

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ILOKA

Turistički ured

PRIJEDLOG
PLANA I PROGRAMA RADA
S FINANCIJSKIM PLANOM
ZA 2017. g.

Uvodni dio – temelji i okviri plana

U uvodnom dijelu možemo ponoviti ključne temelje i okvire isto kao što smo i prethodnih godina: Izrada i usuglašavanje Prijedloga progama rada i financija za 2017.g. obveza je i oblik projekcije poslovanja i sredstava za poslovanje na način da se opisno i brojkama predvide obvezne aktivnosti i zadaće, odnosno one koje lokalno usuglašavamo kao rezultat stanja i potreba te mogućnosti i nadležnosti s druge strane.

Temelj su uvijek zakonski okviri i akti, stručni dokumenti, nacionalne razine, potom županijske i gradske, te stanje, potrebe i mogućnosti na području zajednice i njezinih članova primarno, na način da se uvrste sve aktivnosti i zadaće i prilagode očekivanom i mogućem budućem kretanju. Okvir je tekuća godina, turistički promet i aktivnosti, evidentne prednosti i nedostaci te očekivanja. Zadaće proizilaze iz navedenog te i svih aktivnosti subjekata koji čine destinaciju lokalno i šire, kao i ono što želimo započeti.

„Teško gospodarsko i društveno okruženje i stanje u Hr te lokalna problematika i posljedice rata, povratka i recesije i još uvijek nedefinirano iločko ukupno oporavljanje iz općenitog slabog stanja gotovo na svim razinama (iako je proteklih godina, od povraka i tijekom prošlog razdoblja turizam uz vinarstvo jedina aktivnost koja je rasla i napredovala) pokušavat ćemo nadvladati održavajući turističke aktivnosti u cilju opstanka u ovako ograničenim okolnostima.“ Tijekom 2016. sukladno podacima iz e-Visitora koje nije moguće postotno uporediti brojke su u okvirima prošlogodišnjih, no primjećuju se i veća odstupanja pojedinih objekata što se može dvojako tumačiti, postoji temelj za stabilni blagi porast u 2017. no ukoliko ustraje domaća kriza i pad kad su u pitanju samo noćenja. Mogući pozitivan utjecaj mogu imati turistički poticaji ukoliko se realiziraju u narednoj godini. Posebne niše poput cruising gostiju također su bile u porastu, kroz suradnju i kontakte očekujemo povećanje s barem jednom novom agencijom ali u ovom segmentu i riješiti probleme i negativnosti (granična i lučka kontrola!) zbog kojih možemo imati gubitak. Stranom tržištu i nadalje treba težiti jer je stabilnije i donosi i drukčiju potrošnju i promet. Očekuje se promjena zakona o članarini u vidu smanjenja obveza poduzetnicima za 5% što znači i manje prihode TZ-a.

Ciljevi:

- daljnje održanje prepoznatljivosti i poželjnosti dolaska u destinaciju putem promotivnih i drugih marketinških aktivnosti
 - konstantna i kvalitetna lokalna, regionalna i šira komunikacija i suradnja
 - prilagodba svih tržišnim i nepredvidljivim uvjetima
 - povećanje dolazaka-noćenja 5%
 - praćenje, analiziranje i povratno informiranje
- Dugoročnije: stvaranje okvira i smjernica za kvalitativne promjene, novi razvojni ciklus i repozicioniranje

Sustav HTZ-a zadao je obvezni koncept rada odnosno plana sa elementima i rasporedom kako je u nastavku:

1. Administrativni marketing

Zajednica za obavljanje stručnih i administrativnih poslova slijedom zakona mora imati t.ured te je nužno i osiguranje sredstava za funkcioniranje istog što se očekuje dijelom iz proračuna grada (plaća jednog uposlenog), a ostali troškovi iz vlastitih, izvornih prihoda (pošta, telefon, internet, uredski materijal i potrepštine, neizbježne usluge: banka, Fina, knjigovodstvo, materijalni troškovi i drugo). Trenutna pripravnica koja dijelom pripomaže završava staž u proljeće, te bi bilo potrebno nastaviti putem grada i pod gradskim uvjetima sa angažmanom novog pripravnika kako bi se smanjila prezauzetost te poboljšali radni uvjeti obavljanja predviđenih i nepredviđenih zadaća kroz osnovnu pripomoć.

Troškovi koje nazivamo administrativni su nužni i u udjelu visoki jer je ukupni iznos sredstava vrlo nizak i nije moguće ostvariti zadani okvir tj. definirani odnos. Ured koji se sredinom 2016. preselio u zgradu kurije Brnjaković ne bi trebao imati dodatnih troškova u svezi prostora. Ukoliko se, sukladno planovima i najavama aktivira i klaster u kuriji svakako će biti potrebno koordinirati rad i zajednički djelovati.

Zadaće Zajednice, odnosno prava i obveze te odgovornosti članova i Tijela zajednice navedena su jasno u zakonu i statutu. Ona koja se tiču ureda, kao stručno-administrativne službe zajednice su između ostalog: Dnevno obavljanje svih administrativnih, pravnih, financijskih i stručnih poslova u Uredu, dnevno pružanje informacija i distribucija materijala, praćenje turističkog prometa te izrada izvješća, praćenje naplate i ažuriranje popisa gospodarskih subjekata obveznika plaćanja članarine i boravišne te suradnja s nadležnima za obračun i nadzor, suradnja u radu i realizacija zajedničkih aktivnosti sa drugim subjektima i TZ-ima, suradnja sa uredima državne razine, Ministarstvom turizma, suradnja sa Gradom/gradonačelnikom u djelokrugu turizma destinacije, suradnja sa Glavnim uredom HTZ i TZŽ kod realizacije operativnih zadataka i projekata, arhiviranje i čuvanje svih tiskovina, edicija, službenih materijala, stalno prikupljanje turističke građe, ažuriranje turističkih podataka i informacija te prosljeđivanje istih turistima te svim nadležnim po zahtjevu te i drugim i zainteresiranim subjektima.

Slijedom Statuta i navedenih prava i obveza članova Zajednice očekujemo da ih isti ispunjavaju odnosno koriste sukladno potrebama i mogućnostima, te ne budu nezainteresirani i neaktivni. Potrebno je da Predsjednik, članovi Turističkog vijeća i Skupštine i Nadzora kao i predstavnici u drugim tijelima kroz svoj angažman sudjeluju u oblikovanju i realizaciji programa rada, u radu tijela te na realizaciji i praćenju aktivnosti. Novi saziv tijela potrebno je izvršiti u prvom tromjesečju, pri čemu primarno ovisimo o detaljnim podacima iz porezne uprave, koje ukoliko i dalje ne budemo dobijali bit ćemo primorani obratiti se središnjem uredu. Članovi za svoju aktivnost ne primaju naknadu, ukoliko se drukčije ne odluči. Svo poslovanje i aktivnosti tijekom godine potrebno je prilagođavati stvarnom tijeku i potrebama te pratiti putem redovnih ili dodatno potrebnih sjednica tijela, no i mimo toga, putem pojedinačnih ili skupnih sastanaka, konzultacija, inicijativa i slično. Osobito je bitna kvalitetna i konstantna suradnja predsjednika i direktora, te također i povratno prema tijelima i/ili trećima. TZ će suradjivati sa svima, ustanovama, organizacijama i pojedincima javnog i privatnog sektora kada je to od značaja i doprinosa lloku odnosno turizmu.

Obveze i prava djelatnika propisane su zakonom o radu i pravilnikom, no stvarno stanje i potrebe utječu na stvarni radni angažman i raspored, vrlo često, mimo redovnih radnih dana i sati je potrebna radna aktivnost te velika fleksibilnost i prilagodba rada Ureda (direktora) kad treba kako bi se sve obavilo unatoč ljudskim i vremenskim ograničenjima. Za isto nema naknade na plaću, također nema niti se planiraju druga sredstva koja se osiguravaju za druge gradske organizacije. Upozorimo da je nužno pratiti usklađenost vlastitih akata s aktima i postupcima gradske administracije i obratno, kako ne bi imali nepravilnosti zbog razlika između utvrđenog i izdvajanja iz proračuna i administrativno-financijskih neregularnosti.

Vođenje knjigovodstveno-računovodstvenih poslova temeljem ugovora zadaća je vanjskog knjigovođe koji nije uposlenik, sredstva za to uračunata su u administrativne-uredske troškove.

Administrativni troškovi ukupno: 152.372kn (obuhvaćaju stalne i promjenjive troškove: telefona, pošte, interneta, uredskog materijala, usluge banke, Fine, knjigovodstva, ostali slični troškovi i usluge te plaća uposlenog) Nositelj: Ured TZ Izvori: Grad llok, TZ, Rok: kontinuirano

2. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Unapređenje proizvoda, manifestacije, uređenost, novi sadržaji i slično

Razvoj novih proizvoda, sadržaja i projekata nam je s obzirom na financijsku i radnu snagu gotovo nemoguća misija. No ipak, kroz suradnju i partnerstvo sa Gradom, TZVSŽ i drugima te kroz adekvatne natječaje pokušali bi dio toga realizirati u 2017. Konstantno ćemo tražiti projekte i partnerstva sa domaćim i prekograničnim podunavskim mjestima i organizacijama, i to na način koji ne traži naš financijski udjel nego rad, ili eventualno minimalno moguća sredstva koja bi mogli uštedjeti. Nastaviti suradnju na prikladnim natječajima na koje je aplicirao Grad računajući na naš rad i stručno uključivanje, DCC– programi „Dunavska vinska ruta“ i Danube travel, te mogući novi

manji pogranični projekti kroz SWG, EUSDR, zatim mreža „Secret wine tours“ (Vinst članstvo), završiti dio koji se odnosi na završni zajednički duži promo film i njegovu distribuciju te daljnje korištenje marketinških alata tog Eu projekta.

Dosadašnja nikakva ili gotovo minimalna uključenost TZ-a u dugogodišnje aktivnosti u staroj jezgri oduzela nam je mogućnost da u tom dijelu možda nešto bolje, dodatno ili drukčije radimo. Stoga je potrebno da nas nadležni uključe. Novi mogući početak suradnje nazire su u tom prostoru, a odnosi se na razvnu agenciju pri turskom veleposlanstvu s kojima smo razgovarali. Ono što bi pokušali s njima i preko njih je „oživjeti“ hamam na način da posjetiteljima bude zanimljiv, interaktivan te možda i komercijalno iskorišten pod radnim nazivom „Stories from hamam-meet Suleyman the great“. Primarno bi se to moglo postići primjenom novih tehnologija, koje su relativno skupe, no za ovakve zaštićene objekte možda najbrže i najlakše izvedive. Na drugoj strani, unapređenje projekta Kurija Brnjaković podiglo bi razinu ponude i servisa već postojećih gostiju, za što trebamo svi skupa intenzivno tražiti načine i u 2017.

Većina aktivnosti iz ovog djela novih sadržaja i proizvoda spada u zajednički dio sa sustavom TZŽ, tj. PPS Srijem i Slavonija, odnosno kroz programe i natječaje HTZ i Mint, jer jedino tako možemo financijski pokriti svoj udio. Predviđa se nove sadržaje poput specifičnih odmorišta na bike rutama Srijem i Dunav, slično i za vidikovce odnosno rute uzvisina u našoj županiji (Slavonski vidici), daljnje unapređenje eno-gastro turizma kroz program u suradnji sa TZŽ „Okusi Slavonije i Srijema“, daljnje promotivno korištenje „brenda“, „Eden finalist. Primjenjivati odrednice iz Studije vinskog turizma koja sistematski i vrlo konkretno opisuje potrebne korake kao i Akcijskog plana.

Nastavak i promocija programa projekta „Zavičajnici“ – Nikola Iločki i sv. Ivan Kapistran, te moguće Odescalchi – kroz educiranje specifičnih vodiča, popratne promo materijale. Novi regionalni prekogranični tematski proizvod-ruta: Sulejman–Zrinski rađen u 2016. treba doprinijeti dodatnoj zanimljivosti i prepoznatljivosti regije i nas kao dijela rute. Prošle godine pripremili smo i kandiirali projekt posebnog, samostalnog, virtualnog-mobilnog vodiča za turiste kroz staru jezgru koju koristi beacon tehnologiju, dio softwarea nam je osigurao i ustupio DCC, no navedeno nije odobreno stoga prema vrstama i uvjetima natječaja koji se budu objavili, te našim raspoloživim sredstvima pokušat ćemo ponovno. Hiking ruta „Sultans trail“ kao i cyclo ruta zaživjet će tek se stranim gostima, navedene aktivnosti na ovu tematiku mogle bi tome pridonijeti.

Manifestacije su značajan dio rada, ali i oduzimaju i značajan dio vremena i novca sa upitnim ukupnim efektima i puno improvizacije za ono što su naše primarne zadaće, no s obzirom da ih je većinu gotovo nemoguće održavati bez uključivanja Tz i/ili grada nastojati i u 2017. izvršiti one ključne, osobito iločku berbu koja će biti jubilara 50-ta i ipak bi se morala puno prije i barem dijelom drukčije obilježiti, za što je već potrebna komunikacija i suradnja sa svima uključenima. "Iločka berba grožđa" ponovimo to, dugoročno mora promijeniti organizacijsko-marketinški tretman i status kako bi minimalizirali manjkavosti, nedostatak ljudskih i financijskih sredstava a jačali i nadalje atraktivnost i zadovoljstvo posjetitelja. Dio berbe je i Noć vina koju smo profilirali i kao zaseban i vrlo zanimljiv te posjećen događaj te je nužno održati standard. Planirana sredstva 50. IBG 20.000kn-sufinanciranje/suorganizacija/donacije pratećih događanja te marketing i realizacija. Druga po značaju je Vinkovo u Iloku (u sklopu kojeg je i Pokladno Jahanje i sajam) što ćemo nastaviti suorganizirati i sufinancirati sa klasterom i Gradom (do 3500). Nova događanja i manifestacije predložimo nadograditi i kvalitetno organizirati, potrebno se sa svim zainteresiranima usuglasiti oko Iločke kobasijade i Tortijade (3000). Potonja ima potencijal biti puno atraktivnija i sadržajnija te od interesa za posjetitelje, a ne samo lokalno stanovništvo, te i mogući drugi termin može pridonijeti da imamo događanje kada nam je promet ili mogućnost promocije slabija. Slično predložimo i sa B. sajmom u smislu uključenosti i unapređenja. Najavljeni i planirani veći događaj „DunavArtFest“ koji bi se trebao dogoditi u lipnju, a povezuje kulturu i eno-gastromomiju Podunavlja, istovremeno na tri lokacije, pokušat ćemo popratiti svojom radnom uključenosti sa nositeljima te eventualno mogućim iznosom potpore (min do 4000). U najavi je od strane Grada (I. podruma) i poseban Vinski festival sredinom godine, koji bi ukoliko se uklapa i bude bilo moguće povezali sa dosadašnjim ocjenjivanjima i izložbom vina Podunavlja i Slavonije (do 3500). Ostala događanja i manifestacije zbog financijskog ili radnog angažmana moraju se ubuduće redefinirati na maksimalno 3-4 ključne, jer su manjeg, značaja i nisu sa turističkim predznakom, ali su dijelom od interesa za lokalni identitet, tradiciju, lokalnu sredinu. Plan-N. Godina (3000), Božićni sajam (2500), Schmidtovi dani, Petrovo (po 1000), Katarinska,

poklade (500-1000), uz zadovoljenje osnovnih programskih i administrativnih pretpostavki nositelja. Ostalo po procjeni-financijskih mogućnosti, uključenosti članova ili drukčije definiranom kriteriju. U suradnji sa glavnim organizatorom i partnerima ovdje pokušati još jednu godinu raditi „SremFilmFest“ koji ima i važnu ekološku odrednicu te može biti događaj od značaja u odnosu na edukaciju o važnosti okoliša i zadovoljenje i građana i gostiju u smislu čistog, očuvanog i zdravog i održivom u svakom smislu okruženja. No, zbog slabog odaziva potrebno redefinirati program i publiku.

Čistoća i neuređenost dijelova grada je velik nedostatak. Ukazivat ćemo na situacije i problematična mjesta, na devastaciju i narušavanje okoliša i imovine. Bolju uređenost realizirati kroz akcije uređenja, sadnje ili opremanja površina odabranih lokacija kroz sredstva iz boravišne pristojbe i/ili natječaja. Također, kao i svake godine predložimo veći stupanj zaštite i vrednovanja zelenog pojasa okolo i ispod tvrđave jer time se povećava i štiti njihova neponovljiva vizualna i turistička vrijednost.

Ukupno dizajn vrijednosti:51.000kn, nositelj TZ, Grad, članovi,projekti,ostali suradnici i partneri Rok: kontinuirano tijekom godine

3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

Online komunikacije – internet stranice potrebno konstatno uređivati i ažurirati, stranice je potrebno i informatički održavati i platiti hosting. Osim klasičnog weba i stranice još bitniji su nam drugi vidovi današnje masovne online komunikacije, promocije i distribucije-društvene mreže u koje smo uključeni i na kojima radimo: fbook, twitter, yotube, instagram. Navedeno zahtjeva stalno praćenje, stalnu aktivnost i prilagođavanje koje uključuje i osobno vrijeme a nemamo službenu karticu. Brzina protoka i tehnoloških promjena, masovna dostupnost, zahtjevi korisnika, konkurencija i potreba stalnog produciranja sadržaja i administriranja traže dosta anganžmana, znanja i kreativnosti uspolenika, što je vrlo često problem iz razloga što traži dosta vremena. Samostalno oglašavanje putem online alata planiramo u manjem iznosu ali na drugi način dodatno u vlastitoj produkciji odnosno kroz udruženo oglašavanje. Kroz druge projekte i sa drugima prisutni smo i promovirani dodatno online: My Danube Travel, Eden, Secret wine tours, 365-Srijem i Slavonija, blog TZŽ...

Offline komunikacije - Udruženo oglašavanje utvrđeno je media planom na razini županije na domaćem i stranom tržištu putem različitih medija (internet, tv, radio, jumbo, tiskovine..) Značajnije samostalno financiranje oglašavanja nije nam moguće stoga veći dio planiramo kroz udruženo oglašavanja sustava TZ-a ili suradnju sa svima s kojima možemo ostvariti besplatno oglašavanje. Oglašavat ćemo se tijekom godine kroz domaće i strane medije ili turističke edicije od interesa sukladno ponudama i mogućnostima. Dio sredstava čuvati za situacije koje se ne mogu predvidjeti i planirati za rezervu po potrebi.

Vlastitog promidžbenog materijala imamo sve manje, a većina lokalnih ponuđača gotovo da i nema svojih materijala što je nedostatak pri prezentacijama i promociji. Ukoliko bude mogućnosti kroz neki od projekata – natječaja potrebno redizajn i dotisak naših glavnih materijala, ili jednostavniji info promo vodič. U promo materijalima drugih sudjelujemo odnosno uključeni smo, a u mogućim novim materijalima ćemo također što je više moguće biti prisutni sa našom ponudom.

Veći dio izmjena i dopuna informacijskih ploča i tabli smeđe signalizacije izvršen je u 2016., možda će biti potrebne dodatne intervencije ili dopune iz vlastitih sredstava (uz mogućnost subjektima da financiraju potrebno te izvršimo refundaciju).

U dogovoru s Gradom i Muzejom grada lloka ponavljamo potrebno je dogovoriti koje interpretacijske table postaviti u staru jezgru i gdje je što dozvoljeno i tko koji dio radi u preplitanju aktivnosti, ukoliko se to od nas očekuje (kompletno umrežavanje staza, puteva, interpretacija..).Za potrebe prezentacije,sajmova, promocija pribavljat će se adekvatni suveniri,vina i dodatni promidžbeni materijali.

Nositelj: TZGI, Grad, ostali Rok: kontinuirano Komunikacija vrijednosti ukupno:35.500kn

4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

Generalno i konstantno će se distribuirati i promovirati turističku destinaciju kao dunavsko kraljevstvo vina i starina: kulturno-povijesne atraktivnosti i lokaliteti, kvalitetna vina/eno-gastro turizam i dunavsko-srijemski krajolik i mogućnosti posebnih oblika rekreativnog turizma (bicikl, hodanje, golf i dr...), mogućnosti manjih skupova, vjenčanja, događanja... Troškovi će se pokrivati iz odgovarajućih stavki financijskog plana i uz pomoć sustava, partnera, sponzora, pokrovitelja kroz aktivnosti TZ i drugih.

Sajmovi u klasičnom smislu i formi nam zbog financija nisu mogući, no bit ćemo kroz materijale ili drukčije uključeni u one koje se radi na široj razini, sa županijom ili klasterom Slavonija-nekoliko većih sajmova te posebnih prezentacija u inozemstvu te nekoliko manjih sajmova u Hr. Korisiti ćemo mogućnosti zajedničkih nastupa i sa drugim partnerima, osobito strane i lokalne inicijative uz većinsko pokriće troška odnosno naš minimalni jer nemamo dovoljno. Sa tz županije i/ili lokalnim partnerima planira se nekoliko posebnih prezentacija i/ili poslovnih radionica u svrhu upoznavanja sa našom ponudom, ostvarenja i početka suradnje te korištenje medija za promociju (Zagreb, Split, manja mjesta ili događaji poput Šokolijade i drugo što bude moguće). Ukoliko se što drugo pojavi tijekom godine kao prilika iskoristit ćemo sukladno mogućnostima.

Studijska putovanja i posjete medija, novinara i touroperatora, stranih ili domaćih terenska su (i inspeksijska) i direktna distribucija naših sadržaja, odnosno upoznavanje s njima te rezultiraju promocijom i reklamom, odnosno potencijalnim uključivanje u programe i pakete putovanja. Sve koji pristignu putem sustava Htz ili drugim putem sa posebnom pažnjom potrebno je prihvatiti i odraditi sve na terenu te iskomunicirati i što bolje prezentirati te i naknadno surađivati na materijalima. Tu su i posjete drugih potencijalnih partnera, promotora stručnih ili posebnih poslovnih delegacija. Troškovi ovog segmenta većinom idu na sustav, a dio na lokalnu tz ili tzz, te ponekad neki od naših članova dio toga daju gratis. S obzirom smo bili domaćini asocijaciji nezavisnih putničkih agencija te ostvarili kontakte te postali pridruženi član-partner, pokušat ćemo s njima u 2017. odraditi dodatne aktivnosti u svrhu novih aranžmana i programa, osobito stalnih (češćih, raspisanih). Distribucija i prodaja vrijednosti destinacije kao jedna od ključnih zadaća odradit će se i kroz druge oblike, navedene u drugim poglavljima.

Sredstva: 9.000kn Nositelji: TZGI, TZVSŽ, ostali Rok: kontinuirano tijekom godine

5. Interni marketing, marketinška infrastruktura i ostalo

Nastavlja se rad na novom centraliziranom sustavu E-Visitor koji objedinjuje brojne podatke i traži konstantno ažuriranje, analiziranje i pregled. Po potrebi suradnja sa inspeksijskim službama. I nadalje je obvezan sustav arhiviranja i zajednički program Arhinet. Edukacija lokalnih dionika i zaposlenih ako ne zahtjeva dodatna sredstva ili su minimalna, bilo da se to odvija kroz obvezni ili potrebni sustav edukacija HTZ-a ili strukovnih i drugih organizacija, prema procjeni mogućnostima i potrebama. Lokalno na afirmativnoj, pozitivnoj razini povezivanje i suradnja članova, ponuđača i drugih zainteresiranih kroz komuniciranje i upoznavanje sa aktivnostima, prednostima, problemima, prijedlozima. U ovom odjeljku radi se i na prikupljanje podataka, obradu i korištenje materijala i informacija iz svih područja od interesa te izradu dokumenata i analiza. Konstantno će se ažurirati i arhivirati statistički podaci, informacije, dokumenti, foto, video i tiskani materijali. Isti će se razmjenjivati na svim razinama i kroz e-visitor sustav HTZ-a. Prema situaciji očekujemo i suradnju sa domaćim i stranim organizacijama odnosno asocijacijama i projektima. Ukoliko se ukaže prilika pokušat ćemo se uklopiti za izradu neophodnog strateškog razvojno-marketinškog plana turizma, sukladno razvojnoj strategiji Grada.

I nadalje sa Gradom po traženju ili potrebi uska suradnja na raznim poslovima. Suradnja sa svima na svim razinama s kojima je to korisno, potrebno ili obvezno koordinirati. Radni i stručni dokumenti, podaci i izvješća prezentirati će se i dostavljati sukladno regulativama i uputama. Sredstva: Grad, novi ili tekući projekti, prikladni natječaji, te vlastita - prema mogućnostima. Sredstva: 2500+1000+4.350kn Nositelji: TZGI, Grad, ostali Rok: kontinuirano

6. Financijski plan za 2017. odraz je očekivanja priljeva u manjem iznosu 5,06%, odnosno 262.522kn te je ukupni iznos nizak za ozbiljnije, razvojne aktivnosti, no rasporedom pokriva obvezne zadaće. Ukupno smanjenje u odnosu na rebalansiranu 2016. uključuje izvorne prihode: članarina i boravišna pristojba, proračun Grada, donacije odnosno transfer preko sustava, dio

ostalnih prihoda planiran kroz natječaje te kroz druge oblike poput projekata i aktivnosti sa drugima ukoliko budemo imali dovoljno za svoj udjel. Programske stavke većinom su planirane u istom, sličnom ili manjem iznosu, stavka komunikacija vrijednosti indexom pokazuje veće smanjenje no to je utjecaj troška smeđe s. u 2016. Za kontinuiran i siguran rad bitan je i kontinuirani priljev, što nažalost često nije, kao niti naplata članarine. Predlaže se da se višak prihoda ukoliko se ostvari oprihoduje za redovne predstojeće aktivnosti a manjak pokrije tekućim prihodima, odnosno postojeća sredstva izvor za prijenos, pokriće i tekuće poslovanje. Na stavci 30% boravišne pristojbe mjesečno će se prebacivati Gradu za namjensko trošenje sukladno Zakonu o boravišnoj pristojbi i sporazumu sa TZ. Potrebno je i stalno uredsko vođenje evidencije troškova, dvojno sa knjigovodstvom, neovisno o kontiranju. Konačna bilanca bit će nam izvor za detaljniji uvid u stanje. Po potrebi izvršiti rebalans te usklađivati poslovanje sukladno stanju priljeva i dospjeća obveza.

Zaključno:

Realizacija plana sklop je predviđanja i adekvatnih zajedničkih aktivnosti Zajednice, Grada, članova pojedinačno odnosno spleta privatnog i javnog, no i svega onoga što nije do nas i na što ne možemo ili vrlo ograničeno možemo utjecati.

Nakon više godina intenzivnog rada, ulaganja i promocije stigli smo u fazu svojevrsne stagnacije i potrebnog poticanja novog rasta koja zahtjeva novi te usuglašeni pristup: analizu, planiranje i usmjeravanje. Neophodno je redefinirati kompletnu situaciju u Gradu, krenuti sa strateškim promišljanjem gospodarstva i svih drugih sektora te i turizma kao jedinog koji je zaživio i preživio zadnjih 10-ak godina, stručno i jasno postaviti nove okvire i pravce u kojima ćemo dalje razvijati turizam u obliku dokumenta uz angažman stručne institucije.

Sve točno predvidjeti i prognozirati ne možemo, osobito u financijskom dijelu i dijelu koji nam dolazi od drugih čimbenika, koje nemamo predviđene i ne znamo kad i od kud će se pojaviti, rad i plan treba tijekom godine prilagođavati stvarnosti. Praćenje dinamike izvršenja i stanja bit će dio rada te usmenih i pisanih komunikacija.

Prilog: Tablica - Prijedlog financijskog plana 2017.