvijo iz njega.

Minister za finance objavlja spremembe v registru na spletnih straneh Uprave Republike Slovenije za javna plačila ter v Uradnem listu republike Slovenije. Javni zavod Turizem Ljubljana se nahaja pod zaporedno številko 2491 med posrednimi uporabniki proračuna v podskupini 3.10., kjer je opredeljen kot javni zavod, ki ga je ustanovila lokalna skupnost.

2. POJASNILA K POSTAVKAM BILANCE STANJA

Bilanca stanja vsebuje podatke o stanju sredstev in obveznosti do njihovih virov po stanju na dan 31.12.2016 v stolpcu 4, za leto 2015 pa v stolpcu 5. Sredstva javnega zavoda Turizem Ljubljana na dan 31.12.2016 znašajo 1,886.850 EUR in so od 31.12.2015 povečala za 120.171 EUR oziroma za 7% skupne vrednosti.

2.1. SREDSTVA

Dolgoročna sredstva in sredstva v upravljanju

Dolgoročna sredstva v knjigovodski vrednosti 661.367 EUR predstavljajo v poslovnem letu 2016 dobro tretjino oziroma 35 % delež celotnega premoženja, ki ga ima Turizem Ljubljana. Njihovo zmanjšanje v letu 2016 za 161.904 EUR je posledica obračuna amortizacije (201.546 EUR). Novih nabav, ki so nekoliko izničile ta učinek, je bilo v letu 2016 za 47.541 EUR, vendar od tega za 7.898 EUR drobnega inventarja, tako da nove nabave v neto višini 39.643 EUR predstavljajo samo 19% vse obračunane amortizacije. Turizem Ljubljana lahko pričakuje, da bo v naslednjih treh letih in pol ostal praktično brez dolgoročnih sredstev, saj nove nabave niso ustrezne višini obračunane amortizacije.

Neopredmetena dolgoročna sredstva

Nabavna vrednost neopredmetenih dolgoročnih sredstev znaša 1.244.959 EUR, popravki vrednosti znašajo 685.367 EUR, sedanja vrednost znaša 559.592 EUR. Neopredmetena dolgoročna sredstva so 55 % odpisana (v letu 2015 - 48%), kar je zaradi malo novih nabav nekoliko manj, kot bi sicer odpisanost znašala glede na uporabljene amortizacijske stopnje. V letu 2016 je Turizem Ljubljana kot povečanje dolgoročnih premoženjskih pravic zabeležil naslednje postavke :

- Med nakupe programske opreme financirane iz proračuna smo zavedli nakup računalniškega paketa – Javni sektor podjetja SAOP v znesku 9.502,70 EUR ter računalniškega paketa E Registrator v vrednosti 1.525,00 EUR. Skupaj se je nabavna vrednost programske opreme povečala za 11.027,70 EUR.

- Med dolgoročne premoženjske pravice smo všteli tudi nakup pravic - fotografija Plečnikovih del v vrednosti 7.500 EUR ter odkup avtorskih pravic za karto Plečnikova Ljubljana v znesku 3.286,68 EUR. Skupno smo torej v letu 2016 pridobili 10.786,68 EUR dolgoročnih premoženjskih pravic iz naslova odkupa avtorskih pravic.
- Premoženjske pravice, našete pod prvo in drugo alinejo, so se skupno povečale za 21.814,38 EUR, merjeno po nabavni vrednosti.
- Med nakupi dolgoročnih premoženjskih pravic smo iz naslova tržne dejavnosti zabeležili nakup računalniškega paketa SAOP Trgovina v znesku 2.700,00 EUR.

Nepremičnine

Nabavna vrednost nepremičnin znaša 66.858 EUR in se v letu 2016 ni spreminjala. Sedanja vrednost nepremičnin v znesku 31.176 EUR predstavlja 5 % delež celotnih dolgoročnih sredstev, stopnja odpisanosti pa je 53 %. V poslovnih knjigah so knjižena vlaganja v naslednje nepremičnine: pristan Dvorni trg, pristan Gallusovo nabrežje ter pristan Novi trg – stanje 31.12.2016 po nabavni vrednosti znaša 66.858 EUR, ki jim pripada odpis v višini 35.682 EUR. Navedene nepremičnine so bile zavedene pred spremembo načina prepoznavanja sredstev in bi v sedanjem načinu bile del premoženjskih pravic - vlaganj v tuja osnovna sredstva. Zaradi primerljivosti postavk pa ostajajo na dosedanjih kontih. Za vse navedene nepremičnine pričakujemo, da bodo v kratkem na upravljanje in lastništvo prenesene na Mestno občino Ljubljana, tako da teh postavk ne bomo več beležili.

Oprema in druga opredmetena osnovna sredstva

Nabavna vrednost opreme in drugih opredmetenih sredstev na dan 31.12.2016 znaša 917.311 EUR, odpisana vrednost opreme znaša 850.050 EUR, sedanja pa 67.261 EUR. Skupen popravek vrednosti znaša 92 % nabavne vrednosti in se je za 8 odstotnih točk povečal glede na preteklo leto (84%).

V letu 2016 so bila iz proračunskih sredstev nabavljena naslednja nova sredstva, ki so bila pripoznana med opredmetenimi osnovnimi sredstvi:

- V letu 2016 smo, merjeno po nabavni vrednosti, nakupili za 4.750 EUR nove opreme, od katere jo je 2.395 EUR spadalo med drobní inventar.
- Med opremo, kupljeno iz naslova proračunskih sredstev, smo zavedli en računalnik HP Probook 650 v vrednosti 1.281,00 EUR ter eno servisno stojalo classic v vrednosti 1.073,81 EUR.
- V drobnem inventarju smo zavedli nakup štirih kosov Samsung Galaxy v posamični vrednosti 190,80 EUR, dveh monitorjev HP Prodisplay P222 v posamični vrednosti 164,70 EUR, HP Dosing Station v vrednosti 144,57 EUR; HP Advanced Dosing Station v vrednosti 181,78 EUR, dveh inox držal s tablamí v posamični vrednosti 309,91 EUR, eno inox stojalo v posamični vrednosti 245,77 EUR ter prikolico za kolo Dumax v vrednosti 110,84 EUR. Kot že rečeno, smo zaradi nizke vrednosti posamičnega nakupa za celotni znesek v višini 2.395,38 EUR takoj naredili popravek vrednosti.

V letu 2016 so bila iz tržnih sredstev nabavljena naslednja nova sredstva, ki so bila pripoznana med opredmetenimi osnovnimi sredstvi :

- Med elektronsko in računalniško opremo smo v letu 2016 evidentirali nakup skenerja s faxom Xerox v vrednosti 2.555,75 EUR ter osem računalnikov HP 280 MT G2 v posamični vrednosti 596,50 EUR. Skupno se je nabava računalniške opreme povečala za 7.327,75 EUR, vse merjeno po izvorni vrednosti.
- Med tržno opremo smo zavedli tudi nakup desetih koles DEMA, vsakega po 544,46 EUR oziroma skupno 5.445,60 EUR.
- Med drobnim inventarjem, ki smo ga nakupili iz naslova poslovanja na trgu, smo zavedli en POS tiskalnik v vrednosti 166,82 EUR, pet mobilnih telefonov, od katerih je en stal

342,52 EUR, eden 244,35 EUR, dva 148,16 EUR in zadnji 140,86 EUR. Kupili smo tudi tablico Winddesk v vrednosti 344,80 EUR, skener Xerox v vrednosti 302,19 EUR, osem monitorjev HP Pro Display v posamični vrednosti 156,04 EUR ter pet računalnikov HP 240 DM G2 v posamični vrednosti 485,50 EUR. Za ves drobn inventar, kupljen iz naslova tržne dejavnosti, smo takoj naredili popravek vrednosti v višini 5.503,58 EUR.

Javni zavod Turizem Ljubljana je v letu 2016 kupil skupno za 47.541 EUR novih sredstev, ki so bila delno financirana iz proračunskih virov v znesku 26.565 EUR, delno pa iz tržnega dela poslovanja v višini 20.977 EUR.

Celotna amortizacija je znašala 201.546 EUR, takojšni odpis drobnega inventarja pa je bil obeležen hkrati z zneskom nakupa. Amortizacija v višini 193.114 EUR se nanaša na sredstva, kupljena iz proračunskega vira in je v enakem znesku prikazana med stroški amortizacije in prihodki zavoda, hkrati pa je za isti znesek zmanjšana obveznost za sredstva v upravljanju na kontu 98. Amortizacija, krita neposredno iz poslovnega izida oziroma iz tržnega dela dejavnosti, v poslovnem letu 2016 znaša 8.432 EUR in je vidna tudi iz izkaza prihodkov in odhodkov po vrstah dejavnosti.

V letu 2016 je bilo zaradi dotrajanosti odpisano skupno za 48.980,49 EUR sredstev, ki so bila že v celoti brez sedanje vrednosti. Od tega se je odpis nanašal na 6.831,74 EUR programske opreme, 2.405,44 EUR računalniške opreme, na 3.746,77 EUR enostranskih stojal ter na 7.952,94 dvostranskih promocijskih stojal, kopirni stroj v vrednosti 884,36 EUR, prodajno stojnico v vrednosti 811,22 EUR, opremo za Pravljično mesto v vrednosti 23.880 EUR, tržni drobn inventar (poštni nabiralnik, elektronski euro-detektor in prikazovalnik) v skupni vrednosti 268,40 EUR ter drobn inventar nabavljen iz proračunskih sredstev (tri detektorje, en prikazovalnik, tri kovčke, dva ročna laserska tiskalnika in en mobilni aparat) v skupni vrednosti 2.199,62 EUR .

Tabelarni prikaz strukture in premikov stalnih sredstev v letu 2016:

Nabavna vrednost sredstev se je v letu 2016 iz naslova javne dejavnosti torej povečala za 26.565 EUR, iz naslova tržne dejavnosti pa za 20.977 EUR.

V letu 2016 smo iz naslova sredstev v upravljanju torej odpisali za 37.208 EUR sredstev, iz naslova tržne dejavnosti pa 5.772 EUR sredstev. Od tega so bila vsa sredstva dotrajana in amortizirana v enaki višini in zato ni bilo potrebe po pokrivanju iz dolgoročnih rezervacij. Zaradi zahtev notranje revizije vsa odpisana sredstva še vedno evidentiramo, dokler niso odpeljana na uničenje.

STANJE IN GIBANJE NEOPREDMETENIH DOLGOROČNIH SREDSTEV IN OPREDMETENIH OSNOVNIH SREDSTEV

na dan 31.12.2016

(v EUR brez obličin)

NAZIV	Oznaka za ADP	ZNESEK									
		Nabavna vrednost (1 f)	Popravek vrednost (1 f)	Povečanje nabavne vrednosti	Povečanje popravila vrednosti	Zmanjšanje nabavne vrednosti	Zmanjšanje popravila vrednosti	Amortizacija	Neopisana vrednost (3.12.)	Prevedenostne zaradi okrajšave	Prevedenostne zaradi poslabšave
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 (3.4+5.6+7.6.9)	11	12
I. Neopredmetena dolgoročna sredstva in opredmetena osnovna sredstva v upravljanju (701+702+703+704+705+706+707)	700	2.195.512	1.393.832	26.564	2.395	37.208	37.208	193.114	632.735	0	0
A. Dolgoročne odložišne stroške	701	68.102	68.102					0	0	0	0
B. Dolgoročne premoženjske pravice	702	1.041.170	426.308	21.814		6.832	6.832	69.621	547.075	0	0
C. Druga neopredmetena dolgoročna sredstva	703	111.505	95.415					9.448	5.842	0	0
D. Zemljišča	704								0	0	0
E. Zgradbe	705	66.858	32.338					3.343	31.177	0	0
F. Oprema	706	907.877	770.699	4.750	2.395	30.376	30.376	90.722	49.841	0	0
G. Druga opredmetena osnovna sredstva	707	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. Neopredmetena dolgoročna sredstva in opredmetena osnovna sredstva v lasti (708+710+711+712+713+714+720+721)	708	33.653	15.480	20.977	5.504	268	268	8.432	25.394	0	0
A. Dolgoročne odložišne stroške	708								0	0	0
B. Dolgoročne premoženjske pravice	710	6.500	550	3.700				1.775	6.875	0	0
C. Druga neopredmetena dolgoročna sredstva	711								0	0	0
D. Zemljišča	712								0	0	0
E. Zgradbe	713								0	0	0
F. Oprema	714	27.153	14.850	18.277	5.504	268	268	6.657	18.419	0	0
G. Druga opredmetena osnovna sredstva	715	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
III. Neopredmetena dolgoročna sredstva in opredmetena osnovna sredstva v finančnem najemu (717+718+719+720+721+722+723)	716	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A. Dolgoročne odložišne stroške	717	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
B. Dolgoročne premoženjske pravice	718	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C. Druga neopredmetena dolgoročna sredstva	719	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D. Zemljišča	720	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
E. Zgradbe	721	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
F. Oprema	722	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G. Druga opredmetena osnovna sredstva	723	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ		2.229.165	1.409.232	47.541	7.899	37.476	37.476	201.546	658.029	0	0

Dolgoročne kapitalske naložbe

Zavod je pred leti v soglasju z ustanoviteljem naložil 800.000 SIT (3.338,34 EUR) kot ustanovitveni delež Zavoda za razvoj hiš s tradicijo.

Dejansko stanje vseh sredstev in obveznosti do virov sredstev na dan 31.12.2016 je bilo ugotovljeno z rednim letnim popisom na podlagi sklepa o popisu sredstev in obveznosti, ki ga je izdala direktorica dne 25.11.2016. Komisija je pravočasno in v skladu z navodili opravila svoje delo. Popisi so bili opravljeni na obrazcih, ki so sestavni del inventurnega elaborata in se nahajajo v računovodstvu kot priloga letnega poročila.

Kratkoročna sredstva in kratkoročne časovne razmejitve

Denarna sredstva v blagajni

predstavljajo gotovino v blagajni Turizma Ljubljana. Zavod je imel v 2016 tri prodajna mesta in sicer: TIC Stritarjeva, TIC Trgovina in STIC Krekov trg. Stanje gotovine na dan 31.12.2016 je znašalo z blagajniškim maksimumom ter vštetim denarjem na poti 5.948 EUR.

Dobroimetje pri bankah in drugih finančnih ustanovah

predstavljajo sredstva na podračunu zavoda na dan 31.12.2016 v višini 84.887,00 EUR. Finančno poslovanje zavoda poteka preko podračuna, odprtega pri Upravi za javna plačila Ljubljana v elektronski obliki, enotni zakladniški račun 01261.

Kratkoročne terjatve do kupcev

so terjatve, izkazane na obračunski dan 31.12.2016 v vrednosti 22.980 EUR. Stanje terjatev se je glede na leto 2015 povečalo za 10.022 EUR. Izkazan znesek kratkoročnih terjatev znaša 5 % vseh terjatev, nastalih v tem letu, kar pomeni, da se terjatve plačajo v povprečju v 18 dneh. V letu 2016 smo dobili plačila od kupcev v povprečju en teden pozneje kot preteklo leto. Vendar moramo tukaj

zapisati tudi, da zavod dobiva čedalje več plačil v naprej in, da zato samo čisti izračun stanja na kupcih ni popolnoma merodajen. Zavod je dokaj strikten glede nedobav neplačnikom ter pisno in ustno sproti opomnja dolžnike glede na stanje določenega dneva. Po stanju konec leta jim je poslal v potrditev izpise odprtih postavk. V letu 2016 zavod ni odpisal terjatev do tujih kupcev. Do domačih kupcev je odpisal skupno 105,85 EUR terjatev brez tožb in za 389 EUR terjatev do kupcev, ki so v stečaju. Povprečni znesek odpisa je znašal 70,69 EUR po posamični terjatvi. Zavod ocenjuje, da bi ga sodne takse in preostali vložki v nadaljnji izterjavi stali več, kot bi za terjatve dobil. Zavod nima več terjatev, ki bi nastale pred letom 2014.

Dani predujmi

Na dan 31.12.2016 ima Turizem dva dana predujma, dana domačim pravnim osebam – posrednim proračunskim uporabnikom iz naslova rezervacije pri posredovanju turističnih aranžmajev v skupni vrednosti 5.500 EUR.

Kratkoročne terjatve do uporabnikov enotnega kontnega načrta

predstavljajo terjatve do MOL-a v znesku 543.628 EUR (v letu 2015 538.351 EUR) in se nanašajo na neplačane zahteve, izdane v letu 2016. Kot zanimivost naj povemo, da bi morale biti na tej postavki beležene tudi obresti iz naslova zakladniškega poslovanja do UJP, vendar obresti sploh niso več obračunane, ker je obrestna mera tako nizka.

Med kratkoročnimi terjatvami do uporabnikov enotnega kontnega načrta je zavedena tudi terjatev do vlade in protokola v višini 230 EUR (nakup storitev), terjatev do ene od občin v okviru RDO v znesku 854,30 EUR, terjatev do petih posrednih uporabnikov proračuna v lastništvu države iz naslova prodaje storitev v skupnem znesku 815 EUR ter terjatev do dveh posrednih uporabnikov proračuna v lastništvu MOLa iz naslova prodaje storitev v višini 281,23 EUR.

Skupno zavod beleži 545.809 EUR terjatev do uporabnikov EKN.

Zavod je v teku izdelave letnega poročila 2015 MOLu izdal IOP obrazec o terjatvah do ustanovitelja na dan 31.12.2015, ki je bil zavržen v znesku 245,877 EUR, vendar jih je zavod kljub temu upošteval v izračunu prihodkov leta 2015, , ker so bili zahteveki zavrženi s strani ustanovitelja januarja 2016. V letu 2016 so bile navedene terjatve plačane v višini 249.402,66 EUR. V letu 2016 je zavod od MOLa dobil 2.598.758,01 EUR prilivov na račun, skupaj z prej navedenimi prilivi. V letu 2016 je zavod v decembru 2016 izdal zahtevek za poplačilo plač, vse ostale zahteveke za poplačilo blaga in storitev za leto 2016 pa je na MOL naslovil v februarju 2017.

Kratkoročne terjatve iz financiranja

Terjatve do zaposlencev znašajo zadnji dan leta 2016 skupno 414 EUR in se v znesku 399 EUR nanašajo na vnaprej zaračunano in plačano prostovoljno dodatno zdravstveno zavarovanje Adriatic, ki se zaposlencem obročno odteguje pri plačah; v znesku 15 EUR pa na zahteveke za povračilo stroškov novoletne zabave.

Druge kratkoročne terjatve

Med kratkoročnimi terjatvami iz financiranja izkazujemo za 2.660 EUR terjatev do ZZS iz naslova refundacij bolniških staležev, predvsem za nego otrok.

Prodajna mesta poslujejo s plačilnimi karticami. Na dan 31.12.2016 je bilo še za 6.266 EUR neunovčenih plačilnih kartic

Med ostalimi kratkoročnimi terjatvami na dan 31.12.2016 beležimo znesek 13.777 EUR, ki se v celoti nanaša na vračunani davek na dodano vrednost iz naslova prejetih računov v januarju 2017, ki se stroškovno nanašajo na poslovno leto 2016.

Javni zavod Turizem Ljubljana je v letu 2016 plačal 985 EUR akontacij davka na dohodek, ki bo po oddaji davčne napovedi poračunan.

Aktivne časovne razmejitve

Med aktivnimi časovnimi razmejitvami je ena večjih postavk na dan 31.12.2016 še nezaračunan poračun prihodkov od oddaje stojnic v znesku 206.649 EUR, ki se nanaša na projekt *December 2016 v Ljubljani*. Med aktivnimi časovnimi razmejitvami je uveden tudi 30.800 EUR davka na dodano vrednost, ki je vsebovan v avansnem računu pri oddaji stojnic.

V letu 2016 smo prejeli za 3.103 EUR računov, ki se nanašajo na poslovno leto 2017 in smo jih zato zavedli kot kratkoročno odložene odhodke.

Kot pomembno postavko pa moramo navesti vračunane prihodke iz naslova nezaračunanih zahtevkov za nakup blaga in storitev iz skupnega naslova povračil materialnih stroškov, koncesijskih dajatev in turistične takse do MOL v višini 218.720,12 EUR. Naveden znesek predstavlja dejanski obračun nastalih odhodkov v Turizmu Ljubljana v letu 2016 brez vračuna kakršnegakoli presežka.

Kratkoročna sredstva

Kratkoročna sredstva, razen zalog, so po stanju 31.12.2016 izkazovala 60 % delež celotne aktive oziroma 1.147.786 EUR. V letu 2016 so se glede na leto 2015 povečala za 267.960 EUR oziroma 30%. Skupna razlika je dokaj velika, posamezne postavke pa se zelo razlikujejo. Razliko skorajda v celoti pojasnjuje razlika med začetnim in končnim stanjem na transakcijskem računu (+55.092 EUR) ter razliko med začetnim in končnim stanjem aktivnih časovnih razmejitev predvsem na vračun zahtevka do ustanovitelja (+198.244 EUR). Glede na dejstvo, da se kratkoročna sredstva v strukturi sredstev že nekaj let povečujejo, lahko iz tega razberemo tudi drugačno politiko ustanovitelja do zavoda, ki pove, da delovanje zavoda ni več namenjeno investicijski dejavnosti.

Zaloge

Vrednost zalog na dan 31.12.2016 znaša 77.697 EUR in jo delno predstavljajo zaloge trgovskega blaga v vrednosti 73.459 EUR, delno pa zaloge Turistične kartice v višini 4.238 EUR.

Zaloge vrednotimo po nakupnih cenah, povečanih za odvisne stroške ter zmanjšane za prejete popuste. Za obračun vrednosti porabljenih zalog uporabljamo metodo FIFO.

2.2. OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV

Kratkoročne obveznosti in pasivne časovne razmejitve

Kratkoročne obveznosti za prejete predujme

se v znesku 170.800 EUR nanašajo na avans, prejet iz naslova projekta *December 2016 v Ljubljani*. Na tem kontu beležimo tudi znesek prejetega avansa od tujega tour operaterja v znesku 5.500 EUR (glej tudi dane avanse) in preplačilo ene od srednjih šol v znesku 16,80 EUR. Skupni znesek prejetih predujmov znaša 176.980 EUR.

Kratkoročne obveznosti do zaposlenih

v znesku 62.490 EUR se nanašajo na obveznosti za plače in prejemke zaposlenih, z obračunanimi dajatvami za bruto plače in prejemke za mesec december 2016, ki so bili izplačani v januarju 2017. Sestavljen je iz naslednjih obveznosti: neto plače 36.682 EUR, prispevki iz plač 12.871 EUR, dohodnina 7.124 EUR, obveznosti za prehrano in prevoz 3.286 EUR, vračila po potnih nalogih 2.449 EUR ter sindikalne članarine 77 EUR.

Kratkoročne obveznosti do dobaviteljev

na dan 31.12.2016 znašajo 535.138 EUR in so za 183.923 EUR višje, kot na dan 31.12.2015. Turizem Ljubljana dokaj redno poravnava svoje obveznosti. Tudi za te obveznosti velja trditev, ki smo je navedli v zvezi s kratkoročnimi sredstvi. Javni zavod Turizem Ljubljana ima širok spekter dobaviteljev, tako tistih, ki mu dobavljajo blago za prodajo, kot tistih, ki za njih opravljajo razne storitve, ki se nanašajo na razne projekte, ki jih zavod vodi.

Druge kratkoročne obveznosti iz poslovanja

Znesek 17.965 EUR predstavljajo prispevki in davki na obračunano bruto decembrsko plačo v skupnem znesku 9.299 EUR, 553 EUR obveznosti iz naslova dodatnih dajatev za vzpodbujanje zaposlovanja invalidov, 1.195 EUR obveznosti iz naslova že odtegnjenih kreditov zaposlenih ter obveznosti, ki izvirajo iz naslova obveznosti za plačilo davka na dodano vrednost v višini 3.358 EUR, ki zapade na zadnji dan januarja 2017. Na tem kontu je zabeležena tudi obveznost iz naslova davka na dohodek pravnih oseb v višini 3.559 EUR, ki bo zapadel v plačilo 30. dan po oddaji obračuna.

Kratkoročne obveznosti do uporabnikov EKN

V skupni višini 58.651 EUR se nanašajo na obveznosti do ministrstev v znesku 2.561 EUR, obveznosti do ustanovitelja v znesku 2.319 EUR, obveznosti do dobaviteljev, ki so proračunski uporabniki v lasti države v znesku 14.497 EUR, do dobaviteljev posrednih proračunskih uporabnikov, ki so v lasti MOL v znesku 38.652 EUR in do dobaviteljev posrednih proračunskih uporabnikov v lasti drugih občin v znesku 621 EUR.

Pasivne časovne razmejitev

Na zadnji dan leta 2016 beležimo skupno 144.578 EUR vnaprej vračunanih odhodkov. V znesku 140.701 EUR se ti odhodki nanašajo na poračun projekta *December v Ljubljani*, v znesku 3.876 EUR pa na vračun stroškov dela iz naslova delovne uspešnosti.

Lastni viri in dolgoročne obveznosti

Dolgoročne finančne obveznosti

Dolgoročnih finančnih obveznosti v letu 2016 ni.

Obveznosti za neopredmetena dolgoročna sredstva in opredmetena osnovna sredstva

Obveznosti za sredstva v upravljanju znašajo 632.735 EUR. Zavod ima skupaj sicer 661.367 EUR stalnih sredstev, vendar del tega v znesku 3.338 EUR predstavljajo že omenjene dolgoročne kapitalske naložbe, preostali del pa neodpisana vrednost neopredmetenih sredstev opreme v lasti zavoda (25.294 EUR).

Presežek prihodkov nad odhodki

Stanje na dan 31. 12. 2015 v višini	229.843 EUR
Presežek prihodkov nad odhodki v letu 2016	28.470 EUR
= stanje na dan 31. 12. 2016 v višini	258.313 EUR

Neporabljeni izid iz preteklih let in tekočega leta znaša skupno 258.313 EUR in glede na ustanovitveni akt v celoti pripada ustanovitelju Mestni občini Ljubljana.

3. POJASNILA K IZKAZOM PRIHODKOV IN ODHODKOV

3.1. Pojasnila k postavkam IZKAZA PRIHODKOV IN ODHODKOV določenih uporabnikov po načelu fakturirane realizacije

Izkaz prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov je narejen v skladu z Zakonom o računovodstvu in računovodskimi standardi in zajema celotno poslovanje zavoda. Za prikaz prihodkov in odhodkov služi obrazec *Izkaz prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov*, ki smo ga izpolnili v tabeli za letno poročilo.

Celotni prihodki Turizma Ljubljana znašajo 4.086.352,71 EUR, celotni odhodki znašajo 4.053.337,50 EUR, presežek prihodkov nad odhodki pred obdavčitvijo pa je izkazan v višini 33.015,21 EUR. Davek na dohodek znaša 4.545,40 EUR, čisti presežek prihodkov nad odhodki pa 28.469,81 EUR.

TURIZEM LJUBLJANA	2016	OD TEGA	
		javni del	tržni del
skupni			
vsi prihodki	4.086.352,71 €	3.132.217,18 €	954.135,53 €
vsi odhodki	4.053.337,50 €	3.128.750,78 €	924.586,72 €
presežek prihodkov	33.015,21 €	3.466,40 €	29.548,81 €
davek od dohodka pravnih oseb	4.545,40 €	948,53 €	3.596,87 €
čisti presežek	28.469,81 €	2.517,87 €	25.951,94 €

Največji del prihodkov - 66 % (v letu 2015- 66%) predstavljajo zahtevki do ustanovitelja – Mestne občine Ljubljana v skupni višini 2.684.383,69 EUR, ki vključujejo tudi vračunan zahtevek do MOL v znesku 218.720,12 EUR. Hkrati prihodek iz naslova poslovanja z ustanoviteljem predstavlja tudi prihodek iz projekta December 2016 v znesku 213.418,93 EUR, od katerega je MOL nakazala 113.000 EUR, preostali del pa je prepustila v uporabo stojnice in smo ji posledično iz tega naslova (100.418 EUR) priznali prihodek iz naslova ustanovitelja.

Če k navedenim prihodkom prištejemo še sredstva amortizacije (193.114,12 EUR), lahko ugotovimo, da je MOL v Turizmu Ljubljana prispevala kar 98 % ali 3.090.917 EUR prihodkov iz naslova javnega dela dejavnosti in tako v celoti opravičila svojo ustanoviteljsko vlogo. Preostale prihodke v skupni višini 40.801 EUR lahko pripišemo prihodkom iz naslova RDO (37.834 EUR) ter skupno 3.466 EUR prihodkov iz poslovanja, financiranja in drugih prihodkov izven naslova ustanovitelja.

V računovodskem poročilu se bomo zaradi natančne razlage o prihodkih in odhodkih javnega dela poslovanja v poslovnem poročilu zato bolj omejili na pojasnitev prihodkov iz naslova prodaje blaga in storitev ter razmejitev sodil zanje.

Odhodki so merjeni na osnovi dejanske porabe oz. po datumu njihovega nastanka. Zavod vodi porabo proračunskih sredstev po stroškovnih mestih. Prihodki iz tržne dejavnosti so usklajeni tudi z davčnimi knjigami, prav tako pa je na osnovi te delitve izdelan davčni obračun za davek od dohodka.

Celotni prihodki Turizma Ljubljana so v letu 2016 znašali 4.086.353 EUR in so povečali za 155.415 EUR glede na predhodno leto. Prihodki iz poslovanja predstavljajo praktično 100 % vseh prihodkov – 4.085.085 EUR, ostalo pa predstavljajo finančni prihodki (200 EUR) ter izredni in drugi prihodki v

skupni višini 1.068 EUR. Prihodki od prodaje storitev znašajo 3.947.348 EUR. Prihodki so opisani v poslovnem poročilu, v tem delu pa naj omenimo samo, da je v delu prihodkov od storitev zaveden tudi znesek v višini 193.114 EUR, ki je prenesen iz naslova črpanja amortizacije iz proračunskega vira ter, da so iz naslova prihodkov umaknjeni prilivi v znesku 20.977 EUR, ki predstavljajo investicijski transfer za nakup sredstev. Prihodek iz naslova amortizacije torej ne predstavlja tudi denarnega priliva, saj je bil za osnovna sredstva, nabavljena pred letom 2016, ta finančni priliv že realiziran v preteklih letih, medtem, ko je dejanski denarni tok za nakup sredstev v letu 2016 umaknjen iz prihodkov.

NAZIV PODSKUPINE KONTOV	Oznaka za AOP	ZNESEK	
		Tekoče leto	Predhodno leto
2	3	4	5
A) PRIHODKI OD POSLOVANJA (861+862-863+864)	860	4.085.085	3.924.573
PRIHODKI OD PRODAJE PROIZVODOV IN STORITEV	861	3.947.348	3.778.222
POVEČANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE P	862	0	0
ZMANJŠANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE	863	0	0
PRIHODKI OD PRODAJE MATERIALA IN BLAGA	864	137.737	146.351
B) FINANČNI PRIHODKI	865	200	121
C) DRUGI PRIHODKI	866	806	1.588
Č) PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI PRIHODKI (868+869)	867	262	4.656
PRIHODKI OD PRODAJE OSNOVNIH SREDSTEV	868	0	0
DRUGI PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI PRIHODKI	869	262	4.656
D) CELOTNI PRIHODKI (860+865+866+867)	870	4.086.353	3.930.938

Prihodki od poslovanja so bili doseženi z izvajanjem javne službe in tržne dejavnosti.

Struktura prihodkov od poslovanja je bila naslednja:

- z izvajanjem javne službe – 76,65 % v višini 3.132.217 EUR
- z izvajanjem tržne dejavnosti – 23,35 % v višini 954.135 EUR

V letu 2016 se je struktura prihodkov tržnega dela poslovanja glede na preteklo leto ostala skorajda enaka, merjeno na celotne prihodke. V letih 2011 do leta 2014 smo v Turizmu beležili doseganje 81% prihodkov iz naslova javne dejavnosti (19 % iz naslova tržne), v letu 2015 je razmerje znašalo 77 % : 23% v korist javnega dela poslovanja.

Zavod na javnem delu v letu 2016 beleži povečanje prihodkov in sicer skupno za 155.415 EUR glede na preteklo leto, tako, kot je to navedeno v spodnji tabeli. Povečanje prihodkov na tržni dejavnosti znaša skorajda 11%, vendar vrednostno ni dovolj veliko, da bi se to izkazovalo tudi v medsebojni primerjavi po načinu pridobivanja prihodkov.

TURIZEM LJUBLJANA	OD TEGA		
	skupni	javni del	tržni del
vsi prihodki leta 2016	4.086.352,71 €	3.132.217,18 €	954.135,53 €
vsi prihodki leta 2015	3.930.937,95 €	3.069.734,41 €	861.203,54 €
razlika 2016-2015	155.414,76 €	62.482,77 €	92.931,99 €
2016/2015	103,95%	102,04%	110,79%

Zavod vse svoje prihodke in odhodke iz naslova dejavnosti dosledno loči že ob nastanku s pomočjo uporabe stroškovnih mest in stroškovnih nosilcev.

FINANČNI PRIHODKI

Finančni prihodki so znašali 200 EUR in ne predstavljajo niti 0,01 % deleža v celotnih prihodkih. Prejeli smo jih iz naslova prejetih obresti.

DRUGI IN IZREDNI PRIHODKI so znašali 1.068 EUR in se nanašajo na odpis obveznosti do dobaviteljev (262 EUR), pridobljene odškodnine (726 EUR) ter 104 EUR drugih manjših prihodkov.

CELOTNI ODHODKI znašajo 4.053.337 EUR. Celotni odhodki so se glede na leto 2015 povečali za 139.341 EUR oziroma za 3,56 %, kar je popolnoma primerljivo z doseženimi prihodki.

TURIZEM LJUBLJANA	OD TEGA		
	skupni	javni del	tržni del
vsi odhodki leta 2016	4.053.337,50 €	3.128.750,78 €	924.586,72 €
vsi odhodki leta 2015	3.913.996,47 €	3.064.828,36 €	849.168,11 €
razlika 2016-2015	139.341,03 €	63.922,42 €	75.418,61 €
2016/2015	103,56%	102,09%	108,88%

Tabela v nadaljevanju nam nazorno prikaže vrednostno strukturo stroškov in odhodkov.

	2016	2015	2016-2015	2016/2015
STROŠKI BLAGA, MATERIALA IN STORITEV	3.031.537	2.937.399	94.138	103%
NABAVNA VREDNOST PRODANEGA MATERIALA IN BLAGA	102.275	105.751	-3.476	97%
STROŠKI MATERIALA	43.639	31.704	11.935	138%
STROŠKI STORITEV	2.885.623	2.799.944	85.679	103%
STROŠKI DELA	814.673	766.374	48.299	106%
PLAČE IN NADOMESTILA PLAČ	642.549	609.527	33.022	105%
PRISPEVKI ZA SOCIALNO VARNOST DELODAJALCEV	110.538	101.781	8.757	109%
DRUGI STROŠKI DELA	61.586	55.066	6.520	112%
AMORTIZACIJA	201.546	198.452	3.094	102%
DOLGOROČNE REZERVACIJE	0	0	0	
OSTALI DRUGI STROŠKI	4.919	9.842	-4.923	50%
FINANČNI ODHODKI	73	62	11	118%
DRUGI ODHODKI	95	452	-357	
PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI ODHODKI	495	1.416	-921	35%
ODHODKI OD PRODAJE OSNOVNIH SREDSTEV	0	0	0	
OSTALI PREVREDNOTOVALNI POSLOVNI ODHODKI	495	1.416	-921	35%
CELOTNI ODHODKI	4.053.338	3.913.997	139.341	104%

Ugotavljamo, da so se sorazmerno znižali stroški **nabavne vrednosti prodanega blaga**, kar pripisujemo manjši količini nabav preko podjemnih in avtorskih pogodb.

Stroški **storitev** so v popolnosti opisani v poslovnem delu, zato jih v tem delu ne bomo navajali. Njihov dvig lahko pripišemo doseganju prihodkov s pomočjo nakupa storitev, tako, da ne beležimo posebnih odstopanj v posamični vrsti storitve.

Nad povprečje pa so se povečali **stroški plač**, zato smo jih nekoliko bolj podrobno pogledali.

Stroški dela so bili zaradi ZUFa že dalj časa nespremenjeni. V letu 2014 so se nekoliko povišali, saj smo v tem letu dobili 24.440 EUR dodatnih sredstev za plačilo plač; medtem ko tovrstnih sredstev v letu 2015 ni bilo.

V letu 2016 je zavod za plače porabil 814.673 EUR, kar je za 48.299 EUR več kot prejšnje leto. K temu presežku je največ prinesla sprostitev pri izplačilu regresa v višini, ponovna možnost napredovanja in dva obračuna delovne uspešnosti za direktorico zavoda. V letu 2015 zavod ni vključil izplačila delovne uspešnosti v stroške dela poslovnega leta 2015, zato so bremenila stroške dela leta 2016; medtem, ko je v letu 2016 pričakovano delovno uspešnost vključil med tekoče vračunane stroške.

F) STROŠKI DELA (676+677+678)	675	758.086	56.587
PLAČE IN NADOMESTILA PLAČ	676	597.014	45.535
PRISPEVKI ZA SOCIALNO VARNOST DELODAJALCEV	677	104.400	6.138
DRUGI STROŠKI DELA	678	56.672	4.914

Tržni del poslovanja je k pokrivanju stroškov dela prispeval 56.587 EUR (v letu 2015 42.613 EUR), tako, da so stroški dela pokriti iz javnega dela poslovanja znašali 758.086 EUR (v letu 2015 723.761 EUR).

V letu 2016 (v oklepaju so navedene vrednosti za leto 2015) je imel zavod v povprečju 29,64 (28,07) zaposlencev na plačilni listi. Upoštevajoč 2088 delovnih ur v letu je v zavodu dobilo plačo 28,61 (28,42) zaposlencev za 58.606 (60.438) plačanih ur. Če upoštevamo še plačilo devetih prazničnih dni v letu 2016 so v zavodu opravili 59.744 (57.254) delovnih ur, kar pomeni, da je delalo v povprečju 28,61 (27,42) zaposlencev. Če upoštevamo še vkalkuliran minimalen letni dopust je število dejansko opravljenih delovnih ur v zavodu znašalo največ 54.964 (52.673), kar pomeni, da je v zavodu v mesečnem povprečju delalo največ 26,32(25,23) zaposlencev.

OPRAVLJENE DELOVNE URE 2016

DELOVNE URE Turizem Ljubljana v letu 2016							povprečje 21 dni let. dopusta
	vse ure	praznik	del.ure	št.zaposlenih	št.plaćanih ur	št. opravljenih ur	zmanjšanje za LD
januar	168	8	160	29	4.842	4.610	4.241
februar	168	8	160	29	4.830	4.598	4.230
marec	184	8	176	30	5.494	5.254	4.834
april	168	8	160	30	5.031	4.791	4.408
maj	176	8	168	30	5.256	5.016	4.615
junij	176	0	176	31	5.412	5.412	4.979
julij	168	0	168	31	5.182	5.182	4.767
avgust	184	8	176	30	5.380	5.140	4.729
september	176	0	176	30	5.192	5.192	4.777
oktober	168	8	160	30	4.852	4.612	4.243
november	176	8	168	30	5.195	4.955	4.558
december	176	8	168	30	5.223	4.983	4.584
SKUPAJ	2088	72	2016	360	61.888	59.744	54.964
				30,00	29,64	28,61	26,32
				povprečje zap.	po plaćanih urah	po opravljenih urah	dejansko opravljene ure
						brez praznikov	brez praznikov in letn dopusta
			SKUPAJ		plaćilo na uro	plaćilo na uro	plaćilo na uro
BRUTO PLAĆA			642.549,30 €		10,38 €	10,76 €	11,69 €
BRUTO BRUTO PLAĆA			743.999,73 €		12,05 €	12,49 €	13,57 €
VSI STROŠKI DELA			814.672,78 €		13,16 €	13,64 €	14,82 €
skupaj plaćilo za praznike						29.235,71 €	
Skupaj plaćilo za letni dopust							53.508,84 €
skupaj plaćilo za praznike in letni dopust							82.744,55 €

Če nekoliko pogledamo zgodovino plać, lahko ugotovimo, da je zavod v letu 2014 realiziral povprečni strošek dela na zaposlenca 26.995 EUR letno oziroma 2.249 EUR mesečno.

V letu 2015 se je povprečni strošek dela na zaposlenca povišal na 27.316 EUR oziroma 2.276 EUR mesečno, leta 2016 pa povprečni strošek na zaposlenca znaša 27.485,56 EUR oziroma 2.290,46 EUR mesečno. Bruto plaća zaposlenca v zavodu v povprečju znaša 10,38 (10,40) EUR na uro in se - upoštevajoč prispevke delodajalca - poveča na 12,05 (12,02) EUR na uro. Povprečna urna bremenitev zavoda za plaćilo delavca skupaj z izplaćili pripadajoćih stroškov znaša 13,16 EUR (v letu 2015 12,96 EUR), kar je še vedno manj od izplaćil v preteklih letih, kot pokaže naslednja primerjava: Bruto urna postavka leta 2013: 12,23 EUR, leta 2012: 13,79 EUR in v leta 2011: 14,57 EUR.

Ob tem je potrebno povedati, da ima zavod od leta 2011 dalje stroške dela povećane za 6.642 EUR letno zaradi dodatnega davka za zaposlitev invalidov. Navedeni znesek se izkazuje kot 236,62 EUR višji letni strošek dela za zaposlenca, od katerega pa posamezni zaposlenec seveda ne dobi prihodka v obliki plaće.

Odpis terjatev je v letu 2016 znašal 494,85 EUR, uskladili pa smo tudi dejanska stanja s kupci. Menimo, da odpis terjatev, ki v sami strukturi prihodkov znaša 0,0001 % prihodkov, ni problematićen in da ima zavod v svojih izkazih predstavljene zdrave in izterljive terjatve.

V naslednji tabeli je prikazana struktura odhodkov leta 2016 ter primerjalno z letom 2015. Javni zavod Turizem Ljubljana ima dva pomembnejša stroška in to sta strošek storitev in strošek dela, za vse ostalo pa lahko ugotovimo, da v strukturi odhodkov predstavljajo nebitvene postavke. V letu 2016 glede na preteklo leto ni bilo nobenih bistvenih sprememb.

	2016	struktura 2016	2015	struktura 2015
STROŠKI BLAGA, MATERIALA IN STORITEV	3.031.537	74,79%	2.937.399	75,05%
NABAVNA VREDNOST PRODANEGA MATERIALA IN	102.275	2,52%	105.751	2,70%
STROŠKI MATERIALA	43.639	1,08%	31.704	0,81%
STROŠKI STORITEV	2.885.623	71,19%	2.799.944	71,54%
STROŠKI DELA	814.673	20,10%	766.374	19,58%
PLAČE IN NADOMESTILA PLAČ	642.549	15,85%	609.527	15,57%
PRISPEVKI ZA SOCIALNO VARNOST DELODAJALCE	110.538	2,73%	101.781	2,60%
DRUGI STROŠKI DELA	61.586	1,52%	55.066	1,41%
AMORTIZACIJA	201.546	4,97%	198.452	5,07%
DOLGOROČNE REZERVACIJE	0	0,00%	0	0,00%
OSTALI DRUGI STROŠKI	4.919	0,12%	9.842	0,25%
FINANČNI ODHODKI	73	0,00%	62	0,00%
DRUGI ODHODKI	95	0,00%	452	0,01%
PREVREDNOTOVALNI POSLOVNI ODHODKI	495	0,01%	1.416	0,04%
ODHODKI OD PRODAJE OSNOVNIH SREDSTEV	0	0,00%	0	0,00%
OSTALI PREVREDNOTOVALNI POSLOVNI ODHODKI	495	0,01%	1.416	0,04%
CELOTNI ODHODKI	4.053.338	100,00%	3.913.997	100,00%

AMORTIZACIJA

Od leta 2008 dalje pomembno spremembo računovodskih usmeritev predstavlja dejstvo, da javni zavod Turizem Ljubljana stroškov amortizacije za sredstva, kupljena iz nenamenskega vira, ne vodi več kot odhodek tržnega dela poslovanja, ampak kot odhodek javnega dela poslovanja.

Amortizacija predstavlja 5 % celotnih odhodkov. Obračunana je v skladu s predpisanimi stopnjami in predpisi, ki urejajo amortiziranje v breme sredstev v upravljanju. Amortizacija je obračunana po predpisanih stopnjah v znesku 201.546 EUR in sicer se amortizacija v višini 193.114 EUR krije iz sklada sredstev v upravljanju in bremenijo javni del dejavnosti; amortizacija koles, računalniških programov in naprav, ki neposredno bremenijo tržni del poslovanja, pa znaša 8.432 EUR. Kriterijev, po katerih naj bi določen del amortizacije za večino dolgoročnih sredstev pokrivali iz tržnega dela poslovanja, nismo našli, saj se prvenstvena usmeritev Turizma Ljubljana nanaša na javne naloge s področja turizma.

REZERVACIJE

Dolgoročnih rezervacij zavod ni oblikoval.

PREVREDNOTOVALNI ODHODKI

Prevrednotovalni odhodki znašajo 495 EUR in v bistvenem delu predstavljajo že omenjen odpis terjatev .

DAVEK NA DOHODEK

Tako tržna, kot javna dejavnost sta bili tudi predmet obračuna davka na dohodek, ki ga je zavod dolžan plačati. Pri dvigu davčne osnove zaradi odpisa terjatev smo upoštevali pravilo aritmetične sredine odpisa zadnjih treh let, zato dviga osnove v letu 2016 ni bilo. Pri javni dejavnosti je povečanje davčne osnove povzročilo polovico reprezentance v znesku 2.087,89 EUR ter pripis 25,29 EUR obresti FURSa; pri tržni dejavnosti pa tovrstnega dviga davčne osnove nismo zasledili. Upoštevali smo investicijsko olajšavo iz naslova nakupa v tržni dejavnost v višini 40% od 20.977 EUR – 8.390,77 EUR. Celotni znesek davka na dohodek pravih oseb 4.545,40 EUR (v letu 2015 : 1.079,16 EUR) smo razdelili tako, kot kaže naslednja tabela.

2016	javni del	tržni del	skupaj
poslovni presežek prihodkov	3.466,40 €	29.548,81 €	33.015,21 €
investicijska olajšava	- €	- 8.390,77 €	- 8.390,77 €
dvig za neupravičene stroške	2.113,18 €	- €	2.113,18 €
DAVČNA OSNOVA	5.579,58 €	21.158,04 €	26.737,62 €
davek na dohodek 17%	948,53 €	3.596,87 €	4.545,40 €

3.2. Pojasnila k postavkam IZKAZA PRIHODKOV IN ODHODKOV določenih uporabnikov po načelu denarnega toka

Presežek prihodkov nad odhodki po načelu denarnega toka znaša 58.171 EUR in predstavlja razliko med denarnimi sredstvi ob začetku in koncu poslovanja.

Zavod je imel na prvi dan leta 2016 na transakcijskem računu 29.795 EUR ter v blagajni 2.869 EUR skupaj 32.664 EUR, leto pa je končal z 84.887 EUR na podračunu ter 5.948 EUR gotovine v blagajnah. Razlika se izkazuje v višini 58.171 EUR presežka prilivov nad odlivi. V letu 2016 je iz računa zavoda bilo plačanih za 3.725.504 EUR, na račun zavoda pa je prišlo 3.780.896 EUR. Le to nam pojasnjuje razliko v vrednosti 55.392, preostali del pa se nanaša na poslovanje preko blagajn.

3.3. Pojasnila k IZKAZU RAČUNA FINANČNIH TERJATEV IN NALOŽB določenih uporabnikov

Finančnih terjatev in naložb zavod nima, saj ne daje in ne prejema posojil in poroštev.

3.4. Pojasnila k IZKAZU RAČUNA FINANCIRANJA določenih uporabnikov

Zavod nima najetih kreditov in zato se izkaz računa financiranja ne izpolnjuje.

3.5. Pojasnila k IZKAZU PRIHODKOV IN ODHODKOV določenih uporabnikov po vrstah dejavnosti

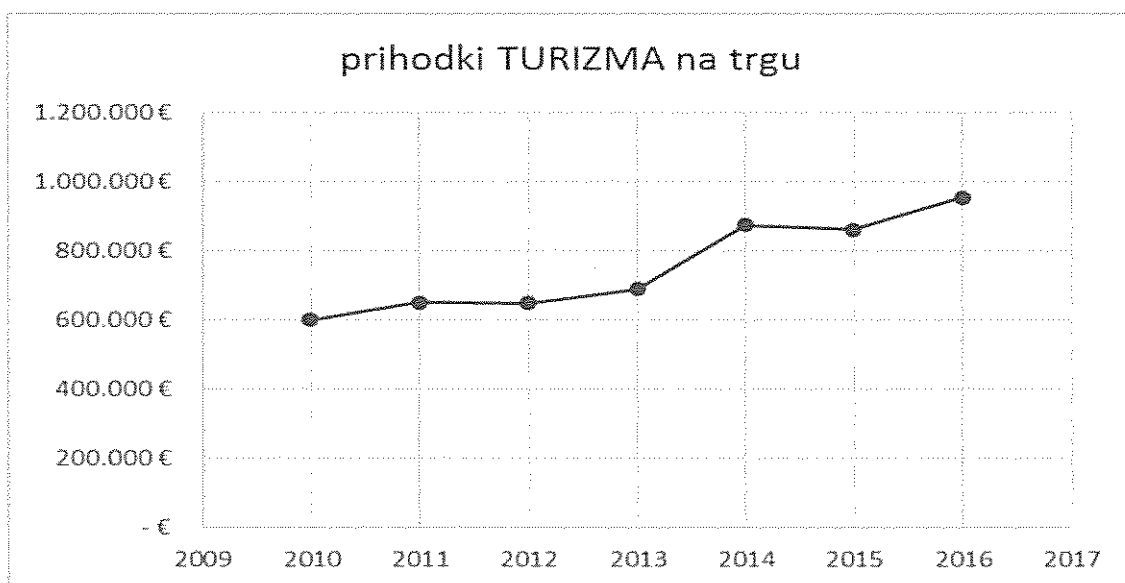
Izkaz prihodkov in odhodkov določenih uporabnikov po vrstah dejavnosti je narejen v skladu z računovodskimi standardi in zajema celotno poslovanje zavoda. V tem izkazu podatke o dejavnosti razčlenimo po vrstah dejavnosti, in sicer dejavnost, ki jo opravljamo kot javno službo in tržno dejavnost.

Kot smo že navedli, javni zavod Turizem Ljubljana že ob nastanku poslovnega dogodka opredeli njegovo naravo in zato zavod pri izkazu poslovnega izida po vrstah dejavnosti ne uporablja sodil za delitev, temveč dejansko nastale prihodke in odhodke.

Struktura celotnih prihodkov od poslovanja je bila naslednja:

- z izvajanjem javne službe – 76,65 % v višini 3.132.217 EUR
- z izvajanjem tržne dejavnosti – 23,35 % v višini 954.135 EUR

Primerjalno naj povemo, da je zavod dosegel leta 2010 na področju tržne dejavnosti 601.616 EUR prihodkov, v letu 2011 so prihodki tržne dejavnosti znašali 651.407 EUR, v letu 2012 648.407 EUR, v letu 2013 689.904 EUR, in v letu 201 875.031 EUR ter v letu 2015 861.203 EUR tržnih prihodkov. V kolikor tržno poslovanje pogledamo vsebinsko, lahko ugotovimo, da se je trend pozitivne rasti prihodkov na tržni dejavnosti v Turizmu Ljubljana nadaljeval tudi v letu 2016.



V tabeli v nadaljevanju je pregled prihodkov glede na zgoraj omenjeno členitev:

NAZIV PODSKUPINE KONTOV	Oznaka za AOP	ZNESEK	
		Prihodki in odhodki za izvajanje javne službe	Prihodki in odhodki od prodaje blaga in storitev na trgu
A) PRIHODKI OD POSLOVANJA (661+662-663+664)	660	3.130.971	954.114
PRIHODKI OD PRODAJE PROIZVODOV IN STORITEV	661	3.130.971	816.377
POVEČANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE P	662		
ZMANJŠANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE	663		
PRIHODKI OD PRODAJE MATERIALA IN BLAGA	664		137.737
B) FINANČNI PRIHODKI	665	178	22
C) DRUGI PRIHODKI	666	806	0
Č) PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI PRIHODKI (668+669)	667	262	0
PRIHODKI OD PRODAJE OSNOVNIH SREDSTEV	668		
DRUGI PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI PRIHODKI	669	262	0
D) CELOTNI PRIHODKI (660+665+666+667)	670	3.132.217	954.136

V nadaljevanju podajamo skrajšan povzetek prihodkov in odhodkov, ki jih smo jih v letu 2016 evidentirali na tržnem delu poslovanja. Vsi prihodki in odhodki so strogo ločeni že ob nastanku. Prihodki, ki se nanašajo na tržno dejavnost, so tudi del davčnih evidenc v zvezi z obračunom in odbitkom davka na dodano vrednost. Javni zavod Turizem Ljubljana ima prijavljen ločen obračun davka na dodano vrednost po posamezni dejavnosti, zato nam tudi ločevanje pridobitne in nepridobitne dejavnosti na koncu leta ne predstavlja bistvenih težav. Način izkazovanja podatkov se glede na leto 2015 ni spremenil.

SM	vir	projekt	prihodki			
			načrtovani	dejanski	dej.- načrt.	dej/načrt
2701	tržni	tur.spominki in darilni program	150.000,00 €	136.180,42 €	- 13.819,58 €	90,79%
2702	tržni	vodniška služba	180.000,00 €	200.167,38 €	20.167,38 €	111,20%
2703	tržni	turistična kartica	60.000,00 €	61.878,72 €	1.878,72 €	103,13%
2708	tržni	Ticketing	50.000,00 €	47.344,42 €	- 2.655,58 €	94,69%
2710	tržni	posredovanje turističnih storitev	250.000,00 €	323.637,62 €	73.637,62 €	129,46%
2711	tržni	sofinanciranje STIC s strani STO	15.000,00 €	15.000,00 €	- €	100,00%
2712	tržni	samopromocija	- €	- €	- €	
2713	tržni	drugi prihodki in odhodki	- €	- €	- €	
2714	tržni	stroški dela	- €	- €	- €	
2715	tržni	investicijsko vzdrževanje	- €	- €	- €	
2716	tržni	hotelski paketi	40.000,00 €	41.470,70 €	1.470,70 €	
osnovna tržna dejavnost			745.000,00 €	825.679,26 €	80.679,26 €	110,83%
2104	tržni	december		106.230,07 €		
2106	tržni	Tivoli		20.058,96 €		
2201	tržni	nastopi na borzah		1.677,00 €		
2205	tržni	Conventa		490,24 €		
2206	tržni	Conventa		- €		
SKUPAJ TRŽNA DEJAVNOST				954.135,53 €		

Stroške v tržni dejavnosti merimo glede na predpisan kontni plan in tudi po posameznem stroškovnem mestu. Analiza stroškov nam kaže, da so imela posamezna stroškovna mesta večje odhodke kot prihodke, kar je v skladu z načrtovanimi dogodki. Nekateri stroškovni nosilci, kot je denimo samopromocija, nimajo možnosti ustvarjanja prihodkov. Zaradi nabav osnovnih sredstev iz naslova tržne dejavnosti smo pričeli bolj intenzivno spremljati stroške amortizacije in vzdrževanja teh sredstev.

SM	vir	projekt	odhodki			
			načrtovani	dejanski	dej - načrt	dej/načrt
2701	tržni	tur.spominki in darilni program	116.000,00 €	101.121,13 €	- 14.878,87 €	87%
2702	tržni	vodniška služba	149.400,00 €	157.806,79 €	8.406,79 €	106%
2703	tržni	turistična kartica	57.000,00 €	56.306,60 €	- 693,40 €	99%
2708	tržni	Ticketing	48.500,00 €	45.996,10 €	- 2.503,90 €	95%
2710	tržni	posredovanje turističnih storitev	228.750,00 €	288.723,35 €	59.973,35 €	126%
2711	tržni	sofinanciranje STIC s strani STO	- €	- €	- €	
2712	tržni	samopromocija	12.000,00 €	8.879,79 €	- 3.120,21 €	74%
2713	tržni	drugi odhodki	38.000,00 €	42.054,42 €	4.054,42 €	111%
2714	tržni	stroški dela	54.450,00 €	56.587,25 €	2.137,25 €	104%
2715	tržni	inv.vzdrževanje	4.500,00 €	2.207,19 €	- 2.292,81 €	49%
2716	tržni	hotelski paketi	36.400,00 €	39.792,90 €	3.392,90 €	109%
osnovna tržna dejavnost			745.000,00 €	799.475,52 €	54.475,52 €	107%
2104	tržni	december		106.230,07 €		
2106	tržni	Tivoli	- €	16.640,11 €		
2201	tržni	nastopi na borzah		1.677,00 €		
2205	tržni	Conventa		490,23 €		
2206	tržni	Conventa	- €	73,79 €		
SKUPAJ TRŽNA DEJAVNOST				924.586,72 €		

Za natančno predstavitev poslovanja na tržnem delu segmenta predstavljamo še poslovne izide posamičnega stroškovnega mesta.

SM	vir	projekt	prihodki		odhodki		poslovni izid stroškovnega mesta		
			načrtovani	dejanski	načrtovani	dejanski	načrtovani	dejanski	D/N v %
2701	tržni	tur. spominki in darilni program	150.000,00 €	136.180,42 €	116.000,00 €	101.121,13 €	34.000,00 €	35.059,29 €	103,12%
2702	tržni	vodniška služba	180.000,00 €	200.167,38 €	149.400,00 €	157.806,79 €	30.600,00 €	42.360,59 €	138,43%
2703	tržni	turistična kartica	60.000,00 €	61.878,72 €	57.000,00 €	56.306,60 €	3.000,00 €	5.572,12 €	185,74%
2708	tržni	Ticketing	50.000,00 €	47.344,42 €	48.500,00 €	45.996,10 €	1.500,00 €	1.348,32 €	89,89%
2710	tržni	posredovanje turističnih stonit	250.000,00 €	323.637,62 €	228.750,00 €	288.723,35 €	21.250,00 €	34.914,27 €	164,30%
2711	tržni	sofinanciranje SITC s strani S	15.000,00 €	15.000,00 €	- €	- €	15.000,00 €	15.000,00 €	100,00%
2712	tržni	samopromocija	- €	- €	12.000,00 €	8.879,79 €	-12.000,00 €	- 8.879,79 €	74,00%
2713	tržni	drugi prihodki in odhodki	- €	- €	38.000,00 €	42.054,42 €	-38.000,00 €	-42.054,42 €	110,67%
2714	tržni	stroški dela	- €	- €	54.450,00 €	56.587,25 €	-54.450,00 €	-56.587,25 €	103,93%
2715	tržni	investicijsko vzdrževanje	- €	- €	4.500,00 €	2.207,19 €	-4.500,00 €	- 2.207,19 €	49,05%
2716	tržni	hotelski paketi	40.000,00 €	41.470,70 €	36.400,00 €	39.792,90 €	3.600,00 €	1.677,80 €	46,61%
osnovna tržna dejavnost			745.000,00 €	825.679,26 €	745.000,00 €	799.475,52 €	- €	26.203,74 €	
2104	tržni	december		106.230,07 €		106.230,07 €	- €	- €	
2106	tržni	Tivoli		20.058,96 €	- €	16.640,11 €	- €	3.418,85 €	
2201	tržni	nastopi na borzah		1.677,00 €		1.677,00 €	- €	- €	
2205	tržni	Conventa		490,24 €		490,23 €	- €	0,01 €	
2206	tržni	Conventa		- €	- €	73,79 €	- €	73,79 €	
SKUPAJ TRŽNA DEJAVNOST				954.135,53 €		924.586,72 €		29.548,81 €	

Če pa sledimo predpisanemu načinu vodenja – kontnemu planu, je struktura stroškov tržnega dela poslovanja naslednja:

	2016	struktura 2016	2015	stuktura 2015
nabavna vrednost	102.275 €	11%	104.107 €	12%
materiale	7.890 €	1%	6.064 €	1%
stonitve	748.907 €	81%	692.049 €	81%
plače	56.587 €	6%	42.613 €	5%
drugi stroški/AM	8.432 €	1%	3.109 €	0%
prevred. odhodki	496 €	0%	1.226 €	0%
SKUPAJ	924.587 €	100%	849.168 €	100%

Od leta 2011 dalje imamo tržni del poslovanja obremenjen s plačami. Skozi celo leto sta dve zaposlenki svojo plačo dobivali iz tržnega dela poslovanja. V letu 2016 pa je zavod na stroških dela pokritih iz tržne dejavnosti dodano izkazal plačo iz naslova delovne uspešnosti za leto 2015 v višini 3.783,65 EUR in jo vračunal za leto 2016 v bruto višini 3.876,30 EUR; torej skupno 7.659,95 EUR. Brez te dodatne obremenitve bi zavod izkazal za 48.927 EUR stroškov dela na tržni dejavnosti.

Na koncu naj še enkrat omenimo, da smo obračunali davek na dohodek po posameznih dejavnostih, glede na davčno osnovo, ki jo je posamezna dejavnost pridobila v poslovnem letu 2016 in da ga je tržnemu delu dejavnosti pripisano 3.596,17 EUR.

4. PREDLOG RAZPOREDITVE UGOTOVLJENEGA POSLOVNEGA IZIDA ZA LETO 2016

Javni zavod Turizem Ljubljana je v letu 2016 dosegel pozitiven poslovni izid v znesku 28.469,81 EUR.

TURIZEM LJUBLJANA	2016	OD TEGA	
	skupni	javni del	tržni del
vsi prihodki	4.086.352,71 €	3.132.217,18 €	954.135,53 €
vsi odhodki	4.053.337,50 €	3.128.750,78 €	924.586,72 €
presežek prihodkov	33.015,21 €	3.466,40 €	29.548,81 €
davek od dohodka pravnih oseb	4.545,40 €	948,53 €	3.596,87 €
čisti presežek	28.469,81 €	2.517,87 €	25.951,94 €

Celotni prihodki iz naslova javne dejavnosti so znašali 3.132.217,18 EUR, celotni odhodki iz naslova javne dejavnosti 3.128.750,78 EUR, po odštetju davka na dohodek pravnih oseb v znesku 948,53 EUR, presežek prihodkov nad odhodki iz naslova javne dejavnosti pa znaša 2.517,87 EUR.

Celotni prihodki tržne dejavnosti so znašali 954.135,53 EUR, celotni odhodki 924.586,72 EUR, davek na dohodek 3.596,87 EUR, pozitiven poslovni izid tržne dejavnosti pa 25.951,94 EUR.

Celotni prihodki Turizma Ljubljana v letu 2016 so znašali 4.086.352,71 EUR, celotni odhodki 4.053.337,50 EUR, davek na dohodek 4.545,40 EUR, skupni presežek prihodkov nad odhodki pa znaša 28.469,81 EUR.

Skupni presežek prihodkov nad odhodki, izkazan v višini 28.469,81 EUR, se ne razporedi in pripada ustanovitelju.


Ljubljana, februar 2017

Računovodsko poročilo je pripravila Marina Zupančič, preizkušeni računovodja, preizkušeni davčnik in državni notranji revizor, direktorica podjetja ZU-MA d.o.o., računovodskega servisa, ki opravlja posle računovodenja za Javni zavod Turizem Ljubljana.

ZU- MA, d.o.o.
Marina Zupančič
direktorica



Turizem Ljubljana
Petra Stuček
direktorica



Turizem Ljubljana

IME UPORABNIKA: TURIZEM LJUBLJANA

ŠIFRA UPORABNIKA*: 36.510

SEDEŽ UPORABNIKA: KREKOV TRG 10 , LJUBLJANA

ŠIFRA DEJAVNOSTI: 84.130

MATIČNA ŠTEVILKA: 1622935

BILANCA STANJA

na dan 31.12.2016

(v EUR brez stotinov)

ČLENITEV SKUPINE KONTOV	NAZIV SKUPINE KONTOV	Oznaka za AOP	ZNESEK	
			Tekoče leto	Predhodno leto
1	2	3	4	5
SREDSTVA				
	A) DOLGOROČNA SREDSTVA IN SREDSTVA V UPRAVLJANJU (002-003+004-005+006-007+008+009+010+011)	001	661.367	823.271
00	NEOPREDMETENA DOLGOROČNA SREDSTVA	002	1.244.959	1.227.277
01	POPRAVEK VREDNOSTI NEOPREDMETENIH DOLGOROČNIH SREDSTEV	003	685.367	591.375
02	NEPREMIČNINE	004	66.858	66.858
03	POPRAVEK VREDNOSTI NEPREMIČNIN	005	35.682	32.339
04	OPREMA IN DRUGA OPREDMETENA OSNOVNA SREDSTVA	006	917.311	935.031
05	POPRAVEK VREDNOSTI OPREME IN DRUGIH OPREDMETENIH OSNOVNIH SREDSTEV	007	850.050	785.519
06	DOLGOROČNE KAPITALSKE NALOŽBE	008	3.338	3.338
07	DOLGOROČNO DANA POSOJILA IN DEPOZITI	009	0	0
08	DOLGOROČNE TERJATVE IZ POSLOVANJA	010	0	0
09	TERJATVE ZA SREDSTVA DANA V UPRAVLJANJE	011	0	0
	B) KRATKOROČNA SREDSTVA; RAZEN ZALOG IN AKTIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE (013+014+015+016+017+018+019+020+021+022)	012	1.147.786	879.826
10	DENARNA SREDSTVA V BLAGAJNI IN TAKOJ UNOVČLJIVE VREDNOSTNICE	013	5.948	2.869
11	DOBROMETJE PRI BANKAH IN DRUGIH FINANČNIH USTANOVAH	014	84.887	29.795
12	KRATKOROČNE TERJATVE DO KUPCEV	015	22.980	12.958
13	DANI PREDUJMI IN VARŠČINE	016	5.500	0
14	KRATKOROČNE TERJATVE DO UPORABNIKOV ENOTNEGA KONTNEGA NAČRTA	017	545.809	550.594
15	KRATKOROČNE FINANČNE NALOŽBE	018	0	0
16	KRATKOROČNE TERJATVE IZ FINANCIRANJA	019	414	7.970
17	DRUGE KRATKOROČNE TERJATVE	020	22.704	14.340
18	NEPLAČANI ODHODKI	021	0	0
19	AKTIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE	022	459.544	261.300
	C) ZALOGE (024+025+026+027+028+029+030+031)	023	77.697	63.582
30	OBRAČUN NABAVE MATERIALA	024	0	0
31	ZALOGE MATERIALA	025	0	0
32	ZALOGE DROBNEGA INVENTARJA IN EMBALAŽE	026	0	0
33	NEDOKONČANA PROIZVODNJA IN STORITVE	027	0	0
34	PROIZVODI	028	0	0
35	OBRAČUN NABAVE BLAGA	029	0	0
36	ZALOGA BLAGA	030	73.459	61.461
37	DRUGE ZALOGE	031	4.238	2.121
	I. AKTIVA SKUPAJ (001+012+023)	032	1.886.850	1.766.679
99	AKTIVNI KONTI IZVENBILANČNE EVIDENCE	033	28.666	35.264
OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV				
	D) KRATKOROČNE OBVEZNOSTI IN PASIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE (035+036+037+038+039+040+041+042+043)	034	995.802	732.379
20	KRATKOROČNE OBVEZNOSTI ZA PREJETE PREDUJME IN VARŠČINE	035	176.980	176.900
21	KRATKOROČNE OBVEZNOSTI DO ZAPOSLENIH	036	62.490	56.712
22	KRATKOROČNE OBVEZNOSTI DO DOBAVITELJEV	037	535.138	351.215
23	DRUGE KRATKOROČNE OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA	038	17.965	17.509

(v EUR brez stotinov)

ČLENITEV SKUPINE KONTOV	NAZIV SKUPINE KONTOV	Oznaka za AOP	ZNESEK	
			Tekoče leto	Predhodno leto
1	2	3	4	5
SREDSTVA				
24	KRATKOROČNE OBVEZNOSTI DO UPORABNIKOV ENOTNEGA KONTNEGA NAČRTA	039	58.651	5.166
25	KRATKOROČNE OBVEZNOSTI DO FINANCERJEV	040	0	0
26	KRATKOROČNE OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA	041		0
28	NEPLAČANI PRIHODKI	042	0	0
29	PASIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE	043	144.578	124.877
	E) LASTNI VIRI IN DOLGOROČNE OBVEZNOSTI (045+046+047+048+049+050+051+052-053+054+055+056+057+058-059)	044	891.048	1.034.300
90	SPLOŠNI SKLAD	045	0	0
91	REZERVNI SKLAD	046	0	0
92	DOLGOROČNO RAZMEJENI PRIHODKI	047	0	0
93	DOLGOROČNE REZERVACIJE	048	0	0
940	SKLAD NAMENSKEGA PREMOŽENJA V JAVNIH SKLADIH	049	0	0
9410	SKLAD PREMOŽENJA V DRUGIH PRAVNIH OSEBAH JAVNEGA PRAVA, KI JE V NJIHOVI LASTI, ZA NEOPREDMETENA DOLGOROČNA SREDSTVA IN OPREDMETENA	050	0	0
9411	SKLAD PREMOŽENJA V DRUGIH PRAVNIH OSEBAH JAVNEGA PRAVA, KI JE V NJIHOVI LASTI, ZA FINANČNE NALOŽBE	051	0	0
9412	PRESEŽEK PRIHODKOV NAD ODHODKI	052	0	0
9413	PRESEŽEK ODHODKOV NAD PRIHODKI	053	0	0
96	DOLGOROČNE FINANČNE OBVEZNOSTI	054	0	0
97	DRUGE DOLGOROČNE OBVEZNOSTI	055	0	2.777
980	OBVEZNOSTI ZA NEOPREDMETENA DOLGOROČNA SREDSTVA IN OPREDMETENA OSNOVNA SREDSTVA	056	632.735	801.680
981	OBVEZNOSTI ZA DOLGOROČNE FINANČNE NALOŽBE	057	0	0
985	PRESEŽEK PRIHODKOV NAD ODHODKI	058	258.313	229.843
986	PRESEŽEK ODHODKOV NAD PRIHODKI	059	0	0
	I. PASIVA SKUPAJ (034+044)	060	1.886.850	1.766.679
99	PASIVNI KONTI IZVENBILANČNE EVIDENCE	061	28.666	35.264
			0	0

* Podatek šifra uporabnika je obvezen podatek za vse tiste, ki so navedeni v odredbi o določitvi neposrednih in posrednih uporabnikov državnega in občinskih proračunov (štiri mestna šifra proračunskega uporabnika + kontrolna številka).

TURIZEM LJUBLJANA

Petra Stušek
direktorica

Turizem Ljubljana

Bilanco sestavil:

ZU-MA d.o.o.

Marina Zupančič

pooblaščen računovodja

NAZIV	Ornaka za AOP	ZNESEK										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		Nabavna vrednost (1.1.)	Popravek vrednost (1.1.)	Povečanje nabavne vrednosti	Popravek vrednosti	Zmanjšanje popravka vrednosti	Zmanjšanje nabavne vrednosti	Zmanjšanje popravka vrednosti	Amortizacija	Neodpisana vrednost (31.12.)	Previdnotenje zaradi okrepitve	Previdnotenje zaradi oslabilve
E. Zgradbe	721	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
F. Oprema	722	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G. Druga opredmetena osnovna sredstva	723	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SKUPAJ		2.229.165	1.409.232	47.541	7.899	37.476	37.476	201.546	658.029	0	0	0

Bilanco sestavi:
 ZU-MA d.o.o.
 Marina Zupancic
 podlaščni računovodja

TURIZEM LJUBLJANA
 Petra Štosek
 direktorica




VRSTA NALOŽB OZIROMA POSOJIL		ZNESEK																				
Oznaka za AOP		Znesek naložb in danih posojil (1.1.)	3	Znesek popravkov naložb in danih posojil (1.1.)	4	Znesek povečanja naložb in danih posojil	5	Znesek povečanih popravkov naložb in danih posojil	6	Znesek zmanjšanja naložb in danih posojil	7	Znesek zmanjšanja popravkov naložb in danih posojil	8	Znesek naložb in danih posojil (31.12.)	9 (3+5-7)	Znesek popravkov naložb in danih posojil (31.12.)	10 (4+6-8)	Knjigovodska vrednost naložb in danih posojil (31.12.)	11 (9+10)	Znesek odpisanih naložb in danih posojil	12	
2	1																					
	4. Druge dolgoročne kapitalne naložbe v tujini		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	0
	il. Dolgoročno dana posojila in depoziti		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	0
	(819+828+831+834)		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	0
	A. Dolgoročno dana posojila		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	0
	(820+821+822+823+824+825+826+827)		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	0
	1. Dolgoročno dana posojila posameznikom		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	0
	2. Dolgoročno dana posojila javnim skladom		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	0
	3. Dolgoročno dana posojila javnim podjetjem		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	0
	4. Dolgoročno dana posojila finančnim institucijam		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	0
	5. Dolgoročno dana posojila privatnim podjetjem		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	0
	6. Dolgoročno dana posojila drugim ravnem države		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	0
	7. Dolgoročno dana posojila državnemu proračunu		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	0
	8. Druge dolgoročno dana posojila v tujino		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	0
	B. Dolgoročno dana posojila z odkupom vrednostnih papirjev (829+830)		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	0
	1. Domačih vrednostnih papirjev		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	0
	2. Tujih vrednostnih papirjev		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	0
	C. Dolgoročno dani depoziti (832+833)		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	0
	1. Dolgoročno dani depoziti poslovnim bankam		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	0
	2. Drugi dolgoročno dani depoziti		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	0
	D. Druga dolgoročno dana posojila		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	0
	E. Skupaj (800+818)		3.338		0		0		0		0		0		3.338		0		3.338		0	0

* Podatek šifra uporabnika je obvezen podatek za vse liste, ki so navedeni v odredbi o določitvi neposrednih in posrednih uporabnikov državnega in občinskih proračunov (šifra mesna šifra proračunskega uporabnika + kontrolna številka).

Bilanco sestavil:
ZU-MA d.o.o.
Marina Zupančič
poblaščenči računovodja

TURIZEM LJUBLJANA
Petra Stusek
direktorica


Turizem Ljubljana
Ljubljana, 12.12.2018

IME UPORABNIKA: TURIZEM LJUBLJANA

ŠIFRA UPORABNIKA*: 36.510

SEDEŽ UPORABNIKA: KREKOV TRG 10, LJUBLJANA

ŠIFRA DEJAVNOSTI: 84.130

MATIČNA ŠTEVILKA: 1622935

IZKAZ PRIHODKOV IN ODHODKOV - DOLOČENIH UPORABNIKOV

od 1. januarja do 31. decembra 2016

(v EUR brez stotinov)

ČLENITEV PODSKUPIN KONTOV	NAZIV PODSKUPINE KONTOV	Oznaka za AOP	ZNESEK	
			Tekoče leto	Predhodno leto
1	2	3	4	5
	A) PRIHODKI OD POSLOVANJA (861+862-863+864)	860	4.085.085	3.924.573
760	PRIHODKI OD PRODAJE PROIZVODOV IN STORITEV	861	3.947.348	3.778.222
	POVEČANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROIZ'	862	0	0
	ZMANJŠANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROI:	863	0	0
761	PRIHODKI OD PRODAJE MATERIALA IN BLAGA	864	137.737	146.351
762	B) FINANČNI PRIHODKI	865	200	121
763	C) DRUGI PRIHODKI	866	806	1.588
	Č) PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI PRIHODKI (868+869)	867	262	4.656
del 764	PRIHODKI OD PRODAJE OSNOVNIH SREDSTEV	868	0	0
del 764	DRUGI PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI PRIHODKI	869	262	4.656
	D) CELOTNI PRIHODKI (860+865+866+867)	870	4.086.353	3.930.938
	E) STROŠKI BLAGA, MATERIALA IN STORITEV (872+873+874)	871	3.031.537	2.937.399
del 466	NABAVNA VREDNOST PRODANEGA MATERIALA IN BLAGA	872	102.275	105.751
460	STROŠKI MATERIALA	873	43.639	31.704
461	STROŠKI STORITEV	874	2.885.623	2.799.944
	F) STROŠKI DELA (876+877+878)	875	814.673	766.374
del 464	PLAČE IN NADOMESTILA PLAČ	876	642.549	609.527
del 464	PRISPEVKI ZA SOCIALNO VARNOST DELODAJALCEV	877	110.538	101.781
del 464	DRUGI STROŠKI DELA	878	61.586	55.066
462	G) AMORTIZACIJA	879	201.546	198.452
463	H) DOLGOROČNE REZERVACIJE	880	0	0
del 465	I) OSTALI DRUGI STROŠKI	881	4.919	9.842
467	K) FINANČNI ODHODKI	882	73	62
468	L) DRUGI ODHODKI	883	95	452
	M) PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI ODHODKI (886+887)	884	495	1.416
del 469	ODHODKI OD PRODAJE OSNOVNIH SREDSTEV	885	0	0
del 469	OSTALI PREVREDNOTOVALNI POSLOVNI ODHODKI	886	495	1.416
	N) CELOTNI ODHODKI (871+875+879+880+881+882+883+884+885)	887	4.053.338	3.913.997
	O) PRESEŽEK PRIHODKOV (870-888)	888	33.015	16.941
	P) PRESEŽEK ODHODKOV (888-870)	889	0	0
del 465	I) DAVEK OD DOBIČKA	890	4.545	1.079
	P) PRESEŽEK PRIHODKOV OBRAČ-OBDOBJA(888-890)	891	28.470	15.862
	Presežek prihodkov iz prejšnjih let, namenjen pokritju odhodkov obračunskega obdobja	892	0	0
	Povprečno število zaposlenih na podlagi delovnih ur v obračunskem obdobju (celo število)	893	30	28
	Število mesecev poslovanja	894	12	12

TURIZEM LJUBLJANA
Petra Stuček
direktoricaBilanco sestavil:
ZU-MA d.o.o.
Maja Zupančič
pooblaščen računovodja

IME UPORABNIKA: TURIZEM LJUBLJANA

ŠIFRA UPORABNIKA*: 36.510

SEDEŽ UPORABNIKA: KREKOV TRG , LJUBLJANA

ŠIFRA DEJAVNOSTI: 84.130

MATIČNA ŠTEVILKA: 1622935

**IZKAZ PRIHODKOV IN ODHODKOV DOLOČENIH UPORABNIKOV PO NAČELU
DENARNEGA TOKA**
od 1. januarja do 30. decembra 2016

(v EUR brez stotinov)

ČLENITEV KONTOV	NAZIV KONTA	Oznaka za AOP	ZNESEK	
			Tekoče leto	Predhodno leto
1	2	3	4	5
	I. SKUPAJ PRIHODKI (402+431)	401	3.725.803	3.848.636
	1. PRIHODKI ZA IZVAJANJE JAVNE SLUŽBE (403+420)	402	2.882.684	2.990.073
	A. Prihodki iz sredstev javnih financ (404+407+410+413+418+419)	403	2.598.758	2.724.861
	a. Prejeta sredstva iz državnega proračuna (405+406)	404	0	0
del 7400	Prejeta sredstva iz državnega proračuna za tekočo porabo	405	0	0
del 7400	Prejeta sredstva iz državnega proračuna za investicije	406	0	0
	b. Prejeta sredstva iz občinskih proračunov (408+409)	407	2.598.758	2.724.861
del 7401	Prejeta sredstva iz občinskih proračunov za tekočo porabo	408	2.598.758	2.724.861
del 7401	Prejeta sredstva iz občinskih proračunov za investicije	409	0	0
	c. Prejeta sredstva iz skladov socialnega zavarovanja (411+412)	410	0	0
del 7402	Prejeta sredstva iz skladov socialnega zavarovanja za tekočo porabo	411	0	0
del 7402	Prejeta sredstva iz skladov socialnega zavarovanja za investicije	412	0	0
	d. Prejeta sredstva iz javnih skladov in agencij (414+415+416+417)	413	0	0
del 7403	Prejeta sredstva iz javnih skladov za tekočo porabo	414	0	0
del 7403	Prejeta sredstva iz javnih skladov za investicije	415	0	0
del 7404	Prejeta sredstva iz javnih agencij za tekočo porabo	416	0	0
del 7404	Prejeta sredstva iz javnih agencij za investicije	417	0	0
del 740	e. Prejeta sredstva iz proračunov iz naslova tujih donacij	418	0	0
741	f. Prejeta sredstva iz državnega proračuna iz sredstev proračuna Evropske unije	419	0	0
	B) Drugi prihodki za izvajanje dejavnosti javne službe (421+422+423+424+425+426+427+428+429+430)	420	283.926	265.212
del 7130	Prihodki od prodaje blaga in storitev iz naslova izvajanja javne službe	421	0	0
del 7102	Prejete obresti	422	0	0
del 7100 + del 7101	Prihodki od udeležbe na dobičku in dividend javnih podjetij, javnih skladov in javnih finančnih	423		0
del 7141	Drugi tekoči prihodki iz naslova izvajanja javne službe	424	283.926	265.212
72	Kapitalski prihodki	425	0	0
730	Prejete donacije iz domačih virov	426	0	0
731	Prejete donacije iz tujine	427	0	0
732	Donacije za odpravo posledic naravnih nesreč	428	0	0
786	Ostala prejeta sredstva iz proračuna Evropske unije	429	0	0
787	Prejeta sredstva od drugih evropskih institucij	430	0	0
	2. PRIHODKI OD PRODAJE BLAGA IN STORITEV NA TRGU (432+433+434+435+436)	431	843.119	858.563
del 7130	Prihodki od prodaje blaga in storitev na trgu	432	843.119	858.563
del 7102	Prejete obresti	433	0	0
del 7103	Prihodki od najemnin, zakupnin in drugi prihodki od premoženja	434	0	0
del 7100 + del 7101	Prihodki od udeležbe na dobičku in dividend javnih podjetij, javnih skladov in javnih finančnih	435	0	0

(v EUR brez stotinov)

ČLENITEV KONTOV	NAZIV KONTA	Oznaka za AOP	ZNESEK	
			Tekoče leto	Predhodno leto
del 7141	Drugi tekoči prihodki, ki ne izhajajo iz izvajanja javne službe	436	0	0
	II. SKUPAJ ODHODKI (438+481)	437	3.667.632	4.041.959
	1. ODHODKI ZA IZVAJANJE JAVNE SLUŽBE (439+447+453+464+465+466+467+468+469+470)	438	2.871.596	3.194.945
	A. Plače in drugi izdatki zaposlenim (440+441+442+443+444+445+446)	439	667.703	626.191
del 4000	Plače in dodatki	440	597.014	580.157
del 4001	Regres za letni dopust	441	36.888	15.017
del 4002	Povračila in nadomestila	442	33.801	31.017
del 4003	Sredstva za delovno uspešnost	443	0	0
del 4004	Sredstva za nadurno delo	444	0	0
del 4005	Plače za delo nerezidentov po pogodbi	445	0	0
del 4009	Drugi izdatki zaposlenim	446	0	0
	B. Prispevki delodajalcev za socialno varnost (448+449+450+451+452)	447	99.020	90.018
del 4010	Prispevki za pokojninsko in invalidsko zavarovanje	448	53.175	47.742
del 4011	Prispevki za zdravstveno zavarovanje	449	41.755	38.246
del 4012	Prispevki za zaposlovanje	450	1.767	1.716
del 4013	Prispevki za porodniško varstvo	451	609	590
del 4015	Premije kolektivnega dodatnega pokojninskega zavarovanja, na podlagi ZKDPZJU	452	1.714	1.724
	C. Izdatki za blago in storitve za izvajanje javne službe (454+455+456+457+458+459+460+461+462+463)	453	1.864.539	2.209.205
del 4020	Pisarniški in splošni material in storitve	454	14.382	13.628
del 4021	Posebni material in storitve	455	1.596.975	1.996.273
del 4022	Energija, voda, komunalne storitve in komunikacije	456	39.621	37.218
del 4023	Prevozni stroški in storitve	457	34.671	32.817
del 4024	Izdatki za službena potovanja	458	87.187	41.792
del 4025	Tekoče vzdrževanje	459	90.090	65.927
del 4026	Poslovne najemnine in zakupnine	460	0	13.154
del 4027	Kazni in odškodnine	461	0	0
del 4028	Davek na izplačane plače	462	0	0
del 4029	Drugi operativni odhodki	463	1.613	8.396
403	D. Plačila domačih obresti	464	0	0
404	E. Plačila tujih obresti	465	0	0
410	F. Subvencije	466	0	0
411	G. Transferi posameznikom in gospodinjstvom	467	0	0
412	H. Transferi neprofitnim organizacijam in ustanovam	468	213.770	249.599
413	I. Drugi tekoči domači transferji	469	0	0
	J. Investicijski odhodki (471+472+473+474+475+476+477+478+479+480)	470	26.564	19.932
4200	Nakup zgradb in prostorov	471	0	0
4201	Nakup prevoznih sredstev	472	0	0
4202	Nakup opreme	473	4.750	15.821
4203	Nakup drugih osnovnih sredstev	474	0	0
4204	Novogradnja, rekonstrukcija in adaptacije	475	0	0
4205	Investicijsko vzdrževanje in obnove	476	0	0
4206	Nakup zemljišč in naravnih bogastev	477	0	0
4207	Nakup nematerialnega premoženja	478	21.814	4.111
4208	Študije o izvedljivosti projektov, projektna dokumentacija, nadzor, investicijski inženiring	479	0	0
4209	Nakup blagovnih rezerv in intervencijskih zalog	480	0	0
	2. ODHODKI IZ NASLOVA PRODAJE BLAGA IN STORITEV NA TRGU (482 + 483 + 484)	481	796.036	847.014
del 400	A. Plače in drugi izdatki zaposlenim iz naslova prodaje blaga in storitev na trgu	482	34.038	36.504
del 401	B. Prispevki delodajalcev za socialno varnost iz naslova prodaje blaga in storitev na trgu	483	6.550	6.108
del 402	C. Izdatki za blago in storitve iz naslova prodaje blaga in storitev na trgu	484	755.448	804.402
	III/1 PRESEŽEK PRIHODKOV NAD ODHODKI (401-437)	485	58.171	
	III/2 PRESEŽEK ODHODKOV NAD PRIHODKI (437-401)	486		193.323

* Podatek šifra uporabnika je obvezen podatek za vse tiste, ki so navedeni v odredbi o določitvi neposrednih in posrednih uporabnikov državnega in občinskih proračunov (štiri mestna šifra proračunskega uporabnika + kontrolna številka).

TURIZEM LJUBLJANA
Petra Stuček
direktorica

Bilanco sestavil:
ZU-MA d.o.o.
Marina Zupančič
pooblaščen računovodja

IME UPORABNIKA: TURIZEM LJUBLJANA

ŠIFRA UPORABNIKA*: 36.510

SEDEŽ UPORABNIKA: KREKOV TRG , LJUBLJANA

ŠIFRA DEJAVNOSTI: 84.130

MATIČNA ŠTEVILKA: 1622935

IZKAZ RAČUNA FINANČNIH TERJATEV IN NALOŽB DOLOČENIH UPORABNIKOV

od 1. januarja do 31. decembra 2016

(v EUR brez stotinov)

ČLENITEV KONTOV	NAZIV KONTA	Oznaka za AOP	ZNESEK	
			Tekoče leto	Predhodno leto
1	2	3	4	5
750	IV. PREJETA VRAČILA DANIH POSOJIL (501+502+503+504+505+506 +507+508+509+510+511)	500	0	0
7500	Prejeta vračila danih posojil od posameznikov in zasebnikov	501	0	0
7501	Prejeta vračila danih posojil od javnih skladov	502	0	0
7502	Prejeta vračila danih posojil od javnih podjetij in družb, ki so v lasti države ali občin	503	0	0
7503	Prejeta vračila danih posojil od finančnih institucij	504	0	0
7504	Prejeta vračila danih posojil od privatnih podjetij	505	0	0
7505	Prejeta vračila danih posojil od občin	506	0	0
7506	Prejeta vračila danih posojil-iz tujine	507	0	0
7507	Prejeta vračila danih posojil-državnemu proračunu	508	0	0
7508	Prejeta vračila danih posojil od javnih agencij	509	0	0
7509	Prejeta vračila plačanih poroštev	510	0	0
751	Prodaja kapitalskih deležev	511	0	0
440	V. DANA POSOJILA (513+514+515+516 +517+518+519+520+521+522+523)	512	0	0
4400	Dana posojila posameznikom in zasebnikom	513	0	0
4401	Dana posojila javnim skladom	514	0	0
4402	Dana posojila javnim podjetjem in družbam, ki so v lasti države ali občin	515	0	0
4403	Dana posojila finančnim institucijam	516	0	0
4404	Dana posojila privatnim podjetjem	517	0	0
4405	Dana posojila občinam	518	0	0
4406	Dana posojila v tujino	519	0	0
4407	Dana posojila državnemu proračunu	520	0	0
4408	Dana posojila javnim agencijam	521	0	0
4409	Plačila zapadlih poroštev	522	0	0
441	Povečanje kapitalskih deležev in naložb	523	0	0
	VI/1 PREJETA MINUS DANA POSOJILA (500-512)	524	0	0
	VI/2 DANA MINUS PREJETA POSOJILA (512-500)	525	0	0

* Podatek šifra uporabnika je obvezen podatek za vse tiste, ki so navedeni v odredbi o določitvi neposrednih in posrednih uporabnikov državnega in občinskih proračunov (štiri mestna šifra proračunskega uporabnika + kontrolna številka).

TURIZEM LJUBLJANA

Petra Stušek
direktorica

Bilanco sestavil:
ZU-MA d.o.o.

Marina Zupančič
pooblaščen računovodja

IME UPORABNIKA: TURIZEM LJUBLJANA

ŠIFRA UPORABNIKA*: 36.510

SEDEŽ UPORABNIKA: KREKOV TRG , LJUBLJANA

ŠIFRA DEJAVNOSTI: 84.130

MATIČNA ŠTEVILKA: 1622935

IZKAZ RAČUNA FINANCIRANJA DOLOČENIH UPORABNIKOV

od 01. 01. do 31.12.2016

(v EUR brez stotinov)

ČLENITEV KONTOV	NAZIV KONTA	Oznaka za AOP	ZNESEK	
			Tekoče leto	Predhodno leto
50	VII. ZADOLŽEVANJE (551+559)	550	0	0
500	Domače zadolževanje (552+553+554+555+556+557+558)	551	0	0
5001	Najeti krediti pri poslovnih bankah	552	0	0
5002	Najeti krediti pri drugih finančnih institucijah	553	0	0
del 5003	Najeti krediti pri državnem proračunu	554	0	0
del 5003	Najeti krediti pri proračunih lokalnih skupnosti	555	0	0
del 5003	Najeti krediti pri skladih socialnega zavarovanja	556	0	0
del 5003	Najeti krediti pri drugih javnih skladih	557	0	0
del 5003	Najeti krediti pri drugih domačih kreditodajalcih	558	0	0
501	Zadolževanje v tujini	559	0	0
55	VIII. ODPLAČILA DOLGA (561+569)	560	0	0
550	Odplačila domačega dolga (562+563+564+565+566+567+568)	561	0	0
5501	Odplačila kreditov poslovnim bankam	562	0	0
5502	Odplačila kreditov drugim finančnim institucijam	563	0	0
del 5503	Odplačila kreditov državnemu proračunu	564	0	0
del 5503	Odplačila kreditov proračunom lokalnih skupnosti	565	0	0
del 5503	Odplačila kreditov skladom socialnega zavarovanja	566	0	0
del 5503	Odplačila kreditov drugim javnim skladom	567	0	0
del 5503	Odplačila kreditov drugim domačim kreditodajalcem	568	0	0
551	Odplačila dolga v tujino	569	0	0
	IX/1 NETO ZADOLŽEVANJE (550-560)	570	0	0
	IX/2 NETO ODPLAČILO DOLGA (560-550)	571	0	0
	X/1 POVEČANJE SREDSTEV NA RAČUNIH (485+524+570)-(486+525+571)	572	58.171	0
	X/2 ZMANJŠANJE SREDSTEV NA RAČUNIH (486+525+571)-(485+524+570)	573		193.323

TURIZEM LJUBLJANA
 Petra Stušek
 direktorica




Turizem Ljubljana

Bilanco sestavi:
 ZU-MA d.o.o.
 Marina Zupančič
 pooblaščen računovodja



IME UPORABNIKA: TURIZEM LJUBLJANA

ŠIFRA UPORABNIKA*: 36.510

SEDEŽ UPORABNIKA: KREKOV TRG 10, LJUBLJANA

ŠIFRA DEJAVNOSTI: 75.130

MATIČNA ŠTEVILKA: 1622935

PRIHODKI IN ODHODKI DOLOČENIH UPORABNIKOV PO VRSTAH DEJAVNOSTI

od 01. 01. do 31.12.2016

(v EUR brez stotinov)

ČLENITEV PODSKUPIN KONTOV	NAZIV PODSKUPINE KONTOV	Oznaka za AOP	ZNESEK	
			Prihodki in odhodki za izvajanje javne službe	Prihodki in odhodki od prodaje blaga in storitev na trgu
	A) PRIHODKI OD POSLOVANJA (661+662-663+664)	660	3.130.971	954.114
760	PRIHODKI OD PRODAJE PROIZVODOV IN STORITEV	661	3.130.971	816.377
	POVEČANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROIZV	662		
	ZMANJŠANJE VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROIZV	663		
761	PRIHODKI OD PRODAJE MATERIALA IN BLAGA	664		137.737
762	B) FINANČNI PRIHODKI	665	178	22
763	C) DRUGI PRIHODKI	666	806	0
	Č) PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI PRIHODKI (668+669)	667	262	0
del 764	PRIHODKI OD PRODAJE OSNOVNIH SREDSTEV	668		
del 764	DRUGI PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI PRIHODKI	669	262	0
	D) CELOTNI PRIHODKI (660+665+666+667)	670	3.132.217	954.136
	E) STROŠKI BLAGA, MATERIALA IN STORITEV (672+673+674)	671	2.172.465	859.072
del 466	NABAVNA VREDNOST PRODANEGA MATERIALA IN BLAGA	672		102.275
460	STROŠKI MATERIALA	673	35.749	7.890
461	STROŠKI STORITEV	674	2.136.716	748.907
	F) STROŠKI DELA (676+677+678)	675	758.086	56.587
del 464	PLAČE IN NADOMESTILA PLAČ	676	597.014	45.535
del 464	PRISPEVKI ZA SOCIALNO VARNOST DELODAJALCEV	677	104.400	6.138
del 464	DRUGI STROŠKI DELA	678	56.672	4.914
462	G) AMORTIZACIJA	679	193.114	8.432
463	H) DOLGOROČNE REZERVACIJE	680	0	0
del 465	I) OSTALI DRUGI STROŠKI	681	4.919	0
467	K) FINANČNI ODHODKI	682	72	1
468	L) DRUGI ODHODKI	683	95	0
	M) PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI ODHODKI (686+687)	684	0	495
del 469	ODHODKI OD PRODAJE OSNOVNIH SREDSTEV	685	0	0
del 469	OSTALI PREVREDNOTEVALNI POSLOVNI ODHODKI	686		495
	N) CELOTNI ODHODKI (671+675+679+680+681+682+683+684+685)	687	3.128.751	924.587
	O) PRESEŽEK PRIHODKOV (670-688)	688	3.466	29.549
	P) PRESEŽEK ODHODKOV (688-670)	689		
del 465	I) DAVEK OD DOBIČKA	690	948	3.597
	P) PRESEŽEK PRIHODKOV OBRAČ-OBDOBJA(888-890)	691	2.518	25.952
	Presežek prihodkov iz prejšnjih let, namenjen pokritju odhodkov obračunskega obdobja	692	0	0

TURIZEM LJUBLJANA
Petra Slušek
direktorica

Bilanco sestavil:

ZU-MA d.o.o.
direktor
Mafina Zupančič
pooblaščen računovodja